

**ANALISIS PROSES *CITY BRANDING* ‘TASTE OF PADANG’ DALAM
MEMASARKAN PARIWISATA SUMATERA BARAT**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



DAYMUR RAHMAT

1141003058

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

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Daymur Rahmat

NIM : 1141003058

TandaTangan :



Tanggal : 28 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Daymur Rahmat

NIM : 1141003058

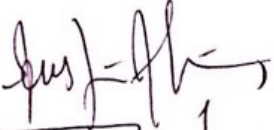
Program Studi : Ilmu Komunikasi

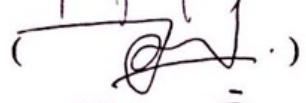
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

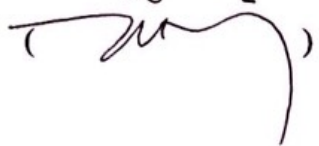
Judul Skripsi : Analisis Proses City Branding Taste of Padang dalam
Memasarkan Pariwisata Sumatera Barat

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

Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si ()

Penguji 1 : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D ()

Penguji 2 : Dra. Suharyanti, M.S.M ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Puji syukur akan selalu tercurahkan kepada Allah ﷻ yang terus melimpahkan rahmat dan karunianya tanpa hentinya. Dengan rahmat Allah ﷻ penulis diberikan kelancaran sehingga dapat menyusun tugas akhir dengan judul “**Analisis Proses *City Branding* ‘Taste of Padang’ Dalam Memasarkan Pariwisata Sumatera Barat**”.

Penulisan karya ilmiah ini disusun untuk memberikan pengetahuan mengenai bagaimana *city branding* ‘Taste of Padang’ dapat dijadikan *city brand* yang ditujukan untuk memasarkan pariwisata daerah Sumatera Barat dan bagaimana ‘Taste of Padang’ disepakati sebagai *brand* pariwisata Sumatera Barat.

Dengan limpahan rahmat dan karunia Allah ﷻ penulis dipertemukan dengan pihak-pihak yang membantu kelancaran penelitian dan penyusunan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- **Orang Tua Penulis**, yang selalu mendo’akan kelancaran dalam penelitian dan penyusunan tugas akhir ini.
- **Ibu Dr. Prima Mulyasari, S.Sos., Msi.**, telah menjadi dosen pembimbing dan sangat sabar menghadapi penulis, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
- **Bapak Riza Chandra**, yang sudah memberikan keterangan mengenai proses perumusan *brand* ‘Taste of Padang’.
- **Bapak Amar Ma’ruf**, yang sudah menjelaskan bagaimana ‘Taste of Padang’ dapat terbentuk.
- **Rauf Hidayat & Krisna Dipangga**, yang sudah membantu dan memberikan akses kepada penulis untuk bertemu dengan beberapa narasumber.
- **Teman-teman Ilmu Komunikasi 2014**, yang saling membantu dan bekerjasama selama kurang lebih empat tahun.

Dan banyak lagi pihak yang membantu penulis menyelesaikan karya ilmiah ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini penulis masih memiliki kekurangan dan mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun untuk menjadi perbaikan bagi penulis kedepannya. Semoga penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 10 Agustus 2018

Penulis,

Daymur Rahmat

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Daymur Rahmat
NIM : 1141003058
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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Proses City Branding Taste of Padang dalam Memasarkan Pariwisata Sumatera Barat

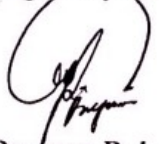
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Agustus 2018

Yang menyatakan,


(Daymur Rahmat)

Nama : Daymur Rahmat
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Proses *City Branding* ‘Taste of Padang’ Dalam Memasarkan Pariwisata Sumatera Barat

ABSTRAK

City branding merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh pemerintah suatu daerah untuk mendapatkan keuntungan pada bidang pariwisata serta menarik wisatawan mengunjungi daerah tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses dan latar belakang terbentuknya city branding daerah Sumatera Barat yaitu ‘Taste of Padang’. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengetahui proses pembentukan *city branding* ‘Taste of Padang’. Peneliti melakukan penggalian fakta dan temuan melalui wawancara dan studi terhadap dokumen-dokumen terkait dengan brand ‘Taste of Padang’. Hasil penelitian menunjukkan data yang unik, dimana city branding ‘Taste of Padang’ merupakan sub-brand dari ‘Wonderful Indonesia’ yang diinisiasi oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Sebagai realisasi diadakan FGD pembentukan *brand* destinasi wisata Sumatera Barat oleh Dinas Pariwisata Sumatera Barat. Untuk menjadi sub-brand dari ‘Wonderful Indonesia’ pada proses FGD pembentukan brand ‘Taste of Padang’ hanya berfokus pada logo dan tagline.

Kata kunci : City Branding, Taste of Padang, Kementerian Pariwisata, Dinas Pariwisata Sumatera Barat, FGD, Sumatera Barat

Name : Daymur Rahmat
Course Study : Communication
Research Title : Analysis Of The City Branding Process 'Taste Of Padang'
In Marketing Tourism In West Sumatra

ABSTRACT

City branding is an effort made by the government of an area to get benefit in tourism area and attract tourists to visit the area. The purpose of this study was to determine the process and background of the forming of city branding in West Sumatra, namely 'Taste of Padang'. To explore how the process and what background the city branding of 'Taste of Padang' manifested, researchers used a qualitative approach to the case study method. Researchers generate facts and findings through interviews and studies of documents related to the brand 'Taste of Padang'. The results showing an unique data, where the city branding of 'Taste of Padang' is a sub-brand of 'Wonderful Indonesia' initiated by the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia. As a realization, FGD was held to establish a West Sumatra tourism destination brand by the West Sumatra Tourism Department. To become a sub-brand of 'Wonderful Indonesia' in the FGD process the establishment of the brand 'Taste of Padang' only focuses on the logo and tagline.

