

EFEKTIVITAS *CITY BRANDING* “NEGERI INDAH KEPINGAN SURGA”
TERHADAP KUNJUNGAN WISATAWAN KE KABUPATEN SAMOSIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai Syarat untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

LASDAME PARHUSIP
71170612014



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

MEDAN

2021

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKIRIPSI

JUDUL : **EFEKTIVITAS *CITY BRANDING* “NEGERI INDAH
KEPINGAN SURGA” TERHADAP KUNJUNGAN
WISATAWAN KE KABUPATEN SAMOSIR**

NAMA : **LASDAME PARHUSIP**

NIM / NPM : **71170612014**

PROGRAM STUDI : **ILMU KOMUNIKASI**

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Zakaria Siregar, S.Sos
M.SP

Ridwan Nasution, S.Sos,
M.IKom

DIKETAHUI OLEH:
KETUA PROGRAM
STUDI

DISETUJUI OLEH
DEKAN

Dra. Fauziah Dongoran,
MA

Drs. Zainuddin
Nasution, M.AP

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi ini merupakan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar sarjana pada Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara. Sejalan dengan hal tersebut, maka skripsi ini Penulis beri judul: Efektivitas *City Branding* “Negeri Indah Kepingan Surga” Terhadap Kunjungan Wisatawan ke Kabupaten Samosir. Dalam penyusunan skripsi ini Peneliti banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu Peneliti ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

- 1) Bapak Drs. Zainuddin Nasution, MAP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Islam Sumatera Utara.
- 2) Ibu Dra. Fauziah Dongoran, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas bimbingan dan arahan yang diberikan selama di bangku perkuliahan.
- 3) Bapak Zakaria Siregar, S.Sos, M.SP, Pembimbing I (satu) yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan arahan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 4) Bapak Ridwan Nasution, S.Sos, M.IKom, Pembimbing II (dua) dengan kesabaran memberikan dukungan, pengarahan dan koreksi terkait dengan penulisan skripsi ini.
- 5) Bapak/ Ibu seluruh Staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi FISIP UISU
- 6) Bapak/ Ibu seluruh Staf Pegawai Akademik FISIP UISU

- 7) Teman dan Sahabat seperjuangan
- 8) Teristimewa kepada kedua Orangtua saya serta kepada Saudara- Saudara saya yang telah banyak berkorban baik tenaga maupun biaya kiranya Tuhan selalu melindungi mereka.
- 9) Semua pihak yang yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatunya.

Penelitian ini masih banyak kekurangan, karenanya kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangsih untuk penelitian selanjutnya dan menambah referensi bagi para peneliti selanjutnya.

Medan, Agustus 2021

Penulis,

Lasdame Parhusip
71170612014

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relation*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Baker, K.R. 2012. *Principles of Sequencing And Scheduling*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Bittner. 1980. *Mass Communication An Introduction*. Prentice-Hall
- Deddy, M. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media.
- Gerbner, G. 1967. *Mass Media and Human Communication Theory*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Hidayat, Nur. 2014. *City Branding Kabupaten Banyuwangi*. Jember: Universitas Jember.

- Jampel, I Nyoman. 2016. *Komunikasi Massa* (Buku Ajar), Jurusan TP- FIP
Universitas Pendidikan Ganesha. Bali: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Jefkins, F.2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kennedy,John. E;R Dermawan Soemanagara. 2006. *Marketing Communication:
Taktik dan Strategi*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Kotler, P. 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler,P dan Gary Amstrong. 2003. *Dasar- Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo
- Lestari, Endang. 2003.*Komunikasi yang efektif*. Jakarta: Lembaga Administrasi
Negara
- Liliweri, A.1991. *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*, Eds 6, Terj. Putri Iva Izzati. Jakarta:
Salemba Humanika.
- Milles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta:Universitas
Indonesia Press.
- Sagala,Wiranda.2017. “Pengaruh City Branding “Negeri Indah Kepingan
Surga”terhadap Minat Berkunjung ke Danau Toba”. Medan:USU.
- Soemirat,S.2003. *Dasar-dasar Public Relations*. Jakarta: Citra Aditya.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.
- Tanzeh, Ahmad dan Suyitno.2006.*Dasar- Dasar Penelitian*. Surabaya: Elkaf.

Teemu dan Seppo. 2009. *How to Brand Nations, Cities and Destinations, A Planning Book for Place Branding*. USA: Palgrave Macmillan.

Yuli, A. 2011. "City Branding sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Ditinjau dari Aspek Hukum Merek (Studi Kasus City Branding Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata Unggulan di Indonesia). Jurnal Ilmiah Hukum QISTI.

Undang-Undang

- Undang- Undang No 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan
- Nomor 48 Tahun 2017 peraturan Bupati Samosir

Sumber Website

Kabupaten Samosir,2021. *Sejarah singkat Kabupaten Samosir*,

<https://samosirkab.go.id/sejarah-singkat-kabupaten-samosir>, Maret 2021

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, Bukit Holbung Samosir, *Objek Wisata Nan*

Eksotis,<http://disbudpar.sumutprov.go.id/berita/2019/02/04/bukit-holbung-samosir-objek-wisata-nan-eksotis/>, Juli 2021

Badan Pusat Statistik Kabupaten Samosir olahan 2018

Kementerian Pariwisata 2019