

**PENGARUH *EVENT* “SOLO IMLEK FESTIVAL” TERHADAP *CITY*
BRANDING KOTA SOLO SEBAGAI KOTA BUDAYA PADA
MASYARAKAT KOTA SOLO
SKRIPSI**



Disusun Oleh :

Heni Cahyani 1423019079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

SKRIPSI

Pengaruh *Event* “Solo Imlek Festival” Terhadap *City Branding* Kota Solo

Sebagai Kota Budaya Pada Masyarakat Kota Solo

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Mendapatkan

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Heni Cahyani

1423019079

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini Saya:

Nama : Heni Cahyani

NRP : 1423019079

Menyatakan bahwa apa yang saya tuliskan dalam Penulisan Skripsi berjudul:

Pengaruh *Event* “Solo Imlek Festival” terhadap *City Branding* Kota Solo sebagai Kota Budaya pada Masyarakat Kota Solo

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelas keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 8 Juni 2023



Heni Cahyani

NRP. 1423019079



HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH EVENT “SOLO IMLEK FESTIVAL” TERHADAP CITY
BRANDING KOTA SOLO SEBAGAI KOTA BUDAYA PADA
MASYARAKAT KOTA SOLO**

Oleh:

Heni Cahyani

NRP: 1423019079

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

Pembimbing I : Dr. Nanang Krisdinanto Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602

Pembimbing II : Theresia Intan Putri Hartiana S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704

Surabaya, 8 Juni 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Penulisan Proposal Komunikasi ini telah dihadapkan Dewan Penguji Penulisan Proposal Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan kelulusan mata kuliah Penulisan Proposal Komunikasi.

Pada: Surabaya, 8 Juni 2023

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dekan



Brigitte Revia Sandy Fista S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji :

1. Ketua : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607
2. Sekretaris : Dr. Nanang Krisdinanto Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602
3. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401
4. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704



HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Heni Cahyani

NRP : 1423019079

Judul : **Pengaruh Event Solo Imlek Festival Terhadap City Branding Kota Solo Sebagai Kota Budaya Pada Masyarakat Kota Solo**

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, 8 Juni 2023

Heni Cahyani

NRP.1423019079



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji, hormat dan ucapan syukur yang tidak pernah cukup peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan semesta, karena atas rahmat dan izinnya maka peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Event ”Solo Imlek Festival” Terhadap *City Branding* Kota Solo Sebagai Kota Budaya Pada Masyarakat Kota Solo” skripsi ini penulis persembahkan khusus kepada orang tua, saudara kandung dan orang-orang yang telah bersedia mendukung secara moral dan tenaga pada setiap proses pengerjaannya.

Surabaya, 8 Juni 2023



Heni Cahyani

NRP.1423019079

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan dan ucapan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan hikmat dan marifat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulisan ini bertujuan sebagai syarat dalam meraih gelar yang penulis inginkan yaitu gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penelitian berjudul *Pengaruh Event “Solo Imlek Festival” Terhadap City Branding Kota Solo Sebagai Kota Budaya Pada Masyarakat Kota Solo* bertujuan untuk menambah nilai pengetahuan bagi pembaca dan berguna bagi masyarakat.

Penulis menyadari penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya pihak-pihak yang mendukung penulis, baik secara moril maupun materil. Maka dari itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada pihak-pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Ibu dan almarhum Ayah yang selalu mendorong dan mengutamakan pendidikan kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk bisa menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana. Gelar sarjana ini penulis persembahkan kepada Ayah, sebagai hadiah atas harapan Ayah memiliki seorang anak bergelar sarjana. Kepada Ibu yang tanpa lelah bekerja mencukupi kebutuhan penulis dan memberikan dorongan, gelar sarjana ini adalah pencapaian yang dapat penulis berikan sebagai bentuk kebanggaan dalam

keluarga yang selama ini Ibu harapkan. Dan kepada kedua saudara dan saudari kandung penulis, rasa terima kasih juga penulis sampaikan karena dukungan dan rasa pengertian dari kalian dalam proses menjalani perkuliahan, membantu penulis dalam kelancaran masa perkuliahan penulis selama ini.

