

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR BAGAN.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Tinjauan Pustaka	8
1.7. Landasan Teori	13
1.8. Metode Penelitian	18
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	25
2.1. Lokasi Kementerian Pariwisata.....	25
2.2. Gambaran Umum	26
2.2.1. Sejarah Kementerian Pariwisata	26
2.2.2. Sejarah dan Logo Pariwisata Indonesia.....	27
2.2.3. Visi dan Misi Kementerian Pariwisata	30
2.2.4. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Pariwisata	31

2.2.5. Tugas dan Fungsi Asisten Deputi Pengembangan Pemasaran II Regional II	33
2.2.6. Struktur Organisasi Asisten Deputi Pengembangan Pemasaran II Regional II	34
2.2.7. Kegiatan Promosi Kementerian Pariwisata	37
BAB III PEMBAHASAN	39
3.1. Strategi Promosi Pariwisata Kementerian Pariwisata melalui Kegiatan <i>Sales Mission</i> dalam Menarik Minat Kunjungan Wisatawan Korea Selatan	39
3.1.1. Karakteristik Wisatawan Korea Selatan Berdasarkan Teori Strategi Pemasaran dengan Pendekatan DOT (<i>Destination, Origin, dan Time</i>)	39
3.1.2. Strategi Promosi dengan Teori Pendekatan BAS (<i>Branding, Advertising, dan Selling</i>)	46
3.1.3. Strategi Waktu Promosi POP (<i>Pre, On, dan Post Event</i>)	55
3.2. Pengaruh Kegiatan <i>Sales Mission</i> Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Korea Selatan	62
BAB IV PENUTUP	69
4.1. Kesimpulan	69
4.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
DAFTAR NARASUMBER	75
LAMPIRAN	76