

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	8
1.3.Tujua dan Manfaat Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.Kerangka Teori dan Pemikiran .....	10
1.4.1 Teori Penyusunan Tindakan .....	10
1.4.2 Bauran Pemasaran.....	12
1.4.3 Pemasaran Pariwisata.....	15
1.4.4 <i>Sustainable Green Tourism Marketing</i> .....	16
1.4.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	20
2.1.Strategi Komunikasi Pemasaran .....	20
2.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.2. Strategi Komunikasi.....	21

2.1.3. Strategi dan Perencanaan Komunikasi Pemasaran .....	22
2.1.4. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran .....	23
2.1.5. Buran Pemasaran.....	25
2.2.Komunikasi Pemasaran Pariwisata .....	31
2.2.1. Komunikasi Pariwisata .....	31
2.2.2. Komponen dan Elemen Pariwisata.....	32
2.2.3. Promosi Pariwisata.....	33
2.3.Strategi Pemasaran Pariwisata .....	38
2.4. <i>Sustainable Green Tourism Marketing</i> .....	42
2.5.Penelitian Terdahulu .....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Metodologi .....	47
3.2 Lokasi Penelitian.....	48
3.3 Objek Penelitian .....	48
3.4 Sumber Data.....	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6 Uji Validitas Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.1.1 Sejarah Taman Nasional Teluk Cendrawasih.....	54
4.1.2 Letak dan Luas.....	55
4.1.3 Batas Kawasan.....	55
4.1.4 Sarana Prasarana pada Kampung Kwatisore.....	56
4.1.5 Visi Misi Pengelolaan Taman Nasional Teluk Cendrawasih.....	57
4.1.6 Peta Kawasan Taman Nasional Teluk Cendrawasih.....	58
4.1.7 Logo Taman Nasional Teluk Cendrawasih.....	58
4.1.8 Struktur Organisasi.....	59
4.1.9 Potensi Wisata Kampung Akudiomi (Kwatisore).....	59

4.1.10 Fasilitas Wisatawan.....	63
4.2 Hasil Penelitian .....	66
4.2.1 Pelaku Komunikasi Pemasaran	
Taman Nasional Teluk Cendrawasih.....	66
4.2.2 Fungsi, tugas dan tujuan pemasaran	
Bidang Pengelolaan Taman Nasional Wilayah I Nabire .....	66
4.2.3 Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh	
Bidang Pengelolaan Taman Nasional Wilayah I Nabire.....	68
4.2.4 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	
Bidang Pengelolaan Taman Nasional Wilayah I Nabire .....	75
4.2.5 Faktor pendukung dan penghambat kegiatan pemasaran.....	94
4.2.6 Evaluasi pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran	
Bidang Pengelolaan Taman Nasional Teluk Cendrawasih.....	98
4.3 Pembahasan .....	102
BAB V PENUTUP.....	115
5.1 Simpulan .....	115
5.2 Saran.....	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Jumlah kunjungan wisatawan Asing di Indonesia.....	2
GAMBAR 1.2	Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di kawasan TNTC .....	5
GAMBAR 1.3	Jumlah kunjungan wisawatan nusantara di kawasan TNTC .....	5
GAMBAR 3.1	Triangulasi Data.....	55
GAMBAR 4.1	Peta Kawasan TNTC .....	60
GAMBAR 4.2	Logo Taman Nasional Teluk Cendrawasih .....	60
GAMBAR 4.3	Struktur Organisasi Balai Besar Taman Nasional Teluk Cendrwasih .....	61
GAMBAR 4.4	Pemandangan Pantai Sowa .....	63
GAMBAR 4.5	Pantai iruwi dan lokasi Pengamatan Burung Cendrawasih .....	64
GAMBAR 4.6	Pemberian makan Hius Paus .....	65
GAMBAR 4.7	Pemandangan Pulau Papaya .....	67
GAMBAR 4.8	Tarif PNBP Taman Nasional Teluk Cendrawasih.....	83
GAMBAR 4.9	Contoh leaflet Taman Nasional Teluk Cendrawasih .....	86
GAMBAR 4.10	Contoh booklets Taman Nasional Teluk Cendrawasih .....	87
GAMBAR 4.11	Contoh poster Taman Nasional Teluk Cendrawasih .....	88
GAMBAR 4.12	Contoh cover buletin BPTN Wilayah I Nabire.....	88
GAMBAR 4.13	Screen shoot website <a href="http://telukcenderawasih-nationalpark.org/">http://telukcenderawasih-nationalpark.org/</a> .....	90