



STRATEGI *CITY BRANDING* KOTA BOGOR MELALUI KONTEN DIGITAL *VIDEO PROFILE* “BOGOR PUNYA MASKOT”

ANANDA SALSA NOVIANDINI



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PERLIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan Akhir dengan judul ” Strategi Perencanaan *City Branding* Melalui Konten Digital Video Profile “Bogor Punya Maskot” “, adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Ananda Salsa Noviandini
NIM J0301201177

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

ANANDA SALSA NOVIANDINI. Strategi Perencanaan *City Branding* Melalui Konten Digital *Video Profile* “Bogor Punya Maskot”, Dibimbing oleh BAYU SURIAATMAJA SUWANDA.

Pada era digital yang semakin berkembang, strategi *city branding* menjadi hal yang penting untuk meningkatkan citra dan daya tarik suatu daerah. Strategi *City Branding* Kota Bogor Melalui Konten Digital *Video Profile* “Bogor Punya Maskot”, menyoroti pendekatan yang digunakan dalam proyek akhir ini yang bekerjasama dengan Pemerintah Kota Bogor dalam mempromosikan identitas kota Bogor melalui penggunaan konten digital, khususnya video profil dengan judul “Bogor Punya Maskot”. Melalui maskot kota Bogor yang disebut “Si Rubo”, pemerintah bertujuan untuk memperkuat identitas kota dan menarik perhatian masyarakat serta pengunjung sehingga dapat meningkatkan sektor ekonomi dan pariwisata di Kota Bogor. Pentingnya strategi *city branding* dalam konteks digital, peran maskot sebagai simbol kota, serta tujuan dari konten video profil untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap Kota Bogor sebagai tujuan wisata dan tempat tinggal yang menarik.

Kata kunci: konten digital, maskot kota, merk kota, pemerintah daerah

ABSTRACT

ANANDA SALSA NOVIANDINI. *Planning Strategy City Branding Through Digital Content Video Profile "Bogor Has a Mascot". Supervised by BAYU SURIAATMAJA SUWANDA.*

In the increasingly developing digital era, strategy city branding It is important to improve the image and attractiveness of an area. With the title Strategy City Branding Bogor City Through Digital Content Video Profile "Bogor Has a Mascot", highlights the approach used in this final project in collaboration with the Bogor City Government in promoting the identity of the city of Bogor through the use of digital content, especially a profile video with the title "Bogor Has a Mascot". Through the Bogor city mascot called "Si Rubo", the government aims to strengthen the city's identity and attract the attention of the public and visitors so that it can improve the economic and tourism sectors in Bogor City. The importance of strategy city branding in a digital context, the role of the mascot as a symbol of the city, as well as the aim of the profile video content to increase awareness and interest in the City of Bogor as an attractive tourist destination and place to live.

Keywords: city branding, city mascot, digital content, local government.



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Perencanaan *City Branding* Melalui Konten Digital *Video Profile* “Bogor Punya Maskot”
Nama : Ananda Salsa Noviandini
NIM : J0301201177

Hak cipta milik IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh:

Dosen pembimbing:
Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom.



Diketahui oleh:

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001



Dekan Sekolah Vokasi
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003



Tanggal Ujian
(20 Juli 2024)

Tanggal Lulus
()

PRAKATA

Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proyek Akhir yang bekerjasama dengan Diskominfo Kota Bogor dengan judul Strategi *City Branding* Kota Bogor dalam Konten Digital *Video Profile* “Bogor Punya Maskot”..

