

**PROSES KOMUNIKASI DALAM *CITY BRANDING* MELALUI
FESTIVAL DANAU KELIMUTU DI DESA PEMO, KECAMATAN
KELIMUTU, KABUPATEN ENDE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Oleh:

CLAUDIA CARNOVA SAWA

431 210 37

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN
PROSES KOMUNIKASI DALAM CITY BRANDING MELALUI
FESTIVAL DANAU KELIMUTU DI DESA PEMO, KECAMATAN
KELIMUTU, KABUPATEN ENDE

Diajukan Oleh:

Nama : Claudia Carnova Sawa

Program Studi : Ilmu Komunikasi

NIM : 43121037

DISETUJUI OLEH:

Pembimbing I

Pembimbing II

Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0831128206

P. Hendrikus Saku Bouk., SVD, S.Fil., MA
NIDN.0807046601

MENYETUJUI

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0831128206

MENGESAHKAN

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang



Drs. Frans Bapa Tokan, M.A
NIDN.0811116701

HALAMAN PENGESAHAN
PROSES KOMUNIKASI DALAM *CITY BRANDING* MELALUI
FESTIVAL DANAU KELIMUTU DI DESA PEMO, KECAMATAN
KELIMUTU, KABUPATEN ENDE

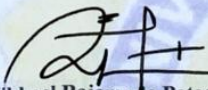
Diajukan Oleh:

Nama : Claudia Carnova Sawa
Program Studi : Ilmu Komunikasi
NIM : 43121037

DISETUJUI OLEH:

Penguji I

Penguji II


Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0819058101


Mevlisa Yulastuti Sahan, M.I.Kom
NIDN.1515059601

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Claudia Carnova Sawa

Nomor Registrasi : 43121037

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PROSES KOMUNIKASI DALAM CITY BRANDING MELALUI
FESTIVAL DANAU KELIMUTU DI DESA PEMO, KECAMATAN
KELIMUTU, KABUPATEN ENDE**

Adalah benar karya saya sendiri yang dibimbingi oleh Ibu Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing I dan P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil., MA selaku pembimbing II Apabila ditemukan penyimpangan maka saya bersedia dituntut secara hukum.

Kupang, Juni 2025

Disahkan

Pembimbing I

Mahasiswa

Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0831128206

Claudia Carnnova Sawa
No. Registrasi : 43121037

MOTTO

**“JIKA TUHAN TARUH GOLIAT DI HADAPANMU, ARTINYA ADA
DAUD DI DALAM DIRIMU”**

(1 Samuel 17)

**“SERAHKANLAH SEGALA KEKUATIRANMU KEPADA-NYA, SEBAB
IA YANG MEMELIHARA KAMU”**

(1 Petrus 5:8)

Dengan penuh Syukur, karya ini penulis persembahkan kepada:

- 1. Allah Tritunggal Maha Kudus dan Bunda Maria yang selalu menyertai dan memberkti setiap Langkah penulis dari awal perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.**
- 2. Bunda Maria, yang selalu mendengarkan segala keluhan penulis mulai dari awal perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.**
- 3. Orangtua tercinta, Bapak Markus Rubu dan Ibu Albertina Lilya Kusuma yang telah mendoakan serta selalu mendukung penulis dengan penuh cinta mulai dari awal perkuliahan hingga selesainya penulisan skripsi ini.**
- 4. Almamater tercinta tempat penulis menempuh pendidikan, Universitas Katolik Widya Mandira.**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpah Rahmat, karunia dan petunjuknya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Proses Komunikasi Dalam *City Branding* Melalui Festival Danau Kelimutu Di Desa Pemo, Kecamatan Kelimutu, Kabupaten Ende”**.

Skripsi ini merupakan tugas yang harus diselesaikan sebagai syarat guna meraih gelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom) oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandira dan untuk lebih mengembangkan daya pikir dan daya nalar agar dapat berkreasi dalam tulisan melalui ilmu yang telah diterima. Pengetahuan tidak akan berhenti, akan tetapi terus berkembang seiring dengan kemajuan zaman yang terus berjalan mencapai taraf yang lebih tinggi.

