

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
INTISARI.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
1.6 Tinjauan Pustaka	5
1.7 Landasan Teori	9
a. Biro Perjalanan Wisata	9
b. Paket Wisata	9
c. Pemasaran Internet	10
d. Media daring dan Macamnya	10
e. Manajemen media sosial.....	12
1.8 Metode Penelitian	13
a. Jenis Penelitian	13
b. Tempat dan Waktu Penelitian	14
c. Alat Penelitian	14
d. Teknik Pengumpulan Data.....	15

e.	Jenis Data	17
f.	Analisa Data	17
BAB II :	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	19
2.1	Lokasi OBKA Tourmaker.....	19
2.2	Profil OBKA Tourmaker	20
2.3	Sejarah Singkat OBKA Tourmaker	21
2.4	Logo OBKA Tourmaker.....	22
2.5	Visi dan Misi OBKA Tourmaker	22
2.6	Struktur Organisasi OBKA Tourmaker	23
BAB III :	PEMBAHASAN.....	25
3.1	Paket Wisata Yang Ditawarkan OBKA Tourmaker melalui media daring	25
a.	Tur Pasangan (<i>Couple Tour</i>).....	26
b.	Tur Keluarga (<i>Family Tour</i>)	28
c.	Tur Terbuka (<i>Open Trip</i>).....	30
3.2	Cara OBKA Tourmaker Memasarkan Paket Wisata Secara Daring	31
a.	Situs Web	33
b.	Media Sosial.....	36
c.	Aplikasi Chat	48
3.3	Upaya Memaksimalkan Pemasaran Paket Wisata di OBKA Tourmaker Berdasarkan Pengelolaan Media Daring yang Dimiliki.....	49
a.	Situs Web	50
b.	Media Sosial.....	55
c.	Aplikasi Chat	80
BAB IV :	KESIMPULAN DAN SARAN	84
4.1	Kesimpulan.....	84
4.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		89