

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DAN CETAK UNTUK  
MENDUKUNG CITY BRANDING “HARMONI KEDIRI THE  
SERVICE CITY”**

**SKRIPSI**

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

**OLGA BIMASKARA DWIKA RAHMAT**

**9.335.024.15**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

**2020**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DAN CETAK UNTUK MENDUKUNG  
CITY BRANDING “HARMONI KEDIRI THE SERVICE CITY”**

**OLGA BIMASKARA DWIKA RAHMAT**

*NIM: 9.335.024.15*

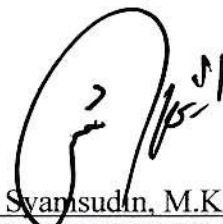
Disetujui oleh:

Pembimbing I



Diah Handayani, M.Si  
NIP.197912162008012024

Pembimbing II



Ahmad Swamsudin, M.Kom.  
NIP. 198809022015031004

**NOTA DINAS**

Kediri, 12 Maret 2020

Nomor :  
Lampiran : 4 (Empat Lembar)  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri  
Di Jl. Sunan Ampel 07-Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Rektor untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : OLGA BIMASKARA DWIKA RAHMAT

NIM : 9.335.024.15

Judul : EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DAN CETAK UNTUK  
MENDUKUNG CITY BRANDING "HARMONI KEDIRI THE  
SERVICE CITY"

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

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

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

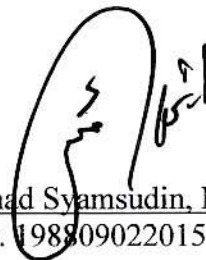
Wassalmu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Diah Handayani, M.Si  
NIP.197912162008012024

Pembimbing II



Ahmad Syamsudin, M.Kom.  
NIP.198809022015031004

## HALAMAN PENGESAHAN

### EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DAN CETAK UNTUK MENDUKUNG CITY BRANDING “HARMONI KEDIRI THE SERVICE CITY”


OLGA BĪMASKARA DWIKA RAHMAT


NIM. 933502415

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Kediri pada tanggal, 06 Juni 2020

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
Dr. Ropingi, M.Pd  
NIP. 197206261999031002
2. Penguji I  
Diah Handayani, M.Si  
NIP. 197912162008012024
3. Penguji II  
AhmadSyamsudin, M.Kom.  
NIP. 198809022015031004

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)

Kediri, 06 Juni 2020

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri

Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag  
NIP. 197506132003121004

## **HALAMAN MOTTO**

Selalu bersyukur atas apapun yang telah direncanakan  
oleh Tuhan.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari banyak pihak. Dengan penuh rasa syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya, maka skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk yang saya sayangi ayahku tercinta Bapak Gatot Slamet Riyadi dan Ibu Surokah yang selalu mendukung dan memberikan kasih sayangnya yang tak terhingga. Terima kasih selalu percaya dan selalu memanjatkan Do'a untukku, hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini sebagai mahasiswa di IAIN Kediri.
2. Untuk kakak perempuanku tercinta mbak Galuh Aqmarina Hapsari yang selalu mendukung saya dan senantiasa menunggu kelulusan saya serta menjadi panutan saya dalam hidup. Juga untuk keluarga kakakku si kecil mbak Andhira Syafika dan suaminya mas Hendra Danu yang ikut mendukung saya.
3. Untuk Miftakhul Aynurokhima Azrin yang telah mendukung dan memotivasiku selama mengerjakan skripsi.
4. Untuk sahabat-sahabatku Dino, Evy, Intan Gustin, Afifah, dan seluruh teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2015, yang bersama-sama menjadi penyemangat selama masa kuliah hingga akhir.
5. Untuk sahabatku Risto Ariesta Vialle yang sudah ikut menemani berjuang dalam menyelesaikan skripsi.

6. Untuk Dosen pembimbing saya yang sabar membimbing saya hingga skripsi ini terselesaikan, Ibu Diah Handayani dan Pak Ahmad Syamsudin.
7. Untuk Pak Zaenal dan Bu Amanah yang ikut serta membantu dan mendukung saya dalam berjalannya proses bimbingan skripsi.
8. Selanjutnya untuk seluruh teman-temanku, sahabat-sahabatku dan berbagai pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dan almamaterku tercinta Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Intitut Agama Islam Negeri Kediri.

## ABSTRAK

OLGA BIMASKARA, Dosen Pembimbing (1) Diah Handayani, M.Si dan Pembimbing (2) Ahmad Syamsudin, M.Kom., Efektivitas Media Sosial dan Cetak untuk Mendukung City Branding “Harmoni Kediri The Service City”, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2020.

Studi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan bukti kekuatan media sosial saat ini, ditambah media sosial saat ini semakin populer. Jumlah pengguna media sosial yang sangat besar membuat makin banyak pemimpin daerah yang kreatif mempromosikan wilayahnya. Melalui sarana media sosial, pemda menemukan wadah promosi yang murah, fleksibel, dan tepat sasaran. Pemerintah daerah harus memahami cara media sosial bekerja. Adanya instagram, youtube serta majalah yang dikelola pihak Pemkot Kediri menjadi modal untuk menggaungkan city branding. Memanfaatkan berbagai media yang dimiliki Pemkot Kediri tersebut untuk mempromosikan city branding menjadi salah satu strategi yang cukup populer digunakan sebagian besar pemerintah daerah. Penelitian ini terfokus pada bagaimanakah Efektivitas Media Sosial dan Cetak untuk mendukung City Branding Harmoni Kediri The Service City?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan dianalisis dengan indikator efektivitas penggunaan media yang merujuk pada teori yang diuraikan oleh Bruhn, Schoenmueller, dan Schafer dalam mendukung proses city branding Pemerintah Kota Kediri.

Penggunaan media Instagram lebih cenderung efektif dalam mendukung city branding kota Kediri. Karena media Instagram lebih banyak digunakan oleh masyarakat kota Kediri dan sekitarnya dibuktikan dari jumlah follower yang sudah mencapai lebih dari empat puluh ribu. Untuk youtube, konten yang ada di dalamnya kurang menarik sehingga sedikit minat masyarakat untuk melihat dan mengikutinya. Sedangkan majalah, sajiannya lengkap dan isu-isu yang diliput sesuai dengan kebutuhan masyarakat, namun *coverage* majalah tidak menjamin mengena di kalangan masyarakat secara merata atau tidak semua bisa membaca karena distribusi majalah hanya di lingkungan instansi-instansi sampai dengan kelurahan yang ada di kota Kediri.

Kata Kunci : Efektivitas, Media Sosial, Media Cetak, City Branding, Harmoni Kediri The Service City



## KATA PENGANTAR

### *Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillah penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada:

1. Dr. Nur Chamid, MM., selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri.
2. Dr. Moh. Asror Yusuf, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Kediri.
3. Siti Amanah M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Diah Handayani, M.Si, selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
5. Ahmad Syamsudin, M.Kom., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Dinas Kominfo (Komunikasi dan Informasi) Kota Kediri yang telah menyediakan waktu dan memberikan izin untuk penelitian skripsi ini.
7. Para responden yang telah membantu dalam penelitian ini.

8. Ayah dan Ibu serta keluarga besar yang sudah menemani dengan sabar serta setia, dan penuh pengertian selama penulis menyelesaikan studi.

Demikian ucapan penulis yang dapat penulis sampaikan. Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin.

Kediri, 12 Juni 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN . .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Telaah Pustaka .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Efektivitas .....	15
B. Media Sosial .....	18
C. City Branding .....	29
D. Peran Media dalam membentuk City Branding .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian .....	35
B. Kehadiran Peneliti .....	36
C. Lokasi Penelitian .....	36
D. Sumber Data .....	37
E. Pengumpulan Data .....	38

F. Analisis Data .....	41
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	43
H. Tahap-tahap Penelitian .....	44
 <b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
B. Paparan Data .....	59
C. Temuan Penelitian .....	100
 <b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Efektifitas Media Sosial Sebagai Media Pendukung <i>City Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i> .....	104
B. Efektifitas Media Cetak Majalah Sebagai Media Pendukung <i>City</i> <i>Branding</i> Harmoni Kediri <i>The Service City</i> .....	111
 <b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	115
B. Saran .....	116
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>118</b>