Dalam proses pembuatan skripsi ini penulis dihadapkan dengan berbagai persoalan namun penulis tetap semangat dan punya motivasi yang tinggi untuk tetap menjalankannya tidak lupa penulis menghaturkan terimakasih terhadap seluruh pihak yang telah memberikan dorongan semangat dari awal hingga selesainya penulisan skripsi ini:

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Katolik Widya Mandira.

3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Widya Mandira.
4. Ibu Innosensia E. I. Ndiki Satu, S.Sos., M.I.Kom dan P. Hendrikus Saku Bouk, SVD, S.Fil., MA selaku pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penulisan skripsi.
5. Bapak Mikhael Rajamuda Bataona, S.Sos., M.I.Kom, dan Ibu Meylisa Yuliasuti Sahan, M.I.Kom selaku penguji I dan II yang telah memberikan banyak saran dan masukan untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Keluarga tercinta adik Virginia Ayra Dhasi Sawa serta seluruh keluarga besar, yang mendukung serta mendoakan penulis dalam menyusun hingga menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat tercinta yang dengan caranya masing-masing tulus dan setia tidak pernah lelah mendukung dan memotivasi penulis dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini sampai selesai.
8. Kakak-kakak dan teman-teman tercinta Elda Reku, Erlin Rafu, Ros Aso, Tika, Gress, Anjela, Saltin, Adela, Cindy Tungga, San, Ria, Daren, Osar, Seto, Rio Bili, Helen, Sharon, Alfiani dan Irna yang selalu memberi dukungan, menemani, memberikan pengetahuan tambahan, membantu serta motivasi penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Reginaldus Yondelson Rawi, yang senantiasa menyemangati, menemani, memberikan saran dan membantu penulis dalam

menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah mau menemani dari awal masa perkuliahan sampai dengan saat ini. Semoga akan terus bersama sampai nanti.

10. Terakhir, terimakasih kepada wanita lemah yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit di mengerti isi kepalanya yaitu penulis diriku sendiri, Nova. Terimakasih sudah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri di tengah badai kehidupan yang rumit bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri, Nova. Rayakan kehadiranmu sebagai berkat dimanapun kamu memijakan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Tuhan sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu dan semoga Tuhan menuntun setiap langkahmu serta selalu dalam lindungannya. Amin.

11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang sudah mendukung dengan caranya masing-masing, baik secara moril maupun materil. Dengan penuh harapan penulis selalu mendoakan agar setiap amal kebaikan yang diberikan kepada penulis mendapat limpah Rahmat berkat dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi penulisan maupun substansi. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi penelitian

selanjutnya yang membahas tentang representasi kekerasan terhadap perempuan dalam media massa komunikasi yang diteliti oleh masyarakat ilmiah program studi Ilmu Komunikasi.

Kupang, 22 Mei 2025

Claudia Carnova Sawa

Abstrak

Penelitian ini membahas proses komunikasi dalam *city branding* melalui festival danau kelimutu yang diadakan di Desa Pemo, Kecamatan Kelimutu, Kabupaten Ende. Indonesia memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman budaya yang besar, serta potensi pariwisata yang signifikan. Dalam konteks ini, festival menjadi salah satu cara untuk mempromosikan identitas kota dan menarik wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan studi dokumen untuk menganalisis interaksi antara pemerintah, masyarakat lokal, komunitas adat, dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa festival ini tidak hanya sebagai ungkapan rasa syukur, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kompetensi komunikasi yang efektif. Melalui berbagai kegiatan seperti pameran seni, musik, dan ritual adat, festival ini menciptakan citra positif bagi kota dan meningkatkan rasa bangga warga terhadap tempat tinggal mereka. Dengan demikian, *city branding* yang dilakukan melalui festival ini diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung dan investasi ke daerah tersebut. Sarannya agar masyarakat dapat terlibat dalam perencanaan bukan hanya dalam pelaksanaan festival saja.

