

**FILM SEBAGAI MEDIA *BRANDING* KABUPATEN RAJA AMPAT**  
(Study deskriptif aktivitas *branding* Kabupaten Raja Ampat sebagai Kabupaten  
Bahari dengan media film)

***MOVIES FOR MEDIA BRANDING RAJA AMPAT REGENCY***  
(*Descriptive study of branding activity for Raja Ampat Regency in Branding  
Activity as Marine Regency with the movies media*)

**Skripsi**

Skripsi ini diajukan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat  
untuk mencapai gelar sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dalam  
Jurusan Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

**Ari Kusmiadi**  
**20030530209**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**2009**

## **SKRIPSI**

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 4 Agustus 2009  
Tempat : R. Hibah Ilmu Komunikasi

### **SUSUNAN TIM PENGUJI**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)  
Tanggal 12 Maret 2009

**Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si**  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

## Resapan kata-kata:

*“Detik tanpa proses **MUBAJIR!**”*  
(coretan kawan di dinding sanggar)

*“**Aku bukan Si Bodoh dan Si Tolol yang selalu merengek dan menangis .....**”*  
(coretan teman yang sedang mengobati dirinya)

*“**Sekali berarti, setelah itu mati**”*  
(Chairil Anwar)

*“**Tidak ada yang salah dan benar, yang ada hanya  
Yang menyalahkan dan yang merasa benar**”*  
(ucapan bijak seorang teman waktu ngopi)

*“**Waktu akan menghakimi yang mempergunakannya**”*  
(AA Gim)

*“**Barang siapa menempuh perjalan malam  
Niscaya ia akan menemukan fajar**”*  
(Kahlil Gibran)

Dari penulis :

***“Kemarin adalah cerita sedangkan esok adalah mystery,  
Seketsa-seketsa itu pada waktunya  
akan mendapatkan bentuk yang lebih ...”***

***“Tidak ada yang tidak mungkin,  
Kecuali menelan kepala sendiri !”***



**Karya ini dipersembahkan untuk:**

Kedua orang tuaku:

**E. Koestaman & Y. Nurhasunah**

Berkat perantara mereka saya turun ke dunia  
Atas kasih sayangnya saya tumbuh  
Dalam pangkunya adalah rindu-rindu  
Yang selalu sabar dan tegar di putaran hidup  
Terimakasih atas doanya yang selalu menyelimutiku

**Om Zack (alm)**

Berkatmu saya masuk kuliah  
Semangat hidupnya jadi panutanku  
Aku BISA!

**Mih Ating (alm)**

Neneku, yang merawatku waktu ku kecil  
Dan kata orang, dia seolah menjadikanku cucu emasnya

**Saudara-saudaraku,** yang senantiasa turut mendukung  
Dan mendoakanku

Istriku tercinta:

**Dina Fathiya Mariyam**

Selalu setia disisiku, bersabar merawat bunga kasih  
Mereka-reka rencana tuk menikmati senja



## UCAPAN TERIMAKASIH

Allah SWT.

Nabi Muhammad SAW.

Jurusan Ilmu Komunikasi UMY

DOSEN PEMBIMBING: Muria Endah S., S.IP., M.Si.

DOSEN PENGUJI: Zuhdan Aziz, S.IP, S.sn. dan Krisna Mulawarman, S.Sos.

Pak Jono dan Mbak Siti atas informasi tentang skripsi s/d wisuda

**TEATER AMBANG WURUK TASIKMALAYA**, rumah kedua tempat proses hidup dari A s/d Z walau terkesan seperti tempat pelarian namun kita telah melakukan banyak hal yang hampir mustahil.

