

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------|-------|
| HALAMAN SAMPUL DEPAN | i |
| HALAMAN SAMPUL DALAM | ii |
| HALAMAN JUDUL..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| DAFTAR ISTILAH | xvi |
| <i>ABSTRACT</i> | xvii |
| INTISARI..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan | 5 |
| 1.4 Ruang Lingkup..... | 5 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 5 |

| | |
|---|-----------|
| 1.6 Tinjauan Pustaka..... | 6 |
| 1.7 Landasan Teori | 10 |
| 1.8 Metode Penelitian..... | 16 |
| 1.8.1 Metode Pengumpulan Data | 16 |
| 1.8.2 Metode Analisis Data..... | 19 |
| 1.9 Sistematika Penulisan..... | 20 |
| BAB II GAMBARAN UMUM CAMPA TOUR..... | 22 |
| 2.1 Profil Umum Campa Tour | 21 |
| 2.1.1 Sejarah Campa Tour..... | 21 |
| 2.1.2 Lokasi Perusahaan..... | 25 |
| 2.1.3 Badan Hukum Campa Tour | 27 |
| 2.1.4 Visi dan Misi Perusahaan..... | 28 |
| 2.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan | 29 |
| 2.2 Nilai-Nilai Campa Tour | 30 |
| 2.3 Caventer oleh Campa Tour | 35 |
| 2.4 Paket Wisata Campa Tour..... | 40 |
| 2.5 Jumlah Wisatawan Campa Tour | 45 |
| 2.6 Jumlah Pendapatan Campa Tour..... | 47 |
| BAB III UPAYA CAMPA TOUR DALAM MENINGKATKAN | |
| KESADARAN WISATAWAN YOGYAKARTA | |
| TERHADAP PARIWISATA BERKELANJUTAN..... | 49 |
| 3.1 Pesan, Saluran Komunikasi dan Pemangku Kepentingan Terkait..... | 49 |
| 3.1.1 Apa Pesan (<i>What Is The Message</i>)..... | 49 |
| 3.1.2 Saluran Komunikasi atau Metode Apa yang Dapat Digunakan (<i>What Communication Channels or Methods Can Be Used</i>) | 52 |

| | |
|---|--|
| 3.1.3 Pemangku Kepentingan yang Dibutuhkan untuk Mengembangkan Pesan dan Menyampaikan kepada Wisatawan (<i>The Stakeholders Who Will Need to Be Involved to Develop The Message and Get It Across The Tourist</i>) ..54 | |
| 3.2 Upaya Campa Tour dalam Meningkatkan Kesadaran Wisatawan Yogyakarta Melalui Siklus Perjalanan Wisata.....56 | |
| 3.2.1 Komunikasi Melalui Publikasi dan Media57 | |
| 3.2.2 Komunikasi Melalui Agen Perjalanan dan Staf Penjualan Biro Perjalanan Wisata.....69 | |
| 3.2.3 Komunikasi Melalui Dokumentasi Sebelum Keberangkatan.....72 | |
| 3.2.4 Komunikasi Melalui Informasi dalam Penerbangan78 | |
| 3.2.5 Komunikasi Saat di Destinasi.....80 | |
| 3.2.6 Komunikasi Setelah Perjalanan Wisata89 | |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN94 | |
| 4.1 Kesimpulan.....94 | |
| 4.2 Saran.....97 | |
| DAFTAR PUSTAKA DAN LAMPIRAN102 | |