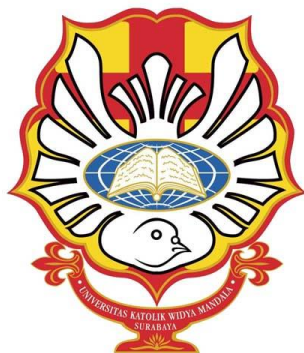


**SIKAP PENGUNJUNG MENGENAI *EVENT* DENPASAR
FESTIVAL 2016 SEBAGAI *BRANDING* KOTA DENPASAR
KREATIF BERBASIS BUDAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Ruth Henny Djajanto

NRP. 1423013088

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2016**

SKRIPSI

**SIKAP PENGUNJUNG MENGENAI *EVENT* DENPASAR
FESTIVAL 2016 SEBAGAI *BRANDING* KOTA DENPASAR
KREATIF BERBASIS BUDAYA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh:

Ruth Henny Djajanto

NRP. 1423013088

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2016**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Ruth Henny Djajanto

NRP : 1423013088

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

SIKAP PENGUNJUNG MENGENAI EVENT DENPASAR FESTIVAL 2016 SEBAGAI BRANDING KOTA DENPASAR KREATIF BERBASIS BUDAYA adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 11 Juni 2017

Peneliti



Ruth Henny Djajanto

NRP. 1423013088

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**SIKAP PENGUNJUNG MENGENAI *EVENT* DENPASAR
FESTIVAL 2016 SEBAGAI *BRANDING* KOTA DENPASAR
KREATIF BERBASIS BUDAYA**

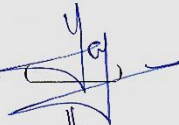
Oleh :

Ruth Henny Djajanto


NRP : 1423013088

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji.

Pembimbing I : Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom.
NIK. 142.09.0633



Pembimbing II : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom.
NIK. 142.10.0651



Surabaya, 24 Mei 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada : Jumat, tanggal 2 Juni 2017

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647
2. Sekretaris : Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., M.A.
NIK. 142.11.0708
3. Anggota : Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom.
NIK. 142.09.0633
4. Anggota : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom.
NIK. 142.10.0651



LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai
mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Ruth Henny Djajanto

NRP : 1423013088

Menyetujui skripsi / karya ilmiah saya

Judul : Sikap Pengunjung Mengenai Event Denpasar Festival 2016

Sebagai Branding Kota Denpasar Kreatif Berbasis Budaya

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain

(Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik

sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Juni 2017

Yang menyatakan



Ruth Henny Djajanto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena penyertaannya yang selalu nyata dalam hidup peneliti sehingga sebuah karya penelitian dengan judul SIKAP PENGUNJUNG MENGENAI *EVENT* DENPASAR FESTIVAL 2016 SEBAGAI *BRANDING* KOTA DENPASAR KREATIF BERBASIS BUDAYA ini dapat tercipta. Kepada mama dan papa yang selalu mendukung dan percaya kepada peneliti, yang dengan tak henti-hentinya mendoakan yang terbaik bagi masa depan peneliti. Kebahagiaan kalianlah yang menjadi motivasi bagi peneliti. Pastinya penelitian ini tidak terlepas dari kekurangan, maka dari itu peneliti sangat berterima kasih terhadap kritik dan saran yang diberikan.

Berbagai hambatan telah terjadi, namun satu kalimat sederhana yang mengandung kekuatan dan menjadi pegangan bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan karya ini adalah:

“Do your part and let God do the rest, Imanuel”

Surabaya, 24 Mei 2017

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan peneliti diberikan kelancaran oleh Tuhan Yesus sehingga mampu menyelesaikan penelitian dengan judul SIKAP PENGUNJUNG MENGENAI EVENT DENPASAR FESTIVAL 2016 SEBAGAI BRANDING KOTA DENPASAR KREATIF BERBASIS BUDAYA. Peneliti membuat tulisan ini guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) setelah menempuh pendidikan selama empat tahun.

Banyak pihak yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dari awal hingga skripsi ini selesai dikerjakan. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kepada papa dan mama, tidak akan ada yang bisa membalas pengorbanan yang kalian lakukan bagi peneliti. Biarlah segala prestasi dan apa yang berhasil peneliti raih selama menempuh pendidikan 4 tahun ini dapat membuat kalian bangga dan bahagia.
2. Christina, Ribka dan Yonatan yang selalu mendukung peneliti di setiap apapun yang terjadi selama peneliti menempuh pendidikan 4 tahun. Kalian saudara yang terbaik walaupun kita berada di daerah yang berbeda.

