

STRATEGI PENGUATAN *CITY BRANDING* BERBASIS PRODUKLOKAL “GAMBO” DI
KABUPATEN MUSI BANYUASIN

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Pemerintahan



Disusun oleh :

FAREAN SISKA VALENTINA

2019610044

**PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAHAN
FAKULTAS ILMU PEMERINTAHAN DAN BUDAYA
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
PALEMBANG
2024**

SKRIPSI

**Strategi Penguatan City Branding Berbasis Produk Lokal Gambo di
Kabupaten Musi Banyuasin**

Dipersembahkan dan disusun oleh :

Nama ; Farean Siska Valentina

NPM : 2019610044

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Pada Tanggal 16 Januari 2024 Dan
Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

SUSUNAN DEWAN PENGUJI I

Ketuan Dewan Penguji



**Novia Kencana, S.IP., M.P.A.
NIDN. 0209119101**

Anggota Dewan Penguji I



**M. Qur'anul Kariem, S.IP., M.I.P.
NIDN. 0211039402**

Anggota Dewan Penguji II




**Dr. Isabella, S.IP., M. Si.
NIDN. 0215057502**

Mengetahui,

Dekan fakultas ilmu pemerintahan dan budaya

FAKULTAS IPB

UIGM



Aji Windu Viatara, S.S., M.Sn

NIDN. 0221017901

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Penguatan City Branding Berbasis Produk Lokal
"Gambo" Di Kabupaten Musi Banyuasin
Nama Mahasiswa : Farean Siska Valentina
NPM : 2019610044
Program Studi : Ilmu Pemerintahan
Tanggal Persetujuan : 16 Januari 2024

Disetujui Oleh,

Pembimbing I

Novia Kencana, S.IP., MPA

NIDN. 0209119101

Pembimbing II

M. Qur'anul Kariem, S.IP., M.IP

NIDN. 0211039402

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Pemerintahan

M. Qur'anul Kariem, S.IP., M.IP
NIDN. 0211039402

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farean Siska Valentina

NPM : 2019610044

Program Studi : Ilmu Pemerintahan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari tim dosen pembimbing
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Strata-I, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun Perguruan Tinggi lain
3. Skripsi ini bukan karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis diacu dalam naskah, dan disebutkan dalam daftar pustaka
4. Skripsi ini boleh dipergunakan oleh pihak Universitas untuk keperluan akademik

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai norma yang berlaku di Perguruan Tinggi

Palembang, 16 Januari 2024



Farean Siska Valentina

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT dengan ridho dan kasih sayang-Nya. Skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai, dengan ini akan saya persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tersayang yang selalu memberikan dukungan dan arahan baik moril maupun materil sehingga saya dapat menyelesaikan studi ku. Semoga Allah SWT membalasnya dengan kemuliaan dunia dan akhirat.
2. Dosen-dosenku, pembimbing tugas akhir Ibu Novia Kencana, S.IP., MPA dan Pak M. Qur'anul Kariem, S.IP., M.IP selaku pembimbing pertama dan kedua yang telah sabar membimbing saya yang banyak kekurangan ini hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah SWT menggantinya dengan amal jariyah dan pahala yang berlimpah.
3. Teman-temanku di bangku kuliah yang telah berjuang bersama selama ini, terima kasih telah mengizinkan saya untuk membuat cerita indah untuk dikenang dalam kehidupan ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji serta syukur tak henti-henti penulis haturkan kepada Allah SWT Yang Maha Kuasa atas izinnya lah penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan judul “Strategi Penguatan City Branding Berbasis Produk Lokal “Gambo” Di Kabupaten Musi Banyuasin Pada waktu yang telah ditentukan.

