

ABSTRAK

***Integrated Marketing Communication* Album Romansa Ke Masa Depan (Studi Kasus mengenai Perilisan Album oleh Bumi Entertainment)**

Muhammad Arkan Faruqi ¹⁾, Fathiya Nur Rahmi ²⁾, Fasya Syifa Mutma ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Pada 14 November 2019 dibawah naungan Bumi Entertainment dan Musik Bagus, Glenn Fredly merilis album terbaru yang berjudul Romansa Ke Masa Depan. Album Romansa Ke Masa Depan berhasil mendapat perhatian dari publik dengan jumlah *digital streaming* yang tinggi dan nominasi dalam penghargaan AMI Awards. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam menggunakan metode studi kasus. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *integrated marketing communication* menjadi pendekatan yang perlu dilakukan oleh manajemen karena digitalisasi yang terjadi dan album ini menjadi album pertama yang dirilis Glenn Fredly dalam format digital. Pesan utama yang berusaha disampaikan kepada audiens dalam perilisan album ini diimplementasikan dengan beragam media seperti desain sampul album, video musik, narasi yang digunakan dalam perilisan album, serta beragam pesan lainnya yang ditampilkan baik itu secara implisit maupun eksplisit. Dalam perilisan album ini Bumi Entertainment sebagai manajemen dan Musik bagus sebagai label terintegrasi dengan baik dengan menjalankan fungsinya masing-masing dalam perilisan album serta dengan pihak eksternal. Terintegrasinya platform dan konten membantu manajemen dalam menjalankan *consumer IMC* secara digital. Platform Instagram digunakan untuk mempersuasi audiens untuk kemudian mengakses konten utama dari album yang terdapat di *digital streaming platform* dan kanal Youtube.

Kata kunci: Perilisan Album, *Integrated Marketing Communication*, Manajemen.

Pustaka : 37

Tahun Publikasi : 2011 – 2020