

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	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.....	11
1.4 Pembatasan Masalah	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5.1 Kegunaan Teoritis	12
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	17
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi	17
2.1.2.2 Fungsi Komunikasi	19
2.1.2.3 Proses Komunikasi	21
2.1.2.4 Hambatan Komunikasi	22
2.1.2.5 Unsur – unsur Komunikasi.....	24
2.1.2.6 Tujuan Komunikasi	25
2.1.2.7 Strategi Komunikasi.....	26
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	28

2.1.3.1	Pengertian Komunikasi Pemasaran	28
2.1.3.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran	30
2.1.3.3	Fungsi Komunikasi Pemasaran	34
2.1.3.4	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	36
2.1.4	Tinjauan Tentang Pariwisata	39
2.1.4.1	Pengertian Pariwisata	39
2.1.4.2	Bentuk Pariwisata.....	40
2.1.5	Tinjauan Tentang Komunikasi Pariwisata	41
2.1.5.1	Pengertian Komunikasi Pariwisata.....	41
2.1.5.2	Tujuan Komunikasi Pariwisata	42
2.1.5.3	Bidang Kajian Komunikasi Pariwisata	44
2.1.5.4	Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata.....	47
2.1.6	Tinjauan tentang Wisatawan	51
2.2	Kerangka Pemikiran	52
BAB III	METODE PENELITIAN	60
3.1	Desain penelitian	60
3.2	Informan Penelitian	60
3.3	Teknis pengumpulan data.....	61
3.3.1	Observasi	61
3.3.2	Studi Pustaka	62
3.3.3	Wawancara	62
3.3.4	Dokumentasi.....	63
3.4	Uji Keabsahan Data.....	63
3.5	Teknis analisis data	64
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1	Hasil Penelitian	67
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	70
4.1.1.1	Sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	70
4.1.1.2	Visi Misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	72
4.1.1.3	Logo Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	75
4.1.1.4	Struktural Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung ..	76
4.1.1.5	Pariwisata Kota Bandung.....	80
4.1.2	Deskripsi Identitas Informan.....	86

4.1.2.1 Informan Kunci Penelitian	86
4.1.2.1 Informan Pendukung Penelitian	87
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian	88
4.1.3.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19	89
4.1.3.2 Sasaran Komunikasi Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19	94
4.1.3.3 Rancangan Pesan Yang Disampaikan dan Penggunaan Media Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19	96
4.1.3.4 <i>Promotion Mix</i> Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19	105
4.1.3.5 Evaluasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid - 19.....	112
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	113
4.2.1 Penetapan Tujuan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19	113
4.2.2 Penetapan Sasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19.....	115
4.2.3 Perancangan Pesan dan Saluran Media Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19.....	116
4.2.4 <i>Promotion Mix</i> Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19	118
4.2.5 Tahapan Evaluasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Bandung Pasca Pandemi Covid – 19	122
4.2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan	124
BAB V PENUTUP.....	130
5.1 Kesimpulan.....	130
5.2 Saran.....	133
5.2.1 Saran Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	133

5.2.1 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	134
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN.....	138