

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Palembang merupakan kota tertua di dunia yang terletak di pulau Sumatera tepatnya di Sumatera bagian selatan, kota yang pernah dikuasai oleh kerajaan Sriwijaya ini memiliki citra yang positif di kalangan masyarakat. Sebab, Palembang memiliki keanekaragaman budaya yang tersebar disepanjang tepian sungai Musi dan daerah-daerah Sumatera selatan. Selain itu juga Palembang memiliki kuliner terkenalnya yaitu pempek. Bagi masyarakat luas ketika membahas mengenai kuliner kota Palembang tentu akan langsung tertuju pada makanan yang terbuat dari olahan ikan tersebut.

Kota yang terkenal dengan ikon “Jembatan Ampera” ini memiliki catatan bersejarah salah satunya yaitu pernah menjadi tuan rumah *event* olahraga terbesar se-Asia yaitu ASIAN GAMES pada tahun 2018 bersama dengan Jakarta, serta tercatat beberapa kali menjadi tempat terselenggaranya pesta olahraga lainnya.

Akibat terselenggaranya *event-event* olahraga tersebut, kota Palembang mengalami pembangunan infrastruktur yang begitu pesat salah satunya dibangun LRT (*Light Rail Transit*) untuk menjadi moda transportasi umum bagi masyarakat Palembang ataupun pengunjung. Dibangunnya LRT ini untuk memudahkan perjalanan bagi masyarakat karena kereta ini memiliki kecepatan perjalanan yang baik. Namun masyarakat belum siap dengan keberadaan LRT ini.

Infrastruktur yang lain yaitu penambahan *flyover*, pembangunan jembatan Musi IV dan Musi VI yang mendampingi jembatan Ampera untuk memudahkan perjalanan darat masyarakat serta mengurangi adanya kemacetan di jembatan Ampera. Pembangunan jalan tol, sehingga mempermudah masyarakat untuk keluar kota menggunakan transportasi darat. Pembangunan "Jakabaring *Sport City*" merupakan *venue event* olahraga yang telah disebutkan sebelumnya untuk menunjang lokasi dan fasilitas para atlet.

Berdasarkan catatan sejarah dan kemajuan infrastruktur tersebut kota Palembang menjadi perhatian di kancah internasional tentunya menjadi perhatian khusus bagi pemerintah kota Palembang. Pemerintah kota Palembang dalam hal ini dinas pariwisata kota Palembang telah berusaha mengangkat keanekaragaman dan keunikan budaya tersebut untuk dipromosikan serta dikemas dalam bentuk aneka macam atraksi wisata agar mampu menarik minat wisatawan berkunjung ke kota Palembang.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah ialah dengan membuat *city branding*, sebagai media promosi suatu daerah. Mengingat di Indonesia *city branding* menjadi hal yang sangat penting dalam mempromosikan wisata lokal. Pemerintah RI dibawah kepemimpinan presiden Joko Widodo memutuskan bahwa sektor pariwisata adalah salah satu sektor prioritas pembangunan dan kementerian pariwisata telah menjadi *leading sector*.

Namun dalam hal ini, *city branding* kota Palembang tidak berjalan dengan lancar, proses penguatan *city branding* Palembang sebenarnya telah dimulai sejak tahun 2016 saat diumumkan dan diresmikannya Palembang sebagai tuan rumah

Asian Games bersama dengan Jakarta. Pemerintah terlihat sering sekali mengganti-ganti logo dan *city branding* Palembang, hal ini juga menjadi permasalahan pada penelitian ini, bukan hanya logo namun slogan dan fokus pengembangan pun terus berganti. berikut ini merupakan logo *city branding* yang dibuat oleh dinas pariwisata kota Palembang tahun 2017 :



Gambar 1.1 Logo City Branding Palembang 2017

Sumber : <http://palembang-tourism.com/berita-578-new-branding-palembang-.html>

Logo kota Palembang di atas diresmikan pada Sabtu 17 Juni 2017 tepat ditanggal tersebut kota Palembang genap berusia 1334 tahun. Melalui strategi pemasaran kementerian pariwisata dibawah pimpinan Arif Yahya juga telah menetapkan 3 strategi utama pemasaran yakni *branding*, *advertising* dan *selling* untuk dapat diaplikasikan seluruh pemerintahan daerah di seluruh Indonesia.

Namun, logo ini mendapatkan kritik dari kementerian pariwisata RI karena dinilai terlalu panjang dan sulit untuk diingat. Sangat disayangkan, sampai awal tahun 2018, logo Palembang seperti di atas bahkan sangat jarang digunakan pada berbagai kesempatan dan pembuatan materi promo. Bahkan, terdapat logo Palembang yang lain yang beredar. Apabila keseriusan pemerintah tidak

disosialisasikan, maka hasilnya masyarakat tidak dapat bersama mengangkat logo dan *branding* tersebut dan merasa tidak memiliki sehingga sangat normal sekali apabila logo itu tidak menjadi kekuatan *city branding* Palembang saat ini.

Akantetapi, berganti gantinya *branding* suatu kota juga merupakan sebuah masalah, dimana pemerintah daerah dalam hal ini pemerintah kota Palembang seperti belum mantap dengan *branding* yang dikeluarkan untuk kota *sport tourism* tersebut. Hal ini berakibat pada penerimaan dan penyerapan makna *branding* di masyarakat baik itu masyarakat di dalam kota dan masyarakat luar kota Palembang menjadi tidak maksimal.

Sebuah *branding* yang kuat dari sebuah kota lahir dari berbagai elemen didalamnya, dimana kekuatan elemen tersebut akan memperkuat branding suatu kota dan fenomena yang terjadi di kota Palembang saat ini. Terus bergantinya fokus pemerintah daerah dalam hal ini pemerintah kota Palembang dalam menentukan *city branding*-nya.

Namun, pada bulan April 2018 muncullah *city branding* kota Palembang yang dibuat oleh Pemerintah Kota (Pemkot) Palembang yaitu “*Charming Palembang*” dengan desain logo jembatan Ampera plus hologram dari Sungai Musi dalam bentuk sembilan cabang sungai. Kementrian Pariwisata dan mitra pemerintah sebagai konsultan *city branding* menyarankan untuk menyatukan *branding* Sumatera Selatan (Sumsel) dan kota Palembang menjadi satu logo karena branding Sumsel sangat lekat dengan kota Palembang tersebut. Berikut logo “Charming Palembang”.



Gambar 1.2 Logo City Branding Palembang 2018
Sumber : <https://inspicks.com/user/pariwisata.palembang>

Perubahan dalam segi logo *City Branding* Palembang yang dilakukan oleh Pemerintah ini tentunya menimbulkan penyerapan makna yang berbeda dikalangan masyarakat. Masyarakat kota Palembang yang terdiri dari latar belakang yang berbeda-beda, baik itu pelajar, mahasiswa, pekerja dan lainnya yang memiliki penilaian yang berbeda-beda.

Geliat perubahan logo *city branding* yang dilakukan oleh Pemerintah ini timbulah keinginan penulis untuk melakukan penelitian skripsi dalam memenuhi tugas akhir jenjang strata satu dengan judul “*City Branding* kota Palembang (Studi Kasus pada Perubahan Logo Dan *Tagline* Kota Palembang Tahun 2017-2018).”

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini identifikasi masalahnya ialah :

1. Inkonsistensi pemerintah daerah dalam menentukan branding kota Palembang.

2. Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat mengenai *city branding* kota Palembang

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka pada penelitian ini penulis merumuskan masalahnya mengenai bagaimana perubahan logo & *tagline city branding* palembang tahun 2017-2018 ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui perubahan logo dan tagline *city branding* kota Palembang tahun 2017-2018

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat ditinjau dari sudut pandang, yaitu sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis laporan ini diharapkan dapat berguna bagi ilmu pengetahuan, yaitu sebagai sumbangan pengetahuan pemikiran yang dapat memperkaya ilmu dalam bidang komunikasi dan menambah wacana baru mengenai fenomena-fenomena hangat dikalangan masyarakat.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktisi penelitian ini diharapkan bermanfaat :

- a. Bagi Univesitas

Laporan ini dapat bermanfaat sebagai penambah pengetahuan mahasiswa lainnya, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi.

b. Bagi Peneliti

Laporan ini diharapkan dapat menjadi tempat bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama masa kuliah dan menjadi pengalaman.

c. Bagi Pembaca

Laporan ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan dalam membuat kebijakan-kebijakan.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Agar tidak terjadi perluasan dan penyimpangan, maka peneliti memberikan batasan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki ruang lingkup penelitian yaitu Dinas Pariwisata kota Palembang, bidang pemasaran yang berlokasi di Jl. Dr. Wahidin No. 3, Talang Semut, Kecamatan Bukit Kecil Palembang, Sumatera Selatan 30121.