

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Kerangka Teori.....	11
<i>1.5.1 Experiential Marketing</i>	11
1.5.2 Bagan Alur Pikir.....	14
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
<i>2.2 Experiential Marketing</i>	16
<i>2.2.1 Strategic Experiential Modules (SEMs)</i>	18
<i>2.2.2 Experiential Providers</i>	23
<i>2.2.3 Manfaat Experiential Marketing</i>	26
<i>2.3 Special Event</i>	27
2.4 Marketing 6.0.....	31

2.5 Penelitian Terdahulu.....	35
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data.....	32
3.3.1 Data Primer.....	32
3.3.2 Data Sekunder.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Wawancara.....	33
3.4.2 Dokumentasi.....	33
3.5 Informan Penelitian.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.7 Uji Keabsahan Data.....	36
BAB IV.....	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Profil Perusahaan.....	38
4.1.1 Visi Gembira Loka.....	39
4.1.2 Misi Gembira Loka.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi Gembira Loka.....	41
4.2. Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 <i>Special Event</i> Pesona Gembira Loka.....	41
4.2.2 Implementasi <i>Strategic Experiential Modules</i> Pesona Gembira Loka.....	46
4.2.3 Implementasi <i>Experience Providers</i> Pesona Gembira Loka.....	63
4.2.4 Kendala Pesona Gembira Loka.....	87
4.3 Pembahasan.....	92
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	105