

INTISARI

Candi Prambanan merupakan salah satu peninggalan sejarah yang dikelola dan dilestarikan oleh PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko. Pengelolaan ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan pariwisata. Untuk itu, Rajawali Indonesia Communication selaku *event organizer* berupaya mencapai tujuan tersebut melalui acara Prambanan Jazz Festival 2019. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pendapat pengunjung tentang implementasi Prambanan Jazz Festival dalam menciptakan kesadaran merek Candi Prambanan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui *Focus Group Discussion* bersama enam pengunjung Prambanan Jazz Festival 2019. Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka dan observasi. Prambanan Jazz Festival 2019 disusun dengan menarik dan dapat membangun kesadaran Candi Prambanan ke kancah Internasional. Prambanan Jazz Festival mendatangkan banyak wisatawan dengan antusiasme tinggi sehingga berhasil memperkenalkan wisata sejarah ke pengunjung.

Kata Kunci: *Event*, Kesadaran Merek, Pariwisata, Candi Prambanan

ABSTRACT

Prambanan Temple is one of the historical heritages managed and preserved by PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan and Ratu Boko. Manage to increase the number of visits. To that end, Rajawali Indonesia as the organizer of the communication event achieved this goal through the 2019 Prambanan Jazz Festival. This study was used to find out how to visit Prambanan Jazz Festival visitors in order to increase brand awareness Prambanan Temple. The method used is descriptive qualitative. Primary data was collected through Focus Group Discussion with six visitors to Prambanan Jazz 2019 Festival. While secondary data was collected through literature study and observation. Prambanan Jazz Festival 2019 is arranged in an interesting and can be built with the awareness of Prambanan Temple to the international arena. Prambanan Jazz Festival brings many tourists with high enthusiasm so that it can introduce historical tourists to visitors.

Keywords: *Event, Brand Awareness, Tourism, Prambanan Temple*