

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang di peroleh dari lapangan dan setelah di konfirmasi dengan teori yang ada, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dalam melaksanakan *city branding* kabupaten Tuban, Pemerintah Kabupaten Tuban mempunyai beberapa faktor yang mendukung terjadinya *branding* bumi wali dan juga melakukan beberapa proses yang harus dilalui agar terciptanya *brand* Tuban Bumi Wali.

1. Proses yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Tuban dalam melakukan *City Branding* Bumi Wali
  - a. Menampung ide dari beberapa elemen masyarakat

Proses untuk melakukan *city branding* Tuban Bumi Wali ini membutuhkan waktu yang cukup lama. Hal paling utama yang dilakukan oleh para *Public Relation* dan *stakeholder* Pemerintah Tuban adalah menampung ide dari beberapa elemen. Sebelum melakukan penelitian mengenai hal yang menjadi bukti Bumi Wali ini tidak bisa langsung melakukan survei sebelum ide-ide itu terkumpul semuanya. Contohnya: Tim peneliti Tuban Bumi Wali ini menyalurkan ide masing-masing, setelah itu baru mereka menampungnya dan melakukan proses penelitian yang dilakukan oleh beberapa anggota tim yang telah dibentuk. Jadi proses yang

pertama untuk melakukan *branding* ini adalah menampung ide terlebih dahulu.

- b. Mengumpulkan data-data yang mendukung proses *city branding* Kota Tuban menjadi Bumi Wali

Setelah mengumpulkan ide dari beberapa elemen-elemen, para *stakeholder* dan *public relation* Pemerintah Kabupaten Tuban menampung dan mengumpulkan data-data yang akurat yang akan digunakan untuk penelitian, bukti yang menunjukkan bahwa Tuban memang pantas di sebut sebagai Tuban Bumi Wali. Proses pengumpulan data ini dilakukan oleh beberapa orang dan membutuhkan waktu yang cukup lama. Tanpa adanya data-data yang akurat maka survei tidak akan bisa dilakukan. Hal ini merupakan tugas dari tim survei atau bisa juga disebut dengan tugas *public relation* nya Pemerintah Tuban.

- c. Melakukan penelitian/melakukan survei

Melakukan penelitian adalah langkah yang di ambil oleh para *public relation* pemerintah Kabupaten Tuban dalam mencetuskan Tuban Bumi Wali. Melakukan survei merupakan suatu proses yang ketiga dari proses-proses melakukan *city branding* Kabupaten Tuban. Melakukan survei ini tujuannya adalah mencari makam-makam para wali yang ada di daerah Tuban. Karena dalam pengambilan *brand* Bumi Wali ini dasar yang utama adalah karena di Tuban banyak terdapat makam para wali dan makam *auliya'*

sehingga para tim melakukan penelitian di berbagai kecamatan yang ada di Tuban.

d. Pengesahan Kabupaten tuban menjadi Bumi Wali

Dalam pengesahan Tuban Bumi Wali ini ditandai dengan *launching* buku yang berjudul Tuban Bumi Wali. Penyusun buku Tuban Bumi Wali ini telah ditetapkan dalam surat keputusan Bupati Tuban pada tahun 2012. Jadi setelah survei dilakukan, ternyata di Tuban banyak ditemukan makam-makam wali. Hal ini adalah salah satu alasan dibentuknya brand Bumi Wali, setelah nama tersebut dibentuk, kemudian diresmikan oleh Pemerintah Kabupaten Tuban bahwa brand Tuban adalah “Tuban Bumi Wali, The Spirit of Harmony”

e. Sosialisasi Pemerintah Kabupaten Tuban dalam melakukan *city branding* Bumi Wali.

Dalam mengkomunikasikan ke masyarakat atau mensosialisasikan kepada masyarakat, *public relation* Pemerintah Kabupaten Tuban bekerja sama dengan media massa. Ada beberapa cara yang digunakan oleh pihak Pemerintah Kabupaten Tuban dalam mensosialisasikannya. Hal yang dilakukan dalam mensosialisasikan *brand* Tuban Bumi Wali adalah: mensosialisasikan kepada masyarakat luas spirit “Tuban Bumi Wali, The Spirit of Harmony”, melalui media yang memungkinkan baik formal maupun nonformal ataupun dengan sarana dan prasarana, melalui media massa seperti

radio, koran dan yang lainnya, membuat logo, mencetak dan memasang logo bertuliskan “Tuban Bumi Wali, The Spirit of Harmony”, membuat media sosialisasi atraktif seperti kaos, sticker, umbul-umbul, dan baliho bertuliskan “Tuban Bumi Wali, The Spirit of Harmony”, menyelenggarakan event hiburan, olah raga, dan pameran yang berkaitan dengan “Tuban Bumi Wali, The Spirit of Harmony”, membuat kalender wisata dan acara-acara sosial keagamaan yang berkaitan dengan “Tuban Bumi Wali, The Spirit of Harmony”

- a. Respon positif dari masyarakat sekitar mengenai *city branding* Kabupaten Tuban menjadi Bumi Wali

Respon yang ditimbulkan akibat adanya *brand* Bumi Wali ini adalah respon yang positif, terutama masyarakat sekitar Tuban. Mereka menganggap bahwa dengan adanya brand tersebut bisa memberikan keuntungan juga bagi masyarakat, khususnya masyarakat sekitar. Selain itu juga Kabupaten Tuban terkenal baik di mata masyarakat luar dan dalam Kabupaten Tuban juga menjadi tempat wisata yang ramai di kunjungi oleh masyarakat. Jadi dampak sosialnya sangat dirasakan bagi masyarakat, khususnya masyarakat sekitar Tuban.