**ASDRAFI**, merupakan kawah candradimuka sebelum masuk UMY.

**CINEMA KOMUNIKASI (CIKO)**, disini kita berkumpul lalu "*lets rec n' play*".

**KOMAKOM**, merintis walau meringis dan tertepis.

**KOST CASANOVA**, kamar berantakan dan satu-satunya penghuni yang nyicil bayar kost.... Terimakasih Pak Murti.

**IKD'03**, Ceria waktu makrab di pantai Drini.

**My PC (intel Celeron P3)**, berkatnya bisa nyambung hidup.

**GITAR TUA**, obat segala suasana hati.

**KITA INDIE FILM**, film horror kita juara 1 di ujian mata kuliah Audio Visual.

**MAYA PRODUCTION**, film kita tembus Festival Film Global TV.

**REBUNG SEGER**, tempat kita belajar iklan.

**CLUB PEMUJA A+**, film kita sempet masuk nominasi di festival dan ratingnya paling TOP di youtube.

**REC PRODUCTION**, bendera kita dari *shooting* manten sampai yang lainnya.

**LAB IK**, pernah kerja disini.

**KKN KELOMPOK JAY-JUS**, gambarin dinding TK setelah gempa.

**TALIANET**, merintis dari awal.

**KANTIN MAK IJAH**, tempat ngopi sambil bincang-bincang sampai ngutang.

**LAYAR NUSANTARA PRODUCTION**, yang membawa keliling Papua Barat.

**MAX ADV**, banyak ngasih job.

**TAKOYAKI**, bosnya banyak pinjamin buku.

**HIDEN PROJECT**, pinjamin buku.

dan

Temen-temen yang telah melakukan banyak hal, seperti:

*"Menyaksikan siput balapan, meneropong gajah dengan sedotan,*

*Petak umpet di lapangan sepak bola, mendayung dengan lidi,*

*Menyisir rambut si Gundul, dan menangisi*

*Arjuna, Hanoman serta kawan-kawannya yang terperangkap di etalase toko".*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* rabbi'l'amin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Pada proses penyusunan skripsi ini penulis menemukan kendala dan kesulitan sehingga penulis sebelumnya memohon maaf jika masih jauh untuk mencapai kesempurnaan di dalamnya.

Karya tulis ini menganalisis aktivitas *branding* yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Raja Ampat lewat film dokumenter "Raja Ampat Kabupaten Bahari". Penelitian ini termasuk dalam sebuah paradigma kritis sebagai karya tulis untuk memperoleh gelar sarjana di Perguruan Tinggi. Skripsi ini belum pernah diterbitkan oleh orang lain kecuali referensi yang ada dalam naskah dan telah disebutkan pada daftar pustaka.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 27 Juni 2009

**Penulis**

**Ari Kusmiadi**

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Ari Kusmiadi (20030530203)**

**Film Sebagai Media *Branding* Kabupaten Raja Ampat**

Tahun skripsi: 2009: xi + 167 hal + Lampiran + 3 hal tabel + Daftar Kepustakaan:  
19 Buku + 1 sumber online (2006-2009) + 5 orang narasumber + 4 edisi tabloid

Studi ini menganalisis aktivitas *branding* yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Raja Ampat dengan menggunakan media film dokumenter yang berjudul “Raja Ampat Kabupaten Bahari”. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui bagaimana aktivitas *branding* lewat film yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Raja Ampat dalam memperkenalkan Kabupaten Raja Ampat sebagai “*Kabupaten bahari*”. Metodologi penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus, desain kasus tunggal holistik (*single holistik*) yang merumuskan pada suatu obyek penelitian (kasus) secara intensif dan mendetail. Penelitian ini berhasil mengungkap efektifitas film dalam membangun *brand* dan mempromosikan suatu daerah, pentingnya membangun unsur cerita, cara bertutur dan mengidentifikasi penonton dalam penggarapan sebuah film dokumenter.

Kata Kunci : Aktivitas *branding*, Film dokumenter

## ***ABSTRACT***

***Muhammadiyah University of Yogyakarta***

***Faculty of Social and Political Sciences***

***Department of Communication Studies***

***Advertising Concentration***

***Ari Kusmiadi (20030530203)***

***Movies For Media Branding Raja Ampat Regency***

*College years: 2009: xi + 167 p. + Annex + 3 + list the table + libraries : 19*

*Books + 1 online source (2006-2009) + 5 + persons 4 edition tabloids*

*This study analyzes the branding activities that undertaken by the Government of Raja Ampat Regency with the media documentary film titled "Raja Ampat as Marine Regency". Goal of this research is to find out how the film through branding activities undertaken by the District government in Raja Ampat Raja Ampat Regency introduced as a "Marine Regency". The methodology of this research uses the case study method of research, holistic single case design (single holistic) that focus on an object of research (cases) and the intensive play. This study reveals the effectiveness of the film was successful in building a brand and promoting a region, the importance of building elements of the story, how to identify audiences and expression in making the documentary film.*

