

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan	5
I.4 Manfaat	6
I.4.1 Bagi Penulis	6
I.4.2 Bagi Perusahaan	6
I.4.3 Bagi Pembaca	6
I.5 Kerangka Penulisan	7
BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN	9
II.1 Kondisi Umum	9
II.1.1 PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko	9
II.1.2 PT Syakira Ghyna Rajawali Indonesia Communication	12
II.1.3 Prambanan Jazz Festival	13
II.2 Landasan Teori	14
II.2.1 Komunikasi Pemasaran	14
II.2.2 <i>Event</i>	17
II.2.3 <i>Brand Awareness</i>	21
II.2.4 Hubungan <i>Event</i> dalam Komunikasi Pemasaran dengan <i>Brand Awareness</i>	26

II.3 Tinjauan Pustaka	29
II.4 Keaslian Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
III.1 Desain Penelitian.....	34
III.2 Jenis dan Sumber Data	35
III.3 Teknik Pengumpulan Data	35
III.4 Sampel	37
III.5 Definisi Operasional Variabel.....	38
III.6 Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
IV.1 <i>Event</i>	43
IV.2 <i>Brand Awareness</i>	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
V.1 Kesimpulan	58
V.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64