

City Branding Kota Bandung Sebagai Kota Berpotensi Melalui Program Sister City

Author:

Nindy Metha Mayangswari¹, Yudha Mardhatillah²

Affiliation:

Universitas Padjadjaran¹, Institut Pemerintahan Dalam Negeri (IPDN Jatinangor), Indonesia²

e-Mail:

mayangswari@gmail.com¹, yudha.ipdn@gmail.com²

Abstract

Bandung has several sister city program, but the sister city program with Suwon City is the most successful by the Government of Bandung. But in fact, the sister city program Bandung Suwon-City did not go well. This study is done to find out why (the reason) Bandung conduct a sister city program with Suwon. This study is a qualitative research with paradigm of constructivism and using study case method. The data collection is done by observations, interviews, and literature reviews. The results of this study is that there are some commonalities which underlie the establishment of the sister city program. They are the friendships between the two mayors who served the cities, the similarity of geographic, demographic, education and culture, also the same vision and mission of both cities.

Keywords: *City Branding, Sister City, Bandung City Government, Potential City*

Abstrak

Kota Bandung memiliki beberapa program *sister city*, namun program *sister city* dengan Kota Suwon merupakan yang paling berhasil menurut Pemerintah Kota Bandung. Namun pada kenyataannya, program *sister city* Kota Bandung-Kota Suwon pun tidak berjalan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengapa (alasan) Kota Bandung mengadakan program *sister city* dengan Kota Suwon. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan menggunakan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini adalah terdapat beberapa persamaan yang mendasari terjalannya kerjasama *sister city* ini yakni adanya jalinan pertemanan antar kedua walikota yang menjabat, persamaan geografis, demografis, pendidikan dan kebudayaan. Selain itu terdapat pula persamaan visi dan misi kedua kota tersebut.

Kata Kunci : *City Branding, Sister City, Pemerintah Kota Bandung, Kota Berpotensi*

1. Pendahuluan

Program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon “Korea Selatan”, merupakan salah satu program kerja yang dilakukan oleh Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri, Bagian Kerjasama Daerah,

Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Bandung. Inisiatif pertama terjalannya program *sister city* ini berawal dari Pemerintah Kota Suwon yang berkeinginan mengadakan mitra kota dengan Kotamadya Bandung yang disampaikan melalui Kedutaan Besar RI di Seoul dan Dirjen HELN (Hubungan Ekonomi dan Luar Negeri) Departemen Luar Negeri untuk disampaikan kepada Menteri Luar Negeri Indonesia. Kerjasama tersebut mencakup bidang ekonomi, perdagangan, pariwisata, investasi iptek, pendidikan, kebudayaan, kesejahteraan, pemuda dan olahraga. Program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon terjalin karena adanya kesamaan tata letak kota, demografis, unsur budaya, pendidikan dan beberapa kesamaan permasalahan yang lainnya. Kota Suwon pun merupakan salah satu kota yang sama-sama memiliki Walikota dan didalamnya terdapat sub bagian yang setara dengan Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri seperti halnya di Kota Bandung.

Pemerintah Kota Bandung dan Kadin (Kepala Dinas) mempelajari keinginan Kota Suwon dan mengadakan beberapa peninjauan dengan cara saling berkunjung antara pejabat pemerintah kedua kota, maka pada tanggal 5 Agustus 1996, kedua kota menandatangani *Letter of Intent* (Naskah Pernyataan Keinginan Bermitra Kota). Selanjutnya, setelah mempelajari prosedur kerjasama, dilaksanakan penandatanganan MoU oleh Walikota Bandung, Wahyu Hamijaya dan Walikota Suwon, Sim Jae Douk dan dilanjutkan dengan penandatanganan MoU antara Kadin pada tanggal 25 Agustus 1997 di Kota Suwon, Republik Korea Selatan. Kerjasama meliputi bidang ekonomi, sosial budaya, pendidikan, kesenian dan olahraga.

“Kerjasama dengan Kota Suwon merupakan salah satu program *sister city* yang paling berhasil *ketimbang* program *sister city* dengan 6 kota yang lainnya. Terakhir adalah 2 tahun lalu kami mengirimkan delegasi kami untuk menghadiri suatu festival kebudayaan disana. Hubungan *sister city* yang baik dan aktif ini terjalin mungkin karena jarak antara Kota Suwon dan Kota Bandung lebih dekat dibandingkan dengan kota-kota lainnya yang menjadi *sister city* Kota Bandung juga karena *korean waves* di Indonesia masih *merajalela* jadi *gaungnya* masih terasa”.¹

Fakta bahwa *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon masih tidak terdengar *gaungnya* terlihat dari ketidaktahuan mahasiswa/i Universitas Padjadjaran (Unpad) Bandung yang melakukan *students exchange*. Unpad bekerjasama dengan *Ajou University* dalam melakukan *students exchange*, mahasiswa/i Indonesia yang diikutsertakan dalam

¹ Wawancara dengan Bapak Han Handrian (Kordinator *sister city*, Bagian Kerjasama, Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri), 12/05/2015, 09:00 WIB di Kantor Bagian Kerjasama Daerah Jl. Wastukencana No 2 Bandung.

program tersebut tidak mengetahui bahwa antara Kota Bandung dan Kota Suwon memiliki hubungan yang dekat karena terjalinnya *sister city* antara kedua kota tersebut.

“Sampai hari ini *belum* ada lagi kerjasama yang terjalin antara Suwon-Bandung, terakhir adalah ketika peringatan ke-17 tahun terjalinnya *sister city*, pada tanggal 25 Agustus 2014 diadakan acara yang dilakukan di Kedubes Korea Selatan untuk Indonesia yang juga bekerjasama dengan komunitas *Hansamo*”.²

Keberadaan *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon tidak lagi aktif terlihat dari jaranganya kegiatan ataupun program kerjasama yang terjalin diantara keduanya. Pernyataan diatas mempertegas tidak optimalnya hubungan *sister city* yang terjalin. Beberapa kerjasama atau program kerja yang dibangun dibawah payung hukum *sister city*, seperti pembentukan kelas korea di Universitas Maranatha Bandung serta pembangunan PAUD Melati di daerah Cinambo sudah tidak lagi berjalan sebagaimana mestinya. Ini semakin memperkuat bahwa program *sister city* tidak lagi berjalan atau mati suri sejak kurang lebih 3 - 4 tahun yang lalu.

Kegiatan besar dalam lingkup hubungan *sister city* Bandung-Suwon sendiri terakhir dilakukan pada tahun 2013 lalu yakni partisipasi tim kesenian yang disponsori oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bandung dalam festival *hwaseong*, tidak ada lagi kegiatan yang terjalin diantara keduanya. Festival *hwaseong* sendiri merupakan festival kebudayaan dan wisata terbesar di Korea, festival ini diselenggarakan di Kota Suwon setiap tahunnya.

“Dua tahun lalu, saya dan sebelas orang lainnya termasuk didalamnya sembilan (9) penari, satu (1) *koreografer* dan satu (1) staf Disparbud lainnya bersama tim dari Subag Kerjasama Luar Negeri menerima undangan dari Pemkot Suwon untuk menghadiri festival dan kami *manggung* pertama di festival tersebut. Kami membawakan tari merak dan *jaipong* disana”³

Program *sister city* Bandung-Suwon telah terjalin selama hampir 18 tahun, sejak terjalinnya program *sister city* telah terjadi enam belas kerjasama besar yang dilakukan oleh kedua kota ini. Sebuah angklung besar berukuran lebar 4 meter dan tinggi 3 meter

2 Wawancara dengan Bapak Han Handrian (Kordinator *sister city*, Bagian Kerjasama, Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri), 12/05/2015, 09:00 WIB di Kantor Bagian Kerjasama Daerah Jl. Wastukencana No 2 Bandung.

3 Wawancara dengan Bapak Ating Sudjana (Kepala Seksi Pengembangan Objek Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bandung), 11/05/2015, 12:00 WIB di kantor Disparbud Jl. Ahmad Yani N0 227 Bandung.

terlihat gagah berdiri tegak di salah satu jalan di Kota Suwon, dibandingkan dengan tugu-tugu lainnya, keberadaan angklung ini merupakan simbol *sister city* terbesar yang ada disana. Di Kota Bandung sendiri terdapat tugu *sister city* Bandung-Suwon yang terdapat di pertigaan Jalan Jawa dan Jalan Merdeka dekat Taman Vanda. Namun, keberlangsungan *sister city* Kota Bandung dan Kota Suwon mulai dipertanyakan ketika tidak ada program yang kembali dilakukan.

“Saya rasa *sister city* di Bandung memang sudah tidak berjalan ya. Tidak ada lagi kegiatan atau berita mengenai *sister city*. Tidak ada kerjasama yang *continue* dan konkrit. Bisa dikatakan *sister city* di Bandung sepengetahuan saya hanya sebatas *ceremonial*, penandatanganan kerjasama hubungan diplomatik. Di palu, *sister city* ditandai dengan adanya kerjasama yang berkelanjutan, mereka membangun pengolahan sampah dan sampai saat ini masih berjalan dengan baik”.⁴

Sister city sendiri sering juga disebut *twinning city* atau dalam bahasa Indonesia yakni kota kembar, merupakan bentuk kerjasama antar kota yang bersifat luas dan disepakati secara resmi atau bersifat jangka panjang.

“Pengertian *sister city* tersebut lebih sering digunakan oleh kelompok kota-kota di Amerika Serikat yang tergabung dalam *sister cities international* (SCI) yang berpusat di Washington DC. Oleh karena itu, istilah *sister city* lebih banyak digunakan di Amerika Serikat dan kota-kota aliansinya di berbagai benua. Sedangkan di Indonesia, istilah yang digunakan oleh Kementerian Dalam Negeri dan Kementerian Luar Negeri dengan dikeluarkannya Surat Edaran Menteri Dalam Negeri No. 193/1652/PUOD tanggal 26 April 1993 perihal Tata Cara Pembentukan Hubungan Kerjasama Antar Kota (*sister city*) dan Antar Provinsi (*sister province*) dalam dan luar negeri⁵

Konsep *sister city* sering digunakan untuk menunjukkan hubungan kerjasama antara dua kota dalam hal pembangunan ekonomi. Kerjasama tersebut berfungsi untuk berbagai masalah dengan meningkatkan hubungan bilateral maupun multilateral dengan memanfaatkan percepatan dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi. Bagi negara-negara berkembang, kerjasama merupakan media yang ampuh

⁴ Wawancara dengan Bapak Rizki Ananda Ramdhan (Dosen jurusan Hubungan Internasional Fisip Unpad), 29/07/2016, 11:00 WIB di Kampus Fisip Unpad Jatinangor.

⁵ Hasil wawancara dengan Ketua Peneliti Buku Cetak Biru Ekonomi Kreatif Cokorda Istri Dewi dalam www.jabar.com (21-02-2015).
<http://www.jabar.com/2015/02/03/bandung-kota-potensi/>. Penulis : Rismawan Dwiyanto. Diunduh pada tanggal 9 April 2015

untuk menggerakkan potensi domestik yang diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berbagai usaha yang dilakukan sebuah kota dalam memperkenalkan atau mempromosikan kota mereka, dengan berbagai ciri khas dan keunggulan dari kota tersebut guna menarik minat pendatang (wisatawan) untuk berkunjung disebut pula dengan istilah *city branding*. *City branding* dapat berupa logo yang menjadi identitas sebuah kota, nama kota, *tagline*, gambar, kegiatan / *event* dan program-program didalamnya. *City branding* digunakan untuk membuat *positioning* yang kuat didalam benak masyarakat (khususnya wisatawan domestik maupun mancanegara), sehingga kota atau daerah tersebut dapat dikenal secara luas bahkan diseluruh dunia. Sebuah *city branding* bukan hanya slogan atau kampanye promosi, akan tetapi suatu gambaran dari pikiran, perasaan, asosiasi dan ekspektasi yang datang dari benak seseorang ketika seseorang tersebut melihat atau mendengar sebuah nama, logo, produk, layanan, *event*, ataupun berbagai simbol dan rancangan yang menggambarkan suatu negara, kota atau daerah tertentu. Data-data yang dipaparkan diatas merupakan hasil kompilasi dari berbagai sumber (Primasari,2010)(Hermawan, 2011).

“Kota Bandung sendiri, ingin memperkokoh *positioningnya* dengan memberikan *brand image* Kota Bandung sebagai kota : *creative culinary, creative fashion and creative festivity*. Di lain sisi Kota Bandung juga ingin dikenal sebagai *urban tourism destination*. Sehingga salah satu cara untuk memperkenalkan *brand image* Kota Bandung di dunia internasional dengan melakukan *sister city*, nanti secara *mouth to mouth* Kota Bandung akan terkenal.”⁶

Tujuan dilakukannya *city branding* bukan semata-mata untuk memperkenalkan kota tersebut tapi dapat pula digunakan untuk memperbaiki citra kota (yang sebelumnya dianggap memiliki citra buruk atau terkena isu tidak baik), menarik wisatawan domestik maupun mancanegara, menarik minat investor untuk berinvestasi dan meningkatkan perdagangan. Dalam melakukan *city branding*, terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi diantaranya, menggambarkan sebuah karakter, daya tarik, gaya dan personalitas kota, sebuah cerita secara pintar, menyenangkan dan mudah atau selalu

⁶ Wawancara dengan Bapak Han Handrian (Kordinator *sister city*, Bagian Kerjasama, Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri), 16/05/2015, 14:00 WIB di Kantor Bagian Kerjasama Daerah Jl. Wastukencana No 2 Bandung.

diingat, unik dan berbeda dari kota-kota yang lain serta menginspirasi orang untuk datang dan ingin tinggal di kota tersebut.

“Bandung *ingin* membuat *branding* bahwa Kota Bandung merupakan kota yang memiliki potensi besar baik dari segi perekonomian, pariwisata, kebudayaannya dan lain-lain, sehingga *branding* ini akan memberikan dampak yang baik bagi Kota Bandung sendiri, wisatawan domestik maupun internasional akan semakin tertarik untuk *berinvest* dan melakukan kerjasama dengan Bandung. Oleh karena itu program *sister city* Bandung mengusung *tagline colorful, beautiful and friendly*. *Colorful* dimaksudkan bahwa Kota Bandung merupakan kota yang penuh dengan keberanekaragam kebudayaan, kreativitas, keanekaragaman mode dan keanekaragaman makanan. *Beautiful* diartikan sebagai Kota yang tertata dengan rapi, tata letak kota yang indah dan memiliki banyak tempat-tempat umum yang layak dikunjungi. *Friendly* yakni kota yang bersahabat, dapat menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat serta wisatawan ”. ⁷

Program *sister city* yang dilakukan oleh Kota Bandung merupakan salah satu cara dalam melakukan *city branding* Kota Bandung. Kota Bandung ingin dikenal sebagai kota yang memiliki banyak potensi (*colorful, beautiful and friendly*) di Indonesia juga di seluruh dunia melalui program kerjasama yang dilakukan dengan kota-kota yang ada diseluruh dunia.

“Melalui *sister city* Kota Bandung akan dikenal di kota luar negeri (contohnya di Kota Suwon), kita bisa memperkenalkan kebudayaan kita, seni tari, seni musik, makanan khas, tempat-tempat wisata di Bandung. Nantinya warga Kota Suwon yang melihat menjadi tertarik untuk mengunjungi Bandung, sehingga itu tentu saja mendukung mempromosikan Bandung di kancah internasional ”. ⁸

Program *sister city* yang dilakukan oleh Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri Pemerintah Kota Bandung sebagai salah satu cara dalam melakukan *city branding* Kota Bandung sebagai kota berpotensi (*colorful, beautiful and friendly*). *City branding* merupakan salah satu kegiatan *image building* yang dilakukan praktisi *public relations* di suatu instansi pemerintahan. Bagaimana sebuah kota di promosikan dan diperkenalkan kepada

⁷ Wawancara dengan Bapak Ating Sudjana (Kepala Seksi Pengembangan Objek Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bandung), 11/05/2015, 12:00 WIB di kantor Disparbud Jl. Ahmad Yani NO 227 Bandung.

