

**ANALISIS *DESTINATION BRAND IDENTITY PRISM* KOTA
TERNATE SEBAGAI DESTINASI WISATA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



Anisa Kadriah Sabanur Liandri

1181003087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas akhir ini yakni hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip bahkan dirujuk sudah saya nyatakan yakni benar.

Nama : Anisa Kadriah Sabanur Liandri

NIM : 1181003087

Jakarta, 11 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink. The signature is stylized and cursive, starting with a large 'A' inside an oval, followed by 'nisa', 'Kadriah', 'Sabanur', and 'Liandri' in a flowing script.

Anisa Kadriah Sabanur Liandri

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini ditunjukkan oleh:

Nama : Anisa Kadriah Sabanur Liandri

NIM : 1181003087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : *Analisis Destination Brand Identity Prism* Kota Ternate Sebagai Destinasi Wisata .

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan Diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dan Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Uniuversitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing : **Dr. Hifni Alifahmi, M.Si., IAPR** ()

Penguji : **Mirana Anastasia, MMEDIAPrac** ()

Penguji : **Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M** ()

Ditetapkan di : Jakarta.

Tanggal : 11 Agustus 2022

UCAPAN TERIMA KASIH

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan kemudahan bagi peneliti didalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan berkat serta nikmat-Nya. Studi tugas akhir ini dilakukan guna memenuhi satu dari syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Para peneliti memperoleh banyak informasi dan ide-ide segar baik secara teoritis bahkan melalui pengalaman pribadi saat melakukan penyelidikan ini. Peneliti mengalami beberapa hambatan selama menyelesaikan penelitian ini. Namun, peneliti bisa menyelesaikan makalah ini dengan bantuan dan semangat dari beberapa individu dan Allah SWT. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga Peneliti

Terima kasih kepada Mama, Papa, Dika, atas doa serta dukungannya selama penulisan ini. Ini hasil ku untuk kalian.

2. Dr. Hifni Alifahmi, M.Si., IAPR

Terima Kasih kepada Pak Fahmi selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen pertama yang saya ketahui tertarik dengan Destinasi kota, menyukai pemandangan alam dan yang selalu memberikan dukungan serta dorongan penulis agar bisa mengambil penelitian kota Ternate dan Tidore, satu dari Kota Kerajaan Islam Tertua agar bisa dijadikan Tugas Akhir, Suatu kehormatan bagi saya bisa bekerja sama dengan Pak Fahmi selama penulisan ini sebab beliau memiliki pemahaman yang baik tentang saya dan idealisme saya, yang menginspirasi saya untuk tidak hanya membuat tulisan yang indah tetapi juga orang-orang yang berjiwa besar. Tak diragukan lagi, Pak Fahmi memang luar biasa.

3. Dra. Suharyanti M.S.M.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ibu Suharyanti, Dosen Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, yang sudah membantu peneliti selama proses perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir.

4. Dosen dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih kepada seluruh dosen yang sudah memberikan ilmu untuk peneliti dimasa perkuliahan khususnya, Ibu Mirana, Bapak Adrian, Miss Dian, Miss Ambar, Pak Akhmad, Miss Thisi, Miss Anastasya, Mas Aryo, Pak Bambang, Miss Rizka, Bu Kinkin, Bu Eli, Bu Tuti dan dosen Ilmu Komunikasi lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, dan juga staff kampus Alm Mas Anang, Mba Asri, Pak Erhan dan banyak lain nya yang sudah banyak membantu peneliti dan teman teman peneliti selama berkuliah, Terima Kasih banyak.

5. KOMUNAL 2018

Terima kasih kepada teman-teman Komunal 2018, keluarga pertama peneliti di Universitas Bakrie yang sudah berjuang bersama dan memberikan momen-momen menyenangkan selama masa berkuliah peneliti.

6. Keluarga TIMUR

I. Terima Kasih kepada teman dekat penulis, pasangan yang tidak henti nya memberikan semangat dan dukungan moral dan moril bagi penulis, Tri Hansen Latuputty yang sudah mengenalkan penulis tentang Kota Cantik di Indonesia Timur untuk kali pertama.

II. Terima Kasih kepada teman dari Ternate yang penbeliti kenal dari kampus, Agus Saiful, Nurul Mufida, dan Almh. Delia, sudah membuat peneliti menyukai kota kecil di Maluku Utara, mengajarkan peneliti bahasa ternate, dan mengajak peneliti mengunjungi kota tersebut untuk pertama kali di tahun 2019.

III. Terima Kasih kepada teman di Ternate yang setia menemani peneliti selama mengunjungi dan menjelajahi Timur kepada Fara, Intan, Ica, Nu, Armet, Ka Ain, Ka Ihsan, Ka Eza, Ka Zul, Ka Layank, Ka Ipo, Ka Bradets, dan seluruh teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu tetapi sudah menjadi bagian penting sampai peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini.

IV. Terima Kasih kepada Dinas Pariwisata Kota Ternate dan Kota Tidore yang memudahkan peneliti mendapatkan data pendukung penelitian.

V. Terima Kasih kepada Balai Wilayah Sungai Maluku Utara kepada Ka Putri, Ka Eka, Ka Fifi, Ka Ical, Ka Im, Ka Fady, Pak Kalpin dan seluruh karyawan BWS lain nya sebab sudah membantu penulis selama masa magang.

VI. Terima Kasih kepada Mama Piara selama Penulis mengunjungi Kota Ternate Kepada Mama Nani, Mama Fara, Mama Ikal, Ibu Sehat yang sudah memberikan tempat tinggal dan pengganti orang tua penulis selama berada di Maluku Utara.

7. Teman Perjuangan Perkuliahan

Terima Kasih kepada Vina, Gowu, Noel, Shandra, Syifa dan teman-teman dari Public Relations yang sudah membantu penulis dan memberikan dorongan semangat guna menyelesaikan perkuliahan

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا، فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“ Maka sesudah kesulitan ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah :5)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Kadriah Sabanur Liandri

NIM : 1181003087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Destination Brand Identitiy Prism Kota Ternate

Sebagai Destinasi Wisata

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Anisa Kadriah Sabanur Liandri.

ANALISIS *DESTINATION BRAND IDENTITY PRISM* KOTA TERNATE SEBAGAI DESTINASI WISATA

ANISA KADRIAH SABANUR LIANDRI

(dibimbing oleh Dr. Hifni Alifahmi, M.Si., IAPR)

Abstrak

Destination Branding merupakan sebuah konsep branding yang memiliki tujuan untuk membangun atau meningkatkan kualitas dari sebuah destinasi wisata, Kota Ternate juga merupakan Kota yang memiliki potensi dalam sektor pariwisata dan saat ini sedang aktif dalam mengembangkan sektor pariwisatanya, dengan cara melakukan *Destination Branding* dengan tujuan untuk mewujudkan tercapainya Misi Kota Ternate. Data dikumpulkan dengan metode Observasi dan Wawancara mendalam dengan dinas pariwisata dan warga masyarakat lokal dengan kriteria yang sudah ditentukan.

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan *Destination Branding* yang dinilai memiliki peran penting dalam upaya pengembangan wisata di Kota Ternate. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan kualitatif digunakan supaya mendapatkan informasi-informasi yang selengkap mungkin mengenai wisata di Kota Ternate melalui *Destinaion Branding*. Yang hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa Wisata Kota Ternate menerapkan *Destination Branding* yang sudah bagus, karena pihak Dinas Pariwisata Kota Ternate sudah bagus dalam membangun Destinasi Wisata untuk bisa menjadi objek Pariwisata Nasional

**Kata kunci : Destination Branding, Kota Ternate, Dinas Pariwisata,
Tourism Branding, Brand Identity Prism, Masyarakat**

**ANALISIS *DESTINATION BRAND IDENTITY PRISM* KOTA
TERNATE SEBAGAI DESTINASI WISATA**

ANISA KADRIAH SABANUR LIANDRI

(Guided by Dr. Hifni Alifahmi, M.Si., IAPR)

Abstract

Destination Branding is a branding concept that aims to build or improve the quality of a tourist destination, the City of Ternate is also a province with potential in the tourism sector and is currently active in developing the tourism sector, by conducting Destination Branding with the aim of realizing the City Mission Ternate. Data were collected using the method of Observation and in-depth interviews with local agencies and communities with predetermined criteria.

As part of efforts to improve Destination Branding which is considered to have an important role in tourism development efforts in Ternate City. This study uses a qualitative approach that is used to obtain as complete information as possible about tourism in Ternate City through Destination Branding. The results of this study reveal that Ternate City Tourism applies Destination Branding which is already good, because the Ternate City Tourism Office has been good at building Tourist Destinations to become National Tourism objects..

Keywords: Destination Branding, Ternate City, Department of Tourism, Tourism Branding, Public

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	I
HALAMAN PENGESAHAN	I
UCAPAN TERIMA KASIH	II
MOTTO	VI
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	VII

BAB 1

PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	17
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan	17
1.4. Manfaat	17

BAB II

2.1. 1. Konsep City Branding	19
2.1.2 Kriteria City Branding	22
2.1.3 Pentingnya Sebuah City Branding	23
2.1.4 Keuntungan Penerapan City Branding	24
2.1.5 Interpretasi Terhadap Merek (Brand)	25
2.1.6 Penerapan City Branding	26
2.1.8 Mengukur Kekuatan City Branding	31
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	35
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran	40
2.2.1 Kota Dan Perkembangannya	79

2.2.2 Wisatawan	80
2.3. Place Branding	71
2.4. City Branding	72
2.4.1. Definisi City Branding	72
2.4.2. Langkah-Langkah untuk Membentuk City Branding	73
2.6. Brand Identity Prism Model	75
2.7. Kerangka Pemikiran	78
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	81
3.1. Desain dan Pendekatan	81
3.2. Obyek dan Subyek Penelitian	82
3.3. Pengumpulan Data	83
3.3.1 Data Primer	84
3.3.2 Data Sekunder	87
3.4. Analisis Data	90
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	94
BAB IV	101
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	103
4.1.1 Sejarah Singkat Kota Ternate	103
4.1.2 Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Ternate	107
4.1.3 Struktur Dinas Pariwisata Kota Ternate	107
4.1.4 Subjek Penelitian	128
Profil Informan	129
4. 2 Penyajian Data	112
4.2.1 Strategi City Brand Hexagon Kota Ternate	112
4.2.2 Strategi Destination Brand Identity Prism	149

4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	173
4.3.1 Strategi City Branding.....	174
BAB V	184
5.1 Simpulan.....	200
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	202
5.3 Saran dan Implikasi.....	203
5.3.1 Saran Praktis	209
LAMPIRAN	190
DAFTAR PUSTAKA	256

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1. 1 Benteng Kastela</i>	3
Gambar 1. 2 Logo Ternate Kota Rempah (Sumber: http://www.ternatekota.go.id)	6
Gambar 1. 3 Logo City Branding Solo (Sumber: MIX.Marcomm)	10
Gambar 1. 4 Logo City Branding Surabaya (Sumber: MIXX.Marcomm)	12
Gambar 1. 5 Logo City Branding Jakarta. Sumber (MIXX.Marcomm)	12
Gambar 1. 6 Logo city branding Jogja. (Sumber: MIXX.Marcomm)	13
Gambar 1. 7 Logo City Branding I amsterdam. (Sumber: Jakarta Post)	14
Gambar 1. 8 Logo City Branding Turkey. (Sumber: Pinterest)	14
Gambar 2. 3 Prisma Brand Identity Kapferer Sumber: Kapferer, 2009, h. 183	75
Gambar 4. 1 Logo Kota Ternate	105
Gambar 4. 2 Culture, Nature, History Kota Ternate	106
Gambar 4. 3 Mata Uang Rp.1000 Latar belakang Pulau Tidore dan Mitara	106
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Ternate	108
Gambar 4. 5 Kepala Bidang Promosi Informan Kunci I	110
Gambar 4. 6 Informan I	111
Gambar 4. 7 7 Provinsi paling bahagia Sumber: Kompas.com	116
Gambar 4. 8 Tarian Soya-Soya terpanjang Sumber: Saolopos.com	116
Gambar 4. 9 Danau Tolire besar.	120
Gambar 4. 10 Kota Ternate bila diambil dari dengan Drone	121
Gambar 4. 11 iklim Kota Ternate	124
Gambar 4. 12 Sandiaga Uno saat mengunjungi Geopark Batu Angus	127
Gambar 4. 13 Sandiaga Uno bersama Kepala Bappeda Pak Rizal Marsaoly	127
Gambar 4. 14 Gisele berfoto background uang seribu	147
Gambar 4. 15 Menyelam di Shark Point	129
Gambar 4. 16 Peneliti saat berfoto di Panorama Kota	130
Gambar 4. 17 Pusat Informasi untuk Wisatawan di Kedatangan	139
Gambar 4. 18 Spot Diving dengan Wrack Kapal Terbalik	147
Gambar 4. 19 Sarana tempat makan di Tolire Kecil.	161
Gambar 4. 20 Tarian Salai Jin, sumber: Indonesia.kaya	166

DAFTAR TABEL

2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	36
3. 1 Data Informan (Informan & Informan Ahli)	85
3. 3 Operationalisasi Konsep	94

DAFTAR BAGAN

2.1 Model Kerangka Pemikiran.....	97
3.1 Teknik Analisis Interaktif.....	109