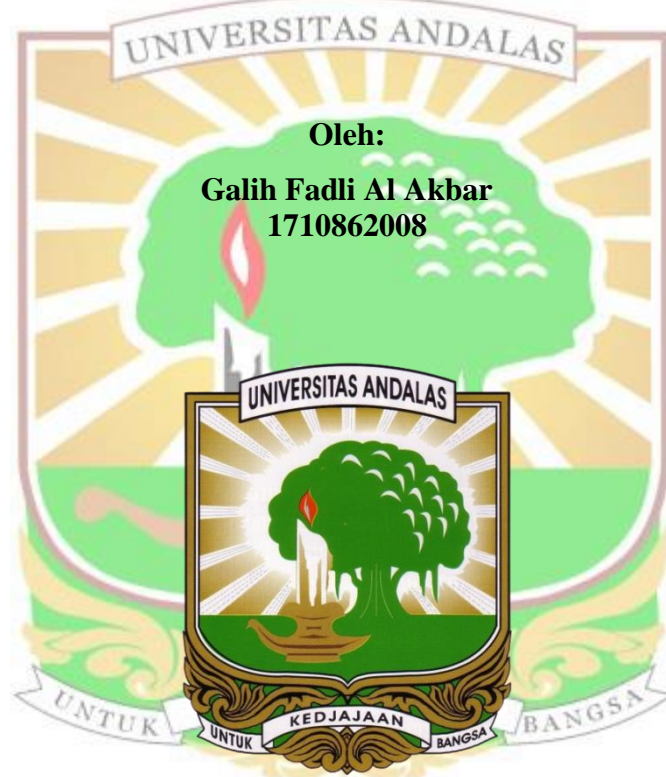


**ANALISIS BRANDING PARIWISATA KEPULAUAN RIAU  
(Studi Kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam  
Melakukan Proses Branding “Wonderful Riau Islands”)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2023**

**ANALISIS BRANDING PARIWISATA KEPULAUAN RIAU  
(Studi Kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam  
Melakukan Proses Branding “Wonderful Riau Islands”)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Andalas**



**Oleh:**

**Galih Fadli Al Akbar  
1710862008**

**Pembimbing:**

**Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si.  
Ilham Havifi, M.I.Kom.**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2023**

## ABSTRAK

### ANALISIS BRANDING PARIWISATA KEPULAUAN RIAU (Studi Kasus pada Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam Melakukan Proses Branding “Wonderful Riau Islands”)

Oleh:

Galih Fadli Al Akbar  
1710862008

Pembimbing:

Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si  
Ilham Havifi, M.I.Kom

Upaya dalam memajukan pariwisata setiap daerah memiliki usaha yang terintegrasi dan strategis, terutama dalam mencitrakan suatu destinasi pariwisatanya. Setiap daerah memiliki *brand* pariwisatanya masing-masing sebagai identitas dan citra pariwisata suatu daerah. *Wonderful Riau Islands* merupakan *brand* pariwisata yang dimiliki Provinsi Kepulauan Riau. *Brand* inilah yang digunakan untuk dapat membuat wisatawan ingat akan daerah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis *branding* pariwisata Kepri yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam melakukan proses *branding* “*Wonderful Riau Islands*”. Peneliti melihat *branding* yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dilakukan menggunakan teori *brand strategy*. Terdapat lima *item brand strategy*, yaitu *brand positioning*, *brand identity*, *brand personality*, *brand communication* dan *brand equity*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus serta paradigma konstruktivisme. Metode pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan analisis data Miles dan Huberman yakni dengan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi daerah Kepulauan Riau memiliki keunggulan komparatif seperti geostrategis yang sangat bagus, dengan berbatasan langsung diantara negara tetangga, dan juga didukung oleh wilayah dengan 96% perairan dan 4% daratan, tentunya hal ini mampu menjadikan Kepri sebagai destinasi wisata bahari unggulan. Selain itu, minat kunjungan wisatawan yang tinggi dalam beberapa tahun terakhir menempati Kepri pada peringkat 3 teratas. Proses *branding* juga dilakukan melalui berbagai promosi salah satunya seperti melalui *media exposure*. *Tourism networking* juga dilakukan dalam mengembangkan, mengelola dan memajukan pariwisata Kepri serta evaluasi.

**Kata Kunci:** *Branding* Pariwisata, Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau, Proses *Branding*, *Wonderful Riau Islands*.

## **ABSTRACT**

### **RIAU ISLANDS TOURISM BRANDING ANALYSIS (Case Study at the Riau Islands Provincial Tourism Office in Carrying out the “Wonderful Riau Islands” Branding Process)**

**By:**

**Galih Fadli Al Akbar  
1710862008**

**Supervisor:**

**Dr. Sarmiati, S.Sos, M.Si  
Ilham Havifi, M.I.Kom**

*Efforts in advancing tourism each region have an integrated and strategic business, especially in the image of a tourist destination. Each region has their respective tourism brands as the identity and tourism image of a region. Wonderful Riau Islands is a tourism brand owned by the Province of Riau Islands. This brand is used to make tourists remember the area. This study aims to describe and analyze the Riau Islands tourism branding conducted by the Riau Islands Province Tourism Office in carrying out the “Wonderful Riau Islands” branding process. Researcher saw the branding carried out by the Riau Islands Provincial Tourism Office carried out using the brand strategy theory. There are five brand strategy items, namely brand positioning, brand identity, brand personality, brand communication and brand equity. This research uses qualitative methods with a case study approach and a constructivism paradigm. Data collection methods are carried out by observation, interviews and documentation. Researchers use Miles and Huberman's data analysis, namely by data reduction, data presentation, as well as drawing conclusions and verification. The results of the study show that the potential of the Riau Islands region had a comparative advantage such as a very good geostrategic, with direct bordering among neighboring countries, and also supported by regions with 96% waters and 4% land, of course this is able to make the Riau Islands a leading marine tourism destination. In addition, the interest of high tourist visits in recent years occupies the Riau Islands at the top 3. The branding process is also carried out through various promotions, one of which is through media exposure. Tourism Networking is also carried out in developing, managing and advancing Riau Islands tourism and evaluation.*

**Keywords: Tourism Branding, Tourism Office of Riau Islands Province, Branding Process, Wonderful Riau Islands.**