

## **ABSTRAK**

**ANDRIAN NURROHMAN. 10820092**

**Strategi Public Relation Dalam Membangun Brand Image The Sounds Project Sebagai Penyelenggara Festival Musik Di Indonesia**

Kata kunci: Public relation, The sounds project, dan Strategi  
(xi+55+lampiran)

Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi dalam membangun brand image pada The sounds project sebagai penyelenggara festival musik di Indonesia. Tujuan strategi adalah keunggulan kompetitif yang berkelanjutan yang muncul dari setiap bagian dari kegiatan organisasi. Teori yang digunakan adalah teori citra dan teori excellence. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dekripsi. Dengan jumlah informan sebanyak 3 orang. Metode pengumpulan data yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, informan memberikan pendapat mengenai proses perencanaan membangun brand image The sounds project yaitu diawali dengan penyebaran informasi yang baik dan tepat melalui sarana sosial media dan membuat sosial media planning kemudian konsisten menjalankan event dan membuat inovasi di setiap tahunnya, juga menerima saran dan kritik dari audience mereka.

Daftar pustaka (1984-2020)