

**KOMUNIKASI MEREK DALAM PENYELENGGARAAN  
*EVENT TOURISM* SETELAH PANDEMI COVID-19 (STUDI  
KASUS *PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL 2023*)**

**TESIS**



**MELIANI NURUL SAFITRI**

**2221013002**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2024**

**KOMUNIKASI MEREK DALAM PENYELENGGARAAN  
*EVENT TOURISM* SETELAH PANDEMI COVID-19 (STUDI  
KASUS *PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL 2023*)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu  
Komunikasi**



**MELIANI NURUL SAFITRI**

**2221013002**


**PROGRAM STUDI  
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
TAHUN 2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Meliani Nurul Safitri

NIM : 2221013002

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Agustus 2024

## HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Meliani Nurul Safitri  
NIM : 2221013002  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Tesis : Komunikasi Merek Dalam Penyelenggaraan Event  
Tourism Setelah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus  
Prambanan Jazz Festival 2023)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer M.Si. (  )

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. (  )

Penguji 2 : Eli Jamilah Mihardja, Ph. D. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 29 Januari 2024

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir Skripsi yang berjudul “**Komunikasi Merek Dalam Penyelenggaraan Event Tourism Setelah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Prambanan Jazz Festival 2023)**” ini dengan baik dan tepat waktu dalam rangka mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Selama perjalanan mengerjakan penulisan tugas akhir, Penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dan pengetahuan yang berharga seperti implementasi strategi *event tourism* mulai dari perencanaan hingga evaluasi kegiatan. Tidak hanya itu, banyak juga hal-hal yang menjadi sebuah halangan, baik secara internal maupun eksternal. Namun, halangan tersebut dimanfaatkan oleh Penulis menjadi sebuah motivasi sehingga dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir secara tepat waktu, tentunya dengan dukungan kerabat terdekat Penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dari awal perkuliahan hingga penulisan tugas akhir ini selesai, diantaranya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Orang Tua**

Terima kasih kepada Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan penuh kepada Penulis untuk menjalankan segala sesuatunya dengan baik termasuk dalam pendidikan. Terima kasih untuk setiap doa yang selalu dipanjatkan kepada Tuhan agar segala sesuatu yang Penulis lakukan dapat dipermudah. Meskipun dalam prosesnya, penulisan tesis kali ini menjadi salah satu perjalanan yang cukup berat bagi Penulis. Doa Bapak dan Ibu inilah yang mampu menjadikan Penulis dapat menuliskan kata pengantar ini.

### **2. Dr. Mochammad Kresna Noer M.Si.**

Terima kasih kepada Bapak Kresna selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk mendukung proses penulisan tugas akhir Penulis, meskipun Penulis selalu menanyakan di luar jam kerja. Terima kasih juga

kepada Bapak Kresna atas seluruh saran dan masukannya selama pengerjaan Tesis ini. Sebuah kehormatan bagi saya mendapatkan dua kali kesempatan untuk belajar dan mendapatkan ilmu dari Bapak Kresna. Pertama kali saat Bapak Kresna menjadi Dosen Pembahas Skripsi Penulis sewaktu S1. Kedua kalinya dengan kesempatan yang berbeda, di sekolah lanjutan ini, Bapak Kresna menjadi Dosen Pembimbing Penulis.

**3. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.**

Terima kasih kepada Ibu Prima selaku Kepala Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah mengizinkan Penulis berkembang hingga tahap penulisan tugas akhir dan seluruh kebaikan serta pengajaran selama proses perkuliahan. Sangat terhormat juga, Ibu Prima berkenan menjadi salah satu Dosen Pembahas yang menjadikan Tesis ini lebih baik.

**4. Rayi Anyunari dan Tim Rajawali Indonesia Communication**

Terima kasih kepada Rayi Anyunari sebagai *Corporate Secretary* dan tim *Rajawali Indonesia Communication*, khususnya Shofia dan Cellano Chandra, yang telah berkenan untuk meluangkan waktunya memberikan informasi terkait dengan pelaksanaan *event* Prambanan Jazz Festival 2023 guna melengkapi kebutuhan data Penulis.

