



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Motto.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Halaman Pernyataan.....	v
Intisari.....	vi
<i>Abstract</i>	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Grafik.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	5
C. Tujuan.....	6
D. Manfaat.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Landasan Teori.....	9
G. Metode Penelitian.....	16
H. Sistematika Penulisan.....	20



BAB II DESKRIPSI KEMENTERIAN PARIWISATA	22
A. Profil Kementerian Pariwisata	22
B. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Pariwisata.....	23
C. Sekilas tentang Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara.....	25
D. Kondisi Pariwisata Saat Ini	28
1. Target Promosi Pariwisata Mancanegara.....	28
2. Performansi Wisatawan Mancanegara Kuartal I Tahun 2016.....	32
BAB III PEMBAHASAN	37
A. <i>Branding Wonderful Indonesia</i>	37
1. Kronologi <i>Branding</i>	37
2. Penggunaan <i>Branding</i>	41
3. Lima Pilar Komunikasi Utama <i>Branding</i> <i>Wonderful Indonesia</i>	42
B. Media Publikasi Kementerian Pariwisata	45
1. Rencana Kegiatan Media Publikasi Kementerian Pariwisata tahun 2016.....	57
2. Prestasi Pariwisata Indonesia di tingkat Internasional	61
C. Sepuluh Destinasi yang di <i>Branding</i>	61
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
Daftar Pustaka	71



Daftar Laman	72
--------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Target Makro – Mikro Kementerian Pariwisata	31
Tabel 2.2 Capaian Kunjungan Lima Besar Pasar Mancanegara	33
Tabel 2.3 Rekapitulasi Capaian Kunjungan Wisatawan Mancanegara Kuartal tahun 2016.....	35
Tabel 3.1 Kronologi Branding Pariwisata Indonesia	38
Tabel 3.2 Kronologi Logo Branding Pariwisata	39
Tabel 3.3 Penayangan Media Online Pasar Singapura	48
Tabel 3.4 Penayangan Media Elektronik Pasar Tiongkok	50
Tabel 3.5 Penayangan Media Cetak Pasar Timur Tengah	52
Tabel 3.6 Kegiatan Pameran Internasional	52
Tabel 3.7 Penayangan Media Ruang pada Beberapa Pasar	55
Tabel 3.8 Event Internasional yang Akan Diikuti Kementerian Pariwisata	60
Tabel 3.9 Prestasi Pariwisata Indonesia di tingkat Internasional.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pertumbuhan Pariwisata Indonesia	28
Gambar 2.2 Target Mega, Makro, dan Mikro Kementerian Pariwisata.....	31
Gambar 3.1 Perubahan Branding Wonderful Indonesia	40
Gambar 3.2 Penggunaan Branding	41
Gambar 3.3 Main Thematic Pillars	43
Gambar 3.3 Nature Wonders.....	44
Gambar 3.4 Sinergi Pentahelix	45
Gambar 3.5 Publikasi di straittimes.com	49
Gambar 3.6 Publikasi di FOX Channel (TVC).....	50
Gambar 3.7 Publikasi pada The Arab Traveller.....	53
Gambar 3.8 Merchandise standard.....	53
Gambar 3.9 Merchandise Eksklusif	54
Gambar 3.10 Bukti Penayangan Media Ruang di Beberapa Negara	56
Gambar 3.11 Danau Toba	62
Gambar 3.12 Pulau Bintan	62
Gambar 3.13 Jakarta.....	63
Gambar 3.14 Pasar Baru Bandung	63
Gambar 3.15 Borobudur.....	64
Gambar 3.16 Festival Banyuwangi	64
Gambar 3.17 Bedugul	65



Gambar 3.18 Lombok	65
Gambar 3.19 Tana Toraja	66
Gambar 3.20 Wakatobi	66



DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1	Capaian Kunjungan Lima Besar Pasar Mancanegara	34
Grafik 2.2	Rekapitulasi Capaian Kunjungan Wisatawan Mancanegara	
	Kuartal I tahun 2016.....	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Struktur Organisasi Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata Mancanegara	75
Lampiran 2	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia periode Januari-April 2016	76