

ABSTRAK

Sebuah *event marketing* diselenggarakan oleh sebuah institusi atau perusahaan dengan tujuan menciptakan *experience* pengunjung terhadap produk atau jasa penyelenggara. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana atribut *event* pada Garuda Indonesia Travel Fair 2017 di Kota Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana atribut *event* yang ada pada Garuda Indonesia Travel Fair 2017 yang diselenggarakan di Jakarta. Menurut Wood and Masterman, untuk meningkatkan *experience* dari pengunjung yang datang ke sebuah event diperlukan tujuh atribut yang disebut dengan 7I's terdiri dari *Involvement, Interaction, Immersion, Intensity, Individuality, Innovation and Integrity*, atribut *event* tersebut digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah *event* yang diselenggarakan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah melalui wawancara mendalam dan observasi tidak terstruktur serta diperkuat dengan studi dokumentasi dan catatan lapangan. Informan penelitian ini sebanyak 4 orang dibagi menjadi 2 jenis yaitu satu informan kunci dan 3 informan pendukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Garuda Indonesia Travel Fair 2017 di Jakarta dalam penyelenggaraannya sudah hampir memenuhi seluruh 7I's atribut *event* yang meliputi atribut *Involvement, Interaction, Immersion, Intensity, Individuality, Innovation and Integrity*, namun setelah dilakukan penelitian ada atribut *event* diluar 7I's tersebut yang sudah diaplikasikan pada *event* Garuda Indonesia Travel Fair 2017 di Jakarta yaitu *ambience, related concept* dan *event objectives accomplishments*.

Kata kunci: GATF 2017, 7I Atribut *Event*, *Event Marketing*, Pengalaman Pengunjung.