



***CITY BRANDING TANGERANG* SEBAGAI KOTA MULTIKULTURAL
MELALUI MEDIA SOSIAL OLEH ABOUT TANGERANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
NIKE AMELINDA
44213010022

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : ***CITY BRANDING* TANGERANG SEBAGAI KOTA
MULTIKULTURAL MELALUI MEDIA SOSIAL OLEH
ABOUT TANGERANG**

Nama : Nike Amelinda

NIM : 44213010022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 07 Juni 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Drs. Marwan Mahmudi, M, Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **CITY BRANDING TANGERANG SEBAGAI KOTA
MULTIKULTURAL MELALUI MEDIA SOSIAL OLEH ABOUT
TANGERANG**

Nama : Nike Amelinda


NIM : 44213010022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Juni 2017

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati,MM,Mikom



(.....)

Penguji Ahli,
Yuni Tresnawati,M.Ikom



(.....)

Pembimbing I
Drs. Marwan Mahmudi,M.Si



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **CITY BRANDING TANGERANG SEBAGAI KOTA
MULTIKULTURAL OLEH ABOUT TANGERANG**

Nama : Nike Amelinda

NIM : 44213010022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Juni 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yuliyawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, M.Comn., Ph.D.)

KATA PENGATAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayah kepada kita semua, sehingga berkat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“City Branding Tangerang Sebagai Kota Multikultural Melalui Media Sosial oleh About Tangerang”** sebagai salah satu syarat kelulusan Strata-1 (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangat sulit untuk menempuh penyelesaian skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak mendukung dan membantu penulis, baik dari sisi moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs.Marwan Mahmudi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberikan masukan serta membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Dr. Agustina Zubair, M.Si Selalu Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Elly Yuliawati, M.Si Selalu Ketua Bidang Studi Public Relations
4. Kepada kedua orang tua saya Bapak E.A Saflan dan Ibu Dasnawati, dan untuk kakak saya Reggy Salvian yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil, serta doa yang dipanjatkan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Kepada dosen-dosen bidang studi public relations yang telah bersedia memberikan masukan kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Erwin Setiawan dan Abdul Djalal dan semua yang terlibat dalam media sosial @abouttng (About Tangerang) yang telah mengizinkan penulis dan memberikan kesediaan waktunya untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepada Fajar, Chatarina, Sheila, Dita, Finky, Virliana, Fallini, Mia, Citra, Dessy, Vivi, Dewinta, Rily, Indri dan Dhiny yang telah mendoakan, memberikan semangat dan mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kepada Annisa Rizkyta, Yunita Anggraeni, Friska Novita, Mita Rosdiana yang selalu membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Lela, Anisah, Dino dan Okky yang selalu memberikan energi positif kepada penulis.
10. Kepada semua teman-teman Public Relations Universitas Mercu Buana Angkatan 2013.
11. Dan kepada semua pihak yang terlibat dalam memberikan doa dan semangat yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan dan dukungan yang diberikan. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan balasan yang berlipat kepada semua pihak yang banyak

membantu, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pihak-pihak yang berkenan membacanya.

Jakarta, 16 Juni 2017

Nike Amelinda



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis/Akademis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.5.3 Manfaat Sosial	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	14
2.2 Komunikasi Kelompok	18
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Kelompok	21
2.2.2 Fungsi Komunikasi Kelompok	21
2.3 Komunitas	22
2.3.1 Karakteristik Komunitas	25
2.4 Branding	26
2.5 Citra	27
2.6 City Branding	27
2.6.1 Syarat City Branding	31
2.7 Media Sosial	32
2.8 Multikultural	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma	36
3.2 Tipe Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian	39
3.4 Subyek Penelitian	40

3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Data Primer.....	41
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Sejarah.....	47
4.1.2 Visi Komunitas	48
4.1.3 Logo Komunitas.....	48
4.1.4 Filosofi Logo	48
4.1.4 Ikon About Tangerang.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Aktivitas City Branding Tangerang Melalui Media Sosial @abouttng.....	54
4.2.2 Isi Pesan City Branding Tangerang Melalui Media Sosial @abouttng	62
4.3 Pembahasan	84
4.3.1 Aktivitas City Branding Tangerang Melalui Media Sosial @abouttng.....	86
4.3.2 Isi Pesan City Branding Tangerang Melalui Media Sosial @abouttng	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	97
5.2.1 Saran Akademis	97
5.2.2 Saran Praktis	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

1.1 Halaman Utama Instagram dan Official Line @Abouttng	9
1.2 Halaman Utama Twitter @Abouttng	9
1.3 Halaman Utama Website @Abouttng	10
2.2.1 Model komunikasi Kelompok Menurut De Vito	20
4.1.1 Logo Komunitas About Tangerang	48
4.1.2 Ikon Komunitas About Tangerang	49
4.2.1.1 Postingan Twitter @Abouttng	55
4.2.1.2 Postingan Official Line @Abouttng	56
4.2.1.3 Postingan Instagram @Abouttng mengenai event di Tangerang	57
4.2.1.4 Postingan Twitter @abouttng mengenai pertanyaan followers	58
4.2.1.5 Postingan Instagram @Abouttng mengenai kuliner di Tangerang	59
4.2.1.6 Postingan Instagram @Abouttng mengenai pengalaman di Commuter Line	60
4.2.1.7 Postingan Instagram @Abouttng mengenai Street food	61
4.2.2.1 Asal-muasal Cina Benteng di Tangerang	64
4.2.2.2 Postingan di Instagram @abouttng mengenai kebudayaan di Tangerang	65
4.2.2.3 Wisata Sejarah di Tangerang	66
4.2.2.4 Kuliner khas Tangerang (Nasi jagal)	67
4.2.2.5 Kuliner khas Tangerang (Laksa)	67
4.2.2.6 Kuliner khas Tangerang (Es Podeng)	68
4.2.2.7 Tempat wisata Situ Cipondoh	68
4.2.2.8 Kebiasaan Tradisional Eretan	69
4.2.2.9 Salah satu Pasar Tradisional di Tangerang	70
4.2.2.10 Monumen Lengkong	71
4.2.2.11 Titik 0 Km Kota Tangerang	72
4.2.2.12 Postingan Twitter @abouttng mengenai keluhan masyarakat	73
4.2.2.13 Kawasan pecinan di Tangerang	75
4.2.2.14 Event Career Expo dan Job Fair	77
4.2.2.15 Berita Pembangunan Kantor Apple Inc	78
4.2.2.16 Berita Pembangunan Rumah untuk Buruh	79
4.2.2.17 Trasporstasi umum di Tangerang	80
4.2.2.18 Salah salah sekolah dan perguruan tinggi di Tangerang	81

4.2.2.19 Kawasan wisata cagar budaya	82
4.2.2.20 Tempat wisata Hutan mangrove	82
4.2.2.21 Laporan Cuaca di Tangerang	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABLE

1.1 Jumlah wisatawan Mancanegara dan Lokal di Kota Tangerang	4
1.2 Jumlah wisatawan Mancanegara dan Lokal di Kab.Tangerang.....	5



UNIVERSITAS
MERCU BUANA