

**SOLO BATIK CARNIVAL DAN SOLO INTERNATIONAL
PERFORMING ART SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH
KOTA SURAKARTA DALAM UPAYA MELAKUKAN CITY BRANDING
“SOLO SEBAGAI KOTA BUDAYA”**

***SOLO BATIK CARNIVAL AND SOLO INTERNATIONAL PERFORMING
ART AS SURAKARTA GOVERNMENT’S COMMUNICATION MEDIA IN
CITY BRANDING “SOLO SEBAGAI KOTA BUDAYA”***

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1
(S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**Disusun Oleh:
Vadeani Perwitasari
2007 053 0158**

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

SKRIPSI

**SOLO BATIK CARNIVAL DAN SOLO INTERNATIONAL
PERFORMING ART SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH
KOTA SURAKARTA DALAM UPAYA MELAKUKAN CITY BRANDING
“SOLO SEBAGAI KOTA BUDAYA”**

**Skripsi ini diajukan guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Disusun Oleh:
Vadeani Perwitasari
2007 053 0158**

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

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 27 Juli 2013
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Yeni Rosilawati, S.IP., S.E, MM.

Penguji I

Penguji II

Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si.

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)**

Tanggal 27 Juli 2013

Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila di kemudian hari, karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yang Menyatakan,

Vadeani Perwitasari

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur tak terhingga Penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayahNya. Sebab hanya dengan ijin-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

“SOLO BATIK CARNIVAL DAN SOLO INTERNATIONAL PERFORMING ART SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURAKARTA DALAM UPAYA MELAKUKAN CITY BRANDING SOLO SEBAGAI KOTA BUDAYA”

Penulisan skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM sebagai Dosen Pembimbing. Di sela-sela kesibukan Beliau dengan segala ilmu yang dimilikinya membimbing dan memberikan arahan serta motivasi kepada Penulis untuk dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih serta menghaturkan rasa hormat atas segala pengorbanan Beliau selama penulisan ini.

Kepada bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si dan Ibu Muria Endah Sokowati, S.IP, M.Si selaku dosen penguji terimakasih banyak atas saran yang telah diberikan kepada penulis sehingga karya ini menjadi lebih baik.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada orang tua Penulis Bapak Ir. Djoko Sartono dan Ibu Ir. Sri Juwarni yang telah mencurahkan kasih sayang, perhatian, dorongan semangat, bantuan materiil, dan dukungan yang tak

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari dukungan dari banyak pihak.

Oleh karena itu Penulis ingin menghaturkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak H. Ir. Joko Widodo, yang telah meluangkan waktu disela kesibukan beliau pada saat sedang pencalonan diri sebagai Gubernur DKI Jakarta.
2. Bapak Budi Sartono, Bagian Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
3. Dra. Panut, Staaf Keperintahan Kota Surakarta yang juga telah banyak membantu penulis dalam melengkapi data-data yang dibutuhkan penulis.
4. Teman-teman Komunikasi angkatan 2007 yang telah saling menyemangati dan berjuang bersama selama ini. Thank guys for all your support.
5. Keluarga besar penulis di Banjarmasin dan Solo
6. Sahabat-sahabat, Ghina, Ipit, Icha dan Dadan yang selalu membantu dalam membangun semangat dan memotivasi.
7. Teman-teman KMW 5 PNPM Mandiri Perkotaan DIY
8. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis mengucapkan terimakasih dan rasa hormat setinggi-tingginya kepada semua pihak yang berperan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga bantuan yang telah diberikan kepada Penulis akan dibalas oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan masukan dan saran dari pembaca. Semoga

karya Penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi Penulis pribadi dan
umumnya kepada seluruh pembaca

Motto...

**THERE WILL BE A
RAINBOW AFTER A
HURRICANE
- ANONYMOUS**



Mama and Bapak

For your love, your spirit, your beautiful support words that always lift me up whenever I get down, for your endless praying. Thank you for believing me.

.....I love you both

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
ABSTRAK.....	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
E. Kerangka Teori.....	7
1. City Branding.....	7
2. Brand Communication.....	10
3. Event sebagai Media Komunikasi City Branding “Solo Sebagai Kota Budaya”.....	13
3.1 Pengertian Event.....	16
3.2 Tujuan Event.....	17

3.3 Fungsi Spesial Event.....	18
3.4 Jenis Spesial Event.....	19
3.5 Kriteria Event.....	22
F. Metode Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
3. Teknik Pengumpulan Data.....	28
a. Studi Pustaka.....	28
b. Wawancara.....	29
4. Teknik Analisis Data.....	30
a. Reduksi Data.....	31
b. Penyajian Data.....	32
c. Kesimpulan.....	33

BAB II

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

A. Deskripsi Singkat Kota Surakarta.....	34
1. Sejarah dan Geografis.....	34
2. Jumlah danPERTumbuhan Penduduk Kota Surakarta.....	36
3. Kondisi Perekonomian Daerah.....	37
4. Fasilitas Umum dan Sosial.....	38

B. Pemerintah Kota Surakarta.....	40
1. Perkembangan Pemerintah Kota Surakarta.....	41
2. Walikota atau Kepala Daerah yang pernah memerintah Kota Surakarta	42
C. Solo Kota Budaya.....	44
1. Visi Kota Surakarta.....	44
2. Misi Kota Surakarta.....	45
3. Strategi Umum.....	45
4. Strategi Khusus.....	46
5. Analisis SWOT Pemerintah Kota Surakarta.....	48
D. Solo Batik Carnival (SBC).....	52
1. Visi Solo Batik Carnival.....	52
2. Misi Solo Batik Carnival.....	52
3. Sasaran.....	52
4. Tujuan Solo Batik Carnival.....	53
5. Tema Solo Batik Carnival.....	54
E. Solo International Performing Art (SIPA).....	54
1. Tujuan SIPA.....	54
2. Sasaran.....	54
3. Audience.....	55
4. Peserta.....	55

