**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK i**

**ABSTRACT ii**

**KATA PENGANTAR iii**

**UCAPAN TERIMA KASIH iv**

**DAFTAR ISI v**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Identifikasi Masalah 7

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Kegunaan Teoritis 9

1.4.2 Kegunaan Praktis 9

1.5 Kerangka Pemikiran 10

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 16**

2.1 Komunikasi 16

2.1.1 Pengertian Komunikasi 16

2.1.2 Komponen Komunikasi 17

2.1.3 Komunikasi Persiuasif 18

2.1.4 Strategi Komunikasi Persuasif 20

2.2 Public Realtion (Pr) 24

2.2.1 Pengertian Public Relation 24

2.2.2 Tujuan Public Relation 25

2.2.3 Proses Public Relation 28

2.2.4 Fungsi Public Relation 30

2.2.5 Peran Public Relation 32

2.3 Promosi 35

2.3.1 Pengertian Promosi 35

2.3.2 Tujuan Promosi 36

2.3.3 Bauran Promosi 37

2.3.4 Strategi Promosi 38

2.4 Tinjauan Tentang Minat 43

2.4.1 Jenis – Jenis Minat 44

2.4.2proses Pembentukn Minat 45

2.5 Teori Informasi Integrasi 46

2.6 Hubungan Antara Teori Integrasi Imformasi Dengan Strategi Promosi 48

**BAB III METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN 50**

3.1 Metode Penelitian 50

3.1.1 Jenis Penelitian 50

3.1.2 Populasi Dan Sampel 51

3.1.3 Operasional Variabel 53

3.1.4 Teknik Pengumpulan Data 54

3.1.5 Teknik Analisia Data 55

3.1.6 Lokasi Dan Lama Penelitian 59

3.2 Objek Penelitian 58

3.2.1 Sejarah Singkat Kabupaten Belitung 59

3.2.2 Logo Dinas Pariwisata Belitung 65

3.2.3 Struktur Organisasi 66

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 67**

4.1 Gambaran Umum Responden 67

4.2 Advertising 67

4.2.1. Promosi Ide 70

4.2.2 Promosi Jasa-Jasa 73

4.3 Personal Selling 76

4.3.1 Presentasi Secara Lisan 76

4.3.2 Menjual Produk Jasa 79

4.4 Sales Promosion 81

4.4.1 Aktivitas – Aktivitas Pemasaran 81

4.5 Perhatian 86

4.5.1 Adanya Pengetahuan Pengunjung 86

4.5.2 Adanya Keyakinan Wisatawan Terhadap Produk 88

4.6 Keinginan 91

4.6.1 Adanya Rasa Ingin Tahu 91

4.6.2 Adanya Rasa Tertarik Kepada Produk 93

4.7 Kesan Bermanfaat 96

4.7.1 Adanya Pertimbangan Mengenai Produk 96

4.7.2 Timbulnya Kesetiaan Pengunjung 98

4.8. Kaitan Teori Integrasi Informasi Dengan Hasil Penelitian Strategi

Promosi 100

4.10 Usaha Yang Dilakukan Untuk Mengatasi Hambatan – Hambatan

Yang Dihadapi Dalam Strategi Promosi 104

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 106**

5.1 Kesimpulan 106

5.2 Saran 108

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN