

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKESAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	17
1.1. Latar Belakang Penelitian	17
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian.....	19
1.2.1. Fokus Penelitian.....	19
1.2.2. Pertanyaan Penelitian.....	19
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	20
1.3.1. Tujuan Penelitian	20
1.3.2. Kegunaan Penelitian	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	22
2.1. Review Penelitian Sejenis	22
2.2. Kerangka Konseptual	28
2.2.1. Komunikasi.....	28
2.2.2. Strategi Komunikasi.....	33
2.2.3. Media Sosial Instagram.....	35
2.2.4. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (Disbudpar Kota Bandung)	
36	
2.2.5. Sektor Pariwisata	37
2.3. Kerangka Teoritis.....	38
2.4. Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Subjek Penelitian.....	43

3.2. Objek Penelitian	45
3.3. Metodologi Penelitian	46
3.3.1. Paradigma Penelitian	47
3.3.2. Prosedur Pengumpulan Data	48
3.3.3. Rancangan Analisis Data.....	50
3.3.3.1. Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	52
3.3.4. Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	52
3.3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian	53
3.3.5.1. Lokasi Penelitian	53
3.3.5.2. Jadwal Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1. Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung melalui akun Instagram @disbudpar.bdg.	59
4.1.2. Hambatan terhadap Strategi Komunikasi Disbudpar Kota Bandung melalui akun Instagram @disbudpar.bdg.	91
4.1.3. Aktivitas Komunikasi Disbudpar Kota Bandung dalam Menyampaikan Informasi Tentang Program-Program Pemerintah pada Sektor Pariwisata Di Kota Bandung.	92
4.1.4. Aktivitas Komunikasi Internal Disbudpar Kota Bandung dalam Menyampaikan Informasi Tentang Program-Program Pemerintah pada Sektor Pariwisata Di Kota Bandung.....	93
4.1.5. Aktivitas Komunikasi Eksternal Disbudpar Kota Bandung dalam Menyampaikan Informasi Tentang Program-Program Pemerintah pada Sektor Pariwisata Di Kota Bandung.....	98
4.2 Pembahasan.....	103
4.2.1 Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung melalui akun Instagram @disbudpar.bdg.	103
4.2.2 Aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Disbudpar Kota Bandung dalam menyampaikan informasi tentang program-program pemerintah dalam sektor pariwisata di Kota Bandung.	110
4.2.3 Keterkaitan Strategi Komunikasi Pemerintah Melalui Akun Instagram Disbudpar Kota Bandung @disbudpar.bdg dengan Teori <i>Communication Goal</i> ...	111
4.2.3.1 <i>Goal</i> (Tujuan).....	113
4.2.3.2 <i>Planning</i> (Perencanaan).....	116
4.2.3.3 <i>Achievement</i> (Pencapaian).....	119

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1. Kesimpulan	122
5.2. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	129