

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penulisan.....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Tinjauan Pustaka.....	7
1.7 Landasan Teori .....	11
1.8 Metode Penelitian .....	15
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
2.1 DBPP II Regional III Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.....	21
2.2 Strategi Pemasaran Mancanegara di Kementerian Pariwisata .....	25
2.3 Azerbaijan .....	29
<b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Proses Penyelenggaraan <i>Familiarization Trip</i> Media Azerbaijan.....	33
3.2 Luaran kegiatan <i>Familiarization Trip</i> media Azerbaijan.....	53
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
4.1 Kesimpulan .....	61
4.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Asdep Pemasaran II Regional III .....	23
Gambar 2. 2 Gambar Peta Negara Azerbaijan.....	30
Gambar 3. 1 Alur Kerja Pelaksanaan Familiarization Trip Media Azerbaijan .....	34
Gambar 3. 2 Peserta Familiarization Trip media Azerbaijan .....	40
Gambar 3. 3 Kegiatan mengambil gambar yang dilakukan salah satu peserta .....	43
Gambar 3. 4 Kunjungan di PTPN VIII.....	44
Gambar 3. 5 Peserta Meninggalkan Saung Angklung Udjo .....	47
Gambar 3. 6 Foto di depan Gedung Sate Bandung .....	48
Gambar 3. 7 Peserta mempelajari cara membatik.....	50
Gambar 3. 8 Kunjungan di Holy Spring Tirtha Empul Tampak Siring, Bali .....	51
Gambar 3. 9 Berita online dengan judul Indoneziya haqqında bilmədikləriniz.....	54
Gambar 3. 10 Cuplikan kegiatan yang dapat dinikmati di Pulau Dewata Bali .....	55
Gambar 3. 11 Berita online dengan judul Indoneziya Turizmi.....	55
Gambar 3. 12 Berita online dengan judul Bali - “qəzəbli tanrıları” adası .....	56
Gambar 3. 13 Berita online mengenai potensi wisata Indonesia .....	58
Gambar 3. 14 Vlog kegiatan Familiarization Trip media Azerbaijan .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Tinjauan Pustaka .....	8
Tabel 1. 2 Komponen Pelaksanaan Familiarization Trip .....	14
Tabel 2. 1 Tabel Rencana Kegiatan DBPP II Regional III 2018 .....	24
Tabel 2. 2 Tabel jenis Branding pada Pendekatan BAS .....	26
Tabel 3. 1 Data peserta Familiarization Trip media Azerbaijan .....	39

## DAFTAR ISTILAH

1. *Awareness* : Kesadaran menunjukkan kesanggupan konsumen (atau calon pembeli) dalam mengingat kembali (*recognize*) atau mengenali (*recall*) bahwa suatu merek merupakan suatu bagian dari kategori produk tertentu.
2. *Blogger* : Sebutan bagi orang yang menulis di blog berupa tulisan serupa jurnal / buku harian yang ditampilkan di web.
3. *Branding* : Berbagai kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dengan tujuan untuk membangun dan membesarkan sebuah *brand* atau merek.
4. *Business to Business* : Transaksi yang dilakukan secara elektronik maupun fisik dan terjadi antara entitas bisnis satu ke bisnis lainnya.
5. *Event* : Merupakan media komunikasi dalam menyampaikan informasi dan pesan dari sebuah brand atau perusahaan dengan melakukan interaksi secara langsung dengan konsumen maupun publik internal perusahaan.
6. *Familiarization Trip* : Kegiatan perjalanan wisata yang dilaksanakan untuk memperkenalkan daya tarik wisata ataupun produk wisata baru yang akan dan sedang dikembangkan sehingga pada akhirnya melalui kegiatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam menarik minat wisatawan.
7. *Guide* : Seseorang/sekelompok yang bertugas untuk menemani, mengantar, memberikan informasi dan saran kepada seorang/sekelompok wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata.
8. *Itinerary* : Rencana yang dibuat untuk mempermudah perjalanan wisata.
9. *Land of Fire* : *Tagline* yang diberikan oleh kementerian pariwisata di negara Azerbaijan.
10. *Production House* : Sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audiovisual untuk disajikan

- kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun melalui *broadcasting house*.
11. *Sales Mission* : Salah satu kegiatan promosi pariwisata yang dilaksanakan di luar negeri dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisman ke Indonesia.
  12. *Site Visit* : Kunjungan lapangan yang dilakukann untuk melihat perkembangan real suatu pekerjaan.
  13. *Stakeholders* : Suatu masyarakat, kelompok, kumunitas ataupun individu manusia yang memiliki hubungan dan kepentingan terhadap suatau organisasi atau perusahaan.
  14. *Testimony Form* : Surat edaran yang berisi beberapa pendapat, usulan, masukan yang sifatnya mendukung dan menambah nilai suatu produk tertentu.
  15. *Travel Agent* : badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara dalam menjual atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.
  16. *Travel Mart* : Pameran yang bersifat *Business to Business* (B to B) yang mempertemukan pengelola wisata (*seller*) dengan agen wisata (*buyer*).
  17. *Wholesellers* : Perusahaan perjalanan yang menyusun acara perjalanan wisata secara menyeluruh atau secara khusus menjual paket perjalanan wisata kepada *Retail Travel Agent*

## DAFTAR SINGKATAN

- |             |  |
|-------------|--|
| 1. Wisman   | : Wisatawan Mancanegara                        |
| 2. Rakornas | : Rapat Koordinasi Nasional                    |
| 3. PATA     | : <i>Pacific Travel Associato</i>              |
| 4. Famtrip  | : <i>Familiarization Trip</i>                  |
| 5. ITB      | : <i>Internationale Tourismus-Börse Berlin</i> |
| 6. WTM      | : <i>World Travel Market</i>                   |
| 7. ATM      | : <i>Arabian Travel Market</i>                 |
| 8. TA/TO    | : <i>Travel Agent/Tour Operator</i>            |
| 9. ICF      | : <i>Indonesian Cultural Festival</i>          |
| 10. PCO     | : <i>Professional Conference Organizer</i>     |
| 11. VITO    | : <i>Visit Indonesia Tourism Officer</i>       |
| 12. BPS     | : Badan Pusat Statistik                        |
| 13. Asdep   | : Asisten Deputi                               |
| 14. FWI     | : <i>Festival Wonderful Indonesia</i>          |
| 15. OIC     | : <i>Organisation of Islamic Cooperation</i>   |
| 16. LOC     | : <i>Letter of Commitment</i>                  |
| 17. KBRI    | : Kedutaan Besar Republik Indonesia            |
| 18. KJRI    | : Konsulat Jenderal Republik Indonesia         |
| 19. PIC     | : <i>Person in Charge</i>                      |