

ABSTRAK

Penggunaan media sosial sebagai media promosi membuat setiap orang dapat melakukan komunikasi, interaksi yang tergabung dan terhubung dalam sebuah komunitas. Media digital sering dijadikan suatu sarana atau media untuk melakukan strategi pemasaran khususnya untuk melakukan promosi. Contohnya strategi komunikasi pemasaran dalam media digital seperti *Youtube*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan *Soundcloud* dan saat ini masyarakat juga telah menggunakan suatu media baru yang disebut dengan media sosial. Salah satunya dimanfaatkan oleh band Indie. Band Indie sendiri bukanlah suatu genre musik, melainkan sebuah gerakan musik yang bebas dan mandiri, tidak bergantung sama sebuah label musik atau sebagainya. Band Indie cenderung menciptakan lagu sesuai dengan apa yang mereka sukai dan genre yang mereka inginkan.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan analisis kasus. Peneliti melalui penelitian ini ingin menganalisis mengenai strategi pemasaran digital pada band indie Rosemary dalam melakukan kegiatan promosi di internet. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa band Indie Rosemary merupakan salah satu band yang bergerak dibidang pemasaran online menggunakan *Facebook*. Dalam hasil penelitian dinyatakan bahwasanya pemasaran komunikasi band indie rosermary dengan menggunakan media sosial facebook sangat efektif dan efesien karena hal ini selain menghemat waktu dan biaya dalam hal promosi band indie tersebut. Era globalisasi membawa pengaruh positif bagi perkembangan bisnis.

Kata Kunci: Analisis kasus, Facebook, *digital marketing*