

CITY BRANDING KOTA MANADO DENGAN MEMANFAATKAN SUMBERDAYA PERIKANAN

Reza Bayu Adji

Magister Desain Fakultas Industri Kreatif – Universitas Telkom

rezabayuadji@student.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Kota Manado terkenal dengan potensi wisatanya, khususnya di provinsi Sulawesi Utara. Peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Manado mengalami peningkatan setiap tahunnya. Sebagai kota yang memiliki potensi wisata, Kota Manado harus memiliki pedoman city branding yang dapat dikaitkan dengan membuka peluang dengan potensi perikanan. Pedoman ini menjadi acuan untuk memberikan citra positif dan persuasif untuk menarik wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang city branding pariwisata Kota Manado melalui potensi perikanan dengan menggunakan metode mix-method dan observasi langsung ke destinasi wisata yaitu Pulau Bunaken, Manado Tua dan Nain, kuesioner dibagikan kepada masyarakat Kota Manado mengenai potensi wisata, studi literatur berupa buku dan artikel ilmiah tentang city branding, pemasaran, sosiologi masyarakat termasuk potensi daerah dan matriks perbandingan dari penelitian sebelumnya tentang city branding suatu wilayah atau kota. Bagaimana strategi City Branding Kota Manado dengan memanfaatkan sumber daya Perikanan? Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai rekomendasi kepada Pemerintah Kota Manado untuk dijadikan panduan city branding Kota Manado yang berfungsi sebagai alat untuk memasarkan kegiatan potensi wisata kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

Kata Kunci: *City Branding*, Perikanan, Pemasaran, Sosiologi, Kota Manado