

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh Citra Merek Brand Lokal terhadap minat pengunjung *Event Lands of Leisures* Oleh Ambarrukmo Group (2) Pengaruh Promosi terhadap minat pengunjung *Event Lands of Leisures* Oleh Ambarrukmo Group

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan instrument penelitian yaitu kuesioner. Populasi penelitian berjumlah 130 responden dengan Teknik yang digunakan yaitu purposive sampling. Uji yang digunakan dalam penelitian ini uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan metode SEM Pls atau perangkat yang digunakan yaitu Smart Pls 4. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menyatakan Citra merek brand lokal yang dipersepsikan mempunyai pengaruh positif terhadap minat pengunjung *Event Land of Leisures*. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung hadir di *Event Land of Leisures* karena Citra merek brand lokal yang dipersepsikan pengunjung terhadap brand lokal baik dan kualitas yang baik. promosi mempunyai efek positif signifikan terhadap variabel minat pengunjung dapat diterima. *Festival Event Land of Leisures* berhasil membuat para pengunjungnya tertarik untuk datang dan membeli tiket, karena dilihat dari penelitian ini para pengunjung sebagian besar merasa dirinya tertarik oleh *Event Land of Leisures* yang diselenggarakan oleh Ambarrukmo Group.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada awal tahun 2020 berbagai negara terkena Covid-19 yang berawal muncul dari Kota Wuhan merupakan Ibukota Provinsi Hubei dan menjadi kota terpadat di China bagian tengah. Salah satu negara yang terkena dampaknya adalah Indonesia, sehingga pada saat itu pemerintah memerintahkan masyarakat untuk isolasi diri di dalam rumah.

Dengan terjadinya kasus Covid-19 pada waktu itu memakan ribuan jiwa meninggal dunia karna virus ini, sehingga pemerintah Indonesia melakukan siasat untuk lockdown kota-kota seluruh Indonesia. Tidak hanya lockdown saja pemerintah juga melakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan kebijakan lainnya. Sehingga mengakibatkan banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaan, dan juga musisi yang kurangnya pendapatan.

Setelah perjalanannya waktu virus Covid-19 mulai mereda sehingga aktivitas diluar rumah perlahan dapat dilakukan kembali, setelah perlahan Covid-19 mereda. Masyarakat menjadi antusias untuk melakukan kegiatan sehingga terjadi munculnya masalah baru seperti tingkat kepadatan di perkotaan.

Saat ini semakin tinggi tingkat kepadatan yang terjadi pada masyarakat, sehingga ini menyebabkan perubahan gaya hidup. Perubahan bisa berdampak baik maupun buruk pada lingkungan sekitar. Faktor ekonomi dan juga faktor sosial ini yang terjadi, membuat perubahan yang besar terhadap lingkungan Kota Daerah Istimewa Yogyakarta.

Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki penduduk lebih dari 3,5 juta jiwa saat ini. Dan juga Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar. Julukan ini berasal dari banyaknya pusat pendidikan yang berdiri di Yogyakarta. Dengan fasilitas pendidikan yang lengkap menarik minat para pelajar untuk menuntut ilmu di Kota Yogyakarta. Selain itu Yogyakarta menjadi salah satu kota tujuan bagi banyak orang di Indonesia, bahkan mancanegara, Yogyakarta juga kota tujuan wisata populer untuk turis dalam negeri maupun asing. Dengan banyaknya wisata di Kota Yogyakarta ini juga membuat aktivitas kota semakin padat.

Aktivitas pekerjaan setiap hari, kemacetan jalan dan juga kepadatan masyarakat di Kota Yogyakarta. Menjadi suatu permasalahan yaitu munculnya tingkat kejenuhan atas segala aktivitas. Kejenuhan yang terjadi bisa diatasi dengan hadirnya suatu hiburan.

Saat ini telah banyak munculnya *Event* konser yang berada di Yogyakarta. Perkembangan dunia musik ini semakin meningkat setelah pandemi Covid-19 yang terjadi bertahun-tahun. Dengan meningkatnya perkembangan industri musik, hal ini juga dimanfaatkan oleh berbagai

promotor *Event* konser musik atau perusahaan. Adanya festival musik berskala kecil hingga skala besar dan mendatangkan musisi dari luar negeri bisa menjadi salah satu hiburan sekaligus memulihkan perekonomian pasca pandemic Covid-19.

