

DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH.....	i
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR BAGAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	2
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Landasan Teoretis.....	7
2.2.1 <i>The Two-Ways Symmetrical Model</i>	7
2.3 Landasan Konseptual.....	8
2.3.1 Strategi Komunikasi.....	8
2.3.1.1 Definisi Strategi Komunikasi.....	8
2.3.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi.....	9
2.3.1.3 Fungsi Strategi Komunikasi.....	10
2.3.1.4 Tahapan Perencanaan Strategi Komunikasi.....	11
2.3.1.4.1 Analisis & Riset.....	12
2.3.1.4.2 Perumusan Kebijakan.....	12
2.3.1.4.3 Perencanaan Program Pelaksanaan.....	12
2.3.1.4.4 Kegiatan Komunikasi.....	13
2.3.1.4.5 Umpan Balik.....	13
2.3.1.4.6 Evaluasi.....	14
2.3.1.5 Bentuk-Bentuk Strategi Komunikasi.....	14
2.3.2 <i>Public Relations</i> /Hubungan Masyarakat.....	15
2.3.2.1 Definisi <i>Public Relations</i> /Hubungan Masyarakat.....	15
2.3.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i> /Hubungan Masyarakat.....	16
2.3.2.3 Tugas <i>Public Relations</i> /Hubungan Masyarakat.....	17

2.3.3 Hubungan Masyarakat Pemerintah.....	18
2.3.3.1 Definisi Hubungan Masyarakat Pemerintah.....	19
2.3.3.2 Peran Hubungan Masyarakat Pemerintah.....	19
2.3.3.3 Fungsi Hubungan Masyarakat Pemerintah.....	20
2.3.4 Promosi.....	21
2.3.5 <i>Special Event</i>	22
2.3.4.1 Definisi <i>Special Event</i>	23
2.3.4.2 Tujuan <i>Special Event</i>	23
2.3.4.3 Fungsi <i>Special Event</i>	24
2.4 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian.....	28
3.3 Jenis Data dan Sumber Data.....	29
3.3.1 <i>Key Informan</i>	29
3.3.2 <i>Informan</i>	29
3.4 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	30
3.5 Instrument Penelitian.....	30
3.6 Definisi Operasional Konsep.....	30
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	37
4.1 Subyek Penelitian	
4.1.1 Profile Bidang Pemasaran dan Atraksi.....	37
4.1.2 Profile Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta.....	40
4.1.3 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta	41
4.1.4 Kegiatan Umum Instansi.....	43
4.1.5 Jakarnaval 2019 yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta.....	46
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Strategi Komunikasi	
4.2.1.1 Analysis and Research (Analisis dan Riset).....	48
4.2.1.1.1 Merumuskan Masalah.....	48
4.2.1.2 Policy Formulation (Perumusan Kebijakan).....	49
4.2.1.2.1 Kebijakan Dinas.....	49
4.2.1.2.2 Kebijakan Bidang Pemasaran.....	50
4.2.1.2.3 Kebijakan Anggaran Pendapatan dan belanja Daerah (APBD).....	50

4.2.1.3 Program Implementation Planning (Perencanaan Program Pelaksanaan).....	52
4.2.1.4 Communication (Kegiatan Komunikasi).....	54
4.2.1.4.1 Pelaksanaan Festival Jakarnaval 2019.....	58
4.2.1.5 Feedback (Umpan Balik).....	59
4.2.1.6 Evaluation (Evaluasi).....	60
4.2.2 Hambatan/Kendala Strategi Komunikasi.....	63
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Pelaksanaan Jakarnaval 2019.....	67
5.2 Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta dalam Mempromosikan Festival Jakarnaval 2019.....	69
5.3 Hambatan atau Kendala Strategi Komunikasi.....	76
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	78
6.2 Saran.....	79
DAFTAR REFERENSI	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
Tabel 3.1 Tipe-Tipe Dasar Desain Studi Kasus.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	45
Gambar 4.2 SOP <i>Event</i> dan Festival DKI Jakarta.....	49
Gambar 5.1 Jumlah wisatawan mancanegara berkunjung ke DKI Jakarta tahun 2019....	70
Gambar 5.2 Anggaran Kegiatan Jakarnaval 2019.....	71
Gambar 5.3 <i>Calender of event</i> 2019.....	73
Gambar 5.4 Poster Festival Jakarnaval 2019.....	73
Gambar 5.5 Publikasi Jakarnaval 2019.....	74
Gambar 5.6 Komentar Informan di Instagram Jakarnaval.....	75

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Tahapan Perencanaan Komunikasi.....	11
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran Peneliti.....	26
Bagan 4.1 Struktur Bidang Pemasaran dan Atraksi sesuai Peraturan Gubernur Nomor 269 tahun 2016.....	37