Kata Kunci: *City Branding*, Festival Danau Kelimutu, Komunikasi, Pariwisata

Abstract

This research discusses the communication process in city branding through the Kelimutu Lake Festival held in Pemo Village, Kelimutu District, Ende Regency. Indonesia has great natural wealth and cultural diversity, as well as significant tourism potential. In this context, festivals are one way to promote city identity and attract tourists. This research uses interview and document study methods to analyze the interaction between the government, local people, indigenous communities, and tourists. The results show that the festival is not only an expression of gratitude, but also a means to build effective communication competencies. Through various activities such as art exhibitions, music, and traditional rituals, the festival creates a positive image for the city and increases residents' pride in where they live. Thus, the city branding done through this festival is expected to attract more visitors and investment to the area. His suggestion is that the community can be involved in planning, not only in the implementation of the festival.

Keywords: *City Branding, Lake Kelimutu Festival, Communication, Tourism*

DAFTAR ISI

MOTTO	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
Abstrak.....	ii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR BAGAN.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	ii
DAFTAR TABEL	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis.....	13
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	17
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Komunikasi	19
2.2.1 Pengertian Komunikasi	19
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	21
2.3 Proses Komunikasi.....	23
2.3.1 Pengertian Proses Komunikasi.....	23
2.3.2 Proses Komunikasi Dalam <i>City Branding</i>	24
2.4 <i>City Branding</i>	25
2.5 Festival Danau Kelimutu	26
2.6 Teori <i>City Branding Haxagon</i>	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian dan Jenis Penelitian.....	31
3.1.1 Metode Penelitian	31
3.1.2 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Lokasi Penelitian dan Satuan Kajian	32
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	32
3.2.2 Satuan Kajian	33

3.3 Informan dan Alasan Pemilihan Informan.....	33
3.3.1 Informan.....	33
3.3.2 Alasan Pemilihan Informan	34
3.4 Konstruk Penelitian dan Indikator Penelitian	35
3.4.1 Konstruk Penelitian.....	35
3.4.2 Indikator Penelitian	35
3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.5.1 Jenis Data.....	36
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Teknik Analisis Data dan Teknik Interpretasi Data	37
3.6.1 Teknik Analisis Data.....	37
3.6.2 Teknik interpretasi data.....	38
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	40
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	40
4.1.1 Aspek Geografis Desa Pemo.....	41
4.1.2 Keadaan Sosial (Sarana dan Prasarana)	43
4.1.3 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan	44
4.1.4 Keadaan Penduduk Menurut Agama	45
4.1.5 Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa Pemo.....	46
4.2 Festival Danau Kelimutu Di Desa Pemo, Kecamatan Kelimutu, Kabupaten Ende	47
4.3 Telaah Informan Penelitian.....	49
4.4 Pertanyaan Pokok Penelitian.....	51
4.5 Hasil Wawancara tentang Proses Komunikasi Dalam <i>City Branding</i> Melalui Festival Danau Kelimutu	52
4.6 Hasil Dokumentasi.....	59
BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA PENELITIAN.....	65
5.1 Analisis Data.....	65
5.1.1 <i>Place</i> (Tempat).....	65
5.1.2 <i>Potential</i> (Potensi).....	68
5.1.3 <i>People</i> (Orang).....	70
5.1.4 Proses Komunikasi Dalam <i>City Branding</i> Melalui Festival Danau Kelimutu.	72
5.2 Hasil Temuan	73

5.3 Interpretasi Data.....	75
5.3.1 Kaitan Proses Komunikasi dalam <i>City Branding</i> Melalui Festival Danau Kelimutu Dengan Teori <i>City Branding Hexagon</i>	76
5.3.2 Kaitan Proses Komunikasi dalam <i>City Branding</i> Melalui Festival Danau Kelimutu Dengan Konsep Dari Unsur-Unsur Komunikasi	81
BAB VI PENUTUP	94
6.1 Kesimpulan	94
6.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	15
Bagan 4.1.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	62
Gambar 4.2	63
Gambar 4.3	64
Gambar 4.4	65
Gambar 4.5	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	9
Tabel 1.2	10
Tabel 4.1	44
Tabel 4.2	44
Tabel 4.3	46
Tabel 4.4	47
Tabel 4.5	48