

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Akademis	8
2. Manfaat Praktis	8
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Kerangka Pemikiran	14
A. Komunikasi Pemasaran	14
B. Komunikasi Pemasaran Pariwisata	20
C. Strategi Komunikasi Pemasaran	26
G. Kerangka Konsep	33
H. Metodologi Penelitian	35
1. Lokasi Penelitian	37
2. Teknik Pengumpulan Data	37

3. Analisi Data	39
BAB II STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA	40
A. Komunikasi Pemasaran dalam Industri Pariwisata	40
B. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Industri Pariwisata	45
BAB III Gambaran Umum Pariwisata Kota Baubau	54
A. Gambaran Umum Kota Baubau	54
B. Geografis Kota Baubau	55
C. Visi Misi Pariwisata Kota Baubau	58
D. Perencanaan Pengembangan Pariwisata Kota Baubau	60
E. Potensi Pariwisata Kota Baubau	60
F. Pariwisata Budaya/Sejarah	61
G. Pariwisata Alam	62
H. Pariwisata Buatan	64
I. Struktur Organisasi	67
BAB IV STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS PARIWISATA KOTA BAUBAU	68
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Baubau dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan	68
1. Perencanaan Komunikasi Pemasaran ..	68
A. Menganalisis Situasi	69
B. Mengidentifikasi Khalayak Sasaran	73
C. Menentukan Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	76
D. Menetapkan Anggaran Komunikasi Pemasaran	78
B. Pemilihan Strategi Komunikasi Pemasaran	80
C. Hambatan dalam Komunikasi Pemasaran	90
D. Diskusi Temuan	91

BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran	99
Daftar Pustaka	101
Lampiran	106