

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Pernyataan Keaslian Tesis.....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi.....	vii
Abstrak .....	xii
Abstract .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Tinjauan Pustaka .....	8
1.5.1 Penelitian Terdahulu.....	8
1.5.2 Kerangka Pemikiran .....	11
1.5.2.1 Konsep Dasar <i>Branding</i> .....	11
1.5.2.2 <i>Tourism Destination Branding</i> .....	14
1.5.2.3 <i>Tourism Destination Rebranding</i> .....	23
1.5.2.4 Teori Prinsip <i>Tourism Destination Branding</i> .....	25
1.6 Kerangka Konsep.....	26
1.7 Metodologi Penelitian.....	30
1.7.1 Paradigma Penelitian .....	31
1.7.2 Metode Penelitian .....	32
1.7.3 Objek Penelitian .....	33
1.7.4 Informan Penelitian .....	33
1.7.5 Teknik Pengumpulan Data .....	34
1.7.6 Teknik Pengolahan Data.....	36
1.7.7 Uji Keabsahan Data.....	37
1.7.8 Limitasi Penelitian.....	38

<b>BAB II DESTINATION BRANDING DAN WISATA HALAL</b>	
2.1 Pandangan Umum Destination Branding .....	39
2.2 Pentingnya <i>Destination Branding</i> untuk Sebuah Daerah.....	41
2.3 <i>Tourism Destination Rebranding</i> Indonesia .....	42
2.4 Wisata Halal sebagai Produk Baru Pariwisata Indonesia.....	46
<b>BAB III GAMBARAN UMUM DAERAH DAN PERAN DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA ACEH</b>	
3.1 Gambaran Umum Daerah Aceh .....	53
3.2 Potensi dan Isu Strategis Pembangunan Pariwisata Aceh	59
3.3 Tren Kunjungan Wisatawan ke Aceh .....	61
3.4 Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh .....	63
3.5 Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh ....	64
3.3 Kewenangan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh .....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	69
4.1.1 Strategi <i>Tourism Destination Branding</i> Aceh .....	69
4.1.2 Tantangan yang dihadapi dalam Kegiatan <i>Tourism Destination Branding</i> .....	106
4.1.3 Indikator Evaluasi Berdasarkan Prinsip <i>Tourism Destination Branding</i> .....	107
4.2 Pembahasan .....	117
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA .....	131

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Konsep .....	28
Gambar 2.1 Brand Pariwisata Indonesia Tahun 2007-2011 .....	44
Gambar 2.2 Brand Pariwisata Indonesia 2011-Sekarang.....	45
Gambar 3.1 Posisi Strategis Aceh Jalur Perdagangan Dunia.....	57
Gambar 3.2 Potensi Pariwisata Aceh .....	59
Gambar 3.3 Tren Kunjungan Wisatawan ke Aceh.....	61
Gambar 4.1 Logo Lama Pariwisata Aceh .....	71
Gambar 4.2 Konsep Logo Pariwisata Aceh .....	74
Gambar 4.3 Penandatanganan Komitmen Pembangunan Aceh sebagai Destinasi Wisata Halal .....	75
Gambar 4.4 Jalur Transportasi Darat Provinsi Aceh .....	81
Gambar 4.5 Pelayanan Kepada Turis Mancanegara di Masjid Raya Baiturrahman .....	82
Gambar 4.6 Skema Matrix Indikator Unggulan.....	84
Gambar 4.7 Hasil Penelusuran Tentang Aceh Tahun 2013-2014.....	87
Gambar 4.8 Hasil Penelusuran Tentang Aceh Tahun 2015-2016.....	87
Gambar 4.9 Bentuk Promosi Media Offline .....	90
Gambar 4.10 Billboard dengan Pendekatan <i>Integrated Syaria Marketing Communication</i> .....	92
Gambar 4.11 Website Resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh I..	94
Gambar 4.12 Website Resmi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh II..	94
Gambar 4.13 Facebook Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh .....	95
Gambar 4.14 Instagram Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.....	95
Gambar 4.15 Twitter Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.....	96
Gambar 4.16 Youtube Channel Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh..	96
Gambar 4.17 Form Pesan pada Website <a href="http://disbudpar.acehprov.go.id">disbudpar.acehprov.go.id</a> .....	100
Gambar 4.18 Pemberitaan Penutupan Wisata Pantai di Aceh Utara .....	106
Gambar 4.19 Pemberitaan Penutupan Beberapa Wisata Pantai di Aceh ....	106

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Wisatawan Tahun 2015 dan 2016 .....	2
Tabel. 1.2 Kerangka Operasional.....	29
Tabel 1.3 Data Informan .....	34
Tabel 2.1 Perbandingan Wisata Konvensional, Wisata Religi dan Wisata Halal.....	49
Tabel 3.1 Data Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara .....	62
Tabel 3.2 Tren Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2015-2016 .....	62
Tabel 3.3 Peran dan Fungsi Tim Branding .....	66
Tabel 3.4 Susunan Kepanitiaan Tim Branding “The Light of Aceh” .....	67
Tabel 4.1 Rincian Anggaran Kegiatan Branding Tahun 2015-2016.....	104
Tabel 4.2 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Branding .....	116

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I <i>Interview Guide</i> .....	136
Lampiran II Transkrip Wawancara .....	138