

SKRIPSI
IDENTIFIKASI *CITY BRANDING* KEPULAUAN KEI
(MALUKU TENGGARA)



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana S1 Pariwisata

Di susun oleh :
I Gusti Devraj Farawowan
NIM : 516100569

PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**IDENTIFIKASI *CITY BRANDING* KEPULAUAN KEI
(MALUKU TENGGAR)**

Disusun Oleh

Nama : I Gusti Devraj Farawowan

Nim : 516100569

Jurusan : PARIWISATA

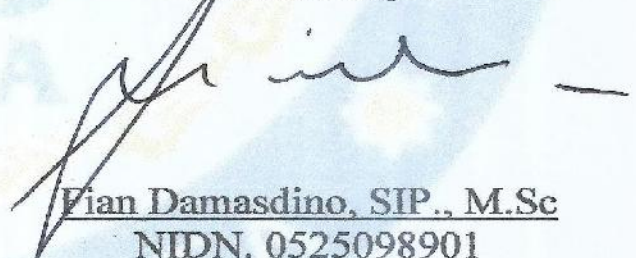
Telah diketahui oleh :

Pembimbing 1



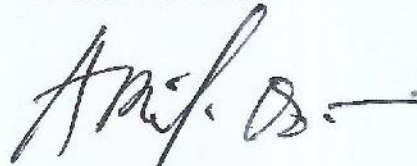
Drs. Prihatno, MM
NIDN. 0526125901

Pembimbing 2



Fian Damasdino, SIP., M.Sc
NIDN. 0525098901

**Mengetahui
Ketua Jurusan**



Arif Dwi Saputra, SS., MM
NIDN. 0526125901

BERITA ACARA UJIAN

**IDENTIFIKASI CITY BRANDING KEPULAUAN KEI
(MALUKU TENGGARA)**

SKRIPSI

Disusun Oleh

Nama : I Gusti Devraj Farawowan

NIM : 516100569

Jurusan : PARIWISATA

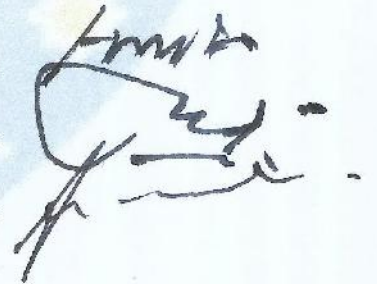
Telah Dipertahankan DI Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan :

Pada Tanggal :

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Drs. Santosa, MM
Penguji II : Drs. Prihatno, MM
Penguji III : Fian Damasdino, SIP., M.Sc



Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



HALAMAN MOTTO

***KAMU MEMILIKI 2 PILIHAN SETIAP HARI
TIDUR LANJUTKAN MIMPI
ATAU
BANGUN DAN WUJUDKAN MIMPI
(UNKNOWN)***

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur kepada Allah subhānahu wata‘ālā, Karya Sedernahana ini, peneliti mempersembahkan sebagai wujud Rasa Syukur Paling dalam yang tidak terhingga dan juga kepada kedua orang tua saya dan teman – teman terdekat saya yang selalu memberikan dukungan dan arahan maka dari itu Peneliti persembahkan rasa terimakasih yang banyak dan hormat kepada :

1. Baharudin Farawowan SH., MH. Selaku sebagai Bapak saya yang selalu meberikan arahan dan masukan dari awal pembuatan skripsi ini sampai akhir.
2. Herlinda selaku sebagai Ibu saya yang selalu memberikan semangat setiap waktu untuk mengerjakan Skripsi ini
3. Ibu Diah (Asdos AMPTA) termakasih banyak sudah memberikan sedikit bimbingan
4. Nisjayanti, termakasih banyak sudah memperingatkan arahan dari orang tua saya.
5. Sodarab beda Ibu, Josuah, Karel, Dida, Tatra, Deddy, Yudi, Nanda
6. Teman – Teman kelas Pariwisata A Helmy, Iksan, Arlin, Aji, Edu, Ghones, Daniel, Baugi, Iki Nabi, Epeng,
7. Dosen PA, Pak Fian Damasdino, SIP., M.Sc, yang banyak memberikan arahan dan juga bimbingan selama pengerjaan SKRIPSI

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah Identifikasi *City Branding* Kepulauan Kei. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelsain skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak.

Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan setinggi- tingginya kepada semua pihak yang berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi – tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs.Prihatno, MM selaku Pembimbing I yang telah aktif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam materi skripsi ini.
2. Bapak Fian Damasdino, SIP., M.Sc selaku Pembimbing II yang telah dengan aktif dalam memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk – petunjuk pada penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Santosa, MM selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi ini secara keseluruhan.

4. Bapak Arif Dwi Saputram SS., MM. selaku Ketua Jurusan S1 Pariwisata dan juga sebagai moderator dalam Ujian Skripsi saya.
5. Bapak Anderias Rentanubun, Selaku Mantan Bupati Periode 2008 – 2013 dan 2014 – 2019 yang telah memberikan waktu dalam memberikan informasi dan data terkait dengan penelitian saya
6. Abang Goerge Rahawarin, selaku Ketua HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) Kota Tual yang juga ikut dalam menjadi narasumber dalam penelitian ini.
7. Bapak Robby Rem, Selaku Wartawan Pariwisata dan Juga Om bagi Peneliti yang memberikan arahan – arahan tentang sumber narasumber
8. Bapak Ir. Alexander Joko Wiyohno selaku Ketua Dinas Pariwisata Maluku Tenggara
9. Bapak Budhi Toffi, selaku Ketua Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Maluku Tenggara.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 1 Januari 2021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
MOTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABLE	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
SURAT PERNYATAAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI	
1. Branding.....	8

2. City Branding	9
3. Citra Destinasi	11
4. Unsur – Unsur City Branding	12
5. Positioning	13
6. Peran Organisasi.....	14
B. KKERANGKA PEMIKIRAN	17
C. PENELITIAN TERDAHULU	18

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian dan Design Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
C. Teknik Cuplikan.....	26
D. Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28
F. Keabsahan Data.....	30
G. Metode Analisis Data.....	32
H. Alur Penelitian	34

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. GAMBARAN UMUM KEPULAUAN KEI	36
1. Geografis	37
2. Demografis	47
3. Pariwisata Maluku Tenggara.....	52
B. HASIL PENELITIAN.....	65
1. City Branding Kepulauan Kei.....	65
2. Asal usul Tabob (Penyu Belimbing).....	66
3. “Kei Tourism” dan “The Most Popular Hidden Paradise”	69
C. PEMBAHASAN	73
1. Unsur – Unsur Pembentukan City Branding Maluku Tenggara	74

2. Penerapan City Branding Kepulauan Kei Sebagai Destinasi Wisata Bahari	83
3. Persepi terhadap City Branding Kepulauan Kei	89

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN	95
B. SARAN	98

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABLE

3.1. Table : Waktu Penelitian.....	25
3.2 Table : Teknik Pemeriksaan	30
4.1 Table : Komposisi Penduduk Menurut Umur Di Maluku Tenggara	50

DAFTAR GAMBAR

21. Gambar : Kerangka Pemikiran.....	17
3.1 Gambar : Peta Maluku Tenggara	24
4.1 Gambar : Peta Administrasi Maluku Tenggara.....	39
4.2 Gambar : Peta Kitinggian Daratan di Maluku Tenggara	42
4.3 Gambar : Diagram Sebaran Geologi Maluku Tenggara	43
4.4 Gambar : Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Sex Ratio	48
4.5 Gambar : Jumlah PenyebaranPenduduk Menurut KEcamatan Tahun 2017.....	49
4.6 Gambar : Grafik Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur di Maluku Tenggara	51
4.7 Gambar : Pantai Madwaer.....	53
4.8 Gambar : Pantai Ngur Sarnadan.....	54
4.9 Gambar : Bukit Musbait.....	55
4.10 Gambar : Pantai Ngurtavur	57
4.11 Gambar : Goa Hawang.....	58
4.12 Gambar : Pulau Letman	59
4.13 Gambar : Pantai Ohoidetawun	60
4.14 Gambar :Goa Hawan.....	62
4.15 :Gambar Goa Letvuan	63
4.16 Gambar : Bukit Musbait.....	64
4.17 Gambar : Tabob (Penyu Belimbing).....	66

