

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Wisata Nasional Tahun 2011-2016	4
Gambar 1.2 Perkembangan Wisata Mancanegara Tahun 2015-2016	5
Gambar 1.3 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung Ke Provinsi Riau Tahun 2015 dan 2016	6
Gambar 1.4 Tahapan Penelitian	9
Gambar 2.1 Proses Komunikasi Kotler dan Keller	28
Gambar 2.2 Tahapan Pencapaian Tujuan Komunikasi dan Strategi Komunikasi	31
Gambar 2.3 Model Komunikasi <i>Word Of Mouth</i>	37
Gambar 2.4 IMC Model Dwi Sapta	40
Gambar 2.5 Hierarki Komunikasi Brand	48
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 3.1 Logo Dinas Pariwisata Provinsi Riau	53
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Provinsi Riau	54
Gambar 3.3 Triangulasi “Sumber” Pengumpulan Data	62
Gambar 3.4 Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman	64
Gambar 4.1 Logo Bujang Dara Provinsi Riau	65
Gambar 4.2 Bujang dan Dara Provinsi Riau tahun 2011-2013	67
Gambar 4.3 Prestasi Bujang Dara	71
Gambar 4.4 Informan Utama 1 : Bapak Fahmi	76
Gambar 4.5 Informan Utama 2 : Bapak Andri	77
Gambar 4.6 Informan Pendukung 1 : dr. Rezqa Khalifa	78

Gambar 4.7 Informan Pendukung 2 : Vivien Anjadi	78
Gambar 4.8 Cerita Baru Center Provinsi Riau	80
Gambar 4.9 Pameran dan Event Bujang Dara	91
Gambar 4.10 Branding Pariwisata	107
Gambar 4.11 Media Dinas Pariwisata Provinsi Riau	112
Gambar 4.12 Discovery Circle	114
Gambar 4.13 Intent Formulation Flow	120
Gambar 4.14 Strategy Circle	125