UNIVERSITAS
GADJAH MADA
TINGKAT PERFORMANSI PEVITA PEARCE SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER PESONA INDONESIA
DWI YUNITASARI, Muhamad Sidiq Wicaksono, S.E., M.Sc
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PERNYATAAN iii
HALAMAN PERSETUJUAN LAYAK UJI iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR ISTILAH xiv
DAFTAR LAMPIRAN xvii
INTISARI xviii
ABSTRACT xix
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 4
1.3 Pertanyaan Penelitian 5
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 5
1.6 Tinjauan Pustaka 6
1.7 Landasan Teori 9
A. Pemasaran Pariwisata 9
B. Citra Destinasi 10
C. Sosial Media 10
D. Teori DOT, BAS, dan POSE 11
1.8 Metode Penelitian 14
A. Jenis Penelitian 14
B. Tempat dan Waktu Penelitian 15
C. Jenis Data dan Sumber Data 15
D. Alat Penelitian 16
E. Metode Pengambilan Data 17
BAB II 19

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
TINGKAT PERFORMANSI PEVITA PEARCE SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER PESONA INDONESIA
DWI YUNITASARI, Muhamad Sidiq Wicaksono, S.E., M.Sc
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN 19
2.1 Lokasi Kementerian Pariwisata 19
2.2 Gambaran Umum 20
A. Sejarah Singkat Kementerian Pariwisata 20
B. Visi Kementerian Pariwisata 25
Berikut ini visi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Biro Hukum dan Komunikasi Publik) : 25
C. Misi Kementerian Pariwisata 25
D. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Pariwisata 26
2.3 Asdep Komunikasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara 29
A. Komunikasi Media Elektronik (KME) 29
B. Komunikasi Media *Online* (KMO) 30
C. Komunikasi Media Cetak (KMC) 33
D. Komunikasi Media Ruang (KMR) 34
BAB III 35
PEMBAHASAN 35
3.1. Kriteria Pemilihan *Celebrity Endorser* Pesona Indonesia Di Kementerian Pariwisata 35
A. Profil *Talent* 38
B. Rincian Pekerjaan *Talent* 39
***3.2.* Tingkat Performansi Pevita Pearce Sebagai *Celebrity Endorser* dalam Kegiatan Promosi di Sosial Media** 43
A. Kampanye: Ini Indonesiaku, Mana Indonesiamu 43
B. Performa Sosial Media 45
3.3. Tingkat Keefektivan Pemilihan Pevita Pearce sebagai *Celebrity Endorser* Pesona Indonesia 55
A. Jenis Kelamin Responden 55
B. Usia Responden 56
C. Pengetahuan Pevita Pearce sebagai *Celebrity Endorser* Pesona Indonesia 56
D. Alasan Responden setuju dengan Pemilihan Pevita Pearce sebagai *Celebrity Endorser* Pesona Indonesia 57
E. Alasan Responden tidak setuju dengan Pemilihan Pevita Pearce sebagai *Celebrity Endorser* Pesona Indonesia 58
F. Penilaian Responden terhadap video promosi Pesona Indonesia “Ini Indonesiaku, Mana Indonesiamu.” 59
BAB IV 61

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
TINGKAT PERFORMANSI PEVITA PEARCE SEBAGAI CELEBRITY ENDORSER PESONA INDONESIA
DWI YUNITASARI, Muhamad Sidiq Wicaksono, S.E., M.Sc
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

KESIMPULAN DAN SARAN 61
4.1 Kesimpulan 61
4.2 SARAN 63
DAFTAR PUSTAKA 64
Lampiran 66