

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kerangka Teori dan Pemikiran	7
1.5.1. Model ATR	7
1.5.2. Persepsi	9
1.5.3. Komunikasi Pariwisata	13
1.5.4. Desa Wisata	15
1.5.5. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata DOT, BAS, POSE, POP	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Persepsi.....	19
2.1.1. Definisi Persepsi	19
2.1.2. Syarat Terjadinya Persepsi	20
2.1.3. Faktor-Faktor Mempengaruhi Persepsi	21
2.1.4. Proses Terbenyuknya Persepsi	21
2.2. Komunikasi Pariwisata	22
2.3. Desa Wisata	26
2.4 Penelitian Sebelumnya	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis penelitian	34
3.2. Objek Penelitian	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data.	36
3.4. Teknik Analisa Data	38
3.5. Uji Keabsahan Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kawasan Wisata Mangunan	43
4.1.1. Sejarah Berdirinya Kawasan Wisata Mangunan	43
4.1.2. Visi, Misi Dan Tujuan Kawasan Wisata Mangunan.....	51
4.1.3. Logo Kawasan Wisata Mangunan	53
4.1.4. Struktur Organisasi Kawasan Wisata Mangunan	53
4.2. Hasil Penelitian	54
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kawasan Wisata Mangunan	54
4.2.2. Karakteristis Wisatawan Domestik Yang Berkunjung	

Pada Kawasan Wisata Mangunan	69
4.2.3. Persepsi Wisatawan Lokal Yang Berkunjung Pada	
Kawasan Wisata Mangunan	74
4.3. Pembahasan	79
BAB VI PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	