5. Tema.....	55
--------------	----

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Data Hasil Penelitian.....	56
-------------------------------	----

1. Latar Belakang dibuatnya City Branding “Solo sebagai Kota Budaya”	56
--	----

2. Solo Batik Carnival (SBC) dan Solo International Performing Art (SIPA) sebagai Media Komunikasi Pemerintah Kota Surakarta.....	64
---	----

1. Solo Batik Carnival (SBC).....	67
-----------------------------------	----

2. Solo International Performing Art (SIPA).....	72
--	----

3. Media Komunikasi.....	77
--------------------------	----

4. Faktor Pendukung dan Penghambat.....	86
---	----

a. Faktor Pendukung.....	86
--------------------------	----

b. Faktor Penghambat.....	88
---------------------------	----

B. Analisis Data.....	89
-----------------------	----

1. City Branding “Solo sebagai Kota Budaya”.....	89
--	----

2. Brand Communication.....	94
-----------------------------	----

3. SBC dan SIPA sebagai Media Komunikasi City Branding “Solo sebagai Kota Budaya”.....	98
--	----

BAB IV	114
---------------	------------

KESIMPULAN.....	
------------------------	--

DAFTAR PUSTAKA	116
-----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Banyaknya Tamu yang menginap di Hotel Kota Surakarta Tahun 2009-2012.....	5
Tabel 2.1 Luas Wilayah Kota Surakarta Berdasarkan Sensus Tahun 2010.....	35
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk Kota Surakarta Tahun 2011.....	37
Tabel 2.3 Pertumbuhan Sektor Ekonomi Surakarta Tahun 2007-2011.....	38
Tabel 2.4 Jumlah Sekolah Tiap Kecamatan di Surakarta Tahun 2010/2011....	39
Tabel 2.5 Fasilitas Kesehatan Menurut Jenisnya di Kota Surakarta Tahun 2010-2011.....	40
Tabel 3.1 Daftar Objek Wisata Kota Surakarta.....	60
Tabel 3.2 Pelaksanaan SBC Setiap Tahun.....	68
Tabel 3.3 Tema dan Mekanisme SBC setiap Tahunnya.....	70

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Tujuan City Branding yang diharapkan Pemerintah Kota Surakarta.....	3
Bagan 1.2 Aspek Komunikasi City's Brand.....	10
Bagan 1.3 Proses Komunikasi.....	15
Bagan 1.4 Skala Event.....	22
Bagan 2.1 Bagan Konseptual Visi Misi Kota Solo.....	51
Bagan 3.1 Teori Joko Widodo dalam Upaya Branding “Solo sebagai Kota Budaya”	61

DAFTAR GRAFIK/CHART

Grafik 2.1 Distribusi Presentase Kegiatan Ekonomi 2011.....	38
Chart 3.1 Jumlah Wisatawan dan Masyarakat yang mengetahui SBC dan SIPA.....	85
Chart 3.2 Tagline yang diketahui Wisatawan dan Masyarakat Kota Surakarta	96

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Vadeani Perwitasari

20070530158

Event sebagai Media Komunikasi Pemerintah Kota Surakarta dalam Upaya melakukan City Branding “Solo sebagai Kota Budaya”

Tahun: 2013 + 116 halaman + 35 halaman lampiran

Daftar Pustaka: 16 buku + 5 Jurnal + 13 media online + 6 tabloid

Penelitian ini membahas tentang upaya Pemerintah Kota Surakarta dalam melakukan *city branding* “Solo sebagai Kota Budaya” melalui Solo Batik Carnival (SBC) dan Solo International Performing Art (SIPA) sebagai media komunikasinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran SBC dan SIPA sebagai media komunikasi *city branding* “Solo sebagai Kota Budaya” dan untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung Pemerintah Kota Surakarta dalam melakukan *city branding* “Solo sebagai Kota Budaya”.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan langkah-langkah sebagai berikut: (1) pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada Bapak Walikota H. Ir. Joko Widodo, Bagian Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, Pegawai Pemerintah Kota Surakarta, wisatawan kota Surakarta dan masyarakat Kota Surakarta (2) reduksi data dengan meringkas secara sistematis hasil wawancara dan dokumentasi yang digunakan (3) penyajian daya dari hasil penelitian (4) kesimpulan.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa masih ada kerancuan yang didapatkan oleh wisatawan tentang *tagline* yang dimiliki Kota Surakarta dan *tagline* regional Solo Raya yang secara garis besar mengedepankan budaya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Solo Batik Carnival (SBC) dan Solo International Performing Art (SIPA) sebagai media komunikasi Pemerintah Kota Surakarta dalam upaya melakukan *city branding* “Solo sebagai Kota Budaya” dinilai cukup berhasil, hal ini dikarenakan adanya peran serta masyarakat dalam turut serta berpartisipasi dan mendukung event-event budaya. Pemerintah Kota Surakarta telah memahami potensi yang dimiliki Kota Surakarta sehingga memudahkan bagi Pemerintah untuk menentukan aspek yang akan diangkat dalam upaya melakukan perubahan citra Kota Surakarta.