

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Tahapan Penelitian.....	9
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
1.6.1 Lokasi penelitian.....	11
1.6.2 Waktu penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Teori	28
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	28
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	30
2.2.3 Tools Komunikasi Pemasaran	32
2.2.4 Event Sebagai Tools Komunikasi Pemasaran	38
2.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran	40
2.2.6 Pariwisata.....	43

2.2.7 Pemasaran Pariwisata	45
2.2.8 Branding Destinasi	47
2.3 Kerangka Pemikiran	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Paradigma Penelitian	51
3.2 Metode Penelitian	52
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	53
3.3.1 Subjek Penelitian	53
3.3.2 Objek Penelitian	55
3.4 Definisi Konsep	56
3.5 Unit Analisis	57
3.6 Informan Peneliti	58
3.7 Teknik Pengumpulan Data	60
3.7.1 Data Primer.....	60
3.7.2 Data Sekunder.....	61
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	61
3.9 Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum.....	65
4.1.1 Bujang Dara Provinsi Riau	65
4.2 Kriteria Informan	74
4.2.1 Profil Informan	76
4.3 Hasil Penelitian.....	79
4.3.1 Discovery Circle.....	79
4.3.2 Intent Circle	94
4.3.3 Strategy Circle	102
4.4 Pembahasan	114
4.4.1 Discovery Circle	114
4.4.2 Intent Circle	120
4.4.3 Strategy Circle	125
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	132
5.1 Simpulan.....	132
5.2 Saran	136
5.2.1 Saran Akademik	136

5.2.2 Saran Praktis136

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN