

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>iv</b>
<b>RINGKESAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Fokus Penelitian/ Pernyataan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	7
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>10</b>
2.1. Kajian Literatur .....	10
2.1.1. Review Penelitian Sejenis.....	10
2.2. Kerangka Konseptual .....	14
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.1.1. Unsur Bauran Komunikasi Pemasaran .....	15
2.2.2. Pariwisata.....	24
2.2.2.1. Objek Wisata.....	27
2.2.2.2. Produk Wisata.....	28
2.2.2.3. Prinsip Pengembangan Wisata.....	29
2.2.3. Strategi Promosi.....	30
2.3. Kerangka Teoritis .....	38
2.3.1. Teori <i>Promotion mix</i> .....	38
2.3.2. Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	38

2.3.2.1. Jenis-Jenis Periklanan .....	39
2.3.2.2. Manfaat <i>Advertising</i> .....	39
2.3.3. Hubungan masyarakat ( <i>public relation</i> ) .....	40
2.3.3.1. Ruang Lingkup Public Relations .....	41
2.3.3.1. Fungsi dan Tujuan <i>Public Relations</i> .....	42
2.3.4. Publikasi.....	43
2.3.5. Penjualan perseorangan ( <i>Personal selling</i> ).....	44
2.3.6. Promosi penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	45
2.4. Kerangka Pemikiran .....	45
<b>BAB III SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI .....</b>	<b>48</b>
3.1. Subjek Penelitian.....	48
3.2. Objek Penelitian .....	50
3.3. Metodologi Penelitian .....	51
3.3.1. Desain Paradigma Penelitian .....	52
3.3.2. Prosedur Pengumpulan Data.....	53
3.3.3. Rancangan Analisis Data .....	56
3.3.4. Kredibilitas Dan Tingkat Kepercayaan hasil Penelitian .....	60
3.3.5. Membuka Akses Dan Menjalinkan Hubungan Dengan Subjek Penelitian.....	61
3.4. Lokasi Dan Jadwal Penelitian .....	62
3.4.1. Lokasi Penelitian.....	62
3.4.2. Jadwal Penelitian .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1. Hasil penelitian.....	65
4.1.1. Data Informan .....	66
4.1.2. Strategi <i>advertising</i> Pesona Taman Puspa Kabupaten Sumedang ...	68
4.1.3. Strategi <i>Public relation</i> Pesona Taman Puspa kabupaten Sumedang .....	77
4.1.4. Strategi Publikasi/ penyebaran informasi Pesona Taman Puspa Kabupaten Sumedang .....	81
4.2. Pembahasan .....	96

4.2.1. Strategi <i>advertising</i> .....	97
4.2.2. Strategi <i>public relations</i> .....	98
4.2.3. Strategi publikasi .....	98
4.2.4. Strategi Promosi objek pariwisata Pesona Taman Puspa Kabupaten Sumedang.....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>102</b>
5.1. KESIMPULAN .....	102
5.2. Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>