

**STRATEGI PENERAPAN CITY BRANDING UNTUK MENINGKATKAN
SEKTOR PARIWISATA DI KOTA MALANG**



**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMAADIYAH MALANG**

2024



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

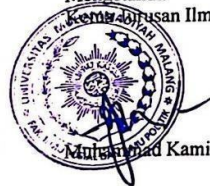
fisip.umm.ac.id | fisip@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Nama : SONDY ADYJAYA
Nim : 202010050311014
Fakultas : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
Jurusan : ILMU PEMERINTAHAN
Judul Skripsi : STRATEGI PENERAPAN CITY BRANDING UNTUK MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA DI KOTA MALANG

Disetujui

Mengetahui,



Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan

Muhammad Kamil, S.IP., MA.

Pembimbing-I

Ali Roziqin, S.AP., M.PA



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 450 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No.188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 552 050

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh:




SONDY ADYJAYA
202010050311014

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Pemerintahan
Pada hari Rabu, 16 Oktober 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji:

1. **Ach. Apriyanto Romadhon, S.IP., M.Si.** ()
2. **Dwi Putri Vidiastuti, M. Sc** ()
3. **Ali Roziqin, S.AP., M.PA** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Najafuddin Khatib, S.IP., M.Hub.Int

**Strategi Penerapan City Branding Untuk Meningkatkan
Sektor Pariwisata di Kota Malang**

Diajukan Oleh:

SONDY ADYJAYA
202010050311014

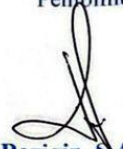
Telah disetujui
Rabu, 16 Oktober 2024

Ka. Prodi Ilmu Pemerintahan



Muhammad Kamil, S.IP., M.A

Pembimbing



Ali Roziqin, S.AP., M.PA

Mengetahui



Najamuddin Khamidul Fajal, S.IP., M.Hub.Int



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

fisip.umm.ac.id | fisip@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : SONDY ADYJAYA
NIM : 202010050311014
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 PENERAPAN CITY BRANDING UNTUK MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA DI KOTA MALANG 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, Agustus 2024
Yang Menyatakan,



Sondy Adyjaya



Dipindai dengan CamScanner

Kampus I

Jl. Sekeloa Timur, 1 Malang, Jawa Timur

Kampus II

Jl. Buntu, 1 Malang No 188 Malang, Jawa Timur

Kampus III

Jl. Raya Tlojomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

Sondy Adyjaya, 202010050311014, **Strategi Penerapan City Branding Untuk Meningkatkan Sektor Pariwisata Di Kota Malang**, Tahun 2024, Dosen Pembimbing : Ali Roziqin, S.AP., M.PA

Abstrak

Dalam rangka menunjang perekonomian daerah, Pemerintah Kota Malang telah melakukan berbagai upaya termasuk melakukan city branding sebagai langkah meningkatkan daya tarik wisata dari Kota Malang yang akan secara berkesinambungan meningkatkan pendapatan daerah Kota Malang. Untuk bisa mewujudkan Kota Malang sebagai kota wisata, Pemerintah Kota Malang berupaya untuk memperbanyak destinasi wisata yang salah satunya melalui pembentukan destinasi wisata di Jalan Kayutangan bertepatan dengan kampung heritage.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah deskriptif kualitatif dengan subyek penelitian berupa pihak-pihak yang bertugas dalam mengembangkan pariwisata di Kota Malang yaitu Dinas Kepemudaan , Olahraga dan Pariwisata Kota Malang.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui untuk mengembangkan konsep city branding, perlu adanya kolaborasi dari komponen hexahelix yang dibarengi dengan pelaksanaan enam konsep city branding, berupa: kehadiran, tempat, potensi, daya tarik, orang dan juga prasyarat. Sementara pada saat menjalankan strategi city branding, Pemerintah Kota Malang dihadapkan pada sejumlah persoalan seperti kurangnya sarana dan prasarana penunjang pariwisata di Jalan Kayutangan, seperti lahan parkir yang kurang teratur, keterbatasan anggaran serta penertiban pedagang kaki lima. Dengan adanya kekurangan tersebut, tentu berpotensi mengurangi rasa nyaman dan minat wisatawan dalam berkunjung ke Jalan Kayutangan, oleh sebab itu, Pemerintah Kota Malang menjalankan sejumlah mitigasi dalam rangka meminimalisir potensi yang tidak diinginkan dalam bentuk: identifikasi kendala sistem, menentukan pemanfaatan yang efisien untuk setiap kendala, mengelola aliran sepanjang kendala, menambah kapasitas pada kendala yang meningkat, dan terakhir merancang ulang proses proses kendala kearah pergerakan yang lebih baik.

Kata Kunci: City Branding, Jalan Kayutangan, Pariwisata

Sondy Adyjaya, 202010050311014, **City Branding Implementation Strategy to Improve the Tourism Sector in Malang City in 2024**, Supervisor : Ali Roziqin, S.AP., M.PA

Abstract

In order to support the regional economy, the Malang City Government has made various efforts including city branding as a step to increase the tourist attraction of Malang City which will continuously increase the regional income of Malang City. In order to realize Malang City as a tourist city, the Malang City Government is trying to increase tourist destinations, one of which is through the establishment of a tourist destination on Jalan Kayutangan with the theme of a heritage village.

The research method used in this writing is descriptive qualitative with research subjects in the form of parties tasked with developing tourism in Malang City, namely the Youth, Sports and Tourism Office of Malang City.

Based on the results of the study, it is known that to develop the concept of city branding, there needs to be collaboration from the hexahellix components which are accompanied by the implementation of six city branding concepts, namely: presence, place, potential, attraction, people and also prerequisites. Meanwhile, when implementing the city branding strategy, the Malang City Government is faced with a number of problems such as the lack of supporting tourism facilities and infrastructure on Jalan Kayutangan, such as unorganized parking lots, limited budget and the regulation of street vendors. With these shortcomings, of course, it has the potential to reduce the comfort and interest of tourists in visiting Jalan Kayutangan, therefore, the Malang City Government is carrying out a number of mitigations in order to minimize unwanted potential in the form of: identifying system constraints, determining efficient utilization for each constraint, managing flow along the constraint, increasing capacity at increasing constraints, and finally redesigning the constraint process towards better movement.

Keywords: *City Branding, Kayutangan Street, Tourist*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Berkat rahmat, hidayah-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Penerapan City Branding Untuk Meningkatkan Sektor Pariwisata Di Kota Malang”.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, para keluarga, para sahabat dan para pengikutnya yang telah membawa petunjuk kebenaran kepada seluruh manusia dari zaman kegelapan menuju jalan yang terang benerang yakni *al-Dinul Islam* yang kita harapkan syafa’at di dunia dan akhirat.

Skripsi ini dengan maksud untuk melengkapi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata sarjana Ilmu Pemerintahan di Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankan saya mengucapkan terimakasih secara tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Muhammad Kamil, S.IP., M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Ali Roziqin, S.AP., M.PA selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan membagi ilmu serta masukan dengan sangat baik sesuai dengan apa yang dibutuhkan pada penelitian dengan proses panjang yang sudah dilalui penulis selama masa bimbingan.

6. Seluruh jajaran Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata yang telah memberikan hal-hal baru kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan ibu tercinta, Bapak Bagus Rahmad dan Ibu Pitris yang dengan penuh pengorbanan dan ketulusan membimbing, menyemangati dan memotivasi saya yang tak bisa saya balas dengan apapun, kasih sayang yang sangat tulus melebihi apapun, curahan doa dan restu yang tak pernah berhenti untuk kelancaran saya dalam menuntut ilmu.
8. Keluarga besar dari Bani Mukhid yang telah memberikan motivasi dan dorongan agar selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman seangkatan jurusan Ilmu Pemerintahan tahun 2020 khususnya teman-teman kelas IP-A yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi.
10. Serta kepada semua pihak yang telah membantu baik materi, tenaga, dan doa dari awal pengerjaan hingga tahap akhir penyelesaian skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga kita semua mendapatkan Ridho-Nya dalam setiap langkah yang kita pilih dan lalui dalam kehidupan kita. Amiin....

Di dunia ini tidak ada yang sempurna, oleh karena itu saya memohon maaf apabila dalam skripsi ini terdapat kesalahan yang tidak saya sengaja. Saya mengharap kritik dan saran dari pembaca, agar kami dapat menjadi lebih baik lagi dan skripsi ini bisa lebih baik dan bisa menjadi skripsi yang bisa bermanfaat bagi pendidikan saya.

