

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Kerangka Pemikiran dan Konsep	9
1.5.1. Persepsi	9
1.5.2. Model AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>)	10
BAB II	13
2.1. Komunikasi Pariwisata.....	13
2.2. Media Sosial	17
2.3. Instagram	18
2.3.1. Fitur Instagram	19
2.4. Media Sosial Sebagai Media Promosi	22
2.5. Promosi	24
2.5.1. Promosi Pariwisata	25

2.6.	Persepsi	27
2.6.1.	Faktor-Faktor Pembentuk Persepsi	28
2.7.	Penelitian Terdahulu	29
BAB III	33
3.1.	Jenis Penelitian	33
3.2.	Objek Penelitian	34
3.3.	Subjek Penelitian	34
3.5.	Sumber Data	35
3.5.1.	Data Primer	35
3.5.2.	Data Sekunder	35
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6.1.	Observasi	36
3.6.2.	Wawancara Mendalam (<i>Indepth Interview</i>)	37
3.6.3.	Dokumentasi.....	38
3.7.	Teknik Analisis Data.....	38
3.8.	Teknik Keabsahan Data	39
3.8.1.	Uji Kredibilitas.....	39
BAB IV	40
4.1.	Gambaran Umum	40
4.1.1.	Profil Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul.....	40
4.1.2.	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul.....	41
4.2.	Deskripsi Informan.....	43
4.3.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.3.1.	Upaya Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul Mempromosikan Melalui Media Sosial.....	45
4.3.1.1.	Promosi Melalui Instagram	47
4.3.1.2.	Promosi Melalui Youtube.....	51
4.3.1.3.	Promosi Melalui Website.....	53
4.3.2	Penerapan Model AISAS (Attention, Interest, Search, Action & Share)	54
4.3.2.1.	<i>Attention</i> (Perhatian).....	54
4.3.2.1.	<i>Interest</i> (Ketertarikan).....	60
4.3.2.3.	<i>Search</i> (Pencarian).....	63
4.3.2.4.	<i>Action</i> (Aksi).....	66

4.3.2.5. <i>Share</i> (Berbagi)	69
4.3.3. Persepsi Followers Terhadap Konten Akun Instagram @dinparbantul Sebagai Media Promosi	71
4.3.3.1. Faktor Eksternal	72
4.3.3.2. Faktor Internal	76
4.4. Pembahasan	79
BAB V.....	87
5.1. Kesimpulan	87
5.2. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data followers Akun Instagram Dinas Pariwisata	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Wisatawan & Objek Wisata Tahun 2020-2021	4
Tabel 1.3 Data Engagement Rate Akun Dinas Pariwisata	6
Tabel 4.1 Deskripsi Informan.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Tampilan Instagram @dinparbantul	3
Gambar 1.2 Model AISAS.....	4
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul	43
Gambar 4.2 Wawancara Dengan Narasumber	46
Gambar 4.3 Konten Dinas Pariwisata di Instagram	48
Gambar 4.4 Tampilan Website	50
Gambar 4.5 Tampilan Konten Instagram @dinparbantul	51
Gambar 4.6 Tangkapan Layar Youtube Dinpar Bantul.....	52
Gambar 4.7 Tampilan Website Pariwisata.bantulkab	53
Gambar 4.8 Wawancara dengan pemilik akun @imenkbelle.....	55
Gambar 4.9 Wawancara dengan pemilik akun @flower.idd.....	56
Gambar 4.10 Wawancara dengan pemilik akun @dearmeoff.....	57
Gambar 4.11 Wawancara dengan pemilik akun @hrypams	59
Gambar 4.12 Wawancara dengan pemilik akun @imenkbelle	60
Gambar 4.13 Wawancara dengan pemilik akun @flower.idd	62
Gambar 4.14 Postingan @dinparbantul bulan April 2023.....	73
Gambar 4.15 Desain grafis @dinparbantul konten bulan Maret 2023.....	75