

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Objek Penelitian	4
F. Kerangka Pemikiran	5
1. Komunikasi Pemasaran	5
2. <i>Destination Branding</i>	11
3. Desa Wisata sebagai Produk Jasa	15
G. Kerangka Konsep	18
H. Metodologi Penelitian.....	19
BAB II KOMUNIKASI PEMASARAN DAN <i>DESTINATION BRANDING</i>	
DESAWISATA	27
A. Hubungan <i>Destination Branding</i> dengan Komunikasi Pemasaran.....	27
B. Implementasi Komunikasi Pemasaran dalam <i>Destination Branding</i>	
Desa Wisata.....	39
C. Praktik Komunikasi pemasaran dalam <i>destination branding</i>	
di Indonesia	35
D. Penelitian Sebelumnya (Tinjauan Pustaka).....	37

BAB III DESKRIPSI DESA WISATA GROGOL 41

A. Sejarah Dusun Grogol	41
B. Sejarah Desa Wisata Grogol	42
C. Visi dan Misi Desa Wisata Grogol	45
D. Ikon Desa Wisata Grogol	46
E. Ragam Wisata	46
F. Fasilitas Desa Wisata Grogol	48
G. Daftar Harga Paket Desa Wisata Grogol	48
H. Struktur Organisasi Desa Wisata Grogol	50

**BAB IV AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MEMBANGUN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA GROGOL**

.....	51
A. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Grogol.....	51
B. Analisis Aktivitas Komunikasi Pemasaran dalam Membangun <i>Destination Branding</i> Desa Wisata Grogol	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 92

DAFTAR PUSTAKA 95

LAMPIRAN 97