BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu telah memberikan pedoman bagi peneliti dalam melakukan penelitian dan memungkinkan peneliti memperluas landasan teori yang digunakan ketika mendalami topik penelitian. Judul serupa juga ditemukan pada literatur sebelumnya, namun fokusnya berbeda. Selain itu, peneliti juga menemukan beberapa judul penelitian yang berbeda-beda, yang dapat dijadikan referensi untuk memperkaya bahan penelitian Anda. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperluas pemahaman teoritis yang diterapkan dalam analisis makalah penelitian sebelumnya yang membahas tentang inovasi Serambi Madina untuk mencapai masyarakat Madani di Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan.

Serambi Madinah adalah sebuah kompleks islamic center yang lokasinya bertempat di kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia. Serambi Madinah ini didirikan pada tahun 2012 dan resmi diresmikan pada awal tahun 2013. Kompleks tersebut terdiri dari beberapa bangunan, di antaranya masjid, gedung perkantoran, aula serbaguna, dan lapangan parkir yang luas.Masjid di Serambi Madinah memiliki arsitektur yang unik dengan nuansa Timur Tengah yang kental. Bangunan masjid ini memiliki dua menara yang menjulang tinggi, serta atap yang berbentuk kubah besar. Di dalam masjid terdapat ruang shalat yang luas, serta beberapa fasilitas lain seperti ruang pengajian dan perpustakaan.Gedung perkantoran di Serambi Madinah digunakan sebagai kantor pusat beberapa lembaga Islam di Kalimantan Selatan, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Dewan Masjid Indonesia (DMI).

Sedangkan aula serbaguna digunakan sebagai tempat mengadakan berbagai acara, seperti pengajian, seminar, dan pernikahan.Serambi Madinah di Kalimantan Selatan menjadi pusat kegiatan keislaman di daerah tersebut. Di kompleks ini, terdapat banyak kegiatan keagamaan yang diadakan, seperti pengajian rutin, pelatihan para dai dan ustaz, serta acara-acara besar seperti peringatan hari besar Agama Islam. Dengan keberadaannya, Serambi Madinah diharapkan dapat menjadi tempat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan ajaran Islam yang sebenarnya, serta memberikan fasilitas yang memadai bagi kegiatan keagamaan dan sosial masyarakat Kalimantan Selatan.

Pada penelitian sebelumnya oleh Zeffry Alkatiri yang berjudul "*The Branding Serambi Madinah*: *Half-hearted Politics of Identity in Gorontalo City*" di tahun 2021, Hasil dari penelitian tersebut berbicara terkait dengan implementasi UU Otonomi Daerah No. 9 tahun 2015 telah dimaknai dengan berbagai pemikiran terkait dengan konteks budaya lokal di Gorontalo. Kawasan membangun branding ibu kota provinsi yakni Serambi Medina dengan meniru Serambi Mekkah buatan Provinsi Aceh. Tujuan artikelnya adalah untuk mengkaji faktor-faktor yang berkontribusi terhadap Kelemahan dalam mendefinisikan Gorontalo menjadi Serambi Madinah dievaluasi berdasarkan kriteria standar dalam city branding sebagai suatu parameter. Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif ini berasal dari berbagai sumber literatur dan hasil observasi langsung selama satu bulan (Agustus – September 2018) di Gorontalo.

Analisis dilaksanakan melalui penerapan teori yaitu politik identitas dan konsep terkait city branding. Artikel ini juga mengajukan pertanyaan mengenai motivasi dan latar belakang di balik penciptaan citra Serambi Madinah: Apa yang mendasari dan mendorong branding kota sebagai Serambi Madinah? Apakah upaya branding tersebut mematuhi standar dan kriteria dalam city branding?Dalam kesimpulannya, artikel ini menyoroti bahwa upaya branding Gorontalo sebagai Serambi Madinah sebenarnya merupakan strategi politik identitas elite untuk menegaskan identitasnya setelah berpisah dari Provinsi Sulawesi Utara.Bahkan tulisan ini berpendapat bahwa kota Gorontalo gagal untuk memenuhi target brandingnya sebagai Serambi Madinah karena kotanya belum memiliki keunikan dengan nilai jual yang kompetitif, jelasidentitas, pergaulan yang kuat, atau atribut yang positif, selain kurangnya fasilitas dan infrastruktur. Dilihat dari observasi lapangan, branding Serambi Madinah Gorontalo hanya di tahap wacana dalam bentuk slogan belaka. Branding itu sendiri tidak memenuhi syarat dibutuhkan sesuai dengan standar branding suatu kota.(Alkatiri, 2021)**.**

Pada penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Dhiki Hamdhani dalam jurnal nasional tahun 2021 yang berjudul Analisis Penggunaan Media Sosial oleh Tim Humas Kota Solok dalam Merealisasikan Konsep "Kota Beras Serambi Madinah" dengan Memanfaatkan Teori Kekayaan Media. Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyimpulkan bahwa Tim Humas Kota Solok aktif memanfaatkan seluruh potensi media sosial untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ditemukan bahwa satu platform

media sosial memiliki dua akun (profil) dengan variasi bahasa dan isyarat yang berbeda, strategi ini bertujuan untuk mencapai audiens yang lebih luas, mengingat laju pertukaran informasi yang cepat di media sosial, serta untuk mempromosikan situs web Humas Kota Solok.

Kemampuan media sosial dalam menyampaikan perasaan dan emosi dimanfaatkan oleh Tim Humas Kota Solok untuk menyampaikan nilai-nilai yang terkandung dalam konsep "Kota Beras Serambi Madinah". Bagian Prokomp secara aktif menggunakan media sosial sebagai dukungan untuk program Kepala Daerah dalam mewujudkan Solok sebagai "Kota Beras Serambi Madinah". Informasi terkait ditampilkan pada halaman profil media sosial, termasuk di dalam timeline Facebook, dan deskripsi halaman Facebook mencantumkan identitas Solok sebagai "Kota Beras Serambi Madinah".Bagian Prokomp juga bertanggung jawab atas pengelolaan informasi melalui Majalah Serambi Madinah sejak akhir tahun 2016. Penamaan Majalah Serambi Madinah merupakan bagian dari inisiatif Kepala Daerah Solok untuk mengangkat citra "Beras Serambi Kota Madinah". Agar informasi mengenai Serambi Madinah dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas, Bagian Prokomp menyediakan situs web majalahserambimadinah.com dan halaman fanpage Facebook Serambi Madinah. Penggunaan nama Serambi Madinah sebagai bagian dari upaya mewujudkan konsep "Kota Beras Serambi Madinah". (Hamdhany et al., 2021).

Penelitian lain yang serupa juga di tulis oleh Helfenta pada salah satu jurnal pada tahun 2022 yang membahas tentang "Kesadaran Masyarakat dalam Pemberdayaan BMT (Baitul Mall Wattam Will) Serambi Madinah Kabupaten Kerinci". Adapun tujuan di dalam penelitian ini adalah untuk mencari tahu dan memahami tingkat kesadaran masyarakat dalam upaya pemberdayaan BMT Serambi Madinah di Kabupaten Kerinci. Selain itu, penelitian bertujuan untuk menilai kinerja BMT Serambi Madinah dalam fokus tujuan bersama untuk perkembangan BMT dan kesejahteraan masyarakat. Adapun fokus lainnya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penyebab rendahnya kepekaan masyarakat terhadap BMT Serambi Madinah di Kabupaten Kerinci. Penelitian ini mengaplikasikan berbagai metode pemeriksaan data dan model triangulasi untuk menghasilkan temuan yang komprehensif.

Terdapat juga penelitian serupa yang dilakukan oleh Helfenta pada jurnal tahun 2022 yang membahas "Kesadaran Masyarakat dalam Pemberdayaan BMT (Baitul Mall Wattam Bakal) Serambi Medina Kabupaten Kerinci". Penelitian ini memiliki tujuan serupa, yaitu untuk mengeksplorasi kesadaran masyarakat dalam memberdayakan BMT Serambi Madinah di Kabupaten Kerinci, mengevaluasi kinerja BMT Serambi Madinah dalam mencapai tujuan pengembangan, dan menganalisis faktor-faktor penyebab rendahnya masyarakat yang melek terhadap BMT Serambi Madinah. Dari hasil pengkajian, ditemukan bahwa faktor penyebab rendahnya kesadaran masyarakat melibatkan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap pengelolaan BMT dan sistem syariah yang diterapkan oleh BMT itu sendiri. Selain itu, minimnya sosialisasi antara BMT dan masyarakat juga menjadi salah satu kendala. Meskipun kualitas BMT terus ditingkatkan, namun masih terdapat kendala dalam pengembangan kelembagaan dan hubungan antara BMT dengan masyarakat. Kurangnya informasi yang tersampaikan kepada masyarakat turut berkontribusi pada rendahnya kesadaran masyarakat terhadap BMT Serambi Madinah. Kinerja pengurus BMT Serambi Madinah juga menunjukkan bahwa masih ada beberapa pengelola yang belum sepenuhnya maksimal dalam menjalankan fungsi mereka, sehingga menghambat kemajuan BMT Serambi Madinah. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu adanya kegiatan yang mendukung, seperti memperbaiki hubungan antara BMT dan masyarakat melalui promosi dan sosialisasi yang efektif. (Bustami & Helfenta, 2022).

Pada penelitian sebelumnya juga yang di tulis oleh Azmi Irfala pada salah satu jurnal pada tahun 2023 yang berjudul tentang "Peran Pemuda dalam Mendorong Moderasi Beragama untuk Mewujudkan Kabupaten Tanah Bumbu sebagai Pusat Toleransi Perspektif Islam". Analisis ini membahas signifikansi peran pemuda sebagai pelopor moderasi beragama dalam merintis Kabupaten Tanah Bumbu sebagai pusat toleransi, mencapai cita-cita Serambi Madinah. Metode yang diterapkan adalah penelitian deskriptif analitis kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemuda memiliki tanggung jawab besar dalam mempertahankan kehidupan multikultural dengan memahami dan menghargai perbedaan, mengamalkan nilai-nilai lokal seperti Baiman Baadab Bauntung Batuah dalam interaksi sehari-hari. Pemuda diharapkan dapat memainkan peran produktif dan inovatif dalam mensosialisasikan serta mengembangkan

moderasi beragama untuk memelihara kerukunan di Kabupaten Tanah Bumbu menuju Serambi Madinah.

Dalam pembahasan, identifikasi masalah terkait proses pembentukan Serambi Madinah di Kota Tanah Bumbu diungkap secara tidak langsung. Fokusnya adalah meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap keberagaman, dengan menanamkan nilai-nilai toleransi dalam kehidupan bersama. Jurnal ini juga mengulas peran penting pemuda sebagai pionir moderasi beragama dengan menyoroti kemampuan mereka dalam memberikan klarifikasi terhadap isu-isu masyarakat. Pemuda juga diakui sebagai kontributor aktif dalam pembangunan nasional, mengemukakan aspirasi, wacana, serta memberikan masukan dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Daerah. Hal ini memungkinkan pemahaman yang lebih baik dan jelas di kalangan masyarakat terhadap kebijakan pemerintah.. (Irfala, 2023)**.**

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang serambi Madinah yaitu seorang penulis yang Bernama Kartini Baide yang berjudul "*Analisis pola pengembangan zakat,infak,dan sedekah sebagai instrument keuangan publik islam di Provinsi Gorontalo serambi Madinah*" hasil dari pembahasan ini membahas terkait dengan awal mula zakat baznas yang di jalankan oleh pemerintahan provinsi Gorontalo pada tanggal 5 Desember 2000 yang dimana tujuan dari pemerintahan provinsi untuk membuat sebuah instrument keuangan yang baru untuk kemajuan provinsi dengan menggunakan instrument serambi Madinah yang ada. Dengan adanya instrument ini membuat system penerapan zakat sangat luas sehingga membutuhkan peran penting dari pemerintah daerah untuk mengoptimalkan potensi ekonomi yang dimiliki.dari penulisan ini terdapat wawancara yang lansung di tanyakan oleh pihak BAZNAS terkait dengan perindustrian zakat ini. Dengan hasil wawancara ini di jelaskan bahwa anggaran pendapatan belanja daerah (APBD) disediakan oleh pemerintah daerah dalam meningkatkan efisiensi penyaluran dan pengumpulan dana zakat, infaq, dan sedekah. Namun dalam penelitian yang di jalankan mendapatkan beberapa masukan dari penulis salah satunya adalah kedisiplinan keuangan publik islam harus lebih di optimalkan sehingga mengutamakan kepentingan masyarakat dhuafa menjadi syarat yang jalankan oleh syariat islam menurut kaidah dari arti serambi Madinah itu sendiri (Ariana, 2016).

Penelitian juga dilakukan oleh penulis yang Bernama Nanang Mizawar Hasyim dengan judul "Tasawuf dan internalisasi moderisasi beragama dalam menghadapai problematika bangsa" Dari penelitian ini kesimpulan yang di ambil adalah terkait dengan ilmu tasawuf yang dijalankan untuk menghadapi problematika bangsa di dalam ilmu ini terdapat undur yang menjadikan bagian dari keberadaan islam transformatif. Dari islam transformatif ini munculah istilah sataswuf transformative yang di twawatkan sebuah ide yang aplikatif atas masalah yang menimpa bangsa ini. Dari tulisan ini juga sebenarnya masukan yang diberikan oleh penulis adalah langkah-langkah yang harus di ambil untuk menunjang gagasan moderisasi keberagaman adalah dengan menggunakan gagasan tersebut untuk menghindari konflik perbedaan yang ada di dunia. Hal ini dapat membuat menguatnya komitmen bangsa dan masifnya toleransi.(Nanang Mizwar Hasyim, 2018).

Penelitian sebelumnya juga yang membahas terkait dengan serambi Madinah adalah "Dakwah di serambi Madinah: Studi terhadap model dakwah Muhammad Iqbal pakaya di kota Gorontalo". Didalam penelitian ini membahas terkait dengan studi dakwah yang di jalankan di kotan Gorontalo bertujuan untuk membuat sebuah konsep transformati dakwah yang berkaitan dengan serambi Madinah secara garis besar yang lansung di sampaikan oleh ustadz Muhammad Iqbal dengan membicarakan menggunakan model dakwah yang lansung berhadapan dengan jamaah yang ada. Tujuan dari penulisan ini membuat sebuah instrumen baru yang secara tidak lansung mengubah pola piker masyarakat dengan menunjang keagaaman sehingga membuat masyarakat lebih kondusif dengan yang namanya kegiatan keagamaan.Namun dalam penelitian ini penulis memberikan masukan untuk lebih kreatif dalam menentukan sebuah model dakwah agar para pendengar tidak menjadi bosan dan jenuh pada saat mendengarkan dakwah. Provinsi Gorontalo, sebagai Bumi Serambi Madinah memiliki populasi mayoritas Muslim, menempatkannya agama sebagai hal utama dalam urusan kehidupan sebagai dituangkan dalam bentuk peraturan daerah (Perda) yang mengandung ajaran Islam. Tujuannya adalah untuk melindungi generasi mendatang dan memberikan arah bagi pembangunan manusia. Pentingnya (urgensi) ajaran Islam dalam pembentukan produk hukum di daerah (Perda) didasarkan pada beberapa alasan yaitu, selain dianggap sebagai kearifan lokal, Perda tersebut sebenarnya juga menghadirkan keadilan, kemakmuran, dan kesejahteraan bagi masyarakatnya menjadi tolok ukur bagaimana menjalani kehidupan berbangsa

berdasarkan Pancasila tanpa melanggar nilai toleransi terhadap orang lain. Peraturan daerah disusun berdasarkan ajaran Islam juga memuat solusi untuk mengatasi permasalahan seperti kemiskinan, perekonomian, sosial dan budaya di daerah. Agama Islam ajaran yang berasal dari Al-Qur'an juga mengandung kedamaian dan kesucian serta bentuk-bentuk ajaran untuk demi keselamatan manusia dari kerusakan moral, sebagai pedoman bagi manusia untuk membentuk kepribadian dan tidak jarang dijadikan sebagai sumber hukum terutama dalam mengendalikan perilaku manusia seperti seks bebas, LGBT, Radikalisme dan Intoleransi.(Suryani & Nusi, 2023)

Penelitian sebelumnya ditulis oleh M.Yakub yang berjudul "islam dan solidaritas sosial : pengembangan masyarakat islam periode Madinah". Dalam penelitian tujuan dari penulis menggunakan judul ini bertujuan untuk membuat sebuah perubahan karakteristik sosial yang awal mula dilakukan oleh Rasulullah dengan cara mempersatukan kaum muhajirin dengan kaum ansar .dalam hal ini penulis membuat sebuah tarikan lurus dari masa nabi kemudian dikaji serta membuat sebuah karya dan berusaha menyimpulakan apa yang sudah ada sejak dulu sehingga terciptanya solidaritas Islam pada masa Madinah sendiri, tidak hanya itu saja dari tujuan yang telah dilaksanakan, tatanan masyarakat sipil pun terganggu baik internal Madinah maupun eksternal. Secara internal misalnya kebijakan Rasulullah mendapat campur tangan Yahudi, sedangkan secara eksternal mendapat campur tangan kaum kafir Quraisy, yang dapat dijelaskan bahwa tujuan penulisan ini adalah untuk membuat akhlak yang baik sehingga tercipta solidaritas yang kuat dan dapat melakukan pembangunan yang baik. terjadi di kalangan masyarakat dengan lebih baik di masa depan.(Yakub, 2019)

Penelitian sebelumnya juga di tulis oleh gita juniarti yang dimana penulis meulis ebuah jurnal dengan judul " *Exploring perspective of local tourists about city branding study on Gorontalo as serambi Madinah and monokwari as kota injil*".Dari penulisan jurnal ini penulis membahas terkait dengan hasil wawancara yang dilakukan di kota Gorontalo lebih tepatnya di kabupaten monakwari dengan tujuan dari hasil wawancara itu pemerintah melakukan branding city dengan didasarkan oleh factor-faktor pendukung seperti sejarah local,budaya,letak geografis,dan sumberdaya alam,serta agama. Branding akan semakin kiat jika dibarengi dengan kearifan local kota tersebut, jika pemerintah daerah melakukan branding dan mengajak masyarakat serta pemangku kepentingan

lainnya untuk terlibat maka tujuan yang selama ini di idamkan akan semakin menjadi terwujud oleh apa yang memang di inginkan selama ini. Namun penulis memberikan beberapa masukan yaitu dengan adanya sebuah branding ini alangkah baiknya jika libatkan pihak-pihak lain agar branding semakinmeluas dan dirasakan oleh semua orang yang ada (Juniarti et al., 2023).

Penelitian selanjutnya ditulis dalam naskah jurnal yaitu imroatul azizah yang berjudul “peran santri milenial dalam mewujudkan moderasi beragama”.dari penulisan naskah jurnal ini dapat di simpulkan bahwa peran santri dalam mwujudkan moderasi agama sangat di butuhkan untuk kedepannya apalagi dalam konteks pembentukan sebuah kota dengan menggunakan system serambi Madinah yang baik untuk menjaga stabilitas jalannya hidupberbangsa dan bernegara. Menurut penulis jika moderasi beragama telah dipahami secara mendalam oleh santri milenial,tidak ada lagi sebuah sikap yang memandang rendah agama sendiri mauoun agama lain. Berbuat baik akan mendapatkan sebuah unsur keharmonisan hidup yang pada dasarnya membawa kita pada kebaikan dunia maupun akhirat yang bisa saja menjadikan semua itu sebagai prospek yang baik untuk kedepannya,karena bagi mereka dengan ada peran santri ini membuat sebuah Langkah awal baru yang baik untuk banyak kepentingan kedepannya terutama dalam pembentukan karakteristik yang beragama (Azizah, 2021).

B. Kerangka Teori

1. Konsep *City Branding*

Konsep city branding ini awalnya diperkenalkan oleh Simon Anholt dalam bukunya yang diterbitkan pada tahun 2003 berjudul "Brand New Justice." City branding adalah suatu konsep tentang bagaimana mengimplementasikan data yang pada umumnya digunakan untuk produk tertentu, untuk kemudian menjadikannya identitas suatu tempat (place branding) yang diharapkan oleh orang-orang tertentu dan memberikan tambahan nilai di mata konsumen. (Simon, 2003). Adanya city branding tidak hanya memberikan manfaat bagi masyarakat yang melihat langsung berkunjung ke kota tersebut, tapi juga memberikan nilai baru yang baik bagi masyarakat setempat. Nilai positifnya dapat dilihat pada banyak sektor, mulai dari sektor pelayanan publik, sektor kesehatan, hingga sektor perekonomian.

Branding merupakan suatu konsep yang dirancang untuk mengembangkan suatu produk. Sementara itu, kota branding adalah strategi pemasaran kota dengan tujuan mempererat hubungan dan membangun citra kota yang baik dengan pengunjung (Michalis Kavaratzis, 2004; Zhou & Wang, 2014). Strategi city branding dapat dikatakan sebagai salah satu strategi tindakan yang harus dikelola oleh pemerintah karena untuk mempromosikan suatu tempat atau negara hingga tingkat internasional (Hazime, 2011). Anholt (2006) menyatakan bahwa city branding adalah upaya pemerintah untuk menciptakan identitas suatu tempat, wilayah, kemudian mempromosikannya. kepada masyarakat, baik internal maupun eksternal.

Dinamika kota terdiri dari investasi, pariwisata, sumber daya dan isu-isu sosial dan menciptakan lingkungan unik dengan tujuan membedakan kota dari kota lain kota (Alvarez, 2010; Michalis Kavaratzis, 2004). Branding Hexagon disampaikan oleh Anholt (2006) digunakan untuk mengukur efektivitas city branding dalam enam aspek mengukur efektivitas city branding yang terdiri dari: Presence (kehadiran), Potensi (potential), Tempat (place), Orang (people), Nadi (antusiasme), dan Prasyarat (prasyarat)

City branding dapat memandu pemerintah daerah untuk menarik pengunjung dan investor. Jika kota sudah mempunyai brand, maka pembangunan di kota juga akan semakin cepat, dan Nama kota ini juga lebih dikenal oleh masyarakat (Juniarti et al., 2023).

Kavaratzis (2004, 66-69) Menurut Cardwell dan Freire (2004) yang dikutip dalam Knape dan Lundell (2011), konsep city branding terlihat dalam komunikasi citra pada suatu kota berdasarkan tiga tahapan, yaitu tahapan primer, tahapan sekunder, dan tahapan tersier. Mereka menyatakan bahwa didalam istilah branding terdapat relevansi utama yang di anggap sebagai strategi dalam pemasaran, dan branding destinasi sama dengan dengan branding barang serta jasa. Dari berbagai penjelasan mengenai pengertian city branding, dapat disimpulkan bahwasannya city branding adalah usaha yang dilakukan guna memberikan identitas merek pada sebuah kota dengan tujuan mudah dikenal dan kemudian dapat membentuk citra kota dalam memasarkan daerah tersebut secara nasional maupun internasional. Proses ini sendiri adalah langkah maju dalam mempengaruhi cara orang menilai dan menciptakan

pemikiran orang terhadap sebuah merek (Chandler & Owen, 2002; Kavaratzis & Ashworth, 2007).

Pendapat Padison (dalam Hidayat, 2014), city branding merupakan lingkaran kompetitif dalam proses mencapai piramida tertinggi dalam menaikkan investasi dan pariwisata, mengembangkan masyarakat, memperkuat ikon lokal, mengidentifikasi penduduk melalui kotanya, dan menstimulus aktivitas sosial guna menghindari perselisihan.

2. Tahapan City Branding

Andrea Insch menyajikan empat tahapan di dalam proses strategi city branding. (dalam Lestari, 2016):

a. Identitas, proses identifikasi aset, atribut dan identitas sebuah kota.
b. Objektif dengan Menjelaskan penyebab dilakukannya city branding
c. Komunikasi, yang di lakukan baik secara online hingga offline bersama banyak orang yang berkepentingan terhadap suatu wilayah kota.
d. Koherensi, merupakan tujuan penggunaan yang mampu menjamin program komunikasi dari suatu kota terintegrasi, konsisten dan menyampaikan pesan yang umum.

Terdapat pula dua cara lain untuk melakukan *city branding* menurut Sun (dalam Zhou & Wan, 2014), yakni melalui pembangunan brand image keseluruh kota yang mengintegrasikan faktor politik, faktor ekonomi, dan faktor budaya. Metode lainnya adalah dengan melahirkan layanan pariwisata sebagai tahapan pengenalan pariwisata secara tepat dan langsung (Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I, 2018).

Branding dapat diartikan sebagai barang atau jasa. Itu dipadukan dengan identitas, nama, citra, dan rasa hormatnya. Hal ini tunduk pada interpretasi oleh pengguna itu sendiri yang melakukan bagian. Bagian-bagian tersebut terbentuk dari citra, identitas, kesetaraan, dan keinginannya. Anhold (2007) mengatakan bahwa ada banyak keuntungan dari branding. Manfaatnya adalah branding harus berdasarkan Anholt (2007) adalah:

a. Membuka usaha dalam negeri mengenai identitas nasional dan tujuan masyarakat;
b. Lingkungan dimana perbedaan dihargai dan dirasakan;

c. Melonjak berharga dalam penawaran pameran di seluruh dunia Efisiensi yang lebih efisien dalam promosi investasi;
d. Lebih bermanfaat dalam periklanan pariwisata dan perjalanan bisnis;
e. "Dampak negara asal" yang lebih kuat bagi eksportir barang dan jasa;
f. Persepsi yang sangat baik di media global;
g. Penerimaan yang lebih langsung ke dalam kelompok dan asosiasi regional dan internasional; Dan,
h. Hubungan budaya yang lebih kaya dengan wilayah dan negara lain.

Manfaat tersebut dapat diperoleh apabila ketiga komponen penting tersebut Menurut Van Gelder (2003) dalam Dewi (2004) dijelaskan bahwa terdapat syarat dalam terbentuknya city branding yakni:

1. City brand di haruskan menjunjung hasil yang sebenarnya dari sebuah kota atau daerah tersebut.
2. City branding menjelaskan nilai yang baik tentang kota tersebut, dan bukan justru menjelaskan kekurangan atau sisi negatif dari kota yang dikahsudkan.
3. City brand harus bisa untuk diucapkan, dikenali, diingat, dijiwai, diapresiasi, dan dipahami tidak hanya oleh warga kota, tetapi juga oleh orang yang melihat, membaca, dan mendengarnya.
4. City brand harus bisa dibedakan sehingga harus spesifik dan khas.

Ada berbagai faktor yang dapat di gunakan dalam mengukur keefektivan city branding yakni menggunakan City Branding Hexagon yang dibuat oleh Anholt (2007) yang terdapat enam faktor dan terdiri dari:

i. *Presence* (kehadiran), adalah kondisi dan posisi kita di lingkup ranah internasional serta sejauh mana kota ini dikenal orang dunia.
j. *Place* (tempat), mengukur bagaimana pandangan terhadap faktor fisik setiap kota, apakah masyarakat terasa nyaman saat berkeliling kota, seberapa bagus tata ruang kota, dan gimana cuacanya..
k. *Potential* (potensi), mengukur persepsi mengenai kemungkinan-kemungkinan ekonomi dan edukasi di kota, misal betapa mudahnya

mendapatkan pekerjaan, tempat untuk melakukan bisnis, atau melanjutkan kejenjang yang lebih tinggi.

l. *People* (orang/masyarakat), menilai bilamana penduduk kota tersebut ramah dan memberikan kemudahan dalam bertukar budaya dan bahasa, serta mungkinkah hal ini melahirkan rasa aman.

m. *Pulse* (semangat), menganalisis mungkinkah kota itu menampilkan suasana gaya urban sebagai komposisi terpenting dari citra kota, dan apakah masyarakat mampu dengan sendirinya menemukan poin-poin menarik sebagai pengunjung atau sebagai penghuni kota dalam kurun waktu singkat atau panjang.

n. *Prerequisite* (prasyarat), menjelaskan kemungkinan kemampuan publik terhadap dasar suatu kota, apakah kota itu memberikan akomodasi yang sudah ada, serta kenyamanan fasilitas pemenuhan kebutuhan misalnya infrastruktur dan lain sebagainya

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemerintah

Faktor ini mencakup aspek internal dan eksternal yang memengaruhi perumusan dan implementasi strategi pemerintah. Berikut adalah faktor penting yang perlu dipertimbangkan:

a. Konteks Politik: Konteks politik merupakan faktor utama yang mempengaruhi strategi pemerintah. Kondisi politik seperti sistem politik, struktur kelembagaan, dinamika kekuasaan, dan stabilitas politik dapat membatasi atau memfasilitasi kemampuan pemerintah untuk merumuskan dan melaksanakan strategi yang efektif.

b. Ekonomi: Faktor ekonomi, termasuk pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, tingkat pengangguran, dan stabilitas mata uang, mempengaruhi pilihan kebijakan ekonomi dalam strategi pemerintah. Kondisi ekonomi juga mempengaruhi alokasi sumber daya dan prioritas dalam merumuskan kebijakan yang berhubungan dengan sektor ekonomi.

c. Sosial dan Demografi: Faktor-faktor sosial dan demografi, seperti tingkat pendidikan, struktur demografi, ketimpangan sosial, kesehatan masyarakat,

dan isu-isu sosial, dapat mempengaruhi strategi pemerintah dalam menghadapi tantangan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.

d. Lingkungan Hidup: Isu-isu lingkungan hidup, seperti perubahan iklim, degradasi lingkungan, keberlanjutan, dan pemulihan ekosistem, menjadi faktor penting dalam strategi pemerintah saat ini. Pemerintah perlu mempertimbangkan dampak lingkungan dari kebijakan dan tindakan mereka, serta mengembangkan strategi untuk mengatasi masalah lingkungan yang kompleks.

e. Teknologi: Perkembangan teknologi dan inovasi memiliki dampak yang signifikan pada strategi pemerintah. Pemerintah perlu mempertimbangkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, kecerdasan buatan, digitalisasi, dan teknologi lainnya dalam merumuskan strategi yang relevan dengan perkembangan teknologi.

f. Hukum dan Regulasi: Lingkungan hukum dan regulasi mempengaruhi strategi pemerintah dalam berbagai bidang. Kebijakan hukum, regulasi ekonomi, perlindungan konsumen, kebijakan perdagangan, dan sektor-sektor lainnya memerlukan perhatian khusus dalam strategi pemerintah.

g. Konteks Global: Faktor-faktor global seperti globalisasi, hubungan internasional, perjanjian perdagangan, dan kerja sama antar negara mempengaruhi strategi pemerintah. Pemerintah perlu mempertimbangkan dinamika global dalam merumuskan strategi yang efektif dan mempromosikan kepentingan nasional di tingkat internasional.

Penting untuk dicatat bahwa faktor-faktor ini memiliki keterkaitan yang saling mempengaruhi. Pemerintah perlu mempertimbangkan semua faktor ini secara holistik dalam merumuskan strategi yang komprehensif dan responsif terhadap nilai yang dibutuhkan dan tuntutan pada negara serta masyarakatnya.

4. Manfaat Dari Strategi Pemerintah

Strategi pemerintah memiliki manfaat yang penting dalam mengelola negara dan mencapai tujuan-tujuan pemerintahan. Berikut ini adalah beberapa manfaat utama strategi pemerintah:

1. Fokus dan Prioritas: Strategi pemerintah membantu dalam menentukan fokus dan prioritas dalam pengelolaan negara. Dengan merumuskan strategi yang jelas, pemerintah dapat mengidentifikasi tujuan-tujuan yang penting dan menetapkan prioritas tindakan yang diperlukan untuk mencapainya. Hal ini membantu dalam pengelolaan sumber daya secara efektif dan menghindari dispersi energi dan sumber daya.
2. Pengarah dan Koordinasi: Strategi pemerintah memberikan arah dan kerangka kerja untuk kegiatan dan kebijakan pemerintah. Hal ini membantu dalam mengoordinasikan upaya antara lembaga-lembaga pemerintah, pemangku kepentingan, dan sektor-sektor terkait. Dengan adanya strategi yang jelas, pemerintah dapat menghindari tumpang tindih kebijakan dan mencapai sinergi dalam implementasi kebijakan dan tindakan.
3. Efisiensi dan Efektivitas: Strategi pemerintah membantu dalam mencapai efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan negara. Dengan merumuskan strategi yang terencana, pemerintah dapat mengalokasikan sumber daya secara bijaksana, mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang terbatas, dan meningkatkan hasil yang diinginkan. Strategi juga membantu dalam melakukan evaluasi terhadap keberhasilan dan ketepatan langkah-langkah yang diambil.
4. Responsif Terhadap Tantangan: Strategi pemerintah memungkinkan pemerintah untuk menjadi responsif terhadap tantangan yang dihadapi oleh negara dan masyarakat. Dengan memiliki strategi yang adaptif, pemerintah dapat mengidentifikasi dan mengatasi masalah dengan lebih efektif, mengantisipasi perubahan dan risiko, serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan yang cepat.

Penting untuk dicatat bahwa manfaat dari strategi pemerintah dapat bervariasi tergantung pada konteks dan implementasi yang tepat. Strategi yang baik harus disesuaikan dengan kebutuhan

5. Tinjauan Pengembangan Program Serambi Madinah di Batulicin Kalimantan Selatan

Serambi Madinah merupakan sebuah pengembangan kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah batulicin Kalimantan selatan dengan bertujuan untuk Serambi Madinah adalah sebuah organisasi yang didirikan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan keimanan dan keislaman mereka. Tujuan Serambi Madinah di Batulicin, Kalimantan Selatan mungkin bervariasi tergantung pada program dan kegiatan yang diadakan di sana, namun umumnya tujuan utamanya adalah untuk menyediakan tempat bagi umat Islam di Batulicin dan sekitarnya untuk belajar, beribadah, dan saling bertukar pengalaman.Namun dengan adanya serambi Madinah membuat beberapa tujuan yang bisa di bilang sangat kompleks yaitu:

a. Menyebarkan ajaran islam secara benar dan memperkuat keimanan umat islam yang ada di buni bersujud.
b. Memberikan pembanaan dengan pengajaran islam kepada masyarakat
c. Membangun jaringan dan komunitas islam yang sangat mendukung dan membantu satu sama lain dalam kegaitan keagaaman maupun kegiatan social lainnya.

Pengembangan program menjadi suatu langkah krusial guna memastikan bahwa program yang dijalankan dapat berjalan lancar guna mencapai target yang telah ditentukan. Dengan melakukan penyusunan program yang cermat, dampak positif yang diberikan program dapat optimal bagi masyarakat atau sasaran yang diinginkan.

Proses pengembangan program melibatkan identifikasi permasalahan atau kebutuhan yang hendak diatasi melalui program tersebut, serta perumusan tujuan dan sasaran program yang terukur dan jelas. Selanjutnya, program dirancang dengan mempertimbangkan metode, strategi, dan resource yang dibutuhkan guna tercapainya target yang sudah ada. Setelah tahap perancangan, program akan diimplementasikan, di mana pengelola program akan menjalankan serangkaian tindakan untuk melaksanakan program tersebut..

Pengembangan program merujuk pada proses perancangan, pengembangan, dan penilaian suatu program atau kegiatan. Proses pengembangan program biasanya

melibatkan tahap-tahap seperti identifikasi kebutuhan, perumusan tujuan, perancangan program, implementasi, dan evaluasi.Begitu juga yang di lakukan oleh pemerintah kota batulicin Kalimantan selatan yang di mana dengan adanya pengembangan program Serambi Madinah ini membuat sebuah inovasi yang baru untuk menunjang kegiatan keagamaan dan memperdalam pengetahuan tentang agama islam dan ajarannya.

Serambi Madinah merupakan sebuah pengembangan program yang di luncurkan demi menunjang kegiatan keagaamaan yang ada di batulicin,namun dalam proses pengembangannya terdapat beberapa kendala yaitu kurangnya pertisipasi dalam bentuk kegiatan program ini itu menjadi tugas yang begitu berat bagi pemerintah setempat karena menyangkut dengan partisipasi berarti secara tidak lansung pemerintah daerah harus mengeluarkan inovasi agar menjadi daya Tarik bagi masyarakat setempat untuk ikut andil dalam kegiatan tersebut.