

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Kegunaan Penelitian .....	8
1.6 Waktu Penelitian.....	9
BABI II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Komunikasi .....	10
2.1.2 Pariwisata .....	10
2.1.3 Pemasaran Pariwisata.....	12
2.1.4 Marketing Communication Tools .....	12
2.1.5 Promosi .....	16

2.1.6	Strategi Komunikasi.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu .....	21
2.3	Kerangka Pemikiran .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	35
3.2	Metode Penelitian .....	35
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	36
3.3.1	Subjek Penelitian.....	36
3.3.2	Objek Penelitian .....	37
3.4	Lokasi Penelitian.....	37
3.5	Unit Analisis Penelitian .....	38
3.6	Informan Kunci.....	38
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.7.1	Data Primer .....	40
3.7.2	Data Sekunder .....	41
3.8	Teknik Analisis Data .....	41
3.9	Teknik Keabsahan Data.....	42
3.9.1	Peningkatan Ketekunan.....	42
3.9.2	Triangulasi.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Karakteristik Informan.....	44
4.2	Hasil Penelitian .....	47
4.2.1	Anjungan TMII sebagai Media Promosi Pariwisata di Indonesia .....	47
4.2.2	Struktur Organisasi Anjungan Daerah .....	48
4.2.3	Strategi Komunikasi Pemasaran Anjungan Taman Mini Indonesia Indah	54
4.2.3.1	Advertising.....	54

4.2.3.2	Public Relations .....	56
4.2.3.3	Exhibition.....	59
4.2.3.5	Direct Marketing .....	75
4.2.3.6	Sales Promotions.....	78
4.2.3.7	Roadshow .....	79
4.3	Pembahasan .....	81
4.3.1	Anjungan TMII sebagai Media Promosi Pariwisata di Indonesia .....	81
4.3.2	Pengorganisasian.....	83
4.3.3	Strategi Komunikasi Pemasaran Anjungan TMII.....	84
4.3.3.1	Advertising.....	84
4.3.3.2	Public Relations .....	85
4.3.3.3	Exhibition.....	85
4.3.3.4	E-communications.....	86
4.3.3.5	Direct Marketing .....	87
4.3.3.6	Sales Promotion .....	88
4.3.3.7	Roadshow.....	89
4.4	Hambatan .....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		95
5.1	Kesimpulan .....	95
5.2	Saran .....	97
5.2.1	Saran Akademis .....	97
5.2.2	Saran Praktis .....	97
DAFTAR PUSTAKA .....		98
LAMPIRAN.....		101