3. Kepada dosen pembimbing yaitu Bapak Finsensius Yuli P. S.Sos., M.Med.Kom. dan Ibu Theresia Intan Putri H., S.Sos., M. I.Kom yang tidak pernah menyerah untuk membimbing dan memberikan ilmu kepada peneliti saat proses pembuatan skripsi ini. Walaupun terdapat masa dimana peneliti jarang bimbingan, tetapi Bapak dan Ibu dengan terbuka selalu siap untuk membantu.
4. Kepada Badan Penanaman Modal dan Perizinan Pemerintah Provinsi Bali, Badan Kesatuan Bangsa, Politik & Perlindungan Masyarakat dan Pemerintah Kota Denpasar, serta Dinas Pariwisata Kota Denpasar yang memberikan izin penelitian kepada peneliti.
5. Kepada seluruh responden yang bersedia mengisi kuisioner dan diwawancara perihal *event* Denpasar Festival 2016. Tanpa kalian, penelitian ini tidak akan menjadi utuh.
6. Ibu Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si dan Noveina Silviyani Dugis., S.Sos., M.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan bagi peneliti untuk memperbaiki penelitian ini.
7. Seluruh dosen fakultas Ilmu Komunikasi serta staff Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS yaitu Bu Tina, Pak Jati dan Bu Ida yang selalu bersedia membantu dan memberikan dukungan untuk peneliti saat sedang menjalani perkuliahan hingga pembuatan skripsi ini selesai. Peneliti tidak akan melupakan bagaimana hubungan yang terjalin

dapat sangat erat dan menyenangkan walaupun berada di dalam tempat resmi seperti Fakultas sekalipun.

8. Ignatius Rys Deddy A., S.Sos., M.Si selaku dosen Fakultas Ilmu Komunikasi. Terima kasih peneliti ucapkan karena sudah mempercayakan peneliti dalam berbagai kesempatan acara sehingga *soft skill* yang peneliti miliki dapat berkembang selama menempuh masa pendidikan empat tahun.
9. Noveina Silviyani Dugis., S.Sos., M.A. selaku Dosen Pendamping Ormawa saat peneliti bergabung sejak tahun 2014-2016 di BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) FIKOM. Dukungan, kesabaran, canda tawa dan berbagai pengalaman yang telah terjadi tak akan bisa peneliti lupakan.
10. Kepada sahabat yang sudah seperti saudara sendiri bagi peneliti yaitu Fristi, Fenny, Novia, Syella, Daud, Tegar, Rahmatia dan teman-teman angkatan 2013 yang sudah memberikan bantuan dan warna yang beragam dalam senang maupun duka selama peneliti menempuh pendidikan empat tahun.
11. Teman-teman seperjuangan selama berada di BEM sejak tahun 2014-2016. Terima kasih atas kerjasamanya yang solid, kemauan untuk belajar dan usaha keras serta banyaknya pengalaman yang tidak akan pernah peneliti lupakan.

12. Kepada saudara seiman peneliti yaitu Elsa, Yofina, Ko Bayu, Ko Andy, Debo, Puri, Ovi, Ce luciana dan lainnya yang selalu memberikan semangat serta doa, dan tidak bosan mendengarkan cerita-cerita dari peneliti.

Demikian peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya atas dukungan dari berbagai pihak, namun peneliti sangat menyadari bahwa hasil tulisan tugas akhir ini masih terdapat kesalahan ataupun kekurangan. Walaupun begitu, ijinkan peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Surat Pernyataan Original.....	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Pengesahan.....	v
Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xii
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Diagram.....	xviii
Daftar Lampiran.....	xx
Abstrak.....	xxi
Abstract.....	xxii
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11

I.4 Manfaat Penelitian.....	11
I.4.1 Manfaat Akademis.....	11
I.4.2 Manfaat Praktis.....	11
I.5 Batasan Masalah.....	12
BAB II Tinjauan Pustaka.....	13
II.1 Kerangka Teori.....	13
II.1.1 Model Komunikasi S-O-R.....	13
II.1.1.1 <i>City Branding</i>	14
II.1.1.2 <i>Event</i>	16
II.1.1.3 Teori Sikap.....	18
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	21
II.3 Bagan Kerangka Konseptual.....	22
BAB III Metode Penelitian.....	23
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
III.2 Metode Penelitian	23
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	24
III.4 Definisi Konseptual	25
III.5 Definisi Operasional	26
III.6 Populasi dan Sampel	29
III.7 Teknik Penarikan Sampel	30
III.8 Teknik Pengumpulan Data	31

