# DAFTAR ISI

[SURAT PERNYATAAN](#_Toc70642412)

[ABSTRAK i](#_Toc70642413)

[*ABSTRACT* ii](#_Toc70642414)

[*RINGKESAN* iii](#_Toc70642415)

[KATA PENGANTAR iv](#_Toc70642416)

[DAFTAR ISI vii](#_Toc70642417)

[DAFTAR TABEL xi](#_Toc70642418)

[DAFTAR GAMBAR xii](#_Toc70642419)

[DAFTAR SINGKATAN xiii](#_Toc70642420)

[DAFTAR LAMPIRAN xiv](#_Toc70642421)

[BAB I](#_Toc70642422) [PENDAHULUAN 1](#_Toc70642423)

[1.1 Konteks Penelitian 1](#_Toc70642424)

[1.2 Fokus Penelitian Dan Pertanyaan Penelitian 5](#_Toc70642425)

[1.2.1 Fokus Penelitian 5](#_Toc70642426)

[1.2.2 Pertanyaan Penelitian 5](#_Toc70642427)

[1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6](#_Toc70642428)

[1.3.1 Tujuan Penelitian 6](#_Toc70642429)

[1.3.2 Kegunaan Penelitian 7](#_Toc70642430)

[1.3.2.1 Kegunaan Teoritis 7](#_Toc70642431)

[1.3.2.2 Kegunaan Praktis 8](#_Toc70642432)

[BAB II](#_Toc70642434) [KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 9](#_Toc70642435)

[2.1 Kajian Literatur 9](#_Toc70642436)

[2.1.1 Review Penelitian Sejenis 9](#_Toc70642437)

[2.2 Kerangka Konseptual 14](#_Toc70642438)

[2.2.1 Komunikasi 14](#_Toc70642439)

[2.2.1.1 Pengertian Komunikasi 14](#_Toc70642440)

[2.2.1.2 Proses Komunikasi 15](#_Toc70642441)

[2.2.1.3 Fungsi Komunikasi 17](#_Toc70642442)

[2.2.2 Strategi Komunikasi 19](#_Toc70642443)

[2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran 20](#_Toc70642444)

[2.2.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran 20](#_Toc70642445)

[2.2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran 22](#_Toc70642446)

[2.2.4 Citra 23](#_Toc70642447)

[2.2.4.1 Pengertian Citra 23](#_Toc70642448)

[2.2.4.2 Jenis Jenis Citra 24](#_Toc70642449)

[2.2.4.3 Langkah Sukses Mencapai Citra 25](#_Toc70642450)

[2.2.5 Pariwisata 25](#_Toc70642451)

[2.2.5.1 Pengertian Pariwisata 25](#_Toc70642452)

[2.2.5.2 Jenis – Jenis Pariwisata 26](#_Toc70642453)

[2.2.6 COVID 19 28](#_Toc70642454)

[2.2.6.1 Pengertian COVID 19 28](#_Toc70642455)

[2.2.6.2 Dampak COVID-19 29](#_Toc70642456)

[2.3 Kerangka Teoritis 30](#_Toc70642457)

[2.3.1 Teori Komunikasi Persuasif 30](#_Toc70642458)

[2.3.2 Model Komunikasi Pemasaran Terintegrasi (IMC) Terence A. Shimp 31](#_Toc70642459)

[2.3.2.1 Unsur Bauran dalam IMC 32](#_Toc70642460)

[2.4 Kerangka Pemikiran 33](#_Toc70642461)

[BAB III](#_Toc70642462) [SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN 40](#_Toc70642463)

[3.1 Subjek, Objek dan Metodologi Penelitian 40](#_Toc70642465)

[3.1.1 Subjek Penelitian 40](#_Toc70642466)

[3.1.2 Objek Penelitian 42](#_Toc70642467)

[3.1.2.1 Deskripsi Umum Lokasi Penelitian 42](#_Toc70642468)

[3.1.2.1.1 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 42](#_Toc70642469)

[3.1.2.1.1.1 Profil Disbudpar Kota Bandung 42](#_Toc70642470)

[3.1.2.1.1.2 Tugas Pokok dan Fungsi Perangkat Daerah Berdasarkan Peraturan Walikota Bandung Nomor 1398 Tahun 2016 43](#_Toc70642471)

[3.1.2.1.1.3 Struktur Organisasi Disbudpar Kota Bandung 44](#_Toc70642472)

[3.1.2.1.1.4 Susunan Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 45](#_Toc70642473)

[3.1.2.1.1.5 Uraian Tugas 46](#_Toc70642474)

[3.1.2.1.1.6 Alamat Lengkap Dan Kontak Disbudpar Kota Bandung 50](#_Toc70642475)

[3.1.3 Metodologi Penelitian 50](#_Toc70642476)

[3.1.3.1 Desain/ Paradigma Penelitian 52](#_Toc70642477)

[3.1.3.2 Prosedur Pengumpulan Data 55](#_Toc70642478)

[3.1.3.3 Rancangan Analisis Data 56](#_Toc70642479)

[3.1.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian 59](#_Toc70642480)

