

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Pemikiran	10
1.5.1. Strategi Promosi di Media Sosial	10
1.5.2. Komunikasi Pemasaran Pariwisata.....	13
1.5.3. Minat Berkunjung.....	15
1.5.4. Model PESO	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1. Strategi Promosi.....	20
2.1.1. Pengertian Strategi.....	20
2.1.2. Promosi.....	21
2.1.3. Strategi Promosi.....	22
2.2. <i>Digital Marketing</i>	23

2.3. Komunikasi Pemasaran Pariwisata.....	25
2.3.1. Pengertian Komunikasi.....	25
2.3.2. Pariwisata.....	26
2.3.3. Komunikasi Pemasaran Pariwisata.....	28
2.4. Media Sosial	29
2.5. Instagram	31
2.6. Wisatawan.....	37
2.7. Penelitian Terdahulu	38
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Jenis Penelitian	44
3.2. Subjek Penelitian	44
3.3. Objek Penelitian.....	45
3.4. Sumber Data	46
3.4.1. Data Primer.....	46
3.4.2. Data Sekunder.....	46
3.5. Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.1. Observasi	47
3.5.2. Wawancara Mendalam	48
3.5.3. Dokumentasi.....	48
3.6. Teknik Analisis Data	49
3.6.1. <i>Data Collection</i> (Pengumpulan Data)	49
3.6.2. <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data).....	50
3.6.3. <i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	50
3.6.4. <i>Conclusion Drawing / Verification</i>	51
3.7. Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1. Sejarah Danau Pading Kabupaten Bangka Tengah	53
4.1.2. Logo.....	55
4.1.3. Struktur Organisasi	57
4.1.4. Visi dan Misi	58

4.2. Strategi Promosi Danau Pading Kabupaten Bangka Tengah di Media Sosial Instagram yang kaitannya dengan Model PESO	59
4.2.1. <i>Paid Media</i>	60
4.2.2. <i>Earned Media</i>	61
4.2.3. <i>Shared Media</i>	69
4.2.4. <i>Owned Media</i>	75
4.3. Hambatan Strategi Promosi Danau Pading Kabupaten Bangka Tengah di Media Sosial Instagram.....	94
4.4. Evaluasi Strategi Promosi Danau Pading Kabupaten Bangka Tengah di Media Sosial Instagram.....	97
4.5. Pembahasan	100
BAB V PENUTUP.....	110
5.1. Kesimpulan.....	110
5.2. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	