III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	33
III.10 Teknik Analisis Data	34
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	36
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	36
IV.1.1 Pengunjung <i>Event</i> Denpasar Festival 2016.....	36
IV.1.2 <i>Event</i> Denpasar Festival 2016.....	37
IV.2 Hasil Pengujian Validitas & Reliabilitas.....	40
IV.2.1 Uji Validitas.....	40
IV.2.1.1 Uji Valilitas Komponen Kognitif.....	41
IV.2.1.2 Uji Valilitas Komponen Afektif.....	41
IV.2.1.3 Uji Valilitas Komponen Konatif.....	42
IV.2.2 Uji Reliabilitas.....	43
IV.2.2.1 Uji Reliabilitas Komponen Kognitif...	44
IV.2.2.2 Uji Reliabilitas Komponen Afektif.....	44
IV.2.2.3 Uji Reliabilitas Komponen Konatif...	45
IV.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	45
IV.3.1 Karakteristik Responden.....	46
IV.3.1.1 Usia.....	46
IV.3.1.2 Asal Daerah.....	48
IV.3.1.3 Pengalaman Berkunjung.....	50
IV.3.1.4 Sumber Informasi.....	51

IV.3.2 Deskripsi Sikap Responden yang Berkunjung ke <i>Event</i> Denpasar Festival 2016.....	54
IV.3.2.1 Deskripsi Item Komponen Kognitif.....	54
IV.3.2.2 Deskripsi Item Komponen Afektif.....	71
IV.3.2.3 Deskripsi Item Komponen Konatif.....	87
IV.4 Sikap Pengunjung Mengenai <i>Event</i> Denpasar Festival 2016 Sebagai <i>Branding</i> Kota Denpasar Kreatif Berbasis Budaya.....	103
IV.4.1 Perhitungan Faktor-faktor <i>Event</i> dalam Sikap Pengunjung Mengenai <i>Event</i> Denpasar Festival 2016 Sebagai <i>Branding</i> Kota Denpasar Kreatif Berbasis Budaya	106
IV.5 Tabulasi Silang Karakteristik Responden Dengan Sikap.....	108
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	114
V.1 Kesimpulan.....	114
V.2 Saran.....	115
V.2.1 Saran Akademis.....	115
V.2.2 Saran Praktis.....	115
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Logo Denpasar Festival.....	4
Gambar II.1 Teori S-O-R.....	14
Gambar IV.1 Publikasi Denfest 2016 Melalui Website Pemkot Denpasar..	52
Gambar IV.2 Publikasi Denfest 2016 Melalui travel.detik.com.....	53
Gambar IV.3 Publikasi Denfest 2016 Melalui Media Sosial Instagram.....	53
Gambar IV.4 Spot Foto “Lama Kini Denpasar Heritage”.....	56
Gambar IV.5 Jalan Gajah Mada Denpasar.....	57
Gambar IV.6 Penampilan Balawan dan Anggis Devaki.....	59
Gambar IV.7 <i>Stand Tourism Information Center</i> Denfest 2016.....	63
Gambar IV.8 Hiburan Dalam Denfest 2016.....	65
Gambar IV.9 Baliho Denfest 2016.....	68
Gambar IV.10 Kawasan Heritage Jalan Gajah Mada Denpasar.....	74
Gambar IV.11 Pranian untuk Hari Suci Umat Hindu.....	77
Gambar IV.12 Banten Sajen Keseharian Umat Hindu.....	78
Gambar IV.13 Kreasi Janur Dalam Denfest 2016.....	78
Gambar IV.14 Stand Kuliner Denfest 2016.....	82
Gambar IV.15 Seni Tari Pembukaan Denfest 2016.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Uji Validitas Komponen Kognitif.....	41
Tabel IV.2 Uji Validitas Komponen Afektif.....	42
Tabel IV.3 Uji Validitas Komponen Konatif.....	43
Tabel IV.4 Uji Reliabilitas Komponen Kognitif.....	44
Tabel IV.5 Uji Reliabilitas Komponen Afektif.....	44
Tabel IV.6 Uji Reliabilitas Komponen Konatif.....	45
Tabel IV.7 Tema Denpasar Festival 2009-2016.....	84
Tabel IV.8 Kategori Penilaian.....	103
Tabel IV.9 Sikap Pengunjung.....	104
Tabel IV.10 Hasil Perhitungan Faktor-faktor Event.....	107
Tabel IV.11 Tabulasi Silang Usia Dengan Sikap.....	108
Tabel IV.12 Tabulasi Silang Asal Daerah Dengan Sikap.....	110
Tabel IV.13 Tabulasi Silang Pengalaman Berkunjung Dengan Sikap.....	111
Tabel IV.14 Tabulasi Silang Sumber Informasi Dengan Sikap.....	112