*Keywords: Branding activities, Documentary film*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN RESAPAN KATA-KATA .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat penelitian.....	9
E. Kerangka teori.....	10
1. Komunikasi pemasaran sebagai strategi dalam mengkomunikasikan merek.....	10
a) Segmentasi.....	11
b) <i>Targeting</i> .....	11
c) <i>Positioning</i> .....	12
d) <i>Diferensiasi</i> .....	13
e) <i>Marketing mix</i> .....	14
f) <i>Selling</i> .....	14
g) <i>Brand</i> .....	15
h) <i>Service</i> .....	16
i) Proses .....	16
Strategi komunikasi pemasaran .....	17
a. Mengenali sasaran komunikasi.....	17
b. Pemilihan media komunikasi .....	17
c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi.....	18
d. Peranan komunikator dalam komunikasi .....	19
1) Daya tarik sumber (komunikator) .....	19
2) Kredibilitas sumber.....	19
2. <i>Branding</i> sebagai salah satu aktivitas dalam komunikasi pemasaran .....	20
a) <i>Brand awareness</i> (kesadaran merek).....	23

b) <i>Perceived quality</i> .....	24
c) <i>Brand association</i> .....	24
d) <i>Brand loyalty</i> .....	24
Delapan tahapan dalam mengembangkan program komunikasi dan promosi .....	25
a. Mengidentifikasi <i>audience</i> sasaran .....	25
b. Menentukan tujuan komunikasi .....	25
c. Merancang pesan.....	25
d. Memilih saluran komunikasi.....	25
e. Mengalokasikan total anggaran promosi .....	26
f. Memutuskan mengenai bauran promosi .....	26
g. Mengukur hasil promosi .....	26
h. Mengatur dan mengelola komunikasi pemasaran yang terintegrasi.....	26
3. Film dokumenter sebagai media komunikasi .....	27
Perkembangan film dokumenter.....	29
1) Faktor teknologi .....	29
2) Dimensi sosiologi.....	29
3) Segi estetik .....	29
Faktor penentu aspek estetika dalam sebuah film dokumenter .....	29
1) Bentuk pengamatan kreatif .....	30
2) Bentuk pengamatan proaktif.....	30
3) Gaya ilustratif.....	30
4) Gaya asosiatif.....	30
4. Karakteristik film .....	31
F. Metode Penelitian .....	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Metode penelitian.....	36
3. Obyek peneitian .....	37
4. Lokasi penelitian .....	37
5. Teknik pengumpulan data.....	37
a. Observasi .....	37
b. Wawancara .....	38
c. Studi kepustakaan.....	38
d. Dokumentasi.....	38
6. Teknik analisis data.....	39
a. Reduksi data .....	39
b. Kategorisasi .....	40
c. Sintesisasi .....	40
7. Validasi data.....	40
8. Sistematika penulisan.....	43

<b>BAB II. PROFIL UMUM</b> .....	44
A. Profil pemerintah Kabupaten Raja Ampat .....	44
1. Gambaran umum Kabupaten Raja Ampat.....	44
2. Visi dan misi Kabupaten Raja Ampat .....	46
3. Logo dan arti nama Raja Ampat.....	47
4. Komoditas unggulan Kabupaten Raja Ampat .....	47
5. Raja Ampat Kabupaten Bahari.....	48
6. Struktur bagan.....	52
a. Struktur organisasi BAPPEDA Kabupaten Raja Ampat .....	52
b. Struktur organisasi dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Raja Ampat .....	53
c. Struktur organisasi Humas Kabupaten Raja Ampat .....	53
d. Struktur organisasi dinas kelautan dan perikanan Kabupaten Raja Ampat .....	54
B. Profil CV. Matahari Digital Image.....	54
1. Gambaran umum CV. Matahari Digital Image .....	54
2. Logo CV. Matahari Digital Image.....	55
3. Data personal CV. Matahari Digital Image .....	55
C. Profil Layar Nusantara Production.....	57
D. Film dokumenter "Raja Ampat Kabupaten Bahari" .....	61
1. Keterangan film .....	61
2. Pelaksanaan produksi film "Raja Ampat Kabupaten Bahari" .....	62
3. Karakter pencapaian film.....	63
4. Ide pokok, tema dan sinopsis film "Raja Ampat Kabupaten Bahari" .....	63
5. Skenario film "Raja Ampat Kabupaten Bahari" .....	66
 <b>BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	 75
A. Data Hasil Penelitian.....	75
1. Branding Kabupaten Raja Ampat sebagai Kabupaten Bahari .....	75
2. Film dokumenter sebagai media <i>branding</i> .....	81
a) Menentukan analisis internal dan eksternal.....	82
1. Analisis internal .....	82
2. Analisis eksternal.....	83
b) Tujuan/objektif .....	85
c) Khalayak sasaran .....	85
d) Strategi kreatif .....	86
e) Perencanaan/ <i>planning</i> .....	86
1. Pra produksi .....	86
i. Membentuk tim riset.....	87
ii. Riset .....	87
iii. Olah data .....	88

