

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batas Penelitian	3
1.6 Keaslian Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Persepsi	9
2.2 Preferensi	9
2.3 <i>Place Branding</i>	10
2.4 Pariwisata	11
2.5 <i>Place branding</i> dalam pariwisata	12
2.6 Deduksi Teori	13
2.7 Kerangka Teori	14

BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Pendekatan Penelitian	16
3.2 Unit Amatan dan Unit Analisis.....	16
3.3 Alat/Instrumen Penelitian.....	17
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.5 Metode Analisis Data.....	18
BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....	23
4.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	23
4.2 <i>Place Branding</i> Kabupaten Bantul.....	24
4.3 <i>Place Branding</i> Kabupaten Gunungkidul	30
4.4 Pariwisata Kabupaten Bantul	39
4.5 Pariwisata Kabupaten Gunungkidul.....	41
BAB V PEMBAHASAN	48
5.1 Identitas Responden	48
5.2 Persepsi Masyarakat terhadap <i>Place Branding</i>	50
5.3 Preferensi kunjungan wisata berdasarkan <i>place branding</i> di Bantul dan Gunungkidul.....	80
5.4 Pengaruh persepsi masyarakat terhadap <i>place branding</i> dan preferensi kunjungan wisata.....	88
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	90
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran.....	92
Lampiran 1	93
Lampiran 2	103
DAFTAR PUSTAKA	113

Daftar Gambar

BAB 1	
Gambar 1. 1 Peta Lokus Penelitian.....	4
BAB 2	
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	15
BAB 4	
Gambar 4. 1 Peta Wilayah Penelitian.....	23
Gambar 4. 2 Logo <i>Place Branding</i> Bantul.....	25
Gambar 4. 3 Makna logo <i>place branding</i> Bantul dari aspek lingkungan fisik	26
Gambar 4. 4 Makna logo <i>place branding</i> Bantul dari aspek lingkungan hidup	27
Gambar 4. 5 Makna logo <i>place branding</i> Bantul dari aspek sosial, ekonomi, dan Budaya.....	27
Gambar 4. 6 Situs web dan blog Bantul.....	28
Gambar 4. 7 Event Bantul.....	29
Gambar 4. 8 Aplikasi mobile Pariwisata Bantul	29
Gambar 4. 9 Aplikasi mobile Penang.....	30
Gambar 4. 10 Logo <i>place branding</i> Gunungkidul.....	30
Gambar 4. 11 Warna logo <i>place branding</i> Gunungkidul.....	31
Gambar 4. 12 Ambigram dari kiri atas ke kanan bawah.....	31
Gambar 4. 13 Ambigram dari kiri bawah ke kanan atas.....	31
Gambar 4. 14 Icon <i>Place Branding</i> Gunungkidul.....	32
Gambar 4. 15 Penerapan logo <i>place branding</i> pada transportasi wisata	33
Gambar 4. 16 Penerapan logo <i>place branding</i> pada fasilitas wisata.....	33
Gambar 4. 17 Website Dinas Pariwisata Gunungkidul.....	34
Gambar 4. 18 Sosial Media Twiter Gunungkidul	34
Gambar 4. 19 Sosial Media Facebook Gunungkidul	35
Gambar 4. 20 Sosial Media Instagram Gunungkidul.....	35
Gambar 4. 21 Brosur Gunungkidul.....	36
Gambar 4. 22 Guidebook Gunungkidul.....	37
Gambar 4. 23 Peta Pariwisata Gunungkidul	37
Gambar 4. 24 Travel Dialog Gunungkidul.....	38
Gambar 4. 25 Jumlah Wisatawan Kabupaten Bantul (Jiwa) tahun 2004-2020	41
Gambar 4. 26 Jumlah Wisatawan Kabupaten Gunungkidul (Jiwa) tahun 2011-2020.....	46
Gambar 4. 27 Jumlah Pokdarwis/ Kelompok Sadar Wisata (Jiwa) 2018-2021.....	46
Gambar 4. 28 Perbandingan Jumlah Pencarian Internet tentang Pariwisata DIY tahun 2018.....	47
BAB 5	
Gambar 5. 1 Jenis Kelamin Responden	48
Gambar 5. 2 Usia Responden.....	48
Gambar 5. 3 Pengeluaran Responden	49
Gambar 5. 4 Pekerjaan Responden	49
Gambar 5. 5 Domisili Responden	49

Daftar Tabel

BAB 1

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian.....	5
-------------------------------------	---

BAB 2

Tabel 2. 1 Deduksi Teori Komponen <i>Place Branding</i>	13
---	----

Tabel 2. 2 Deduksi Teori Komunikasi <i>Place Branding</i>	14
---	----

BAB 3

Tabel 3. 1 Analisis Data Komponen <i>Place Branding</i>	19
---	----

Tabel 3. 2 Analisis Data Komunikasi <i>Place Branding</i>	20
---	----

Tabel 3. 3 Analisis Data Preferensi Kunjungan.....	22
--	----

BAB 4

Tabel 4. 1 Kawasan Wisata Alam Bantul.....	39
--	----

Tabel 4. 2 Kawasan Wisata Budaya Bantul.....	39
--	----

Tabel 4. 3 Desa Wisata Bantul.....	40
------------------------------------	----

Tabel 4. 4 Kawasan Wisata Alam Gunungkidul.....	42
---	----

Tabel 4. 5 Kawasan Wisata Budaya Gunungkidul.....	43
---	----

Tabel 4. 6 Desa Wisata Gunungkidul.....	44
---	----

Tabel 4. 7 Desa Budaya Gunungkidul.....	45
---	----

BAB 5

Tabel 5. 1 Komparasi Variabel Kondisi Fisik.....	52
--	----

Tabel 5. 2 Komparasi Variabel Eksperiensial.....	55
--	----

Tabel 5. 3 Komparasi Variabel Culture.....	57
--	----

Tabel 5. 4 Komparasi Variabel Sosial.....	59
---	----

Tabel 5. 5 Komparasi Variabel Potensial.....	61
--	----

Tabel 5. 6 Komparasi Variabel Simbol dan Logo Resmi.....	64
--	----

Tabel 5. 7 Komparasi Variabel Iklan.....	67
--	----

Tabel 5. 8 Komparasi Variabel Promosi Penjualan.....	69
--	----

Tabel 5. 9 Komparasi Variabel Seminar atau Penyuluhan.....	71
--	----

Tabel 5. 10 Komparasi Variabel Situs web dan blog.....	73
--	----

Tabel 5. 11 Komparasi Variabel Sosial media.....	74
--	----

Tabel 5. 12 Komparasi Variabel TV.....	76
--	----

Tabel 5. 13 Komparasi Variabel Personal atau mulut ke mulut.....	78
--	----

Tabel 5. 14 Preferensi Kunjungan berdasarkan Kondisi Fisik.....	81
---	----

Tabel 5. 15 Preferensi Kunjungan berdasarkan Eksperiensial.....	83
---	----

Tabel 5. 16 Preferensi Kunjungan berdasarkan Culture.....	84
---	----

Tabel 5. 17 Preferensi Kunjungan berdasarkan Sosial.....	85
--	----

Tabel 5. 18 Preferensi Kunjungan berdasarkan Potensi Aktivitas.....	87
---	----