

ABSTRAK

Aditya Arivitarta. 13321018. E-Branding Majestic Banyuwangi oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi Untuk Meningkatkan Kunjungan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. 2019

Perkembangan teknologi internet membuat branding pariwisata telah mencapai level selanjutnya. Kecenderungan pemanfaatan internet yang tinggi oleh masyarakat membuat banyak daerah melakukan *branding brand* wisata dari daerahnya dengan menggunakan internet. Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu kabupaten yang sedang mengembangkan pariwisatanya. Untuk memaksimalkan pemasaran dan promosi, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi melakukan *branding* menggunakan media internet atau disebut dengan *online branding*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin mendeskripsikan bagaimana Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan *online branding*

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dimana data didapatkan melalui wawancara dengan pejabat Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi. Penulis akan terlibat secara langsung dalam situasi dan fenomena yang diteliti yang diharapkan penulis mampu mendapatkan data yang mendalam mengenai strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi dalam meningkatkan tingkat Kunjungan ke Kabupaten Banyuwangi dan pengoptimalan internet sebagai media branding. Peneliti menggunakan teori *city branding* dan *online city branding*.

Hasil dari penelitian ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi melakukan branding melalui media internet dengan mengenalkan logo *brand* dengan *tagline Majestic Banyuwangi* dan kanal internetnya melalui promosi yang menggunakan media konvensional yang mencantumkan arahan bagi pembaca untuk membuka *link-link* yang dicantumkan pada *leaflet*, baliho dan majalah yang dibuat. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dalam melakukan *online city branding* menggunakan beberapa saluran, yaitu media sosial dan *apps*, *website*, *content marketing*, dan *buzz marketing*

Kata kunci: *city branding*, *online city branding*, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Banyuwangi

ABSTRACT

E-Branding Majestic Banyuwangi by Tourism and Cultural Department of Banyuwangi Regency to Increase Visitor of Tourism Banyuwangi Regency.
Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. 2019

The development of internet technology has made tourism branding reach the next level. The tendency of internet use by the community makes many regions doing tourism brands branding using internet as media. Banyuwangi regency is one of regency that developing their tourism. To increase marketing and promotion, Banyuwangi regency government by tourism and cultural department do branding using the internet. The author wants to describe how the tourism and cultural department conducts online city branding

In this case, the author used qualitative descriptive approach. Data was obtained through interviews with the officials from Banyuwangi tourism and cultural department of Banyuwangi Regency. The author will be directly involved in the situation and phenomenon on study. It is expected that the author can get indepth data about the strategi of tourism and cultural department of Banyuwangi in increasing the level of visits and optimization of new media as a branding medium. The author use teory of city Branding and Online city branding

The results of this study are the Tourism and Cultural Department of Banyuwangi doing branding through internet media by introducing the brand logo Majestic Banyuwangi and its internet channel through promotion by use conventional media that include direction to open link listed such as leaflet, billboard, and magazines wich is made by Banyuwangi regency. Tourism and Cultural Department in conducting online city branding using several channels, social mediaand apps, website, content marketing, and buzz marketing

Keyword : city branding, online city branding, Tourism and Cultural Department of Banyuwangi