

ABSTRAK

Muhlis. 2020. Rancangan *Branding* Destinasi Pariwisata Kota Parepare. Proyek Akhir Program Studi Manajemen Kepariwisata Politeknik Pariwisata Bali. Pembimbing: Dr. H. Darwis, S.Sos., MM & Dharma Kuba, S.Kom., M.MSi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi Kota Parepare yang dapat dijadikan pembentuk *branding* destinasi pariwisata dan untuk membuat usulan konsep rancangan *branding* destinasi pariwisata Kota Parepare. Jenis penelitian menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada masyarakat Kota Parepare. Teknik analisis data menggunakan metode analisis reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi.

Hasil penelitian ini menghasilkan usulan konsep rancangan *branding* destinasi pariwisata Kota Parepare. Usulan rancangan *branding* berdasarkan pendekatan kultural dan multipotensi serta berdasarkan Keputusan Menteri Pariwisata Republik Indonesia.

Terdapat dua unsur pembentuk dalam desain rancangan *branding* destinasi pariwisata Kota Parepare yaitu, Patung Habibie Ainun dan Peta Kota Parepare. Menggunakan lima warna yang dinamis yaitu, hijau yang berarti kreativitas, ramah kepada alam dan keselarasan. Ungu yang berarti daya imajinasi, keimanan, kesatuan lahir dan batin. Jingga yang berarti Inovasi, semangat pembaruan, dan keterbukaan. Biru yang berarti kesemestaan, kedamaian, dan keteguhan. Serta Magenta yang berarti keseimbangan, akal sehat, dan sifat praktis. Mengusung sebuah *tagline Memorable Parepare* yang berarti Kota Parepare mudah dikenang.

Kata Kunci: Kota Parepare, Rancangan, *Branding* Destinasi

ABSTRACT

Muhlis. 2020. Tourism Destination Branding Design of Parepare City. Tourism Management Study Program of Tourism Polytechnic Bali. Adviser: Dr. H. Darwis, S.Sos., MM & Dharma Kuba, S.Kom., M.MSi.

This research aims at know the elements forms tourism destination branding of Parepare City and to make proposed concept design tourism destination branding of Parepare City. This type of research using qualitative. Data collection techniques using methods of observation, interview, and documentation community of Parepare City. Data analysis techniques using methods of data reduction, data display and withdrawal conclusion and verification.

This paper proposes of concepts design tourism destination branding of Parepare City. The propose branding design is based on a cultural and multipotential approach, and the propose branding design is based on the tourism minister decision of Indonesia.

There are two forming elements in the design branding of Parepare, that is the statue of Habibie Ainun and City Map of Parepare. Using five dynamic colors, Green, which means creativity, friendly to nature and harmony. Purple, which means imagination, faith, physical and spiritual unity. Jingga which means innovation, a spirit of renewal and openness. Blue, which means universe, peace and determination. Magenta, which means balance, common sense, and practical nature. Carrying a Memorable Parepare tagline, which means the city of Parepare is easy to remember.

Key Words: Parepare City, Design, Destination Branding

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing yang ditunjuk berdasarkan Surat Keputusan Direktur Politeknik Pariwisata Makassar Nomor: KP.002/73/04/POLTEKPAR-2020 untuk membimbing Saudara/i:

Yang bertanda tangan di bawah ini.

1. Nama : Muhlis
2. NIM : 16.212081
4. Program Studi : Manajemen Kepariwisataaan
5. Judul Proyek Akhir

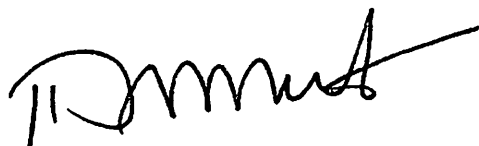
RANCANGAN *BRANDING* DESTINASI PARIWISATA KOTA PAREPARE

Menyatakan bahwa Proyek Akhir ini telah diperiksa dan dapat diajukan di hadapan Tim Penguji Ujian Proyek Akhir Politeknik Pariwisata Makassar.

Makassar, Juni 2020

Disetujui oleh :

Pembimbing 1



Dr. H. Darwis, S.Sos., MM
NIP. 19690907 199003 1 001

Pembimbing 2



Dharma Kuba, S.Kom., M.MSi
NIP. 197000516 199903 1 001