

**JARINGAN KOMUNIKASI *CITY BRANDING* HARMONI
KEDIRI *THE SERVICE CITY***

SKRIPSI



**OLEH:
MOH. FIRDA EFENDI
NIM. 933501518**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN KEDIRI)**

2023

**JARINGAN KOMUNIKASI *CITY BRANDING* HARMONI
KEDIRI *THE SERVICE CITY***

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program sarjana

**OLEH:
MOH. FIRDA EFENDI
NIM. 933501518**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN KEDIRI)
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Moh Firda Efendi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Kediri, ⁰³⁻⁰⁷⁻²⁰²³.....
Pembimbing I



Dr. Trimurti Ningtyas, S.IAN, M.KP
NIDN: 2003028801

Kediri,.....
Pembimbing II



Diah Handayani, M.Si
NIP. 19791216 200801 2 024

NOTA DINAS

Kediri, 26 April 2023

Nomor:

Lampiran

Hal: Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth, Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Di

Jl. Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa yang ada di bawah ini:

Nama : MOH FIRDA EFENDI

NIM : 933501518

Judul : Jaringan Komunikasi *City Branding* Harmoni Kediri *The Service City*


Setelah diperbaiki materi dan susunanya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian nota dinas dibuat, mohon maklum dan atas kesedian Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dr. Trimurti Ningtyas, S.IAN, M.KP
NIDN: 2003028801

Pembimbing II



Diah Handayani, M.Si
NIP. 19791216 200801 2 024

HALAMAN PENGESAHAN

**JARINGAN KOMUNIKASI CITY BRANDING HARMONI KEDIRI THE
SERVICE CITY**

MOH FIRDA EFENDI

NIM. 9.335.015.18

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 19 Juni 2023

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Taufik Alamin, M.Si
NIP: 19720725 200604 1 003


(.....)


2. Penguji I

Dr. Trimurti Ningtyas, S.IAN, M.KP
NIDN: 2003028801


(.....)

3. Penguji II

Diah Handayani, M.Si
NIP. 19791216 200801 2 024


(.....)

Kediri, 3 Juli 2023
Dekan,
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah,

Dr. A. Halil Thahir, M.HI
NIP. 19711121 200501 1 006

HALAMAN MOTTO

Kita, sebagai manusia, belajar melalui berbagi dan berkomunikasi.

- Hugo Reynolds-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

1. Bapak, Ibu, serta saudara tersayang yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis, serta do'a yang tak henti-hentinya penulis panjatkan Kepada Tuhan YME. Terima kasih untuk segala pengorbanan Bapak dan Ibu penulis sebagai orang tua yang selalu hadir dalam setiap perjuangan hingga saat ini
2. Dosen pembimbing Ibu Dr. Trimurti Ningtyas, S.IAN, M.KP dan Ibu Diah Handayani, M.Si, yang selalu sabar, baik hati, dan tetap memberikan motivasi kepada penulis dan mendorong penulis untuk segera menyelesaikan studinya.
3. Keluarga Besar Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemerintah Kota Kediri yang telah sangat membantu dalam proses kelancaran pengumpulan data dengan sangat terbuka dalam memberikan informasi dalam penelitian ini
4. Sahabat sekaligus calon istri, Febri Ayu Lestari, S.E., yang telah mendukung sepenuhnya baik moril maupun materil serta do'anya dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Teman-teman angkatan dan seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan, dan ikut membantu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

HALAMAN ABSTRAK

Moh Firda Efendi. Dosen Pembimbing: Dosen pembimbing Dr. Trimurti Ningtyas, S.IAN, M.KP dan Diah Handayani, M.Si, Jaringan Komunikasi *City Branding* Harmoni Kediri *The Service City*, Komunikasi dan penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2022-2023.

Kata Kunci: jaringan komunikasi, *city branding*, Harmoni Kediri

City branding merupakan strategi pemasaran kota dengan tujuan untuk membina hubungan dan menciptakan persepsi positif tentang kota di kalangan wisatawan. Penelitian ini difokuskan pada pengungkapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Kediri dalam membranding kota dengan nama "*Harmoni Kediri The Service City*" melalui jaringan komunikasinya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kualitatif Deskriptif dengan pendekatan studi kasus dengan memperoleh sumber data dari pegawai Pemerintah Kota Kediri, Harmoni Kediri Brand Community serta masyarakat Kota Kediri. Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji kredibilitas dengan meningkatkan ketekunan dan teknik triangulasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwasanya (1) aktor dalam jaringan terdiri dari individu dan organisasi. Peran aktor digolongkan menjadi 4 kelompok berdasarkan fungsi yaitu: sebagai pencetus ide gagasan, sebagai konsultan pengembangan ide gagasan, sebagai perumus, sebagai penyebar informasi. Stakholder yang dilibatkan hanya dari lingkup Pemerintah Kota Kediri, sedikit pihak swasta dan kalangan komunitas. Jaringan yang di luar lingkup Pemerintah Kota Kediri hanya kalangan komunitas dan sedikit pihak swasta. Masyarakat tidak terlibat pro-aktif pada proses berjalannya *City Branding* Harmoni Kediri *The Service City*. Kalangan komunitas yang digawangi HKBC menjadi satu-satunya ujung tombak untuk mensosialisasikannya kepada masyarakat. (2) Jaringan Komunikasi *City Branding* Harmoni Kediri *The Service City* berbentuk Pola Komunikasi Roda (*Wheel Communication*) yaitu: *Two Mode, Directed, Asimetris dan Unvalued*. Level sentralitas aktor ada 4 tingkatan diantaranya *Degree Centrality, Betweenness Centrality, Closeness Centrality, dan Eigenvector Centrality* dengan tingkat aktor paling tinggi Herwin, Praja dan Bagian Prokompim. (3) Faktor Pendukung: Potensi dan Kekompakan Harmoni Kediri Brand Community serta Konsistensi Pemerintah. Faktor Penghambat: Kurangnya Komunikasi antara Pemerintah Kota Kediri dengan Harmoni Kediri Brand Community, terbatasnya anggaran Harmoni Kediri Brand Community, kurang pahami masyarakat tentang konsep *city branding* yang baru. kurang melibatkan unsur media, dan kurang melibatkan *sponsorship*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas rahmat serta nikmat Allah SWT yang senantiasa terlimpahkan dan menjadi berkah bagi kita semua. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarganya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Jaringan Komunikasi *City Branding* Harmoni Kediri *The Service City*” dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengetahui dan menyadari masih adanya banyak kekurangan. Penulis juga ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada berbagai pihak, karena tanpa adanya dorongan, masukan, dan bantuan skripsi ini tidak akan tersaji. Maka dari itu dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Wahidul Anam, M.Ag, selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Dr. A. Halil Thahir, M.HI, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Siti Amanah, M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri.
4. Dr. Trimurti Ningtyas, S.IAN, M.KP, selaku dosen pembimbing skripsi satu.
5. Diah Handayani, M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi dua.
6. Herwin Zakiyah, S.T, M. Eng, selaku Kepala Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemerintah Kota Kediri.

7. Adi Wicaksono, S.E., M.M., selaku Kasubag Dokumentasi Pimpinan
8. Keluarga Besar Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan Pemerintah Kota Kediri yang baik hati.
9. Harmoni Kediri Brand Community
10. Bapak Muh. Toher dan Ibu Minkhosyati, selaku orang tua penulis yang telah memberikan do'a dan berkat terbaik untuk menyelesaikan studi.
11. Febri Ayu Lestari, S.E., memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan penelitian skripsi.
12. Teman-teman mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Kediri angkatan 18.
13. Semua pihak yang terlibat dan memberikan inspirasi serta motivasi kepada penulis.

Semoga do'a dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis senantiasa mendapat balasan berupa pahala yang berlipat dari Allah SWT. Serta penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan pembaca semestinya. Aamiin

Kediri, 26 April 2023
Penulis

Moh Firda Efendi
NIM. 933501518

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh Firda Efendi

NIM : 933501518

Program Studi : Komunikasi & Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin & Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 26 April 2023
Yang membuat Pernyataan

Moh Firda Efendi
NIM. 933501518

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Konteks Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	9
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1. Manfaat Teoritis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	12
1.6. Penelitian Terdahulu.....	12
BAB II	15
LANDASAN TEORI.....	15
2.1. Jaringan Komunikasi.....	15

2.1.1.	Node dan Edge	18
2.1.2.	Tipe Relasi	19
2.1.3.	Struktur Jaringan	20
2.1.4.	Level Aktor: Sentralitas	22
2.2.	<i>City Branding</i>	24
2.1.5.	Langkah Membuat <i>City Branding</i>	25
2.1.6.	Stakeholder Penyusunan <i>City Branding</i>	26
2.1.7.	City Image.....	27
2.3.	Faktor Pendukung dan Penghambat	28
2.3.1.	Faktor Pendukung	28
2.3.2.	Faktor Penghambat.....	29
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
3.1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	31
3.2.	Kehadiran Peneliti	32
3.3.	Lokasi Penelitian	32
3.4.	Sumber Data	32
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	33
3.6.	Instrumen Pengumpulan Data	35
3.7.	Pengecekan Keabsahan Data.....	36
3.8.	Teknik Analisis Data	37
3.9.	Tahap-tahap Penelitian	38
BAB IV		39
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN		39
4.1.	Gambaran Umum	39

4.1.1.	Sejarah Terbentuknya <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	39
4.1.2.	<i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	43
4.2.	Paparan Data.....	50
4.2.1.	Aktor pada Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	50
4.2.2.	Peran Aktor pada Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	58
4.2.3.	Tipe Relasi Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	69
4.2.4.	Faktor Pendukung dan Penghambat <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	76
4.3.	Temuan Penelitian	82
4.3.1.	Aktor pada Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	82
4.3.2.	Peran Aktor pada Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	83
4.3.3.	Tipe Relasi Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	84
4.3.4.	Level Sentralitas Aktor pada Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	85
4.3.5.	Faktor Pendukung dan Penghambat pada Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	86
BAB V	88
PEMBAHASAN	88
5.1.	Jaringan Komunikasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	89
5.2.	Tipe Relasi <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	94

5.3. Faktor Pendukung dan Penghambat <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	104
BAB VI	114
PENUTUP	114
6.1. Kesimpulan.....	114
6.2. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	122
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Stakeholders Internal dan Eksternal.....	26
Tabel 4.1 Sektor Pekerjaan Warga Kota Kediri.....	41
Tabel 4.2 Aktor Jaringan.....	55
Tabel 4.3 Peran Aktor Jaringan.....	63
Tabel 4.4 Elemen Jaringan Komunikasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Taste of Padang.....	3
Gambar 1.2 Logo Jogja Istimewa	4
Gambar 1.3 Logo Sparkling Surabaya	4
Gambar 1.4 Sertifikat Kota Toleran.....	8
Gambar 2.1 Bentuk Jaringan Komunikasi Organisasi	16
Gambar 2.2 Struktur Jaringan	20
Gambar 4.1 Logo Harmoni Kediri <i>The Service City</i>	43
Gambar 4.2 Brand Architecture Kota Kediri	44
Gambar 4.3 Launching Harmoni Kediri Brand Community	51
Gambar 4.4 Launching <i>City Branding</i> Kota Kediri	54
Gambar 4.5 Swafoto Mas Abu dengan Pemuda HKBC	60
Gambar 4.6 Struktur Jaringan Komunikasi Harmoni Kediri <i>The Service City</i> Berdasarkan Lembaga.....	65
Gambar 4.7 Struktur Jaringan Komunikasi Harmoni Kediri <i>The Service City</i> Lengkap.....	66
Gambar 4.8 Multiple Centrality Lengkap	73
Gambar 4.9 Multiple Centrality Instansi.....	74
Gambar 5.1 Multiple Centrality Lengkap	99
Gambar 5.2 Multiple Centrality Instansi.....	100