

Konstruksi *City Branding* Kota Pasuruan pada Instagram @madinahvanjava

**(Studi Analisis Isi *City Branding* Kota Pasuruan pada Akun Instagram
@madinahvanjava)**

SKRIPSI



OLEH:

ILMIA SOFIA

18043010078

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2022

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Skripsi yang berjudul **“Konstruksi *City Branding* Kota Pasuruan pada Instagram @madinahvanjava (Studi Analisis Isi *City Branding* Kota Pasuruan pada Akun Instagram @madinahvanjava)”**

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan penelitian ini terdapat banyak kekurangan. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Saifuddin Zuhri M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan dan berkenan meluangkan waktu untuk penulis dengan segala ilmunya.

Terwujudnya Skripsi ini juga tidak lepas dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Keluarga, khususnya Ayah dan Ibu yang telah memberikan cinta, doa serta dukungan kepada penulis agar sesegera mungkin menyelesaikan skripsi
6. Kepada Mas Kresna yang selalu memberikan saran dan semangat yang sangat membantu
7. Teman-teman saya Nella, Mifta, Nuzula, Fira, Bintang dan Ella yang selalu *support* saya
8. Kepada teman-teman saya yang selalu ada memberikan dukungan dan bertukar pikiran serta rekan-rekan kerja saya di Noah Creative

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penelitian proposal skripsi ini. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga penelitian proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua. Semoga Allah SWT memberi pahala dan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Pasuruan,

Surabaya, 12 September 2022

Penulis


Konstruksi *City Branding* Kota Pasuruan pada Instagram @madinahvanjava
(Studi Analisis Isi *City Branding* Kota Pasuruan pada Akun Instagram @madinahvanjava)

Disusun oleh:

Ilmia Sofia
NPM. 18043010078

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi
Menyetujui,

PEMBIMBING


Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

Mengetahui,


DR. DR. EC. GENDIT SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001


Konstruksi *City Branding* Kota Pasuruan pada Instagram @madinahvanjava
(Studi Analisis Isi *City Branding* Kota Pasuruan pada Akun Instagram @madinahvanjava)

Oleh:

Ilmia Sofia
NPM. 18043010078

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 17 September 2022

Pembimbing


Drs Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

Tim Penguji,

1. Ketua

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIP. 1966010720212120001

2. Sekretaris

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

3. Anggota

Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NIP. 195907011987031001


Mengetahui,
DEKAN FISIP

Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ilmia Sofia
NPM : 18043010078
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Konstruksi *City Branding* Kota Pasuruan Pada Instagram
@Madinahvanjava (Studi Analisis Isi *City Branding* Kota
Pasuruan Pada Akun Instagram *@Madinahvanjava*)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 26 September 2022

Yang Menyatakan



(Ilmia Sofia)

ABSTRAK

Ilmia Sofia, 18043010078, Konstruksi *City Branding* Kota Pasuruan pada Instagram @madinahvanjava (Studi Analisis Isi *City Branding* Kota Pasuruan pada Akun Instagram @madinahvanjava)

Keindahan atau ciri khas suatu daerah perlu adanya *branding*. *Branding* merupakan istilah yang digunakan pada ranah disiplin pemasaran dan periklanan. Satu kegiatan *branding* yang paling umum dilakukan yaitu kegiatan *City Branding*. Banyak dari setiap daerah melaksanakan *City Branding* salah satunya yaitu Kota Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *City Branding* Kota Pasuruan yang terdapat dalam konten akun Instagram @madinahvanjava. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif dengan menggunakan Analisis Isi dan mengkategorikan kedalam 10 kategori menurut (Choi et al., 2007). 10 kategori tersebut yaitu Bangunan Bersejarah dan Peninggalan, Acara Budaya, Taman dan Kebun, Fashion, Sarana dan Prasarana Pariwisata, Hiburan, Pemandangan Indah, Masakan dan Santapan lokal, Rekreasi dan Olahraga, Orang-orang dan penduduk lokal. Dalam 10 kategori tersebut dianalisis berdasarkan konten Instagram yang diunggah pada akun Instagram @madinahvanjava.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil konstruksi *city branding* pada konten akun Instagram @madinahvanjava dalam kurun waktu 5 bulan yaitu Januari-Mei hanya dapat menggolongkan kedalam 6 kategori dari 10 kategori yang seharusnya. unggahan yang ditampilkan oleh akun Instagram @madinahvanjava kurang optimal dalam membranding kota melalui media sosial Instagram. Terbukti dari foto dan video yang diunggah lebih banyak mengunggulkan personal branding Walikota Pasuruan dari pada menampilkan *city branding* Kota Pasuruan. Strategi yang seharusnya digunakan pada akun Instagram @madinahvanjava yaitu berfokus pada unggahan yang terkait dengan *city branding* yang memberikan informasi seputar KotaPasuruan dan tidak berfokus pada citra Walikota.

Kata Kunci : *City Branding*, *Branding*, Analisis Isi, Konten Instagram

ABSTRACT

Ilmia Sofia, 18043010078, Construction of Pasuruan City Branding City on Instagram @madinahvanjava (Pasuruan City Branding Content Analysis Study on Instagram Account @madinahvanjava)

The beauty or characteristics of an area need branding. Branding is a term used in the realm of marketing and advertising disciplines. One of the most common branding activities is city branding activities. Many of each region carry out City Branding, one of which is Pasuruan City. This study aims to find out how Pasuruan City Branding contained in the content of the @madinahvanjava Instagram account. The research method used is a qualitative type by using Content Analysis and categorizing into 10 categories according to (Choi et al., 2007). The 10 categories are Historic Buildings and Disabilities, Cultural Events, Parks and Gardens, Fashion, Tourism Facilities and Infrastructure, Entertainment, Beautiful Scenery, Local Cuisine and Food, Recreation and Sports, People and local residents. The 10 categories were analyzed based on Instagram content uploaded on @madinahvanjava Instagram account.

From the results of this study, it can be concluded that the results of city branding construction on instagram account content @madinahvanjava within a period of 5 months, namely January-May, can only be classified into 6 categories out of 10 categories that should be. uploads displayed by Instagram accounts @madinahvanjava less than optimal in membranding the city through Instagram social media. It is evident from the photos and videos uploaded that it favors the personal branding of the Mayor of Pasuruan than the display of the city branding of Pasuruan City. The strategy that should be used on the Instagram account @madinahvanjava is to focus on posts related to city branding that provide information about Pasuruan City and not focus on the image of the Mayor.

Keywords : City Branding, Branding, Content Analysis, Instagram Content

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Definisi <i>Branding</i>	14
2.2.2 Definisi City Branding.....	17
2.2.3 <i>City Branding</i> sebagai Identitas Kota	20
2.2.4 Fungsi City Branding.....	21
2.2.5 Media Sosial.....	23
2.2.6 Instagram.....	25
2.2.7 Analisis Isi.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	33

BAB III	36
3.1 Metodologi Penelitian.....	36
3.2 Kerangka Konseptual.....	37
3.2.1 City Branding	37
3.2.2 Instagram @madinahvanjava.....	38
3.3 Corpus Penelitian.....	38
3.4 Unit Analisis.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Dokumentasi.....	39
3.5.2 Observasi.....	39
3.5.3 Studi Pustaka	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1 Reduksi	40
3.6.2 Display (Penyajian Data)	40
3.6.3 Verifikasi (Penarikan Kesimpulan)	40
BAB IV	41
4.1 Gambaran Objek Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Instagram.....	41
4.1.2 Gambaran Umum Akun Instagram @madinahvanjava	44
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Jenis-jenis kategori <i>city branding</i> pada Instagram	46
4.2.2 Penyajian Data.....	48
4.3 Penyajian dan Analisis Data.....	49

4.5 Corpus yang Tidak Sesuai.....	66
4.5.1 Unggahan yang Mencerminkan Citra Walikota.....	67
BAB V.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 : Corpus 1 yang menunjukkan gambar diadakannya Acara Budaya	50
Gambar 4. 2 : Corpus 2 yang menunjukkan gambar Rekreasi dan Olahraga.....	51
Gambar 4. 3 : Corpus 3 yang menunjukkan Bangunan Bersejarah dan Peninggalan...	53
Gambar 4. 4: Corpus 4 yang menunjukan Hiburan	55
Gambar 4. 5: Corpus yang menunjukan Hiburan	56
Gambar 4. 6 : Corpus 5 yang menunjukan Orang-orang dan Penduduk Lokal.....	58
Gambar 4. 7: Corpus yang menunjukan Orang-orang dan Penduduk Lokal	60
Gambar 4. 8: Corpus 6 yang menunjukan Masakan dan Santapan Lokal.....	61
Gambar 4. 9 : Corpus yang menunjukan Personal Branding Pimpinan.....	69
Gambar 4. 10 : Hasil Presentase Unggahan konten Instagram.....	71
Gambar 4. 11 Event Pasoeroean Djaman Bijen.....	73
Gambar 4. 12 Parade Festival Teater	73
Gambar 4. 13 Alun-alun Kota Pasuruan	74
Gambar 4. 14 Gedung Harmonie	75
Gambar 4. 15 Rumah Singa.....	75
Gambar 4. 16 Pelabuhan Kota Pasuruan.....	75
Gambar 4. 17 Visi dan Misi Kota Madinah	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Ini	14
--	----