



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Intisari	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Halaman Persembahan	x
Motto	xi
Daftar Isi	xii
Daftar Gambar	xv
Daftar Tabel	xviii
Daftar Bagan	xix
Daftar Lampiran	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Tinjauan Pustaka	5
1.6 Landasan Teori.....	7
1.7 Metode, Waktu dan Lokasi Penelitian	12
BAB II MENGENAL KEMENTERIAN PARIWISATA	14



2.1 Profil Instansi	14
2.2 Tugas dan Fungsi.....	15
2.3 Struktur Organisasi	17
2.3.1 Sekretariat Kementerian.....	17
2.3.2 Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata	18
2.3.3 Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara	20
2.3.4 Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Nusantara	22
2.3.5 Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata... ..	24
2.3.6 Inspektorat.....	26
2.4 Kegiatan Kerjasama.....	27
2.5 Kegiatan Terkait Promosi	29
2.6 Penghargaan-penghargaan.....	30
BAB III PEMBAHASAN	32
3.1 Definisi dan Konsep dari <i>Brand Pesona Indonesia</i>	32
3.1.1 Komponen Sistem Visual Logo Pesona Indonesia	37
3.1.2 <i>Supergraphic Spreading Wings</i>	43
3.1.3 Aturan dalam Pengaplikasian <i>Brand Pesona Indonesia</i>	46
3.1.4 Contoh Pengaplikasian <i>Brand Pesona Indonesia</i> dan <i>Supergraphic</i>	48
3.2 Pengaplikasian <i>Brand Pesona Indonesia</i> Dalam Beberapa Media Aplikasi	51
3.2.1 Pengaplikasian pada Media Elektronik	51
3.2.2 Pengaplikasian pada Media Cetak.....	53
3.2.3 Pengaplikasian pada Media Ruang.....	57
3.2.4 Pengaplikasian pada Cenderamata	60



3.3 Tingkat Kesadaran Wisatawan Nusantara Terhadap <i>Brand</i> Pesona Indonesia	61
3.3.1 Seputar Kuesioner	61
3.3.2 Profil Responden	63
3.3.3 Tingkat Kesadaran Wisatawan Nusantara	65
3.3.4 Hasil Perhitungan Skor Jawaban	72
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	77
4.1 Kesimpulan	77
4.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMAN	
LAMPIRAN	