

STRATEGI KOMUNIKASI CITRA KOTA SINGKAWANG SEBAGAI KOTA WISATA DI KALIMANTAN BARAT

Oleh:

Nama: Ayu Vinensia

NIM: 65170207

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi *Marketing Communication*



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

APRIL 2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

STRATEGI KOMUNIKASI CITRA KOTA SINGKAWANG SEBAGAI KOTA WISATA DI KALIMANTAN BARAT

Diajukan oleh

Nama: Ayu Vinensia

NIM: 65170207

Jakarta, 26 April 2022

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

(Dr. Imam Nuraryo, S.Sos, MA (Comms))

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2022



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Ayu Vinensia / 65170207 / 2022 / Strategi Komunikasi Citra Kota Singkawang sebagai Kota Wisata di Kalimantan Barat / Pembimbing : Dr. Imam Nuraryo, S.Sos, MA (Comms)

Citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra kota dapat diartikan sebagai persepsi atau kesan yang tinggal dalam pengamat terhadap lingkungannya ataupun kota itu sendiri. Citra kota sangat berpengaruh pada kota itu sendiri. Pengaruh citra kota sendiri antara lain pada ekonomi lokal kota atau daerah itu sendiri, penyedia lapangan kerja bagi warganya, hingga pembeda kota itu sendiri dengan kota lain.

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Citra Kota Singkawang sebagai Kota Wisata di Kalimantan Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa dan bagaimana cara pengelolaan citra dan bagaimana citra pada suatu kota dapat terbentuk, dan bagaimana citra pada Kota Singkawang sebagai Kota Wisata dapat terbentuk. Teori yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah tiga komunikasi citra kota yaitu komunikasi primer, sekunder, dan tersier.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah observasi disertai dengan wawancara mendalam. Objek penelitiannya adalah dinas pariwisata kota Singkawang sebagai pemerintah yang berkaitan dengan pariwisata dan budaya pada kota Singkawang.

Hasil dari penelitian yang diteliti oleh penulis adalah kegiatan komunikasi primer yang dilakukan oleh pemerintah Singkawang berkaitan dengan melakukan desain, perayaan hari besar agama, *monitoring*, membangun infrastruktur, menambah fasilitas sarana dan prasarana yang menggambarkan citra kota. Sedangkan komunikasi sekunder dilakukan melalui iklan baliho, brosur, desain grafis, dan penggunaan logo dan slogan. Komunikasi tersier dilakukan dengan dengan cara komunikasi getok tular yang merupakan gabungan dari aktivitas komunikasi primer dan sekunder.

Dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pada kota Singkawang, komunikasi citra primer yang terbentuk yaitu terdiri dari unsur infrastruktur, berupa pembangunan jembatan dan lain sebagainya. Komunikasi sekunder dalam pembentukan citra Kota Singkawang sebagai Kota wisata terjadi ketika Dinas Pariwisata Kota Singkawang membagikan informasi kepada khalayak umum menggunakan media website dan instagram. Pola komunikasi tersier terjadi ketika Dinas Pariwisata Kota Singkawang menyampaikan deskripsi dan event kepada pihak di luar anggota komunitas.

Kata Kunci : Strategi komunikasi, Citra Kota, Singkawang, Kota Wisata



ABSTRACT

Ayu Winensia / 65170207/2021 / Communication Strategy for the City of Singkawang as a City of Tourism in West Kalimantan / Advisor: Dr. Imam Nuraryo, S.Sos, MA (Comms)

Image is defined as the impression of a person or individual about something that appears as a result of his knowledge and experience. The image of the city can be interpreted as a perception or impression that lives in the observer of the environment or the city itself. The image of the city is very influential on the city itself. The influence of the image of the city itself, among others, on the local economy of the city or area itself, providing employment for its citizens, to the difference between the city itself and other cities.

This research is entitled Image Communication Strategy of Singkawang City as Tourism City in West Kalimantan. The purpose of this study is to find out what and how to manage image and how the image of a city can be formed, and how the image of Singkawang City as a Tourism City can be formed. secondary, and tertiary.

In this study, the author uses a research approach that is used is a qualitative research method. The data collection technique that the author uses is observation accompanied by in-depth interviews. The object of the research is the Singkawang City Tourism Office as the government related to tourism and culture in Singkawang City.

The results of the research examined by the author are primary communication activities carried out by the Singkawang government related to designing, celebrating religious holidays, monitoring, building infrastructure, adding facilities and infrastructure that describe the image of the city. While secondary communication is done through billboard advertisements, brochures, graphic designs, and the use of logos and slogans. Tertiary communication is done by word of mouth communication which is a combination of primary and secondary communication activities.

From this research, it can be concluded that in Singkawang city, the primary image communication formed consists of infrastructure elements, in the form of bridge construction and so on. Secondary communication in the formation of the image of Singkawang City as a tourist city occurs when the Singkawang City Tourism Office shares information with the general public using website and Instagram media. Tertiary communication patterns occur when the Singkawang City Tourism Office conveys descriptions and events to parties outside of community members.

Keywords : Communication Strategy, Singkawang, Tourist City.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Milik dan Kekayaan Intelektual Program Studi Sistem Informatika Kwik Kian Gie School of Business



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih dan anugerah-Nya, penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Kota Singkawang sebagai Kota Wisata di Kalimantan Barat” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis tidak dapat menyelesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Imam Nuraryo, S.Sos, MA (Comms), selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu penulis dalam permasalahan Peneliti, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
2. Kepada seluruh dosen yang telah mengajar dan memberikan ilmu kepada penulis selama melakukan proses perkuliahan sehingga ilmu yang penulis terima dapat penulis terapkan dalam penyusunan skripsi.
3. Orang tua, saudara, sahabat yang saya cintai dalam memberikan dukungan secara emosional maupun materi kepada penulis hingga penulsiis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu.
4. Bapak Drs. Heri Apriadi selaku Kepala Dinas Pariwisata Singkawang yang telah meluangkan waktu untuk berbagi ilmu dan informasi kepada penulis sehingga penelitian skripsi ini dapat disusun dengan informasi yang benar dan tepat.



5. Bapak Iwan Setiawan A.Md selaku kasi pemasaran dan pariwisata Singkawang yang sudah meluangkan waktu untuk menjelaskan keindahan objek-objek wisata kota Singkawang.
6. Turis lokal maupun turis dari luar kota yang telah meluangkan waktu dan memperbolehkan penulis untuk melakukan interview seputar topik yang bersangkutan dengan skripsi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Jakarta, 2022

Ayu Vinensia

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	3
ABSTRACT	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR LAMPIRAN	10
BAB I	11
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	15
C. Identifikasi Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	16
E. Manfaat Penelitian	16
BAB II	23
KAJIAN PUSTAKA	23
A. Landasan Teoritis	23
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran	35
BAB III	39
METODE PENELITIAN	38
A. Subjek Penelitian	38
B. Desain Penelitian	39
C. Jenis Data	40
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Teknik Analisis Data	43
BAB IV	44
HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Dinas Pariwisata Kota Singkawang	44





1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis tanpa izin IBIKKG.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1.	Sejarah Dinas Pariwisata Kota Singkawang	44
2.	Visi dan Misi Dinas Pariwisata Kota Singkawang.....	48
3.	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kota Singkawang	51
4.	Tugas dan Fungsi Dinas Pariwisata Kota Singkawang	54
5.	Sektor Budaya Kota Singkawang.....	58
B.	Analisis	63
1.	Menggunakan berbagai media	64
2.	Pelibatan masyarakat secara partisipatif	Error! Bookmark not defined.
3.	Toleransi sebagai bentuk brand image Kota Singkawang	77
4.	Menyebarkan informasi melalui word of mouth.....	78
C.	Hasil analisis dan Pembahasan.....	80
1.	Strategi Komunikasi Primer	82
2.	Strategi komunikasi Skunder	Error! Bookmark not defined.
3.	Strategi komunikasi tersier.....	85
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
A.	Kesimpulan	87
B.	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	32
-----------	----------------------	----

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Logo dinas pariwisata Kota Singkawang.....	47
Gambar 4.2	Cover Pariwisata Kota Singkawang.....	70
Gambar 4.3	Tampilan event tahunan yaitu Ngabayotn	70
Gambar 4.4	Kuliner khas Kota Singkawang.....	71
Gambar 4.5	Feed instagram Dinas pariwisata kota Singakawang.....	72
Gambar 4.6	Foto setelah wawancara	73

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Wawancara Narasumber.....	94
1. Transkrip wawancara Informan	102
a. Dokumentasi	104

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