**5. SG GIRLS**

Terima kasih kepada Rachmadini Rizqika dan Tabitha Ronauli Tampubolon sebagai kedua sahabat Penulis yang mendukung seluruh proses perkuliahan ini dari awal hingga kata pengantar ini dapat ditulis. Satu tahun terakhir sebelum masa perkuliahan ini selesai memang bukan menjadi waktu yang mudah bagi Penulis, namun kedua sahabat ini tetap memberikan dukungannya hingga akhir. Bahkan, keduanya tidak pernah sama sekali meragukan Penulis sedikitpun. Rachmadini merupakan sahabat yang Penulis temui sejak hari pertama memasuki UB-Weeks saat S1. Tujuh tahun berjalan, nyatanya ketulusan hatinya untuk mendukung Penulis tidak pernah berkurang sedikitpun. Tabitha, sahabat yang baru ditemui Penulis sejak satu tahun lalu (tepatnya setelah kegiatan 17 Agustus 2023), tidak pernah berhenti untuk mendengarkan apapun yang Penulis keluhkan. Saat itu,

keadaan memang tidak terlalu mendukung bagi Penulis melakukan penulisan Tesis ini, atau bahkan hanya sekedar untuk melanjutkan proses perkuliahan, namun dengan segala *positivity* yang dimiliki oleh Tabitha, penulisan ini dapat penulis selesaikan. Kepercayaan dan dukungan keduanya menjadi api semangat tersendiri bagi Penulis. *Friendship isn't a big thing—it's a million little things.*

## **6. ORGL**

Terima kasih kepada Laurensya Wika Bunda, Vania Vindy Chandra, dan Gebby Ricella. Ketiga sahabat Penulis yang juga memiliki andil terbesar dalam proses penulisan Tesis ini. Tidak dapat dilupakan bagaimana penulisan ini dilakukan di tengah banyaknya pekerjaan, namun ketiganya dengan senang hati memberikan bantuan meskipun hanya sekedar melempar sedikit lelucon, yang sebenarnya tidak lucu juga. Laurensya dengan senang hati memberikan telinganya untuk segala keluh kesah Penulis, Vania Vindy dengan kemurahan dan kebaikan hatinya untuk memberikan *back-up* sebagai satu tim, Gebby dengan semangatnya yang tidak pernah berhenti diberikan kepada Penulis. *We didn't realize we were making memories, we just knew we were having fun.*

## **7. Jeli Farida**

Penulisan ini tidak luput juga dari bantuan Mbak Jeli sebagai salah satu kakak Penulis di kantor. Satu tahun terakhir, Mbak Jeli menjadi pusat kekuatan yang Penulis perlukan. Semangat, dukungan, saran, masukan, bahkan cerita-cerita aneh selalu kami bincangkan setelah jam kerja. Meskipun, mungkin bagi Mbak Jeli, suara Penulis yang cempreng ini cukup mengganggu, namun percayalah Penulis sangat menyayangi Mbak Jeli seperti kakak yang terlahir di satu keluarga.

## **8. Mey Fitria Alvrizza**

Terima kasih kepada Miss Mey yang telah menemani perjalanan Penulis dari awal hingga penulisan tugas akhir ini. Terima kasih karena selalu berusaha untuk meluangkan waktu dan mendengarkan segala keluh dan kesah Penulis. Meskipun kami berada di dua kota yang berbeda, semangat dan dukungannya dapat Penulis rasakan. Banyak mimpi yang selalu kami

semogakan bersama. Semoga penulisan tugas akhir ini menjadi salah satu yang Miss Mey, Mas Oky, dan Yayas semogakan untuk Penulis. Semoga semakin banyak langkah yang berhasil dicapai. *True friends are never apart, maybe in distance but never in heart.*

#### **9. MIKOM Baru**

Terima kasih Penulis ucapkan kepada Kak Irene, Mbak Oca, Mas Verry, dan Mbak Anggia yang dengan senang hati mengingatkan untuk melanjutkan seluruh proses perkuliahan ini, termasuk penulisan Tesis. Meskipun, dalam prosesnya memang tidak semuanya menyenangkan, namun tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan semoga dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

#### **10. *Communication and Stakeholder Management Team***

Tidak ada kata-kata yang mampu menggambarkan, namun menempatkan *Communication and Stakeholder Management Team* dalam ucapan terima kasih ini memang sudah selayaknya. Ucapan terima kasih terbesar yang dapat disampaikan kepada seluruh anggota tim atas bantuan dan dukungannya. Memotivasi untuk menyelesaikan segala sesuatu yang telah dimulai sebelumnya. Terima kasih *Communication and Stakeholder Management Team* untuk kesempatannya bergabung dan mendapatkan banyak sekali pengetahuan serta pengalaman yang belum pernah Penulis dapatkan sebelumnya.



### **11. Tyas Tri Pratiwi dan Aulia Regina D.J**

Terima kasih Penulis ucapkan juga kepada kedua sahabat, Tyas dan Aulia yang hingga saat ini masih memberikan semangatnya. Perkenalan saat awal di SMA nyatanya masih mampu menjadikan kita sebagai sahabat. Banyak hal yang kita lalui bersama meskipun tidak dalam jarak yang dekat, namun kita bisa melewatinya.

