

ABSTRAK

Banda Aceh dikenal sebagai Kota Serambi Mekkah dan menerapkan sistem hukum Syari'at Islam, serta melaksanakan hukum cambuk bagi para pelaku zina dimana media diperbolehkan untuk meliputnya. Namun tampaknya hal ini memberikan dampak imej negatif dan ketakutan tersendiri bagi sebagian mereka untuk berkunjung ke Banda Aceh. Pasca bencana Tsunami pada 2004 silam, pemerintah mulai melakukan *city branding* Kota Banda Aceh sebagai Kota Syari'at Islam Serambi Mekkah melalui program "Visit Kota Banda Aceh". Penelitian ini di latarbelakangi oleh permasalahan bagaimana Banda Aceh berhasil melakukan *city branding* sebagai Kota Syari'at Islam Serambi Mekkah melalui program "Visit Kota Banda Aceh". Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana keberhasilan Kota Banda Aceh dalam melakukan *city branding*, serta untuk melihat apakah terdapat hambatan yang dialami oleh wisatawan, terutama wisatawan non muslim ketika berkunjung ke Banda Aceh terkait adanya hukum syari'at islam. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, serta mencari data dari dokumen yang telah ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Banda Aceh berhasil melakukan *city branding* sebagai kota Syari'at Islam Serambi Mekkah melalui program "Visit Kota Banda Aceh", yang dibuktikan dengan penghargaan yang diraih, yaitu Penghargaan *World Islamic Tourism*, Kota Percontohan *Halal Food*, serta julukan Kota 1000 Masjid, serta peningkatan jumlah wisatawan pasca *city branding* dilaksanakan. Namun demikian Banda Aceh masih memerlukan beberapa pembenahan agar dapat bersaing secara nasional dengan kota-kota lain di Indonesia.

Kata Kunci:

Syari'at Islam, *City Branding*, Visit Kota Banda Aceh.

ABSTRACT

Banda Aceh is known as Serambi Mekkah City and applied Syari'at Islam's Law, which able to implemented scourging and media permitted to cover it. This caused negative effect and brings anxiety for people out there to visit Banda Aceh. The day after Tsunami attacked in 2004, government has started doing City Branding of Banda Aceh as Syari'at slam and Serambi Mekkah City trough "Visit Banda Aceh City" Program. This research is motivated by the question of how Banda Aceh City is going on branding as Syari'at slam and Serambi Mekkah City trough "Visit Banda Aceh City" Program. This study's aims are to observe the success of Banda Aceh on doing the branding, and also to observe the obstacles that may experienced by tourisms, especially non-muslim tourisms, during holiday in Banda Aceh due to Syari'at Islam's Law. This study uses data collection methods of observation, interview, documentation, and the previous data. The result shows that Banda Aceh has done succesfully the branding as Syari'at Islam and Serambi Mekkah City trough "Visit Banda Aceh City" Program, which improved by appreciation such as World Islamic Tourism, the Pilot of Halal Food, and epithed of 1000 Masjid (Mosque), also the increasing of tourisms after city branding has done. Indeed, Banda Aceh needs some mendingto compete nationally with other city of Indonesia.

Keywords:

Syari'at Islam, City Branding, Visit Banda Aceh City.