



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi Dan Periklanan
TRI SYAHDA ANDIANI
44314110082

Analisis City Branding Kabupaten Gunungkidul Dengan Brand Handayani Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata

Jumlah Halaman : X + 90 halaman + 23 lampiran

Bibliografi : 22 Acuan, 1997 - 2015

ABSTRAK

Maraknya pemerintah menggalakkan peran pariwisata dalam meningkatkan devisa memiliki efek bagi masing – masing daerah untuk lebih mengembangkan potensi wisata daerahnya. Didukung dengan Undang – Undang Otonomi Daerah maka pemerintah memiliki kewenangan dalam mengelola potensi daerah. Untuk mengenalkan potensi – potensi daerah maka daerah memerlukan kegiatan branding. City Branding merupakan cara dalam mengenalkan potensi daerah. City Branding dapat dilakukan jika berbagai unsur daerah terlibat.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui City Branding yang dilakukan Kabupaten Gunungkidul dengan menggunakan teori Anholt dalam Hexagon City Branding. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode Kualitatif deskriptif.

Hasil penelitian ini membahas mengenai instrument – instrument yang terlibat dalam City Branding Kabupaten Gunungkidul. Instrumen – instrument tersebut meliputi brand, kebijakan, budaya, warga, investor dan wisatawan. Dengan demikian peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai instrument – instrument yang telah terlibat dalam City Branding Kabupaten Gunungkidul

Penelitian ini menyimpulkan bahwa proses city branding kabupaten Gunungkidul telah melibatkan instrument – instrument brand, kebijakan, budaya, warga, investor dan wisatawan. Keterlibatan instrument ini disesuaikan dengan kapasitas dan tujuan city branding Kabupaten Gunungkidul. City branding yang dilakukan oleh Kabupaten Gunungkidul disesuaikan dengan karakteristik, budaya serta warga local yang tercermin pada brand Kabupaten Gunungkidul yaitu Handayani. Serta citra yang ingin dibentuk dan juga target

serta tujuan branding Kabupaten Gunungkidul. Instrument yang menonjol dari city branding Kabupaten Gunungkidul adalah aktivitas brand yang telah dilakukan sehingga berefek pada meningkatnya jumlah pengunjung tiap tahunnya sejak tahun 2011. Namun hal ini juga didukung oleh kebijakan – kebijakan pemerintah daerah Kabupaten Gunungkidul dalam melakukan branding untuk mengembangkan potensi wisata daerah.

