

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
DAFTAR ISTILAH.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan.....	6
1.3.1 Tujuan Teoritis.....	6
1.3.1 Tujuan Praktis.....	6
1.4 Manfaat.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.6 Landasan Teori.....	13
1.6.1 <i>City Branding</i>	13
1.6.2 <i>Tourist Gaze</i>	17
1.6.3 <i>Destination Image</i>	18
1.7 Metode Penelitian.....	19
1.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
1.7.2 Batasan Penelitian.....	20
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
1.7.3.1 Observasi.....	21
1.7.3.2 Wawancara.....	22
1.7.3.3 Studi Literatur.....	28
1.7.4 Metode Analisis Data.....	29
1.8 Sistematika Penulisan.....	29
BAB II.....	31
2.1 <i>City Branding</i> Daerah Istimewa Yogyakarta dari Masa ke Masa.....	32
2.1.1 Jogja Never Ending Asia.....	33
2.1.2 Problematika Jogja New Harmony.....	35

2.1.3	Jogja Istimewa.....	39
2.2	Gambaran Umum Implementasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa.....	44
2.2.1	Gambaran Umum Implementasi <i>City Branding</i> di Ruang Publik.....	45
2.2.2	Gambaran Umum Implementasi <i>City Branding</i> di Usaha Pariwisata....	51
2.3	Usaha Pariwisata sebagai Pemegang Kepentingan <i>City Branding</i> Jogja Istimewa.....	55
BAB III		59
3.1	Persepsi dan Pemahaman Pelaku Usaha Pariwisata Terhadap <i>City Branding</i> Jogja Istimewa.....	60
3.1.1	Persepsi terhadap <i>Brand Name</i>	61
3.1.2	Persepsi terhadap Logo.....	70
3.1.3	Persepsi terhadap <i>Tagline</i>	79
3.1.4	Persepsi terhadap <i>Brand Story</i>	83
3.2	Implementasi <i>City Branding</i> dalam Usaha Pariwisata.....	89
3.2.1	Internalisasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa dalam Usaha Pariwisata....	91
3.2.2	Interpretasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa dalam Bentuk Implementasi	98
3.2.3	Manifestasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa dalam Pengalaman Wisatawan.....	111
3.3	Analisis Pola, Faktor, dan Relevansi Implementasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa dengan Pariwisata Masa Kini.....	124
3.3.1	Pola Implementasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa.....	125
3.3.2	Faktor Pendorong dan Penghambat Implementasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa.....	128
3.3.2.1	Faktor Pendorong.....	129
3.3.2.2	Faktor Penghambat.....	131
3.3.3	Relevansi Implementasi <i>City Branding</i> Jogja Istimewa dalam Pariwisata Masa Kini.....	132
BAB IV		135
4.1	Kesimpulan.....	135
4.2	Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA		141
DAFTAR LAMPIRAN		149
Lampiran 1.	Daftar Informan Penelitian.....	149
Lampiran 2.	Pertanyaan Wawancara.....	151