Key Words : *City Branding, Taste of Padang, Ministry of Tourism, West Sumatra Tourism Department, FGD, West Sumat*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI iii

DAFTAR GAMBAR..... vi

DAFTAR LAMPIRAN..... viii

BAB 1 1

PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang..... 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian..... 8

 1.4.1 Manfaat Teoritis 8

 1.4.2 Manfaat Praktis 8

BAB 2 9

2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya 9

2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Teoretis 24

 2.2.1 Komunikasi Pemasaran..... 24

 2.2.2 Keterkaitan Komunikasi Pemasaran dengan Merek 24

 2.2.3 Merek 25

 2.2.4 *Branding* 26

 2.2.4.1 *Brand Objective* 27

 2.2.4.2 *Brand Positioning* 27

 2.2.4.3 *Brand Identity* 29

 2.2.4.4 *Brand Image*..... 32

 2.2.5 *City Branding* 34

 2.2.6 Proses City Branding 37

2.3 Kerangka Pemikiran 42

BAB 3 44

3.1 Metodologi Penelitian 44

3.2	Objek Penelitian.....	45
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1	Data Primer	48
3.3.2	Data Sekunder	49
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	49
3.4.1	Definisi Konseptual Variabel.....	49
3.4.2	Definisi Operasionalisasi Variabel	50
3.5	Teknik Analisis Data	53
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	54
3.7	Batasan Penelitian.....	55
BAB 4	56
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1	Gambaran Umum Mengenai Provinsi Sumatera Barat.....	56
4.1.2	Gambaran Umum Mengenai Merek “Taste of Padang”	58
4.2	Hasil Penelitian.....	60
4.2.1	Latar Belakang Lahirnya <i>City Branding</i> “Taste of Padang”	60
4.2.1.1	Pengembangan Sektor Pariwisata Menjadi Salah Satu Fokus Pemerintah Sumatera Barat.....	61
4.2.1.2	Visi dan Misi Dinas Pariwisata Sumatera Barat 2017-2021	68
4.2.1.3	Taste of Padang Merupakan Hasil Kerjasama Dinas Pariwisata Sumatera Barat dengan Kementerian Pariwisata RI.....	70
4.2.2	Proses Pembentukan <i>City Branding</i>	73
4.2.2.1	Mendefinisikan Tujuan	73
4.2.2.2	Memahami Khalayak Yang Disasar	76
4.2.2.3	Mengidentifikasi Merek Kota Yang Sekarang	79
4.2.2.4	Mengatur Identitas Merek Yang Aspirasional.....	80
4.2.2.5	Membangun Positioning	84
4.2.2.6	Menciptakan Preposisi Nilai	87
4.3	Pembahasan.....	88
4.3.1	‘Taste of Padang’ Dihasilkan atas Kesepakatan Melalui <i>Focus Group Discussion</i>	88
4.3.1.1	Dalam FGD <i>Brand</i> ‘Taste of Padang’ Diarahkan Untuk Menjadi Bagian dari ‘Wonderful Indonesia’	91

4.3.1.2	Proses Pelahiran Tagline ‘Taste of Padang’	94
4.3.1.3	Atap Bagonjong Dipilih Sebagai Visualisasi Logo Pada ‘Taste of Padang’	102
4.3.2	Proses Pembentukan <i>Brand</i> ‘Taste of Padang’ Hanya Membahas Identitas Merek Secara Fisik.....	112
4.3.2.1	Brand ‘Taste of Padang’ Diposisikan Untuk Wisatawan Luar Daerah Sumatera Barat	114
4.3.3	Belum Ada Eksekusi dari <i>City Branding</i> ‘Taste of Padang’	115
4.3.4	Bagan Proses Pembentukan <i>Brand</i> ‘Taste of Padang’	115
BAB 5	117
5.1	Kesimpulan	117
5.2	Saran	118
5.2.1	Saran Akademis	118
5.2.2	Saran Praktis	118
DAFTAR PUSTAKA	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Resmi Provinsi Sumatera Barat	56
Gambar 4.2 Logo Taste of Padang	58
Gambar 4.3 Logo Master Brand Pesona Indonesia	104
Gambar 4.4 Logo sub-brand Taste of Padang	104
Gambar 4.5 Spektrum Warna pada Logo ‘Taste of Padang’	105

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Penghambat dan Pendorong Pelayanan Dinas Pariwisata Sumbar Terhadap Pencapaian Visi, Misi dan Program Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah.....	63
Tabel 4.2 Tabel Komparasi Capaian RenStra Provinsi Sumatera Barat terhadap RenStra Kabupaten/Kota dan Kementrian Pariwisata RI	66
Tabel 4.3 Visi dan Misi Dinas Pariwisata Sumatera Barat 2017-2021	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	123
Lampiran 2	128
Lampiran 3	131
Lampiran 4	136
Lampiran 5	139
Lampiran 6	142
Lampiran 7	146
Lampiran 8	150
Lampiran 9	153
Lampiran 10	156