Tujuan daripada pembuatan proposal penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peran kepala desa dalam pengembangan karang taruna di Desa Bumi Ayu itu sendiri. Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Bapak Aji Windu Viatara M.Sn selaku Dekan Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
3. Bapak M. Qur'anul Kariem S.IP., M.I.P selaku Ketua Jurusan Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
4. Ibu Novia Kencana S.IP., M.PA selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan.
5. Ibu Novia Kencana S.IP., M.PA selaku Koordinator Tugas Akhir dan Skripsi Jurusan Ilmu Pemerintahan Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
6. Ibu Doris Febriyanti S.IP., M.Si yang telah memberikan motivasi dan ilmu pengetahuannya kepada saya.
7. Segenap Dosen Jurusan Ilmu Pemerintahan yang telah memberikan ilmunya kepada saya.
8. Orang Tua, Saudara Atas doa, semangat, bimbingan, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.
9. Keluarga Besar Universitas Indo Global Mandiri Palembang, khususnya teman-teman seperjuangan 2018 Jurusan Ilmu Pemerintahan, atas dukungan, semangat, canda, tawa serta kerjasamanya.

10. Seluruh Civitas Akademika Jurusan Ilmu Pemerintahan yang telah memberikan dukungan moril kepada saya. Saya menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan.

Walaupun telah penulis usahakan semaksimal mungkin dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis sangat sadar betul akan adanya kekurangan. Maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membuat penelitian ini lebih baik lagi kedepannya. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih kepada pembaca dengan harapan semoga penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pihak yang memiliki kepentingannya.

Palembang, 16 Januari 2024

Penyusun



Farean Siska Valentina

2019610044

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Kerangka Teori.....	16
2.1.1. Konsep Smart City.....	16
2.1.2. Konsep City Branding.....	18
2.1.3. Konsep Strategi City Branding.....	20
2.2. Konsep Gambo.....	23
2.3. Definisi Konsep.....	24
2.4. Definisi Operasional.....	25
2.5. Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1. Pendekatan Penelitian.....	29
3.2. Unit Analisis Dan Informan.....	29
3.3. Data Dan Sumber Data.....	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5. Teknik Analisis Data.....	32
3.6. Jadwal Penelitian.....	33
3.7. Rencana Luaran Skripsi.....	34
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	39
4.1. Gambaran Umum Kabupaten Musi Banyuasin.....	39
4.1.1. Kondisi Geografis Kabupaten Musi Banyuasin.....	39
4.1.2. Profil Petani Gambo.....	40
4.2. Gambaran Umum Dinas Perindustrian Dan Perdagangan.....	41
4.2.1. Sejarah Dinas Perdagangan Dan Perindustrian.....	42

4.2.2 Visi Dan Misi.....	43
4.2.3 Struktur Organisasi.....	48
4.2.4 Tugas Pokok Dan Fungsi Dinas Perdagangan.....	51
4.1.5.1 Sekretariat.....	52
4.1.5.2 Bidang Bina Usaha.....	53
4.1.5.3 Bidang Sarana Distribusi Dan Logistik.....	54
4.1.5.4 Bidang Penggunaan Dan Pemasaran.....	55
4.1.5.5 Bidang Industri.....	55
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
5.1 Penguatan City Branding Berbasis Produk Lokal Gambo.....	57
5.2 Indikator Positioning.....	61
5.3 Indikator Brand Values.....	68
5.4 Indikator Inovasi.....	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
6.1 Kesimpulan.....	61
6.2 Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA
PEDOMAN WAWANCARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kapasita Produk.....	5
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3. Definisi Operasional.....	25
Tabel 4. Informan dan Narasumber.....	30
Tabel 5. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	33
Tabel 6. Rencana Luaran Skripsi.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tempat Produksi Gambo.....	6
Gambar 2. Tanaman Gambo.....	6
Gambar 3. Ibu Puan Menggunakan Gambo.....	7
Gambar 4. Proses Pembuatan Gambo.....	8
Gambar 5. Logo Gambo.....	9
Gambar 6. Motif Gambo.....	9
Gambar 7. Kerangka Pemikiran.....	28