Lands of Leisures (LOL) merupakan acara tahunan dari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta. *Lands of Leisures* (LOL) merupakan *Event* yang bertajukan wadah kreatif dan *Entrepreneur* dengan memiliki kurang lebih sekitar 80 brand lokal Indonesia. *Lands of Leisures* (LOL) yang bertempat di Yogyakarta ini diselenggarakan pertama kali pada tahun 2016 hingga saat ini pada *Event* perdananya *Lands of Leisures* (LOL) tidak hanya menyajikan brand lokal dan kuliner, tetapi juga membuat festival musik. Selain festival music juga ada *Talkshow* sekaligus Workshop dari para *influencer* dan *public figure*.

Setelah meredanya pandemi Covid-19 terjadi selama kurang lebih 2 tahun. Sehingga selama pandemic itu *Event Lands of Leisures* (LOL) tertunda. Tepat pada tanggal 28 sampai 30 Oktober Tahun 2022, *Lands of Leisures* (LOL) kembali digelar. Salah satu event acara yang diselenggarakan oleh Plaza Ambarrukmo Yogyakarta bertujuan untuk menularkan semangat kreativitas dengan berbagai acara dan menjadi wadah kolaborasi untuk para insan dan lokal.

Lands of Leisures (LOL) setelah vakum 2 tahun akibat pandemic Covid-19, kembali digelar dengan tema “Metamorfase” melalui tema tersebut, pengunjung diharapkan dapat lebih memaknai sebuah proses diri masing-

masing menuju kehidupan yang lebih baik. Berpegang teguh dengan misi yang sama sejak pertama kali *Lands of Leisures* (LOL) 2016. Pada tahun 2022 ini masing mengusung konsep *creative curated market*, yaitu memberikan kesempatan ruang lokal yang berkualitas mampu mengembangkan dengan kolaborasi. Seperti pada sebelumnya *Lands of Leisures* 2022 tidak hanya *curated market*, selain itu ada *talkshow*, *workshop*, dan festival musik.

Dari event perdananya hingga sekarang memiliki prestasi mampu mendatangkan lebih dari 50.000 pengunjung selama 3 hari berturut-turut setiap tahunnya. Prestasi tersebut menunjukkan bahwa *Event Lands of Leisures* (LOL) memiliki banyak peminatnya dan juga event tersebut terbilang sukses besar. Sehingga mencuri perhatian saya dan saya tertarik untuk melakukan sebuah penelitian mengenai Analisis Faktor Brand Lokal dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung *Event Lands of Leisures* Oleh Ambarrukmo Group.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Analisis Faktor Citra Merek Brand Lokal dan Promosi Terhadap Minat Pengunjung *Event Lands of Leisures* Oleh Ambarrukmo Group”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis :

- a) Pengaruh Citra Merek Brand Lokal terhadap minat pengunjung Event Lands of Leisures Oleh Ambarrukmo Group
- b) Pengaruh Promosi terhadap minat pengunjung Event Lands of Leisures Oleh Ambarrukmo Group

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki banyak manfaat yang dapat membantu menambah wawasan serta mampu menyelesaikan permasalahan yang berkaitan dengan brand local dan promosi terhadap penyelenggaraan event dan konser musik yang berada di Indonesia.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan wawasan bagi perguruan tinggi di Indonesia ataupun menjadi bahan perbandingan bagi peneliti lain yang juga meneliti analisis faktor terhadap minat pengunjung dalam sebuah event.

2. Manfaat Praktis

Manfaat bagi perusahaan dapat menciptakan strategi promosi yang bisa berdampak dalam jumlah pengunjung yang datang ke Event. Lalu mampu meningkatkan inovasi-inovasi terbaru untuk perusahaan yang bergerak di industri sebagai promotor event.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1 : Pendahuluan

Bab satu menjadi alasan pengantar mengapa penelitian ini menarik untuk diteliti, apa yang diteliti dan untuk apa penelitian ini dilakukan. Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2 : Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka berisi teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini bab dua memaparkan tentang brand lokal, brand awareness, dan promosi.

BAB 3 : Metodologi Penelitian

Bab tiga adalah metode yang menjelaskan berkaitan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari desain penelitian, definisi operasional variabel, tempat dan waktu penelitian, data dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, instrument penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, teknik analisis data.

BAB 4 : Analisis Data

Bab empat adalah hasil dan pembahasan dari analisis serta uji terhadap jawaban responden dari kuisioner yang dibagikan dan hasil yang diperoleh dalam penelitian.

BAB 5 : Kesimpulan dan Saran

Bab lima merupakan bagian terakhir dalam laporan penelitian. Berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang menjawab tujuan penelitian, saran bagi perusahaan yang diteliti ataupun peneliti selanjutnya, serta menjelaskan keterbatasan dalam penelitian ini.

