

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK (INTISARI).....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Kebaruan Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Pembagian Bab.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi Strategis.....	8
2.2 Kerangka Rencana Komunikasi Strategis.....	10
2.3 Penjenamaan Kota (<i>City Branding</i>).....	13
2.4 Merancang Penjenamaan Kota sebagai Komunikasi Strategis Organisasi.....	16
2.6 Kerangka Konseptual dan Model Penelitian.....	19
BAB III.....	23
METODOLOGI.....	23
3.1 Paradigma dan Jenis Penelitian.....	23
3.2 Metode Penelitian.....	24
3.3 Data Penelitian dan Teknik Pengambilan Data.....	25
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	26
3.5 Teknik Penyajian Data.....	27
3.6 Uji Kredibilitas Data.....	28
3.7 Limitasi riset.....	28
BAB IV.....	29
TEMUAN DAN DISKUSI.....	29
4.1 Kerangka Komunikasi Strategis JaF dalam Membangun “Kota Terakota”.....	29
4.1.1 Analisis Situasi.....	30

4.1.2 Strategi.....	34
Tujuan.....	34
Objektif.....	35
Pesan.....	36
Sasaran khalayak.....	37
Jalur komunikasi.....	38
Alat komunikasi.....	42
4.1.3 Implementasi.....	42
Indonesia Contemporary Ceramic Biennale.....	42
Terracotta Triennale.....	46
Perhutana.....	50
Festival Rampak Genteng.....	53
4.1.4 Evaluasi.....	54
4.2 Kota Terakota sebagai Penjenamaan Kota Berbasis Budaya.....	60
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	82