

**STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI NARASI
PARIWISATA KOTA BANDUNG MELALUI PERSPEKTIF NARRATIVE
PARADIGM WALTER FISHER.**

TESIS



**RADEN SUBCHAN DARAGANA
2241023008**

**PROGRAM STUDI
MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

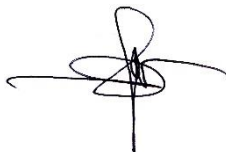
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raden Subchan Daragana
NIM : 2241023008
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Universitas : Universitas Bakrie

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul : **STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI NARASI PARIWISATA KOTA BANDUNG MELALUI PERSPEKTIF NARRATIVE PARADIGM WALTER FISHER.** adalah benar merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri. Seluruh data, informasi, teori, kutipan, pendapat, maupun hasil penelitian pihak lain yang digunakan dalam tesis ini telah saya cantumkan sumbernya secara benar sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Bandung, 27 Juli 2026

Yang menyatakan,



Raden Subchan Daragana

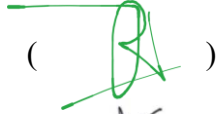
NIM. 2241023008

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :
Nama : Raden Subchan Daragana
NIM : 2241023008
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI DAN
NEGOSIASI NARASI PARIWISATA KOTA BANDUNG MELALUI
PERSPEKTIF NARRATIVE PARADIGM WALTER FISHER.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Eli Jamilah Mihardja, Ph.D. ()
Penguji 1 : Dr. Mochammad Kresna Noer S.Sos, M.Si. ()
Penguji 2 : Dr. Dessy Kania, B.A, M.A. ()

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 21 Agustus 2026

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, dan kesempatan yang diberikan sehingga tesis yang berjudul "Studi Etnografi Komunikasi Dan Negosiasi Narasi Pariwisata Kota Bandung Melalui Perspektif Narrative Paradigm Walter Fisher." dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, arahan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Eli Jamilah Mihadja, S.S., M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, kesabaran, dan masukan ilmiah selama proses penyusunan tesis ini.
2. Prof. Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos, M.Si. dan Dr. Dessy Kania, B.A, M.A, selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan konstruktif demi penyempurnaan tesis ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman akademik yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
4. Universitas Bakrie, khususnya Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, atas kesempatan, fasilitas, dan lingkungan akademik yang mendukung proses pembelajaran dan penelitian.
5. Badan Promosi Pariwisata Kota Bandung (BP2KB) yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta memfasilitasi pelaksanaan Focus Group Discussion sebagai bagian dari penelitian ini.
6. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, para akademisi, pelaku industri pariwisata, komunitas, media, dan seluruh narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, serta memberikan informasi yang sangat berharga bagi penelitian ini.

7. Istri tercinta, serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, kesabaran, dan semangat selama proses studi dan penyusunan tesis ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, khususnya Batch atas kebersamaan, persahabatan, diskusi akademik, dan saling mendukung selama menjalani perkuliahan.
9. Rekan-Rekan keluarga kantor, Teh nia, Teh salma, Reza, dan mang Ijul
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi pengembangan penelitian selanjutnya. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian Etnografi Komunikasi, Narrative Paradigm, serta menjadi referensi bagi pengembangan komunikasi pariwisata di Kota Bandung.

Bandung, 2 Agustus 2026



Raden Subchan Daragana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Raden Subchan Daragana
NIM : 224102008
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenis Tesis : Hasil Penelitian

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI NARASI
PARIWISATA KOTA BANDUNG MELALUI PERSPEKTIF NARRATIVE
PARADIGM WALTER FISHER.

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, mempublikasikan tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Bandung
Pada tanggal : 27 Juli 2026

Yang menyatakan,



Raden Subchan Daragana

**STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI DAN NEGOSIASI NARASI
PARIWISATA KOTA BANDUNG MELALUI PERSPEKTIF NARRATIVE
PARADIGM WALTER FISHER**

Raden Subchan Daragana

ABSTRAK

Pariwisata Kota Bandung melibatkan beragam pemangku kepentingan yang menghasilkan narasi berbeda dalam memaknai identitas dan daya tarik kota. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana narasi pariwisata Kota Bandung dikonstruksikan melalui praktik komunikasi, proses negosiasi makna, serta pembentukan *narrative coherence* dan *narrative fidelity*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Etnografi Komunikasi. Data diperoleh melalui studi dokumen, observasi, wawancara mendalam, dan Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan pemerintah, BP2KB, akademisi, media, komunitas, pelaku industri pariwisata, dan influencer. Analisis dilakukan menggunakan model SPEAKING Dell Hymes dan Narrative Paradigm Walter Fisher, serta diperkuat melalui triangulasi sumber, metode, dan teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa narasi pariwisata Kota Bandung tidak dibentuk oleh satu aktor, melainkan melalui proses komunikasi, dialog, dan negosiasi antarpemangku kepentingan yang menghasilkan shared meaning. Narasi yang terbentuk memiliki koherensi karena konsisten menggambarkan identitas Bandung sebagai kota budaya, kreatif, kuliner, fesyen, komunitas, dan pengalaman wisata perkotaan, serta memiliki fidelitas karena sesuai dengan pengalaman dan nilai para pemangku kepentingan. Penelitian ini menghasilkan Model Negosiasi Narasi Pariwisata Kota Bandung sebagai kontribusi akademik dalam pengembangan Narrative Paradigm dan Etnografi Komunikasi, sekaligus menjadi referensi praktis bagi pengembangan komunikasi pariwisata kolaboratif.

Kata Kunci: Narasi Pariwisata, *Narrative Paradigm*, Etnografi Komunikasi, Negosiasi Narasi, SPEAKING, Kota Bandung.

ETHNOGRAPHIC STUDY OF COMMUNICATION AND NEGOTIATION OF BANDUNG CITY TOURISM NARRATIVES THROUGH WALTER FISHER'S NARRATIVE PARADIGM PERSPECTIVE

Raden Subchan Daragana

ABSTRACT

Tourism in Bandung City involves diverse stakeholders who generate different narratives in interpreting the city's identity and tourism attractiveness. This study aims to analyze how Bandung's tourism narrative is constructed through communication practices, the process of meaning negotiation, and the formation of narrative coherence and narrative fidelity. The research employed a qualitative approach using the Ethnography of Communication method. Data were collected through document analysis, observation, in-depth interviews, and Focus Group Discussions (FGDs) involving representatives from the local government, the Bandung Tourism Promotion Board (BP2KB), academics, media, community organizations, tourism industry practitioners, and influencers. Data analysis was conducted using Dell Hymes' SPEAKING model and Walter Fisher's Narrative Paradigm, and the findings were strengthened through source, method, and theory triangulation. The findings reveal that Bandung's tourism narrative is not constructed by a single actor but emerges through communication, dialogue, and negotiation among stakeholders, resulting in shared meaning. The resulting narrative demonstrates narrative coherence because it consistently represents Bandung as a city of cultural heritage, creativity, culinary excellence, fashion, communities, and urban tourism experiences. It also demonstrates narrative fidelity because it reflects the stakeholders' experiences and values. This study proposes the Bandung Tourism Narrative Negotiation Model as an academic contribution to the development of Narrative Paradigm and the Ethnography of Communication, while also providing a practical reference for the development of collaborative tourism communication.

Keywords: Tourism Narrative, Narrative Paradigm, Ethnography of Communication, Narrative Negotiation, SPEAKING Model, Bandung City.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Signifikansi Penelitian.....	13
1.4.1 Signifikansi Akademik	13
1.4.2 Signifikansi Praktis	14
1.5 Kebaruan Penelitian (Research Novelty).....	16
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Komunikasi Pariwisata	18
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pariwisata.....	18
2.1.2 Komunikasi Pariwisata dalam Era Digital.....	19
2.1.3 Media Sosial dan Storytelling Pariwisata	19
2.1.4 Praktik Komunikasi dalam Pariwisata.....	20
2.2 City Branding sebagai Konteks Sosial dan Simbolik.....	20
2.2.1 Pengertian City Branding	21
2.2.2 City Branding dalam Perspektif Komunikasi	21
2.2.3 City Branding sebagai Konstruksi Sosial	21
2.2.4 Identitas Kota dan Representasi Budaya.....	22
2.2.5 City Branding Kota Bandung.....	22
2.3 Narasi dalam Komunikasi Pariwisata	23
2.3.1 Konsep Narasi dalam Komunikasi.....	23

