

PENGUATAN BRANDING IMAGE PULAU PENYENGAT SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA RELIGI DI KOTA TANJUNGPINANG

Futi Andiny¹, Jamhur Poti², Ramadhani Setiawan³
Futiandiny03@gmail.com

Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Abstract

Penyengat Island has its own historical value and uniqueness. But the phenomenon that occurs in the island of Penyengat Island is still a problem related to the infrastructure there are still roads in the broken Penyengat Island, then some cultural reserves are not maintained, access that until now still not adequate because The only means of transportation as access Pompong is still not appropriate safety requirements, many pompok are not safety because it does not provide life jacket, then lack of community participation it is known that the activities are there In Penyengat Island is a little involved even society is not given space to give ideas in the development of tourism. The research methods in this study are qualitative descriptive. This type of research is a qualitative descriptive, in this qualitative descriptive study researchers will provide a systematic, factual and accurate representation of the facts according to the scope of the research. Based on the results of the research on Penyengat Island Image Branding as a religious tourism destination in the city of Tanjungpinang is now in the process of Branding strengthening but there are some things that need to be fixed, such as should the Government of Tanjungpinang not only see from religious tourism but also historically or tour the history of Malay culture in Penyengat Island.

Keywords: tourism, Branding Image, Tourism religion

I. Pendahuluan

Provinsi Kepulauan Riau merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia yang mempunyai objek-objek wisata yang cukup potensial untuk dikembangkan. Mulai diberlakukannya otonomi daerah oleh pemerintah pusat pada awal tahun 1998, membuat pemerintah Provinsi Kepulauan Riau semakin gencar melakukan pembangunan di berbagai sektor, termasuk sektor pariwisata.

Pariwisata merupakan salah satu alternatif dalam meningkatkan ekonomi di Provinsi Kepulauan Riau, karena dengan mengembangkan sektor ini diharapkan banyak wisatawan yang berkunjung ke Kepulauan Riau yang dengan sendirinya akan membawa devisa untuk dibelanjakan di negeri ini dengan mengupayakan pengembangan dan pemanfaatan potensi wisata yang dimiliki daerah dalam wujud kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya serta peninggalan sejarah.

Kota Tanjungpinang memiliki 4 kecamatan yaitu Kecamatan Tanjungpinang Barat, Kecamatan Tanjungpinang Kota, Kecamatan Bukit Bestari dan Kecamatan Tanjungpinang Timur dengan jumlah penduduk 209.280 jiwa. Salah satu kecamatan yang ada di Kota Tanjungpinang adalah Kecamatan Tanjungpinang Kota yang memiliki destinasi wisata yang berada di Kelurahan Pulau Penyengat. Pulau penyengat memiliki nilai sejarah dan keunikan

tersendiri untuk mengunjungi objek wisata yang ada di Pulau Penyengat, hanya memerlukan waktu sekitar 30 menit dari pusat kota dengan menggunakan kendaraan umum, atau kendaraan pribadi dan dilanjutkan dengan perahu motor kecil (kapal pompong) karena objek wisata tersebut ada di seberang Pulau Tanjungpinang. Objek wisata ini biasanya ramai dikunjungi pada saat akhir pekan atau hari libur.

Pemerintah Kota Tanjungpinang menyadari bahwa persaingan kawasan wisata di Indonesia sangat ketat. Apalagi Tanjungpinang masih dalam tahap berkembang untuk menjadi destinasi wisata religi dan sejarah. Salah satu aset yang ditawarkan Tanjungpinang yakni Pulau Penyengat. Pada 2016, Tanjungpinang dikunjungi 249.781 wisatawan lokal dan 92.948 wisatawan mancanegara. Rata-rata wisatawan berasal dari Malaysia dan Singapura yang dianggap masih saudara serumpun. (sumber: media massa, www.pikiran-rakyat.com 21/7/2017).

Berdasarkan Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 8 Tahun 2018 Tentang Pengelolaan Wisata Budaya Pulau Penyengat menjelaskan bahwa Pulau Penyengat sebagai salah satu kawasan cagar budaya memiliki jejak warisan sejarah budaya masa lampau yang perlu dilestarikan, dilindungi dan dikembangkan melalui pengelolaan wisata budaya secara optimal. Dalam peraturan tersebut dijelaskan bahwa Pulau Penyengat termasuk wisata budaya dimana wisata Budaya adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, mempelajari keunikan daya tarik wisata, dan/atau mengenali hasil kebudayaan setempat yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Kementerian Pariwisata (Kemenpar) bersama pemerintah Tanjung Pinang menandatangani Memorandum of Understanding (MoU) untuk mendukung wisata religi yang isinya adalah menjadikan pulau penyengat sebagai destinasi wisata religi. Didalam MoU tersebut Deputi Bidang Pengembangan Pemasaran Pariwisata menekankan fokusnya agar di promosikan wisata religi itu ke Negara tetangga seperti Malaysia, Singapura dan Thailand. Dengan ditandatanganinya MoU tersebut diyakini Pulau Penyengat akan menjadi unggulan border tourism karena memiliki kekuatan sejarah dan kedepannya akan dikemas dengan konsep wisata religi yang didalamnya terdapat unsur wisata ziarah. (sumber: media massa, www.pikiran-rakyat.com 21/7/2017).

Setiap daerah yang menjadi destinasi wisata seharusnya mampu untuk menunjukkan karakteristik unik yang dimilikinya, setiap kota juga harus mempunyai tujuan ekonomi, budaya, dan politik yang jelas untuk membedakan sebuah kota dari kota lain sehingga mereka mampu berkompetisi dengan baik untuk menarik sumberdaya, wisatawan, dan penduduk secara global. City branding merupakan suatu bentuk upaya untuk membentuk citra dan makna dalam benak target pasar mengenai sebuah kota.

Melalui citra yang ingin dibentuk tersebut, sebuah daerah dapat menarik calon investor dan turis untuk datang berkunjung. Untuk lebih menarik turis dan mempublikasikan branding yang tengah dibentuk, stakeholders dapat memanfaatkan media promosi seperti membuat sebuah slogan atau ikon yang mewakili dan menggambarkan brand daerah sehingga upaya strategi branding tersebut membuat suatu daerah mampu “berbicara” dengan stakeholder, khususnya warga daerah tersebut.

Namun fenomena yang terjadi di pulau penyengat adalah masih ada permasalahan berkaitan dengan infrastruktur masih ada jalan-jalan di Pulau Penyengat yang rusak, kemudian beberapa cagar budaya tidak terawat, akses yang hingga saat ini masih belum memadai karena satu-satunya alat transportasi sebagai akses yaitu pompong masih tidak sesuai persyaratan keselamatan, banyak pompong yang tidak *safety* karena tidak menyediakan *life jacket*, kemudian kurangnya partisipasi masyarakat hal ini diketahui bahwa kegiatan yang ada di Pulau Penyengat sedikit mengikutsertakan masyarakat bahkan masyarakat tidak diberi ruang untuk memberikan ide dalam pengembangan pariwisata.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Penguatan Branding Image Pulau Penyengat Sebagai Daerah Tujuan Wisata Religi di Kota Tanjungpinang.

II. Metode Penelitian

Menurut Bogdan & Bigden (dalam Moleong 2011:248) Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang di pelajari dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain. Setelah data didapatkan, maka selanjutnya adalah melakukan pengolahan dan penganalisaan data, proses pengolahan data ditujukan untuk lebih menyederhanakan data agar lebih mudah dianalisa dan diinterpretasikan. Menurut Saebani (2008) Analisa data didefinisikan sebagai berikut: Proses penyusunan data agar dapat diinterpretasi. Penyusunan data berarti klasifikasi data dengan pola, tema, atau kategori tertentu. Secara sistematis dilakukan dengan tiga langkah secara bersamaan, yaitu : Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data, pengabstrakan dari transformasi data besar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Penyajian data, yakni penyajian sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian tersebut dapat berbentuk matrik, grafik, jaringan, dan bagan. Penarikan kesimpulan atau verifikasi. Langkah verifikasi dilakukan sejak permulaan, pengumpulan data, pembuatan pola-pola, penjelasan konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, dan alur sebab akibat serta proposisi

III. Hasil dan Pembahasan

Pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat mempunyai arti yang sangat penting dan strategis, karena sektor ini merupakan salah satu sektor yang nantinya diharapkan mampu mendukung perkembangan pembangunan daerah dengan cara usaha ekonomi daerah multisektor, serta pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, bahwa sektor ini telah mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan daerah. Semua ini merupakan prasarana dan sarana kepariwisataan yang harus diadakan sebelum kita mempromosikan suatu daerah tujuan wisata. Sedangkan mengenai prasarana (infrastruktur) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa. Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata di daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata. ada beberapa strategi yang berjalan belum efektif, karena strategi yang ada selama ini tidak di khususnya untuk Pulau Penyengat saja tetapi untuk pengembangan pariwisata secara umum di Kota Tanjungpinang, maka dari itu beberapa strategi berjalan belum efektif. Berdasarkan Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang Tahun 2013-2018, berikut strategi pariwisata yang disusun :

- a. Pengembangan destinasi wisata berbasis lingkungan
- b. Peningkatan pembangunan sarana prasarana pariwisata terencana dan terpadu
- c. Peningkatan kemitraan dan kerjasama pelaku usaha yang mendukung sektor pariwisata.
- d. Penguatan jaringan promosi wisata dan budaya melalui pemasaran yang kreatif dan efektif
- e. Peningkatan apresiasi kepada SDM pelaku usaha yang mendukung sektor pariwisata dan kebudayaan
- f. Peningkatan standar kompetensi dan standar usaha pelayanan pariwisata
- g. Peningkatan kualitas dan kuantitas bahan promosi pariwisata
- h. Meningkatkan promosi pengelolaan keragaman dan kekayaan budaya

Jika dilihat ada 8 strategi yang di susun oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam rangka pengembangan pariwisata salah satunya adalah Penyengat. Namun hasil penelitian dapat

diketahui bahwa ada beberapa strategi yang berjalan tidak efektif seperti dalam meningkatkan promosi pengelolaan keragaman dan kekayaan budaya, hal ini sebenarnya tepat diterapkan di Pulau Penyengat namun pelaksanaannya tidak efektif karena promosi dilakukan tidak efektif karena hanya mengandalkan event sebagai promosi yang dilakukan setahun sekali, kemudian salah satu pengembangan seperti pembangunan sarana prasarana juga belum efektif karena strategi ini di jalankan tetapi tidak sejalan dengan kesiapan seperti pendanaan. Berdasarkan observasi yang dilakukan dapat diketahui bahwa pihak dinas selalu menjalin hubungan baik dengan pihak swasta seperti perhotelan, tempat-tempat hiburan yang mana nantinya akan memberikan warna yang baik untuk pariwisata di Pulau Penyengat. Dari kesemua jawaban informan serta dari observasi yang dilakukan dilapangan langsung dapat diketahui bahwa pihak dinas sudah melakukan kerjasama dengan baik terhadap pihak diluar dinas yang mana bertujuan untuk meningkatkan potensi wisata di Pulau Penyengat serta nantinya akan memberikan dampak terhadap peningkatan kunjungan wisata di Kota Tanjungpinang. Pulau Penyengat sangat dikenal dengan wisata sejarahnya yang mana hal ini tentunya memberikan ciri khas tersendiri bagi Pulau Penyengat untuk dikunjungi oleh wisatawan baik itu dari berbagai daerah maupun dari mancanegara yang nantinya memberikan keuntungan bagi Kota Tanjungpinang sendiri.

Kemudian masyarakat sudah dilibatkan, walupun untuk perencanaan dan penyusunan strategi tidak semua masyarakat bisa diikutsertakan hanya beberapa orang perwakilan seperti tokoh masyarakat dan kelompok sadar wisata. Di dalam dunia kepariwisataan sekarang terdapat kecenderungan untuk mengolah potensi daerah, terutama desa beserta strategi pemberdayaan masyarakatnya. Seperti dinyatakan Fandeli, bahwa kebijakan pengembangan pariwisata daerah harus didasarkan pada paradigma yang berkembang di daerah (Fandeli, 2002: 45). Maka logis jika ada semacam kehendak untuk menempatkan desa yang berpotensi dan memiliki sumber-sumber produksi sebagai landasan strategisnya, sekaligus memberdayakan masyarakatnya. Pengembangan pariwisata Pulau Penyengat yang dilakukan oleh pemerintah Kota Tanjungpinang ternyata kurang melibatkan dan kurang memperhatikan masyarakat Pulau Penyengat. Hal ini didukung oleh fakta empirik bahwa pengambilan keputusan pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat dilaksanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang tanpa melibatkan masyarakat Pulau Penyengat. Sehingga, aspirasi-aspirasi masyarakat yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat tidak terakomodasi dengan baik. Masyarakat hanya dihimbau untuk turut serta menjaga dan memelihara hasil-hasil pembangunan, yang tidak berdampak signifikan bagi kesejahteraan masyarakat Pulau Penyengat. Akhirnya, Pulau Penyengat belum mampu memberikan manfaat yang optimal dalam meningkatkan kesejahteraan dan mutu hidup masyarakat Pulau Penyengat. Dalam pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat, pemerintah harus melibatkan masyarakat khususnya masyarakat Pulau Penyengat karena masyarakat banyak mengetahui tentang kondisi Pulau Penyengat dan sekitarnya yang bermanfaat bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Pulau Penyengat.

Partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, pemanfaatan hasil pembangunan, hingga evaluasi sangat menentukan keberlanjutan pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat. Partisipasi masyarakat juga menentukan kesejahteraan serta peningkatan mutu hidup yang bisa dinikmati oleh masyarakat serta perolehan manfaat ekonomi yang bisa diterima oleh pemerintah. Alasan inilah yang mendorong peneliti untuk melaksanakan penelitian mengenai partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat.

Jika dilihat bahwa infrastruktur di Pulau Penyengat butuh banyak perbaikan, harus ada pengawasan berkaitan dengan keselamatan penumpang pompong sebagai transportasi ke Pulau Penyengat, akses merupakan faktor pendukung penting dalam pengembangan pariwisata karena

banyak wisatawan yang datang ke suatu tempat melihat kemudahan tujuan mereka. Keadaan jalan menuju lokasi objek wisata menjadi sangat penting, karena wisatawan yang akan berkunjung ke objek wisata akan memperhatikan kondisi dan akses jalan yang akan dilewati. Faktor lain seperti waktu tempuh dan keterkaitan jarak menuju lokasi objek wisata menjadi pilihan bagi wisatawan yang akan berkunjung. Wisatawan yang berkunjung akan memperhatikan jarak yang ditempuh untuk menuju lokasi objek wisata. Wisatawan cenderung tertarik dengan jarak tempuh dan waktu tempuh tidak lama sehingga cepat menuju objek wisata. Tidak hanya itu tidak ada pembangunan buatan di Pulau Penyengat untuk menarik wisatawan asing, semuanya masih sangat alamiah. Berkaitan dengan perencanaan khususnya pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat, kenyataan Pulau Penyengat memiliki potensi yang berbeda baik ditinjau dari sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia dan lain sebagainya. Oleh karena itu tahap Identifikasi Masalah sangat berperan penting dalam proses pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat dengan melakukan rangkaian tindakan atau kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dan disepakati bersama dalam rangka penyelesaian masalah tersebut. Dari hasil penelitian maka diketahui penguatan Branding Image Pulau Penyengat bisa dilakukan dengan beberapa hal yaitu berdasarkan teori Kavarrizis (2004:67-69) Pembuatan visi dan strategi, melakukan sinergi, melibatkan komunitas lokal, Infrastruktur, pembuatan ruang kota dan gerbang, budaya internal, memanfaatkan kesempatan yang ada, dan komunikasi maka beberapa hal yang perlu diketahui adalah sebagai berikut : Branding dilakukan dengan penguatan branding Penyengat tidak hanya sebagai wisata religi tetapi juga sebagai wisata sejarah (History) hal ini dikarenakan Pulau Penyengat juga memiliki potensi wisata sejarah maka dari itu perlu melakukan sinergi dan melibatkan komunitas lokal yang memahami tentang Pulau Penyengat, kemudian memperkuat budaya internal. Wisata religi dan wisata sejarah di Pulau Penyengat bisa di satukan untuk menjadi branding Image tetap dengan mengedepankan budaya yang ada di Pulau Penyengat, fokus pada budaya melayu yang ada di Pulau Penyengat.

Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam membangun brand Pulau Pnyengat dimulai dengan menentukan visi misi kemudian berbagai upaya perbaikan, komunikasi dan kerjasama. Dari beragam subbranding tersebut jika ditelaah lebih dalam adalah sebuah penjabaran dari komponen-komponen dari branding image Pulau Penyengat. Reputasi yang baik tentu menjadi pertimbangan bagi masyarakat sebelum memilih sesuatu, hingga diperlukanlah kesan dari adanya branding untuk menjadi suatu identitas tersendiri yang akan memberikan dampak istimewa dimata masyarakat yang tentunya tidak akan dijumpai pada pesaing. Mempertahankan kesan dari sebuah branding juga menjadi keharusan tersendiri. Tanpa adanya branding yang kuat, tentu kesan awal yang sudah terbentuk akan luntur secara perlahan.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Branding Image Pulau Penyengat Sebagai Daerah Tujuan Wisata Religi di Kota Tanjungpinang saat ini sudah dalam proses penguatan branding namun ada beberapa hal yang perlu di perbaiki, seperti harusnya pemerintah Kota Tanjungpinang tidak hanya melihat dari wisata religi tetapi juga secara history atau wisata sejarah Budaya Melayu yang ada di Pulau Penyengat. berikut hasil penelitian yang dapat diuraikan sebagai berikut : Visi dan strategi ditemukan bahwa sudah ada strategi yang di buat oleh pemerintah yaitu Peningkatan pembangunan sarana prasarana pariwisata terencana dan terpadu. Peningkatan kemitraan dan kerjasama pelaku usaha yang mendukung sektor pariwisata. Penguatan jaringan promosi wisata dan budaya melalui pemasaran yang kreatif dan efektif. Peningkatan apresiasi kepada SDM pelaku usaha yang mendukung sektor pariwisata dan kebudayaan. Peningkatan strandar kompetensi dan standar usaha pelayanan pariwisata. Peningkatan kualitas dan kuantitas bahan promosi pariwisata. Meningkatkan promosi pengelolaan keragaman dan kekayaan budaya namun ada yang belu optimal seperti

promosi dan sarana prasarana masih perlu terus di perbaiki. Melakukan sinergi ditemukan bahwa Dinas Pariwisata sudah melakukan kerjasama dengan pihak swasta (tour dan travel atau biro perjalanan) untuk dapat meningkatkan potensi wisata daerah dan kunjungan wisatawan ke daerah Kota Tanjungpinang, hal ini tentunya memberikan keuntungan tersendiri bagi Kota Tanjungpinang yang nantinya dapat dikenal oleh berbagai daerah dan negara lain sebagai kota wisata yang memiliki tempat yang layak dan baik untuk dikunjungi. Melibatkan komunitas lokal ditemukan selama ini masyarakat sudah diikutsertakan dalam setiap kegiatan atau event, namun dalam perencanaan kegiatan pengembangan pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak mengikuti masyarakat hanya tokoh masyarakat dan kelompok sadar wisata sebagai perwakilan. Infrastruktur ditemukan bahwa di Pulau Penyengat butuh banyak perbaikan, akses harus di perhatikan seperti kelayakan pompong kemudian infrastruktur umum seperti wc, kemudian jalan menuju ke lokasi wisata wisata karena infrastruktur merupakan faktor pendukung penting dalam pengembangan pariwisata karena banyak wisatawan yang datang ke suatu tempat melihat kemudahan tujuan mereka. Keadaan jalan menuju lokasi objek wisata menjadi sangat penting, karena wisatawan yang akan berkunjung ke objek wisata akan memperhatikan kondisi dan akses jalan yang akan dilewati. Pembuatan ruang kota dan gerbang ditemukan bahwa tidak ada pembangunan buatan di Pulau Penyengat untuk menarik wisatawan asing, semuanya masih sangat alamiah. Berkaitan dengan perencanaan khususnya pengembangan pariwisata di Pulau Penyengat, kenyataan Pulau Penyengat memiliki potensi yang berbeda baik ditinjau dari sumberdaya alam maupun sumberdaya manusia dan lain sebagainya. Budaya internal ditemukan bahwa di Pulau Penyengat sudah menonjolkan budaya yang ada yaitu Budaya Melayu. Masyarakat lokal masih sangat kuat menjunjung budaya mereka, seperti masih menjunjung tinggi nilai dan norma budaya Melayu, kemudian bahasa masih menggunakan bahasa Melayu. Kesempatan ditemukan bahwa di Pulau Penyengat sekarang di buka, khususnya di pinggiran pantai. Semua masyarakat disini menerima, bahkan ada yang ikut berjualan dan mendorong pariwisata ini, ada masyarakat yang ikut membuka tempat souvenir yang menjadikan rumahnya homestay.

Komunikasi ditemukan bahwa dalam pelaksanaannya komunikasi sudah berjalan dengan baik. Komunikasi tersebut juga dapat memanfaatkan media agar pesan yang ingin disampaikan jadi mudah dipahami oleh publik. Permasalahan utama yang dihadapi banyak kabupaten/kota dalam otonomi daerah saat ini adalah bagaimana meningkatkan daya saing sehingga potensi yang dimilikinya dapat tergarap secara maksimal.

V. Daftar Pustaka

- Aaker, David A. 2004. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta, Mitra Utama.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti, 2002. *The Power Of Brand*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Hall, 2002. "Sistem Informasi Akuntansi". Jakarta : Salemba Empat. Kasma,
- Lubis, Hari. S.B. dan Martani Husaini. 2004. *Teori Organisasi (Suatu Pendekatan Makro)*, Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-ilmu Sosial Universitas Indonesia,
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Moelong, J Lexy. 2014. *Metedeologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. Persada
- Musanef. 1995. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Jakarta : PT Toko. Gunung Agung.
- Pendit, Nyoman (2006). *Ilmu Pariwisata (Sebuah Pengantar Perdana)*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV ANDI OFFSET.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Shimp, Terence (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran.Terpada, Jilid I (edisi 5)*, Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama.

- Subarsono. 2005. Analisis Kebijakan Publik; Konsep, Teori dan Aplikasi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Administrasi* (dilengkapi dengan metode R&D). Bandung: Alfabeta.
- Suryono.2004. Pengantar Teori Pembangunan. Malang: Universitas Negeri. Malang.
- Suryani, Tatik. 2008. Perilaku Konsumen; Implikasi Pada Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Swasty, Wirania. (2016). Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung : PT. Remaja Rosdakary
- Wahab, Salah. 2003 *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta, Pradnya Paramita.
- Yoeti, Oka. 2006 Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung, Angkasa.
- Yoeti, Oka. 2008 *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta, Pradaya Pratama
- Yananda, M. Rahmat dan Salamah, Ummi (ed). 2014. Branding Tempat; Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas. Jakarta: Makna Informasi.

Jurnal :

- Balakhrisnan, Melodena Stephens. 2009. Strategic Branding of Destinations: A Framework United Kingdom. Emerald Group Publishing, Limited. Page 611 – 629.
- Blain, C., Levi E. S., & Ritchie J. R. (2005). Destination Branding: Insight And. Practices From Destination Management Organizations, Journal Of. Travel Research.
- Buhalis, D. 2000. "Marketing the Competitive Destination of the Future". Journal of Tourism Management Vol. 21, 2000, 97-116.
- Febriana Saputri (2014) Peran Dinas Pariwisata Dalam Mengoptimalkan Obyek Wisata Cagar Budaya Bukit Kerang di Kabupaten Bintan. Umrah.ac.id
- Irawan, Koko. 2010. Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Jesi Indriani. 2017. Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta. Volume 17, Nomor 1, November 2017, pp 41-52.
- Kavaratzis, Ashwoth (2008) City Branding : An Effective Assertion of Identity or A. Transitory Marketing Trick? Oxford : Blackwell Publishing Ltd. Page 2. 130.
- Nini Widiawati , Yeni Erita, Arie Zella Putra Ulmi (2014) Objek Wisata Pulau Penyengat di Kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau. Jurnal Ilmiah Mahasiswa STKIP PGRI Sumbar
- Rafizah (2014) Implementasi Kebijakan destinasi Pariwisata di Kelurahan Penyengat Kecamatan Tanjungpinang Kota. Umrah.ac.id
- Ratna Rosantika (2012) Citra Merek Tujuan Wisata dan Perilaku Wisatawan : Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol 1 No 1, April 2012.
- Rosadi, Dedi. 2011. Pengelolaan Wisata Religi dalam Memberikan Pelayanan Ziarah pada Jama'ah (Studi Kasus Fungsi Pengorganisasian pada Majelis Ta'lim Al-Islami KH. Abdul Kholiq di Pegandon Kendal Tahun 2008-2010). Semarang: Skripsi Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang (Tidak diterbitkan).
- Sinaga, Supriono. 2010. *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Stephen Intyaswono, Edy Yulianto, Mukhamad Kholid mawardi (2016) Peran Strategi City Branding Kota Batu dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Studi pada dinas Pariwisata dan kebudayaan Kota Batu). Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya, Malang : Jawa Timur
- Uci Susanti, (2016) tentang Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang dalam Usaha Melestarikan Cagar Budaya di Pulau Penyengat. Umrah.ac.id

Website :

https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Tanjungpinang

https://id.wikipedia.org/wiki/Pulau_Penyengat

<http://travel.kompas.com/read/2017/05/17/220600927/5.destinasi.unggulan.di.pulau.penyengat.kepu.lauan.riau>

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170727132600-307-230695/pulau-penyengat-siap-unggulkan-wisata-religi>

<http://www.pikiran-rakyat.com/wisata/2017/07/26/pulau-penyengat-di-tanjung-pinang-unggulkan-wisata-religi-406026>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/11/pengertian-brand-image.html>

<http://saveasbrand.com/pengertian-brand-image-yang-harus-anda-ketahui/>

<http://manado.tribunnews.com/2013/06/03/pentingnya-brand-image-untuk-perkembangan-pariwisata>