

ABSTRAK

Pada tahun 2022, Bappeda Yogyakarta menyatakan sebanyak 1.528 unit hotel sudah dibangun di Yogyakarta. Pesatnya pertumbuhan hotel berdampak pada meningkatnya tingkat persaingan antara hotel. Dengan adanya persaingan di dunia perhotelan yang semakin ketat, Artotel Yogyakarta menggunakan *event marketing* sebagai salah satu cara dalam memasarkan *brand*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *event marketing* Artotel Yogyakarta dalam meningkatkan *brand awareness*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif menggunakan Teori *Goals Plan Action*, konsep *event* manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*), bauran komunikasi pemasaran dan *brand awareness*. Hasil penelitian menunjukkan *event marketing* yang dilakukan hotel Artotel Yogyakarta dalam meningkatkan *brand awareness* memakai konsep *event* manajemen dan bauran komunikasi pemasaran yang diklasifikasikan menggunakan teori *Goals Plan Action*. Tingkatan *brand awareness* yang dicapai ada pada tingkatan *brand recall*. Hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa *event marketing* yang dilakukan hotel Artotel Yogyakarta menggunakan *word of mouth*.

Kata Kunci : Event Marketing, Brand Awareness, Artotel Yogyakarta.

ABSTRACT

In 2022, Yogyakarta Bappeda stated that 1,528 hotel units would have been built in Yogyakarta. One of them is the Artotel Yogyakarta hotel. The rapid growth of hotels has an impact on increasing the level of competition between hotels. With competition in the hotel world becoming increasingly fierce, Artotel Yogyakarta uses event marketing as a way to market its brand. The aim of this research is to determine Artotel Yogyakarta's marketing events in increasing brand awareness. The research method used is descriptive qualitative using Goals Plan Action Theory, the event management concept POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling), marketing communication mix and brand awareness. The research results show that event marketing carried out by the Artotel Yogyakarta hotel in increasing brand awareness uses the concept of event management and a marketing communication mix which is classified using the Goals Plan Action theory. The level of brand awareness achieved is at the brand recall level. Other results from this research show that event marketing carried out by the Artotel Yogyakarta hotel uses word of mouth.

Keywords : Event Marketing, Brand Awareness, Artotel Yogyakarta