

## ABSTRAK

105,1 FM I-Radio Bandung merupakan bagian dari PT. Mugi Rekso Abadi (MRA) yang khususnya memutarakan 100% musik Indonesia. I-Radio Bandung membuat *event* “INDOKUSTIK”. Indokustik merupakan acara musik akustik *live performance* yang juga akan disiarkan secara *on air*. Kesadaran merek atau *brand awareness* memiliki peran yang sangat penting bagi sebuah radio, dengan kata lain, membentuk *brand awareness* yang baik berarti meningkatkan laba sekaligus mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah radio termasuk I-Radio untuk menciptakan *brand awareness* yang positif. Hal inilah yang menjadi latar belakang penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *event* Indokustik terhadap *brand awareness* 105.1 FM I-Radio Bandung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan 98 responden sebagai sampel dengan teknik *convenience sampling* serta dengan teknik analisis regresi linear berganda dimana *event* Indokustik sebagai variabel independen (X) yang memiliki sub variabel keunikan (X1), *perishability* (X2), *intangibility* (X3), suasana dan pelayanan (X4), serta interaksi personal (X5). Sedangkan *brand awareness* 105.1 FM I-Radio Bandung sebagai variabel dependen (Y).

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *event* Indokustik dikategorikan sudah baik dengan persentase sebesar 77,29% dan *brand awareness* 105.1 FM I-Radio Bandung sudah baik dengan persentase sebesar 66,32%, serta terdapat pengaruh signifikan antara *event* Indokustik terhadap *brand awareness* 105.1 FM I-Radio Bandung sebesar 54,1%. Dimana hasil  $F_{hitung} = 21,70 > F_{tabel} = 2,31$  maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, perusahaan diharapkan dapat lebih memahami harapan pengunjung dengan menyesuaikan fasilitas yang nyaman pada saat pelaksanaan *event* agar lebih banyak lagi pengunjung yang dapat menyaksikan *event* Indokustik secara langsung.

**Kata Kunci : *Event, Radio, Brand awareness.***

## ABSTRACT

105.1 FM I-Radio Bandung is part of PT. Mugi Rekso Abadi (MRA) which plays 100% Indonesian music. I-Radio Bandung creates the event "INDOKUSTIK". *Indokustik* is an acoustic music event that is broadcasted live on air. *Brand awareness* has a very important role for a radio industry, in other words, establishing a good brand awareness means increasing profits while maintaining the viability of the company. This is the main reason for a radio industry, including I-Radio to create positive brand awareness. This is also the reason that the aims study that aimed to determine how much influence *brand awareness* gives impact to the *Indokustik* I-Radio 105.1 FM Bandung.

This is a quantitative research with causality method. Researchers uses a sample of 98 respondents with *convenience sampling* and of multiple linear regression analysis in technique this is research *Indokustik* as the independent variable (X) which has a unique sub-variables (X1), perishability (X2), intangibility (X3), the atmosphere and service (X4), as well as personal interactions (X5). While *brand awareness* I-Radio 105.1 FM Bandung as the dependent variable (Y).

The results from this study can be concluded that the *indokustik* has been categorized as good with a percentage of 77.29% and *brand awareness* 105.1 FM I-Radio Bandung is also categorized as good with the percentage of 66.32%, and there is significant influence between *Indokustik* events to the *brand awareness* 105.1 FM I-Radio Bandung. The result is  $F_{\text{count}} = 21,70 > F_{\text{chart}} = 2,31$  then  $H_0$  is rejected.

Based on the analysis and discussion, the company is expected to be better at understanding visitor expectations by adjusting more comfortable facility at the time of the event so that more visitors can watch the *Indokustik* event directly.

**Keywords: Event, Radio, Brand awareness.**