4.18 Gambar : Ikon Pariwisata Maluku Tenggara	69
4.19 Gambar : Logo FPMK 2016	72
4.20 Gambar : Logo Event Wer Warat	73
4.21 Gambar : Logo FPMK 2019	73
4.22 Gambar : Ikon Pariwisata Maluku Tenggara	77
4.23 Gambar : Logo FPMK 2016	84
4.24 Gambar : Logo Event Festival Wer Warat.....	85
4.25 Gambar : Poster Festival Wer Warat	86

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Bimbingan
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil Wawancara

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Idenstifikasi *City Branding* Kepulauan Kei (Maluku Tenggara). Tujuan penelitian ini ada untuk mengetahui dan mengidentifikasi pihak Pemerintah, Industri Pariwisata, Organisasi masyarakat, Wisatawan dan Masyarakat terhadap sebuah citra dalam pengembangan destinasi wisata, dan juga untuk mengetahui unsur – unsur dari pembentukan *City Branding* yang sesuai dengan keunikan dari Kepulauan Kei, dan untuk mengetahui Penerapan *Branding* Kepulauan Kei. Analisa *City Branding* Kepulauan kei di harapkan dapat memberikan dampak positif kepada Pemerintahan dan Para Pelaku Pariwisata dalam hal Image atau Citra dari suatu destinasi., karena sampai dengan saat ini *City Branding* dari Kepulauan Kei masih belum di luncurkan resmi dari Pemerintah sehingga masih menjadi tanda tanya seperti apa objek Wisata yang berdominan di Kepulauan Kei.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan tehnik dokumentasi ke beberapa orang yang sekiranya memiliki keterkaitan dengan permasalahan untuk mendapatkan data yang sesuai dan tepat. Metode Analisis Data adalah penelitian yang menggambarkan fenomena sosial tanpa ada perbandingan dan menjawab hipotesa tetapi lebih memberikan penekanan pada hasil wawancara dari Dinas Pariwisata Maluku Tenggara dan beberapa para Pelaku Pariwisata.

Hasil penelitian menyatakan bahwa *City Branding* yang dimiliki oleh Kepulauan Kei (KABUPATEN MALUKU TENGGARA) masih dalam tahap proses pembentukan – pembentukan *City Branding* tersebut, dilain sisi Kepulauan Kei telah menggunakan alternative untuk mendukung citra atau image bagi wilayahnya, Kepulauan Kei menggunakan Ikon Pariwisata berupa Hewan Adat dari yaitu TABOB yang merupakan salah satu budaya dari Kelompok Masyarakat Adat yaitu dari Nufit Haroa. Selain dalam penggunaan TABOB sebagai Ikon Pariwisata ternyata memiliki maksud lain yaitu menjaga kelestarian hewan Penyu Belimbing dari Perburuan sekala besar yang terjadi pada tiap tahunnya.

KATA KUNCI : *City Branding*, Maluku Tenggara, Kepulauan Kei

ABSTRACT

This research is entitled Identity City Branding of Kepulauan Kei (Maluku Tenggara). The purpose of this research is to find out and identify the Government, the Tourism Industry, Community Organizations, Tourists and Communities to an image in the development of tourist destinations, and also to find out the elements of the formation of City Branding in accordance with the uniqueness of the Kei Islands, and to find out Application of Kei Islands Branding. Analysis of the City Branding of the Kei Islands is expected to have a positive impact on the Government and Tourism Actors in terms of the image or image of a destination, because until now City Branding from the Kei Islands has not been officially launched by the Government so it is still a question mark such as what tourist objects are dominant in the Kei Islands.

Data collection methods are carried out by means of observation, interviews, and documentation techniques to several people who if they have a relationship with the problem to obtain appropriate and precise data. Data analysis method is a research that describes social phenomena without comparisons and answers hypotheses but gives more emphasis to the results of interviews from the Southeast Maluku Tourism Office and several tourism actors.

The results of the study stated that the City Branding owned by the Kei Islands (TENGGARA MALUKU DISTRICT) is still in the process of forming the City Branding, on the other hand the Kei Islands have used alternatives to support the image or image for the region, the Kei Islands use a tourism icon in the form of a traditional animal. from namely TABOB which is one of the cultures of the Indigenous Peoples Group, namely from Nufit Haroa. Apart from using TABOB as a tourism icon, it turns out that it has another purpose, namely to preserve the leatherback turtles from large-scale hunting that occurs every year.

KEYWORD : City Branding, Maluku Tenggara, Kepulauan Kei

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Identifikasi *City Branding* Kepulauan Kei (Maluku Tenggara) adalah hasil karya saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya ilmiah yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian skripsi ini.

Yogyakarta, 1 Januari 2020



I Gusti Devraj Farawowan

516100569

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara Kepulauan yang sangat banyak memiliki pulau-pulau di dalamnya, Berdasarkan informasi Kementerian Dalam Negeri Tahun 2018 yang dipublikasikan dalam Buku Statistik Indonesia 2018, Indonesia memiliki 16.056 pulau pada 2017. Jumlah ini berkurang 1.448 pulau dari sebelumnya sebanyak 17.504 pulau. Adapun Papua Barat tercatat sebagai provinsi yang memiliki pulau terbanyak, yakni mencapai 4.108 pulau. Kepulauan Riau di urutan kedua dengan 1.994 pulau dan Sulawesi Tengah dengan 1.632 pulau di posisi ketiga. Sementara Provinsi yang memiliki pulau paling sedikit adalah Jambi dan Bengkulu, yaitu masing-masing 15 dan 10 pulau seperti terlihat pada grafik di bawah ini. Menjadi Negara Kepulauan terbesar di Dunia, Indonesia juga menjadi unggul di bidang Bahari.

Negara Indonesia sangat banyak memiliki potensi laut dari Pengelolaan Perikanan yang memiliki sebanyak 37% Spesies ikan yang ada di Dunia, Pengelolaan Perhubungan atau Transportasi Laut, Pengelolaan Pertambangan dan Energi yang memiliki potensi mineral dan bahan tambang, Minyak Bumi dan Gas Bumi, Emas, Timah, Besi dll, kemudian Pengelolaan Sumber Daya Alam Laut seperti Padang Lamun, Terumbu Karan, Hutan

Mangrove dan juga rumput laut, dan Pengelolaan Pariwisata yaitu seperti Pemandangan Laut yang indah dan eksotis. Pemandangan Laut yang indah dan eksotis yang ada di Indonesia tidaklah kalah saing dengan Luar Negeri, Indonesia juga bisa membanggakan pemandangan laut yang di miliki salah satu cara dengan wisata bahari.

Wisata bahari merupakan wisata yang banyak di kaitkan dengan Danau, Pantai, dan laut. Wisata bahari adalah suatu kunjungan ke objek wisata, khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan menyelam dengan perlengkapan selam lengkap (Pendit, 2004). Salah satu contoh wisata bahari yang sudah mendunia yang terletak di Indonesia yaitu Pulau Raja Ampat yang ada di Provinsi Papua Barat, disana wisatawan bisa menikmati panorama keindahan pulau-pulau kecil serta menikmati pemandangan dalam laut seperti ikan-ikan dan juga terbumbu karang. Indonesia tidak hanya memiliki satu wisata bahari tersebut, salah satunya seperti di Kepulauan Kei, Maluku

Kepulauan Kei merupakan sebuah kesatuan daerah geografis dari Kabupaten Maluku Tenggara dan Kota Tual, karena sebelumnya Kota Tual merupakan ibu kota dari Kabupaten Maluku Tenggara yang secara administratif merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Maluku tenggara akan tetapi pada tanggal 10 Juli 2007, setelah dimekarkan Kota Tual secara otomatis memiliki pemerintahan sendiri dan terlepas dari Kabupaten Maluku Tenggara dan kemudian Kota Langgur yang menjadi pusat

pemerintahan Maluku Tenggara. Penduduk setempat menyebut Kepulauan ini Nuhu Evav (Kepulauan Kei) atau Tanat Evav (Negeri Evav), tetapi dikenal dengan nama “Kei” atau “Kai” oleh penduduk dari pulau – pulau tetangga. Kai, sebenarnya adalah sebutan sebutan dari zaman colonial Hindia Belanda, dan masih digunakan dalam buku – buku yang ditulis berdasarkan sumber – sumber lama. Kepulauan ini terletak di selatan jazirah Kepala Burung Irian Jaya (Papua), di sebelah barat Kepulauan Aru, dan di timur laut Kepulauan Tanimbar.

Kepulauan kei merupakan bagian dari daerah wallacea yaitu kawasan biografis mencakup sekelompok pulau – pulau (sumber Wikipedia). Kepulauan Kei terdiri dari atas sejumlah Pulau, di Antaranya adalah Kei besar (Nuhu Yuut atau Nusteen), Kei kecil (Nuhu Roa atau Nusyanat), Tanimbar kei (Tnebar Evav), Kei Dulah (Du), Dulah laut (Du Roa), Kuur, Taam, Tayandu (Tahayad). Selain itu masih terdapat sejumlah pulau kecil tak berpenghuni. Total luas area daratan Kepulauan Kei adalah 1438 km² (555 mil²) (sumber dari Website Resmi Kota Tual : tualkota.go.id/site/slide1/). Selain itu, masih terdapat sejumlah pulau kecil tak berpenghuni.

Wilayah geografis di Kepualaan kei lebih banyak daerah perairan dari pada daerah daratan tentunya dari kondisi geografis ini Kepulauan Kei banyak memiliki potensi – potensi bahari di dalamnya. Salah satu potensi tersebut ada di bidang pariwisata, potensi tersebut dapat melahirkan

beberapa wisata bahari yang unggul sehingga tidak kalah saing dengan destinasi – destinasi bahari yang ada di luar Kepulauan Kei. Beberapa wisata bahari yang ada di Kepulauan Kei yaitu wisata Pulau Bair, Pulau Adranan, Pantai Ngurtafur, Pantai Ngurbloat, Pantai Ngursarnadan, Goa Hawang dan masih banyak lainnya.

Kemudian, Salah satu wisata yang menjadi primadona kepulauan kei adalah Destinasi Pulau Bair karena Pulau Bair juga disebut-sebut sebagai Raja Ampatnya Kepulauan Kei karena hampir mirip dengan Wisata Raja Ampat yang ada di Papua Barat, hanya saja Pulau Bair lebih kecil luasnya di bandingkan dengan Raja Ampat yang di Papua, akan tetapi kualitas dari kedua destinasi tersebut bisa di katakan sama, tidak hanya pulau bair ada juga pantai Ngurtavur yaitu pantai yang unik dan beda dari pantai pada umumnya karena Pantai Ngurtavur terbentuk dari hamparan pasir putih yang berada di lautan dan akan terlihat bila air surut, keindahan Pantai Ngurtavur tidak hanya sebatas hamparan pasir putih yang membentang dibirunya lautan namun disini juga terdapat ratusan burung bangau yang beristirahat setelah mencari ikan serta dapat melihat kawanan penyu belimbing jika beruntung dan juga dapat bertemu dengan penyu tertua yang ada di Pantai Ngurtavur bernama “Tabob” maka dengan fakta - fakta tersebut tidak bisa lagi di pungkiri bahwa Kepulauan Kei tentunya bisa di katakan sebagai Destinasi Wisata Bahari, akan tetapi Kepulauan kei sampai saat ini belum memiliki *brand* yang sesuai di bidang Kepariwisataan,

