

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	9
1.4.1 Secara teoritis	9
1.4.2 Secara Praktis	9
1.5 Kerangka teori	9
1.5.1 Teori perencanaan	9
1.5.2 Komunikasi Pemasaran	11
1.5.2.1 Promotion mix	13
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Strategi komunikasi pemasaran	16
2.1.1. Pengertian strategi komunikasi pemasaran	16

2.1.2. Tujuan strategi komunikasi pemasaran	17
2.2. Pariwisata	17
2.2.1 Konsep Ekowisata	21
2.2.2. Produk wisata	23
2.2.3. Faktor pendukung dunia pariwisata	24
2.2.4. Jenis pariwisata	24
2.3. Penelitian terdahulu	27
BAB III. METODE PENELITIAN	32
3.1. Metode penelitian	32
3.2. Jenis penelitian	32
3.2.1. Penelitian kualitatif	32
3.3. Subjek dan objek penelitian	34
3.4. Sumber data	34
3.4.1. Data premier	34
3.4.2. Data Sekunder	34
3.5. Teknik pengumpulan data	35
3.5.1. Observasi	35
3.5.2. Wawancara Mendalam (<i>in-depth interview</i>)	35
3.5.3. Studi pustaka	37
3.5.4. Dokumen	37
3.6. Teknik analisis data	37
3.7. Keabsahan data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran umum kabupaten klaten	43
4.1.1. Deskripsi wilayah kabupaten klaten	43
4.1.2. Gambaran umum dinas pariwisata klaten	45
4.1.3. Visi dan misi	49

4.1.4. Organisasi dan pembagian kerja	51
4.1.5. Data kunjungan wisatawan kabupaten klaten	53
4.2. Gambaran umum objek penelitian	55
4.2.1. Deskripsi Obyek Mata Air Cokro	55
4.2.2. Fasilitas Obyek Mata Air Cokro	56
4.3. Hasil penelitian	58
4.3.1. Tujuan strategi komunikasi pemasaran	59
4.3.2. Perencanaan.....	61
4.3.3. Strategi komunikasi pemasran obyek mata air cokro	64
4.3.4. Faktor penghambat dan pendukung	88
4.4 Pembahasan	91
BAB V. PENUTUP.....	106
5.1. Kesimpulan	106
5.2. Saran	108
Daftar isi	110
Lampiran	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengunjung obyek wisata kab. klaten januari - juni 2018	5
Tabel 1.2 Jumlah pengunjung obyek mata air cokro tahun 2015 – juni 2018	6
Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan dengan peneliti terdahulu	29
Tabel 4.1 Daftar pengurus obyek mata air cokro.....	52
Tabel 4.2 Jumlah kunjungan wisatawan ke klaten 2010-juni 2018	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta wisata kabupaten klaten.....	3
Gambar 1.2 Pemberitaan media cetak online mengenai OMAC	4
Gambar 1.3 <i>Elements of The Promotion Mix</i>	15
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber Data.....	42
Gambar 4.1 Peta kabupaten klaten.....	44
Gambar 4.2 Struktur organisasi tata kerja dinas pariwisata kab.klaten	45
Gambar 4.3 Pemberitaan acara di obyek mata air cokro	67
Gambar 4.4 Brosur obyek mata air cokro	68
Gambar 4.5 <i>Booklet</i> wisata klaten.....	69
Gambar 4.6 Kalender <i>event</i> kabupaten klaten.....	70
Gambar 4.7 <i>Postingan instagram</i> dinas pariwisata.....	73
Gambar 4.8 <i>Postingan instagram</i> pokdarwis.....	74
Gambar 4.9 <i>Postingan facebook</i> dinas pariwisata.....	75
Gambar 4.10 <i>Postingan facebook</i> pokdarwis.....	75
Gambar 4.11 <i>Twitter</i> dinas pariwisata.....	76
Gambar 4.12 <i>Website</i> pengelola obyek mata air cokro.....	77
Gambar 4.13 <i>Website</i> dinas pariwisata.....	78
Gambar 4.14 Pemberitaan obyek mata air cokro di <i>youtube</i>	79
Gambar 4.15 Pemberitaan obyek mata air cokro di website.....	79
Gambar 4.16 Acara padusan di obyek mata air cokro.....	85
Gambar 4.17 Acara pentas musik dangdut.....	87
Gambar 4.18 Alur perencanaan dan strategi komunikasi pemasaran.....	104