

## ABSTRAK

Perkembangan musik di Indonesia tidak hanya melahirkan peluang musisi, namun juga melahirkan peluang bisnis bagi orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya yang disebut sebagai promotor. Accellera Entertainment adalah perusahaan yang bergerak di bidang *Event Promotion* (promotor) yang menggelar konser musik “The 90’s Festival Big Reunion”.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi promosi dan bagaimana analisis hasil pelaksanaan strategi promosi konser The 90’s Festival Big Reunion pada Accellera Entertainment Bandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumen kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan meliputi persiapan data, *general sense*, dan *coding* data. Penelitian ini disertai pembahasan dengan menggunakan teori strategi dan bauran promosi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi The 90’s Festival Big Reunion menggunakan 4 bauran promosi yaitu periklanan melalui iklan internet, iklan radio dan iklan media luar; promosi penjualan melalui *reseller* dan kuis; pemasaran langsung melalui *sms blast* dan *social media blast*; dan *public relations* melalui media sosial dan *call center*, membangun relasi dengan media, *media partner* dan *ticket partner*, *sponsorship*. dan publisitas. Accellera Entertainment juga menggunakan atribut *celebrity endorse* dalam promosi melalui media sosial. Dari seluruh kegiatan promosi yang dilakukan, Accellera Entertainment berhasil menarik perhatian calon pengunjung dengan jumlah 6.000 pengunjung. Hanya saja perlu evaluasi dalam strategi promosi sehingga memberikan dampak positif yang lebih besar lagi untuk *event* selanjutnya.

Kata kunci: *strategi promosi, komunikasi pemasaran, bauran promosi, event, konser*