

**EFektivitas CYBER PR FACEBOOK PEMERINTAH
KOTA SURABAYA DALAM MENCiptakan CITY
BRANDING KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :
DESTYA ANGGRAINI PUSPITA
NBL: 1151401057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

**EFEKTIVITAS CYBER PR FACEBOOK PEMERINTAH
KOTA SURABAYA DALAM MENCiptakan CITY
BRANDING KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :
DESTYA ANGGRAINI PUSPITA
NBI : 1151401057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DESTYA ANGGRAINI PUSPITA
NBI : 1151401057
**JUDUL : EFEKTIVITAS CYBER PR FACEBOOK PEMERINTAH
KOTA SURABAYA DALAM MENCiptakan CITY
BRANDING KOTA SURABAYA.**

Surabaya, 29 Januari 2018

Mengetahui.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Pengaji :

1. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

Ketua

2. Drs. Radjikan, M.Si

Anggota

3. Dr. Achliuddin Ibnu Rochim, SH., M.Si

Anggota

Mengesahkan,

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan,

Dr. Endro Tjahyono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Destya Anggraini Puspita

NBI : 1151401057

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Efektivitas *Cyber PR Facebook* Pemerintah Kota Surabaya
Dalam Menciptakan *City Branding* Kota Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 29 Januari 2018
Yang Membuat Pernyataan



(Destya Anggraini Puspita)

**EFEKTIVITAS *CYBER PR* FACEBOOK PEMERINTAH
KOTA SURABAYA DALAM MENCiptakan *CITY
BRANDING* KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**

Oleh :

DESTYA ANGGRAINI PUSPITA

NBI : 1151401057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2018**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DESTYA ANGGRAINI PUSPITA
NBI : 1151401057
**JUDUL : EFEKTIVITAS CYBER PR FACEBOOK PEMERINTAH
KOTA SURABAYA DALAM MENCiptakan CITY
BRANDING KOTA SURABAYA.**

Surabaya, 29 Januari 2018

Mengetahui.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Penguji :

1. **Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom**
Ketua ()
2. **Drs. Radjikan, M.Si**
Anggota ()
3. **Dr. Achluddin Ibnu Rochim, SH., M.Si**
Anggota ()

Mengesahkan,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
Dekan,

Dr. Endro Tjahyono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Destya Anggraini Puspita

NBI : 1151401057

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Efektivitas *Cyber PR Facebook* Pemerintah Kota Surabaya
Dalam Menciptakan *City Branding* Kota Surabaya.

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan / atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 29 Januari 2018
Yang Membuat Pernyataan

(Destya Anggraini Puspita)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Tulis Skripsi Ini Peneliti Persembahkan Kepada :

**Keluarga Besar, Mama tercinta, Kakak tersayang, Saudara-saudari tersayang ,
Kekasihku, Sahabat karibku, dan Teman-teman seperjuangan Ilmu
Komunikasi angkatan 2014. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan
kepercayaan yang kalian berikan. Teruntuk almamaterku yang merupakan
awal dari segala perjuangan hidupku Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.**

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”
(QS. Al Insyirah : 6-7)

“Sedikit pengetahuan yang diterapkan jauh lebih berharga ketimbang banyak pengetahuan yang tak dimanfaatkan” (Kahlil Gibran)

“Tetaplah berusaha dan yakinlah bahwa usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil” (Anonim)

EFEKTIVITAS CYBER PR FACEBOOK PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MENCiptakan CITY BRANDING KOTA SURABAYA

ABSTRAK

**Destya Anggraini Puspita
1151401057**

Penggunaan sebuah media sosial atau dalam dunia kehumasan dapat disebut dengan *cyber pr* yang salah satunya adalah *facebook* dapat dimanfaatkan untuk berbagai hal atau kegiatan contohnya dalam penelitian ini dimanfaatkan sebagai *city branding*. Tingkat keefektivitasan *cyber pr facebook* pemerintah kota Surabaya yaitu “Bangga Surabaya” mencapai 78% sedangkan pada data yang dimiliki oleh pemerintah kota Surabaya yaitu dengan target maksimal hampir 89%. Dalam hal ini terjadi ketimpangan antara realitas dan data yang ada.

Tipe penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini akan menguji tingkat keefektivitasan dan aspek-aspek dalam *city branding* yang dihubungkan dengan *grand theory* menggunakan *Teori Behaviorisme*, *middle range theory* menggunakan Teori Stimulus dan Respon, *applied theory* teori Integrasi Informasi dengan menggunakan konsep dari Teori Cutlip efektivitas *cyber pr* dengan model 7C dan Teori Balmer dengan pengukuran keberhasilan *city branding* tes AC²ID.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dan hubungan antara tingkat efektivitas *cyber pr facebook* pemerintah kota Surabaya dengan *city branding* kota Surabaya. Nilai signifikansi 0,000 dan besar nilai interpretasi skor antara kedua variabel mencapai 82,45% masuk ke dalam kategori sangat efektif.

Kata Kunci : efektivitas, *cyber pr*, *facebook*, *city branding*

EFFECTIVENESS OF CYBER PR FACEBOOK GOVERNMENT OF SURABAYA CITY IN CREATING CITY BRANDING SURABAYA CITY

ABSTRACT

**Destya Anggraini Puspita
1151401057**

The use of a social media or in the world of public relations can be called the cyber pr one of which is facebook can be used for various things or activities for example in this research is used as city branding. The level of effectiveness of cyber pr facebook Surabaya city government is "Proud Surabaya" reaching 78% while in data owned by Surabaya city government that is with maximum target of almost 89%. In this case there is an imbalance between reality and existing data.

This type of research is quantitative. This study will test the level of effectiveness and aspects of city branding associated with the grand theory using the theory of Behaviorism, middle range theory using Stimulus and Response theory, applied theory of Information Integration theory by using the concept of Cutlip Theory of cyber effectiveness with 7C model and Theory Balmer with measuring the success of city branding AC²ID test.

The results showed the influence and the relationship between the effectiveness of cyber pr facebook Surabaya city government with city branding of Surabaya city. The significance value of 0,000 and the value of the interpretation score between the two variables reached 82.45% into the category very effective.

Keywords : effectiveness, cyber pr, facebook, city branding.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**EFEKTIVITAS CYBER PR FACEBOOK HUMAS PEMKOT SURABAYA DALAM MENCiptakan CITY BRANDING KOTA SURABAYA**".

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi syarat kelulusan akademik studi strata satu (S1) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi.

Saya menyadari bahwa keberhasilan dalam menyusun penelitian ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari pihak-pihak yang telah membantu selama ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga sampai saat ini diberi kesehatan, rezeki, kemudahan, serta kesuksesan dalam mengerjakan skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak **Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI** selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak **Dr. Endro Tjahyono, MM** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu **A.A.I Prihandari Satvika Dewi, S.Sos., M.Med.Kom** selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak **Drs. Edy Sudaryanto., M.I.Kom** selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing I yang telah sabar memberikan arahan serta saran-saran kepada saya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya.
6. Ibu **Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom** selaku dosen pembimbing II yang juga telah sabar memberikan arahan, saran-saran, serta motivasi kepada saya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya.
7. Bapak **Drs. Radjikan, M.Si** selaku dosen penguji yang telah sabar memberikan semua saran dan kritik yang diajukan pada saat peneliti melaksanakan sidang skripsi.
8. Bapak **Dr. Achluddin Ibnu Rochim, SH., M.Si** selaku dosen penguji yang telah sabar memberikan semua saran dan kritik yang diajukan pada saat peneliti melaksanakan sidang skripsi.

9. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telak mendidik dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada peneliti selama menyelesaikan studi di kampus Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Keluarga besar dari peneliti, mama Soetarti, kakak Puput Cindy Amelia Slatik, Rizky Agung Saputra, Sunarsih, Suprayitno, Kurnia Ningsih, saudara dan saudari peneliti Shalvania Prayanti Putri, Prayoga Dimas Kurniawan, Raenart Akbar Riyanda, yang tersayang atas do'a, dukungan baik fisik maupun materi. Condro Prawira Bagus Wibowo yang tercinta atas kesabaran dan pengertiannya kepada peneliti selama mengerjakan skripsi serta semangat dan motivasinya sehingga dapat mencapai keberhasilan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
11. Para sahabat dari peneliti, saudari Lailyatul Aziza, Nurul Ainniya, Yessi Anggraini, Lailatul Kiftiyah, Shahnaz Aljufri, Arista Kurniati, atas waktu kebersamaan saat perjuangan selama menempuh perkuliahan.
12. Teman-teman, dan rekan kuliah angkatan 2014 program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
13. Dan semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung berperan dan membantu skripsi ini diselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan pada penulisan skripsi ini disebabkan keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman yang peneliti miliki, karenanya peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca untuk penyempurnaan dan pengembangan kearah yang lebih baik di masa mendatang.

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan serta dapat menambah pengetahuan bagi pembaca sekaligus berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 29 Januari 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman Sampul

Halaman Judul

Halaman Persetujuan Skripsi	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas	iii
Halaman Persembahan	iv
Motto	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	5
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.5.1.. Segi Teoritis	6
1.5.2.. Segi Praktis	6
1.6. Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.1.1.. <i>Critical review</i>	9

2.2. Landasan Teori	11
2.2.1.. Teori Behaviorisme	11
2.2.2.. Teori Stimulus Respon	11
2.2.3.. Teori Integrasi Informasi	12
2.2.4.. Efektivitas	14
2.2.5.. <i>Cyber PR</i>	14
2.2.6.. <i>Facebook</i>	17
2.2.7.. <i>City Branding</i>	18
2.2.8.. Efektivitas <i>Cyber PR Facebook</i> Pemerintah Kota Surabaya Dalam Menciptakan <i>City Branding</i> Kota Surabaya	20
2.3. Kerangka Dasar Pemikiran	21
2.4. Hipotesis Penelitian	22
 BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Rancangan Penelitian	23
3.2. Populasi dan Sampel	23
3.2.1.. Populasi	23
3.2.2.. Sampel	23
3.2.2.1.. Teknik Pengambilan Sampel	24
3.2.2.2.. Ukuran Sampel	24
3.3. Variabel Penelitian	25
3.4. Definisi Konseptual	26
3.4.1.. Efektivitas	26
3.4.2.. <i>Cyber PR Facebook</i>	26
3.4.3.. <i>City Branding</i>	26
3.5. Definisi Operasional	27
3.6. Pengukuran dan Instrumen Penelitian	28
3.6.1.. Skala Pengukuran	28
3.6.2.. Instrumen Penelitian	28
3.6.2.1.. Uji Validitas Instrumen	29
3.6.2.2.. Uji Reliabilitas Instrumen	30
3.7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	31
3.7.1.. Hasil Uji Validitas	32
3.7.2.. Hasil Uji Reliabilitas	33
3.8. Teknik Pengumpulan Data	33
3.9. Teknik Analisis Data	34
3.9.1.. Uji Koefisien Korelasi	35
3.9.2.. Koefisien Determinasi	35

3.9.3.. Analisis Regresi Linear Sederhana	36
3.9.4.. Rumus Skala Likert	36
3.9.5.. Menghitung Frekuensi Tinggi, Sedang, Rendah	37
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN INTERPRETASI DATA	38
4.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	38
4.2. Deskripsi Data Variabel	39
4.2.1.. Identitas Responden	39
4.3. Analisis dan Interpretasi Data	40
4.3.1.. Distribusi Jawaban Responden	40
4.3.2.. Frekuensi Jawaban Responden	54
4.3.3.. Uji Crosstab	57
4.3.4.. Uji Koefisien Korelasi	57
4.3.5.. Koefisien Determinasi	58
4.3.6.. Analisis Regresi Linear Sederhana	59
4.3.7.. Hasil Uji Hipotesis	59
4.4. Pembahasan	60
4.4.1.. Teori Behaviorisme	62
4.4.2.. Teori Stimulus Respon	62
4.4.3.. Teori Integrasi Informasi	63
4.5. Hasil Penelitian	71
BAB V PENUTUP	73
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Rekomendasi	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Daftar Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 : Hasil Uji Validitas	32
Tabel 3.2 : Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.1 : Letak Geografis Kota Surabaya	38
Tabel 4.2 : Jenis Kelamin Responden	39
Tabel 4.3 : Usia Responden	40
Tabel 4.4 : Distribusi Nilai Skor Jawaban Responden	53
Tabel 4.5 : Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel X	54
Tabel 4.6 : Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Y	56
Tabel 4.7 : Uji Frekuensi Tinggi, Sedang, Rendah	57
Tabel 4.8 : Uji Koefisien Korelasi	57
Tabel 4.9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.10 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	59
Tabel 4.11 : Data orang yang menyukai halaman Bangga Surabaya	60
Tabel 4.12 : Data postingan di akun Bangga Surabaya bulan Desember	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Bagan Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 : <i>Cyber PR Facebook</i> Bangga Surabaya memiliki kredibilitas	41
Gambar 4.2 : Informasi Bangga Surabaya berupa berita, video, dan narasi yang menarik	41
Gambar 4.3 : Isi/konten akun Bangga Surabaya memberikan pandangan positif tentang kota Surabaya	42
Gambar 4.4 : Isi/konten akun Bangga Surabaya sesuai dengan tema kegiatan dan narasi yang menarik	42
Gambar 4.5 : Informasi akun Bangga Surabaya jelas mencitrakan kota Surabaya	43
Gambar 4.6 : Informasi terbaru citra kota Surabaya rutin konsisten diunggah Bangga Surabaya	43
Gambar 4.7 : <i>Cyber PR facebook</i> Bangga Surabaya merupakan media yang tepat untuk <i>city branding</i> kota Surabaya	44
Gambar 4.8 : <i>Cyber PR</i> Bangga Surabaya media yang layak <i>like, share, comment</i>	44
Gambar 4.9 : Informasi Bangga Surabaya disajikan singkat, padat, mudah dimengerti	45
Gambar 4.10 : Akun Bangga Surabaya membuat responden terkesan dan paham atas <i>city branding</i> kota Surabaya	45
Gambar 4.11 : Identitas Surabaya dengan <i>tagline branding campaign</i> Bangga Surabaya	46
Gambar 4.12 : Dari akun Bangga Surabaya diketahui berbagai fasilitas kota Surabaya lengkap, dinamis, tertata dengan rapi dan baik	47
Gambar 4.13 : Akun Bangga Surabaya menyajikan pelayanan pemerintah kota Surabaya yang professional	47
Gambar 4.14 : Akun Bangga Surabaya menyajikan informasi berbagai acara dari pemerintah kota yang bermanfaat dan berkualitas	48
Gambar 4.15 : Akun Bangga Surabaya mencerminkan reputasi kota Surabaya yang baik dan kredibel	48
Gambar 4.16 : Bangga Surabaya mencerminkan citra positif kota Surabaya	49
Gambar 4.17 : Akun Bangga Surabaya mengunggah pembangunan kota Surabaya yang ideal	49
Gambar 4.18 : Setuju adanya <i>branding campaign</i> “Bangga Surabaya”	50

Gambar 4.19 : Dari akun Bangga Surabaya dapat diketahui visi dan misi pemerintah kota Surabaya yang sangat baik dan memiliki kredibilitas tinggi	50
Gambar 4.20 : Akun Bangga Surabaya mencerminkan cara kepemimpinan kota Surabaya yang sangat professional	51
Gambar 4.21 : Akumulasi jawaban responden variabel X	51
Gambar 4.22 : Akumulasi jawaban responden variabel Y	52
Gambar 4.23 : Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel X.....	55
Gambar 4.24 : Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Y.....	56
Gambar 4.25 : Info tentang akun Bangga Surabaya	64
Gambar 4.26 : Konteks dalam akun Bangga Surabaya	64
Gambar 4.27 : Salah satu konten dari akun Bangga Surabaya	65
Gambar 4.28 : Informasi tentang citra kota di akun Bangga Surabaya.....	65
Gambar 4.29 : Kontinuitas dan konsistensi informasi di akun Bangga Surabaya ..	66
Gambar 4.30 : Media akun Bangga Surabaya	67
Gambar 4.31 : Ulasan Masyarakat di akun Bangga Surabaya	67
Gambar 4.32 : Identitas kota Surabaya	68
Gambar 4.33 : <i>Event</i> kota Surabaya	69
Gambar 4.34 : Kota Surabaya didatangi oleh wisatawan asing	70
Gambar 4.35 : Pembangunan salah satu taman kota di Surabaya	70