

**PENGARUH DIGITAL BRANDING TERHADAP  
CITRA KOTA BATAM SEBAGAI KOTA  
PARIWISATA**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Grace Honey D Sianturi  
161110045**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH DIGITAL BRANDING TERHADAP  
CITRA KOTA BATAM SEBAGAI KOTA  
PARIWISATA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Grace Honey D.Sianturi  
161110045**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Grace Honey D.Sianturi  
Npm : 161110045  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :  
**“Pengaruh Digital Branding Terhadap Citra Kota Batam Sebagai Kota  
Pariwisata”**

Adalah hasil karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di kutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Januari 2021



**Grace Honey D.Sianturi**

161110045

**PENGARUH DIGITAL BRANDING TERHADAP  
CITRA KOTA BATAM SEBAGAI KOTA  
PARIWISATA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Grace Honey D.Sianturi  
161110045**

**Telah di setujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 23 Januari 2021**



**Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Pariwisata bukanlah hal yang baru, saat ini pariwisata merupakan salah satu produk industri yang semakin diminati untuk dikunjungi. Pemerintah daerah bertanggung jawab mengembangkan dan mengelola semua potensi daerah masing-masing untuk dapat menarik wisatawan mancanegara maupun lokal. Sebagai daerah tujuan pariwisata, Kota Batam mempunyai Kawasan geografis yang ada dalam satu ataupun lebih wilayah administrative yang memiliki aksesibilitas, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, daya tarik wisata guna melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Penelitian dilaksanakan atas dasar sampel, analisisnya bisa mempergunakan statistik deskriptif, statistik deskriptif sendiri bisa dipergunakan jika penelitian hanya perlu menyajikan data sampel serta tidak berkeinginan menarik kesimpulan untuk populasi dimana sampel tersebut diperoleh, dan pengujian pada penelitian ini menggunakan pengujian deskriptif dengan menggunakan beberapa uji melalui bantuan software SPSS 23. hasil penelitian memperlihatkan t hitung yang didapatkan untuk variabel *Digital Branding* (X) yaitu 15,548 terhadap Citra Kota (Y) dan signifikansinya 0,000. Ini memperlihatkan  $t_{hitung} = 15,548 > T_{Tabel} = 1.657$  atau signifikansinya  $< 0,05$ , sehingga hasil penelitian memperlihatkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yakni *Digital Branding* (X) berpengaruh signifikan positif terhadap Citra Kota (Y), maka **Hipotesis  $H_a$  diterima.**

Kata Kunci: Citra Kota, *Digital Branding*, Kota Batam, Pariwisata

## **ABSTRACT**

*Tourism is not new, currently tourism is an industrial product that is increasingly in demand to be visited. Local governments are responsible for developing and managing all the potentials of their respective regions to be able to attract foreign and local tourists. As a tourism destination, Batam City has a geographic area in one or more administrative areas that have accessibility, tourism facilities, public facilities, tourist attractions to complement the realization of tourism. The research is carried out on the basis of samples, the analysis can use descriptive statistics, descriptive statistics themselves can be used if the research only needs to present sample data and does not want to draw conclusions for the population where the sample is obtained, and testing in this study uses descriptive testing using several tests through assistance software SPSS 23. The results showed that the  $t$  count obtained for the Digital Branding ( $X$ ) variable was 15.548 to City Image ( $Y$ ) and the significance was 0.000. This shows that  $t_{count} = 15.548 > T_{Table} = 1.657$  or the significance  $< 0.05$ , so the results show that  $H_0$  is rejected, and  $H_a$  is accepted, namely Digital Branding ( $X$ ) has a positive significant effect on City Image ( $Y$ ), then Hypothesis  $H_a$  is accepted.*

*Keywords: Batam City, City Image, Digital Branding , Tourism*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan laporan tugas akhir yang merupakan satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Ilmu Komunikasi Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. Selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
3. Ibu Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta saran selama penulisan skripsi.
4. Kedua orang tua saya Malon Parbuntian dan Rumentu Sibatuara yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.
5. Ovin Chasvanis, terima kasih atas segala dukungan, pengertian, kehadiran, dan kasih sayang yang tak pernah ada habisnya.
6. Kak Yunita Meyer dan Kak Monika Simarmata yang saling mendukung dan memotivasi.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016, terima kasih atas pertemanannya. Semoga teman-teman semua segera menyusul.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 23 Januari 2021

Grace Honey D.Sianturi

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah .....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.6.2 Manfaat praktis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Digital Branding.....	11
2.1.1 Pengertian Digital Branding.....	11
2.1.2 Elemen <i>Digital Branding</i> .....	13
2.1.3 Citra Kota .....	14
2.1.4 Elemen Citra Kota.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	16
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
2.4. Hipotesis.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2. Variabel Operasional Penelitian.....	32
3.2.1 <i>Digital Branding</i> (Independent).....	32
3.3 Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1 Populasi .....	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.4.1 Kuesioner .....	41
3.4.2 Studi Kepustakaan.....	43
3.5 Teknik Analisis Data .....	43
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	43
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	44
3.6.1 Uji Validitas .....	44



3.6.2 Uji Reabilitas Data .....	46
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.6.4 Uji Normalitas Data .....	47
3.6.5 Uji Heteroskedastitas .....	48
3.6.6 Uji Pengaruh.....	48
3.7 Jadwal Penelitian.....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Profil Objek Penelitian .....	51
4.2. Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	54
4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	54
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data .....	62
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	62
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	64
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	65
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	68
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	69
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh .....	70
4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	70
4.2.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	71
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis .....	71
4.2.5.1 Hasil Uji-t.....	71
4.3 Pembahasan .....	73
<b>BAB V Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>77</b>
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1. 1</b> Objek Wisata Kota Batam.....	2
<b>Tabel 1. 2</b> Wisatawan yang datang ke Batam periode Januari-Desember 2019 ....	5
<b>Tabel 1. 3</b> Penelitian Terdahulu.....	23
<b>Tabel 4. 1</b> Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	54
<b>Tabel 4. 2</b> Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
<b>Tabel 4. 3</b> Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
<b>Tabel 4. 4</b> Kriteria Analisis Deskriptif .....	57
<b>Tabel 4. 5</b> Deskripsi Jawaban Responden Variabel Digital Branding .....	57
<b>Tabel 4. 6</b> Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Kota.....	59
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Validitas .....	62
<b>Tabel 4. 8</b> Citra Kota .....	63
<b>Tabel 4. 9</b> Indeks Koefisien Reliabilitas .....	64
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	64
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	67
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Linear Sederhana .....	70
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	71
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji-t.....	72

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1. 1</b> Kota Batam .....	4
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran .....	29
<b>Gambar 4. 1</b> Uji Normalitas dengan Histogram .....	65
<b>Gambar 4. 2</b> Uji Normalitas dengan <i>P-P Plot Regression Standardized</i> .....	66
<b>Gambar 4. 3</b> Uji Heterokedastisitas .....	69

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3. 1</b> Slovin .....	39
<b>Rumus 3. 2</b> Uji Validitas .....	45
<b>Rumus 3. 3</b> Cronbach`s <i>Alpha</i> .....	46
<b>Rumus 3. 4</b> Regresi .....	48
<b>Rumus 3. 5</b> Rumus Uji T.....	49