

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	15
1.3 Identifikasi Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian	15

1.5 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian terdahulu.....	17
2.2 Komunikasi.....	27
2.3 Komunikasi Organisasi.....	29
2.4 Public Relations.....	31
2.5 Implementasi.....	32
2.6 Kampanye.....	36
2.6.1 Model Komunikasi Public Relations.....	37
2.6.2 Model Komunikasi Kampanye.....	39
2.7 Government Public Relations.....	40
2.8 Brand.....	43
2.9 Country Branding.....	44
2.10 Brand Destinasi Wisata	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Paradigma Penelitian.....	50
3.2 Tipe Penelitian.....	51

3.3 Metode Penelitian.....	52
3.4 Subjek Penelitian.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1 Data Primer.....	55
3.5.2 Data Sekunder.....	56
3.6 Teknik Analisis Data.....	56
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Sejarah Kementerian Pariwisata.....	61
4.1.1.1 Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Mancanegara.....	63
4.1.1.1.1 Struktur Organisasi Asisten Deputi Pengembangan Pemasaran II Regional IV (Eropa).....	65
4.1.1.1.2 Struktur Organisasi Asisten Deputi Strategi Komunikasi Pemasaran II.....	66
4.1.2 Wonderful Indonesia.....	67
4.1.3 Campaign Wonderful Indonesia.....	68
4.1.4 Tujuan.....	69
4.2 Hasil Penelitian.....	69

4.2.1 Aksi.....	70
4.2.2 Komunikasi.....	80
4.3 Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.1.1 Kesimpulan Aksi.....	100
5.1.2 Kesimpulan Komunikasi.....	101
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran Akademis.....	103
5.2.2 Saran Praktis.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA