

**STRATEGI DIGITAL BRENDING KOTA PADANG PANJANG SEBAGAI  
KOTA SERAMBI MEKAH**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)**

**Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



**MUHAMMAD AULIA AZIM**

**1201913015**

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

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : MUHAMMAD AULIA AZIM

NIM : 1201913015



Tanggal : 2 Agustus 2024

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Aulia Azim  
NIM : 1201913015  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : STRATEGI DIGITAL BRENDING KOTA PADANG PANJANG  
SEBAGAI KOTA SERAMBI MEKAH

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu komunikasi Fakultas Ekonomi & ilmu social Univeristas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. Dr. Nur Kholisob, M.Si

Pembahas 1 : Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A

Pembahas 2 : Rizky Hafiz Chaniago, M.Phil., Ph.D.

Ditetapkan di Jakarta

02 Agustus 2024

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Digital Branding Kota Padang Panjang Sebagai Kota Serambi Mekah” dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia yang selalu dilimpahkan. Dengan kasih sayangNya, penulis diberi kekuatan, kesehatan, kelancaran, kemudahan dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.

2. Seluruh Dosen dan Staff Ilmu Komunikasi Bakrie

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh dosen dan staff akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah berbagi ilmu yang berharga sebagai bekal untuk masa depan selama perkuliahan ini.

3. Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku pembimbing dalam penulisan skripsi yang telah meluangkan waktu dan pikirannya membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan Dr. Dessy Kania, BA.,M.A dan Rizky Hafiz Chaniago, M.Phil, Ph.D. Selaku penguji yang telah memberikan masukan kepada penulis Dalam penyempurnaan skripsi ini.

4. Keluarga

Ayahanda Syafrizal dan Ibunda Yefrida yang telah memberikan motivasi dan do'a kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga jenjang sarjana.

5. Diri Sendiri

Terakhir, tentu yang tidak penulis lupakan adalah untuk berterima kasih kepada dirinya sendiri yang selalu mengusahakan target atau pencapaian terbaik dalam hidupnya, selalu konsisten dalam waktu, selalu mendorong dirinya sendiri ketika penulis mulai merasa suntuk, dan memegang teguh komitmen untuk menyelesaikan skripsi hingga selesai. Terima kasih sudah berusaha menjadi mahasiswa yang aktif, membangun citra yang baik, membangun dan memperluas relasi, selalu berkomitmen untuk menjaga nama baik Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa selama perkuliahan pasti ada rintangan yang harus dilewati, namun selalu penulis jadikan pelajaran dan pengalaman berharga yang akan selalu dikenang, serta semoga masa depan penulis akan selalu jauh lebih baik hari demi hari. Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan berpengaruh positif di masa yang akan datang. Akhir kata, Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi penulis sendiri, pembaca, dan semua pihak yang memerlukan untuk pengembangan ilmu.

**Jakarta, 2 Agustus 2024**



Muhammad Aulia Azim

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : MUHAMMAD AULIA AZIM  
NIM : 1201913015  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi & 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:

### **Strategi Digital Brending Kota Padang Panjang Sebagai Kota Serambi Mekah**

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

di : Jakarta

Pada tanggal :

Yang menyatakan



MUHAMMAD AULIA AZIM

# **STRATEGI DIGITAL BRENDING KOTA PADANG PANJANG SEBAGAI KOTA SERAMBI MEKAH**

Muhammad Aulia Azim

---

## **ABSTRAK**

Kota Padang Panjang merupakan kota yang memiliki banyak keunikan sehingga sulit untuk memperhatikan secara khusus keunikan dari Padang Panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Strategi *Digital Branding* Kota Padang Panjang Sebagai Kota Serambi Mekah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus deskriptif. Penelitian deskriptif adalah upaya melakukan penelitian dengan cara meneliti fakta-fakta dan penjelasan-penjelasan yang benar. Metode penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang menyajikan data deskriptif yang dapat diarahkan dan peneliti melakukan pengamatan tentang individu dan status secara umum. Berdasarkan hasil ini, penulis lebih fokus menerapkan tiga item teori strategi branding diantaranya brand positioning yang seperti city branding yang terlihat dari potensi serta kelebihan kota Padang Panjang seperti keadaan brand yang dibentuk kota Padang Panjang saat ini yaitu Kota Serambi Mekah, brand identity dengan membentuk identitas seperti tagline dan logo berlambang gonjong masjid dan gambar al-quran, brand personality yaitu tanggapan seseorang untuk Kota Padang Panjang sebagai kota serambi mekah, kota yang dingin dan wisata kuliner. Adapun kendala yang dihadapi oleh Pemerintahan Kota Padang Panjang dalam menjalani strategi digital branding yaitu kurangnya promosi terhadap kota padang sebagai kota serambi mekah, kurang memadai sarana dan prasarana pada tempat wisata.

**Kata Kunci : Strategi, Digital Branding**

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
BAB I .....	x
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	5
1.3. Rumusan Masalah .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II .....	7
2.1. Definisi Konsep dan Pendekatan Teori .....	7
2.2. Kerangka Pemikiran .....	23
2.3. Alur Penelitian .....	24



BAB III .....	26
3.1. Metode Penelitian .....	26
3.2. Objek Penelitian .....	26
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.4. Instrumen Penelitian .....	29
3.5. Teknik Analisis Data .....	29
BAB IV .....	31
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	31
4.2. Temuan Penelitian .....	43
4.3. Pembahasan .....	56
BAB V .....	61

#### **DAFTAR TABEL**

TABEL 4.1 Batas Wilayah .....	38
TABEL 4.3 Data Proyeksi Penggunaan Internet 2020-2023 .....	4

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	19
Gambar 4. 1Peta Kota Padang Panjang.....	31
Gambar 4. 2Gerbang Kota Padang Panjang.....	37
Gambar 4. 3 Pesantren Kota Padang Panjang.....	39
Gambar 4. 4 Masjid Aceh .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 1.....	58
Lampiran 1 2.....	60