## 2. Faktor Pendukung *City Branding* Kota Tuban menjadi Bumi Wali

### a. Kabupaten Tuban berusaha untuk mengembalikan identitas

Identitas merek adalah elemen visual yang merepresentasikan seperti apa sebuah perusahaan atau institusi terlihat, dan bagaimana sebuah perusahaan menampakkan citranya di tengah masyarakat. Disini Kabupaten Tuban telah merasa bahwa dirinya kehilangan identitas, padahal identitas sebuah kota ini sangat penting sekali. Untuk mengatasi hal ini, Kabupaten Tuban telah merubah identitasnya dan melakukan *city branded* agar Kota tersebut menjadi Kota yang benar-benar mempunyai identitas secara baik. Dan kabupaten Tuban mengembalikan identitas tersebut dengan membentuk brand baru yaitu “Tuban Bumi Wali, The Spirit of Harmony”.

### b. Kabupaten Tuban menginginkan citra yang positif

Salah satu faktor yang mempengaruhi pemerintah Kabupaten Tuban membentuk *brand* ini adalah menginginkan citra yang positif. Pada intinya mengapa suatu kota memerlukan *brand* (citra) seperti produk komersial untuk meraih kesuksesan. Hal ini dimungkinkan bagi sebuah kota dalam membentuk citra dan kesan yang mencerminkan sebuah citra yang meyakinkan, esensinya adalah tentang keberlangsungan suatu kota.

c. Popularitas Wisata Religi sebagai Keunggulan Kota

Kabupaten Tuban memang terkenal memiliki banyak wisata religi. Hal ini dibuktikan dengan adanya banyaknya makam para wali di Kabupaten Tuban. Makam-makam para wali tersebut sekarang sudah menjadi wisata religi di Tuban yang kerap dikunjungi dan diziarahi oleh para pengunjung dan peziarah dari luar. Hal itu juga merupakan salah satu alasan Kabupaten Tuban disebut sebagai Bumi Wali

d. Keharmonisan Antar Umat Beragama menjadi Prioritas

Kaharmonisan antar umat beragama yang tinggi merupakan salah satu ciri dari masyarakat Kabupaten Tuban. Hal ini dibuktikan dengan adanya tempat-tempat ibadah dari berbagai agama. Seperti contohnya di Kabupaten Tuban terdapat Klenteng Kwan Sing Bio, ada juga gereja masjid dan yang lainnya. Selain itu masyarakat Tuban antara umat satu dengan umat yang lainnya yang berbeda agama tetap selalu menjalin hubungan baik agar tercipta suatu kerukunan antar umat beragama. Selain itu, disimbolkan juga dalam kalpataru atau tiang penyangga yang berada di dalam kompleks makam Sunan Bonang. Bangunan suci ini menggambarkan dari empat agama yang diukir pada satu tempat yang mempunyai makna filosofis sebuah harapan yakni merajut harmoni, dan dengan satu tujuan yakni pemujaan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang disimbolkan dengan satu tiang tegak keatas.

## B. Rekomendasi

Dari uraian di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan lain untuk dijadikan contoh serta untuk fakultas maupun prodi dalam menentukan kebijakan mendatang, yaitu:

### 1. Lembaga/Perusahaan

Diharapkan untuk Pemerintah Kabupaten Tuban agar tetap meningkatkan kualitas dan citra kota sehingga *image* yang didapat semakin baik. Citra suatu lembaga terletak pada praktisi *Public Relation*. Diharapkan untuk seluruh *Public Relation* Pemerintah Kabupaten Tuban selalu menjaga citra lembaga dan juga tetap menjaga citra lembaga dalam keadaan apapun. Agar Kabupaten Tuban tetap menjadi kota yang mempunyai *image* positif dimata masyarakat.

### 2. Untuk Riset Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut yakni melakukan kajian kuantitatif guna melakukan tes seberapa kuat pengaruh *city branding* terhadap peningkatan citra Kabupaten Tuban.

### 3. Fakultas atau Program Studi

Diharapkan dalam memberikan mata kuliah *Public Relation*, mahasiswa dituntut untuk berperan aktif dalam menganalisa kasus maupun turun langsung ke lapangan untuk lebih mengetahui bagaimana peran ataupun proses *Public Relation* maupun stakeholder yang sebenarnya.