

PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA MALANG MELALUI *CITY BRANDING “BEAUTIFUL MALANG”*

(Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

JEFFRI CHANDRA SIANIPAR

NIM. 105030100111069



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK
MALANG
2017**

MOTTO

“You can make something of your life. It just depends on your drive”

(Eminem)

“I know you think my life is good because my diamond piece, but my life been good since I started finding peace”

(Nas)

LEMBAR PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA AYAHANDA DAN IBUNDA

V. SIANIPAR DAN E. PANGARIBUAN

SERTA

KAKAK-KAKAKKU TERSAYANG

SUSTER MARGARETHA

SITI N. SIANIPAR

EDI J. SIANIPAR

SONDANG K. SIANIPAR

RIKSON M. SIANIPAR

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengembangan Pariwisata Kota Malang Melalui *City Branding "Beautiful Malang"* (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang)

Disusun oleh : Jeffri Chandra Sianipar

NIM : 105030100111069

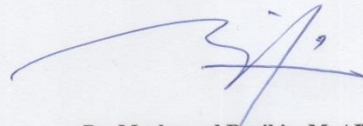
Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Administrasi Publik

Konsentrasi/Minat : -

Malang, 04 Mei 2017

Komisi Pembimbing



Dr. Mochamad Rozikin, M. AP
NIP. 19630503 198802 1 001

TANDA PENGESAHAN

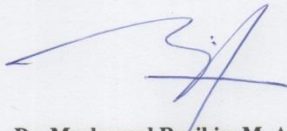
Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu
Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 20 Juli 2017
Jam : 08.00 – 09.00 WIB
Skripsi atas Nama : Jeffri Chandra Sianipar
Judul : Pengembangan Pariwisata Kota Malang Melalui *City
Branding “Beautiful Malang”* (Studi Pada Dinas
Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Malang)

Dan dinyatakan **LULUS**

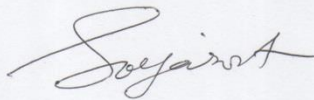
MAJELIS PENGUJI

Ketua



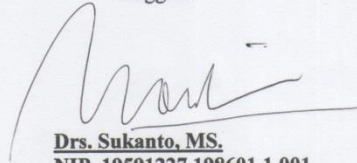
Dr. Mochamad Rozikin, M. AP.
NIP. 19630503 198802 1 001

Anggota



Dr. Sujarwoto, M.Si, Ph.D.
NIP. 19750130 200312 1 002

Anggota



Drs. Sukanto, MS.
NIP. 19591227 198601 1 001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di dalam naskah naskah ini dapat dibuktikan terpadapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 04 Mei 2017



Jeffri Chandra Sianipar
105030100111069

RINGKASAN

Jeffri Chandra Sianipar, 2017, Pengembangan Pariwisata Kota Malang Melalui *City Branding “Beautiful Malang”* (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Malang) Dr. Mochamad Rozikin, M.AP

Penelitian ini mengangkat tema tentang konsep *city branding* dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata yang diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji lebih dalam tentang pengembangan pariwisata dan pemasaran *brand Beautiful Malang* sebagai salah satu bentuk upaya dalam kegiatan promosi wisata dan peningkatan jumlah wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan cara menganalisis dan mendeskripsikan tentang pelaksanaan pengembangan pariwisata dan pemasaran *brand Beautiful Malang*. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang, Jalan Soekarno Hatta B. Nomor 210 Malang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penelitian lapangan. Teknik tersebut dimaksudkan untuk memperoleh data dan informasi secara tepat, yang berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata dan pemasaran *brand Beautiful Malang* yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang sudah berjalan dengan cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dari langkah pengembangan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang dengan mengoptimalkan wisata buatan sebagai antisipasi atas keadaan Kota Malang yang minim akan wisata alam. Selain itu penggunaan *brand Beautiful Malang* sebagai media promosi pariwisata dan citra kota yang sekaligus merupakan perwujudan potensi dan keunggulan Kota Malang atau disebut juga dengan Tri Bina Cita, sudah terlaksana dengan baik yang ditandai dengan peningkatan kualitas obyek wisata dan peningkatan kuantitas pelancong setiap tahunnya.

