

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *city branding* Daerah Istimewa Yogyakarta dalam membangun pariwisata halal di Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskripsi. Sampel pada penelitian ini adalah 3 orang para karyawan dinas pariwisata Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan merupakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sample dengan pertimbangan penulis. Sedangkan sumber data berupa data primer dari karyawan dinas pariwisata Yogyakarta, serta data sekunder berupa buku, skripsi dan jurnal-jurnal. Pada penelitian ini, data dikumpulkan dengan melakukan observasi dan wawancara kepada karyawan dinas pariwisata Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal melalui *city branding* telah menerapkan prinsip syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan program kerja dinas pariwisata dengan mendirikan tempat ibadah disetiap destinasi wisata, pengadaan toilet yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, mengharuskan adanya makanan halal dengan disertai sertifikat halal, dll. Kemudian faktor pendukung dalam membangun pariwisata halal yaitu kebiasaan masyarakat dan dukungan pemerintah. Kemudian faktor penghambatnya adalah kurangnya pemahaman masyarakat terkait pariwisata halal, pariwisata halal yang tidak dipublikasikan dengan masif dan kurangnya sosialisasi dan pembinaan. Kemudian yang terakhir strategi Dinas Pariwisata dalam membangun pariwisata halal adalah promosi dan terus mengembangkan pariwisata halal, sosialisasi kepada masyarakat serta meningkatkan kualitas sarana dan prasarana sebagai strategi pengembangan wisata halal untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim.

Kata kunci : *City branding, pariwisata halal, program kerja, perbandingan, strategi.*

Abstract

This study aims to determine the city branding of the Special Region of Yogyakarta in developing halal tourism in Yogyakarta. This type of research used in this study is qualitative with the description method. The sample in this study were 3 employees of the Yogyakarta tourism office. This study use purposive sampling technique, with the author's consideration. The primary data is from Yogyakarta tourism service employees, and the secondary data is from books and journals. Data were collected by conducting observations and interviews with Yogyakarta tourism service employees.

The results show that the Yogyakarta Tourism Office has applied the principles of sharia on developing halal tourism. The work program of the tourism office are establishing places of worship in each tourist destination, providing separate toilets between men and women, requiring halal food accompanied by halal certificates, etc. Then the supporting factors in developing halal tourism are people's habits and government support. Then the inhibiting factor is the lack of public understanding related to halal tourism, halal tourism that is not publicized and the lack of socialization and coaching. Then the last strategy of the Department of Tourism in developing halal tourism is the promotion and continued development of halal tourism, socialization to the community and improving the quality of facilities and infrastructure as a strategy for developing halal tourism to meet the needs of Muslim tourists.

Keywords: *City branding, halal tourism, work program, comparison, strategy.*