padahal hampir 100% destinasi yang dimilikinya ada di bidang Bahari, maka di perlukan sebuah *city brand* tepat yang sesuai dengan keunikannya serta karakteristik wilayahnya.

City Branding dapat dikatakan sebagai strategi dari suatu negara atau daerah untuk membuat positioning yang kuat didalam benak target pasar mereka, seperti layaknya positioning sebuah produk atau jasa, sehingga negara dan daerah tersebut dapat dikenal secara luas diseluruh dunia. Banyak kota dan negara lain telah merasakan keuntungan besar mendapatkan pundi – pundi PAD (Pendapatan Asli Daerah) dari City Branding. Diantaranya ada Kota Bandung dengan “BDG”, Kota Jakarta dengan “Enjoy-Jakarta”, Kota Solo dengan “ Solo The Spirit Of Java”

Dengan perkembangan ini, berbagai daerah di Indonesia termasuk Kepulauan Kei dihadapkan pada persaingan global dengan daerah atau kota lainnya di seluruh di Indonesia sendiri maupun dunia yang tidak bisa di tawar – tawar, sedangkan rencana pengembangan Kepulauan Kei yang sudah di lakukan sampai saat ini tidak sejalan dengan fakta di lapangan dimana Kepulauan Kei masih belum banyak di kenal sebagai destinasi wisata yang bernuansa bahari. Oleh karena itu, untuk menyelaraskan hal tersebut, dibutuhkan upaya pengenalan Kepulauan Kei sebagai destinasi wisata bahari melalui city branding. Di harapkan kedepan langkah ini dapat membantu Kepulauan Kei khususnya dibidang Kepariwisata agar Kepulauan kei lebih bisa banyak dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan

lokal atau wisatawan luar negeri dan mampu mendatangkan lebih banyak investor yang ingin melakukan investasi di Kepulauan Kei dan kemudian hal ini akan menjadi sebuah keuntungan bagi Kepulauan Kei dan Masyarakat *Nuhu Evav*.

Melihat alatar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan branding Kepulauan Kei, maka penelitian ini berjudul “Identifikasi *City Branding* Kepulauan Kei”

B. Fokus Masalah

Agar Penelitian ini dapat dilakukan secara mendalam, maka peneliti perlu membuat fokus masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Branding Pariwisata di Kepulauan Kei bisa tercipta sebagai wisata bahari, yaitu dengan cara :

1. Apa saja unsur – unsur pembentukan *City Branding* yang sesuai bagi Kepulauan Kei ?
2. Bagaimana Penerapan *City Branding* Kepulauan Kei
3. Bagaimanakah Persepsi Masyarakat terhadap sebuah *city branding* Kepulauan Kei ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka penelitian ini bertujuan, sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi *City Branding* Kepulauan Kei

2. Menentukan unsur – unsur pembentukan city branding yang sesuai dengan keunikan dari Kepulauan Kei
3. Untuk mengetahui penerapan *City Branding* Kepulauan Kei
4. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terkait *City Branding* dari Kepulauan Kei

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat anatara lain :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana memperkaya ilmu pengetahuan penulis khususnya di Ilmu Pariwisata

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan awal untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan Branding Pariwisata di suatu wilayah khususnya di Bidang Pariwisata

3. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah daftar kepustakaan STP AMPTA Yogyakarta

4. Bagi Pemerintahan Kota Tual

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan pedoman untuk Pemerintahan Kota tual dalam membuat Branding Pariwisata yang sesuai dengan Daerah serta Potensi yang dimiliki.