⁸ Wawancara dengan Bapak Ating Sudjana (Kepala Seksi Pengembangan Objek Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bandung), 11/05/2015, 12:00 WIB di kantor Disparbud Jl. Ahmad Yani NO 227 Bandung.

khalayak luas (dalam negeri maupun luar negeri) dengan citra yang positif demi mendapatkan atau mempertegas *positioning* kota tersebut.

Kota Bandung dan Kota Suwon mengadakan program *sister city* sejak tahun 1997. Sekitar 16 kerjasama telah terjalin dalam rangka program *sister city* ini. Namun pada kenyataannya tidak ada lagi kegiatan yang terjalin diantara kedua kota ini dalam kurun waktu 4 tahun kebelakang. Kegiatan yang pernah terjalin diantara mereka pun ada beberapa yang terhenti begitu saja tanpa keterangan. Sebagai contohnya, berakhirnya kerjasama yang terjalin antara Kota Bandung dan Kota Suwon dalam mendirikan kelas Korea di Universitas Maranatha pada tahun 2013. Pendirian Paud Dahlia, yang dahulu dilakukan atas kerjasama Kota Bandung dan Kota Suwon kini menyisakan permasalahan.

2. Metode Penelitian

Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme secara ontologis menyatakan bahwa realitas itu ada dalam beragam konstruksi mental yang didasarkan kepada pengalaman sosial, bersifat lokal dan spesifik. Paradigma ini meyakini bahwa realitas bisa dipahami dalam bentuk konstruksi mental yang bermacam-macam yang didasarkan secara sosial dan pengalaman, merupakan olah cipta pikiran manusia. Konstruktivisme melihat bahwa sebuah realita timbul dari proses interaksi antara individu dengan individu yang lain (masyarakat). Paradigma ini bertujuan untuk mencari pemahaman atau rekonstruksi atas suatu realita. (Salim, 2001:72-73).

Alasan peneliti menggunakan paradigma ini adalah karena dalam penelitian "*City Branding* Kota Bandung sebagai Kota Berpotensi melalui Program *Sister City*" memiliki tujuan untuk menemukan hasil temuan baru berupa hasil konstruksi tentang pemahaman para narasumber atau individu terkait mengenai *sister city* sendiri serta berupa model yang berisi faktor-faktor apa saja yang menyebabkan kurang optimalnya *sister city* agar nanti dijadikan bahwa evaluasi untuk kedepannya. Pemahaman mengenai *sister city* sendiri dapat timbul dari hasil interaksi dan pengalaman nyata yang dialami oleh individu tersebut, oleh sebab itu lah penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. "*City Branding* Kota Bandung sebagai Kota Berpotensi melalui Program *Sister City*" sendiri mendorong peneliti untuk mencari tahu beragam pendapat atau

pandangan individu yang merasakan atau mengalami program tersebut, makna-makna yang terkandung dari program tersebut.

Jenis studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why* (Yin, 2014 : 1). Sehingga penelitian yang ingin mengetahui mengenai “mengapa”, “latar belakang”, “alasan” dan “bagaimana” sebuah kegiatan, program atau suatu permasalahan terjadinya dapat menggunakan jenis studi ini. Fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2014 : 1).

Studi kasus adalah suatu model yang menekankan pada eksplorasi dari suatu sistem yang terbatas (*bounded system*) pada satu kasus atau beberapa kasus secara mendetail, disertai dengan penggalan data secara mendalam yang melibatkan beragam sumber informasi yang kaya akan konteks. Secara lebih dalam jenis studi ini merupakan suatu model yang bersifat komprehensif, intens, terperinci dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya untuk menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer (Herdiansyah dalam Faisal Reza, 2016).

Jenis kasus dalam penelitian ini adalah *single case*. Studi kasus tunggal (*single case*) digunakan untuk menyoroti perilaku individu atau kelompok individu dengan satu masalah yang penting (Salim, 2001 : 171). Penelitian ini merupakan *single case* karena tujuan dari program ini dan tujuan dari sub bagian kerjasama luar negeri Pemerintah Kota Bandung memiliki arah yang sama, yakni sama-sama ingin memperkenalkan Kota Bandung sebagai kota berpotensi (*colorful, beautiful and friendly*) di dalam negeri maupun luar negeri sehingga nantinya banyak wisatawan nasional maupun internasional yang akan mengunjungi Kota Bandung.

