

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.2. Manfaat Teoritis	11
1.4.3. Manfaat Praktis	11
1.5. Kerangka Pemikiran	12

1.5.1. <i>Branding Destination</i>	12
1.5.2. <i>Tourism Communication</i>	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Konsep <i>Brand</i> (Merk)	17
2.2. Konsep Dasar <i>City Branding</i>	19
2.2.1. Konsep <i>City</i> (Kota)	19
2.2.2. Konsep Dasar <i>City Branding</i>	21
2.2.2.1. Konsep <i>City Branding</i>	21
2.2.2.2. Tahapan Branding	25
2.3. Penelitian Terdahulu	25
2.3.1. Penelitian Objek TAHURAdan Pantai Carita	27
2.3.2. Penelitian Banda Neira, Maluku Tengah	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	31
3.2. Objek Penelitian	31
3.3. Lokasi Penelitian	32
3.4. Sumber Data	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data	33
3.6. Teknik Analisis Data	34
3.7. Uji Validitas data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum	39
4.1.1. Sejarah Kota Banda Aceh	39
4.1.2. Letak Geografis Kota Banda Aceh	41
4.1.3. Visi dan Misi Kota Banda Aceh	44
4.2. Hasil Penelitian	
4.2.1. Hukum Syari'at Islam dan Serambi Mekkah.....	46
4.2.2. Program "Visit Kota Banda Aceh"	51
4.2.3. <i>City Branding</i> Kota Banda Aceh	55
4.2.3.1. Objek Wisata	58
4.2.3.2. <i>Halal Food</i>	66
4.2.4. Hambatan dan Permasalahan Terkait <i>City Branding</i> Kota Banda Aceh dan Program "Visit Kota Banda Aceh" ..	67
4.2.4.1. Hambatan Dari Sisi Pemberitaan Media	67
4.2.4.2. Hambatan Dari Sisi Kelengkapan Informasi ...	72
4.2.5. Keberhasilan <i>City Branding</i> Kota Banda Aceh Sebagai Kota Syari'at Islam Serambi Mekkah Melalui Program "Visit Kota Banda Aceh"	75
4.3. Pembahasan	80

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN