

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Septi Amadea**

**20130530360**

**Manajemen Event Prambanan Jazz Sebagai Upaya Memperkuat Branding Pariwisata Candi di Yogyakarta**

**Tahun Skripsi : 2018 + 147 Halaman**

**Daftar Pustaka : 15 Buku + 9 Jurnal + 3 Sumber Internet + 1 Majalah**

Prambanan Jazz adalah festival musik jazz tahunan di Daerah Istimewa Yogyakarta yang diselenggarakan di Candi Prambanan yang dilakukan oleh promotor Rajawali Indonesia Communication yang bekerjasama dengan PT.Taman Wisata Candi.

Studi ini membahas tentang manajemen event Prambanan Jazz. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan manajemen event festival musik Prambanan Jazz tahun 2017 dan juga menjelaskan tentang upaya PT.Taman Wisata Candi dalam melakukan branding pariwisata candi di Yogyakarta. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Teknik wawancara dilakukan di tempat yang sudah ditentukan oleh narasumber dengan Project Manager Prambanan Jazz, panitia Prambanan Jazz, dan pengunjung Prambanan Jazz. Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara memanfaatkan buku, koran, dan sumber informasi media lainnya sebagai penunjang penelitian. Kerangka teori yang digunakan adalah teori manajemen event dan branding tempat dimana terdapat aspek penelitian, perancangan, perencanaan, koordinasi, dan evaluasi. Pada studi manajemen event Prambanan Jazz ditemukan bahwa dalam pelaksanaannya ada beberapa hal yang sudah sesuai maupun masih belum sesuai. Dan pada studi branding tempat kaitannya adalah dengan upaya branding pariwisata candi yang implementasinya sudah sesuai atau masih belum sesuai.

**Kata Kunci : Manajemen Event, Branding Tempat, Prambanan Jazz**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Sosial and Politic Science**

**Departement of Communication**

**Concentration of Public Relations**

**Septi Amadea**

**20130530360**

**Management of the Jazz Prambanan Event as an Effort to Strengthen the Branding of Temple Tourism in Yogyakarta**

**Year of Thesis : 2018 + 147 Pages**

**Bibliography : 15 Books + 9 Journals + 3 Internet Sources + 1 Magazine**

Prambanan Jazz is an annual jazz music festival in the Special Region of Yogyakarta held at Prambanan Temple by the promotor Rajawali Indonesia Communication in collaboration with PT. Taman Wisata Candi.

This study discusses the Prambanan Jazz event management. The purpose of this study was to describe the management of the 2017 Prambanan Jazz music festival event and also explain the efforts of PT. Taman Wisata Candi in branding temple tourism in Yogyakarta. The method used is descriptive qualitative, while data collection techniques are carried out by means of interviews and documentation. The interview technique is conducted in a place that has been determined by the resource person with the project manager of Prambanan Jazz, the Prambanan Jazz committee, and visitors to Prambanan Jazz. Documentation techniques are carried out by utilizing books, newspapers, and other media information sources as supporting research. The theoretical framework used is event management theory and branding where there are aspects of research, design, planning, coordination, and evaluation. In the Prambanan Jazz event management study it was found that in its implementation there were several things that were suitable or not suitable. And in the study of branding where the connection is with temple tourism branding efforts, the implementation of which is appropriate or still not appropriate.

**Keywords:** Event Management, Branding Place , Prambanan Jazz