

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Strategi Komunikasi City Branding Kota Bekasi Sebagai Kota Layak Anak

Isva Gita Erviana

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77074&lokasi=lokal>

Abstrak

Kota Bekasi sebagai wilayah pemerintahan yang menjadi penyangga Ibukota negara mendukung penuh pelaksanaan Kota Layak Anak dan menjadikan citra baru untuk Kota Bekasi. Untuk memperkenalkan citra baru tersebut, diperlukan strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh Kota Bekasi dalam membangun citra Kota Bekasi sebagai Kota Layak Anak.

Perumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu ?Bagaimana strategi komunikasi city branding Kota Bekasi sebagai Kota Layak Anak?.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan konteks komunikasi organisasi dan teori informasi organisasi. Penelitian ini berusaha mengungkap ketidakjelasan informasi organisasi menurut Karl Weick yaitu enactment, selection, dan retention dan strategi komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif jenis penelitian deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis data melalui reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Bekasi telah melakukan 4 tahapan strategi komunikasi seperti menentukan komunikator, mengenal target khalayak, menyusun pesan, menentukan media serta juga melakukan evaluasi terhadap hambatan yang terjadi antar organisasi pemerintah atas ketidakjelasan informasi dalam penyampaian pesan branding. Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menggunakan metode penelitian yang lain agar dapat menambah referensi penelitian sejenis.