

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| Lembar Judul | i |
| Lembar Pengesahan | ii |
| Lembar Pengesahan Penguji Tesis | iv |
| Surat Pernyataan | v |
| Abstrak | viii |
| Kata Pengantar | x |
| Daftar Isi | xii |
| Daftar Tabel..... | xv |
| Daftar Gambar..... | xvi |
| Daftar Lampiran..... | xviii |
| BAB I..... | 1 |
| 1. 1 Latar belakang | 1 |
| 1. 2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1. 3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1. 4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| BAB II..... | 11 |
| 2.1 Kajian Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Konstruksi Realitas Sosial..... | 11 |
| 2.1.2 <i>Branding</i> | 17 |
| 2.1.2.1 <i>Destination Branding</i> | 19 |
| 2.1.2.2 Langkah-langkah membangun <i>Destination Branding</i> | 24 |
| 2.1.2.3 <i>Village Branding</i> | 28 |
| 2.2 Kajian Konsep | 29 |
| 2.2.1 Desa Wisata..... | 29 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 34 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu..... | 35 |
| BAB III | 42 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 42 |
| 3.2 Pendekatan Penelitian..... | 43 |

| | |
|--|-----|
| 3.3 Subjek dan Objek Penelitian | 46 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data | 47 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 3.6 Teknis Analisis Data | 52 |
| 3.7 Keabsahan Data..... | 53 |
| 3.8 Langkah-langkah Penelitian | 55 |
| BAB IV | 60 |
| 4.1 Deskripsi Lokasi dan Potensi Desa Gesing..... | 60 |
| 4.2 Dasar dan Faktor Konstruksi Identitas | 65 |
| 4.2.1 Popularitas Komoditas Unggul Kopi Robusta Desa Gesing..... | 68 |
| 4.2.2 Ketertarikan dan Perhatian dari luar Desa..... | 69 |
| 4.2.3 Daya Tarik Lokasi dan Potensi Geografis Desa..... | 74 |
| 4.2.4 Kesadaran Warga Desa dan Perhatian Pemerintah | 79 |
| 4.3 Konstruksi Identitas: <i>Mintorogo Gesing Kampoeng Coffee</i> | 86 |
| 4.3.1 <i>Mintorogo Gesing Kampoeng Coffee</i> sebagai Identitas Desa..... | 86 |
| 4.3.2 Proses Komunikasi dan Upaya dalam Mengkonstruksi Identitas Desa Gesing | 90 |
| 4.3.3 Perwujudan Identitas melalui Desain Desa | 97 |
| 4.3.4 Perwujudan Identitas melalui Desain Produk Kopi | 101 |
| 4.3.5 Perwujudan Identitas melalui Desain Kedai-kedai Kopi | 102 |
| 4.4 Strategi <i>Membranding</i> Desa Gesing sebagai sebuah Destinasi Desa Wisata Rintisan..... | 106 |
| 4.4.1 Identitas <i>Mintorogo Gesing Kampoeng Coffee</i> sebagai Kekuatan <i>Brand</i> Destinasi..... | 106 |
| 4.4.2 Komoditas Unggul Kopi sebagai Kompetensi Inti (<i>Core Competence</i>) <i>Branding</i> Desa Wisata Rintisan Gesing..... | 108 |
| 4.4.3 Perkuat Daya Tarik melalui Inventarisasi dan Pengembangan Desa Berkas Potensi Alam, Kebudayaan, dan Produk Olahan | 111 |
| 4.5 Pembahasan dan Intepretasi | 113 |
| BAB V..... | 122 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 122 |

| | |
|---------------------|-----|
| 5.2 Saran..... | 123 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 125 |
| LAMPIRAN..... | 128 |