2.3.2	Narasi sebagai Pembentuk Makna Sosial.....	24
2.3.3	Storytelling dalam Pariwisata	24
2.3.4	Narasi Digital dan Pengalaman Wisata	25
2.3.5	Negosiasi Narasi dalam Komunikasi Pariwisata.....	26
2.4	Etnografi Komunikasi Dell Hymes	26
2.4.1	Pengertian Etnografi Komunikasi	27
2.4.2	Speech Community	27
2.4.3	Speech Event.....	28
2.4.4	Model SPEAKING	28
2.4.5	Praktik Komunikasi Budaya	30
2.5	Narrative Paradigm Walter Fisher	30
2.5.1	Narrative Paradigm	31
2.5.2	Homo Narrans	32
2.5.3	Narrative Rationality	32
2.5.4	Narrative Coherence	33
2.5.5	Narrative Fidelity	33
2.6	Penelitian Terdahulu	34
2.6.1	Penelitian tentang Komunikasi Pariwisata	34
2.6.2	Penelitian tentang City Branding.....	35
2.6.3	Penelitian tentang Narrative Paradigm	36
2.6.4	Penelitian tentang Etnografi Komunikasi	37
2.6.5	Posisi Penelitian	38
2.7	Research Gap.....	39
2.8	Kerangka Pemikiran.....	40
2.8.1	Alur Pemikiran Penelitian	41
2.8.2	Produksi Narasi oleh Pemangku Kepentingan.....	43
2.8.3	Praktik Komunikasi Budaya dalam Pariwisata.....	44
2.8.4	Analisis Narrative Paradigm	45
2.8.5	Pemaknaan Narasi Pariwisata Kota Bandung.....	47
BAB III		50
METODE PENELITIAN		50
3.1	Pendekatan dan Desain Penelitian	50
3.1.1	Pendekatan Penelitian Kualitatif	50
3.1.2	Paradigma Konstruktivis.....	51
3.1.3	Pendekatan Etnografi Komunikasi.....	52
3.1.4	Fokus Penelitian dan Konteks Sosial Penelitian	53

3.1.5	Posisi dan Peran Peneliti dalam Penelitian Interpretatif	53
3.2	Fokus Penelitian	54
3.2.1	Narasi Pariwisata Kota Bandung.....	54
3.2.2	Praktik Komunikasi Pariwisata	55
3.2.3	Negosiasi Narasi Antar Pemangku Kepentingan	55
3.2.4	Narrative Coherence dan Narrative Fidelity.....	56
3.3	Teknik Pengumpulan dan Partisipan Penelitian.....	56
3.3.1	Setting Sosial Penelitian.....	56
3.3.2	Partisipan Penelitian	57
3.3.3	Teknik Pemilihan Partisipan	57
3.3.4	Kriteria Partisipan Penelitian	58
3.3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
3.4	Teknik Analisis Data.....	60
3.4.1	Reduksi dan Organisasi Data	60
3.4.2	Interpretasi Praktik Komunikasi Budaya menggunakan Model SPEAKING Dell Hymes	61
3.4.3	Analisis Narasi Pariwisata	63
3.4.4	Analisis Menggunakan Narrative Paradigm Walter Fisher	64
3.4.5	Penarikan Makna dan Interpretasi Narasi Sosial.....	66
3.5	Teknik Keabsahan Data	66
3.5.1	Triangulasi Sumber	67
3.5.2	Triangulasi Teknik.....	67
3.5.3	Member Check	68
3.5.4	Ketekunan Pengamatan.....	68
3.5.5	Thick Description	68
3.6	Operasionalisasi Konsep Penelitian	69
3.6.1	Komunikasi Pariwisata	69
3.6.2	Narasi Pariwisata	69
3.6.3	Praktik Komunikasi Budaya	70
3.6.4	Speech Community dan Speech Event.....	70
3.6.5	Narrative Coherence	70
3.6.6	Narrative Fidelity	71
3.6.7	Pemaknaan Narasi Pariwisata Kota Bandung.....	71
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	71
3.7.1	Lokasi Penelitian	71
3.7.2	Waktu Penelitian	72

3.8	Etika Penelitian	73
3.8.1	Persetujuan Partisipan.....	73
3.8.2	Kerahasiaan Data Partisipan	74
3.8.3	Refleksivitas Peneliti	74
BAB IV		76
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		76
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	76
4.1.1	Konteks Pariwisata Kota Bandung	79
4.1.2	Stakeholder Pariwisata Kota Bandung.....	82
4.1.3	Profil dan Karakteristik Partisipan Focus Group Discussion (FGD).....	86
4.1.4	Setting Penelitian.....	91
4.1.5	Focus Group Discussion sebagai Speech Event.....	95
4.1.6	Posisi Peneliti sebagai Observer-Participant.....	98
4.2	Penyajian Data	103
4.2.1	Analisis Tekstual terhadap Narasi Kota Bandung	106
4.2.2	Etnografi Komunikasi dalam FGD Narasi Kota Bandung	109
4.3	Analisis Data	129
4.3.1	Analisis Paradigma Narasi Walter R. Fisher.....	129
4.3.1.1	Narrative Coherence (Koherensi Narasi)	129
4.3.1.2	Narrative Fidelity (Fidelitas Narasi)	131
4.3.1.3	Competing Narratives (Kompetisi Narasi)	133
4.3.1.4	Narrative Rationality dalam Praktik Komunikasi Budaya.....	136
4.3.1.5	Storytelling sebagai Praktik Komunikasi Budaya	137
4.3.1.6	Ringkasan Analisis Paradigma Narasi.....	138
4.3.2	Praktik Komunikasi dalam Pembentukan Narasi	139
4.3.2.1	Krisis Identitas Kota	139
4.3.2.2	Storytelling Heritage	140
4.3.2.3	Kuliner sebagai Narasi.....	140
4.3.2.4	Komunikasi Digital.....	141
4.3.2.5	Kolaborasi Stakeholder	142
4.3.2.6	Pengalaman Wisatawan	142
4.3.3	Triangulasi Ahli	143
BAB V		147
PENUTUP		147
5.1	Simpulan	147

5.1.1	Praktik Komunikasi dalam Pembentukan Narasi Pariwisata Kota Bandung.....	147
5.1.2	Pluralitas Narasi dan Negosiasi Makna	148
5.1.3	Shared Meaning dalam Narasi Pariwisata Kota Bandung.....	149
5.1.4	Shared Value dalam Narasi Pariwisata Kota Bandung	151
5.1.5	Narrative Coherence dan Narrative Fidelity	152
5.1.6	Narasi Pariwisata Kota Bandung sebagai Konstruksi Komunikasi Kolektif 153	
5.2	Kendala dan Keterbatasan Penelitian	154
5.3	Saran	158
5.3.1	Saran Praktis bagi Pemangku Kepentingan Pariwisata Kota Bandung ..	158
5.3.2	Saran bagi BP2KB dan Pemerintah Kota Bandung	160
5.3.3	Saran bagi Pemangku Kepentingan Pariwisata	160
5.3.4	Saran Akademik	161
5.3.5	Saran bagi Penelitian Selanjutnya	161
5.3.6	Implikasi Akhir Penelitian	162
	DAFTAR PUSTAKA	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	42
Gambar 4. 1 Rangkaian Kegiatan Penelitian.....	92
Gambar 4. 2 Alur Penyajian Data Penelitian.....	105
Gambar 4. 3 Setting & Scene FGD	111
Gambar 4. 4 Participant FGD.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Matriks sumber media sosial yang relevan	9
Tabel 1. 2 Matrix Sumber Media Online	10
Tabel 1. 3 Matrix Sumber Media Cetak	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	49
Tabel 4. 1 Klasifikasi Stakeholder Pariwisata Kota Bandung dalam Penelitian	85
Tabel 4. 2 Profil dan Karakteristik Partisipan Focus Group	88
Tabel 4. 3 Setting Penelitian Focus Group Discussion	95
Tabel 4. 4 Focus Group Discussion sebagai Speech Event dalam Perspektif Dell Hymes	97
Tabel 4. 5 Peran Peneliti dalam Proses Penelitian	101
Tabel 4. 6 Analisis Etnografi Komunikasi Berdasarkan Model SPEAKING Dell Hymes	126
Tabel 4. 7 Hubungan 8 komponen SPEAKING	127

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Undangan Focus Group Discussion.....	173
Lampiran 2 Rundown Acara.....	176
Lampiran 3 Kerangka Acuan Kegiatan	177
Lampiran 4 Daftar Hadir.....	179
Lampiran 5 Profil Singkat Narasumber, Peserta, dan Triangulator Ahli.....	180
Lampiran 6 Panduan Focus Group Discussion.....	191
Lampiran 7 Daftar Pertanyaan Fgd Research Question Utama	194
Lampiran 8 Transkrip Lengkap Fgd.....	196
Lampiran 9 Notulensi Focus Group Discussion.....	197
Lampiran 10 Log Observer 1	202
Lampiran 11 Hasil Observasi 2.....	207
Lampiran 12 Ringkasan Hasil Rekaman Audio	210
Lampiran 13 Q&A Rsd Triangulasi.....	212
Lampiran 14 MOU.....	218
Lampiran 15 Dokumentasi Foto Kegiatan	221
Lampiran 16 Dokumentasi Video (Tautan/Qr Code)	223
Lampiran 17 Dokumentasi Publikasi Media Sosial.....	224
Lampiran 18 Pemberitaan Media Mengenai Launching Laboratorium Inovasi Pariwisata	226