iv.	Skenario film .....	91
v.	Survai lokasi .....	93
vi.	Kalkulasi anggaran biaya produksi.....	93
2.	Produksi .....	97
3.	Pasca produksi .....	98
f)	Implementasi (distribusi).....	99
g)	Evaluasi .....	99
B.	Pembahasan.....	101
	penerapan Konsep segitiga <i>Positioning-Differensiasi-Brand</i> untuk Kabupaten Raja Ampat.....	102
	tiga basis <i>differentiation</i> .....	104
	tujuh langkah dari delapan yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Raja Ampat dalam mengembangkan komunikasi dan promosi merek.....	106
a)	Mengidentifikasi <i>Audience</i> Sasaran.....	106
b)	Menentukan Tujuan Komunikasi.....	106
c)	Menentukan pesan.....	107
d)	Pemilihan saluran komunikasi.....	107
e)	Mengalokasikan anggaran promosi.....	128
f)	Memutuskan mengenai bauran promosi.....	129
g)	Mengukur hasil promosi.....	129
	faktor penghambat dan pendukung jalannya kegiatan promosi lewat media film.....	133
a.	Faktor pendukung.....	134
b.	Faktor penghambat.....	135
<b>BAB IV. PENUTUP</b>	.....	136
A.	Kesimpulan.....	136
B.	Saran.....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	139

## LAMPIRAN

### DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar I.	Segitiga <i>Positioning-Differentiation-Brand</i> .....	23
Gambar II.	Struktur dramatik tiga babak .....	34
Gambar III.	Peta Kabupaten Raja Ampat .....	44
Gambar IV.	Logo Kabupaten Raja Ampat.....	47
Gambar V.	Struktur organisasi BAPPEDA Kabupaten Raja Ampat.....	52
Gambar VI.	Struktur Organisasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Raja Ampat .....	53

Gambar VII. Struktur Organisasi Humas Kabupaten Raja Ampat .....	53
Gambar VIII. Struktur Organisasi Dinas Kelautan dan Perikanan .....	54
Gambar IX. Logo Matahari Digital Image.....	55
Gambar X. Desain <i>Cover Case</i> DVD	
Film“Raja Ampat Kabupaten Bahari” .....	61
Table I. Skenario film “Raja Ampat Kabupaten Bahari” .....	66
Table II. Treatment film “Raja Ampat Kabupaten Bahari” .....	89
Table III. Kalkulasi anggaran biaya	
film “Raja Ampat Kabupaten Bahari” .....	94
Table VI. <i>Script breakdown</i> .....	97
Gambar XI. Contoh cover video DVD .....	98
Gambar XII. <i>Positioning-Differensiasi-Brand</i>	
untuk Kabupaten Raja Ampat .....	103
Gambar XIII. <i>Shot</i> peta Raja Ampat .....	111
Gambar XIV. <i>Shot</i> situs .....	112
Gambar XV. <i>Shot</i> Sekda .....	112
Gambar XVI. <i>Shot</i> Bupati Raja Ampat.....	113
Gambar XVII. <i>Shot</i> tugu dan taman kota.....	113
Gambar XVIII. <i>Shot</i> fasilitas publik .....	114
Gambar XIX. <i>Shot</i> bidang pendidikan dan kesehatan .....	115
Gambar XX. <i>Shot</i> ikan yang melimpah .....	115
Gambar XXI. <i>Shot</i> perairan bersih.....	116
Gambar XXII. <i>Shot</i> panorama bahari .....	117
Gambar XXIII. Grafik perikanan.....	117
Gambar XXIV. <i>Shot</i> panorama bawah laut.....	118
Gambar XXV. <i>Shot</i> tokoh masyarakat.....	119
Gambar XXVI. <i>Shot diving</i> .....	120
Gambar XXVII. <i>Shot</i> trumbu karang dan ikan .....	121
Gambar XXVIII. <i>Shot</i> kesenian lokal .....	121
Gambar XXIX. <i>Shot</i> narasumber pariwisata.....	122
Gambar XXX. <i>Shot</i> jet ski dan kano .....	123
Gambar XXXI. Struktur dramatik film	
“Raja Ampat Kabupaten Bahari” .....	126

