

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Tahapan Penelitian	6
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
1.6.1 Lokasi Penelitian	8
1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Jurnal Nasional	10
2.1.2 Jurnal Internasional	13
2.1.3 Skripsi.....	15
2.2 Tinjauan Pustaka	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.2.2 Perencanaan Komunikasi	19
2.2.3 Strategi Komunikasi	20
2.2.4 Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah	20

2.2.5 Pariwisata	21
2.2.5.1 Pengertian Pariwisata	21
2.2.5.2 Pariwisata Sebagai Bisnis Modern	21
2.2.6 Media Baru	22
2.2.7 Media Sosial	22
2.2.7.1 Karakteristik Media Sosial	23
2.2.8 Media Sosial Instagram	24
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3.1 Subjek Penelitian	30
3.3.2 Objek Penelitian	30
3.4 Definisi Konsep	31
3.5 Unit Analisis	31
3.6 Informan Penelitian	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data	33
3.7.1 Wawancara	33
3.7.2 Dokumentasi	33
3.8 Teknik Keabsahan Data	34
3.9 Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Karakteristik Informan	37
4.2 Hasil Penelitian	38
4.2.1 Model Perencanaan Komunikasi Lima Langkah	38
4.2.1.1 Penelitian (<i>Research</i>)	38
4.2.1.2 Perencanaan (<i>Plan</i>)	42
4.2.1.3 Pelaksanaan (<i>Execute</i>)	48
4.2.1.4 Pengukuran (<i>Measure</i>)	51
4.2.1.5 Pelaporan (<i>Report</i>)	54
4.3 Pembahasan	57
4.3.1 Penelitian (<i>Research</i>)	57
4.3.2 Perencanaan (<i>Plan</i>)	57

4.3.3 Pelaksanaan (<i>Execute</i>).....	58
4.3.4 Pengukuran (<i>Measure</i>).....	59
4.3.5 Pelaporan (<i>Report</i>).....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	60
5.2.1 Saran Akademis	60
5.2.2 Saran Praktis.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61