INTISARI

City branding merupakan sebuah slogan atau kampanye promosi, suatu gambaran dari pikiran, perasaan, asosiasi dan ekspektasi yang datang dari benak seseorang ketika seseorang tersebut melihat atau mendengar sebuah nama, logo, produk layanan, event, ataupun berbagai simbol dan rancangan yang menggambarkan sebuah kota atau wilayah. Gambo adalah produk lokal yg di kembangkan pertama kali oleh Ibu Tya Yufada selaku npenggerak dan wanita innovator kemajuan di muba khususnya pada gambo ini, ada banyak inovasi² yang dilakukan oleh pemerintah muba dalam upaya penerapan city branding di muba khusus nya pada gambo, pada tahun 2019 gambo sudah dibawa show ke Indonesia fashions week dan Jakarta fashions week dan sampai ke mancanegara antara lain oslo (noergia) dan Auckland new Zealand.

Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melihat fenomena secara lebih luas dan mendalam sesuai dengan apa yang terjadi dan berkembang pada situasi sosial, mulai dari metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan juga dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul Strategi Penguatan City Branding Berbasis Produk Lokal “Gambo” Di Kabupaten Musi Banyuasin dengan menggunakan teori city branding dari Rangkuti (2002). Berdasarkan hasil analisis peneliti, maka dapat disimpulkan dalam upaya penguatan city branding berbasis produk lokal gambo di kabupaten muba sudah sangat baik, baik dari dinas maupun pemerintah kabupaten terus menciptakan inovasi, dari yang peneliti amati sejauh ini, jumptuan gambo ini sudah bisa di akui sebagai produk unggulan baik di dalam kabupaten maupun nasional bahkan terus terlibat dalam event event besar dengan tujuan mengikuti model dan penjualan serta pemasaran yang ada saat ini, namun yang masih menjadi catatan besar bagi pemerintah kabupaten untuk lebih mensejahterakan lagi petani gambir guna mencegah kepunahan gambir dan sdmnya itu sendiri Strategi Penguatan City Branding ini dapat dikatakan baik . Dikarenakan tiga dari indikator tersebut menghasilkan bahwa penguatan city branding yang di nilai berhasil

Kata Kunci : City Branding, Gambo

ABSTRACT

In general, this research aims to find out the comparison of the e-samsat application for East Java and South Sumatra Provinces, especially regarding tax payments towards e-government with a comparison of the development of the East Java E-samsat application with the E-dempo application in implementing E-government. Other e-Samsat users, apart from procedures that are not efficient enough, website system connection problems can also influence people's desire to be reluctant to use the program. So, based on the description of the problem above, researchers are interested in researching more deeply about the e-Samsat program, especially motor vehicle tax.

In this thesis the author uses qualitative research methods by looking at phenomena more broadly and in depth according to what happens and develops in social situations, starting from the data collection methods used, namely observation, interviews, and also documentation.

The research results show that by using the Gartner Group theory, namely the transformation stage. The four stages of E-Government in the Gartner Group model are: (1) presence, (2) interaction, (3) transaction, (4) transformation. Based on the four indicators above, it can be concluded that the use of the East Java e-Samsat application is already at the transformation stage, as evidenced by the printing of the STNK which can be done by yourself, while the e-dempo application is still at the transaction stage whose features are only limited to payments, whereas to print proof of payment you still have to go to the Samsat office. It can be concluded from this analysis that the East Java e-Samsat application is more complex than e-dempo which is still at the transaction stage while the East Java e-Samsat is already at the transformation stage. The East Java e-Samsat application and also e-dempo are considered more efficient in using the application because applicants who want to pay taxes no longer need to come to the Samsat office in Indonesia because they can carry out verification anywhere because it can be done 24 hours without time limits which allows users of the East Java e-Samsat application to no longer need to come to the Samsat office, while the e-dempo application is Samasat can provide a full 24 hour online service which should allow users to verify data at the Samsat office and this cannot be done online which makes the e-samasat application more effective and efficient, in using the application and also after e-payment. East Java Samsat also means that users no longer need to come to the Samsat office to collect their STNK, whereas for e-dempo itself, after making the payment, users are required to take the finished STNK at the South Sumatra Samsat office.

Keywords: City Branding, Gambo