

# **STRATEGI KOMUNIKASI CITY BRAND**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemerintah  
Kabupaten Purworejo Dalam Mengkomunikasikan Brand Kabupaten  
Purworejo “Purworejo Go Agriculture Vision”)**



## **SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**WINDA AYU LESTARI**

**D0208113**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2014**

*commit to user*

## PERSETUJUAN

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta



Surakarta, 23 Januari 2014

Pembimbing,

Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMEd, Hons

NIP. 19810429 200501 2 002

*commit to user*

## PENGESAHAN

Telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Sabtu


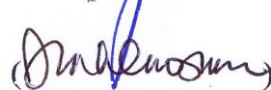

Tanggal : 15 Maret 2014

Panitia Penguji :

Ketua : Dr. H. Widodo Muktiyo, SE, M.Com  
NIP. 19640227 198803 1 002

Sekretaris : Diah Kusumawati, S.Sos, M.Si  
NIP. 19760101 200812 2 002

Penguji : Nora Nailul A., S.Sos., M.LMEd, Hons  
NIP. 19810429 200501 2 002

()  
()  
()

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Dekan



Prof. Drs. H. Pawito, Ph.D

NIP. 19540805 198503 1 002

## MOTTO

*Sukses sering kali datang pada mereka yang berani bertindak dan jarang menghampiri penakut yang tidak berani mengambil konsekuensi.*

*-Jawaharlal Nehru-*

*Kepuasan terletak pada usaha, bukan hasil.*

*Berusaha dengan keras adalah kemenangan yang hakiki.*

*-Mahatma Gandhi-*

*commit to user*

## PERSEMBAHAN



*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Strategi Komunikasi *City Brand* (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Purworejo Dalam Mengkomunikasikan *Brand* Kabupaten Purworejo ‘*Purworejo Go Agriculture Vision*’)”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu selama proses pengerjaan skripsi ini :

1. Prof. Dr. Pawito, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dra. Prahastiwi Utari, Ph.D, sebagai Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Dr. H. Widodo Muktiyo, SE, M.Com dan Diah Kusumawati, S.Sos, M.Si, yang telah meluangkan waktu untuk menjadi penguji dalam ujian skripsi penulis dan masukan yang diberikan.
4. Ibu Hj. Nora Nailul Amal, S.Sos., M.LMEd, Hons selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing penulis dalam pengerjaan skripsi.

*commit to user*

5. Kedua orang tua penulis, Bapak Asbani dan Ibu Sri Winarni, serta adik penulis, Erviana, yang telah memberi semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Bambang Jati Asmara, Bapak Bambang Gatot Seno Aji serta narasumber lain yang telah bersedia meluangkan waktu di sela kesibukannya untuk menjadi informan demi membantu kelancaran penelitian yang dilakukan penulis.
7. *Best partner* dalam setiap langkah penulis, Amanda dan Mas Latief, atas segala dukungan, motivasi, dan kesabaran dalam mendengar keluh kesah penulis selama pengerjaan skripsi, serta Bebe yang selalu memberi dorongan dan semangat kepada penulis.
8. Teman-teman Komunikasi FISIP UNS angkatan 2008, Ninda, Mita, Mey, Ikhsan, Farid, Bayu, Berry, Ata, Tiara, Andika, dan seluruh teman-teman angkatan yang telah memberi motivasi dan dorongan pada penulis.

Penulis menyadari masih ada kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Karena itu penulis berharap penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan isi skripsi yang penulis susun untuk kemajuan dalam bidang ilmu sosial, terutama ilmu komunikasi. Penulis juga berharap skripsi ini bermanfaat baik bagi penulis maupun yang membaca skripsi ini.

Surakarta, Januari 2014

*commit to user*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB 1 Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Telaah Pustaka .....	7
1. Strategi .....	7
2. Komunikasi .....	12
3. Strategi Komunikasi .....	14



4. Merek (Brand) .....	18
5. Proses Komunikasi Pemasaran Pada Tingkat Merek .....	26
6. City Brand .....	32
F. Metode Penelitian .....	39
1. Jenis Penelitian .....	39
2. Subjek Penelitian .....	39
3. Teknik Pengumpulan Data .....	40
4. Teknik Analisis Data .....	41
5. Validitas Data .....	42
BAB 2 Deskripsi Lokasi .....	44
A. Pemerintahan Kabupaten Purworejo .....	44
B. Sejarah Kabupaten Purworejo .....	49
C. Keadaan Geografis dan Administratif .....	51
D. Kependudukan .....	56
E. Potensi Kabupaten Purworejo dan Fasilitas .....	58
BAB 3 Sajian Data .....	62
A. Brand Strategy dan Cammunication Plan Kabupaten Purworejo ....	64
A.1. Analisis Lingkungan Daerah Kabupaten Purworejo .....	64
A.2. Perumusan Branding Kabupaten Purworejo .....	69
A.3.Implementasi dan Komunikasi Branding Kabupaten Purworejo	77
B. Implementasi Perencanaan Komunikasi Brand Kabupaten Purworejo	82
C. Monitoring dan Evaluasi .....	88
D. Tanggapan Masyarakat Kabupaten Purworejo .....	89
BAB 4 Analisis Data .....	93

