

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Akademis	9
2. Manfaat Sosial	9
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Kerangka pemikiran	12
1. City Branding	12
2. Online City branding	21
G. Metodologi Penelitian	23
1. Pendekatan Penelitian	23
2. Lokasi Penelitian	24
3. Narasumber	24

4. Teknik Pengumpulan Data	25
5. Teknik Analisis Data	26
6. Jadwal Penelitian	28
BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	30
A. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi	30
1. Tugas dan Fungsi	30
2. Visi dan Misi	33
B. Brand Majestic Banyuwangi.....	35
1. Gambar	35
2. Tulisan	35
3. Gaya	36
BAB III TEMUAN DATA PENELITIAN	38
A. Pariwisata Banyuwangi	38
B. City Branding	40
C. Online City Branding	49
BAB IV PEMBAHASAN	63
A. City Branding	63
B. Strategi Online City Branding	71
1. Sosial Media	75
2. Content Marketing	75
3. Website	76
4. Buzz Marketing	76
C Analisis SWOT	77
1. Strength	77
2. Weakness	78
3. Opportunities	78

4. Threats	78
BAB V PENUTUP	80
A Kesimpulan	80
B. Saran	83
C. Saran Untuk Penelitian berikutnya	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1

Gambar 3. 1.....	41
Gambar 3.2	43
Gambar 3.3	48
Gambar 3. 4.....	50
Gambar 3. 5.....	52
Gambar 3.6	52
Gambar 3.7.....	53
Gambar 3.8.....	54
Gambar 3.9.....	55
Gambar3.10	55
Gambar 3.11	57
Gambar 3. 12.....	59
Gambar 3.13	61
Gambar 3.14	62