DAFTAR DIAGRAM

Diagram IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	47
Diagram IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	48
Diagram IV.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengalaman Berkunjung.....	50
Diagram IV.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Sumber Informasi.....	51
Diagram IV.5 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Lokasi.....	54
Diagram IV.6 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Lokasi.....	56
Diagram IV.7 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Kompetisi.....	58
Diagram IV.8 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Kompetisi.....	60
Diagram IV.9 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Hiburan.....	62
Diagram IV.10 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Hiburan.....	64
Diagram IV.11 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Tema.....	66
Diagram IV.12 Deskripsi Komponen Kognitif Faktor Tema.....	69
Diagram IV.13 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Lokasi.....	71
Diagram IV.14 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Lokasi.....	73
Diagram IV.15 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Kompetisi.....	75
Diagram IV.16 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Kompetisi.....	76
Diagram IV.17 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Hiburan.....	79
Diagram IV.18 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Hiburan.....	81

Diagram IV.19 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Tema.....	83
Diagram IV.20 Deskripsi Komponen Afektif Faktor Tema.....	85
Diagram IV.21 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Lokasi.....	88
Diagram IV.22 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Lokasi.....	89
Diagram IV.23 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Kompetisi.....	88
Diagram IV.24 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Kompetisi.....	93
Diagram IV.25 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Hiburan.....	95
Diagram IV.26 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Hiburan.....	97
Diagram IV.27 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Tema.....	99
Diagram IV.28 Deskripsi Komponen Konatif Faktor Tema.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Surat Rekomendasi Penelitian Oleh Pemerintah Provinsi Bali, Badan Penanaman Modal Dan Perizinan
- Lampiran 3 : Surat Perizinan Penelitian Oleh Pemerintah Kota Denpasar, Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
- Lampiran 4 : *Coding*
- Lampiran 5 : *Output* Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : *Output* Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 7 : *Output* Tabulasi Silang
- Lampiran 8 : *Output* Rekapitulasi Faktor *Event*

ABSTRAK

RUTH HENNY DJAJANTO NRP.1423013088. SIKAP PENGUNJUNG MENGENAI *EVENT* DENPASAR FESTIVAL 2016 SEBAGAI *BRANDING* KOTA DENPASAR KREATIF BERBASIS BUDAYA

Penelitian ini akan mengungkap bagaimana sikap pengunjung mengenai *event* Denpasar Festival 2016 sebagai saluran komunikasi *City Branding* Kota Denpasar Kreatif Berbasis Budaya. *Event* yang dikelola oleh pemerintah kota ini telah berlangsung selama sembilan kali, maka dari itu diperlukan evaluasi untuk melihat bagaimana respon pengunjung terhadap pesan-pesan yang diberikan.

Peneliti melihat sikap pengunjung berdasarkan tiga komponen yaitu komponen kognitif, afektif dan konatif. Sedangkan indikator *event*, peneliti menggunakan empat faktor pendukung keberhasilan suatu *event* yaitu lokasi, kompetisi, hiburan dan tema. Hasil dari penelitian ini adalah pengunjung menunjukkan sikap positif mengenai *event* Denpasar Festival 2016 yang dapat mengkomunikasikan *City Branding* Kota Denpasar yaitu Kreatif Berbasis Budaya. Serta faktor keberhasilan *event* yang paling dominan di Denpasar Festival 2016 adalah hiburan.

Kata Kunci: Sikap, *Event*, *City Branding*.

ABSTRACT

RUTH HENNY DJAJANTO NRP.1423013088. THE ATTITUDE OF VISITORS ABOUT EVENT DENPASAR FESTIVAL 2016 AS A BRANDING OF DENPASAR CITY CREATIVE BASED ON CULTURE

The research will reveal how the attitude of visitors about event Denpasar Festival 2016 as a communication tool of City Branding, Denpasar City Creative Based On Culture. This event handled by the city government and has been going on for nine times, therefore evaluation is needed to see how the feedback from visitors toward the messages given.

Researcher evaluate the visitors attitude based on three components, there are cognitive, affective and conative component. While indicators of event, reasearcher used four factors that support the success of event which are location, competition, entertainment and theme. This research results is visitors gives positive attitude about event Denpasar Festival 2016 that is able to communicated the City Branding of Denpasar, Creative City Based On Culture. And the most dominant factor in event Denpasar Festival 2016 is entertainment.

Keywords: Attitude, *Event*, *City Branding*.