*commit to user*

A. Fundamental Decisions .....	95
B. Implementation Decisions .....	101
C. Program Evaluations .....	111
BAB 5 Penutup .....	114
A. Kesimpulan .....	114
B. Saran .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	117
LAMPIRAN .....	120



## Daftar Tabel

Tabel 2.1 .....	53
Tabel 2.2 .....	57
Tabel 3.1 .....	67
Tabel 3.2 .....	69
Tabel 3.3 .....	81



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	13
Gambar 1.2 .....	27
Gambar 1.3 .....	34
Gambar 1.4 .....	41
Gambar 2.1 .....	44
Gambar 2.2 .....	52
Gambar 3.1 .....	63
Gambar 3.2 .....	71
Gambar 3.3 .....	72
Gambar 3.4 .....	73
Gambar 3.5 .....	81
Gambar 3.6 .....	84
Gambar 3.7 .....	87
Gambar 3.8 .....	92
Gambar 4.1 .....	144

## ABSTRAK

Winda Ayu Lestari. D0208113. **Strategi Komunikasi *City Brand*** (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Purworejo Dalam Mengkomunikasikan *Brand* Kabupaten Purworejo ‘*Purworejo Go Agriculture Vision*’).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak potensi yang beragam pada setiap daerahnya. Adanya otonomi daerah membuat setiap daerah di Indonesia berupaya mengelola potensi daerahnya masing-masing untuk meningkatkan pendapatan daerah. Salah satu yang telah ditempuh beberapa kota di Indonesia adalah dengan membangun *city brand* untuk mendapatkan identitas daerah. Kabupaten Purworejo yang merupakan salah satu kabupaten di Jawa Tengah pun membangun sebuah *city brand* agar dikenal sebagai kota tujuan investasi agribisnis.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana peneliti ingin memaparkan strategi komunikasi Kabupaten Purworejo pada 2013 dalam mencapai tujuan *city brand*. Peneliti melakukan wawancara kepada BAPPEDA dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Purworejo serta masyarakat Kabupaten Purworejo. Data juga diperoleh dari dokumen-dokumen yang diberikan kepada penulis. Data yang terkumpul kemudian direduksi, disajikan, dan terakhir menarik kesimpulan.

Dari penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa Kabupaten Purworejo telah melakukan beberapa langkah dalam pembuatan keputusan pemasaran pada tingkat merek dalam mengenalkan *city brand* mereka. Upaya pengenalan *city brand* ini telah berjalan selama satu tahun. Namun, evaluasi program secara mendalam belum dilakukan oleh Kabupaten Purworejo. Sehingga belum diketahui bagaimana efek dan timbal balik dari komunikasi yang dilakukan.

Keyword : Strategi Komunikasi, City Brand, Brand Purworejo

## ABSTRACT

Winda Ayu Lestari. D0208113. **City Brand Communication Strategy** (Qualitative Descriptive Study of Purworejo's Government Communication Strategy for Communicating Purworejo's Brand 'Purworejo Go Agriculture Vision').

Indonesia is one of country in the world that has varied potential in each Indonesian's regions. Regional autonomy make each regions managed their potential to increase region's income. One of many way that has taken several cities in Indonesia is to build a city brand to gain cities identity. Purworejo is one of districts in Central Jawa also built a city brand that known as destination for business investment.

This study used qualitative descriptive method in which the researcher wants to describe the Purworejo's Communication Strategy in 2013 to achieve city brand's objectives. Researcher takes an interview with BAPPEDA and Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kabupaten Purworejo and also people of Purworejo. Data were also obtained from the documents given to the author. The collected data then reduced , is presented , and the last draw conclusions.

Based of the research, researcher found that Purworejo have done some components in making brand-level marketing communication decisions to introduce their brand. City 's efforts to introduce the brand has been running for one year. However, program evaluations has not been done by Purworejo. It is not known how the coomunication effects and communication feedback.

Keyword : Communication Strategy, City Brand, Purworejo's Brand