

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	8
1.5.1 Strategi Pemasaran.....	8
1.5.2 Komunikasi Pemasaran.....	9

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
	2.1 Pengertian Komunikasi.....	19
	2.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	22
	2.3 Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	31
	2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	34
	2.4.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	34
	2.4.2 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	37
	2.4.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	38
	2.4.4 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	40
	2.4.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	42
	2.5 Promosi Pariwisata (Peneliti terdahulu).....	44
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1 Jenis Penelitian.....	46
	3.2 Lokasi Penelitian.....	47
	3.3 Sumber Data.....	47
	3.3.1 Data Primer.....	47
	3.3.2 Data Sekunder.....	48
	3.4 Tehnik Pengumpulan Data.....	48
	3.4.1 Wawancara.....	48
	3.4.2 Observasi.....	49
	3.4.3 Dokumentasi.....	49
	3.5 Analisis Data.....	50
	3.6 Validitas Data.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sekilas Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).....	52
4.1.1 Sejarah Kota Yogyakarta.....	55
4.1.2 Daerah Wisata Terkemuka.....	56
4.1.3 Profil Dinas Pariwisata Yogyakarta DIY.....	58
4.1.4 Lokasi Kantor Dinas Pariwisata Provinsi DIY.....	59
4.1.5 Visi dan Misi Dinas Pariwisata Provinsi DIY.....	60
4.1.6 Tujuan.....	63
4.1.7 Strategi dan Kebijakan.....	63
4.1.8 Struktur Organisasi.....	65
4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dinas Pariwisata DIY....	65
4.3 Bentuk Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	69
4.4 Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran.....	70
4.4.1 <i>Advertising</i> (Periklanan).....	71
4.4.2 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	74
4.4.3 <i>Personal Selling</i> (Penjualan Tatap Muka).....	79
4.4.4 <i>Direct Marketing</i> (Penjualan Langsung).....	81
4.4.5 <i>Public Relation</i> (Hubungan Masyarakat).....	83
4.5 Analisis Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	85
4.6 Evaluasi Komunikasi pemasaran Terpadu Dinas Pariwisata DIY...	88
4.7 Faktor Pendukung dan Penghambat.....	89
4.8 Analisis Statistik Kepariwisataaan.....	95
4.9 Pembahasan.....	102

BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan.....	108
	5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

2.1 Kerangka Umum Komunikasi Pemasaran	12
4.1 DIY Secara Administratif	52
4.2 Program Kegiatan Tahun 2012 Seksi Promosi	87
4.3 Grafik Perkembangan Wisatawan	99
4.4 Diagram Perkembangan Peringkat Sepuluh Besar	100
4.5 Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan	101

DAFTAR GAMBAR

2.1 Unsur-unsur Dalam Proses Komunikasi	21
4.1 Pameran <i>NATAS Singapore</i>	75
4.2 MATTA Fair Malaysia.....	76
4.3 China International Travel Mart.....	76
4.4 Pameran di Jakarta.....	78
4.5 Sponsorship Dinas Pariwisata.....	84