

DAFTAR ISI

SURAT PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Tinjauan Pustaka	10
G. Kerangka Teori	15
1. Reposisi	15
2. Kampanye Komunikasi	16
3. Komunikasi Pariwisata.....	27
4. Kampanye Komunikasi Pariwisata	32
H. Kerangka Konsep dan Operasional.....	34
I. Metodologi Penelitian	38
BAB II REPOSISI PELAKSANAAN KAMPANYE KOMUNIKASI PARIWISATA	44
A. Pentingnya Reposisi.....	44
B. Kampanye Komunikasi.....	47
C. Sektor Pariwisata	64
D. Komunikasi Pariwisata	65
E. Produk Pariwisata	67

F. Tourism Area Life Cycle (TALC)	73
BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	78
A. Kabupaten Batang	78
B. Pariwisata Kabupaten Batang	79
C. Program Visit Batang 2022.....	88
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	92
A. Kondisi Awal Pandemi	92
B. Pesan Reposisi Program Kampanye	100
1. Penguatan di Bidang Investasi	101
2. Prioritas Program “4Si”	107
3. Penerapan Protokol Kesehatan dan CHSE.....	114
C. Pelaku dan Pelaksana Kampanye.....	120
D. Penggunaan Media dan Pemilihan Segmentasi Kampanye	127
E. Evaluasi Efek Pelaksanaan Kampanye	137
1. Pemaksimalan Produk Pariwisata 4A	138
2. Analisis Duar Ulang Pariwisata Batang	159
BAB V PENUTUP	161
A. Kesimpulan	161
B. Saran	165
DAFTAR PUSTAKA	167