DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iii**
PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN ..... **iv**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xi**

BAB I : PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Fokus Permasalahan 3
D. Manfaat Penelitian 3
E. Kajian Terdahulu 4
F. Definisi Konsep..... 6
G. Kerangka Pikir Penelitian 8
H. Metode Penelitian 10
I. Metode Penelitian 19

BAB II : KERANGKA TEORITIS
A. Strategi Komunikasi Pemasaran 21
1. Mengembangkan Komunikasi Pemasaran 22
2. Strategi Marketing Public Relation 27
3. Strategi Pengembangan Pasar 33
4. Strategi Pengeembangan Produk 34
5. Media Out Of Home 35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Pengertian Event 37
C. Indie Clothing Expo Surabaya 45

BAB III : PENYAJIAN DATA

A. Event Indie Clothing Expo 48
1. Informasi Umum ……..... . 49
2. Pemasukan Dan Pengeluaran Barang Pameran 50
3. Pengerjaan Konstruksi Stand ……...... 53
4. Show Days 60
5. Fasilitas Pameran …..... 64
B. Materi Promo Event Indie Clothing Expo……. 65
C. Program Acara Event Indie Clothing Expo…….. 69

BAB IV : ANALISIS DATA

A. Pengembangan Komunikasi Pemasaran Indie Clothing.... 73
B. Strategi Marketing Public Relation Indie Clothing.....…. 75
C. Strategi Pengembangan Pasar Indie Clothing…… 80
D. Media Out Of Home Dalam Event Indie Clothing..... 83
E. Analisa Temuan Dan Teori……..... 88

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan ..... … 90
B. Saran ..... … 90

DAFTAR PUSTAKA

BIODATA PENULIS

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel :

1.1. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 4
1.2. Strategi Pelaksanaan..... 8
1.3. Model Komunikasi..... 10
3.1. Aktifitas Peserta Stan..... 51
3.2. Informasi Teknis Area Pameran 54
3.3. Aturan Tinggi Stan Pameran..... 56
3.4. Promosi Radio..... 67
3.5. Promosi Media Sosial 68

Data :

1.Spot Iklan Radio 82
2. Daftar Informan..... 83

Gambar :

3.1. Area Hall Pameran..... 52
3.2. Standar Stan 56
3.3. Perbedaan Promo Pertahun 69
3.4. Dokumentasi Acara 72
4.1. Proposal Analisa Audiens..... 73
4.2. Materi Promo Sponsor 75
4.3. Materi Promo Indoor 76
4.4. Contoh Event Acquisition..... 77
4.5. Concet Band..... 77
4.6. Penonton Indie Clothing 78
4.7. Logo Sponsor Dalam Indie Clothing 79
4.8. Contoh Produk Pameran 83
4.9. Contoh Stan Yang Memakai Materi Iklan 84
4.10.Contoh Stan Yang Memakai Banner Sebagai Iklan..... 84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4.11.Contoh Media Mobile 85
4.12. Penjualan Tiket..... 86
4.13. Kepadatan Parkiran 87
4.14. Kpadatan Area Parkiran 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id