

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Akademis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5. Landasan Pemikiran.....	9
1.5.1 Penelitian Terdahulu	9
1.5.2 Landasan Teori.....	12
1.5.3. Landasan Konseptual	16
1.5.3.1 <i>Branding</i>	16
1.5.3.2 Ekowisata	19
1.6. Langkah- Langkah Penelitian	21
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	21
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	21
1.6.3 Metode Penelitian	22
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	23
1.6.4.1 Jenis Data	23
1.6.4.2 Sumber Data.....	24
a. Sumber data primer	24
b. Sumber data Sekunder	24
1.6.5. Penentuan Informan	25
1.6.7 Teknik Analisis Data	28

1.6.6. Teknik Pengumpulan Data.....	27
1.7 Rencana Jadwal Penelitian.....	31
BAB II	32
TINJAUAN PUSTAKA.....	32
2.1 <i>Branding</i>	32
2.1.1 Definisi <i>Branding</i>	32
2.1.2 Strategi <i>Branding</i>	34
2.1.3 Manfaat <i>Branding</i>	37
2.1.4 Jenis – Jenis <i>Branding</i>	39
2.2 <i>Destination Branding</i>	41
2.2.1 Definisi <i>Destination Branding</i>	41
2.2.2 Elemen <i>Destination Branding</i>	44
2.2.3 Tahapan <i>Destination Branding</i>	47
2.3 <i>Destination Branding</i> Untuk Ekowisata.....	52
2.3.1 Definisi Ekowisata	52
2.3.2 Komponen Utama Ekowisata.....	53
2.3.3 Strategi <i>Destination Branding</i> Untuk Ekowisata	55
BAB III.....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
3.1.1 Profil Taman Hutan Raya Ir. H Djuanda Provinsi Jawa Barat.....	58
3.1.2 Logo Taman Hutan Raya Ir. H Djuanda Provinsi Jawa Barat	59
3.1.3 Struktur Organisasi Taman Hutan Raya Ir. H Djuanda Provinsi Jawa Barat	60
3.1.4 Visi dan Misi Taman Hutan Raya Ir. H Djuanda Provinsi Jawa Barat	62
3.2 Profil Informan.....	63
3.3 Hasil Penelitian	64
3.3.1 Hubungan dengan Konsumen (<i>Relationship With Costumers</i>).....	67
3.3.2 Hubungan dengan Penyedia Layanan Utama (<i>Primary Sevices Relationship</i>)..	79
3.3.3 Hubungan Melalui Media (<i>Relationship With Media</i>).....	91
3.3.4 Hubungan Penyedia Infrastruktur (<i>Brand Ifrastucture Rekationship</i>)	106
3.4 Pembahasan Penelitian.....	116
3.4.1 Hubungan dengan Konsumen (<i>Relationship with costumers</i>)	118
3.4.2 Hubungan dengan Penyedia Layanan Utama (<i>Primary Sevices Relationship</i>)	127
3.4.3 Hubungan dengan Media (<i>Relationship With Media</i>).....	134
3.4.4 Hubungan Penyedia Infrastruktur (<i>Brand Infrastructure Rekationship</i>)	143

BAB IV	147
KESIMPULAN DAN SARAN	147
4.1 Kesimpulan	147
4.2 Saran	149
DAFTAR PUSTAKA.....	151
LAMPIRAN.....	160

