

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
RIWAYAT HIDUP	xix
MOTTO HIDUP	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Landasan Teoritis	7
1.5.2 Landasan Konseptual	12
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	17
1.6.1 Lokasi Penelitian	17
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	17
1.6.3 Metode Penelitian	19
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	20

1.6.5	Teknik Pemilihan Informan.....	23
1.6.6	Teknik Pengumpulan Data	24
1.6.7	Teknik Analisis Data.....	26
1.7	Rencana Jadwal Penelitian	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA		29
2.1	Penelitian Terdahulu	30
2.2	Fungsi dan Ruang Lingkup Destinasi <i>Branding</i>	38
2.2.1	Sejarah dan Konsep Destinasi <i>Branding</i>	39
2.2.2	Fungsi dan Tujuan Destinasi <i>Branding</i>	41
2.2.3	Unsur dan Nilai Destinasi <i>Branding</i>	43
2.2.4	Tahapan dan Proses Destinasi <i>Branding</i>	45
2.3	Strategi Komunikasi dalam Destinasi <i>Branding</i>	47
2.3.1	Peran dan Fungsi Strategi Komunikasi	49
2.3.2	Citra dan Makna Strategi Komunikasi	51
2.3.3	Media dan Saluran Strategi Komunikasi.....	53
2.3.4	Nilai dan Pesan Strategi Komunikasi.....	55
2.4	Konsep dan Implementasi Destinasi <i>Branding</i>	58
2.4.1	Definisi dan Karakteristik Destinasi <i>Branding</i>	59
2.4.2	Aspek dan Elemen Destinasi <i>Branding</i>	62
2.4.3	Tantangan dan Hambatan Destinasi <i>Branding</i>	65
2.4.4	Strategi dan Dorongan Destinasi <i>Branding</i>	68
2.5	Strategi Destinasi <i>Branding</i> Pemerintah Daerah.....	70
2.5.1	Model Destinasi <i>Branding</i> Morgan dan Pritchard.....	73
2.5.2	Aspek Analisis Pasar dan Pengembangan Identitas Merek....	75
2.5.3	Aspek Pengenalan Merek dan Implementasi Merek.....	78
2.5.4	Aspek Monitoring dan Evaluasi	80
BAB III HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		83
3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	83
3.1.1	Sejarah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan KBB	83
3.1.2	Visi Misi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan KBB	85

3.1.3	Tugas Pokok, Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan KBB	86
3.1.4	Makna Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan KBB	87
3.1.5	Struktur Dinas Pariwisata dan Kebudayaan KBB	89
3.2	Profil Informan	94
3.3	Hasil Temuan Penelitian	96
3.3.1	Strategi Analisis Pasar untuk Menentukan Target Wisatawan	97
3.3.2	Strategi Pengembangan Identitas Merek Destinasi	108
3.3.3	Strategi Pengenalan Merek Destinasi kepada Publik	115
3.3.4	Strategi Implementasi Identitas Merek di Lapangan	124
3.3.5	Strategi Monitoring dan Evaluasi Destinasi <i>Branding</i>	131
3.4	Pembahasan Penelitian	140
3.4.1	Strategi Analisis Pasar untuk Menentukan Target Wisatawan	141
3.4.2	Strategi Pengembangan Identitas Merek Destinasi	148
3.4.3	Strategi Pengenalan Merek Destinasi kepada Publik	154
3.4.4	Strategi Implementasi Identitas Merek di Lapangan	161
3.4.5	Strategi <i>Monitoring</i> dan Evaluasi Destinasi <i>Branding</i>	166
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		177
4.1	Simpulan	177
4.2	Saran	178
DAFTAR PUSTAKA		xxi
LAMPIRAN		xxvii