Kata Kunci: *Pariwisata, Pengembangan Pariwisata, City Branding, Beautiful Malang*

SUMMARY

Jeffri Chandra Sianipar, 2017, The Tourism Development of Malang City Through City Branding “Beautiful Malang” (A Case Study in Malang Culture and Tourism Office) Dr. Mochamad Rozikin, M.AP

This thesis discusses about the implementation of city branding concept in tourism industry applied by Malang Culture and Tourism Office. The aim of this study to analyse the tourism development and its brand “Beautiful Malang” as one of endeavours to promote tourism activities and attract more domestic and international visitors.

This method which was used in this study was qualitative and it was done by analysing and illustrating the tourism development and its brand “Beautiful Malang”. This study was conducted in Malang Culture and Tourism Office, Soekarno Hatta B Street no. 210, Malang. Sample collection was gathered through interview, observation, and documentation in the field to obtain precise information and data.

The result showed that the tourism development and promotion of city branding “Beautiful Malang” carried out by Malang Culture and Tourism Office was effective. This was reflected by the presence of artificial tourism spots as an anticipation of insufficient natural attractions. Moreover, the application of “Beautiful Malang” as tourism and city branding promotion is an entity of true potency and excellence of Malang City, or generally known as Tri Bina Cita. In addition, the brand has been implemented decently as the increasing of tourism attractions quality and student quantity annually.

Key words: Tourism, Tourism Development, City Branding, Beautiful Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengembangan Pariwisata Kota Malang Melalui *City Branding “Beautiful Malang”* (Studi Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang). Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya,
2. Bapak Choirul Saleh, Dr, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya,
3. Dr. Lely Indah Mindarti, M.Si. selaku Ketua Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya,
4. Bapak Dr. Mochamad Rozikin, M. AP selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, arahan, nasehat dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tahapan skripsi ini,

5. Para dosen dan staff karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam segala hal,
6. Seluruh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang yang sudah berkenan memberikan tempat, ilmu, informasi, serta data yang dibutuhkan selama penelitian ini berlangsung,
7. Orang tua penulis yang selalu setia memberikan doa dan dukungan,
8. Kakak-kakak penulis yang selalu memberikan semangat,
9. Teman-teman sekontrakan penulis yaitu Kevin, Nano, John, Jekki, Faldano, Erick,
10. Teman-teman mahasiswa Jurusan Administrasi Publik Universitas Brawijaya,
11. Alumni Budi Mulia Pematangsiantar – Malang (ALBUM Malang), dan
12. Semua pihak yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, May 2017

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
TANDA PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	v
RINGKASAN	vi
SUMMARY	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian.....	12
E. Sistematika Pembahasan	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemerintah Daerah dan Pembangunan Daerah	15
1. Pemerintah Daerah	15
2. Pembangunan Daerah.....	16
B. Pembangunan Daerah dalam Sektor Pariwisata.....	17
1. Penyelenggaraan dan Pembagian Urusan Pemerintahan	17
2. Fungsi dan Peranan Pemerintah Daerah dalam Sektor Pariwisata.....	23
C. Pengembangan Pariwisata Melalui <i>City Branding</i>	25
1. Pariwisata	25

2. Pengembangan Pariwisata.....	32
3. <i>City Branding</i>	36
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Kota Pariwisata	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	42
B. Fokus Penelitian	43
C. Lokasi dan Situs Penelitian	44
D. Jenis dan Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Instrumen Penelitian.....	49
G. Analisis Data	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Situs Penelitian	53
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	53
2. Gambaran Umum Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang.....	67
3. <i>Beautiful Malang</i> sebagai <i>City Branding</i>	72
B. Penyajian Data	78
1. Pengembangan Infrastruktur Pariwisata Kota Malang	78
2. Pemasaran <i>City Branding Beautiful Malang</i>	85
3. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia di Sektor Pariwisata Kota Malang.....	114
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Pariwisata Kota Malang.....	119
C. Pembahasan.....	129
1. Pengembangan Infrastruktur Pariwisata Kota Malang	129
2. Pemasaran <i>City Branding Beautiful Malang</i>	136
3. Pemberdayaan Sumber Daya Manusia di Sektor Pariwisata Kota Malang.....	140
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Pariwisata Kota Malang.....	144