Jenis studi dalam studi kasus penelitian ini adalah *explorative*, karena jenis studi ini berusaha menggali pemahaman tentang suatu makna atau fenomena secara mendalam. Penelitian tentang “*City Branding* Kota Bandung sebagai Kota Berpotensi melalui Program *Sister City*” harus dilakukan secara mendalam karena dalam salah satu pertanyaan penelitian yang diajukan pada penelitian ini adalah untuk mencari tahu alasan pemilihan Kota Suwon sebagai salah satu *sister city* Kota Bandung, dimana didalamnya harus adanya satu pemahaman bersama antara pihak - pihak yang berkaitan mengenai program *sister city* itu sendiri. Khususnya pemahaman narasumber

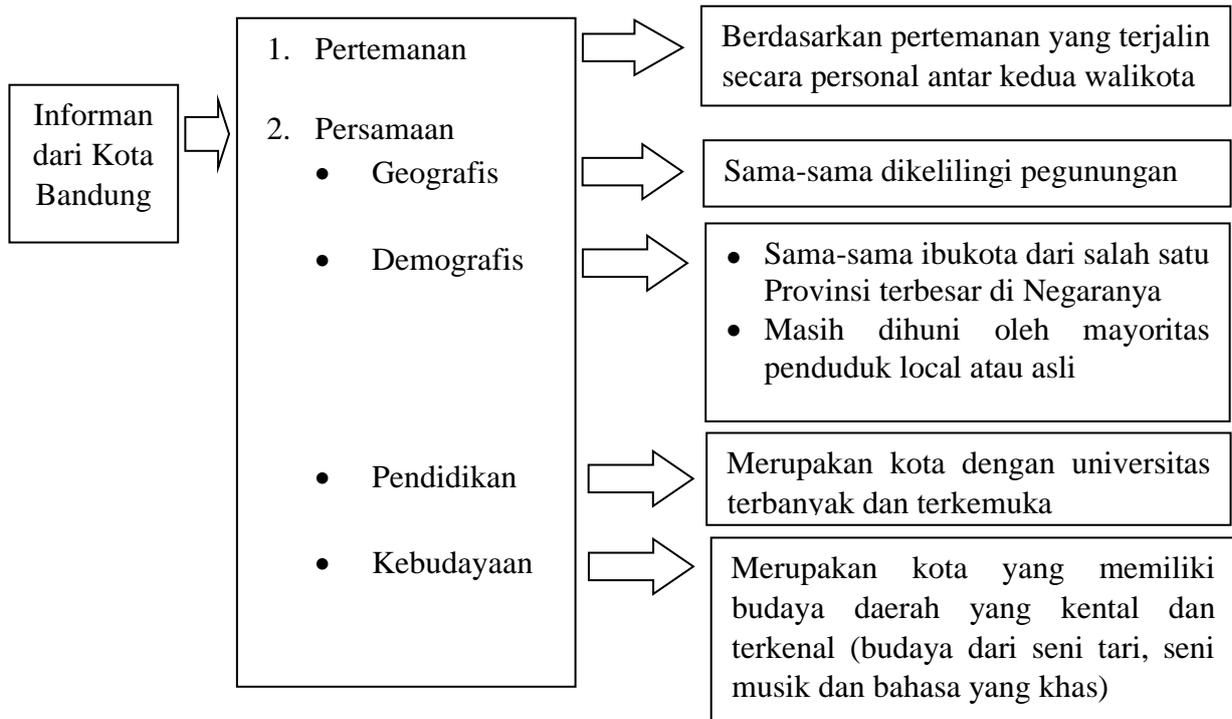
mengenai program *sister city* sebagai *city branding* Kota Bandung, sedangkan makna atau pemahaman tidak bisa di deskripsikan (*deskriptif*) atau dijelaskan (*eksplanatif*).

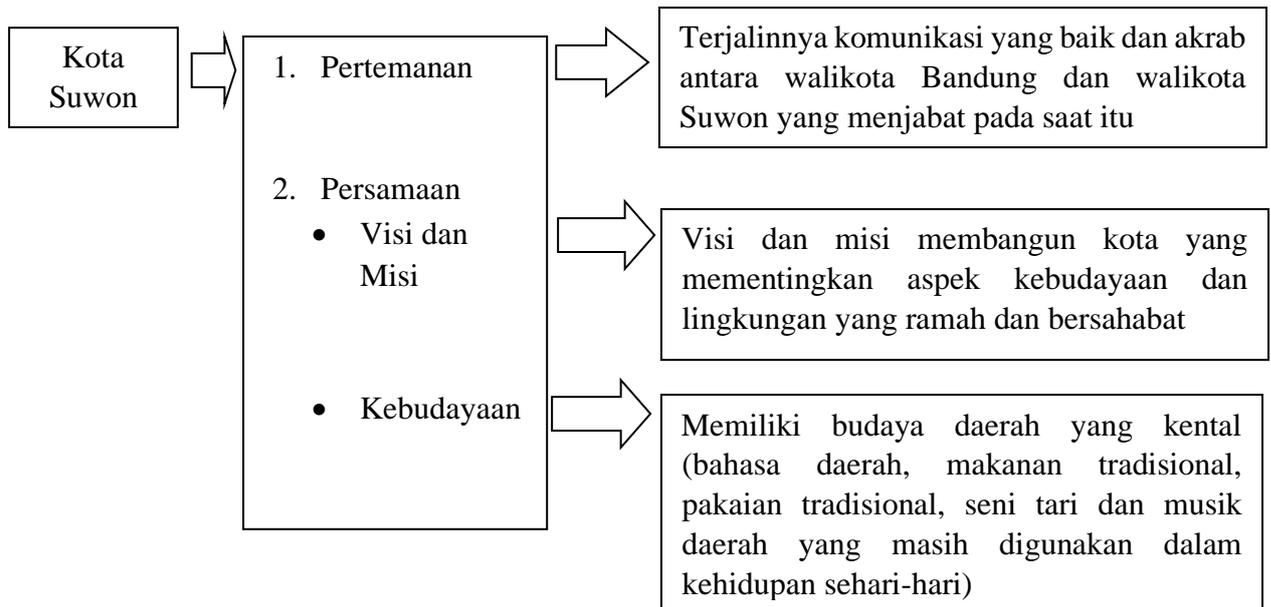
3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa terjalannya program *sister city* ini diawali dengan bertemunya kedua kepala pemerintahan kota (Walikota) dari kedua belah pihak pada suatu acara kenegaraan. Kedua Walikota tersebut bertemu dan berbincang-bincang mengenai keadaan dan perkembangan kota masing-masing. Kemudian, dari hasil perbincang tersebut pihak Kota Suwon berinisiatif untuk bermitra dengan Kota Bandung. Pada saat itu yang menjabat sebagai Walikota Bandung yakni Wahyu Hamijaya dan yang menjabat sebagai Walikota Suwon yakni Sim Jae Douk. Terjalannya *sister city* ini selain dari adanya kesepakatan bersama setelah pertemuan antara kedua walikota pasti lah didasari dari beberapa alasan. Berdasarkan hasil penelitian berikut ini adalah beberapa alasan terjalannya *sister city* Kota Bandung dan Kota Suwon menurut beberapa informan.

Gambar 1

Bagan Alasan Terjalannya Sister City Kota Bandung dan Kota Suwon





Sumber : Pengolahan Data 2016

Berdasarkan tabel diatas, dijelaskan bahwa alasan terjalinnnya program *sister city* antara Kota Bandung dan Suwon didasari oleh adanya pertemuan antara kedua Walikota pada saat itu. Pertemuan itu kemudian berkembang menjadi pertemanan secara personal antar kedua Walikota yang menjabat. Sehingga akhirnya pihak Suwon mengusulkan kerjasama untuk bermitra dengan kota Bandung.

