

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
Abstrak	xi
<i>Abstract</i>	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Pemikiran.....	7
1. Bauran Promosi Event Pariwisata	7
2. Komunikasi Pemasaran Promosi Event Pariwisata.....	14
F. Kerangka Konsep	22
G. Metodologi Penelitian	26
1. Metode Penelitian.....	26
2. Sumber Data	27
3. Teknik Pengumpulan Data	27
4. Objek dan Subjek Penelitian	29
5. Teknik Analisis Data	29
BAB II.....	31
TINJAUAN PUSTAKA TENTANG EVENT PARIWISATA.....	31
A. Event pariwisata.....	31
1. Konsep Dasar dan Karakteristik Event Pariwisata.....	31

2. Perkembangan Event Pariwisata Indonesia.....	33
B. Jenis-Jenis Event Pariwisata	35
C. Promosi Event Pariwisata	39
1. Konsep Dasar Promosi Event Pariwisata	39
2. Tujuan dan Fungsi Promosi Event Pariwisata.....	40
3. Promosi Event Pariwisata Indonesia	41
4. Hubungan Promosi dengan Event Pariwisata.....	42
BAB III	44
GAMBARAN UMUM	44
A. Event Horas Samosir Fiesta	44
1. Sejarah Event Horas Samosir Fiesta	44
2. Kegiatan Event Horas Samosir Fiesta 2019	45
B. Pengelolaan Event Pariwisata Horas Samosir Fiesta	48
C. Faktor Pendorong dan Penghambat Event HSF.....	49
D. Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir	51
1. Visi, Misi, Sasaran Strategi, dan Sasaran Program Pariwisata	51
2. Susunan Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir	52
3. Tugas dan Fungsi Bidang Promosi Pariwisata	54
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	56
A. Aktivitas Promosi Event Horas Samosir Fiesta	56
1. <i>Advertising</i> (Periklanan).....	57
2. <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	62
3. <i>Publicity/Public Relation</i> (Publisitas/Kehumasan)	65
4. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	68
5. <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran langsung).....	69
6. <i>Digital/Internet Marketing</i> (Pemasaran Digital/Internet).....	69
B. Analisis Promosi Event Dengan Komunikasi Pemasaran.....	72
1. Target Pasar	73
2. Tujuan Komunikasi	75
3. Pesan Komunikasi	78

4. Biaya Anggaran	79
5. Bauran Promosi	80
BAB V	98
PENUTUP	98
DAFTAR PUSTAKA	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Ke Kabupaten Samosir Menurut Tahun	3
Gambar 1.2 Bauran Promosi (Promotional Mix)	8
Gambar 1.3 Efektivitas Bauran Promosi	22
Gambar 2.1 Jenis-Jenis Event dan Dampaknya	35
Gambar 2.2 Jenis-Jenis Event Berdasarkan Bentuk Kegiatan	37
Gambar 3.1 Bagan Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Samosir	53
Gambar 4.1 E-Flyer Event HSF	60
Gambar 4.2 Spanduk Event HSF di Objek Wisata Tele dan Pantai Parbaba	60
Gambar 4.3 Banner Event HSF di salah satu restoran dan hotel	61
Gambar 4.4 Baliho dan Billboard Event HSF di beberapa lokasi strategis	62
Gambar 4.5 Berbagai Kegiatan Eksibisi Pariwisata	63
Gambar 4.6 Promosi Event HSF 2019 oleh Hotel dan Travel Agent	65
Gambar 4.7 Peluncuran Event HSF 2019 di Kabupaten Samosir	67
Gambar 4.8 Cuplikan Talkshow ‘Bincang Kita’ tentang Samosir Music International Festival	68
Gambar 4.9 Sejumlah Promosi Event HSF melalui media sosial	71
Gambar 4.10 Banyaknya Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Samosir Menurut Bulan dan Jenis Wisatawan (kali) 2019	93
Gambar 4.11 Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Samosir 2019	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alat-alat Promosi	13
Tabel 1.2 Kerangka Konsep	23