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	150
B. Saran.....	154

DAFTAR PUSTAKA	159
-----------------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Jumlah Wisatawan Asing Tahun 2005 – 2015 dan Devisa Wisman 2005-2015	2
2. Perkembangan Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara, Rata-Rata Perjalanan, Pengeluaran Per Perjalanan dan Total Pengeluaran 2009–2013	2
3. Destinasi Wisata Kota Malang.....	80
4. Hotel dan Penginapan Lainnya di Kota Malang	82
5. Fasilitas Transport di Kota Malang.....	83
6. Daftar Rumah Makan dan Sejenisnya Di Kota Malang.....	84
7. Daftar Toko Cenderamata dan Sejenisnya Di Kota Malang	85
8. <i>Calender of events</i> tahun 2017	94

DAFTAR GAMBAR

1. Grafik Tenaga Kerja Langsung yang bekerja di Sektor Pariwisata Indonesia	4
2. Pembagian Urusan Pemerintahan	23
3. Model analisi data Miles, Huberman dan Saldana.....	51
4. Lambang Kota Malang	61
5. Struktur Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang.....	69
6. Logo <i>city branding Beautiful Malang</i>	75
7. Penempelan stiker logo Beautiful Malang di angkutan umum oleh Walikota Malang Di Kota Malang.....	86
8. Logo <i>Beautiful Malang</i> pada <i>website</i> Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang	88
9. Logo <i>Beautiful Malang</i> pada brosur kalender kegiatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang.....	88
10. Umbul-umbul <i>Beautiful Malang</i> pada <i>event</i> Festival Kuliner di Balai Kota Malang	89
11. Logo <i>Beautiful Malang</i> di mobil kedinasan.....	89
12. Pemilihan Kakang Mbakyu.....	90
13. Penempelan stiker <i>Logo Beautiful Malang</i> pada angkutan umum oleh Kakang Mbakyu	91
14. Festival Kuliner Malang	97
15. <i>Fashion On The Street</i>	98
16. <i>Malang Flower Carnival</i>	99
17. Malang Artnival	100
18. Pagelaran Tari Daerah dan Drama Tari di TMII.....	100
19. Aplikasi Malang Menyapa	102
20. Tampilan aplikasi Malang Menyapa pada <i>smartphone</i>	103
21. Idjen Boulevard.....	104
22. Pedestrian Kota Malang	105
23. Alun-Alun Kota Malang	105
24. Taman Slamet	106
25. Bus Macyto	107
26. Kampung wisata warna-warni Jodipan.....	110
27. Kampung Sanan Tempe Malang.....	111
28. Poto Spot di Kampung Tridi (3D)	112
29. Kampung Wisata Keramik Dinoyo.....	113
30. Penampilan seniman musik pada <i>event</i> Taman Zona Kreatif (Tazokraf).....	116
31. Penampilan karya seniman lukis pada <i>event</i> Taman Zona Kreatif (Tazokraf).....	117

32. Penampilan seniman tari pada <i>event</i>	
Taman Zona Kreatif (Tazokraf).....	117
33. Kampung Tematik Kota Malang.....	134

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Interview Guide	162
2. Lampiran 2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1.....	164
3. Lampiran 3. Undang-Undang Republik Indonesia Nonor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah pasal 1-15	166
4. Lampiran 4. Undang-Undang Republik Indonesia Nonor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah Bab IV Urusan Pemerintahan	168
5. Lampiran 5. Undang-Undang Republik Indonesia Nonor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah Pasal 236-245.....	172
6. Lampiran 6. Foto Dokumentasi Penelitian.....	177
7. Lampiran 7. Surat Izin Melaksanakan Penelitian	180
8. Curriculum Vitae.....	183