

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Penelitian terdahulu.....	11
2.2 Tinjauan Pustaka.....	31
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	31
2.2.1.1 Segmentasi Pasar dalam Komunikasi Pemasaran	
2.2.2	
2.3	
B.1 Komunikasi Pemasaran	25
B.2 <i>Integrated marketing Communication</i>	29
B.3 <i>Branding</i>	39
B.4 <i>City Branding</i>	44
B.5 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Kebudayaan	
Kota Jakarta	49
A. Kerangka Pemikiran	53
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
A. Objek Penelitian.....	54
B. Paradigma Penelitian.....	54
C. Metode Penelitian	55
D. Key Informan.....	55
E. Teknik Pengumpulan Data.....	57
F. Teknik Analisis Data.....	58
G. Uji Keabsahan Data	60
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	61
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Hasil penelitian	79
B.1 Enjoy Jakarta Sebagai <i>City Branding</i>	80

B.2 Strategi dan bentuk Komunikasi pemasaran	89
B.3 Media Promosi	95
B.4 Perkembangan Jumlah wisatawan	97
C. Pembahasan	
C.1 City Branding Kota Jakarta	103
C.2 Perencanaan Komunikasi Pemasaran DKI Jakarta	106
C.3 Faktor Penghambat dan pendorong	115
C.4 Model Komunikasi terintegrasi	118
BAB IV PENUTUP	121
A. Kesimpulan	121
B. Saran	123
1. Saran Akademis	123
2. Saran Praktis	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	125

