



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
INTISARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Gap Toritis .....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Proposisi Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian .....	5
1.7. Batasan Penelitian .....	6
1.7.1 Areal .....	6
1.7.2 Substansial .....	6
1.7.3 Waktu .....	6
1.8. Keaslian Penelitian.....	6
1.9. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Citra Kota .....	11
2.1.1 Definisi Citra Kota .....	11



2.1.2 Komunikasi Citra Kota .....	13
2.1.1 Pembentukan Citra Kota .....	17
2.2 Persepsi.....	19
2.3 Pasar Tradisional .....	20
2.4 Citra Pasar Tradisional .....	21
2.5 City Branding .....	27
2.5.1 Konsep City Branding .....	27
2.5.2 Keberhasilan City Branding .....	30
2.6 Keterkaitan Pasar Tradisional dengan Citra Kota .....	36
2.7 Keterkaitan Citra Kota dengan City Branding .....	37
2.8 Keterkaitan Citra Pasar Tradisional dengan City Branding .....	37
2.9 Kerangka Teori.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	41
3.2 Unit Amatan dan Unit Analisis .....	42
3.2.1 Unit Amatan .....	42
3.2.2 Unit Analisis .....	42
3.3 Populasi, Sampel, dan Metode Sampling.....	47
3.4 Alat dan Instrumen Penelitian .....	56
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	58
3.5.1 Data Primer .....	58



3.5.2 Data Sekunder .....	58
3.6 Metode Analisis Data .....	59
3.6.1 Pengolahan Data dan Analisis Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Keberhasilan City Branding .....	61
3.6.2 Pengolahan Data dan Analisis Atribut Citra Pasar Tradisional yang Mempengaruhi Keberhasilan City Branding .....	73
3.7 Pentahapan Penelitian.....	74
3.8 Desain Penelitian .....	76
<b>BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....</b>	<b>77</b>
4.1 Deskripsi Wilayah Administrasi .....	77
4.2 Dekripsi Fisik dan Keruangan.....	79
4.3 Pasar Tradisional Kota Surakarta .....	81
4.4 Deskripsi Kependudukan .....	83
4.5 Deskripsi Ekonomi Wilayah .....	84
4.6 Deskripsi Sosial dan Budaya.....	85
4.7 Implementasi City Branding Kota Surakarta .....	86
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>88</b>
5.1 Pengaruh Citra Pasar Tradisional Terhadap Keberhasilan City Branding Kota Solo .....	88
5.1.1 Pembentukan Atribut Citra Pasar.....	88
5.1.2 Model Hubungan dan Pengaruh Citra Pasar Tradisional dan Keberhasilan City Branding .....	92



5.1.3 Diskusi dan Pembahasan .....	96
5.2 Atribut Citra Pasar Tradisional yang Mempengaruhi Keberhasilan City Branding Kota Solo .....	99
5.2.1 Atribut Kondisi Pasar Tradisional .....	101
5.2.2 Atribut Reputasi Pasar Tradisional .....	105
5.2.3 Diskusi dan Pembahasan .....	110
5.3 Hasil Temuan dan Keterkaitan dengan Teori .....	113
5.3.1 Hasil Temuan .....	113
5.3.2 Keterkaitan dengan Teori .....	115
BAB VI Kesimpulan dan Saran .....	120
6.1 Kesimpulan .....	120
6.2 Saran .....	121
DAFTAR PUSTAKA .....	123
LAMPIRAN .....	127
Lampiran 1: Desain Pengambilan Responden Penduduk .....	127
Lampiran 2: Tahapan Pemilihan Pasar Tradisional sebagai Unit Amatan .....	128
Lampiran 3: Kriteria Responden yang Dijadikan Sampel .....	130
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	131
Lampiran 5: Ouput SPSS Analisis Faktor .....	132
Lampiran 6: Ouput SPSS Uji Regresi Model 1 .....	134
Lampiran 7: Output SPSS Uji Regresi Model 2 .....	139



Lampiran 8: Desain Kuesioner.....	143
Lampiran 9: Hasil Rekapitulasi Kuesioner .....	150



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian.....	8
Tabel 2.1 Perbedaan Identitas dan Citra .....	20
Tabel 2.2 Deduksi Teori Citra Pasar Tradisional.....	26
Tabel 2.3 Deduksi Teori Keberhasilan City Branding.....	33
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Citra Pasar Tradisional .....	42
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Keberhasilan City Branding.....	44
Tabel 3.3 Daftar Anggota Sampel.....	53
Tabel 3.4 Kebutuhan Data Sekunder .....	59
Tabel 3.5 Matriks Skoring Variabel Citra Pasar Tradisional.....	62
Tabel 3.6 Matriks Skoring Variabel City Branding .....	63
Tabel 3.7 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	70
Tabel 3.8 Komposisi Butir-Butir Pertanyaan dalam Dimensi Keberhasilan City Branding.....	72
Tabel 4.1 Kepadatan Penduduk Kota Surakarta Tahun 2015 .....	83
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Usia Kerja Berdasarkan Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Surakarta Tahun 2015 .....	84
Tabel 5.1 Hasil Output SPSS Komponen Pengelompokkan Atribut Baru .....	89
Tabel 5.2 Komposisi Atribut Penyusun Citra Pasar Tradisional dalam Atribut Baru Pembentuk Citra Pasar Tradisional.....	89
Tabel 5.3 Hasil Output SPSS Hubungan Atribut Penyusun Citra Pasar Tradisional dengan Atribut Baru Pembentuk Citra Pasar Tradisional .....	90
Tabel 5.4 Hasil Output SPSS Hubungan Atribut Penyusun Citra Pasar Tradisional dengan Atribut Baru Pembentuk Citra Pasar Tradisional .....	91
Tabel 5.5 Hasil Output SPSS Hubungan Atribut Penyusun Citra Pasar Tradisional dengan Atribut Baru Pembentuk Citra Pasar Tradisional .....	92
Tabel 5.6 Interpretasi Model Regresi Secara Umum .....	94
Tabel 5.7 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi .....	94
Tabel 5.8 Perumusan Model Regresi Terpilih .....	95
Tabel 5.9 Hasil Ouput SPSS Uji t.....	100



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Komunikasi Citra Kota.....	14
Gambar 2.2 Model Citra Kota.....	17
Gambar 2.3 Skema Strategi City Branding.....	29
Gambar 2.4 Hexagon City Brand Index.....	32
Gambar 3.1 Kerangka Populasi.....	47
Gambar 3.2 Kerangka Populasi Penduduk.....	49
Gambar 3.3 Kerangka Sampling Penduduk.....	51
Gambar 3.4 Skema <i>Multistage Sampling</i> .....	52
Gambar 3.5 Kerangka Sampling Wisatawan.....	54
Gambar 3.6 Grafik Kriteria Responden Menurut Jenis Kelaminnya.....	54
Gambar 3.7 Grafik Kriteria Responden Menurut Usianya.....	55
Gambar 3.8 Grafik Kriteria Responden Menurut Pekerjaannya.....	56
Gambar 4.1 Peta Administratif Kota Solo.....	77
Gambar 4.2 Grafik Jumlah Kelurahan, RW, dan RT di Surakarta Tahun 2015 .....	78
Gambar 4.3 Diagram Penggunaan Lahan di Kota Surakarta.....	79
Gambar 4.4 Grafik Perkembangan Sarana Perdagangan Kota Surakarta Tahun 2005-2009 (unit/buah).....	80
Gambar 4.5 Peta Persebaran Pasar Tradisional Kota Solo.....	81
Gambar 4.6 Distribusi Presentase PDRB ADHB Tahun 2015.....	84
Gambar 4.7 Diagram Lapangan Usaha Penduduk Kota Solo Tahun 2015.....	85
Gambar 4.8 Kirab Budaya Pasar di Pasar Gedhe Solo.....	87
Gambar 5.1 Grafik Presentase Reponden yang Memberikan Jawaban Positif pada Dimensi Keberhasilan City Branding.....	96
Gambar 5.2 Grafik Tingkat Keberminatan Penduduk Berkunjung ke Pasar Tradisional.....	101
Gambar 5.3 Grafik Tingkat Kesenangan Penduduk Terhadap Kondisi Pasar Tradisional.....	102
Gambar 5.4 Grafik Tingkat Daya Tarik Pasar Tradisional bagi Penduduk.....	103



Gambar 5.5 Grafik Tingkat Keberminatan Wisatawan Berkunjung ke Pasar Tradisional.....	103
Gambar 5.6 Grafik Tingkat Daya Tarik Pasar Tradisional bagi Wisatawan .....	104
Gambar 5.7 Grafik Tingkat Kesenangan Wisatawan Terhadap Kondisi Pasar Tradisional.....	104
Gambar 5.8 Grafik Tingkat Pengetahuan Penduduk tentang Keberadaan Pasar Tradisional.....	105
Gambar 5.9 Peta Presentase Responden Penduduk yang Mengetahui Pasar Tradisional.....	106
Gambar 5.10 Grafik Penilaian Penduduk tentang Komoditas Pasar Tradisional .....	106
Gambar 5.11 Grafik Intensitas Kunjungan Penduduk ke Pasar Tradisional.....	107
Gambar 5.12 Grafik Tingkat Pengetahuan Wisatawan tentang Keberadaan Pasar Tradisional.....	108
Gambar 5.13 Peta Presentase Responden Wisatawan yang Mengetahui Pasar ..	108
Gambar 5.14 Grafik Penilaian Wisatawan tentang Komoditas Pasar Tradisional .....	109
Gambar 5.15 Grafik Grafik Intensitas Kunjungan Wisatawan ke Pasar Tradisional .....	109
Gambar 5.16 Peta Klasifikasi Keberhasilan Pasar Tradisional sebagai Media City Branding .....	112