

ABSTRAK

Meilani, Yasinta Mauladava, 2025. Upaya Pemerintah Kabupaten Bondowoso dalam Mempertahankan Branding Kota Tape Melalui Strategi Komunikasi Pemasaran. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing : Ageng Soeharno, S.S., M.Pd.

Bondowoso dikenal sebagai “Kota Tape” karena produksi tape-nya yang ikonik. Untuk mempertahankan branding tersebut, Pemerintah Kabupaten Bondowoso menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat sasaran agar citra tape Bondowoso tetap kuat dan dikenal luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah dalam mempertahankan branding “Kota Tape” dan efektivitasnya dalam meningkatkan daya saing produk tape di pasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Bondowoso memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, baik media konvensional maupun digital, dalam menyebarkan informasi mengenai tape sebagai produk unggulan daerah. Selain itu, strategi pemasaran juga dilakukan melalui event promosi, kerjasama dengan pelaku usaha lokal, serta peningkatan kualitas produk dan kemasan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan cukup efektif dalam memperkuat branding “Kota Tape”. Namun, masih diperlukan inovasi dalam pemasaran digital serta optimalisasi peran media sosial agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan penguatan strategi pemasaran yang berkelanjutan, diharapkan branding “Kota Tape” dapat terus dipertahankan dan dikembangkan.

Kata kunci: Branding, Kota Tape, Komunikasi Pemasaran, Bondowoso.

ABSTRAK

Meilani, Yasinta Mauladava, 2025. Bondowoso Regency Government's Efforts in Maintaining Tape City Branding through Marketing Communication Strategy. Skripsi, Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Muhammadiyah Jember. Mentor : Ageng Soeharno, S.S., M.Pd.

Bondowoso is known as the "Tape City" for its iconic tape production. To maintain the branding, the Bondowoso Regency Government implemented a targeted marketing communication strategy so that the image of Bondowoso tape remains strong and widely recognized. This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by the government in maintaining the "Tape City" branding and its effectiveness in increasing the competitiveness of tape products in the market. This research uses qualitative methods with data collection techniques through interviews, observations, and documentation studies. The results showed that the Bondowoso Regency Government utilized various communication channels, both conventional and digital media, in disseminating information about tape as a regional superior product. In addition, marketing strategies are also carried out through promotional events, cooperation with local businesses, and improving product quality and packaging. The conclusion of this research shows that the marketing communication strategy implemented is quite effective in strengthening the branding of "Tape City". However, innovation is still needed in digital marketing and optimizing the role of social media in order to reach a wider market. With the strengthening of sustainable marketing strategies, it is expected that the branding of "Tape Town" can be maintained and developed.

Keywords: *Branding, Tape City, Marketing Communications, Bondowoso.*