

**MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN
*CITY BRANDING***

**(Sebuah Analisis Isi Instagram @Surabaya Medio September
- November 2019)**

SKRIPSI

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



Sukmo Rahayu Wijiningtias

NBI 1151600113

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

2020

**MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN
CITY BRANDING**

**(Sebuah Analisis Isi Instagram @Surabaya Medio September
- November 2019)**

SKRIPSI

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



Sukmo Rahayu Wijiningtias

NBI 1151600113

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

2020

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

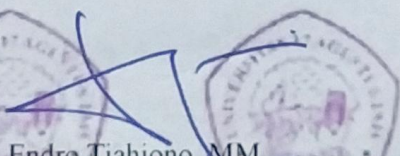
Nama : Sukmo Rahayu Wijiningtias
NBI : 1151600113
Judul : Media Sosial Sebagai Sarana Pembentukan City Branding (Sebuah Analisis Isi Instagram @Surabaya Medio September - November 2019)

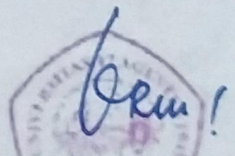
Surabaya, 20 Juni 2020

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing


Dr. Endro Tjahjono, MM


Dr. Tri Yulianti, M.Si

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. Dr. Tri Yulianti, M.Si
Ketua
2. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
Anggota
3. Mochamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom
Anggota

(*Tri Yulianti*)

(*Merry Fridha Tri Palupi*)

(*Mochamad Rizqi*)

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

Dekan.



Dr. Endro Tjahjono, MM.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Sukmo Rahayu Wijiningtias

NBI : 1151600113

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Media Sosial Sebagai Sarana Pembentukan City Branding (Sebuah Analisis Isi Instagram @Surabaya Medio September – November 2019)

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari 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 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, 20 Juni 2020

Yang membuat pernyataan



Sukmo Rahayu Wijiningtias



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sukmo Rahayu Wijiningtias
NPM : 1151600113
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive)** karya ilmiah saya yang berjudul

“MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN CITY BRANDING (SEBUAH ANALISIS ISI INSTAGRAM @SURABAYA MEDIO SEPTEMBER - NOVEMBER 2019)”

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 20 Juni 2020



MOTTO

“As you grow older, you will discover that you have two hands, one for helping yourself, the other for helping others.”

(Audrey Hepburn)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang isi media sosial instagram yang digunakan oleh Pemkot Surabaya sebagai sarana pembentukan City branding. Hal ini dikarenakan dengan adanya perkembangan zaman yang membuat public relations berkembang dalam membentuk citra Pemerintah di masyarakat. Sebagai salah satu akun media sosial Pemerintahan akun instagram @Surabaya telah berusaha membangun atau membentuk citraan (image) Kota Surabaya sebagai kota yang aman untuk dikunjungi dan dihuni (ramah terhadap anak, pejalan kaki, wisatawan dan keluarga), hingga kaya akan potensi, mulai dari wisata alam – bahari, cagar budaya, sejarah hingga kuliner, potensi yang membedakannya dengan kota lain. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan analisis isi. Pada analisis ini ditarik kesimpulan bahwa usaha dalam membangun citraan kota Surabaya tersebut dilakukan dengan cara, menampilkan unggahan foto yang menampilkan beberapa bagian (spot) kota yang tampak bagus dan ikonik di media sosial Instagram. Selain tampilan foto, usaha tersebut juga didukung dengan pemberian keterangan (caption), yang sangat informatif (mudah dipahami) dan komunikatif (mendorong para pengikutnya untuk merespon unggahan).

Kata Kunci : *Instagram, Analisis isi, City Branding,*

ABSTRACT

This study discusses the contents of Instagram social media used by the Surabaya City Government as a means of forming City branding. This is because with the times that made public relations develop in shaping the Government's image in society. As one of the social media accounts, the Government of Instagram account @ Surabaya has tried to build or form an image (image) of the city of Surabaya as a city that is safe to visit and inhabit (friendly to children, pedestrians, tourists and families), to rich in potential, starting from nature tourism - nautical, cultural preservation, history to culinary, the potential that distinguishes it from other cities. This research uses descriptive qualitative method with content analysis. In this analysis the conclusion is drawn that the effort in building the image of the city of Surabaya was carried out in a way, displaying an upload of photos showing some parts (spots) of the city that looked good and iconic on Instagram social media. In addition to displaying photos, the effort is also supported by the provision of information (caption), which is very informative (easily understood) and communicative (encouraging followers to respond to uploads).

Keywords : *Instagram, Content analysis, City Branding*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan karunianya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Media Sosial Sebagai Sarana Pembentukan City Branding (Sebuah Analisa Isi Instagram @Surabaya Medio September - November 2019)”. Skripsi yang saya ajukan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Saya sebagai peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kesulitan, tetapi karena bantuan bimbingan dari berbagai pihak dan berkah yang diberikan oleh Allah SWT membuat berbagai macam kendala dapat teratasi. Pada kesempatan ini saya sebagai peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi S.Sos.,M.Med.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Dr. IGN. Anom Maruta, MM selaku dosen wali saya.
6. Ibu Dr. Tri Yulianti, M.Si selaku dosen pembimbing satu yang telah memberi semangat, nasehat, ilmu yang bermanfaat dan selalu meluangkan waktunya untuk membimbing proses skripsi saya.
7. Ibu Beta Puspitaning Ayodya,S.Sos, M.A. selaku dosen pembimbing dua yang telah memberi semangat, nasehat, ilmu yang bermanfaat dan selalu meluangkan waktunya untuk membimbing proses skripsi saya.
8. Bapak dan Ibu dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan saya.
9. Seluruh staff sekertariat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Kepada pihak Humas Pemerintah Kota Surabaya yang telah menerima penulis dan memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.

11. Kedua orangtua saya terutama Bapak Sumadi dan Ibu Siti Markamah yang telah memberi semangat dan selalu mendoakan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Ryan Fajar Rahmandhika selaku kekasih saya yang telah banyak membantu dan menemani saya selama proses berjalannya penelitian ini dan tidak pernah mengeluh kepada saya
13. Untuk tempat kerja saya tercinta Gramedia Expo Surabaya, dan juga teman-teman yang ada di Gramedia Expo Surabaya
14. Teruntuk partner kerja saya Aldi, tanpa bantuannya skripsi ini tidak akan sampai pada tahap akhir skripsi.
15. Dan semua teman, sahabat, saudara, rekan yang tiada henti support saya agar terselesaikan penelitian ini sesuai dengan waktunya. Sarangheo

Semoga segala jerih payah yang telah diberikan kepada penulis dicatat sebagai amal baik, yang akan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari, bahwa penyajian dan penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca semua pada umumnya, serta dapat menjadi sumbangsih dalam dunia Sosial dan Komunikasi.

Surabaya, 20 Juni 2020

Sukmo Rahayu Wijiningtias

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	4
1. 3 Tujuan Penelitian.....	4
1. 4 Manfaat Penelitian.....	4
1. 5 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Penelitian Terdahulu Pertama	7
2.1.2 Penelitian Terdahulu Kedua.....	7
2.1.3 Penelitian Terdahulu Ketiga	7
2.1.4 Penelitian Terdahulu keempat.....	8
2.1.5 Penelitian Terdahulu Kelima	8
2.2 Landasan Teori	14

2.2.1	Komunikasi Siber	14
2.2.2	Media Sosial	14
2.2.3	Agenda Setting	16
2.2.4	City Branding	18
2.3	Landasan Konseptual.....	19
2.3.1	Instagram	19
2.4	Kerangka Teori.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....		23
3.1.	Tipe Penelitian.....	23
3.2.	Peran Peneliti.....	23
3.3.	Unit Analisis.....	24
3.4.	Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.	Teknik Analisis Data	24
3.6.	Keabsahan Data	25
BAB IV DESKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN ..		27
4.1	Deskripsi Obyek	27
4.2	Penyajian Data.....	30
4.2.1	Kategorisasi <i>City Branding</i> Surabaya	30
4.3	Data Konten Pembentukan <i>City Branding</i> Kota Surabaya.....	31
4.3.1	Surabaya Kota Wisata Alam	31
4.3.2	Surabaya Kota Ramah Pejalan Kaki	34
4.3.3	Surabaya Kota Cagar Budaya	37
4.3.4	Surabaya Kota Layak Anak	42
4.3.5	Surabaya Kota Wisata Bahari	45
4.3.6	Surabaya Kota Nyaman	47
4.3.7	Surabaya Kota Pahlawan	49
4.3.8	Surabaya Kota Kuliner.....	51
4.4	Analisis Isi Konten Media Instagram @Surabaya Sebagai Representasi Kota Surabaya Yang Layak Huni.....	54
4.5	Teori Agenda Setting dalam Strategi City Branding Kota Surabaya Melalui Instagram.....	56
BAB V PENUTUP.....		61
5.1	Kesimpulan.....	61

5.2 Rekomendasi	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 4. 1 Analisis unggahan Hutan Kota	32
Tabel 4. 2 Analisis unggahan Pedestarian Way	35
Tabel 4. 3 Analisis unggahan Surabaya Kota Cagar Budaya	38
Tabel 4. 4 Analisis unggahan Cagar Budaya 2	40
Tabel 4. 5 Analisis unggahan Surabaya Kota Layak Anak	43
Tabel 4. 6 Analisis unggahan Wisata Bahari	46
Tabel 4. 7 Analisis unggahan Surabaya Kota Nyaman	48
Tabel 4. 8 Analisis unggahan Surabaya Kota Pahlawan	50
Tabel 4. 9 Analisis unggahan Surabaya Kota Kuliner	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data Jumlah Pengguna instagram di Indonesia November 2019.....	1
Gambar 1. 2	Instagram @Surabaya milik Humas Pemkot Surabaya	3
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4. 1	Foto Beranda instagram @Surabaya	27
Gambar 4. 2	Foto Profil akun @Surabaya	28
Gambar 4. 3	Tentang Foto dan caption Hutan Kota.....	32
Gambar 4. 4	Tentang foto dan caption Pedestrian way	35
Gambar 4. 5	Tentang foto dan caption Cagar Budaya 1	38
Gambar 4. 6	Tentang foto dan caption Cagar Budaya 2	40
Gambar 4. 7	Tentang foto dan caption Surabaya Kota Layak Anak	42
Gambar 4. 8	Tentang foto dan caption Surabaya Kota Wisata Bahari	45
Gambar 4. 9	Tentang foto dan caption Surabaya Kota Nyaman	47
Gambar 4. 10	Tentang foto dan caption Surabaya Kota Pahlawan	50
Gambar 4. 11	Tentang foto dan caption Surabaya Kota Kuliner.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	65
Lampiran 2	65
Lampiran 3	66
Lampiran 4	69
Lampiran 5	70
Lampiran 6	71
Lampiran 7	72
Lampiran 8	73