



Strategi Plus Jakarta dalam Membangun *City Branding* DKI Jakarta sebagai Kota Kolaborasi

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Muhammad Raihan Amin

NIM: 2110411011



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA**



**STRATEGI PLUS JAKARTA DALAM MEMBANGUN *CITY
BRANDING* DKI JAKARTA SEBAGAI KOTA KOLABORASI**

SKRIPSI

Muhammad Raihan Amin

2110411011

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM SARJANA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammad Raihan Amin

NIM : 2110411011

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 23 Mei 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Raihan Amin

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Raihan Amin
NIM : 2110411011
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI PLUS JAKARTA DALAM MEMBANGUN *CITY BRANDING*
DKI JAKARTA SEBAGAI KOTA KOLABORASI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 23 Juli 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Raihan Amin

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Muhammad Raihan Amin
NIM : 2110411011
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Plus Jakarta dalam Membangun *City Branding* DKI Jakarta sebagai Kota Kolaborasi

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si.

Penguji 1



Rizkiya Ayu Maulida, S.IP., MA.

Penguji 2



Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos., MA.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

STRATEGI PLUS JAKARTA DALAM MEMBANGUN *CITY BRANDING* DKI JAKARTA SEBAGAI KOTA KOLABORASI

MUHAMMAD RAIHAN AMIN

ABSTRAK

Penelitian ini berguna untuk mengetahui bagaimana strategi Plus Jakarta dalam membangun *city branding* DKI Jakarta sebagai Kota Kolaborasi. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pada pembahasan dan analisis, peneliti menggunakan aplikasi NVivo 15 untuk dapat menghasilkan visualisasi data dari hasil penelitian dengan menggunakan fitur *word frequency query* dan *word cloud*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Plus Jakarta menggunakan beberapa strategi sesuai teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) yaitu *advertising, sales promotion, event and experiences, public relations and publicity, online and social media, mobile marketing, dan personal selling*. Selain itu, Plus Jakarta tidak hanya dibentuk sebagai identitas visual, melainkan juga sebagai ekosistem partisipatif yang mendorong kolaborasi antara warga, komunitas, dan pemerintah sehingga mengedepankan pertumbuhan secara organik dan autentik. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi kota dengan menekankan pentingnya strategi partisipatif dalam *branding* kota.

Kata Kunci: *City Branding, Integrated Marketing Communication, Plus Jakarta, Kolaborasi*

***PLUS JAKARTA'S STRATEGIES IN BUILDING CITY
BRANDING OF DKI JAKARTA AS A CITY OF
COLLABORATION***

MUHAMMAD RAIHAN AMIN

ABSTRACT

This study aims to examine the strategy of Plus Jakarta in building the city branding of DKI Jakarta as a city of collaboration. This research employs a descriptive qualitative method with data collected through interviews, observation, and documentation. For analysis, the researcher used NVivo 15 software to visualize the data findings using features such as word frequency query and word cloud. The results of the study indicate that Plus Jakarta employs several communication strategies based on the theory of Integrated Marketing Communication (IMC), including advertising, sales promotion, event and experiences, public relations and publicity, online and social media, mobile marketing, and personal selling. Furthermore, Plus Jakarta is not merely constructed as a visual identity but also as a participatory ecosystem that fosters collaboration among citizens, communities, and the government, thus emphasizing organic and authentic growth. This study contributes to the development of urban communication studies by highlighting the importance of participatory strategies in city branding.

Keywords: *City Branding, Integrated Marketing Communication, Plus Jakarta, Collaboration*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Plus Jakarta dalam Membangun *City Branding* DKI Jakarta sebagai Kota Kolaborasi. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya mendapatkan banyak dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, saya ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada:

- a) Allah SWT. atas segala karunia, rahmat, dan nikmat-Nya yang telah memberikan berbagai macam syukur kepada peneliti berupa kesehatan, kemudahan, dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat selesai.
- b) Orang tua, keluarga, dan teman-teman, yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam setiap tahap penelitian ini.
- c) Pak Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
- d) Ibu Dra. Aniek Irawatie, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu mendukung kepada peneliti di setiap semester.
- e) Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan peneliti ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
- f) Inisiator Plus Jakarta dan Tim Gubernur untuk Percepatan Pembangunan (TGUPP), serta Pimpinan Eksekutif Plus Jakarta, yang telah berkenan menjadi informan utama dalam penelitian ini.
- g) Komunitas Forum Diskusi Transportasi Jakarta, atas partisipasi dan perspektif berharga dalam wawancara terkait kolaborasi dengan Plus Jakarta.
- h) Kepada diri sendiri yang telah yakin akan potensinya dan berharap dapat memberi dampak yang progresif bagi seluruh pertumbuhan kota secara global.

Peneliti pun menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan penelitian ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang *city branding* dan strategi komunikasi menggunakan IMC. Terima kasih atas perhatiannya.

Jakarta, 23 Mei 2025



Muhammad Raihan Amin

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Konsep-Konsep Penelitian	14
2.1.1 Strategi Komunikasi	14
2.1.2 <i>Branding</i>	14
2.1.3 <i>City Branding</i>	16
2.2 Teori Penelitian	21
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	21
2.3 Kerangka Berpikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	25
3.2 Paradigma Penelitian.....	25

3.3 Jenis Penelitian	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Sumber Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.7 Tabel Rencana Waktu	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	32
4.1.1 Plus Jakarta.....	32
4.1.2 Visi Misi Plus Jakarta	38
4.1.3 Logo dan Makna Plus Jakarta	40
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Mengkomunikasikan Citra Kota	50
4.2.2 Strategi Plus Jakarta	55
4.2.3 Dinamika Plus Jakarta.....	66
4.2.4 Kolaborasi Plus Jakarta	71
4.3 Analisis NVivo	82
4.4 Pembahasan	84
BAB V PENUTUP	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Praktis.....	94
5.2.2 Saran Teoritis	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Beberapa Logo City Branding Kota di Negara Lain	2
Gambar 1. 2 Beberapa Logo City Branding Kota di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Logo +Jakarta Kota Kolaborasi.....	5
Gambar 1. 4 Mural Plus Jakarta hiasi Jalan Mohammad Ichwan Ridwan Rais, Gambir.....	6
Gambar 1. 5 Mural Plus Jakarta di Jalan Pinang I, Pondok Labu	7
Gambar 1. 6 Media Sosial Instagram Plus Jakarta	7
Gambar 2. 1 Kerangka Delapan Unsur Proses Place Branding.....	17
Gambar 2. 2 Kerangka City Branding menurut Kavaratzis	19
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir.....	24
Gambar 4. 1 Hierarki Branding Plus Jakarta.....	38
Gambar 4. 2 Simbol “+”	41
Gambar 4. 3 Logo Plus Jakarta	42
Gambar 4. 4 Tiga Alternatif Styles Font Plus Jakarta Sans	43
Gambar 4. 5 Enam Warna Menor Plus Jakarta	44
Gambar 4. 6 Beragam Jenis Pola Tematik Plus Jakarta	47
Gambar 4. 7 Instalasi Plus Jakarta	52
Gambar 4. 8 Dukungan Warga terhadap Plus Jakarta	53
Gambar 4. 9 Temu Plus Jakarta Edisi Ridwan Kamil.....	54
Gambar 4. 10 Mural Plus Jakarta di Rawa Bunga, Jakarta Timur	57
Gambar 4. 11 Jakarta Hajatan 2020-2022.....	59
Gambar 4. 12 Belajar Bahasa Isyarat Bersama Silang.id.....	60
Gambar 4. 13 Unggahan #PesanJakarta dan #SudutPandangJakarta di Instagram Plus Jakarta	63
Gambar 4. 14 Mural Plus Jakarta dengan Penambahan Slogan	69
Gambar 4. 15 FDTJ dalam Jakarta Community Guidebook 2021	73
Gambar 4. 16 Keputusan Gubernur No. 31 Tahun 2022	74
Gambar 4. 17 Tampilan Beberapa Wayfinding di Jakarta yang Berbeda....	75
Gambar 4. 18 Ayo Ngobrolin Kota (ANGKOT) di Ini Jakarta 2022.....	79
Gambar 4. 19 Frekuensi Kata pada Transkrip.....	83
Gambar 4. 20 Visualisasi Word Cloud dengan NVivo 15	84

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Rencana Waktu.....	31
Tabel 4. 1 Tabel Evolusi Kota	33
Tabel 4. 2 Tabel Konsep dan Hasil Wayfinding dan Signage di Jakarta	77
Tabel 4. 3 Penerapan IMC oleh Plus Jakarta.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup Penulis	99
Lampiran 2 Hasil Turnitin	100
Lampiran 3 Surat Izin Riset Penelitian	101
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian (2)	102
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian (3)	103
Lampiran 6 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	104
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan	105