



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Ulasan Penelitian Sebelumnya.....	8
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Pendekatan Geografi.....	13
2.2 <i>Information and Communication Technology (ICT)</i>	14
2.3 <i>Smart City</i>	15
2.4 <i>Smart Branding</i>	20
2.5 <i>Digital Brand Awareness</i>	23
2.6 Kerangka Teori.....	23
2.7 Batasan Operasional.....	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Pemilihan Lokasi Penelitian.....	26
3.2 Data dan Variabel Penelitian.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Teknik Pengolahan Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV.....	41
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Implementasi <i>Smart Branding</i> pada Beberapa Kota di Indonesia.....	41
4.1.1..... <i>Digital Brand Awareness</i>	41
4.1.2 Logo dan Slogan <i>Branding</i>	57
4.1.3 Kondisi Eksisting <i>Smart Branding</i> di Kota-Kota yang Telah Menerapkan <i>Smart City</i>	68
	viii



4.2	Faktor-Faktor Pendukung Pengembangan <i>Smart Branding</i>	79
4.2.1	Matriks Korelasi.....	81
4.2.2	Penentuan Jumlah Faktor.....	82
4.2.3	Pengelompokan Faktor.....	83
4.2.5	Interprestasi Faktor Pendukung <i>Smart Branding</i>	84
4.2.6	Korelasi antar Faktor Pendukung <i>Smart Branding</i>	88
4.3	Analisis Pengembangan <i>Smart Branding</i> Dalam Mendukung <i>Smart City</i>	89
4.3.1Pengembangan <i>Smart Branding</i> Berdasarkan Klasifikasi Kota	92
4.3.2	Kajian <i>Smart Branding</i> Pada Pemasaran Kota di Indonesia dalam Konteks Pembangunan Wilayah.....	107
BAB V	97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	124
Lampiran I	: Inovasi <i>Branding</i> Pada Kota-Kota Yang Telah Menerapkan <i>Smart City</i>	124
Lampiran II	: Klasifikasi Kota Berdasarkan Jumlah Penduduk.....	133



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Ulasan Penelitian Sebelumnya.....	9
Tabel 2 Perbandingan model <i>smart city</i>	18
Tabel 3 Kota Yang Telah Menerapkan <i>Smart City</i>	26
Tabel 4 Data dan Variabel Penelitian.....	30
Tabel 5 Asumsi pemilihan variabel.....	33
Tabel 6 Pengumpulan Data Tujuan 1.....	35
Tabel 7 Skala Data Analisis Faktor.....	36
Tabel 8 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	39
Tabel 9 Hasil <i>Search Engine</i> Kota-Kota Yang Menerapkan <i>Smart City</i> di Indonesia menggunakan Google.....	43
Tabel 10 Hasil <i>Search Engine</i> Kota-Kota Yang Menerapkan <i>Smart City</i> di Indonesia menggunakan Bing.....	47
Tabel 11 Hasil <i>Search Engine</i> Kota-Kota Yang Menerapkan <i>Smart City</i> Tahun 2023.....	51
Tabel 12 Jumlah Pengikut Akun Media Sosial Pemerintah.....	54
Tabel 13 Tabel Slogan <i>Branding</i> Kota Yang Menerapkan <i>Smart City</i>	59
Tabel 14 Inovasi <i>Smart Branding</i> Yang Mendapatkan <i>Award</i> Tahun 2019-2023.....	72
Tabel 15 Nilai Terendah dan Tertinggi Tiap Variabel.....	80
Tabel 16 KMO dan Barlett's Test of Sphericity.....	81
Tabel 17 <i>Total Variance Explained</i>	82
Tabel 18 <i>Rotated Component Matrix</i>	83
Tabel 19 <i>Component Transformation Matrix</i>	84
Tabel 20 Analisis Korelasi Faktor Pendukung <i>Smart Branding</i>	89
Tabel 21 Jumlah Kota yang Menerapkan <i>Smart City</i> Pada Tahun 2023 Menurut Provinsi.....	90
Tabel 22 Klasifikasi Kota-Kota Yang Menerapkan <i>Smart City</i> Tahun 2023.....	91
Tabel 23 Tabel Faktor <i>Smart Branding</i> yang Dominan di Kota Kecil.....	94
Tabel 24 Pemanfaatan Teknologi pada <i>Smart Branding</i> di Kota Kecil.....	94
Tabel 25 Jenis-Jenis Teknologi yang Dimanfaatkan dalam <i>Smart Branding</i> di Kota Kecil.....	94
Tabel 26 Tabel Faktor <i>Smart Branding</i> Dominan di Kota Sedang.....	95
Tabel 27 Pemanfaatan Teknologi Pada <i>Smart Branding</i> di Kota-Kota Sedang.....	96
Tabel 28 Jenis Teknologi yang Dimanfaatkan dalam <i>Smart Branding</i> di Kota-Kota Sedang.....	98
Tabel 29 Faktor <i>Smart Branding</i> Yang Dominan di Kota Besar.....	101
Tabel 30 Pemanfaatan Teknologi Pada <i>Smart Branding</i> di Kota-Kota Besar.....	101



Tabel 31 Jenis Teknologi yang Dimanfaatkan dalam <i>Smart Branding</i> di Kota-Kota Besar	102
Tabel 32 Faktor <i>Smart Branding</i> Yang Dominan di Kota Metropolitan	104
Tabel 33 Pemanfaatan Teknologi Pada <i>Smart Branding</i> di Kota-Kota Metropolitan	104
Tabel 34 Jenis Teknologi yang Dimanfaatkan dalam <i>Smart Branding</i> di Kota-Kota Metropolitan	106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Dimensi <i>Smart City</i>	16
Gambar 2 Dimensi <i>Smart City</i>	18
Gambar 3 Kerangka Penelitian.....	24
Gambar 4 Peta Persebaran Kota-Kota Yang Telah Menerapkan <i>Smart City</i> di Indonesia.....	28
Gambar 6 Logo <i>Branding</i> di Beberapa Kota di Indonesia.....	65
Gambar 7 Wisata Virtual Kota Tangerang.....	69
Gambar 8 Aplikasi Lunpia Kota Semarang.....	70
Gambar 9 Aplikasi E-Tuku Kota Cirebon.....	71
Gambar 10 Revitalisasi <i>Waterfront</i> Sungai Kapuas Kota Pontianak Menjadi Tempat Wisata	71
Gambar 11 Kawasan Gajah Mada Heritage Kota Denpasar Yang Dihiasi Dengan Lampion Di Hari Raya Imlek.....	73
Gambar 12 Tampilan <i>Website</i> Solo Technopark.....	73
Gambar 13 <i>Website</i> “Ambon City of Music”.....	74
Gambar 14 Data Luas Ruang Terbuka Hijau (RTH) Kota Kediri.....	75
Gambar 15 Motif Tenun Bunga Sape Sebagai Ciri Khas Kota Kupang.....	76
Gambar 16 Caping/Tudung yang ditampilkan di Kampung Caping Kota Pontianak.....	76
Gambar 17 Kawasan Citra Niaga Samarinda.....	77
Gambar 18 <i>Website Smart City</i> Kota Semarang.....	78
Gambar 19 <i>Landmark branding</i> “Ambon City of Music”.....	86
Gambar 20 Ikon Gitar Di Taman Makmur Desa Amasuhu Kota Ambon.....	86
Gambar 21 <i>Landmark branding</i> “Titik 0” Yogyakarta.....	86
Gambar 22 Bunga Tabebuya pada beberapa ruas jalan Kota Magelang.....	87
Gambar 23 Aplikasi “MyKopay” Kota Payakumbuh.....	98