

Daftar Isi

BAB I	10
PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Fokus Penelitian	14
1.3 Identifikasi Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5.1 Kegunaan Praktis	15
1.6. Waktu dan Periode Penelitian.....	15
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Strategi Komunikasi	16
2.2 Management Event	16
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.4 Penelitian Terdahulu	18
2.5 Kerangka Pemikiran	24
BAB III	26
METODELOGI PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian	26
3.2 Paradigma Penelitian	26
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	27
3.3.1 Subjek Penelitian	27
3.3.2 Objek Penelitian.....	27
3.4 Lokasi Penelitian	27
3.5 Unit Analisis	28
3.6 Informan Penelitian.....	28
3.7 Pengumpulan Data Penelitian	29
3.8 Teknik Analisis Data.....	30
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	30
BAB IV	32

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Karakteristik Informan.....	32
4.2 Hasil penelitian.....	32
4.2.1 Peran Dinas Pariwisata Provinsi Banten dalam membangun kerjasama dengan perusahaan swasta	32
4.2.2. perumusan ide event sebagai strategi komunikasi pemasaran Dinas Pariwisata Provinsi Banten	33
4.3 Pembahasan.....	33
4.3.1 Hambatan Dinas Pariwisata Provinsi banten dalam membuat event dan mempublikasikan Festival Tanjung Lesung.....	35
BAB V	36
Kesimpulan dan Saran.....	36
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran	37
5.2.1 Saran Teoritis.....	37
5.2.2 Saran Praktis.....	37
DAFTAR PUSTAKA	39
DAFTAR LAMPIRAN	40
Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian.....	40
Lampiran 2. Hasil Ithenticate.....	40
Lampiran 3. Log Book.....	40