

**STRATEGI *BRANDING* PEMERINTAH KOTA TARAKAN
DALAM MEMPERKENALKAN TARAKAN SEBAGAI**

“THE NEW SINGAPORE”

**The Government Branding Strategy of Tarakan City in
Introduced Tarakan as *“The New Singapore”***



Disusun Oleh :

TUMARIYAH

20040530142

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

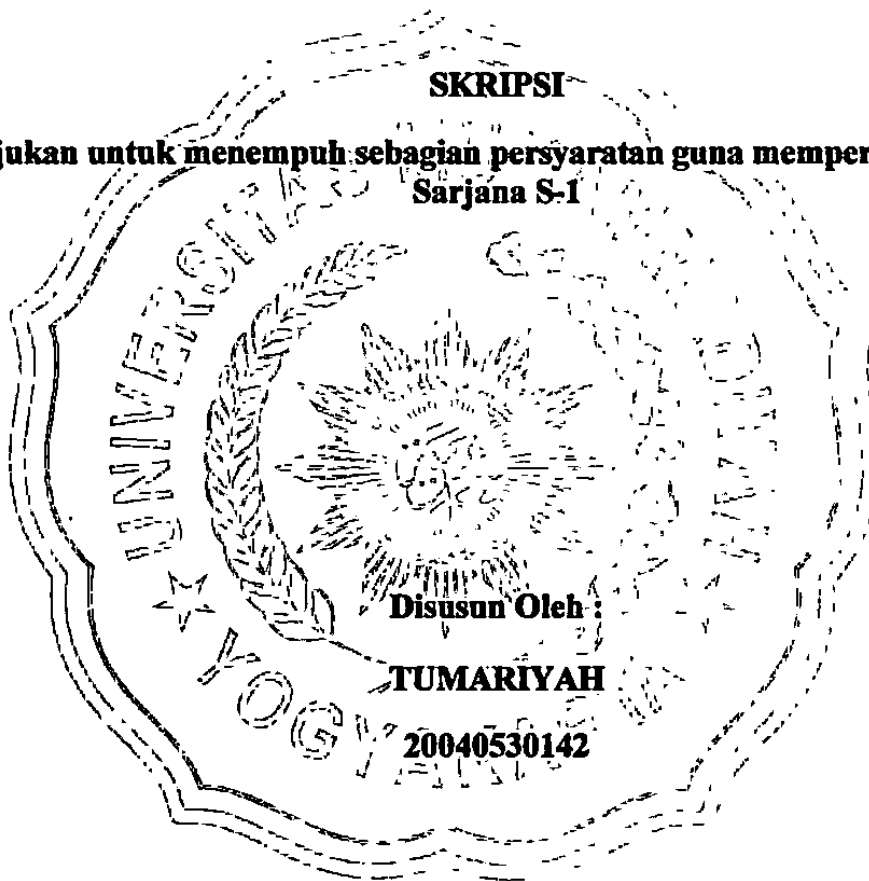
**STRATEGI *BRANDING* PEMERINTAH KOTA TARAKAN
DALAM MEMPERKENALKAN TARAKAN SEBAGAI**

“ THE NEW SINGAPORE ”

**The Government Branding Strategy of Tarakan City in
Introduced Tarakan as *“The New Singapore”***

SKRIPSI

**Diajukan untuk menempuh sebagian persyaratan guna memperoleh derajat
Sarjana S-1**



Disusun Oleh :

TUMARIYAH

20040530142

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

Karya kecil ini ku persembahkan untuk emak dan bapak aku Wartono dan Aminah, Saudara-saudara tercintaku, calon pendampingku kelak.



MOTTO

Dan bersabarlah karena Allah tiada menyia-nyikan orang yang
berbuat baik
(Q.S. HUD: 115)

Dengan iman dan akhlaq kita menjadi kuat
tanpa iman dan akhlaq kita menjadi lemah
(Ikrar Tapak Suci Putera Muhammadiyah)



“Lakukanlah yang terbaik hari ini, esok ini jangan menunggu!!!”

MOTTO

Dan perusahab karena Allah tiada mengis-uisikan orang yang

berbuat baik

(Q.S. HUND: 112)

Dengan iman dan ekhidat kita menjadi kuat
tanpa iman dan ekhidat kita menjadi lemah
(Kerut Jabak Suci Putera Muhammad)



[skunkanlah yang terbaik dan ini saat ini jangan menunggumu!!!



