

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
LEMBAR PUBLIKASI	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Penegasan Istilah	6
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Pemahaman tentang Strategi Promosi.....	10
B. Pemahaman tentang Media Sosial.....	21
C. Pemahaman tentang Minat Kunjungan Wisatawan.....	25
D. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	31
E. Kerangka Konseptual	40

BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi penelitian	44
C. Kehadiran Peneliti	45
D. Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	48
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	50
H. Tahapan Penelitian	53
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
A. Paparan Data	55
B. Temuan Penelitian	82
BAB V PEMBAHASAN	88
A. strategi promosi yang digunakan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten trenggalek dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan.	88
B. Hambatan yang dialami oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan melalui media sosial di Kabupaten Trenggalek.....	99
C. Umpan balik dari pengguna media sosial untuk meningkatkan strategi promosi dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Trenggalek.....	107
BAB VI PENUTUP	117
A. Kesimpulan.....	117
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN – LAMPIRAN	124