Akhir kata, Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 29 Agustus 2024

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meliani Nurul Safitri

NIM : 2221013002

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenis Tesis : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Komunikasi Merek Dalam Penyelenggaraan *Event Tourism* Setelah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus *Prambanan Jazz Festival 2023*)”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non-ekklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta, dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Meliani Nurul Safitri

**KOMUNIKASI MEREK DALAM PENYELENGGARAAN *EVENT***  
***TOURISM* SETELAH PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS**  
***PRAMBANAN JAZZ FESTIVAL 2023*)**  
**MELIANI NURUL SAFITRI**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi merek yang digunakan oleh *Rajawali Indonesia Communication* dalam penyelenggaraan *event tourism*, khususnya Prambanan Jazz Festival 2023, setelah pandemi COVID-19. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, dimana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim penyelenggara yang terdiri dari *Marketing Communication Manager*, *Corporate Secretary*, dan *Social Media Officer*, serta observasi lapangan dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rajawali Indonesia berhasil memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube untuk meningkatkan keterlibatan *audience* melalui pengumuman artis, jadwal acara, dan momen eksklusif festival. Penggunaan *hashtag*, kolaborasi dengan *influencer*, dan konten visual menarik juga berperan penting dalam memperkuat komunikasi merek. Festival ini menciptakan pengalaman unik dengan menggabungkan *heritage* budaya lokal dan modernitas musik jazz. Komunikasi yang adaptif dan partisipasi aktif *audience* menjadi kunci keberhasilan dalam menarik wisatawan lokal dan internasional serta memperkuat citra Prambanan Jazz Festival sebagai *event* tahunan yang dinanti. Kesimpulannya, strategi komunikasi merek yang inovatif dan terarah sangat penting untuk mendukung kebangkitan sektor pariwisata setelah pandemi dan menjaga keberlanjutan *event* di masa depan.

Kata Kunci: komunikasi merek, *event tourism*, media sosial, *Rajawali Indonesia Communication*, *Prambanan Jazz Festival*

**BRAND COMMUNICATION IN EVENT TOURISM MANAGEMENT  
AFTER THE COVID-19 PANDEMIC (CASE STUDY: PRAMBANAN JAZZ  
FESTIVAL 2023)  
MELIANI NURUL SAFITRI**

---

**ABSTRACT**

*This study aims to explore the brand communication strategies used by Rajawali Indonesia in managing event tourism, specifically the Prambanan Jazz Festival 2023, after the COVID-19 pandemic. This research adopts a qualitative approach with a case study method, where data was collected through in-depth interviews with the organizing team, including the Marketing Communication Manager, Corporate Secretary, and Social Media Officer, as well as field observations and document analysis. The findings indicate that Rajawali Indonesia Communication successfully leveraged social media platforms such as Instagram, Facebook, Twitter, and YouTube to enhance audience engagement through artist announcements, event schedules, and exclusive festival moments. The use of hashtags, collaborations with influencers, and engaging visual content also played a crucial role in strengthening brand communication. The festival created a unique experience by combining local cultural heritage with the modernity of jazz music. Adaptive communication and active audience participation were key to attracting both local and international tourists and strengthening the image of the Prambanan Jazz Festival as a highly anticipated annual event. In conclusion, innovative and targeted brand communication strategies are essential for supporting the revival of the tourism sector post-pandemic and ensuring the sustainability of future events.*

**Keywords:** *brand communication, event tourism, social media, Rajawali Indonesia Communication, Prambanan Jazz Festival*

## DAFTAR ISI

<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2. Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II</b> .....	8
<b>KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	8
2.1. Penelitian Sebelumnya .....	8
2.2. Tinjauan Pustaka .....	31
2.2.1. Komunikasi Merek.....	31
2.2.2. Event Tourism.....	33
2.2.3. Musik <i>Jazz</i> .....	39
<b>BAB III</b> .....	48
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	48
3.1. Desain dan Pendekatan.....	48
3.2. Objek Penelitian .....	49
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.3.1. Sumber Data.....	50
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	52
3.5. Teknik Analisis Data .....	59
3.6. Teknik Pengabsahan Data .....	60
<b>BAB IV</b> .....	62
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	62
4.1. Gambaran Objek Penelitian.....	62
4.1.1. Profil <i>Rajawali Indonesia Communication</i> .....	62
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	64
4.1.3. <i>Project Rajawali Indonesia Communication</i> .....	64

