

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Tinjauan Pustaka .....	4
1.7. Landasan Teori .....	7
1.7.1. Pemasaran Pariwisata.....	7
1.7.2. Strategi <i>Marketing Communication</i> .....	8
1.7.3. Pemasaran Media Sosial .....	9
1.7.4. Instagram.....	10
1.8. Metode Penelitian.....	12
1.8.1. Jenis Penelitian.....	12
1.8.2. Tempat dan Waktu Penelitian .....	13
1.8.3. Alat Penelitian .....	13

1.8.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	13
1.8.5	Jenis Data .....	14
1.8.6	Analisis Data .....	15
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>17</b>
2.1.	Deskripsi Objek Penelitian .....	17
2.2.	Sejarah Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	18
2.3.	Arti Nama dan Logo Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	18
2.3.1	Arti Nama Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	18
2.3.2	Logo Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	18
2.4.	Profil Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	19
2.4.1	Visi dan Misi .....	19
2.4.2	Prinsip Kerja Perusahaan .....	20
2.5.	Struktur Organisasi Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	21
2.6.	Produk Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	21
2.6.1	<i>Tour Package (Domestic and International Destination)</i> .....	22
2.6.2	<i>Tour Planner (Outbond, Gathering, and Study Tour)</i> .....	28
2.6.3	MICE Service and Event Marketing Production Support (Booth and Merchandise) .....	29
2.6.4	Bookings Service (Hotels and Guesthouses, Tickets, Car Rental) .	29
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>		<b>32</b>
3.1.	Pelaksanaan <i>Social Media Marketing</i> dalam Penjualan Paket Wisata Labuan Bajo di Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	33
3.2.	Kendala dan Solusi dari Pelaksanaan <i>Marketing Communication</i> melalui Akun <i>Instagram</i> dalam Meningkatkan Penjualan Paket Wisata Labuan Bajo di Samanata <i>Trip Organizer</i> .....	53
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>57</b>
4.1.	Kesimpulan.....	57
4.2.	Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>60</b>
<b>DAFTAR NARASUMBER .....</b>		<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>62</b>