

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------|------|
| <i>ABSTRACT</i> | i |
| ABSTRAK..... | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |

BAB I. PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Fokus Penelitian..... | 8 |
| 1.3. Pertanyaan Penelitian..... | 9 |
| 1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1. Maksud Penelitian..... | 9 |
| 1.4.2. Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.5.1. Manfaat Akademis..... | 10 |
| 1.5.2. Manfaat Praktis..... | 10 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

| | |
|--|----|
| 2.1. Kajian Pustaka..... | 12 |
| 2.1.1. Riview Penelitian Terdahulu..... | 12 |
| 2.2. Kajian Teoritis..... | 35 |
| 2.2.1. Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori Sistem Mazhab Scott..... | 35 |
| 2.2.2. Perencanaan Dalam Organisasi (POAC)..... | 45 |
| 2.2.3. Brand Awareness..... | 47 |
| 2.2.4. Konsep Model Komunikasi..... | 50 |
| 2.2.5. Kerangka Pemikiran..... | 55 |

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.1. Objek Penelitian..... | 56 |
| 3.2. Paradigma Penelitian..... | 57 |
| 3.3. Metode Penelitian..... | 59 |
| 3.4. Informan Penelitian..... | 60 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data..... | 61 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data..... | 62 |
| 3.7. Teknik Analisis Data..... | 66 |
| 3.8. Teknik Keabsahan Data..... | 68 |
| 3.9. Lokasi Penelitian..... | 70 |

| | |
|---|-----|
| BAB IV. PEMBAHASAN | |
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 71 |
| 4.1.1. Yayasan El John Pageants..... | 71 |
| 4.1.2. Putri Pariwisata Indonesia..... | 75 |
| 4.1.3. Putra Putri Pariwisata Nusantara..... | 77 |
| 4.2. Gambaran Umum Subyek Penelitian..... | 79 |
| 4.2.1. Informan Utama Penelitian..... | 80 |
| 4.2.2. Informan Pendukung Penelitian..... | 85 |
| 4.3. Hasil Penelitian..... | 87 |
| 4.3.1. Model perencanaan komunikasi organisasi <i>non profit</i> dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> destinasi pariwisata pada program EJP kontes kecantikan tingkat Nasional PPI dan P3N tahun 2017 | 88 |
| 4.3.2. Hambatan model perencanaan komunikasi organisasi <i>non profit</i> dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> destinasi pariwisata pada program EJP kontes kecantikan tingkat Nasional PPI dan P3N tahun 2017 | 91 |
| 4.3.3. Proses model perencanaan komunikasi organisasi <i>non profit</i> dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> destinasi pariwisata pada program EJP kontes kecantikan tingkat Nasional PPI dan P3N tahun 2017 | 93 |
| 4.4. Pembahasan..... | 96 |
| 4.4.1. Model perencanaan komunikasi organisasi <i>non profit</i> dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> destinasi pariwisata pada program EJP kontes kecantikan tingkat Nasional PPI dan P3N tahun 2017 | 96 |
| 4.4.2. Hambatan model perencanaan komunikasi organisasi <i>non profit</i> dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> destinasi pariwisata pada program EJP kontes kecantikan tingkat Nasional PPI dan P3N tahun 2017 | 104 |
| 4.4.3. Proses model perencanaan komunikasi organisasi <i>non profit</i> dalam meningkatkan <i>brand awareness</i> destinasi pariwisata pada program EJP kontes kecantikan tingkat Nasional PPI dan P3N tahun 2017 | 108 |
| BAB V. PENUTUP | |
| 5.1. Kesimpulan..... | 112 |
| 5.2. Saran..... | 113 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 115 |
| LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |