

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan.....	10
1.3.2 Manfaat Akademis.....	11
1.3.3 Manfaat Praktis.....	11
1.4 Kerangka Teori dan Pemikiran.....	11
1.4.1 Model <i>Goals-Plans-Action</i> (GPA).....	11
1.4.2 <i>City Branding</i> .....	14

1.4.3	Strategi Komunikasi <i>City Branding</i>	
	Kavaratzis.....	20
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1	Konsep Citra dan Identitas Kota.....	22
2.2	Konsep Komunikasi.....	25
2.3	Konsep <i>Brand</i> dan <i>Place Branding</i> .....	28
2.4	Penelitian Terdahulu.....	33
BAB III	METODE PENELITIAN.....	36
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Objek Penelitian.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4	Sumber Data.....	38
3.5	Teknik Analisis Data.....	39
3.6	Uji Keabsahan Data.....	41
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1	Gambaran Umum.....	47
4.1.1	Sejarah Kabupaten Banyuwangi.....	47
4.1.2	Letak Geografis Kabupaten Banyuwangi.....	48
4.1.3	Visi dan Misi Kabupaten Banyuwangi.....	50
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Analisa Penerapan <i>City Branding</i> .....	52
4.2.2	Evaluasi.....	87
4.3	Pembahasan.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	