

## ABSTRAK

Sebagai komunitas yang memproduksi lagu dan *merchandise* di Indonesia, *Hellhouse* menggunakan strategi komunikasi pemasaran untuk mempromosikan lagu dan *merchandise* kepada masyarakat. Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Komunitas Musik *Hellhouse* Yogyakarta Dalam Mempromosikan Lagu dan *Merchandise* Kepada Masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi strategi komunikasi pemasaran *Hellhouse* dalam mempromosikan lagu dan *merchandise* kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi secara langsung ke *Hellhouse*, wawancara dengan *general manager*, divisi *merchandise*, dan pelanggan *Hellhouse*, serta menggunakan data dari *Hellhouse*. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Data yang telah terkumpul dianalisis secara kualitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Hasil penelitian diperoleh bahwa dalam usaha mempromosikan lagu dan *merchandise*, *Hellhouse* membuat perencanaan kebijakan pemasaran dan perencanaan komunikasi pemasaran. Pelaksanaan komunikasi pemasaran dengan menggunakan konsep bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan penjualan langsung, serta mengevaluasi untuk keberhasilan pelaksanaan komunikasi pemasaran. Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan *Hellhouse* sudah berhasil dalam mempromosikan lagu dan *merchandise* kepada masyarakat. Lima unsur dalam bauran promosi tersebut saling mendukung, tetapi jika ingin lebih optimal dalam mempromosikan lagu dan *merchandise*, *Hellhouse* perlu memaksimalkan kelima unsur bauran promosi dalam program yang lebih terkoordinasi.

Kata kunci : pemasaran, promosi, *Hellhouse*, strategi, komunikasi

## **ABSTRACT**

*As a community that produces song and merchandise in Indonesia, Hellhouse use marketing communications strategy to promote song and merchandise to the community. This research titled *The Communications Strategy Marketing The Music Community of Hellhouse Yogyakarta in Promoting Song and Merchandise to The Community*. The purpose of this study is to find planning, the implementation and evaluation the communications strategy marketing Hellhouse in promoting song and merchandise to the community. The methodology used in this research is descriptive qualitative. Data collection done by observation directly to Hellhouse, interviews with general manager, a division of merchandise, and customers Hellhouse, and using data from Hellhouse. Data validity in this research used technique triangulation data. The data accumulated analyzed qualitatively and described in the form of the discussion developed in detail and systematic. The results of the study obtained that in an effort to promote song and merchandise, Hellhouse has been made marketing policy planning and marketing communications planning. The implementation of the marketing communications by using the promotional mix concept such as advertising, sales promotions, public relations, personal selling and direct marketing, evaluate to the success of the marketing communications. Overall, the communications strategy marketing implemented Hellhouse has succeeded in promoting song and merchandise to the community. That five promotional mix element has mutual support to each other, but to more optimal in promoting song and merchandise, Hellhouse it is essential to maximize the five promotional mix elements in a more coordinated program.*

*Keyword : marketing, promotion, Hellhouse, strategy, communication*