

ABSTRAK

Kota Bogor menjadi kota yang banyak menerima penghargaan yang berkaitan pada sektor pariwisata kota. Namun jika dibandingkan dengan kota-kota besar di Indonesia, Kota Bogor terlihat memerlukan pengembangan pada penerapan *citybranding* yang dilakukan, terkhususnya pada sektor pariwisata. Peneliti ini membahas mengenai strategi *city branding* Kota Bogor dalam upaya menarik wisatawan. Tujuan daripada penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi dan upaya implementasi yang dilakukan Pemerintah Kota Bogor dalam melakukan *city branding*. Penelitian menggunakan teknik analisis kualitatif dengan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan teknik pengambilan data berupa wawancara, observasi, dan analisis data pendukung. Penelitian ini melibatkan tiga jenis informan dengan enam narasumber yang digunakan dalam penelitian ini, yang terdiri dari tiga Informan Kunci, dua Informan pendukung, dan satu Informan Ahli. Dalam teknik analisis data, penulis menggunakan aplikasi Nvivo 16 dengan tujuan dapat memberikan data yang lebih sistematis dan dapat memberikan visualisasi data yang lebih mudah dipahami. Penelitian didasarkan pada tiga konsep utama *city branding* yang berisi mengenai konsep identitas Kota, komunikasi kota, dan citra kota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Bogor telah mengimplementasikan konsep *city branding* yang berfokus pada *culinary tourism* dan *sport tourism*.

Kata kunci : Implementasi *City Branding*, Pemerintah Kota Bogor, Strategi *City Branding*.