

ABSTRAK

Perkembangan teknologi menyebabkan banyak perubahan yang dirasakan oleh masyarakat dunia. Dengan perkembangan tersebut banyak perubahan-perubahan yang terjadi diberbagai industri, salah satunya adalah industri musik. Dengan perkembangan industri musik tersebut dapat dirasakan oleh musisi sebagai pemasok lagu dan masyarakat dunia sebagai pengonsumsi lagu. Bagi musisi dengan adanya perkembangan teknologi menyebabkan proses produksi lagu semakin mudah dan murah, sehingga banyak sekali musisi pendatang baru yang bermunculan yang menghadirkan karya-karya berkualitas. Selain itu bagi masyarakat dunia, dahulu orang mendengarkan musik menggunakan piringan hitam, kaset, CD, hingga MP3 *player*. Seiring berjalanya waktu pada era digitalisasi saat ini wadah konvensional tersebut kini digantikan dengan layanan penyedia lagu *streaming* yang tersedia di ponsel dan laptop, sehingga memudahkan orang dalam mengakses karya tersebut. Dengan majunya perkembangan musik meningkatkan *supply* dan *demand* yang bertemu, karena tingginya permintaan tersebut muncul kebutuhan untuk menonton konser bagi masyarakat. PT. Parahyangan One Production merupakan salah satu perusahaan *artist booking agency* yang merupakan perpanjangan tangan pada promotor dalam *booking talent* khususnya pada artis internasional. Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apa saja strategi pemasaran produk *artistbooking agent* yang sudah dilakukan oleh POP?, (2) Seperti apa pola pengambilan keputusan konsumen yang terjadi dalam industri *event* musik ini?, (3) Apa saja strategi pemasaran produk *artistbooking agent* yang sudah dilakukan oleh pesaing POP?, (4) Strategi pemasaran produk *artistbooking agent* apa yang tepat untuk diterapkan oleh POP?. Dalam analisis ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif dan dengan data primer serta sekunder melalui wawancara dan studi dokumen. Hasil dari analisis ini membahas tentang STP (*segmenting, targeting, positioning*) dan bauran pemasaran yang direkomendasikan oleh penulis berupa strategi pemasaran.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Industri *event* musik, Business to Business, PT Parahyangan One Production.