

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v-vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x-xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1-16
1.2. Rumusan Masalah .....	16
1.3. Tujuan Penelitian .....	17
1.4. Manfaat Penelitian .....	17
1.5. Tinjauan Pustaka .....	17
1.5.1. Peran Cak dan Ning Surabaya sebagai Duta Wisata .....	17-18
1.5.2. <i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	19-20

1.5.3. Strategi Promosi Kota 21-23 .....	21-22
1.6. Metodologi Penelitian .....	23
1.6.1. Pendekatan dan Fokus Penelitian .....	23
1.6.2. Tipe Penelitian .....	24
1.6.3. Metode Penelitian .....	24
1.6.4. Sasaran Penelitian .....	24
1.6.5. Unit Analisis .....	24
1.6.6. Teknik Pengumpulan Data .....	25-26
1.6.7. Teknik Analisis Data .....	26-27
 <b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
2.1. Gambaran Umum Kota Surabaya .....	1-2
2.1.1. Letak Geografis .....	2-3
2.1.2. Sejarah Kota Surabaya .....	3-5
2.1.3. Kota Surabaya dan “ <i>Sparkling Surabaya</i> ” .....	6-8
2.2. Cak dan Ning Surabaya .....	8-9
2.2.1. Filosofi Cak dan Ning Surabaya .....	9-11
2.2.2. Cak dan Ning Surabaya sebagai <i>Icon</i> .....	11-12
2.2.3. Pemilihan Cak dan Ning Surabaya .....	12-15
 <b>BAB III TEMUAN DAN INTERPRETASI DATA</b>	
3.1. Strategi Promosi Kota Surabaya .....	1-2
3.1.1. Review Program/Perencanaan .....	2-3
3.1.2. Pengembangan dan Perencanaan Kegiatan .....	3-5
3.1.3. Eksekusi Media .....	5

3.1.4. Respon/Output .....	6
3.2. Peran Cak dan Ning Surabaya dalam Strategi Promosi Kota Surabaya .....	6-15
3.3. Implementasi <i>Promotional Tools</i> oleh Cak dan Ning Surabaya.....	15-16
3.3.1. Penjualan Perorangan ( <i>Personal Selling</i> ) : Interaktifitas dengan Wisatawan.....	16-17
3.3.2. <i>Promosi</i> Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ): Pemberian Voucher untuk Membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....	17-19
3.3.3. Pemasaran Internet ( <i>Internet Marketing</i> ): Interaktifitas dengan <i>Netizen</i> sebagai Agen Promosi .....	19-25
3.3.4. Publisitas ( <i>Publicity/Public Relations</i> ) .....	26-28
3.3.5. <i>Pemasaran</i> Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	28-30

#### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

4.1. Kesimpulan .....	1
4.2. Saran.....	1

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Kunjungan Wisatawan ke Surabaya Tahun 2014.....	15
-----------	--	----



## DAFTAR BAGAN

Bagan III.1	Grafik Pengguna Internet dan <i>Netizen</i> di Indonesia Tahun 2010–2013 .....	20
Bagan III.2	Grafik <i>Accessed Social Media</i> Tahun 2013 .....	22



## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo “ <i>Sparkling Surabaya</i> ” .....	6
Gambar III.1 Poster <i>event</i> Ludruk oleh Cak dan Ning Surabaya.....	8
Gambar III.2 Cak dan Ning Surabaya mementaskan Ludruk .....	9
Gambar III.3 Cak dan Ning Surabaya saat Pertunjukan Tari Remo di Miracle of Ramadhan .....	10
Gambar III.4 Cak dan Ning Surabaya dan Pengunjung KBS dalam Kegiatan Sosial “Diet Tas Kresek” .....	12
Gambar III. 5 Cak dan Ning Surabaya dalam kegiatan Cancer Awareness....	13
Gambar III.6 Charity berupa photo booth untuk Yayasan Peduli Kanker ....	13
Gambar III.7 Cak dan Ning Surabaya Berbagi dan Mengajar dengan Paguyuban Becak Ampel .....	14
Gambar III.8 Cak dan Ning Surabaya saat Kedatangan Kapal Pesiar MS Rotterdam .....	17
Gambar III.9 Cak dan Ning Surabaya saat Majapahit Travel Fair (MTF).....	19
Gambar III.10 Official Facebook Account Cak dan Ning Surabaya .....	23
Gambar III.11 Official Twitter Account Cak dan Ning Surabaya .....	24
Gambar III.12 Interaktifitas Netizen melalui akun social media .....	24
Gambar III.13 Official Instagram Account Cak dan Ning Surabaya.....	25
Gambar III.14 Mini video Cak dan Ning Surabaya .....	25
Gambar III.15 Liputan Cak dan Ning Surabaya oleh TV One.....	27
Gambar III.16 Liputan Cak dan Ning Surabaya oleh Metro TV .....	27
Gambar III.17 Poster Acara Cak Ning Nobar .....	29
Gambar III.18 Cak dan Ning Surabaya dan Peserta Cak Ning Nobar .....	29