

ABSTRAK

Banyak perusahaan menggunakan cara untuk mempersuasi customer melalui bauran komunikasi pemasaran, yaitu *event*. *Event* menjadi salah satu kegiatan komunikasi pemasaran yang banyak digunakan oleh berbagai perusahaan karena tidak hanya meningkatkan publisitas merk saja, akan tetapi memiliki pengaruh karena keterlibatan konsumen di dalamnya. Seperti halnya yang dilakukan oleh 372 Kopi dengan menyelenggarakan sebuah *event*, yaitu *Event Wah-wah 2019*. *Event Wah-wah* merupakan event bertemakan “intimate concert” dengan menyediakan musik aliran indie atau pun rock, dengan tujuan tidak lain untuk menyediakan ruang atau tempat untuk berekspresi bagi para anak muda kreatif di Bandung. *Event* ini merupakan event penting pada 372 Kopi dimana diselenggarakan secara rutin empat hingga tiga kali dalam setahun. Penelitian ini membahas mengenai Analisis Karakteristik *Event Wah-wah 2019* pada 372 Kopi. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari dua orang pihak penyelenggara *event*, dua orang audience *event* dan satu orang praktisi *event*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui karakteristik *event* meliputi keunikan, *perishability*, *intangibility*, suasana dan pelayanan, serta interaksi personal dari *Event Wah-wah 2019*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Event Wah-wah 2019* memiliki karakteristik keunikan yang tidak terlalu signifikan, karena pihak penyelenggara menyamaratakan konsep atau tema konser untuk setiap periodenya, begitu juga dengan *perishability* yakni pihak penyelenggara yang menyamakan seluruh fasilitas, *intangibility* atau sesuatu yang dapat diingat dalam *event* ini yaitu kesan intimate yang terjadi. Adapun suasana yang diciptakan dalam *event* ini yaitu suasana yang menyenangkan, menghibur serta tidak membosankan. Selain itu, interaksi personal yang terjadi dalam *event* ini yaitu bernyanyi dan berjoget bersama, serta sesi foto bersama dan tdd album, poster, dll.

Kata Kunci: *Karakteristik event, Event Wah-wah, Komunikasi Pemasaran*