

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
MOTTO.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Akademis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Landasan Pemikiran	11
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	11
1.5.2 Landasan Teoretis.....	19
1.5.3 Landasan Konseptual	20
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	24
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	24
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	24
1.6.3 Metode Penelitian	26

1.7	Jenis data dan Sumber Data.....	26
1.7.1	Jenis Data	26
1.7.2	Sumber data.....	28
1.8	Teknik Pemilihan Informan.....	28
1.9	Teknik Pengumpulan Data	29
1.9.1	Wawancara Mendalam	29
1.9.2	Observasi Partisipatori Pasif	30
1.10	Teknik Analisis Data.....	30
	BAB II KAJIAN PUSTAKA	32
2.1	Strategi.....	32
2.2	<i>Branding</i>	34
2.2.1	Definisi <i>Branding</i>	34
2.2.2	Jenis-Jenis <i>Branding</i>	35
2.2.3	Tujuan <i>Branding</i>	39
2.2.4	Fungsi <i>Branding</i>	41
2.3	<i>Destination Branding</i>	43
2.3.1	Definisi <i>Destination Branding</i>	43
2.3.2	Tujuan <i>Destination Branding</i>	46
2.4	Citra	49
2.4.1	Definisi Citra.....	49
2.4.2	Jenis-jenis Citra.....	51
2.4.3	Proses Pembentukan Citra	54
2.5	Konsep <i>Destination Branding</i> Morgan dan Pritchard (2004)	54
	BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
3.1.1	Profil Agrowisata Agricamp Papayan	60
3.1.2	Lokasi dan Keunikan Geografis Agrowisata Agricamp Papayan	62
3.1.3	Logo Agrowisata Agricamp Papayan.....	63
3.1.4	Visi dan Misi Agrowisata Agricamp Papayan.....	64
3.1.5	Struktur Organisasi Agrowisata Agricamp Papayan	67

3.2 Profil Informan	68
3.3 Hasil Penelitian.....	70
3.3.1 <i>Market Investigation, Analysis, and Strategic Recommendation</i>	72
3.3.2 <i>Brand Identity Development</i>	78
3.3.3 <i>Brand Launch and Introduction</i>	85
3.3.4 <i>Brand Implementation</i>	95
3.3.5 <i>Monitoring, Evaluation, and Review</i>	105
3.4 Pembahasan	110
3.4.1 <i>Market Investigation, Analysis, and Strategic Recommendation</i>	111
3.4.2 <i>Brand Identity Development</i>	113
3.4.3 <i>Brand Launch and Introduction</i>	117
3.4.4 <i>Brand Implementation</i>	121
3.4.5 <i>Monitoring, Evaluation, and Review</i>	125
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	129
4.1 Simpulan.....	129
4.1 Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	136