

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN MOTTO	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.5. Kerangka Model	14
1.6. Kerangka Berpikir.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Komunikasi Pemasaran	19
2.2. Brand Awareness	26
2.3. Desa Wisata	28
2.4. Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Jenis Penelitian	41
3.2. Objek Penelitian	42
3.3. Subjek Penelitian	42
3.4. Jenis Dan Sumber Data	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
3.7 Uji Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51

4.1. Profil Desa Wisata Brayut	51
4.1.1 Sejarah Singkat	53
4.2. Logo.....	55
4.3. Susunan Kepengurusan	55
4.4. Produk Desa Wisata Brayut.....	56
4.5. Hasil Penelitian.....	69
4.5.1. Pengelolaan Media Sosial Instagram @desawisatabrayut dalam Membangun Brand Awareness	69
4.6. Kebijakan Pembatasan Tamu Desa Wisata Brayut.....	86
4.7. Mitra Kerjasama Desa Wisata Brayut	89
4.8. Desa Wisata Brayut dari Perspektif Wisatawan	93
4.8.1. Sumber Pengenalan Awal Wisatawan terhadap Desa Wisata Brayut	93
4.8.2. Penilaian Wisatawan terhadap Konten Instagram @desawisatabrayut	94
4.8.3. Kesan Kunjungan dan Perilaku Pasca Kunjungan	97
4.8.4. <i>Brand Awareness</i> Desa Wisata Brayut	98
4.9. Pembahasan.....	101
4.9.1. Dimensi Share Penyampaian Konten sebagai Fondasi Pembentukan Brand Awareness.....	101
4.9.2. Dimensi Optimize Optimalisasi Teknis yang Belum Maksimal	103
4.9.3. Dimensi Manage Keterbatasan SDM sebagai Hambatan Struktural Pengelolaan.....	105
4.9.4. Dimensi Engage Keterlibatan Audiens yang Masih Terbatas pada Interaksi Dasar	107
4.9.5. Kebijakan Pembatasan Tamu Sebagai Bagian Dari Pariwisata Berkelanjutan	109
4.9.6. Kemitraan Desa Wisata Brayut	112
4.9.7. <i>Word of Mouth</i> Sebagai Penerimaan Informasi Dominan.....	114
4.9.8. Penilaian terhadap Media Sosial Instagram @desawisatabrayut dari wisatawan.....	115
4.9.3. Upaya yang Diperlukan untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	117
BAB V PENUTUP	120
5.1. Kesimpulan.....	120
5.2. Saran.....	121

5.2.1. Saran untuk Desa Wisata Brayut	121
5.2.2. Saran untuk Peneliti Berikutnya	121
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN.....	126
Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	126
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	129
Lampiran 3. Dokumentasi	143