Maria Thank's to:

- ✚ Allah SWT yang telah menyayangi ku dalam hidup
- ✚ My parent and my family
- ✚ Tante Diah yang telah memberikan tempat ketika aku di Jogja
- ✚ Temen-temen kos 18 Gading Alkid Rini, Ika, Mba Dewi Blitar, TJ, Mike kebersamaan kita tak terlupakan
- ✚ Sahabatku Nurjanah, Yono kita temen dari kecil
- ✚ Kos Siswanti yang penuh dengan cerita panjang
- ✚ Kos Pondok Sakinah yang akan aku tinggalkan
- ✚ Temen-temen Cinema Komunikasi UMY disini aku mengerti dan belajar film, walaupun kemampuan aku tak banyak
- ✚ Temen-temen Semar Mesem Fotografi, mas Topik, mas Iwan, Kirun, Dedi Sobek, Jhovan, Butho, Agung, Bambang Dwi Sapoutro (Bambing) tempat aku belajar foto meski tak lama
- ✚ Temen-temen UKM Tapak Suci UMY disini aku belajar beladiri dan mencoba berprestasi, mas Timur Suryantara (timothy) pelatih tercinta, Farida, Wawan Darmawan, Zulfani, Mba Septi, Evo, Eko ucil, Leny, Army, Zalix, Danu, Abid, Ardi Serang, anak-anak TS 07-08 and don't forget Eko Ali yang jahil Wait me
- ✚ Putri, Dewi, De2 Kus2, and Kiki yang pernah menjadi temen dekat bersama terutama dikala haka hana

- ✚ Kelompok bermainku Fitri Mandiri Hatta (Phity), Astit Pramadani (tit), Kholila (amik), Anita(Noet), Angen Sodo (poepapank), Krisnaji(Ano), Fajar Kuriawan (orang yang pernah aku sukai), Fadin Gondronk, Surya, Mas Ari Kucing, mas Dhika (Gendong),Agi (cubluk"shapu-shapu"), Hermawan Handaka (pendek"hose-hose"), Agni (sutradara mesum),Fathur, Panjie, wilda, Galih, Tea, Imbank, Puji Rahmawati
- ✚ Kos Ibu Sri, Bambang Wahyu Saputro thanks udah menjadi tempat keluh kesah, ngerepoti dan direpoti, salam buat ucok, umar, eka, angga, aza
- ✚ Kata Tania tercinta kankah aku kembali lagi ๖๖๖๖

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahilahirabbil'alamin, segala puji penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan limpahan hidayahnya dan inayah-nya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi/tugas akhir dengan judul **Strategi Branding Pemerintah Kota Tarakan dalam Memperkenalkan Tarakan Sebagai "The New Singapore"**.

Skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua penulis yang selalu mendoakan untuk dapat menyelesaikan kuliah, my sister and my brother thank's sudah memberikan kesempatan.
2. Bpk. Ir. H. M. Dasron Hamid, M.Sc, Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bpk Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM selaku dsosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukandan arahan, sehingga skripsi ini selesai.
5. Bpk Krisna Mulawarman, S.Sos selaku dosen pembimbing II atas semua arahan, masukan dan koreksi-koreksi dan kesibukannya.
6. Ibu Muria Endah S.,S.IP,M.Si selaki dosen penguji yang telah memberikan pertanyaan, masukan, dan kritik guna perbaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

8. TU jurusan Bpk. Mujiono atas segala informasi dan bantuannya yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalasnya.
9. Bpk. dr. H. JUSUF SK selaku walikota Tarakan periode 1997-2008 terima kasih atas waktu luangnya untuk wawancara.
10. Bpk Muhammad Isa selaku Kasubag Humas Pemerintah Kota Tarakan yang memberikan informasi dan membantu dalam memperoleh data-data, dan dukungannya.
11. Seluruh jajaran Dinas dan Bagian Pemerintah Kota Tarakan yang telah membantu dalam memperoleh data.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah memberikan bantuan moril kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penelitian dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan melakukan penelitian. Oleh karenanya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Persembahan.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Abstraksi.....	xiii

Bab I PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
E.1 Komunikasi Pemasaran Sebagai Strategi dalam Mengkomunikasikan Merek.....	7
E.2 Strategi Pemasaran sebagai Perwujudan Komunikasi Pemasaran.....	18
F. Metode Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian.....	29
2. Metode Penelitian.....	29
3. Obyek Penelitian.....	30
4. Lokasi Penelitian.....	31

5. Teknik Pengumpulan Data.....	31
6. Teknik Analisis Data.....	32
7. Validitas Data.....	34

BAB II PROFIL UMUM

A. Gambaran Umum Kota Tarakan.....	38
1. Tarakan Pulau Minyak dan Pearl Harbour Indonesia.....	38
2. Visi Kota Tarakan.....	41
3. Misi Kopta Tarakan.....	42
B. Gambaran Umum Pemerintah Kota Tarakan.....	43
1. Logo dan Slogan Pemerintah Kota Tarakan.....	48
2. Slogan Pemerintah Kota Tarakan.....	51
C. Tarakan Sebagai The New Singapore.....	51

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Hasil Penelitian	
1. Kondisi Umum Kota Tarakan.....	61
2. Implementasi strategi branding pemerintah kota Tarakan dalam memperkenalkan Tarakan sebaai The New Singapore.....	72
D. Pembahasan	101

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	121
B. Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA