

Contents

ABSTRACT	1
ABSTRAK	2
BAB I PENDAHULUAN	3
A. LATAR BELAKANG	3
B. RUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN PENELITIAN	8
D. MANFAAT PENELITIAN	8
E. TINJAUAN PENELITIAN	9
1. PENELITIAN TERDAHULU	9
2. KERANGKA PEMIKIRAN	11
F. METODE PENELITIAN	19
1. Paradigma Dan Pendekatan Penelitian	19
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	20
3. Sumber Data	20
4. Teknik Pengumpulan Data	20
5. Teknik Analisis Data	21
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK	23
A. KABUPATEN SINTANG	23
B. DINAS PEMUDA, OLAHRAGA dan PARIWISATA KABUPATEN SINTANG 25	
C. VISI DAN MISI DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA SINTANG	26
D. STRUKTUR ORGANISASI	29
E. OBJEK WISATA	30
BAB III TEMUAN PENELITIAN DATA	41
A. PARIWISATA KABUPATEN SINTANG	41
B. DESTINASI UNGGULAN KABUPATEN SINTANG	42
C. TEMUAN DATA PARIWISATA KABUPATEN SINTANG	47
1. PERKEMBANGAN PARIWISATA SINTANG	48
2. LETAK GEOGRAFIS KABUPATEN SINTANG	48
3. PARIWISATA KABUPATEN SINTANG	49
4. SEGMENTASI PASAR DAN REKAPITULASI WISATAWAN	49
D. PERANAN DINAS PARIWISATA DALAM KEGIATAN PEMASARAN	50
E. PERKEMBANGAN PARIWISATA SINTANG	51
F. FAKTOR PENDUKUNG DALAM KEGIATAN PARIWISATA	52

G.	DINAMIKA YANG SERING DIHADAPI DINAS PARIWISATA SINTANG	53
H.	PERAN PIHAK LUAR DALAM PEMBANGUNAN PARIWISATA SINTANG	54
I.	JUMLAH WISATAWAN YANG BERKUNJUNG	56
J.	KEGIATAN DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DILAKUKAN DINAS PARIWISATA KABUPATEN SINTANG	57
1.	MARKETING MIX	57
2.	PROMOTION MIX	61
BAB IV	PEMBAHASAN	71
A.	IMC (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION)	71
1.	<i>Audience Focus</i>	71
2.	<i>Chanel Centered</i>	71
3.	<i>Result Driven</i>	76
B.	Unsur Promosi Pemasaran 7P	76
C.	Analisis SWOT	83
BAB V	PENUTUP	89
A.	KESIMPULAN	89
B.	KETERBATASAN PENELITIAN	90
C.	SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA		93

