

**Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Meningkatkan Peran
sebagai Rumah Ekonomi Kreatif di Kota Malang (Studi Kasus pada Tim
Komunikasi dan Kolaborasi)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Nama : Cindy Aurora Dwiyuniar

NIM : 202110040311335

Dosen Pembimbing : Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

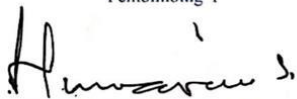
**STRATEGI KOMUNIKASI MALANG CREATIVE CENTER DALAM
MENINGKATKAN PERAN SEBAGAI RUMAH EKONOMI KREATIF DI
KOTA MALANG
(Studi Kasus pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi)**

Diajukan Oleh :

Cindy Aurora Dwiyuniar
202110040311335

Telah disetujui
Kamis, 10 Juli 2025

Pembimbing I


Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Cindy Aurora Dwiyuniar
202110040311335

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 10 Juli 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Joko Susilo, M.Si.
2. Nurudin, M.Si.
3. Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.

(*Joko Susilo*)

(*Nurudin*)

(*Muhammad Himawan Sutanto*)

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Muhammad Nur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Cindy Aurora Dwiyuniar
No. Induk Mahasiswa : 202110040311335
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Mengkenalkan Perannya kepada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Malang (Studi pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi Malang Creative Center)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 19 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Muhammad Himawan Sutanto,
S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutanto No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 159 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Cindy Aurora Dwiyuniar
NIM : 202110040311335
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Mengenalkan Perannya kepada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Malang (Studi pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi Malang Creative Center)

Disetujui,
Pembimbing

Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Pusat)
F. +62 341 486 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Pusat)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Thoyumas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 378 (Pusat)
F. +62 341 486 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Cindy Aurora Dwiyuniar
NIM : 202110040311335
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Mengenalkan Perannya kepada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Malang (Studi pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi Malang Creative Center)

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 ROYALTI NON EKSKLUSIF.

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

Malang, 19 Juni 2025

Yang Menyatakan,

Cindy Aurora Dwiyuniar



Kampus I

Jl. Bankiro 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 748 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: STRATEGI KOMUNIKASI MALANG CREATIVE
CENTER DALAM MENGENALKAN PERANNYA KEPADA PELAKU EKONOMI KREATIF DI
KOTA MALANG (STUDI PADA TIM KOMUNIKASI DAN KOLABORASI MALANG CREATIVE
CENTER)

Oleh:

Nama : Cindy Aurora Dwiyuniar

NIM : 202110040311335

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 19 Juni 2025

Pembimbing I/Promotor

Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

NIP. 10303090397



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungin Sutani No.188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 145 (Hunting)
F. +62 341 582 000

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

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : CINDY AURORA

NIM : 20210090311335

Hasil Plagiasi : 23/6

BAB I	12			
BAB II	6			
BAB III	12			

23/6

BAB IV	12			
BAB V	6			
BAB VI	6			



PROGRAM STUDI 2025
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cindy Aurora Dwiyuniar
NIM : 202110040311335
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Mengenalkan Perannya kepada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Malang (Studi pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi Malang Creative Center)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
30/09/2024	Konsultasi dan ACC judul penelitian	
04/10/2024	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
11/10/2025	Konsultasi Bab I, II, III	
13/01/2025	ACC Draft Sempro	
23/04/2025	Konsultasi Draft Wawancara	
28/04/2025	ACC untuk melakukan turun lapang	
22/05/2025	Konsultasi Bab IV, V	
04/06/2025	ACC untuk seminar hasil	
11/06/2025	Seminar hasil	

Malang, 19 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Muhammad Himawan Sutanto,
S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendaung Sultani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Thoyomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 493 435
E. webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Rabu, 11 Juni 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:

Nama Peneliti	Cindy Aurora Dwiyuniar
NIM	202110040311335
Judul Proposal	Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Mengenalkan Perannya kepada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Malang (Studi pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi Malang Creative Center)
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dosen Pembimbing	Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si
Dosen Penguji	Jamroji, S.Sos., M.Comms

Seminar hasil skripsi dilakukan secara daring melalui platform Zoom dengan tautan link <https://us06web.zoom.us/j/88187797686?pwd=iSdKw35309oItWPYbKYiyvzd9xx5wY.1>. Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, serta 11 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS.

Malang, 19 Juni 2025

Kaprodi/Sekprodi
Ilmu Komunikasi UMM

Dosen Penguji

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos., M.Si.

Jamroji, S.Sos., M.Comms

Muhammad Himawan
Sutanto, S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bardung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Punting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Punting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Punting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Cindy Aurora Dwiyuniar. 202110040311335. Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Mengenalkan Perannya kepada Pelaku Ekonomi Kreatif di Kota Malang (Studi pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi Malang Creative Center). Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilaksanakan oleh Malang Creative Center (MCC) dalam mengenalkan perannya kepada pelaku ekonomi kreatif (EKRAF) di Kota Malang. Sebagai institusi fasilitator, MCC memiliki peran penting dalam memperkuat sinergi antara pelaku kreatif, pemerintah, dan masyarakat melalui pendekatan komunikasi strategis. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada staf MCC dan pelaku ekonomi kreatif, serta dokumentasi kegiatan komunikasi yang dilakukan MCC. Hasil penelitian menggunakan konsep perencanaan strategi komunikasi model Philip Lesley yang dilaksanakan melalui beberapa tahapan oleh MCC, yaitu analisis dan riset, perumusan kebijakan, perencanaan program pelaksanaan, kegiatan komunikasi, umpan balik, dan evaluasi. Strategi utama yang dijalankan adalah aktivasi ruang melalui *event* kreatif sebagai media sosialisasi dan edukasi mengenai konsep EKRAF kepada masyarakat. Selain itu, MCC juga memanfaatkan kanal digital, pendekatan kolaboratif, serta membangun pesan yang inklusif untuk memperluas jangkauan komunikasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan berbasis pengalaman, kolaborasi, dan konsistensi pesan menjadi kunci efektivitas strategi komunikasi MCC dalam mendorong pemahaman publik dan pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Kota Malang.

Kata kunci: strategi komunikasi, ekonomi kreatif, Malang Creative Center, aktivasi ruang, kolaborasi

Malang, 19 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Penulis



(Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si.)



(Cindy Aurora Dwiyuniar)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil 'alamin, segenap puji syukur kehadiran Allah S.W.T. yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta Salam senantiasa tertuju kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW. dengan mengucapkan *Allahuma Shalli'ala Muhammad Wa'alaahi Syaidina Muhammad* yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang terang menerang yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat ini. Penulisan skripsi ini diselesaikan guna melengkapi nilai tugas akhir Program Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Adapun judul skripsi ini adalah **“Strategi Komunikasi Malang Creative Center dalam Memperkenalkan Peran sebagai Rumah Ekonomi Kreatif (Studi pada Tim Komunikasi dan Kolaborasi)”**

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis ini selama proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir, baik dengan moral maupun materi. Dengan segala kemurahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah S.W.T. yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran yang sangat besar bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa bantuan-Nya, mungkin penulis tidak akan mempunyai kekuatan untuk tetap berusaha menyelesaikan skripsi ini,
2. Keluarga penulis yang paling dicintai, Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan doa, semangat, rasa cinta, motivasi, keikhlasan, dan kesabaran kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan. Tak henti-hentinya ucapan terimakasih akan dukungan mereka, baik moral dan materil dalam memfasilitasi segala kebutuhan perkuliahan sehingga penulis memiliki motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Kepada Kakakku tersayang, Ayu Fany yang selalu memberikan semangat, cinta, dan doa kepada penulis agar terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini,

3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang,
4. Bapak Prof. Dr. H. Muslimin Machmud, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang,
5. Bapak Nasrullah, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang,
6. Bapak Muhammad Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si sebagai pembimbing tugas akhir yang dengan kesabaran dan kebaikan hati meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, mengarahkan, serta memberi petunjuk untuk menyelesaikan skripsi dengan baik,
7. Seluruh Dosen dan Staff Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya kepada penulis selama menempuh studi Ilmu Komunikasi,
8. Malang Creative Center, Staff Malang Creative Center, dan Kolaborator Malang Creative Center, Ibu Icha, Mas Vanky, Mbak Tata, Bapak Ken, Mbak Danis, serta Bapak Arif yang telah bersedia menjadi narasumber dan meluangkan waktunya untuk menjadi bagian dalam penelitian ini sebagai subjek serta informan penelitian,
9. Sahabat tercinta saya, Achelcya Nabila Saputri yang telah menemani dan menyemangati kehidupan penulis dari kecil hingga saat ini,
10. Ingrid Mahkota Defrilia, sebagai teman, sahabat, saudara dari awal perkuliahan hingga saat ini yang senantiasa memberikan *support* dan menemani penulis di masa bahagia dan sedih. Terimakasih karena telah menjadi sahabat yang selalu mendengarkan tanpa menghakimi penulis,
11. Sahabat-sahabat saya di masa perkuliahan, Faral Diva Maylan Jasmine, Lutfi Azizah, dan Oktavia Raudhatul Janah yang telah menjadi saudara saya di masa kuliah sehingga rela untuk penulis repotkan, rela, menemani dan menjadikan masa kuliah penulis menjadi menyenangkan dan seru dari semester awal hingga saat ini,
12. Teman-teman Gambrengan (Ilmu Komunikasi G 2021) sebagai teman-teman yang kebersamai penulis pada masa awal perkuliahan hingga saat ini,

13. Anabul-abanul penulis, Melly, Chiko, dan Cimi yang menjadi obat dari rasa lelah dan penat penulis semasa hidupnya sehingga tetap terus Kembali ‘hidup’ dan bangkit dari masa terpuruk penulis,
14. Ucapan terimakasih paling banyak penulis ucapkan kepada Dimas Rizky Iqtyan Putra sebagai *support system* terbaik saya yang tidak lelah menjadi penyemangat, teman, *partner*, serta pasangan yang terus menemani dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini maupun dalam kehidupan penulis,
15. Terimakasih kepada pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih banyak telah menyayangi dan mengenal penulis, semoga sehat selalu dan selalu dalam lindungan Allah S.W.T.,
16. *Last but not least*, ucapan terimakasih kepada diri saya sendiri untuk terus semangat dan memperjuangkan skripsi ini hingga tuntas dengan waktu, tenaga, dan pikiran yang telah banyak terkuras. Terimakasih karena tetap yakin kepada diri sendiri walaupun banyak kata “capek” dan tangisnya. Apresiasi sebanyak-banyaknya kepada diri sendiri karena telah bertanggung jawab terhadap setiap pilihan yang telah ditentukan.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari sisi pembahasan maupun penulisan, mengingat keterbatasan kemampuan, waktu, dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis berterimakasih atas masukan dan saran dari berbagai pihak yang disampaikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi tambahan pengetahuan bagi pembaca. Semoga Allah S.W.T. senantiasa memberikan taufik dan hidayah-Nya kepada diri penulis maupun semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Aamiin Ya Rbbal’Alaamiin

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT KETERANGAN SIAP UJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI SKRIPSI.....	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Definisi Komunikasi	8
2.2 Strategi Komunikasi	11
2.3 Industri Ekonomi Kreatif	13
2.4 Penelitian Terdahulu	18
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Paradigma Penelitian	23
3.2 Pendekatan Penelitian	23
3.2.1 Pendekatan.....	23
3.2.3 Tipe	24
3.3 Ruang Lingkup Penelitian	24
3.3.1 Lokasi Penelitian	24
3.3.2 Populasi	24
3.3.3 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.3.4 Batasan Waktu dan Konteks.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.6 Uji Keabsahan Data.....	28
3.6.1 Triangulasi Teknik.....	28

BAB IV	30
GAMBARAN UMUM.....	30
4.1 Gambaran Umum Malang Creative Center	30
4.1.1 Profil Malang Creative Center.....	30
4.1.2 Visi dan Misi Malang Creative Center.....	31
4.1.3 Struktur Organisasi	32
BAB V	33
HASIL DAN PEMBAHASAN	33
5.1 Profil Subjek Penelitian.....	33
5.2 Profil Informan Penelitian	34
5.3 Hasil Penelitian	36
5.3.1 Penentuan Tujuan Komunikasi	37
5.3.2 Identifikasi Khalayak Sasaran.....	42
5.3.3 Penyusunan Pesan	46
5.3.4 Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi.....	49
5.3.5 Penentuan Waktu dan Frekuensi Penyampaian Pesan	60
5.3.6 Evaluasi dan Umpan Balik	67
5.4 Pembahasan.....	85
BAB VI	90
PENUTUP	90
6.1 Kesimpulan.....	90

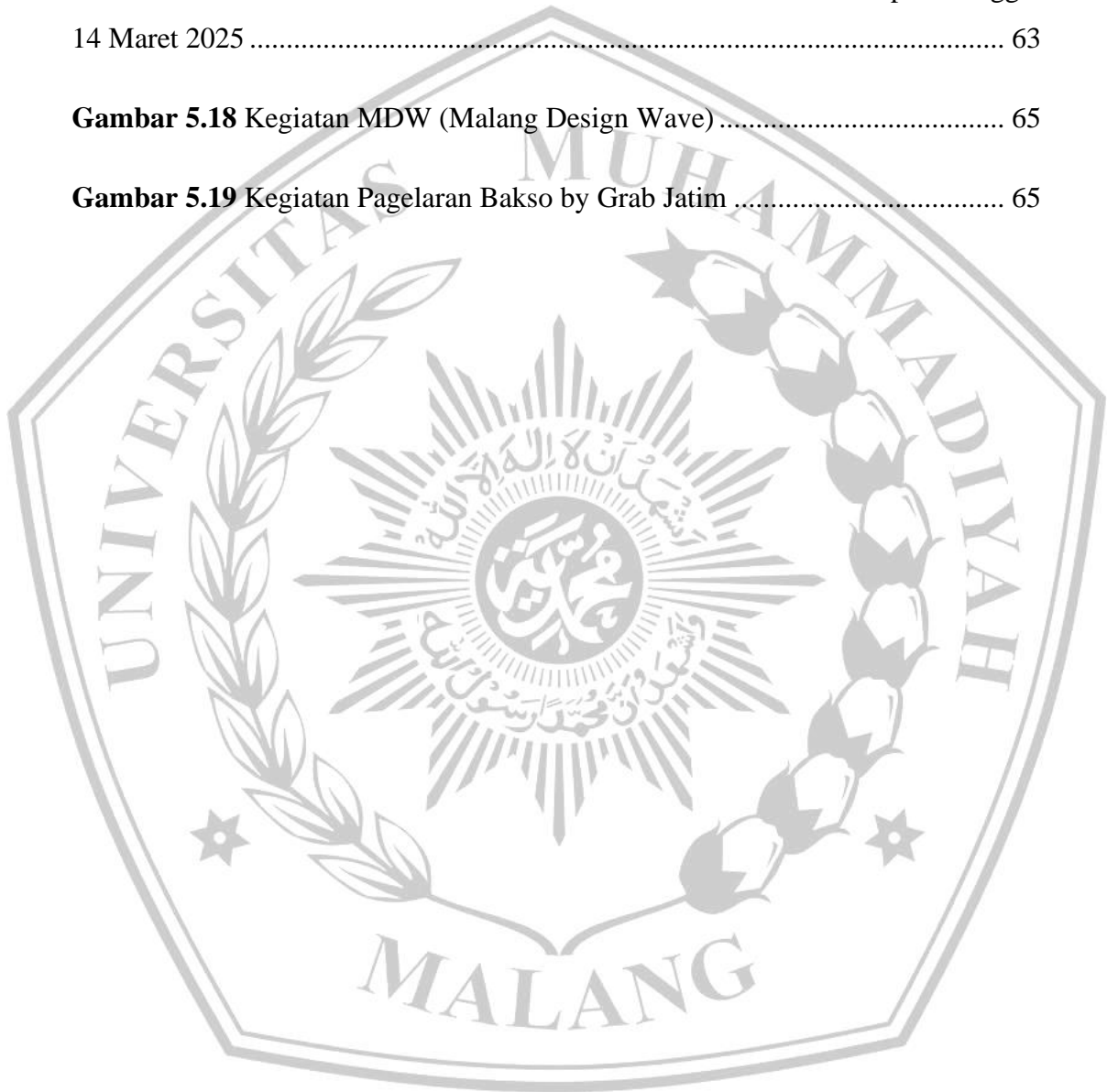
6.2	Saran	91
	DAFTAR PUSTAKA	92
	LAMPIRAN	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Database Kegiatan MCC per 27 Maret 2025.....	4
Gambar 1.2	Creativity & Education 2025 di Auditorium MCC	5
Gambar 1.3	Kunjungan Menekraf RI ke MCC	5
Gambar 1.4	Pameran Ikatan Arsitek Indonesia di MCC	6
Gambar 4.1	Logo MCC.....	30
Gambar 4.2	Struktur Manajemen UMM	32
Gambar 5.1	Let's Play Indonesia di event Global Game Jam Malang 2025.....	43
Gambar 5.2	LINKSOS Kota Malang dalam Project Collaboration	44
Gambar 5.3	Anja Mukti Education dalam event Festival Mbois IX	44
Gambar 5.4	Dako sharing session dengan SMX-School of Makers	44
Gambar 5.5	Penggunaan Kata Kunci 'Kolaborasi'	47
Gambar 5.6	Website MCC	51
Gambar 5.7	Instagram MCC	52
Gambar 5.8	WhatsApp MCC	53
Gambar 5.9	Saluran WhatsApp.....	54
Gambar 5.10	Akun Youtube MCC.....	55
Gambar 5.11	Modcast dengan Dennis Adhiswara	56
Gambar 5.12	Modcast dengan Rekan Malang Drums Day	57
Gambar 5.13	Modcast dengan Bernard Tampubolon.....	57

Gambar 5.14 Media Partner MCC @amazingmalang.....	58
Gambar 5.15 Media Partner MCC www.aboutmalang.com	59
Gambar 5.16 Tren Film “Jumbo” untuk ide konten	61
Gambar 5.17 Hasil Observasi Aktivitas Divisi Media & Production pada tanggal 14 Maret 2025	63
Gambar 5.18 Kegiatan MDW (Malang Design Wave).....	65
Gambar 5.19 Kegiatan Pagelaran Bakso by Grab Jatim	65



DAFTAR PUSTAKA

Buku

Cangara, H. Hafied. (2013). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiayati, S., Honesti, L., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.

Morissan. (2010). *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kencana.

Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Soyomukti, Nurani. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.

E-Book

Miles M. B., Huberman A. Michael, Saldana Johnny. (2014). *Qualitative Data Analysis. A Method Sourcebook*. United States of America: SAGE.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jogjakarta: KBM Indonesia.

Jurnal

Anwar, M. (2024). *Strategi Komunikasi Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar Dalam Mensosialisasikan Lorong Wisata*.

Effendy, M., Hasan, M., & Nurhadi, R. (2023). *Strategi penguatan UMKM sektor ekonomi kreatif melalui pelatihan teknologi informasi*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovatif*, 5(1), 45–54.
<https://doi.org/10.12345/jpmi.v5i1.2023>

Hayati, A. R. (2020). *Strategi Komunikasi Pemberdayaan Produk Kearifan Lokal Sebagai Pariwisata “Terselubung” Oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau*.

- Hermawan, R., & Rahmadian, A. (2024). *Peran pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui kebijakan fiskal dan infrastruktur*. *Journal of Economics and Economic Education*, 12(2), 112–126. <https://ejournal.unair.ac.id/JEEE/article/view/2024>
- Mardikaningsih, D., & Darmawan, F. (2023). *Kebijakan fiskal dalam mendukung pusat kreatif daerah: Studi kasus pada kebijakan ekonomi kreatif*. *Jurnal Administrasi Publik Indonesia*, 10(4), 321–335. <https://jurnal.ui.ac.id/japi/article/view/10123>
- Miftahul Jannah, S., Rosyid, H., & Wicaksono, T. (2025). *Sinergi aktor dalam pemberdayaan UKM kreatif: Kajian dari perspektif pentahelix*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pemerintahan*, 15(1), 67–78. <https://journal.unnes.ac.id/sosialpemerintahan/article/view/2025>
- Miftah, M. (2008). *Strategi Komunikasi Efektif Dalam Pembelajaran*, 12(2), 85-89.
- Putri, R. D. (2020). *Strategi Komunikasi Rumah Kreatif Sleman dalam Upaya Pengembangan UMKM di Era Ekonomi Digital*. *Commicast*, 1(1).
- Wahyudi, A., Anwar, G. S., Kamila, O. N., & Silviana, D. R. (2024). *Strategi Pengembangan Sektor Industri Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional*, *Cemerlang: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 277-279.
- R. A., Gunawan, B., & Pratiwi, D. (2022). *Strategi pengembangan Sukabumi Creative Hub sebagai pusat ekonomi kreatif daerah*. *Jurnal Media Kreatif*, 4(2), 101–113. <https://ejournal.unsukabumi.ac.id/jmk/article/view/2022>
- Zinaida, R., Latifah, A., & Rachmawati, S. (2024). *Pelatihan digital konten untuk UMKM kreatif di Provinsi Lampung*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Digital*, 6(1), 89–97. <https://jurnal.radenintan.ac.id/jpkmd/article/view/2024>
- Zulaikha, N., Maulana, T., & Sari, D. (2021). *Digitalisasi pasar kreatif lokal sebagai penguat ekonomi rumah tangga*. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi*

Digital, 3(3), 145–158. <https://jurnal.unila.ac.id/ekonomi-digital/article/view/2021>

Website & Atrikel

Ardianto, Y. (-). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*.
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/Memahami-Metode-Penelitian-Kualitatif.html>

Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2024). *Keadaan Ketenagakerjaan Kota Malang, Agustus 2023*.
<https://malangkota.bps.go.id/id/pressrelease/2023/12/04/315/keadaan-ketenagakerjaan-kota-malang--agustus-2023.html>

Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Malang (Jiwa) 2023*.
<https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDgjMg==/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin.html>

Binus.ac.id. (-). *Peran Industri Kreatif di Indonesia*.
<https://binus.ac.id/bandung/2019/10/peran-industri-kreatif-di-indonesia/>

IDTesis.com. (2018, Desember 16). *Teori Lengkap tentang Strategi Komunikasi menurut Para Ahli dan Contoh Tesis Strategi Komunikasi*.
[https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-strategi-komunikasi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-komunikasi/#:~:text=Menurut%20seorang%20pakar%20perencanaan%20komunikasi,dalam%20Bungin%20\(2015:%2062\)](https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-strategi-komunikasi-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-strategi-komunikasi/#:~:text=Menurut%20seorang%20pakar%20perencanaan%20komunikasi,dalam%20Bungin%20(2015:%2062))

Kememparekraf.go.id. (-). *Subsektor Ekonomi Kreatif*.
<https://kememparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>

LSPR.ac.id. (2023). *Komunikasi Adalah: Definisi, Jenis, & Penggunaannya*.
<https://www.lspr.ac.id/definisi-jenis-penggunaannya-komunikasi/>

Populix. (2023). *Pengertian Industri Kreatif: Tujuan, Jenis, dan Contohnya*.
<https://info.populix.co/articles/industri-kreatif-adalah/>

Sarjana, N. (2023). *Hubungan Antara Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif: Saling Berkaitan!* <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6713886/hubungan-antara-ekonomi-kreatif-dan-industri-kreatif-saling-berkaitan#:~:text=Ekonomi%20kreatif%20merupakan%20sebuah%20konsep,untuk%20menciptakan%20suatu%20produk%20ekonomi.>