2. Teman-teman GPPK Bunga Bakung Solo, terima kasih buat Esther, Joshua, Cathlyn, Nadia, Nanda, Diky, serta teman-teman pemuda remaja lainnya yang mendukung penulis secara moril dan materil dalam menemani proses pendidikan penulis dari masa TK hingga meraih gelar sarjana.. Tak lupa ucapan terima kasih kepada Andria Puspitasari, bantuan dalam mengolah data, dan proses pembuatan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kepada Alan Chandra Darmawan, terima kasih karena sudah menemani dalam proses awal perkuliahan penulis. Memberikan dukungan materil serta motivasi selama dua tahun awal masa perkuliahan, sehingga penulis dapat mudah beradaptasi dengan lingkungan baru di kota yang baru karena dukungan dan semua nasihat yang diberikan. Alan, menjaga secara langsung dan tidak langsung kepada penulis selama masa perantauan di Surabaya, dan mendorong rasa kepercayaan diri penulis sehingga dapat memaksimalkan segala potensi dalam diri penulis pada masa perkuliahan. Terima kasih Alan, penulis merasa bangga atas kontribusi besar yang Alan berikan.
4. Kepada Bregas Aryaputra yang juga ikut memberikan dukungan, secara materil dan moril. Membantu dalam menemani proses jatuh bangun pengerjaan skripsi ini, memberikan keyakinan bahwa skripsi ini akan berjalan dengan baik.

Memberikan dorongan agar tidak menghentikan proses perkuliahan yang hampir selesai ini

5. Teman-teman Solo ku yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun moril untuk bisa menyelesaikan proses penulisan skripsi ini. Untuk Anggi, Bregas, Allif, Nitya, Hapis, dan teman-teman Nagita Mania yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
6. Terima kasih untuk teman-teman Intel dan Segala Komisi yaitu teman SMA penulis kepada Alfian, Harizka, Ayu, brenda, dan Gading karena sudah percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dengan meraih gelar terbaik dalam masa perkuliahan. Terima kasih terus memberikan bantuan moril kepada penulis, dan harapan yang kalian sematkan pada diri penulis.
7. PT. Nagita Trans Utama, ucapan terima kasih yang mendalam kepada perusahaan yang percaya pada penulis untuk bisa ikut andil dalam berproses membangun perusahaan dari awal hingga kelak akan menjadi perusahaan transportasi yang besar. Kepada Pak Bambang, Pak Gatot, Pak Tony, Mas Bregas, Pak Udin, dan seluruh Crew Bus Nagita Transport, terima kasih atas pengertian waktu dan tenaga yang diberikan kepada penulis selama penyelesaian penulisan skripsi, sehingga proposal ini dapat selesai.
8. Tidak lupa ucapan terima kasih kepada seluruh dosen pengajar di Fikom UKWMS. Kepada Bu Intan sebagai dosen pembimbing yang membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan proposal ini dengan lancar. Kepada Pak Nanang, terima kasih karena telah menghidupkan suasana diskusi

perkuliahan yang menarik sehingga penulis dapat merasakan dinamika pertukaran pikiran yang menyenangkan selama perkuliahan.

Terima kasih kepada semua pihak yang mendukung penulis dalam kontribusi penyelesaian penulisan proposal ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian.....	12
I.4 Batasan Masalah	12
I.5 Manfaat Penelitian.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
II.1 Penelitian Terdahulu.....	14
II.2 Kerangka Teori.....	20
IV.3.1. Pengertian Event.....	20
IV.3.2. Pengertian City Branding.....	24
IV.3.3. Hubungan Antara Event dan <i>City Branding</i>	27
IV.3.4. Nisbah Antar Konsep.....	28
IV.3.5. Bagan Kerangka Konseptual.....	29
IV.3.6. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
III.2. Metode Penelitian.....	33
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	34
III.4. Definisi Konseptual.....	35
III.5. Definisi Operasional.....	35
III.6. Populasi dan Sampel.....	39
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	39
III.8. Teknik Pengumpulan Data.....	41
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	42
III.9.1. Uji Validitas.....	42
III.9.2. Uji Reliabilitas.....	43
III.10. Teknik Analisis Data.....	45
III.11. Skala Interval.....	48

