

DAFTAR ISI

INTISARI	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Tinjauan Pustaka	5
1.5.1. Smart City	5
1.5.2. Jogja Smart Province.....	6
1.5.3. Smart Branding	8
1.5.4. Peran Pemerintah	9
1.6. Kerangka Penelitian	10
1.7. Keaslian Penelitian	13
BAB II METODE DAN TEKNIK ANALISIS	25
2.1. Pemilihan Lokasi Penelitian	25
2.2. Data dan Variabel Penelitian	27
2.3. Teknik Pengumpulan Data	31
2.3.1. Data Primer	31
2.3.2. Data Sekunder	32
2.4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	32
2.5. Batasan Operasional	33
2.5.1. Pemerintah.....	33
2.5.2. Program Jogja Smart Province	33

2.5.3. Smart Branding	33
BAB III DESKRIPSI WILAYAH	34
3.1. Letak dan Kondisi Geografis.....	34
3.2. Kependudukan.....	35
3.3. Tata Wajah Kota.....	37
3.4. Aktivitas Bisnis dan Heritage.....	40
3.5. Pelayanan Pariwisata.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Kondisi Eksisting Pelaksanaan Smart Branding di DIY	49
4.1.1 Kondisi Eksisting Pelaksanaan Tata Wajah Kota di DIY	49
4.1.2 Kondisi Eksisting Pelaksanaan Bisnis dan Promosi Budaya di DIY	63
4.1.3 Kondisi Eksisting Pelaksanaan Pariwisata di DIY	72
4.2 Upaya Pemerintah dalam Pelaksanaan Smart Branding di DIY	77
4.2.1 Upaya Pemerintah dalam Implementasi Smart Branding	83
4.2.2 Upaya Pemerintah dalam Pelaksanaan Tata Wajah Kota di DIY	88
4.2.3 Upaya Pemerintah dalam Pelaksanaan Bisnis dan Promosi Budaya DIY	92
4.2.4 Upaya Pemerintah dalam Pelaksanaan Pariwisata di DIY	98
4.3 Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Pelaksanaan Smart Branding	104
4.3.1 Strength	105
4.3.2 Weakness.....	107
4.3.3 Opportunity	110
4.3.4 Threat	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	126