[3.1.4 Membuka Akses dan Menjalin Hubungan Dengan Subjek Penelitian 60](#_Toc70642481)

[3.1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian 61](#_Toc70642482)

[3.1.5.1 Lokasi Penelitian 61](#_Toc70642483)

[3.1.5.2 Jadwal Penelitian 61](#_Toc70642484)

[BAB IV](#_Toc70642485) [HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 63](#_Toc70642486)

[4.1 Data Informan 64](#_Toc70642487)

[4.1.1 Deskripsi Informan Ahli 64](#_Toc70642488)

[4.1.2 Deskripsi Informan Inti 65](#_Toc70642489)

[4.1.3 Deskripsi Informan Akademisi 65](#_Toc70642490)

[4.1.4 Deskripsi Informan Pendukung 65](#_Toc70642491)

[4.2 Analisis Hasil Penelitian 67](#_Toc70642492)

[*4.2.1* *Advertising* 69](#_Toc70642493)

[*4.2.2* *Public Relations & Publicity* 90](#_Toc70642494)

[*4.2.3* *Events dan Sponsorship* 100](#_Toc70642495)

[*4.2.4* *Sales Promotion* 120](#_Toc70642496)

[*4.2.5* *Personal Selling* 124](#_Toc70642497)

[4.3 Pembahasan Penelitian 128](#_Toc70642498)

[*4.3.1* Hasil *Advertising* 129](#_Toc70642499)

[4.3.2 Hasil *Public Relations* dan *Publicity* 132](#_Toc70642500)

[4.3.3 Hasil *Events* dan *Sponsorship* 135](#_Toc70642501)

[4.3.4 Hasil *Sales Promotion* 139](#_Toc70642502)

[4.3.5 Hasil *Personal Selling* 141](#_Toc70642503)

[4.4 Analisis Hasil Wawancara dan Pembahasan 142](#_Toc70642504)

[BAB V](#_Toc70642505) [KESIMPULAN DAN SARAN 147](#_Toc70642506)

[5.1 Kesimpulan 147](#_Toc70642507)

[5.2 Saran 151](#_Toc70642508)

[DAFTAR PUSTAKA 153](#_Toc70642509)

[LAMPIRAN-LAMPIRAN 156](#_Toc70642510)

[Lampiran 1 156](#_Toc70642511)

[Lampiran 2 157](#_Toc70642512)

[Lampiran 3 161](#_Toc70642513)

# DAFTAR TABEL

[1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung 2014-2019 3](#_Toc59925070)

[2.1 Review Penelitian Sejenis 13](#_Toc59925069)

[3.1 Jadwal Penelitian 64](#_Toc59925070)

[4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung 2020 72](#_Toc59925070)

[4.2 Tabulasi *Advertising* 85](#_Toc59925070)

[4.3 Tabulasi *Public Relations* dan *Publicity* 98](#_Toc59925070)

[4.4 Tabulasi *Event* dan *Sponsorship* 115](#_Toc59925070)

[4.5 Tabulasi *Sales Promotion* 125](#_Toc59925070)

[4.6 Tabulasi *Personal Selling* 129](#_Toc59925070)

# DAFTAR GAMBAR

[2.1 Bagan Kerangka Pemikiran 40](#_Toc59925236)

[3.1 Logo Disbudpar Kota Bandung 44](#_Toc59925237)

[3.2 Struktur Organisasi Disbudpar Kota Bandung 46](#_Toc59925237)

[3.3 Rancangan Analisis Data 59](#_Toc59925237)

[4.1 Media Instagram Disbudpar Kota Bandung 82](#_Toc59925237)

[4.2 Media Instagram Disbudpar Kota Bandung 82](#_Toc59925237)

[4.3 Konten diMedia *Instagram Disbudpar* Kota Bandung 83](#_Toc59925237)

[4.4 Konten di Media *Instagram* Disbudpar Kota Bandung 83](#_Toc59925237)

[4.5 Konten di Media *Instagram* Disbudpar Kota Bandung 84](#_Toc59925237)

[4.6 Konten di Media *Instagram* Disbudpar Kota Bandung 84](#_Toc59925237)

[4.7 Kerja sama Disbudpar Kota Bandung 97](#_Toc59925237)

[4.8 Kerja sama Disbudpar Kota Bandung 98](#_Toc59925237)

[4.9 Jumlah *Viewers* dan *Likes* Gelaran Virtual Seni Budaya 105](#_Toc59925237)

[4.10 Jumlah *Viewers* dan *Likes* Pentas Seni Budaya Virtual 106](#_Toc59925237)

[4.11 *Event* Disbudpar Kota Bandung 112](#_Toc59925237)

[4.12 *Event* Disbudpar Kota Bandung 113](#_Toc59925237)

# DAFTAR SINGKATAN

Disbudpar : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

IMC : *Integrated Marketing Communications*

COVID : *Corona Virus Diseases*

PSBB : Pembatasan Sosial Berskala Besar

MOU : *Memorandum Of Understanding* ( Nota Kesepahaman)

PKS : Perjanjian Kerjasama

PAD : Pendapatan Asli Daerah

# DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Pedoman Wawancara

Dokumentasi Wawancara