

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAKSI.....	xii
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	3
1.5 KERANGKA PEMIKIRAN.....	3
1.5.1 KOMUNIKASI PEMASARAN.....	3
1.5.2 PARIWISATA.....	8
1.5.3 KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA.....	9
1.5.4 DESA WISATA SEBAGAI PRODUK JASA.....	11
1.5.6 DAYA TARIK OBJEK WISATA.....	12
1.6 KERANGKA KONSEP.....	13
1.7 METODOLOGI PENELITIAN.....	15
1.7.1 METODOLOGI.....	15
1.7.2 OBJEK PENELITIAN.....	16
1.7.3 PENGUMPULAN DATA.....	16
1.7.4 ANALISIS DATA.....	17
 BAB 2 KAJIAN PUSTAKA KOMUNIKASI PEMASARAN	
2.1 PERKEMBANGAN KOMUNIKASI PEMASARAN.....	22
2.1.1 PENGERTIAN KOMUNIKASI PEMASARAN.....	23
2.1.2 TUJUAN KOMUNIKASI PEMASARAN.....	25
2.1.3 BAURAN PEMASARAN.....	26
2.1.4 KOMUNIKASI PEMASARAN WORD OF MOUTH.....	30
2.1.5 MEDIA BARU (NEW MEDIA).....	32
2.2 PEMASARAN PARIWISATA.....	35
2.3 KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA.....	36

BAB 3 DESKRIPSI DESA BUDAYA PAMPANG

3.1 SEJARAH DESA BUDAYA PAMPANG	39
3.2 PROFIL DESA	40

BAB 4 KOMUNIKASI PEMASARAN OBJEK WISATA DESA BUDAYA PAMPANG

4.1 DATA INFORMAN	50
4.2 GAMBARAN PEMASARAN DESA BUDAYA PAMPANG	48
4.2.1 PRODUK DAN HARGA	51
4.2.2 TEMPAT	59
4.3 KOMUNIKASI PEMASARAN DESA WISATA BUDAYA PAMPANG	60
4.3.1 KOMUNIKASI PEMASARAN MOUTH TO MOUTH	64
4.3.2 FACEBOOK	68
4.3.3 PENJUALAN PERORANGAN	70
4.3.4 EVENT	73
4.3.5 PAMERAN	76
4.3.6 PUBLISITAS	77
4.4 ANALISA	78

BAB 5 PENUTUP

5.1 KESIMPULAN	83
5.2 SARAN	84

DAFTAR

PUSTAKA	85
---------------	----

LAMPIRAN	87
----------------	----