

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR BAGAN..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR GRAFIK..... | xv |
| DAFTAR TABEL | xvi |
| BAB I..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 4 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran..... | 4 |
| 1.5.1 Komunikasi Pemasaran..... | 4 |
| 1.5.2 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran | 7 |
| 1.5.3 Integrated Marketing Communication (IMC)..... | 10 |
| 1.5.4 Bauran Komunikasi Pemasaran | 10 |
| 1.6 Kerangka Konsep..... | 12 |
| 1.6.1 Perencanaan Integrated Marketing Communication (IMC)..... | 12 |
| 1.7 Metodologi | 15 |
| 1.7.1 Pendekatan Penelitian | 15 |
| 1.7.2 Informan Penelitian | 15 |
| 1.7.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 16 |
| 1.7.4 Teknik Analisis Data..... | 17 |
| 1.7.5 Teknik Validasi Data..... | 18 |
| BAB II | 19 |

| | | |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1 | Sejarah Perkembangan Komunikasi Pemasaran | 19 |
| 2.2 | Media Pemasaran..... | 21 |
| 2.3 | Konsep Pemasaran..... | 22 |
| 2.4 | Perkembangan Media Komunikasi Pemasaran Di Indonesia | 24 |
| 2.5 | Penggunaan Internet Sebagai Media Komunikasi Pemasaran | 25 |
| 2.6 | Sport Tourism Event..... | 26 |
| BAB III..... | | 29 |
| 3.1 | Deskripsi Jogja Walking Association | 29 |
| 3.1.1 | Maksud Jogja Walking Association..... | 29 |
| 3.1.2 | Tujuan Jogja Walking Association | 29 |
| 3.1.3 | Visi Jogja Walking Association | 30 |
| 3.1.4 | Misi Jogja Walking Association | 30 |
| 3.1.5 | Struktur Organisasi Jogja Walking Association | 31 |
| 3.1.6 | Sekretariat Jogja Walking Association | 32 |
| 3.2 | Deskripsi Jogja International Heritage Walk | 32 |
| 3.2.1 | Sejarah Jogja International Heritage Walk | 32 |
| 3.2.2 | Maksud Jogja International Heritage Walk..... | 35 |
| 3.2.3 | Tujuan Jogja International Heritage Walk | 35 |
| 3.2.4 | Konsep Jogja International Heritage Walk | 36 |
| 3.2.5 | Struktur Organisasi Jogja International Heritage Walk | 39 |
| 3.2.6 | Target Peserta Jogja International Heritage Walk | 39 |
| 3.2.7 | Rangkaian Kegiatan The 10 th Jogja International Heritage Walk 2018..... | 40 |
| BAB IV..... | | 46 |
| 4.1 | Perencanaan Event Jogja International Heritage Walk 2018 | 46 |
| 4.1.1 | Latar belakang diselenggarakannya Jogja International Heritage Walk..... | 46 |
| 4.1.2 | Tema dan Konsep Jogja International Heritage Walk (JIHW)..... | 49 |
| 4.2 | Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Jogja International Heritage Walk 2018..... | 52 |
| 4.3 | Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Jogja International Heritage Walk | 59 |
| 4.4 | Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Jogja International Heritage Walk | 79 |

| | |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| BAB V..... | 82 |
| 5.1 Kesimpulan | 82 |
| 5.2 Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 84 |
| LAMPIRAN..... | 86 |
| Daftar Pertanyaan..... | 86 |
| Transkrip Wawancara dengan Ibu Fitriani Kuroda..... | 87 |
| Transkrip Wawancara dengan Ibu Dahlia Puspasari..... | 94 |