

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Batasan Penelitian.....	5
1.7 Keaslian Penelitian.....	6
1.8 Proses Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>E-tourism</i>	9
2.1.1 Kelebihan dan Tantangan <i>E-tourism</i>	11
2.1.2 Pelayanan Informasi Pariwisata secara <i>Online</i>	13
2.2 Pemasaran	14
2.2.1 Konsep Pemasaran Berbasis Konsumen (<i>Customer Driven Marketing</i>).....	14
2.2.2 Pemasaran <i>Online</i>	18
2.3 <i>Website</i>	27

2.3.1 Konten <i>Website</i>	27
2.3.2 Konten <i>Website</i> Berdasarkan Fase Perjalanan Wisatawan.....	28
2.3.3 Kriteria Konten	31
2.4 Pemodelan.....	36
2.4.1 Pemodelan Konseptual	36
2.4.2 <i>Soft System Methodology</i>	43
2.5 Landasan Teori.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Langkah Penelitian.....	48
3.2 Metode Analisis	49
3.3 Uji Model	49
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Kajian Banding Desain <i>Website</i> Pariwisata.....	51
4.1.1 Kajian Banding Desain <i>Website</i> Pariwisata Singapura	51
4.1.2 Kajian Banding Desain <i>Website</i> Pariwisata Australia.....	54
4.2 Kondisi Eksisting Desain dan Pengelolaan Konten <i>Website</i> Visitingjogja.com.....	58
4.3 Usulan Desain Awal <i>Website</i> Berbasis Konsepsi <i>Customer Driven</i> <i>Marketing</i>	86
4.4 Usulan Pertama Model Pengelolaan Konten <i>Website</i> Visitingjogja.com.	90
4.5 Usulan Kedua Model Pengelolaan Konten <i>Website</i> Visitingjogja.com ...	98
4.6 Usulan Akhir Model Pengelolaan Konten <i>Website</i> Visitingjogja.com ..	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN.....	126