

ABSTRAK

Perancangan promosi album music *Bet On, Believe In* dari Oyami ini dilatar belakangi dengan banyaknya musisi independen yang kini memproduksi, mendistribusi, dan mempromosikan karyanya secara mandiri. Salah satunya adalah Difkal Oyami atau yang lebih dikenal dengan nama panggung Oyami. Promosi yang pernah dilakukan oleh Oyami dalam mempromosikan karyanya belum maksimal dan memuaskan, Kurang menariknya konten dan visual yang disajikan membuat promosi yang dilakukan menjadi tidak efektif. Maka dari itu, perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan rangkaian promosi yang Baik dan menarik sehingga dapat meningkatkan awareness masyarakat terhadap Oyami sebagai musisi serta meningkatkan jumlah pendengar karya-karya Oyami di *digital music platform*. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode yang digunakan adalah Kualitatif yakni dengan melakukan observasi pada Oyami sendiri, penyebaran kuisisioner kepada target pasar, dan wawancara kepada orang-orang yang ada di industri terkait, serta studi Pustaka. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis data kuisisioner, analisis SWOT, Analisis Matriks perbandingan, dan AISAS. Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat menghasilkan rangkaian promosi yang Baik dan menarik bagi album *Bet On, Believe In* dari Oyami sehingga dapat meningkatkan awareness serta meningkatkan jumlah pendengar karya-karya Oyami di *digital music platform* pada masa yang akan datang.

Kata kunci : *Perancangan , Promosi, Album Musik, Musisi Independen, Industri music.*