

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
INTISARI .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Kerangka Pemikiran .....	7
1. Komunikasi Politik .....	7
2. Opini Publik .....	10
3. Partisipasi Politik .....	11
3.1. Faktor-faktor yang memengaruhi Partisipasi Politik .....	13
4. <i>Crowdsourcing</i> .....	14
5. <i>City Branding</i> .....	15

6. <i>City Rebranding</i> .....	20
7. Legitimasi .....	21
F. Kerangka Konsep .....	23
G. Metodologi Penelitian .....	28
1. Objek Penelitian .....	29
2. Teknik Pengumpulan Data .....	29
3. Teknik Analisis Data .....	30
BAB II PERKEMBANGAN <i>CITY BRANDING</i> DAN <i>CROWDSOURCING</i> .....	32
A. Pemanfaatan <i>City Branding</i> .....	33
B. Proses <i>City Branding</i> dan Pemanfaatan Sistem <i>Crowdsourcing</i> .....	37
C. Respon terhadap <i>City Branding</i> .....	44
BAB III “JOGJA ISTIMEWA” .....	48
A. Sejarah DIY .....	48
B. Keistimewaan DIY .....	53
1. <i>Sabdatama Raja</i> .....	53
2. <i>Jogja Renaissance</i> (9 Arah Pembangunan Jogja) .....	53
3. Implementasi UU Keistimewaan DIY .....	54
C. <i>City Branding</i> Jogja .....	55
a) Perkembangan Branding Jogja .....	55
(1) Branding Jogja Periode 2001-2014 “ <i>Jogja Never Ending Asia</i> ” .....	55
(2) <i>Branding</i> Baru Jogja “ <i>Jogja Istimewa</i> ” .....	58
D. Penggunaan <i>New Media</i> dalam <i>Crowdsourcing</i> .....	61
E. Tim 11 .....	61
BAB IV PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM <i>REBRANDING</i> JOGJA .....	65
A. Proses <i>City Rebranding</i> Jogja .....	68
B. Analisis .....	88

1. <i>Internal Culture</i> .....	91
a. Diskusi internal terhadap visi & strategi .....	91
b. Pembentukan struktur organisasi yang tepat .....	92
c. Pembagian tugas untuk departemen .....	94
d. Koordinasi departemen .....	95
2. <i>Local communities</i> .....	97
a. Diskusi publik dengan masyarakat lokal terhadap visi & strategi .....	97
b. Pembentukan representasi dan partisipasi masyarakat lokal dalam semua tahapan strategi .....	98
c. Menyeimbangkan tujuan dengan dampak strategi .....	100
3. <i>Synergies</i> .....	101
a. Diskusi publik dengan para <i>stakeholder</i> mengenai visi & strategi ...	102
b. Eksplorasi dengan pihak eksternal terhadap peluang kerja sama dan upaya tambahan .....	103
c. Pembagian tugas bagi para <i>stakeholder</i> atau pemangku kepentingan dan koordinasi .....	103
d. Perencanaan proyek kerja sama dengan <i>stakeholder</i> internal dan eksternal .....	104
e. Kemitraan Pemerintah - Swasta .....	104
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	111
A. Kesimpulan .....	111
B. Saran .....	115
1. Saran Bagi Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta .....	115
2. Saran Akademis .....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	117
LAMPIRAN .....	122