

ABSTRAK

Perkembangan ilmu telah mendorong terjadinya evolusi *marketing* sebanyak tiga tahap. Saat ini, *marketing* telah sampai pada era *marketing* 3.0 dengan berfokus pada *human spirit*. Konsumen pada era ini tidak hanya mencari pemenuhan fungsional dan emosional saja, namun juga pemenuhan *spirit*. Masyarakat sudah mulai jenuh terhadap iklan dan menginginkan suatu pengalaman yang dapat dirasa sebelum membeli produk atau jasa yang disediakan. Salah satu cara untuk mengimplementasikannya adalah dengan *brand activation* yang kemudian mendorong sebuah gagasan mengenai *event marketing*. Dengan menerapkan *event marketing*, pemasar dapat berinteraksi langsung serta dapat memberikan pengalaman kepada calon konsumen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode riset studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, pengamatan langsung dan studi pustaka. Informan dalam penelitian ini berjumlah delapan orang informan.

Hasil penelitian ini meliputi proses atau tahapan *event marketing* Sunday Morning oleh Star Glam Magazine, yaitu tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Berdasarkan hasil evaluasi, *event* Sunday Morning dapat dikatakan berhasil dalam meningkatkan *brand awareness* Star Glam Magazine.

Kata kunci: *Brand activation*, *event marketing* dan *brand awareness*

ABSTRACT

The development of science has led to the three stages of marketing evolution. Nowadays, marketing has come to the era of marketing 3.0 with focus on human spirit. Consumers on this era are not just looking for a functional and emotional fulfillment, but also fulfillment of spirit. People have started to saturate towards the ad and want an experience that can be considered before buying the product or service. One of the ways to implementation is by brand activation, which led to a notion of event marketing. By implementing event marketing, marketers can interact directly and give the experience to prospective customers.

This research uses a qualitative case study method in which the data collected directly from observation, interview, and study of literature. There are eight informants for this research.

The result of this study includes the event marketing Sunday Morning process of Star Glam Magazine: planning, implementation and evaluation. Based on the evaluation, Sunday Morning event was successful in increased brand awareness of Star Glam Magazine.

Keywords: Brand activation, event marketing and brand awareness