

## **Abstrak**

*Branding* atau permerekan merupakan instrumen yang dapat mengatasi dalam menerapkan strategi pemasaran. *Branding* itu sendiri merupakan suatu hal yang sangat berkaitan dengan sebuah *event* budaya dimana sebuah *event* budaya sekarang ini merupakan suatu wadah untuk melestarikan kebudayaan leluhur. Seperti pada penelitian ini mengangkat sebuah *event* budaya daerah yakni Bindu Barong Festival dimana *event* ini merupakan suatu ajang mengasah kreatifitas remaja dalam bapang barong dan makendang tunggal. Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana *branding* yang dilakukan dan gambaran tentang *event* budaya Bindu Barong Festival serta Untuk mengetahui siapa saja yang terlibat dalam kegiatan *event* budaya Bindu Barong Festival. Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara terhadap narasumber yang merupakan orang – orang yang terlibat langsung dengan event Bindu Barong Festival. Teori dalam penelitian ini adalah teori tentang *branding* dan *cultural event* dimana nantinya akan dikaitkan dengan penelitian ini. Berdasarkan analisa yang diperoleh kesimpulan dari penelitian ini yaitu penelitian ini memiliki tujuan, klasifikasi khalayak, pesan, saluran media yang berhubungan dengan event Bindu Barong Festival serta dapat dilihat dari konsep branding yang digunakan yakni *Brand Personality*, *Brand Positioning* dan *Brand Identity*.

**Kata Kunci:** Branding, Event Budaya, Bindu Barong Festival

## **Abstrac**

*Branding or branding is an instrument that can overcome in implementing marketing strategies. Branding itself is a thing that is very related to a cultural event where a cultural event today is a forum to preserve ancestral culture. As in this research, there is a regional cultural event called Bindu Barong Festival where this event is an event to hone the creativity of youth in bapang barong and makendang tunggal. The purpose of this research is to find out how branding is done and an overview of cultural events Bindu Barong Festival and To know who is involved in the activities of cultural events Bindu Barong Festival. The method used in this research is qualitative research method with data collection techniques in the form of interviews of resource persons who are directly involved with bindu Barong Festival events. The theory in this study is a theory about branding and cultural events which will later be associated with this research. Based on the analysis obtained from this research, this study has a purpose, classification of audiences, messages, media channels related to the Bindu Barong Festival event and can be seen from the branding concept used namely Brand Personality, Brand Positioning and Brand Identity.*

**Keywords:** *Branding, Cultural Event, Bindu Barong Festival*