

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Definisi Komunikasi	21
2.2.1. Fungsi Komunikasi	24
2.3. Marketing Public Relations	26
2.4. Komunikasi Pemasaran	29
2.4.1. Strategi Komunikasi Pemasaran	31
2.5. Komunikasi Pariwisata.....	33
2.5.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata.....	35
2.5.2. Brand.....	46
2.5.3. Brand Destinasi	47
2.6. Humas Pemerintah	48
2.6.2. Fungsi dan Peran Humas Pemerintah	49
BAB III	52

METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1. Paradigma.....	52
3.2. Tipe Penelitian	54
3.3. Metode Penelitian.....	54
3.4. Subyek Penelitian.....	55
3.5. Teknik Pengumpulan Data	57
3.6. Teknik Analisis Data.....	58
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	59
BAB IV	60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
4.1.1. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia	60
4.1.2. Kedudukan, Tugas dan Fungsi Kementerian	62
4.1.3. Fungsi Asisten Deputi Strategi dan Komunikasi Pemasaran 1 pada Kementerian Pariwisata Republik Indonesia	66
4.1.4. Arti Logo Kementerian Pariwisata	68
4.1.5. Brand Kementerian.....	69
4.1.6. Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata	70
4.2. Hasil Penelitian	71
4.3. Pembahasan.....	83
BAB V	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	93
5.2.1. Saran Akademis.....	93
5.2.2. Saran Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	