

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
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 Ilmu Komunikasi	14
2.1.3	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	17
2.1.4	Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.5	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran	21
2.1.6	Tinjauan Tentang Komunikasi Pariwisata	21
2.1.7	Tinjauan Tentang Media Sosial Instagram	27
2.2	Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Desain Penelitian	37
3.2	Informan Penelitian.....	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1	Studi Pustaka.....	40
3.3.2	Studi Lapangan.....	41
3.3.3	Observasi.....	41
3.4	Uji Keabsahan Data	42
3.4.1	Peningkatan ketekunan.....	42
3.4.2	Triangulasi.....	42
3.1.3	Membercheck	43
3.5	Teknik Analisa Data	43
3.5.1	Reduksi Data	43
3.5.2	Display Data.....	44
3.5.3	Kesimpulan dan Verifikasi.....	44
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	45
3.6.1	Lokasi Penelitian	45
3.6.2	Waktu Penelitian	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	51
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	59
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian	64
4.2 Pembahasan Penelitian	84
4.2.1 Penetapan Tujuan Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran melalui media sosial instagram.	85
4.2.2 Penetapan Sasaran Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran melalui media sosial instagram.	87
4.2.3 Rancangan Pesan dan Media Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran melalui media sosial instagram.	89
4.2.4 Pengembangan <i>Promotional Mix</i> Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran melalui media sosial instagram.	91
4.2.5 Evaluasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran melalui media sosial instagram.	94
4.2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran melalui media sosial instagram.	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	101
5.2.1 Saran bagi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran	101
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	105