4.2.	Subyek Penelitian .....	67
4.3.	Hasil Penelitian.....	70
4.3.1.	Elemen Dalam Pelaksanaan <i>Music Jazz Festival</i> .....	71
4.3.2.	Elemen Penyelenggaraan <i>Prambanan Jazz Festival</i> Sebagai <i>Event Tourism</i> di Yogyakarta .....	80
4.3.3.	Komunikasi Merek Terhadap Kegiatan <i>Prambanan Jazz Festival</i> Sebagai Salah Satu <i>Music Jazz Festival</i> .....	100
4.4.	Pembahasan .....	112
4.4.1.	Tahapan <i>Pre-Event Prambanan Jazz Festival</i> Sebagai Salah Satu <i>Event Tourism</i> .....	113
4.4.2.	Tahapan <i>During Event Prambanan Jazz Festival</i> Sebagai Salah Satu <i>Event Tourism</i> .....	148
4.4.3.	Penerapan Komunikasi Merek Pada Tahapan <i>Post Event Prambanan Jazz Festival</i> Sebagai Salah Satu <i>Event Tourism</i> .....	158
4.4.4.	Model Komunikasi <i>Prambanan Jazz Festival 2023</i> .....	165
<b>BAB V</b>	.....	167
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	167
5.1.	Simpulan.....	167
5.2.	Keterbatasan Penelitian .....	169
5.3.	Saran .....	170
5.3.1.	Saran Teoritis .....	170
5.3.2.	Saran Praktis .....	170

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Nilai dan Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDB .....	3
<b>Gambar 1.2</b> Nilai dan Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap PDB .....	3
<b>Gambar 1.3</b> Poster <i>Prambanan Jazz Festival 2023</i> .....	4
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	42
<b>Gambar 4.1</b> Publikasi Kegiatan Jogjarockarta 2024 .....	60
<b>Gambar 4.2</b> Publikasi Kegiatan Dream Theater 2024 .....	61
<b>Gambar 4.3</b> Konten Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	71
<b>Gambar 4.4</b> Website Rajawali Indonesia .....	96
<b>Gambar 4.5</b> Five Ws Menurut Leonard H. Hyle .....	115
<b>Gambar 4.6</b> Aktivitas di Salah Satu Booth Sponsor .....	117
<b>Gambar 4.7</b> <i>Special Lounge</i> di Booth Bank Jateng .....	117
<b>Gambar 4.8</b> Booth Pertamina di <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	118
<b>Gambar 4.9</b> <i>Venue Map Prambanan Jazz Festival 2023</i> .....	121
<b>Gambar 4.10</b> <i>Venue Map Prambanan Jazz Festival 2022</i> .....	121
<b>Gambar 4.11</b> <i>Entrance Gate Prambanan Jazz Festival 2023</i> .....	122
<b>Gambar 4.12</b> <i>Entrance Gate Prambanan Jazz Festival 2022</i> .....	122
<b>Gambar 4.13</b> Instagram <i>Java Jazz Festival</i> .....	128
<b>Gambar 4.14</b> Konten Instagram <i>Java Jazz Festival</i> .....	129
<b>Gambar 4.15</b> Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	129
<b>Gambar 4.16</b> Konten Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	130
<b>Gambar 4.17</b> Konten Marketing <i>Prambanan Jazz Festival 2023</i> .....	136
<b>Gambar 4.18</b> Model Komunikasi Dalam Media Sosial .....	138
<b>Gambar 4.19</b> Komentar di Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	138
<b>Gambar 4.20</b> Komentar di Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	140
<b>Gambar 4.21</b> Komentar di Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	141
<b>Gambar 4.22</b> Konten di TikTok <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	142
<b>Gambar 4.23</b> Komentar di Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	144
<b>Gambar 4.24</b> Komentar di Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	146
<b>Gambar 4.25</b> Konten Informasi Fasilitas Darurat .....	149
<b>Gambar 4.26</b> Komentar Tentang Pelaksanaan .....	151

<b>Gambar 4.27</b> Komentar di Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	<b>155</b>
<b>Gambar 4.28</b> Komentar di Instagram <i>Prambanan Jazz Festival</i> .....	<b>155</b>
<b>Gambar 4.29</b> Keuntungan Dari <i>Event Tourism</i> .....	<b>157</b>
<b>Gambar 4.30</b> Survey dari Jumlah Wisatawan .....	<b>158</b>
<b>Gambar 4.31</b> Model Komunikasi <i>Prambanan Jazz Festival 2023</i> .....	<b>160</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	<b>25</b>
<b>Tabel 3.1</b> Operasional Konsep .....	<b>44</b>