

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN.....	2
LEMBAR PENGESAHAN .....	3
SURAT PERNYATAAN .....	4
KATA PENGANTAR .....	5
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR .....	11
INTISARI.....	12
ABSTRACT .....	13
BAB I .....	14
PENDAHULUAN .....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah .....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II.....	21
KERANGKA TEORI .....	21
2.1 Strategi Pemasaran Pariwisata.....	21
2.1.1 <i>Marketing Communication</i> Sebagai Strategi Pemasaran Pariwisata 22	
2.1.2 <i>Personal Selling</i> Sebagai Strategi Pemasaran Pariwisata .....	23
2.2 Peran Duta Wisata .....	24
2.2.1 Peran Duta Wisata Sebagai Modal Sosial .....	25

2.2.2	Unsur-Unsur Modal Sosial.....	28
2.2.3	Modal Sosial Dalam Organisasi.....	32
2.2.4	Modal Sosial Dalam Strategi Pemasaran Pariwisata .....	35
2.3	Definisi Konseptual .....	37
2.3.1	Peran Duta Wisata.....	37
2.3.2	Strategi Pemasaran Pariwisata .....	37
2.4	Definisi Operasional .....	37
2.4.1	Peran Duta Wisata.....	37
2.4.2	Strategi Pemasaran Pariwisata .....	38
2.5	Kerangka Berfikir .....	39
<b>BAB III .....</b>		<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>41</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	41
3.2	Objek Penelitian .....	41
3.2	Unit Analisis.....	42
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.4	Teknik Analisis Data .....	43
3.5	Batasan Penelitian .....	45
<b>BAB IV .....</b>		<b>46</b>
<b>DESKRIPSI WILAYAH OBJEK PENELITIAN.....</b>		<b>46</b>
4.1	Dimas Diajeng Sleman.....	46
4.4.1	Gambaran Umum Dimas Diajeng Sleman.....	46
4.1.2	Kegiatan Mandiri Ikatan Dimas Diajeng Sleman 2014 .....	60
<b>BAB V.....</b>		<b>75</b>
<b>ANALISIS PERAN DUTA WISATA SEBAGAI MODAL SOSIAL.....</b>		<b>75</b>

5.1	Peran Duta Wisata Sebagai Modal Sosial .....	75
5.1.1	Jaringan Sosial Yang Dibentuk Ikatan Dimas Diajeng Sleman.....	75
5.1.2	Kepercayaan Diantara Ikatan Dimas Diajeng Sleman Dan Pihak Lain	81
5.1.3	Timbal Balik Diantara Ikatan Dimas Diajeng Sleman dan Pihak Lain	84
BAB VI .....		88
PERAN DUTA WISATA SEBAGAI MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA .....		88
6.1	Ikatan Dimas Diajeng Sleman 2014 .....	88
6.1.1	Membentuk dan Menguatkan Jaringan Internal Sebagai Wadah Menampung Ide Kreatif Terkait Perencanaan <i>Event</i> Kepariwisataan .....	88
6.1.2	Menjalin Kemitraan Dengan Melibatkan Berbagai Pihak Dalam Melakukan Kegiatan Pemasaran Pariwisata .....	95
6.1.3	Mendorong Munculnya Aktivitas Pemasaran Pariwisata Dengan Target Sasaran Yang Berbeda Dengan Disbudpar.....	97
BAB VII.....		101
PENUTUP.....		101
7.1	Kesimpulan.....	101
7.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA .....		103
LAMPIRAN.....		106
Interview Guide.....		106