

## ABSTRAK

### EFEKTIVITAS *CITY BRANDING* “NEGERI INDAH KEPINGAN SURGA” TERHADAP MINAT PENGUNJUNG KE KABUPATEN SAMOSIR

Oleh:

Lasdame Parhusip  
Npm: 71170612014

Konsep *city branding* merupakan strategi yang dikaji untuk memperkenalkan sebuah daerah kepada masyarakat. Hal penting dalam branding ini adalah mengubah pola pikir dan pandangan terhadap sebuah kota. Samosir menetapkan sebuah branding yang dinilai mampu memperkenalkan potensi daerah dengan tagline “Negeri Indah Kepingan Surga (*Wonderfull Land Piec of Paradise*)”. *City branding* yang dikembangkan ini dipersiapkan untuk pasar local, domestic dan internasional.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas *city branding* “Negeri Indah Kepingan Surga” terhadap minat pengunjung ke Kabupaten Samosir.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, penelitian kepustakaan dan interview atau wawancara kepada informan yaitu: para pengunjung di tiga objek wisata (Bukit Holbung, Bukit Sibebea dan Pusuk Buhit) dan Kepala Bagian Promosi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Samosir.

Hasil penelitian terhadap efektivitas *city branding* “Negeri Indah Kepingan Surga” terhadap minat pengunjung ke Kabupaten Samosir belum maksimal tepat sasaran masih perlu terus ditingkatkan dalam hal pengadaan sarana dan prasarana serta mengubah target pasar, hal ini ditunjukkan dengan hasil wawancara yang dilakukan dan observasi penelitian.

**Kata Kunci:** efektivitas, *city branding*, kualitatif