

UCAPAN TERIMA KASIH.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL DAN DAFTAR BAGAN.....	v
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Table 2.1.....	7
2.2.2 Model Two - Ways Symmetric Communication.....	10
2.3 Landasan Konseptual.....	10
2.3.1 Strategi Komunikasi.....	10
2.3.1.1 Definisi Strategi Komunikasi.....	10
2.3.1.2 Model dan Tahapan perencanaan Strategi Komunikasi.....	11
2.3.1.3 Tujuan Strategi Komunikasi.....	12
2.3.1.4 Bentuk – Bentuk Strategi Komunikasi.....	13
2.3.2 Public Relations.....	14
2.3.2.1 Definisi Public Relations.....	14
2.3.2.2 Tujuan Public Relations.....	15
2.3.2.4 Fungsi Public Relations.....	16
2.3.3 Public Relations Pemerintah.....	16
2.3.3.1 Definisi Public Relations Pemerintah.....	16
2.3.3.2 Fungsi Public Relations Pemerintah.....	17
2.3.3.4 Peran Public Relations Pemerintah.....	18
2.3.4 Special Event.....	19
2.3.4.1 Definisi Special Event.....	19
2.3.4.2 Tujuan Special Even.....	19
2.3.4.3 Kategori Special Event.....	20
2.3.4.4 Prosedur Special Event.....	20
2.3.6 Publikasi.....	22
2.3.6.1 Media Publikasi.....	23
2.3.6.2 Unsur – Unsur Publikasi.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	24

BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Obyek Penelitian.....	27
3.3 Sumber Data.....	28
3.3.1 Key Informan.....	28
3.3.2 Informan.....	28
3.3.3 Bahan Peneliti dan Unit Analisis.....	29
3.3.4 Instrumen Penelitian.....	29
3.4 Definisi Operasional Konsep.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	32
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	33
BAB IV.....	36
Hasil Penelitian.....	36
4.1 Subyek Penelitian.....	36
4.1.1 Profile Dinas Pariwisata Provinsi Banten.....	36
4.1.2 Profile Tanjung Lesung.....	38
4.1.3 Struktur Organisasi.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	39
4.2.1 Strategi Komunikasi.....	39
4.2.1.1 Analisis dan Riset Strategi Divisi Destinasi Wisata.....	42
4.2.1.2 Perumusan Kebijakan Kegiatan.....	43
4.2.1.3 Perencanaan Program Pelaksanaan.....	44
4.2.1.4 Kegiatan Komunikasi.....	45
4.2.2 Hambatan-hambatan Divisi Destinasi Wisata dalam Mempublikasikan Objek Wisata.....	49
BAB V.....	52
PEMBAHASAN.....	52
5.1 Strategi Komunikasi Divisi Destinasi Wisata dalam Mempublikasikan Objek Wisata Tanjung Lesung.....	52
5.2 Hambatan – hambatan Divisi Destinasi Wisata Provinsi Banten dalam Mempublikasikan Objek Wisata Tanjung Lesung.....	54
BAB VI.....	56
PENUTUP.....	56
6.1 Kesimpulan.....	56
6.2 Saran.....	56
DAFTAR REFERENSI.....	58