

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	I
LEMBAR PERNYATAAN	II
ABSTRAK.....	III
ABSTRACT	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	8
1.2.1 RUMUSAN MASALAH MAKRO.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	8
1.3. MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN	8
1.3.1. Maksud Penelitian	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. KEGUNAAN PENELITIAN	9
1.4.1. Kegunaan Teoritis	9
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	14
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi	14
2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi	16
2.1.2.3 Proses Komunikasi.....	17
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi	18
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi	18
2.1.3.1 Pengertian Organisasi	18
2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Organisasi.....	19
2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi.....	20
2.1.4 Tinjauan Tentang New Media	21
2.1.4.1 Tinjauan Tentang Instagram	21
2.1.5 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.5.1 Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran.....	22

2.1.6 Tinjauan Tentang Promosi	24
2.1.6.1 Pengertian Promosi	25
2.1.6.2 Tujuan Promosi.....	26
2.1.6.3 Strategi Promosi.....	27
2.1.7 Tinjauan Tentang Pariwisata	29
2.1.7.1 Definisi Pariwisata	29
2.1.7.2 Bentuk Pariwisata	30
2.2 KERANGKA PEMIKIRAN.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 DESAIN PENELITIAN	37
3.2 INFORMAN PENELITIAN.....	39
3.2.1 Informan Kunci	40
3.2.2 Informan Pendukung	41
3.3 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	41
3.3.1 Studi Pustaka.....	41
3.3.2 Studi Lapangan	43
3.4 UJI KEABSAHAN DATA	44
3.5 TEKNIK ANALISA DATA.....	46
3.6 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN	48
3.6.1 Lokasi Penelitian	48
3.6.2 Waktu Penelitian	48
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 HASIL PENELITIAN	50
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.1.1.1 Sejarah Badan Promosi Daerah Pariwisata Kab. Bogor	51
4.1.1.2 Visi dan Misi Badan Promosi Daerah Pariwisata Kab. Bogor	51
4.1.1.3 Tugas Pokok dan Fungsi Badan Promosi Daerah Pariwisata Kab. Bogor.....	52
4.1.1.4 Struktur Organisasi Badan Promosi Daerah Pariwisata Kab. Bogor	52
4.1.1.5 Bogor Sport and Tourism	53
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	58
4.1.2.1 Informan Kunci Penelitian.....	61
4.1.2.2 Informan Pendukung Penelitian	62
4.1.3 Analisa Penelitian	65
4.1.3.1 Penetapan Tujuan Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	66
4.1.3.2 Penetapan Sasaran Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	70

4.1.3.3 Rancangan Pesan dan Media Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	73
4.1.3.4 Pengembangan Promotional Mix Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	79
4.1.3.5 Evaluasi Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor	82
4.2 PEMBAHASAN	84
4.2.1 Penetapan Tujuan Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	84
4.2.2. Penetapan Sasaran Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	86
4.2.3. Rancangan Pesan dan Media Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	90
4.2.4.Pengembangan Promotional Mix Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor.....	94
4.2.5. Evaluasi Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor	99
4.2.6. Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Program Bogor Sport And Tourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata Kabupaten Bogor (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Pemerintah Kabupaten Bogor Melalui Akun Media Sosial Instagram @bogor_SportAndTourism Dalam Mempromosikan Tempat Wisata di Kabupaten Bogor).....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 KESIMPULAN	106
5.2 SARAN	109
5.2.1 Saran Untuk Program Bogor Sport and Tourism.....	109
5.2.2 Saran Untuk peneliti selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	140