Tujuan dari penulisan Laporan Proyek Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan program studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Menyadari penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua, Ratu Rani Setiawati dan Irfan Setiaji yang selalu memberikan doa serta dukungan baik secara moril maupun materil selama penulis menjalankan studinya di Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Terima kasih kepada Bayu Suriaatmaja Suwanda, S.I.Kom., M.I.Kom. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, ilmu serta masukannya sehingga terciptanya laporan ini. Terima kasih kepada Melyani Filtania S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing selama penulis berada di Diskominfo Kota Bogor, dan juga Hafiedz Ashidiqi dan Tanu Januar Wijaya selaku Mentor yang telah bersedia memberikan ilmu, arahan, dan masukan kepada penulis selama pelaksanaan Proyek Akhir ini serta pihak Diskominfo Kota Bogor yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman yang sangat berharga. Terima Kasih kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB Institut Pertanian Bogor. Terima kasih kepada teman-teman Proyek Akhir “Bogor Punya Maskot”. Semoga kita dapat meraih cita-cita serta menjadi individu yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun masyarakat. Semoga kekurangan dan kelebihan dalam laporan ini dapat menjadi pembelajaran. Akhir kata, penulis berharap Laporan Proyek Akhir ini dapat memberikan manfaat dan ilmu bagi para pembaca. Atas perhatiannya, penulis ucapkan terima kasih.

Bogor, Juli 2024

Ananda Salsa Noviandini

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	2
Tujuan	2
II TINJAUAN PUSTAKA	3
<i>Branding</i>	3
<i>City Branding</i>	3
Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah	5
Komunikasi Massa	5
Konten Digital	6
Media Sosial	6
III METODE	8
Lokasi dan Waktu Proyek Akhir	8
Data dan Instrumen	8
Tehnik Pengumpulan Data	8
Prosedur Kerja	9
<i>Output</i> Proyek	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
Gambaran Proyek	19
Strategi <i>City Branding</i> dalam Konten Digital Video Profile “Bogor Punya Maskot”	24
<i>Branding</i> Maskot Si Rubo Melalui Media Sosial Pemerintah Kota Bogordan Rubo.Official	34
V SIMPULAN DAN SARAN	42
Simpulan	42
Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44
RIWAYAT HIDUP	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

1	Alur pembuatan konten	9
2	Kerja produser	10
3	Kru produksi “Bogor Punya Maskot”	13
4	Perencanaan konsep	13
5	<i>Timeline</i> produksi	14
6	Revisi konsep <i>video profile</i>	14
7	Proses shooting	15
8	<i>Editing video profile</i> “Bogor Puntya Maskot”	16
9	Revisi <i>editing</i> secara online melalui whatsapp	17
10	<i>Thumbnail</i> “Bogor Punya Maskot”	19
11	Akun YouTube Pemerintah Kota Bogor	20
12	Maskot Si Rubo	21
13	Wawancara Bima Arya	24
14	<i>Merchandise</i> Si Rubo di Dekranasda Kota Bogor	25
15	Dekranasda Kota Bogor	26
16	Maskot Si Rubo meriahkan kemenangan adipura Kota Bogor	26
17	<i>Local Pride</i> di Kelurahan Ciheulet, Bogor Timur	27
18	Si Rubo dalam acara-acara publik	28
19	Infrastruktur edukasi Si Rubo	28
20	Maskot Si Rubo pada angkot listrik	29
21	Si Rubo bersama Bima Arya	30
22	<i>Merchandise</i> Si Rubo	30
23	Benner promosi UMKM sablon daerah malabar	31
24	Wawancara Bima Arya	31
25	Bara menjelaskan tentang maskot Si Rubo	32
26	Bara menjelaskan yang menjadi ciri khas Kota Bogor selain Tugu Kujang	33
27	Makna dan filosofi Si Rubo	33
28	Tugu Kujang Kota Bogor	34
29	Media sosial Pemerintah Kota Bogor	35
30	Konten instagram @pemkotbogor	36
31	Instagram @Rubo.official	38
32	Meme Si Rubo	38
33	Cerita awal mula Si Rubo	39
34	Si Rubo pada acara Bogor Fun Run	39
35	Interaksi aktif di insgram	40
36	<i>Merchandise</i> Si Rubo	40

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi wawancara Bima Arya	44
2	Dokumentasi <i>shooting video profile</i>	44