

**STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA BALIKPAPAN
DALAM MENGEMBANGKAN CITY BRANDING DI KOTA
BALIKPAPAN**

SKRIPSI

*disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Pemerintahan*



Oleh:

Nur Maulida

(201910050311017)

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIKUNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
MALANG 2023**

SKRIPSI



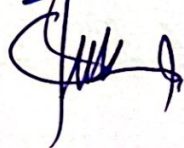
Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nur Maulida
201910050311017

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Pemerintahan
Pada hari Jum'at, 14 Juli 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Iraddhad Taqwa Sihidi, S.IP., MA** ()
2. **Ach. Apriyanto Romadhan, S.IP., M.Si.** ()
3. **Dr. Salahudin, S.IP, M.Si., M.P.A** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Najamuddin Khilaf Rijal, S.IP., M.Hub.int

STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA BALIKPAPAN DALAM MENGEMBANGKAN CITY BRANDING DI KOTA BALIKPAPAN

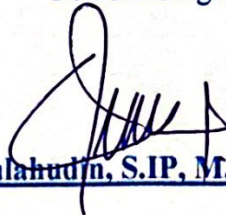
Diajukan Oleh:

NUR MAULIDA
201910050311017

Telah disetujui

Pada hari / tanggal, *Kamis / 2 November 2023*

Pembimbing I

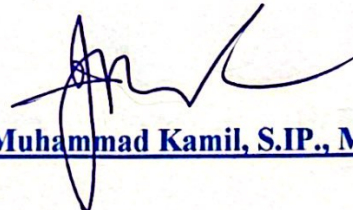


Dr. Salahudin, S.IP, M.Si., M.P.A



Muhammad Khirur Rijal, S.IP., M.Hub.int

Ka. Prodi Ilmu Pemerintahan



Muhammad Kamil, S.IP., M.A



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Ilmu Kesejahteraan Sosial*Ilmu Pemerintahan*Ilmu Komunikasi*Sosiologi * Hubungan Internasional
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. (0341) 460948, 464318-19 Fax. (0341) 460782 Malang 65144 Pes.13

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nur Maulida
NIM : 201910050311017
Jurusan : Ilmu Pemerintahan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
"Strategi Humas Pemerintah kota Balikpapan Dalam Mengembangkan City Branding Di Kota Balikpapan" adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 16 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Nur Maulida

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil allamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan karunia dan kemudahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi di Bagian Humas dan Protokol Sekretariat Pemerintah Kota Balikpapan bidang Public Relations secara baik. Sehingga penulis mamapu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI HUMAS PEMERINTAH KOTA BALIKPAPAN DALAM MENGEMBANGKAN CITY BRANDING DI KOTA BALIKPAPAN”**. Hal ini tak lepas dari berbagai dukungan dan bantuan dari beberapa pihak terkait. Maka pada laporan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Najamuddin Khairur Rijal, M.Hub.Int. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Salahudin, S.IP, M.SI., M.P.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan informasi secara lengkap dan membimbing penulis secara sabar untuk dapat menyelesaikan skripsi.
4. Kedua orangtua tersayang, Bapak Anwar dan Ibu Samijah yang tidak pernah berhenti untuk memberikan doa, dukungan dan nasihat kepada penulis. Kakak dan Adek saya, Rahma dan Ifan, dan segenap keluarga besar dan teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan semangat yang tidak terhingga.
5. Bapak Erriansyah Haryono, selaku Plt. Kabag Humas dan Protokol Sekretaris Daerah Kota Balikpapan, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan magang di Keprotokolan Sekretaris Daerah Kota Balikpapan, juga membimbing, serta mensupport kegiatan magang selama 2 bulan ini.
6. Bapak Hari Kuntoro, selaku Plt. Kasubag Humas dan Protokol Sekretaris Daerah Kota Balikpapan yang telah berpartisipasi dalam memberikan

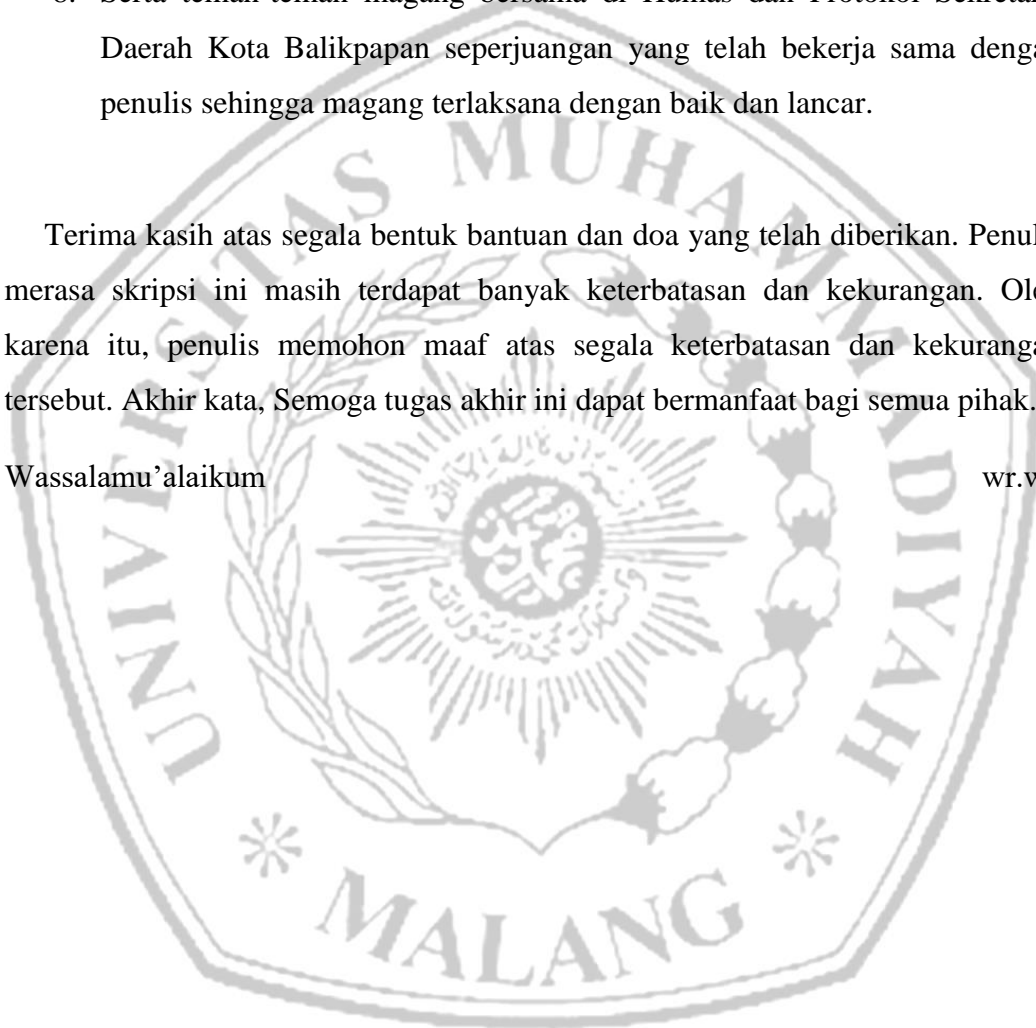
arahan selama pelaksanaan tugas, serta memberikan support dan bantuan selama magang berjalan.

7. Seluruh staff Humas dan Protokol Sekretaris Daerah Kota Balikpapan yang telah membimbing, memberikan pengetahuan, menceritakan berbagai pengalaman, mensupport penulis, hingga bekerjasama secara tim maupun individu dengan baik dalam setiap tugas yang dijalankan
8. Serta teman-teman magang bersama di Humas dan Protokol Sekretaris Daerah Kota Balikpapan sepejuangan yang telah bekerja sama dengan penulis sehingga magang terlaksana dengan baik dan lancar.

Terima kasih atas segala bentuk bantuan dan doa yang telah diberikan. Penulis merasa skripsi ini masih terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala keterbatasan dan kekurangan tersebut. Akhir kata, Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum

wr.wb



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRAC</i>	viii
DAFTAR ISI.....	9
BAB 1	11
PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	15
1.4 Definisi Konseptual.....	16
1.4.1 Strategi.....	16
1.4.2 Public Relation.....	17
1.4.3 City Branding.....	18
1.5 Definisi Operasional.....	19
1.6 Metode Penelitian.....	19
BAB II.....	23
TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Teori City Branding	27
2.2 Strategi.....	29
2.3 Public Relation.....	30

2.4 City Branding	32
BAB III	34
DESKRIPSI WILAYAH	34
3.1 Gambaran Umum	34
3.5 Struktur Kepemimpinan dan Pelayanan Publik	46
3.6 Tugas Pokok dan Fungsi	47
Pemerintah Daerah Kota Balikpapan dalam penyelengaran pmerintahannya dibantu oleh Sekretaris Daerah. Sekretariat Daerah (sekda) Pemerintah Kota Balikpapan memeiliki tugas pokok dan fungsi sebagai berikut:.....	47
BAB IV	51
PEMBAHASAN	51
4.1 Branding	51
4.2 Marketing	57
4.3 Komunikasi	66
BAB V	73
PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR PUSTAKA

- Broom, G. M. (2013) *Cutlip and Center's Effective Public Relations: International Edition*. Pearson Education. Available at:
<https://books.google.co.id/books?id=25-pBwAAQBAJ>.
- Ciputra, W. (2022) *Kota Minyak yang Asal-usul Namanya Konon Berhubungan dengan Papan*, *kompas.com*. Available at:
<https://regional.kompas.com/read/2022/01/29/122000078/7-fakta-menarik-balikpapan-kota-minyak-yang-asal-usul-namanya-konon?page=all>
(Accessed: 1 July 2022).
- David Omondi *et al.* (2014) 'Positioning Ecotourism Destination Kisumu County Cultural Diversity', *Journal of Computer Engineering*. Available at:
<https://www.mistraurbanfutures.org/en/publication/positioning-ecotourism-destinations-kisumu-county-cultural-diversity-perspective>
(Accessed: 13 July 2022).
- Dinnie, K. (2018) *City Branding : Theory and Cases*. 3rd editio. Palgrave Macmillan. Available at:
https://books.google.co.id/books?id=K%5C_EpL5i4lnEC.
- Falkheimer, J. and Heide, M. (2018) 'City Branding research in Scandinavia: A review and research agenda', *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1(18), pp. 1–17.
- Keith Dinnie and Illia, L. (2018) *City Branding and Public Diplomacy: A Critical Assesmen*. Routledge.
- Lavoie, P. *et al.* (2015) *COMMUNITY BRANDING AND MARKETING*. Available at:
<http://www.fcm.ca/home/programs/international/resources/local-economic-development.htm> (Accessed: 13 July 2022).
- Lee, J. H. and Back, K. J. (2019) 'Examining the effects of city brand authenticity on residents' identification and loyalty: The moderating role of social media', *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1), pp. 38–46.
- Magretta, J., Holmewood, E. and Zimmermann, H. (2020) *What is Strategy?: An Illustrated Guide to Michael Porter*. Harvard Business Review Press.

- Available at: <https://books.google.co.id/books?id=ZktRzQEACAAJ>.
- RPJMD (2021) *RPJMD Kota Balikpapan Tahun 2021-2026 Kota Balikpapan*. Available at: https://web.balikipapan.go.id/uploaded/perwali_RPJMD_Kota_Balikipapan_Tahun_2021-2026.pdf (Accessed: 13 July 2022).
- Rumelt, R. P. (2017) *Good Strategy / Bad Strategy: The Difference and why it Matters*. Profile Books. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=NN-kngEACAAJ>.
- Shu, Y., Huang, L. and Wu, Y. (2021) 'Exploring the impact of city brand personality and city brand equity on residents' pride and word-of-mouth communication', *Journal of Destination Marketing & Management*.
- Stacks, D. W. and Bowen, S. A. (eds) (2013) *Dictionary of Public Relations Measurement and Research*. Institute for Public Relations. Available at: <https://instituteforpr.org/dictionary-public-relations-measurement-research-third-edition/> (Accessed: 2 March 2023).
- Sugiyono, P. D. (2019) *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D (Cetakan Ke 26)*, Bandung: CV Alfabeta.
- Taylor, M. and O'Keefe, J. (2019) *Strategic Communication for Sustainable Organizations: Theory and Practice*. Routledge.
- Umrati and Wijaya, H. (2020) *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan, Sekolah Tinggi Teologia Jaffray*. Makassar: Sekolah Tinggi Teologia Jaffray. Available at: https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_Data_Kualitatif_Teori_Konsep_da/GkP2DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=analisis+data+miles+dan+huberman&printsec=frontcover (Accessed: 12 September 2022).
- Wijaya, R. B. and Sembiring, R. K. (2020) 'Rebranding as a strategic tool in City Branding : A case study of Surabaya', *Journal of Marketing Communications*, 26(7), pp. 719–733.
- Yang, J. and Fan, Y. (2017) 'The role of social media in City Branding : A case study of Hangzhou', *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), pp. 220–229.



LEMBAGA PENGEMBANGAN PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
Kampus III - Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang 65144
Telp. (0341) 460435 Ext. 243 E-mail: lppi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN CEK PLAGIASI
PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Berdasarkan peraturan Rektor Nomor 2 Tahun 2017 tentang pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada karya Ilmiah Mahasiswa **di Lingkungan Universitas Muhammadiyah Malang. Telah dilakukan cek orisinalitas karya ilmiah mahasiswa berikut:**

Nama : Nur Maulida
NIM : 201910050311017
Judul TA/Skripsi : **Strategi Humas Pemerintah Kota Balikpapan Dalam Mengembangkan City Branding Di Kota Balikpapan**
Pembimbing I : **Dr. Salahudin, S.IP, M.Si., M.P.A**

Setelah dilakukan cek orisinalitas karya, maka dengan ini menerangkan mahasiswa berikut telah memenuhi syarat untuk mengikuti Ujian Skripsi pada Program Studi Ilmu Pemerintahan dengan hasil sebagai berikut:

No	Bab I	Bab II	Bab III	Bab IV	Bab V
1	5%	2%	1%	0%	0%

Administrator,

Umi Kulsum, S.IP., M.IP



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana humas pemerintah kota Balikpapan dalam mengembangkan city branding di kota Balikpapan. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode wawancara dan observasi. Strategi kehumasan Pemerintah Kota Balikpapan dalam mengembangkan brand image kotanya bertujuan untuk memperkuat citra kota, mempromosikan potensi yang dimiliki dan meningkatkan daya tarik Balikpapan sebagai daerah tujuan wisata, investasi dan hunian. Strategi tersebut meliputi pemanfaatan media sosial, kampanye pemasaran, kolaborasi dengan pemangku kepentingan, dan promosi berkelanjutan untuk membentuk identitas positif dan memperkuat posisi Kota Balikpapan di antara kota-kota lain di Indonesia. Dengan memadukan faktor budaya, ekonomi, dan lingkungan, strategi ini bertujuan untuk menciptakan kesan positif dan menghadirkan Kota Balikpapan sebagai destinasi yang menarik dan kompetitif.

Kata Kunci : City Branding, Kota berkelanjutan

ABSTRAC

The aim of this research is to identify how Balikpapan city government public relations develops city branding in Balikpapan city. Data collection was carried out using qualitative research methods. Data collection was carried out using interview and observation methods. The public relations strategy of the Balikpapan City Government in developing the city's brand image aims to strengthen the city's image, promote its potential and increase Balikpapan's attractiveness as a tourist, investment and residential destination. This strategy includes the use of social media, marketing campaigns, collaboration with stakeholders, and ongoing promotions to form a positive identity and strengthen Balikpapan City's position among other cities in Indonesia. By combining cultural, economic and environmental factors, this strategy aims to create a positive impression and present Balikpapan City as an attractive and competitive destination.

Keywords: City Branding, Sustainable City