Malang, 16 Oktober 2024

Penulis

Sondy Adyjaya
202010050311014

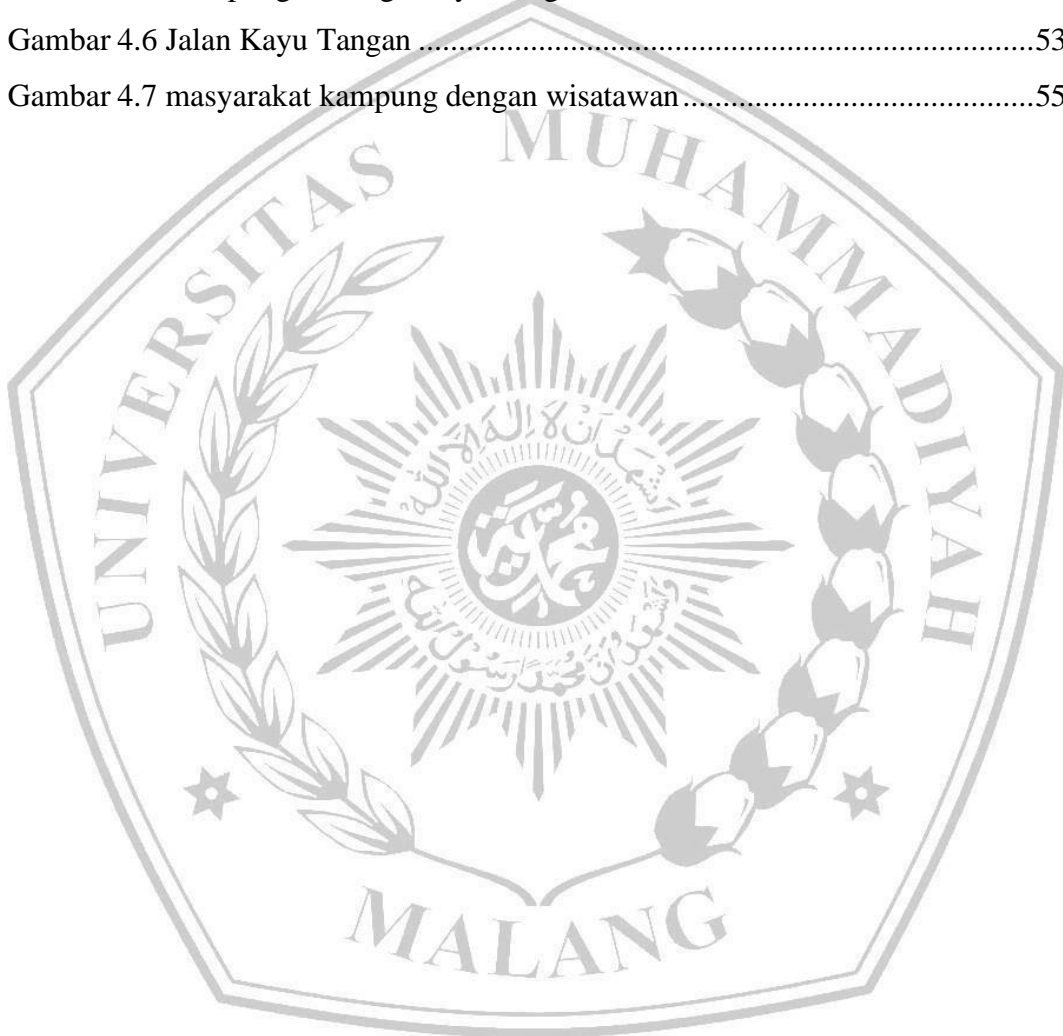
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS / KEASLIAN	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konseptual.....	7
F. Definisi Operasional	8
G. Metode Penelitian	9
BAB II.....	14
LITERATURE REVIEW	14
2.1. City Branding.....	14
2.2. Pariwisata.....	20
2.3. Penelitian Terdahulu	28
BAB III.....	33
DESKRIPSI WILAYAH.....	33
3.1. Gambaran Umum Kota Malang.....	33
3.1.1. Karakteristik Kota Malang	33
3.2. Paparan Umum Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang	38

3.3. Struktur Organisasi Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang	42
3.4. Visi Misi Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang	42
3.5. Sumber Daya Manusia Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang	43
BAB IV	44
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Strategi City Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Kota Malang	44
4.1.1 Presence (Kehadiran)	47
4.1.2 Place (Tempat)	50
4.1.3 Potential (Potensi)	52
4.1.4 Pulse (Daya tarik).....	53
4.1.5 People (Orang)	54
4.1.6 Prerequisite (Prasyarat)	55
4.2 Potensi Kendala Saat Pengimplentasian Strategi City Branding Kota Malang Sebagai Kota Pariwisata.....	57
4.2.1 Potensi Penyebab Kendala	57
4.2.2 Langkah Mitigasi Kendala Implementasi Strategi	57
BAB V	61
PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan Kota Malang	2
Gambar 1.2 Foto Sebelum dan Sesudah Kawasan Kayu Tangan	5
Gambar 4.1 Data Kunjungan Wisata Kawasan Kayu Tangan tahun 2022-2023	48
Gambar 4.2 Media Sosial Kayu Tangan Heritage	49
Gambar 4.3 Peta Lokasi Kayu Tangan	50
Gambar 4.4 Pembersihan Koridor Kayu Tangan oleh DLH	51
Gambar 4.5 Kampung Heritage Kayu Tangan	52
Gambar 4.6 Jalan Kayu Tangan	53
Gambar 4.7 masyarakat kampung dengan wisatawan	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi operasional	9
Tabel 3. 1 Tingkat Pendidikan pegawai siporapar kota malang	43
Tabel 4. 1 Daya tarik wisatawan.....	48



DAFTAR PUSTAKA

- Asrori, M. (n.d.). *PENGERTIAN, TUJUAN DAN RUANG LINGKUP STRATEGI PEMBELAJARAN*.
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2022). *Jumlah Wisatawan Domestik di Kota Malang (Orang), 2020-2022*.
<https://malangkota.bps.go.id/indicator/16/157/1/jumlah-wisatawan-domestik-di-kota-malang.html>
- Bambang Widodo. (2019). STRATEGI PENCITRAAN KOTA (CITY BRANDING) BERBASIS KEARIFAN LOKAL (Studi Kasus di Kota Solo, Jawa Tengah dan Kabupaten Badung, Bali). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 7(2), 33–44.
- Bawanti, A. (2022). ANALISIS CITY BRANDING DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KABUPATEN JAYAPURA. *Jurnal Media Wisata*, 14(1), 89.
<http://www.nber.org/papers/w16019>
- Elistia. (2020). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid- 19. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1–16.
- Fathinnah, A., Rochani, A., Karmilah, M., Islam, U., & Agung, S. (2022). Strategi City Branding Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(1), 59–71.
- Febrianti, E., & Eprilianto, D. F. (2023). Analisis Peran Stakeholders Daerah Dalam Pengembangan City Branding “Lamongan Megilan.” *Publika*, 11(2), 1849–1862.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/publika/article/view/51087/41801>
- Iwan Setiawan. (2019). Potensi Destinasi Wisata Di Indonesia Menuju Kemandirian Ekonomi. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu &*

Call for Papers Unisbank (Sendi_U), 53(9), 1–6.

<https://media.neliti.com/media/publications/173034-ID-potensi-destinasi-wisata-di-indonesia-me.pdf>

- Jawa, D. I., & Periode, T. (2021). *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE) Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*. 5(2), 247–261.
- Jhonson, S. (2020). *Place Branding and Destination Marketing*. Sage, 3(12).
- Kim, Y. K., & Kim, P. E. P. (2020). Seoul city branding: The case of Seoul's international brand communication. *City Branding: Theory and Cases*, 26(1), 190–198. <https://doi.org/10.1057/9780230294790>
- Kostini, N., Chan, A., & Suryadipura, D. (2021). City Image: City Branding and City Identity Strategies. In *Review of Integrative Business and Economics Research* (Vol. 10).
- Liu, Y. (2021). Evolution and Enlightenment of City Brand Image Design of Seoul, Korea. *Proceedings of the 7th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education (ICADCE 2021)*, 572(Icadce), 507–511. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210813.085>
- Maharani, M. (2023). Pariwisata Inklusif dalam Pemajuan HAM. *Warta Pariwisata*, 21(1), 7–10. <https://doi.org/10.5614/wpar.2023.21.1.02>
- Mantik, J., & Wiyanti, S. (2022). The Effectiveness Quality Of Information Systems And City Walk Concepts Toward City Branding. In *Jurnal Mantik* (Vol. 6, Issue 3). Online.
- Mayangswari, N. M., & Mardhatillah, Y. (2022). City Branding Kota Bandung Sebagai Kota Berpotensi Melalui Program Sister City. *Jurnal Teknologi Dan Komunikasi Pemerintahan*, 4(2), 1–20. <https://doi.org/10.33701/jtkp.v4i2.2850>
- Mirajanatin, H. P., Sutikno, R., Jurusan, N. S., Wilayah, P., & Kota, D. (2022). Kajian Potensi Pariwisata Perkotaan di Kota Malang Berdasarkan

Stakeholder. *Jurnal Tata Kota Dan Daerah*, 5(1), 47–54.
<https://tatakota.ub.ac.id/index.php/tatakota/article/view/157>

Mokoginta, R. A., Poluan, R. J., & Lakat, R. M. . (2020). Pengembangan kawasan wisata bahari (Studi : Kecamatan Nuangan Kabupaten Bolaang Mongondow Timur). *Spasial*, 7(3), 325–334.

Mukhsin, D. (2019). Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Gunung Galunggung (Studi Kasus Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya). *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 14(1), 1–11.
<https://media.neliti.com/media/publications/124469-ID-strategi-pengembangan-kawasan-pariwisata.pdf>

Oscario, A. (2018). Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3429>

Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). PENERAPAN STRATEGI CITY BRANDING DALAM MEWUJUDKAN SUBULUSSLAM SEBAGAI KOTA SANTRI DI PROVINSI ACEH branding yang bertujuan memperkuat City Branding pada skala Internasional telah banyak diterapkan oleh kota-kota besar di city tagline diantaranya Paris den. *Jurnal Common*, 5(3).

Prabainastu, H. (2020). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 184. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i02.p03>

Prima wahyudi, Ismandianto, Yasir, & Suyanto. (2021). Strategi Komunikasi “City Branding” Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Riau. *Jurnal Niara*, 14(3), 157–167.
<https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.6357>

Rahman, F., Sunarta, I. N., & Ariwangsa, I. M. B. (2023). Pariwisata Berbasis Masyarakat Untuk Menunjang Pariwisata Berkelanjutan Di Desa Wisata Kaki Langit, Bantul, DI Yogyakarta. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1), 42.
<https://doi.org/10.24843/jdepar.2023.v11.i01.p06>

- Rauf Hidayat, M., & Thamrin. (2019). Analisis Proses City Branding' Taste Of Padang' sebagai Brand Destinasi Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 1(1), 241–258.
- Ripoll Gonzalez, L., & Gale, F. (2023). Sustainable city branding narratives: a critical appraisal of processes and outcomes. *Journal of Place Management and Development*, 16(1), 20–44. <https://doi.org/10.1108/JPMD-09-2021-0093>
- Sa'diya, L., & Andriani, N. (2019). Peran City Branding Dan Event Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 258–265. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4961>
- Saleh, R. (2020). PENGARUH PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) DAN DANA PERIMBANGAN TERHADAP KEMANDIRIAN KEUANGAN PEMERINTAH DAERAH. *JURNAL INFORMASI, PERPAJAKAN, AKUNTANSI, DAN KEUANGAN PUBLIK*, 15(2), 111–134. <https://doi.org/10.25105/jipak.v15i2.6226>
- Sari, I. M. (2020). ANALISIS IMPLEMENTASI CITY BRANDING (Studi pada Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Ekonomi*, 2(5), 1–239.
- Satrio Wibowo, M., & Arviana Belia, L. (2023). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 25–32.
- Setioko, M. D. (2019). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KOTA DI KOTA MALANG. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 4(1). <https://doi.org/10.26905/jpp.v4i1.2524>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Alfabeta*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cv. Alfabeta.
- Suta, P. W. P., & Mahagangga, I. G. A. O. (2018). Pengembangan Pariwisata

Berbasis Masyarakat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144.

<https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i01.p26>

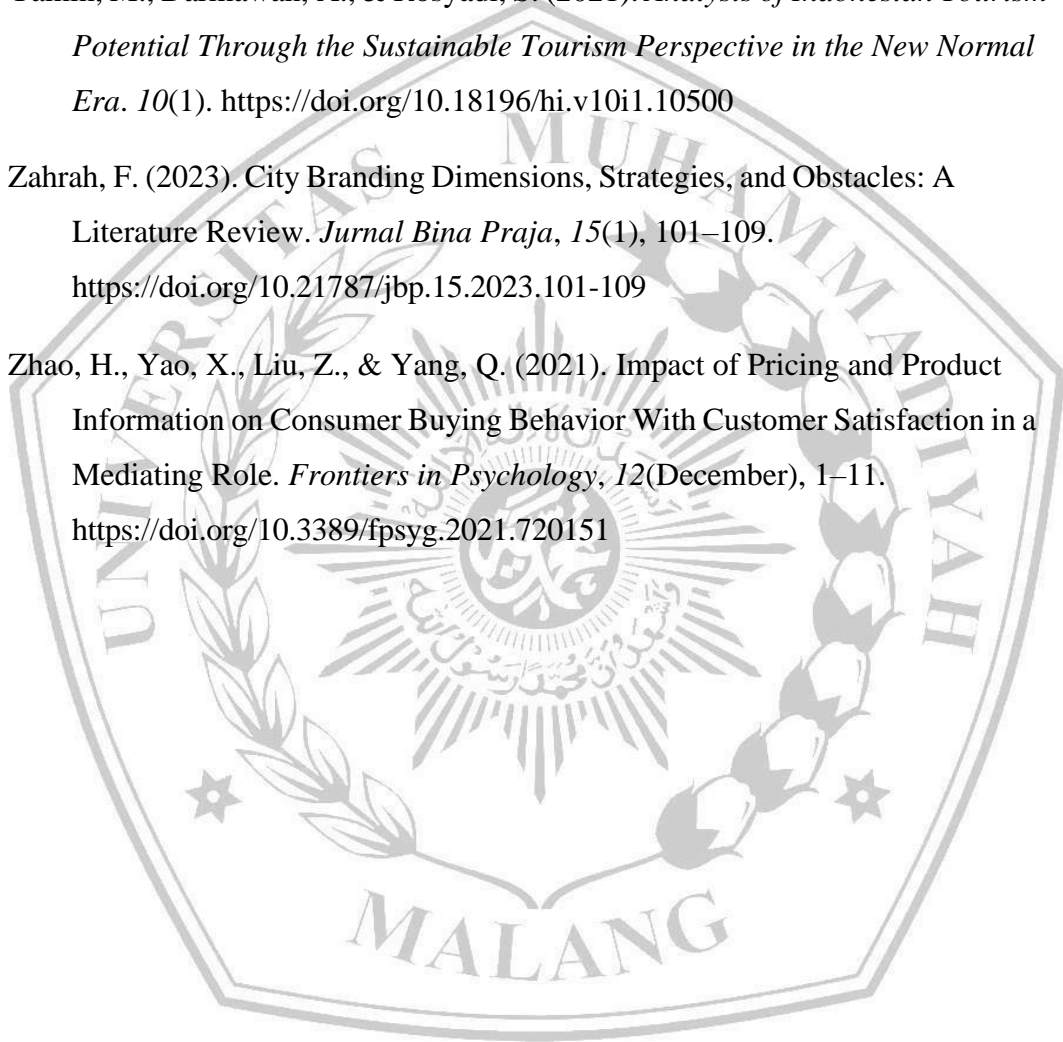
Sutjiatmi, S., Supriyanto, E. E., Suparto, D., & Rachmawati, M. (2023).

Revitalizing the Branding of Tegal City As the Japanese of Indonesia. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 15–27. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.15-27>

Yamin, M., Darmawan, A., & Rosyadi, S. (2021). *Analysis of Indonesian Tourism Potential Through the Sustainable Tourism Perspective in the New Normal Era*. 10(1). <https://doi.org/10.18196/hi.v10i1.10500>

Zahrah, F. (2023). City Branding Dimensions, Strategies, and Obstacles: A Literature Review. *Jurnal Bina Praja*, 15(1), 101–109. <https://doi.org/10.21787/jbp.15.2023.101-109>

Zhao, H., Yao, X., Liu, Z., & Yang, Q. (2021). Impact of Pricing and Product Information on Consumer Buying Behavior With Customer Satisfaction in a Mediating Role. *Frontiers in Psychology*, 12(December), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.720151>





**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 : Sony Adyjaya
NIM : 202010050311014
Judul TA/Skripsi : Strategi Penerapan City Branding Untuk Meningkatkan Sektor Pariwisata di Kota Malang
Pembimbing : Ali Roziqin, S.AP., M.PA

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	2%	3%	0%	1%	0%

Administrator,

Muhammad Iqbal S.Pd.

11 September 2024

Ka. Prodi Ilmu Pemerintahan



Muhammad Kamil, S.IP., MA