

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
ABSTRACTION	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Objek Penelitian.....	6
F. Kerangka Pemikiran.....	7
1. Pariwisata Internasional.....	7
2. Komunikasi Pemasaran Industri Pariwisata.....	13
3. <i>Destination Branding</i>	18
G. Kerangka Konsep.....	24
H. Metodologi Penelitian.....	27
1. Pendekatan Penelitian.....	27
2. Metode Penelitian.....	28
3. Sumber Data.....	28
4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
5. Teknik Analisis Data.....	29
BAB II MEMBANGUN POSITIONING DESTINASI WISATA MELALUI DESTINATION BRANDING.....	33
A. Membangun Positioning Produk Melalui Destination Branding.....	33
1. Strategi Positioning Differensiasi Brand.....	33

2. Mengkomunikasikan Positioning.....	34
3. Positioning Destinasi Wisata.....	35
B. Praktik Destination Branding Dunia.....	37
C. Positioning Destinasi Wisata di Indonesia.....	43
D. City Branding Seoul dan Taipei.....	50
BAB III GAMBARAN UMUM POTENSI DAN PENGELOLAAN	
PARIWISATA KEPULAUAN SERIBU.....	53
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	53
B. Potensi Pariwisata.....	56
1. Pulau Pemukiman.....	56
2. Wisata Alam.....	59
3. Wisata Cagar Alam.....	63
4. Wisata Sejarah.....	65
C. Pengelola Pariwisata Kepulauan Seribu.....	68
1. Gambaran Umum Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.....	68
2. Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.....	70
3. Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.....	70
BAB IV AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN KEPULAUAN	
SERIBU MENUJU DESTINASI WISATA INTERNASIONAL...71	71
A. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kepulauan Seribu.....	71
1. Perencanaan Program Aktivitas Komunikasi Pemasaran Kepulauan Seribu.....	73
a. Vision and Stakeholder Management.....	73
b. Target Consumer and Portfolio Matching.....	75
c. Positioning and Differentiation Strategies Using Branding Components.....	83
2. Pelaksanaan Program Aktivitas Komunikasi Pemasaran Kepulauan Seribu (Communication Strategies).....	84

a. Pesan Utama Aktivitas Komunikasi Pemasaran Kepulauan Seribu.....	89
b. Pemanfaatan Media Dalam Aktivitas Komunikasi Pemasaran Kepulauan Seribu.....	90
3. Feedback and Response Management Strategies.....	106
B. Analisis Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pariwisata Kepulauan Seribu.....	108
1. Analisis Perencanaan Program Aktivitas Komunikasi Pemasaran Kepulauan Seribu.....	108
2. Analisis Pelaksanaan Program Aktivitas Komunikasi Pemasaran Kepulauan Seribu.....	119
3. Analisis Terhadap Aktivitas Feedback and Response Management Strategies.....	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	131
A. Kesimpulan.....	131
B. Saran.....	133
1. Saran Akademis.....	133
2. Saran Praktis Bagi Pelaku Industri Pariwisata Kepulauan Seribu....	133
DAFTAR PUSTAKA.....	137
LAMPIRAN.....	143