

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
TANDA PERSETUJUANSKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	V

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika.....	5

BAB II DAFTAR PUSTAKA

2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Proses Komunikasi.....	9
2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi.....	10
2.1.3 Dimensi-Dimensi Komunikasi dalam kehidupan organisasi.....	10

2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.1 Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 Perencanaan Strategi Pemasaran.....	16
2.3 Strategi Pemasaran.....	16
2.3.1 Tahap-tahap Strategi.....	17
2.3.2 Faktor-faktor yang mendukung pelaksanaan strategi.....	19
2.3.3 Public Relations.....	20
2.3.4 Fungsi Public Relations.....	22
2.3.5 Tujuan Public Relations.....	23
2.4 Komunikasi Pariwisata.....	24
2.4.1 Pengertian Pariwisata.....	25
2.4.2 Pemasaran Pariwisata.....	28
2.5 Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	29
2.6 Kerangka Pemikiran.....	42
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe penelitian.....	42
3.2 Sumber data.....	43
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	45

3.3.1 Data Primer.....	46
3.3.2 Data Sekunder.....	46
3.4 Teknik sampling.....	47
3.5 Reabilitas dan validitas data.....	48
3.6 Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Profil DISPARPORA.....	53
4.1.1 Deskripsi lokasi penelitian.....	54
4.1.2 Arti logo.....	54
4.1.3 Visi dan Misi	
DISPARPORA.....	57
4.2 Informan dan Key Informan.....	57
4.3 Dasar analisa.....	58
4.4 Analisa Strategi	
humas.....	61
4.4.1 Faktor pendukung dan hambatan dalam strategi pemasaran.....	70
4.4.2 Langkah yang ditempuh dalam mengatasi hambatan promosi.....	74
4.4.3 Peran media dalam strategi promosi pariwisata.....	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN