

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I      PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Objek Penelitian	6
F. Kerangka Pemikiran	6
1. <i>Destination Branding</i>	6
2. Komunikasi Pemasaran dan Pariwisata	12
3. <i>Website</i> sebagai Media Komunikasi	20

G. Kerangka Konsep	25
H. Definisi Konsep	27
I. Metode Penelitian	29
1. Pendekatan Penelitian	29
2. Sampel Penelitian	32
3. Unit Analisis	32
4. Teknik Pengumpulan Data	34
5. Teknik Pengolahan Data	34
6. Teknik Analisis Data	35
7. Limitasi Penelitian	35
 BAB II <i>POSITIONING</i> DALAM <i>DESTINATION BRANDING</i> DAN PEMANFAATAN <i>WEBSITE</i> OLEH <i>DESTINATION</i> <i>MARKETING ORGANOZATION</i> (DMO) KONTRIBUSI	36
A. <i>Positioning</i> dalam <i>Destination Branding</i>	36
B. <i>Positioning</i> Indonesia	40
C. Praktik <i>Destination Branding</i> di Asia Tenggara	42
D. Pemanfaatan <i>Website</i> oleh DMO	48
E. Penelitian Sebelumnya	51
 BAB III    KEMENTERIAN     PARIWISATA, <i>BRANDING</i> WONDERFUL     INDONESIA     DAN <i>WEBSITE</i> WWW.INDONESIA.TRAVEL	56

A. Profil Singkat Kementerian Pariwisata	56
B. <i>Branding</i> Wonderful Indonesia dan Komunikasi Pemasaran Pariwisata Mancanegara Kementerian Pariwisata	59
C. Media Komunikasi Kementerian Pariwisata di Mancanegara	63
D. <i>Website</i> www.indonesia.travel	65
E. Struktur Organisasi Kementerian Pariwisata	69
 BAB IV MEMBANGUN DAN MENKOMUNIKASIKAN <i>DESTINATION IMAGE</i>	 72
A. Rubrik berita <i>website</i> www.indonesia.travel	72
B. Membangun <i>Destination Image</i>	78
1. Kognitif	79
a. <i>Natural Resource</i>	79
b. <i>General Infrastructure</i>	85
c. <i>Tourist Infrastructure</i>	90
d. <i>Tourist Leisure and Recreation</i>	95
e. <i>Culture, History, and Art</i>	100
f. <i>Political and Economic Factors</i>	106
g. <i>Natural Environment</i>	110
2. Afektif	114
a. <i>Social Environment</i>	114
b. <i>Atmosphere of the Place</i>	117

C. Mengkomunikasikan <i>Destination Image</i>	123
1. Daya Tarik Rasional	123
2. Daya Tarik Emosional	136
3. Daya Tarik Moral	141
 BAB V     PENUTUP	 148
A. Kesimpulan	148
B. Saran	151
 DAFTAR PUSTAKA	 152