

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Akademis .....	7
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	7
1.5. Kerangka Pemikiran .....	8

1.5.1. Model S-M-C-R .....	8
1.6. Promosi .....	10
1.7. Strategi Promosi .....	10
1.8. Film Sebagai Media Promosi .....	11
1.9. Efek Kehadiran Media Massa .....	12

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Film .....	13
2.1.1 Pengertian Film .....	13
2.1.2 Fungsi Film .....	15
2.1.3 Genre Film .....	15
2.1.4 Jenis-Jenis Film.....	17
2.2 Perkembangan Film di Indonesia .....	20
2.3 Definisi Promosi .....	21
2.3.1 Tujuan Promosi .....	23
2.3.2 Sasaran Promosi.....	24
2.4 Motivasi Wisatawan .....	24
2.5 Daya Tarik Wisata .....	25
2.6 Film Sebagai Media Promosi .....	26
2.7 Penelitian Terdahulu .....	28
2.7.1 Peran Promosi Pariwisata Melalui Film Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan .....	28

2.7.2 Penelitian Penerimaan Remaja Terhadap Promosi Pariwisata	
Dalam Film 5cm .....	29

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian .....	32
3.2. Objek Penelitian .....	33
3.3. Sumber Data.....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5. Lokasi Penelitian .....	36
3.6. Teknik Analisis Data .....	36
3.7. Uji Validitas data (Keabsahan Data) .....	38
3.7.1 Triangulasi .....	38

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Candi Ratu Boko .....	40
4.1.1. Sejarah Candi Ratu Boko .....	40
4.1.2. Visi dan Misi Taman Candi Wisata Ratu Boko .....	42
4.1.3. Struktur Organisasi Taman Candi Wisata Ratu Boko..	43
4.1.4. Fasilitas Taman Wisata Candi Ratu Boko .....	43
4.1.5. Daya Tarik Taman Candi Wisata Ratu Boko.....	47
4.2. Hasil Penelitian .....	52
4.2.1. Tampilan Candi Ratu Boko Dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2 .....	52

4.2.2. Promosi Candi Ratu Boko Melalui Film AADC 2 ....	57
4.2.3. Kendala-kendala yang dihadapi pengelola candi Ratu Boko dalam mempromosikan Taman Wisata Candi Ratu Boko .....	59
4.2.4. Peran Film AADC 2 Terhadap Perubahan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Candi Ratu Boko .....	60
4.2.5. Media Publikasi Film Ada Apa Dengan Cinta 2 .....	63
4.2.6. Film Sebagai Media Promosi.....	66
4.2.7. Promosi Melalui Film Untuk Memperkenalkan Objek Wisata .....	69
4.2.8. Dampak Promosi Candi Ratu Boko Melalui Film AADC 2 .....	71
4.2.9. Harapan Dari Sebuah Film Dijadikan Sebagai Media Promosi .....	73
4.3.Pembahasan .....	74

## BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan .....	78
5.2. Saran .....	81

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN