



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL, BAGAN DAN GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3. BATASAN MASALAH	5
1.4. TUJUAN PENELITIAN	6
1.5. MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.6. KERANGKA PEMIKIRAN	6
1.6.1. Brand	7
1.6.1.1. Definisi Brand.....	7
1.6.1.2. Proses Brand Diciptakan.....	7
1.6.1.3. Perbedaan Fokus Terbentuknya Brand antara Produk Fisik dan Jasa	8
1.6.1.4. Manfaat Brand	9
1.6.2. City Branding	9
1.6.2.1. Definisi City Branding.....	9
1.6.2.2. Perbedaan City Brand dan Product Brand	11
1.6.3. <i>Citizen Branding</i>	12
1.6.4. Strategi <i>Rebranding</i>	12
1.6.5. Citra (<i>Image</i>)	13
1.7. KERANGKA KONSEP	16
1.7.1. Proses Terbentuknya Citra Kota di Benak Konsumen.....	16



1.7.2. Area Aktifitas untuk Pengembangan <i>City Branding</i>	17
1.7.3. Proses Komunikasi dalam Membentuk Citra Kota	17
1.8. METODE PENELITIAN	18
1.8.1. Jenis Penelitian	18
1.8.2. Jenis Data	19
1.8.2.1. Data Primer	29
1.8.2.2. Data Sekunder	29
1.8.3. Teknik Pengumpulan Data	29
1.8.3.1. Wawancara	29
1.8.3.2. Dokumentasi	21
1.8.4. Narasumber dan Informan Penelitian	21
1.9. Teknik Analisis Data	22
BAB II	24
TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. CITY BRANDING, CITRA, DAN IDENTITAS	24
2.1.1. Definisi City Branding	24
2.1.2. Praktek City Branding di Indonesia	25
2.1.3. Citra dan Identitas Kota	26
2.1.4. <i>Citizen Brand</i>	32
BAB III	35
PROFIL OBJEK PENELITIAN	35
3.1. PENGANTAR	35
3.2. GAMBARAN UMUM DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	35
3.2.1. Profil Wilayah	35
3.2.2. Sejarah	35
3.2.3. Visi dan Misi	40
3.3. PROFIL BAPPEDA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA	42
3.3.1. Sejarah BAPPEDA Daerah Istimewa Yogyakarta	42
3.3.2. Visi dan Misi	46
3.3.3. Struktur Organisasi BAPPEDA Daerah Istimewa Yogyakarta	48



BAB IV	49
PEMBAHASAN	49
4.1. CITY REBRANDING JOGJA ISTIMEWA	49
4.1.1. Linimasa Proses Perubahan Logo <i>City Brand</i> DI. Yogyakarta	50
4.1.1.1. Jogja Never Ending Asia	50
4.1.1.2. Jogja New Harmony	51
4.1.1.3. Gerakan JogjaDaruratLogo	52
4.1.1.4. Jogja Istimewa	54
4.1.2. Upaya Untuk Mewujudkan Tujuan City Branding Jogja Istimewa oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta	55
4.1.2.1. Sosialisasi Nilai Jogja Istimewa	56
4.1.2.2. Rencana Pembentukan Dewan City Branding	66
4.1.2.3. Pembangunan Seni Instalasi di Sepanjang Jalan Malioboro	67
4.1.2.4. Pengadaan Infrastruktur WIFI Gratis JOGJA-ISTIMEWA	69
4.1.2.5. Rencana Pembangunan Underpass di Jalan Panembahan Senopati .	71
4.1.2.6. Internalisasi Nilai Keistimewaan dengan Mainstreaming	72
4.1.2.7. Remodeling Website VisitingJogja.com.....	73
4.1.2.8. Pembuatan Aplikasi Mobile VisitingJogja	74
4.1.2.9. Promosi Pariwisata di Berbagai Media.....	75
4.1.3. Komunikasi Citra Kota dalam City Branding Jogja Istimewa	75
4.1.4. Area Aktifitas dalam <i>City Branding</i> Jogja Istimewa.....	78
4.1.5. Kendala yang ada dalam City Branding Jogja Istimewa.....	79
4.1.6. Tantangan yang Dihadapi dalam City Branding Jogja Istimewa	81
BAB V	82
PENUTUP.....	82
5.1. PENGANTAR	82
5.2. SIMPULAN	82
5.3. SARAN	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL, BAGAN DAN GAMBAR

BAGAN

Bagan 1 Proses Komunikasi dalam Membentuk Citra Kota.....	18
Bagan 2 Analisis data interaktif model Miles dan Huberman	22

GAMBAR

Gambar 1 Logo Jogja Istimewa	3
Gambar 2 Perbedaan Fokus	8
Gambar 3 Proses Terbentuknya Citra	16
Gambar 4 Hexagon aktifitas dalam city branding.....	17
Gambar 5 Star Model	29
Gambar 6 Logo Jogja Never Ending Asia	50
Gambar 7 Logo Jogja New Harmony	51
Gambar 8 Logo Jogja Istimewa	54
Gambar 9 Reklame kosong milik TECMA yang digunakan.	58
Gambar 10 CD/DVD Sosialisasi Jogja Istimewa.....	59
Gambar 11 Banner Gerakan Sablon Gratis Jogja Istimewa.....	60
Gambar 12 Kegiatan Sablon Gratis di Titik Nol Kilometer.	60
Gambar 13 Poster resmi dari acara karnaval Jogja Gumregah	61
Gambar 14 Meriahnya antusiasme warga di acara Jogja Gumregah	62
Gambar 15 Salah satu komunitas seni yang terlibat Jogja Gumregah.....	62
Gambar 16 Sri Sultan HB X dan Tim 11 meluncurkan logo baru Yogyakarta. ...	63
Gambar 17 Patung Gajah Putih di kawasan Nol Kilometer.....	68
Gambar 18 Salah satu seni instalasi karya seniman di wilayah Nol Kilometer....	68
Gambar 19 Salah satu seni instalasi karya seniman di Jl. Malioboro	69
Gambar 20 Jaringan dan antarmuka WIFI gratis JOGJA-ISTIMEWA	70
Gambar 21 Lokasi rencana pembangunan underpass	71
Gambar 22 Tampilan lama visitingjogja.com.....	73
Gambar 23 Tampilan baru visitingjogja.com.....	73



Gambar 24 Antarmuka Aplikasi VisitingJogja	74
Gambar 25 Komunikasi Citra Kota dalam City Branding Jogja Istimewa	75
Gambar 26 Area Aktifitas City Branding Jogja Istimewa	78

TABEL

Tabel 1 Perbedaan City Brand dan Product Brand	12
--	----