III.12.	Analisis Korelasi.....	50
III.13.	Analisis Regresi Linier Sederhana	51
III.14.	Uji signifikansi Hipotesis	53
III.15.	Tabulasi Silang	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
IV.1.	GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN	55
IV.1.1.	Masyarakat Kota Solo	55
IV.1.2.	Profil “Event” Solo Imlek Festival.....	56
IV.1.3.	Profil Pemerintah Kota Solo.....	59
IV.2.	Uji Validitas dan reliabilitas	61
IV.2.1.	Uji Validitas	61
IV.2.2.	Uji Reliabilitas.....	63
IV.2.3.	Interval Pengukuran	63
IV.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
IV.3.1.	Temuan Data	65
IV.3.2.	Identitas Responden	66
IV.3.3.	Deskripsi Variabel X (Event Solo Imlek Festival).....	69
IV.3.4.	Interval pengukuran Event	79
IV.3.5.	Deskripsi Hasil Variabel X.....	80
IV.3.6.	Deskripsi Variabel Y	80
IV.3.7.	Interval Pengukuran City Branding.....	91
IV.3.8.	Deskripsi Hasil Variabel Y.....	92
IV.4.	Analisis Data.....	93

IV.4.1. Analisis Korelasi	93
IV.4.2. Uji Normalitas	96
IV.4.3. Uji Linearitas	97
IV.4.4. Analisis Regresi Linier Sederhana	98
IV.4.5. Uji Signifikansi Hipotesis	100
IV.5. Analisis Tabulasi Silang	101
BAB V KESIMPULAN.....	113
V.1. Kesimpulan	113
V.2. Saran	115
V.2.1. Saran Akademis	115
V.2.2. Saran Praktis	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR BAGAN

Bagan II. 1 IV.3.1. Bagan Kerangka Konseptual	29
--	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	14
Tabel IV. 1 Tabel Uji Validitas	61
Tabel IV. 2 Uji Reliabilitas	63
Tabel IV. 3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel IV. 4 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV. 5 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan.....	68
Tabel IV. 6 Deskripsi Mengenai Event Berdasarkan Keunikan	70
Tabel IV. 7 Deskripsi Event dalam Indikator Perishability.....	74
Tabel IV. 8 Deskripsi Mengenai <i>Event</i> Berdasarkan <i>Intangibility</i>	76
Tabel IV. 9 Hasil Event.....	80
Tabel IV. 10 Deskripsi Mengenai Presence	81
Tabel IV. 11 Deskripsi Mengenai Place	83
Tabel IV. 12 Deskripsi Mengenai City Pulse	85
Tabel IV. 13 Deskripsi Mengenai People	87
Tabel IV. 14 Deskripsi Mengenai Prerequisites	89
Tabel IV. 15 Hasil City Branding Pemerintah	92
Tabel IV. 16 Korelasi antara Event terhadap City Branding.....	93
Tabel IV. 17 Nilai R square Event terhadap City Branding.....	95
Tabel IV. 18 Tabel Uji Normalitas	96
Tabel IV. 19 Tabel Uji Linearitas	97
Tabel IV. 20 Tabel Regresi Linear Sederhana Event & City Branding ..	98
Tabel IV. 21 Uji Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Event	101
Tabel IV. 22 Uji Tabulasi Silang Usia dan Event.....	102
Tabel IV. 23 Uji Tabulasi Silang Pendidikan dan Event.....	103

Tabel IV. 24 Uji Tabulasi Silang Pekerjaan dan Event.....	105
Tabel IV. 25 Analisis Tabulasi Silang gender dan City Branding.....	106
Tabel IV. 26 Analisis Tabulasi Silang Usia dan City Branding	107
Tabel IV. 27 Analisis Tabulasi Silang Pendidikan dan City Brandin	108
Tabel IV. 28 Analisis Tabulasi Silang Pekerjaan dan City Branding	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Solo Imlek Festival	6
Gambar IV. 1 Tradisi Grebeg Sudiro	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner	121
Lampiran 2: Tabel Identitas Responden	126
Lampiran 3: Lembar Coding Event	129
Lampiran 4: Lembar Coding City Branding.....	132
Lampiran 5: Tabel Uji Validitas.....	135
Lampiran 6: Tabel Uji Reliabilitas.....	136
Lampiran 7: Tabel Hasil Identitas Responden.....	137
Lampiran 8: Tabel Frekuensi Variabel Event dan City Branding.....	138
Lampiran 9: Tabel Tabulasi Silang Identitas Responden dengan Variabel Event	148
Lampiran 10: Tabel Tabulasi Silang Identitas dengan Variabel City Branding	150
Lampiran 11: Hasil Regresi Event dan City Branding.....	152
Lampiran 12: tabel Korelasi Event dan City Branding.....	152
Lampiran 13: Hasil Normalitas Event dan City Branding.....	153
Lampiran 14: Hasil Linieritas Event dan City Branding	154

ABSTRAK

Heni Cahyani. NRP 1423019079. Pengaruh *event* Solo Imlek Festival terhadap *City Branding* kota Solo sebagai Kota Budaya pada masyarakat kota Solo.

Solo Imlek festival merupakan *event* tahunan yang dilaksanakan pemerintah kota Solo. Event ini dilaksanakan untuk memperingati hari raya imlek umat khonghucu dari etnis cina, dengan adanya akulturasi budaya cina dan jawa didalamnya yang disajikan dalam bentuk rangkaian acara seperti gunung kue keranjang dengan nama grebeg sudiro, pertunjukan barongsai, serta penampilan cap gomeh dengan mengenakan pakaian adat jawa. Selain itu *event* ini juga sebagai ajang pemersatu masyarakat antar etnis jawa dan cina yang ada di kota Solo, dengan pengadaan *event* dilaksanakan di pasar gede yang merupakan pusat perkampungan cina dan juga pusat perdagangan antar etnis cina dan jawa pada masa penjajahan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji teori yang menjelaskan bahwa *event* dapat memberi pengaruh terhadap *city branding*. Event dinilai berdasarkan tiga indikator yaitu keunikan, *perishability*, *intangibility*. Sedangkan *city branding* dinilai berdasarkan indikator *presence, place, pulse, people, prerequisites*. Jenis penelitian ini eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam metode survei yang mengandung pertanyaan responden dan diukur dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara *event* “Solo Imlek festival” terhadap *city branding* Kota Solo sebagai Kota Budaya pada masyarakat Kota Solo.

Kata kunci: Event, *city branding*, citra

ABSTRACT

Solo Imlek Festival is an annual *event* that has been held by the government of the city. The *event* is held to commemorate The Confucian's Chinese New Year of Chinese Ethnicity, with acculturation of Chinese and Javanese culture in it that is presented in a series of *events* such as a parade of basket cake mountains that's called Grebeg Sudiro, Barongsai Show, and Cap Go Meh (the performers will wear Javanese traditional clothes). Furthermore, the *event* also held as a symbol of union between The Javanese and The Chinese citizens of Solo, and organized at Pasar Gede where The Central of Chinese Villages are located on, and it was also a Trade Center for both ethnics in the colonial era. This research is meant to be a testing theory that explains a particular *event* can give an impact on a *city branding*. The *event* is rated by three indicators which are uniqueness, perishability, *intangibility*. Whereas The *City Branding* is rated by *presence, place, pulse, people, prerequisites*. This kind of research is an explanatory with quantitative approach. It uses The Survey Method that contains respondent's questionnaires and measured by Likert Scale. The result of the research shows that there is an impact of The Solo Imlek Festival Event on the *City Branding* of Solo as The City of Culture towards the citizens of Solo City.

Key Words : Event, *city branding*, image