

DAFTAR ISI

Hal

| | |
|--|------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | |
| SURAT PERNYATAAN | |
| KATA PENGANTAR..... | i |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.2.1 Rumusan Masalah Makro..... | 9 |
| 1.2.2 Rumusan Masalah Mikro | 9 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian | 10 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 11 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis..... | 11 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 13 |
| 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 13 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.2 | Tinjauan Pustaka | 15 |
| 2.2.1 | Tinjauan Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>) | 15 |
| 2.2.2 | Tinjauan Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Intergrated Marketing Communication/IMC</i>)..... | 17 |
| 2.2.3 | Tinjauan Komunikasi Pariwisata | 28 |
| 2.3 | Kerangka Pemikiran | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 33 |
| 3.1 | Metode Penelitian | 33 |
| 3.2 | Informan Penelitian | 34 |
| 3.2.1 | Informan Kunci | 34 |
| 3.2.2 | Informan Pendukung | 36 |
| 3.3 | Teknik Pengumpulan Data | 37 |
| 3.3.1 | Studi Pustaka | 38 |
| 3.3.2 | Studi Lapangan..... | 39 |
| 3.4 | Uji Keabsahan Data | 40 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 42 |
| 3.6 | Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 43 |
| 3.6.1 | Lokasi Penelitian | 43 |
| 3.6.2 | Waktu Penelitian | 44 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 45 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 45 |
| 4.1.1 | Gambaran Objek Penelitian..... | 45 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4.1.2 | Deskripsi Informan Penelitian..... | 48 |
| 4.1.3 | Analisis Hasil Penelitian | 53 |
| 4.2 | Pembahasan | 74 |
| 4.2.1 | Periklanan Saung Angklung Udjo dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Normal Baru..... | 74 |
| 4.2.2 | Promosi Penjualan Saung Angklung Udjo dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Normal Baru | 77 |
| 4.2.3 | Acara dan Pengalaman Saung Angklung Udjo dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Normal Baru | 78 |
| 4.2.4 | Hubungan Masyarakat Saung Angklung Udjo dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Normal Baru | 80 |
| 4.2.5 | Pemasaran Langsung dan Interaktif Saung Angklung Udjo dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Normal Baru | 83 |
| 4.2.6 | Pemasaran Mulut ke Mulut Saung Angklung Udjo dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Normal Baru | 85 |
| 4.2.7 | Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Saung Angklung Udjo Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pada Masa Normal Baru | 87 |

| | |
|-----------------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA | 94 |
| LAMPIRAN..... | 99 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 139 |