

**Strategi *City Branding* Bandung oleh Pemerintah Kota Bandung
sebagai Kota Kreatif *Design* Periode 2017
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi *City Branding* Bandung
Melalui Pembangunan Bandung *Creative Hub*)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Derajat Sarjana Ilmu Komunikasi (S-1)
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**Dea Anindia Ayuning Sukma
20150530045**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

pada :

Hari : Senin
Tanggal : 29 April 2019
Tempat : Ruang Kepala Prodi Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si.

Penguji I


Taufiqur Rahman, S.IP., M.A., Ph.D.

Penguji II


Nur Sofyan, S.I.Kom., M.I.Kom.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)


Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Kepala Prodi Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dea Anindia Ayuning Sukma
Nomor Mahasiswa : 20150530045
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “STRATEGI *CITY BRANDING* BANDUNG OLEH PEMERINTAH KOTA BANDUNG SEBAGAI KOTA KREATIF *DESIGN* PERIODE 2017 STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TENTANG STRATEGI *CITY BRANDING* BANDUNG MELALUI PEMBANGUNAN BANDUNG *CREATIVE HUB*” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia gelar saya dicabut.

Yogyakarta, 21 April 2019



Dea Anindia Ayuning Sukma

MOTTO

Just Start And Do It Well Till Done

“Dalam Hidup, pada kesempatan apapun yang perlu kita lakukan
hanyalah berani memulainya dan siap menyelesaikannya
dengan baik hingga akhir”

- Dea Anindia

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur tak henti-hentinya saya panjatkan atas kebaikan Allah SWT terhadap setiap proses hidup yang saya jalani. Terutama selama saya berproses untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini. Banyak suka duka yang saja jalani, banyak pelajaran yang saya dapatkan, dan banyak pihak yang sangat membantu dalam memberikan semangat serta doa sehingga saya bisa sampai pada tahap akhir dalam mengerjakan skripsi ini. Saya berterimakasih kepada:

1. Allah SWT yang sudah memberikan saya kepercayaan untuk bisa menyelesaikan tugas akhir saya ini. Terimakasih dan syukur selalu saya panjatkan atas genggamannya yang selalu Allah berikan untuk menemani setiap langkah saya dalam mencapai gelar sarjana ini.
2. Ibu, dan Bapak saya yang sangat luar biasa. Kedua orang tua saya adalah sosok yang sangat mengagumkan, kekuatan doa mereka mampu mengubah ketidakmungkinan menjadi mungkin. Terimakasih berkat semua kesabaran ibu dan bapak, berkat doa yang selalu mengalir, dan berkat seluruh dukungan moril dan materil. Terimakasih selalu memberikan positive vibes agar semuanya tetap baik-baik saja. Terimakasih atas semua sabra dan harapan yang diberikan kepada saya, terimakasih selalu mendukung apapun keputusan anaknya. Saya sangat bersyukur memiliki kedua orang tua yang sangat luar biasa, dan saya bangga memiliki mereka.
3. Adik-adik saya Almh. Ade Nur Aulia Faizah, Dewagga Rifky Aji Pangestu, Arif Rozaq Devian Azhar, dan Muhammad Al-Kaffa Adina Devano kalian mungkin tidak terlalu banyak terlibat dalam pembuatan tugas akhir ini karena kalian belum paham, tapi kalian adalah alasan terbesar saya sebagai kakak untuk memberikan contoh yang baik supaya kalian bisa menjadi lebih baik kedepannya. Untuk Almh Nuing, terimakasih selalu datang menengok lewat mimpi, gelar sarjana ini special buat kamu.
4. Semua Keluarga Nenek, Bu Lili, Tante, Bude, Pakde, Om, semua sepupu saya yang sudah turut mendukung dan mendoakan untuk kelulusan saya.

5. Ibu dosen pembimbing skripsi saya Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. yang telah mengajarkan banyak hal, memberikan masukan dan saran yang sangat membangun, serta selalu sabar dalam membimbing saya dari awal skripsi sampai akhir. Pelajaran yang tidak akan saya lupakan yaitu menikmati setiap proses yang beliau ajarkan, untuk mencapai hasil yang maksimal. Terimakasih sudah berkenan menjadi dosen yang sangat bersahabat dengan saya, tidak hanya konsultasi skripsi namun konsultasi kompetissi, mata kuliah dan banyak hal. Terimakasih Ibu sudah sangat menginspirasi saya. Ibu adalah *one of the best lecture in the world.*
6. Ibu Sanny Megawati, S.Sos., M.Ikom yang sudah memberikan informasi terkait data penelitian saya dengan sangat jelas dan lengkap. Terimakasih sudah sabra ketika saya bertanya banyak hal dan menyita waktu Ibu, terimakaasih sudah menyambut saya dengan hangat di Kota Bandung.
7. Keluarga Kontrakan saya. Ananda Zida Amalia Harun, Maghfiroh Nurul Istighfarin, dan Siti Lathifah Ramdaniah. Kalian bertiga yang selalu aku liat dari aku buka mata sampe merem lagi. Kalian yang selalu mau nemenin aku kemana pun aku mau, kalian yang terkadang tidak supportive ketika aku mengerjakan ini karena kalian berkumpul di kamar ku. Pokoknya terimakasih banyak banget udah menjadi alasan buat selalu pulang, terimakasih sudah mau mengizinkan aku ada dikehidupan kalian, terimakasih sudah menerima aku yang begini. Terimakasih sudah menyiapkan telinga untuk mendengar drama-drama kuliah ku meskipun kadang tidak solutif. Semua bantuan, semua rasa sayang yang ngga pernah keucap akan selalu jadi hal terindah selama 4 tahun perjalanan kuliah aku. *Hope we can keep this relationship till die.*
8. Sahabat Kesayangan aku. Sofia Choirunnisa, Hikmaniati Sari, Kartika Sari, Khairatun Hisan, Cahya Armeilia. Teman pertama sejak maba sampai sekarang dan akan selamanya. Terimakasih selalu menjadi anak-anak ku yang suka menolong dan rajin beribadah. Terimakasih sudah banyak membantu dalam urusan perkuliahan, terimakasih selalu mau berdiskusi bersama. Terimakasih sudah sangat supportif dan menerima pertemanan ini apa adanya. Terimakasih selalu mau direpotkan. *I love u guys so much!*

9. My PRecious ! aku sangat beruntung dan berterimakasih karena kalian mau menjadikan aku sebagai bagian dari tim ini. Banyak banget pengalaman bareng kalian. Dari mulai kita yang tidak tau apa-apa, terus coba, Cuma jadi 10 besar, belajar lagi, coba lagi, jadi 5 besar, dan *finally be the second winner of Public Relations Competitions !* guys, makasih udah bikin aku merasakan betapa indahny jalan ke podium buat nerima piala, terimakasih udah bikin aku deg-degan sampe lemes pas mau presentasi final. Terimakasih karena kalian membawa ku ke Surabaya. *We are the great team ever!* Teriamakasih banyak.
10. Orang-orang yang always support me selama ini Faiz Budi Setiawan yang jadi temen sambat bersama. Thanks ya udah jadi temen sambat yang rela aku katakain apapun . Mbak Andam, Mbak Putri, Mbak Farah kakak tingkat panutan ku yang selalu bisa bikin aku jadi lebih baik karna omelan-omelan pedes nya. Thanks and love!
11. Ikom Radio dan segala manusia baik di dalamnya ! terimakasih atas kepercayaan nya kepada saya untuk bisa bergabung dan belajar bersama kalian.
12. Semua dosen dan karyawan Ilmu Komunikasi. Terimakasih untuk semua ilmu dan bantuan luar biasa yag pernah saya terima. Terimakasih banyak.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya kepada penulis untuk bisa menyelesaikan penelitian skripsi dengan baik dan lancar.

Skripsi ini merupakan syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom), Pada saat menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam hal moril maupun materil, untuk itu penulis ingin megucapkan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP, M.Sc. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Bapak Taufiqurrahman, S.IP, MA, Ph.D selaku Dosen Penguji Skripsi I.
5. Bapak Ashwad Ishak, S.IP, M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi II.
6. Ibu Sanny Megawati, S.Sos, M.Ikom selaku Kepala Divisi Media dan Promosi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai narasumber strategi *branding* Kota Bandung.
7. Bapak Drs. Iyan Rusyana Kepala Seksi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.
8. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi.
9. Seluruh Karyawan dan Staff Ilmu Komunikasi.
10. Seluruh narasumber dan orang-orang baik di Kota Bandung

Dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mohon maaf apabila apabila terdapat kesalahan yang tidak disengaja.

Penulis berharap skripsi ini dapat diterima dan dapat dijadikan masukan yang berarti bagi kebaikan dan keberhasilan semua pihak. Akhir kata, kurang lebihnya mohon maaf dan terimakasih.

Penulis

Dea Anindia Ayuning Sukma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	10
F. Penelitian Terdahulu	25
G. Metode Penelitian.....	27
BAB II DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	36
A. Bandung Kota Kreatif <i>Design</i>	36
B. Deskripsi dan Sejarah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	39
C. Bandung <i>Creative Hub</i>	53
BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	55
A. Sajian Data	55
B. Analisis Data	112
C. Strategi <i>City branding</i> Bandung sebagai Kota Kreatif <i>Design</i> oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	113
BAB IV PENUTUP	153
A. Kesimpulan	153
B. Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	162

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kriteria Kota Kreatif UNESCO dan Kota Bandung	2
Tabel 1. 2 Prestasi Kota Bandung	6
Tabel 3. 1 16 Subsektor Ekonomi Kreatif.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 City Branding Hexagon.....	23
Gambar 1. 2 Skema Teknik Analisis Data.....	33
Gambar 2. 1 Bandung anggota UCCN.....	37
Gambar 2. 2 Susunan Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	42
Gambar 2. 3 Bandung Creative Hub	53
Gambar 3. 1 Peta Ekosistem 63	
Gambar 3. 2 Model 3I dan PDB	68
Gambar 3. 3 Implementasi 3I di Bandung	69
Gambar 3. 4 <i>Brand Identity</i> Kota Bandung	70
Gambar 3. 5 Saung Angklung Udjo.....	71
Gambar 3. 6 <i>Brand Integrity</i> Kota Bandung.....	72
Gambar 3. 7 Seblak yang merupakan makanan khas Bandung	73
Gambar 3. 8 <i>Brand Image</i> Kota Bandung.....	74
Gambar 3. 9 Suasana Bandung <i>Creative Hub</i>	75
Gambar 3. 10 <i>New Wave Marketing Model</i>	78
Gambar 3. 11 Implementasi <i>New Wave Marketing</i> di Kota Bandung	79
Gambar 3. 12 Implementasi <i>Brand Identity</i> pada <i>New Wave</i>	80
Gambar 3. 13 Implementasi <i>Brand Integrity</i>	81
Gambar 3. 14 Implementasi <i>Brand Image</i>	82
Gambar 3. 15 Stakeholders Pentahelix	84
Gambar 3. 16 Peran <i>Pentahelix</i> dalam Penyusunan dan Pelaksanaan <i>Roadmap</i> ..	84
Gambar 3. 17 Taman Fotografi di Bandung menjadi <i>public space favorite</i>	87
Gambar 3. 18 Contoh Leaflet Disbudpar	92
Gambar 3. 19 Kemeriahan acara Bandung Broadway	95
Gambar 3. 20 Band Sukat menggunakan Fasilitas Studio Musik BCH.....	108
Gambar 3. 21 Template <i>Roadmap</i> Subsektor Musik	120
Gambar 3. 22 Bentuk Model 3i.....	122
Gambar 3. 23 Implementasi 3i di Bandung	125

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Dea Anindia Ayuning Sukma
Strategi *City branding* Bandung oleh Pemerintah Kota Bandung sebagai Kota Kreatif *Design* Periode 2017
Tahun Skripsi : 2019 + 185 Halaman + 3 Tabel + 27 Gambar
Daftar Pustaka : 21 buku + 6 jurnal + 15 sumber internet + 6 sumber lain.

Kota kreatif menjadi salah satu fokus pemerintah dalam membentuk *Branding* sebuah kota yang ada di Indonesia. Pada tahun 2004, UNESCO meluncurkan program *Creative City Network* (CCN) yang bertujuan untuk memperkuat penciptaan, produksi, distribusi, dan konsumsi produk dan jasa budaya pada tingkat lokal, mempromosikan kreativitas dan ekspresi kreatif terutama pada kelompok yang rentan. Bandung menjadi salah satu dari 10 kota kreatif di Indonesia yang telah diakui UNESCO. Bandung menjadi kota kreatif dalam kategori *design* yang pertama di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan sumber data ditemukan melalui wawancara mendalam dan studi dokumen.

Konsep Kreatif dan kegiatan-kegiatan Kreatif didalamnya mengacu pada template yang sudah dibuat oleh Badan Ekonomi Kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *city branding* yang dilakukan oleh Disbudpar melalui beberapa tahapan. Mulai dari riset yaitu menganalisis komunitas dan potensi, kemudian persiapan yaitu membentuk sebuah strategi dengan konsep 3I dan juga *New Wave Marketing*, kemudian pengkomunikasian *city branding* melalui *event* kreatif sampai evaluasi. Melalui strategi tersebut disbudpar membuat sebuah program yang menggambarkan dan memperkuat *kreativitas* di Kota Bandung. Program yang diselenggarakan di Kota Bandung bekerjasama dengan stakeholders Pentahelix (akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media) yang selalu terlibat dalam proses pembentukan kota kreatif. Selain memberikan program kreatif, disbudpar juga menyediakan fasilitas kreatif berupa Bandung Creative Hub yang menjadi pusat kegiatan Kreatif di Kota Bandung. Dengan demikian Branding kota Bandung menjadi Kota Kreatif *Design* menjadi lebih kuat dan sudah diakui oleh UNESCO.

Kata kunci : Strategi, *Branding*, Kota Kreatif *Design*

ABSTRACT

Muhammadiyah Yogyakarta University

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Department

Public Relations Concentration

Dea Anindia Ayuning Sukma

Government Strategy Of City Branding Bandung as a City of Creative *Design* In 2017

Year : 2019 + 185 Pages + 3 Table + 27 image

References : 21 books + 6 journals + 15 website + 5 others.

Creative city is one of the government's focuses for Branding city in Indonesia. In 2004, UNESCO launched the Creative City Network (CCN) program for strengthening the creation, production, distribution and consumption of cultural products and services at the local level, promoting creativity and creative expression, especially in vulnerable groups. Bandung is one of the 10 creative cities in Indonesia that UNESCO has recognized. Bandung became the one and only a creative city in *design* category in Indonesia.

Creative concepts and creative activities in it refer to the templates that have been created by the Creative Economy Agency. The results showed that the city branding strategy was carried out by Disbudpar through several stages. Starting from research that is analyzing community and potential, then preparation is forming a strategy with 3I concepts and also New Wave Marketing, then communicating city branding through creative events to evaluation. In creating the creative city, disbudpar has the partnership with stakeholders Pentahelix (academy, business, community, government, and media). Through this strategy, Disbudpar created a program that described and strengthened creativity in the city of Bandung. In addition to providing creative programs, Disbudpar also provides creative facilities with Bandung Creative Hub which is the center of Creative activities in the city of Bandung. Thus the Branding of the city of Bandung to become the City of Creative *Design* has become stronger and has been recognized by UNESCO.

Keywords : *Strategy, Branding, Creative design*