

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
DAFTAR ISTILAH .....	xvii
ABSTRACT .....	xx
INTISARI .....	xxi
 BAB I PENDAHULUAN .....	 1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Penelitian .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Tinjauan Pustaka .....	5

1.7	Landasan Teori .....	8
1.7.1	Citra Destinasi .....	8
1.7.2	Pemasaran Pariwisata Daring .....	9
1.8	Metode Penelitian .....	10
1.8.1	Jenis Data Penelitian .....	10
1.8.2	Teknik Pengumpulan Data .....	10
1.9	Teknik Analisis .....	12
1.10	Sistematika Penulisan .....	13
 <b>BAB II GAMBARAN UMUM BIDANG KOMUNIKASI MEDIA</b>		
	<i>ONLINE</i> , KEMENTERIAN PARIWISATA .....	14
2.1	Profil Singkat Kementerian Pariwisata .....	14
2.1.1	Kedudukan, Tugas dan Fungsi .....	14
2.1.2	Struktur Organisasi .....	16
2.1.3	Profil Asisiten Deputi Pengembangan Komunikasi Mancanegara.....	16
2.2	Bidang Komunikasi Media <i>Online</i> .....	18
2.2.1	Deskripsi Pekerjaan Subbidang Publikasi .....	20
2.2.2	Deskripsi Pekerjaan Subbidang Sarana Promosi .....	20
2.3	Pariwisata Indonesia selama Tahun 2011-2015.....	21
 <b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>		
3.1	Analisis Citra Destinasi Pariwisata Indonesia di Mancanegara melalui Kegiatan Promosi Media Daring.....	25
3.1.1	Citra Destinasi Pariwisata Indonesia .....	25

3.1.2	Manajemen Promosi Pariwisata Indonesia oleh Bidang Komunikasi Media <i>Online</i> , Kementerian Pariwisata .....	27
3.1.3	Kegiatan Subbidang Publikasi.....	30
3.1.4	Kendala dan Tantangan pada Subbidang Publikasi.....	44
3.1.5	Kegiatan Subbidang Sarana Promosi.....	46
3.1.6	Kendala dan Tantangan pada Subbidang Sarana Promosi.....	58
3.1.7	Perbandingan Citra Destinasi Pariwisata Indonesia dengan Thailand melalui Kegiatan Promosi Media Daring .....	59
BAB IV PENUTUP .....		71
4.1	Kesimpulan .....	71
4.2	Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....		73
LAMPIRAN .....		76
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS .....		84

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata .....	16
Tabel 2. Profil Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2011-2015 .....	22
Tabel 3. Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara per Bulan Pada Tahun 2011-2015 .....	23
Tabel 4. Daftar 17 Negara yang menjadi Pasar Wisatawan Mancanegara Indonesia di Tahun 2016 .....	32
Tabel 5. Daftar Mitra Media Utama yang Bekerjasama dengan Subbidang Publikasi di Tahun 2016 .....	34
Tabel 6. Daftar Mitra Media Lokal di Pasar Utama .....	35
Tabel 7. Bentuk Kerjasama antara Subbidang Publikasi dengan Mitra Media Utama .....	37
Tabel 8. Rangkuman Laporan Media TripAdvisor pada Periode 17 Agustus-13 November 2015 .....	39
Tabel 9. Promosi Acara Gerhana Matahari Total 2016 di Media Daring dan Digital Internasional .....	41
Tabel 10. Analisis Kunjungan berdasarkan Negara Asal pada Periode 30 September-6 Oktober 2015 .....	51
Tabel 11. Analisis Sumber Kunjungan ke laman <a href="http://indonesia.travel">indonesia.travel</a> pada Periode 30 September-6 Oktober 2015 .....	52
Tabel 12. Perbandingan Citra Destinasi Pariwisata Indonesia dengan Thailand melalui Media Sosial Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.	Proyeksi Penerimaan Devisa Indonesia sampai dengan Tahun 2019 .....	1
Gambar 2.	Profil Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia Tahun 2015.....	24
Gambar 3.	Logo “ <i>Wonderful Indonesia</i> ” .....	25
Gambar 4.	Hasil Kegiatan Liputan Wisata oleh Ken Lum Lee .....	43
Gambar 5.	Contoh Bahan Promosi dalam Bentuk Iklan Spanduk Digital yang Dipublikasikan di Pasar Singapura .....	47
Gambar 6.	Contoh Bahan Promosi dalam Bentuk Video Promosi Pariwisata “ <i>Wonderful Indonesia</i> ” yang Ditayangkan di YouTube .....	48
Gambar 7.	Analisis Kunjungan Laman <a href="http://indonesia.travel">indonesia.travel</a> pada Periode 30 September-6 Oktober 2015 .....	50
Gambar 8.	Analisis Kunjungan <i>Fan Page</i> Facebook Indonesia Travel pada Periode 30 September-6 Oktober 2015 .....	54
Gambar 9.	Analisis Kunjungan Akun Twitter @indtravel pada Periode 30 September-6 Oktober 2015 .....	55
Gambar 10.	Analisis Kunjungan Akun Instagram indtravel pada Periode 30 September-6 Oktober 2015 .....	56
Gambar 11.	Analisis Kunjungan Akun YouTube Indonesia Travel pada Periode 30 September-6 Oktober 2015 .....	57
Gambar 12.	Tampilan Laman Pariwisata Indonesia.....	62
Gambar 13.	Tampilan Laman Pariwisata Thailand.....	63
Gambar 14.	Data Peringkat dan Persebaran Geografis Pengguna Internet yang Mengakses <a href="http://www.tourismthailand.org">www.tourismthailand.org</a> .....	64

Gambar 15. Interaksi dan Lalu Lintas Kunjungan Pencarian pada	
Laman <a href="http://indonesia.travel">indonesia.travel</a> .....	65
Gambar 16. Data Peringkat dan Persebaran Geografis Kunjungan	
Laman <a href="http://www.tourismthailand.org">www.tourismthailand.org</a> .....	67
Gambar 17. Interaksi Kunjungan dan Lalu Lintas Pencarian pada	
Laman <a href="http://www.tourismthailand.org">www.tourismthailand.org</a> .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Mitra Media Daring di Pasar Lokal.....	
77	
Lampiran 2. Publikasi Gerhana Matahari Total di YouTube .....	79
Lampiran 3. Publikasi Gerhana Matahari Total di Google .....	80
Lampiran 4. Publikasi Gerhana Matahari Total di TripAdvisor .....	81
Lampiran 5. Publikasi Gerhana Matahari Total di Baidu .....	82
Lampiran 6. Daftar Nama Narasumber .....	83