

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Akademik	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Kerangka Pemikiran	9
1. Komunikasi Pemasaran Pariwisata	9
2. Peran IMC dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata	19
3. Model Kerangka Pemikiran.....	24
F. Metodologi Penelitian	25
1. Pendekatan Penelitian	25
2. Paradigma Penelitian	26
3. Metode Penelitian.....	26
4. Objek dan Lokasi Penelitian.....	27
5. Teknik Pengumpulan Data	27
6. Teknik Analisis Data	29

7. Keabsahan Data.....	30
8. Limitasi Penelitian.....	30

BAB II KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA

A. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata	31
B. Pariwisata Sebagai Identitas Merek.....	37
C. <i>City Branding</i> dalam Pemasaran Pariwisata.....	41
D. <i>New Media</i> dalam Komunikasi Pemasaran Modern.....	47
E. Komunikasi Pemasaran Pariwisata Dalam Digitalisasi <i>New Media</i>	49

BAB III PROFIL DAN OBJEK PARIWISATA KABUPATEN PACITAN

A. Kabupaten Pacitan	53
1. Demografi Kabupaten Pacitan	53
2. Geografis Kabupaten Pacitan	54
a. Kondisi Fisik Wilayah Kabupaten Pacitan	54
b. Letak Geografis	55
3. Kondisi Sosial Penduduk di Kabupaten Pacitan.....	56
4. Lambang Daerah Kabupaten Pacitan	57
5. Visi dan Misi Pemerintah Kabupaten Pacitan	58
B. Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kabupaten Pacitan	59
C. Objek-Objek Wisata di Kabupaten Pacitan Sebagai <i>Paradise of Java</i>	60

BAB IV KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA KABUPATEN PACITAN

A. Deskripsi Identitas Informan.....	67
B. Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan	70
1. Strategi Pesan dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan Sebagai <i>Paradise of Java</i>	70
a. Tema Utama Pesan Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan	70
b. Daya Tarik Pesan Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan	74
c. Titik Perbedaan Pariwisata Kabupaten Pacitan dengan Kota Lainnya	80

2. Sumber Pesan dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan Sebagai <i>Paradise of Java</i>	83
a. Pemilihan Sumber Pesan dalam Pemasaran Pariwisata Kab. Pacitan	84
b. Keahlian (<i>skills</i>) dari Sumber Pesan	88
c. Keterpercayaan (<i>trustworthiness</i>) dari Sumber Pesan	89
d. Sifat Disukai (<i>likability</i>) dari Sumber Pesan.....	90
3. Strategi Kreatif dalam Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan Sebagai <i>Paradise of Java</i>	91
a. Strategi Kreatif Pemasaran Pariwisata Melalui Periklanan	91
b. Strategi Kreatif Pemasaran Pariwisata Melalui Promosi Penjualan....	96
c. Strategi Kreatif Pemasaran Pariwisata Melalui Humas dan Publisitas	99
d. Strategi Kreatif Pemasaran Pariwisata Melalui Penjualan Personal (<i>personal selling</i>)	108
e. Strategi Kreatif Pemasaran Pariwisata Melalui Pemasaran Langsung (<i>Direct Selling</i>)	112
f. Strategi Kreatif Pemasaran Pariwisata Melalui Pameran.....	114
C. Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan Sebagai <i>Paradise of Java</i>	119
1. Analisis Strategi Pesan Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan	119
2. Analisis Sumber Pesan Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan	124
3. Analisis Strategi Kreatif Pemasaran Pariwisata Kabupaten Pacitan.....	131
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	139
B. Saran	140
 DAFTAR PUSTAKA	142