“Saya kurang tau banyak ya alasan awalnya apa, soalnya yang menjabat waktu itu kan sudah tidak menjabat dan tidak ada penjelasan ke penerus-penerusnya tentang *sister city* itu apa, alasan pemilihan kotanya seperti apa dan sebagainya. Tapi sekilas yang saya tahu, *sister city* itu hanya sebatas ceremonial penandatanganan MoU atau perjanjian antar VIP (walikota) saja. Selanjutnya pun tidak ada program yang *continue* sih”.⁹

Secara garis besar, alasan pemilihan Kota Suwon sebagai *sister city* didasarkan pada komunikasi personal dari kedua walikota yang pada saat itu menjabat untuk bermitra. Alasan lain pemilihan kota suwon menjadi *sister city* Kota Bandung yakni adanya beberapa persamaan antar Kota Bandung dan Kota Suwon yakni dilihat dari persamaan letak geografis, demografis, pendidikan dan unsur kebudayaan. Secara geografis, kedua kota ini sama-sama dikelilingi oleh pegunungan dan perbukitan. Hal ini membuat udara

⁹ Wawancara dengan Ibu Cindrakirana Purnomo, S.T, M.T (Head of International Office Maranatha University April 2016), 28/07/2016, 14:30 WIB di Universitas Maranatha Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri No. 65 Bandung

di kedua kota ini masih terasa sejuk dibandingkan kota metropolitan di negara masing-masing (Kota Jakarta dan Kota Seoul). Dikarenakan Suwon masih terbilang kota yang tidak ramai, sehingga polusi udara pun tidak terlalu tinggi.

“Jadi kota suwon asri karena tidak terlalu ramai. Ramainya ya sama mahasiswa. Karena universitas-universitas besar ya adanya di Suwon. Disana banyak taman-taman, udaranya ga terlalu banyak polusi kaya Seoul.”¹⁰

Secara demografis meskipun kedua kota merupakan ibu kota dari salah satu provinsi terbesar di negara masing-masing. Baik suwon dan Bandung sama-sama memiliki jumlah penduduk laki-laki yang lebih banyak dibandingkan perempuan. Berdasarkan hasil Badan Pusat Statistik Kota Bandung, Kota Bandung memiliki penduduk laki-laki sebanyak 1.648.478 jiwa dan perempuan 1.422.324 jiwa. Sedangkan suwon pada tahun 2015 memiliki jumlah penduduk laki-laki sebanyak 50,2%. Kota Bandung dan Kota Suwon pun mayoritas penduduknya adalah penduduk pribumi.

“Jika dilihat ya Suwon itu sama dengan Bandung. Tidak terlalu *crowded* seperti Jakarta atau Seoul. Wilayahnya masih tergolong asri, dikelilingi pegunungan. Disana masih kental akan budaya daerahnya, pakaian daerah, rumah-rumahnya juga masih banyak yang rumah jaman dulu. Penduduknya pun kebanyakan ya asli dari Suwon. Seperti Bandung yang masih dihuni sama sebagian besar penduduk sunda”.¹¹

Di Kota Suwon terdapat 11 universitas terkemuka, bisa dikatakan universitas favorit di Korea terdapat di Kota Suwon. Ada 11 universitas dan 2 perguruan tinggi di Kota Suwon, dan ini termasuk *Sungkyunkwan University's Natural Sciences Campus, Kyonggi University, Ajou University, Kyunghee University, Dongnam Health College, Gukje Digital University, Hapdong Theological Seminary, dan Suwon Women's College*. Hal ini lah yang membuat Suwon menjadi kota favorit untuk menuntut ilmu di jenjang perkuliahan.

“Suwon itu terkenal sama universitasnya, kebanyakan universitas favorit ya adanya di Suwon. Salah satunya *Ajou University, Hansin University dan Kyonggi University*. Ketiga-tiganya akhirnya menjalin hubungan kerjasama dengan universitas di Bandung, seperti Unpad dan Maranatha”.¹²

¹⁰ Hasil wawancara dengan Amida Windari Fitria, S.Ikom, 11 Mei 2016, 15.00 WIB di KFC Ujung Berung

¹¹ Wawancara dengan Bapak Ating Sudjana (Kepala Seksi Pengembangan Objek Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bandung), 11/05/2015, 12:00 WIB di kantor Disparbud Jl. Ahmad Yani NO 227 Bandung

¹² Hasil wawancara dengan Amida Windari Fitria, S.Ikom, 11 Mei 2016, 15.00 WIB di KFC Ujung Berung

Serupa dengan Suwon, Bandung pun menjadi destinasi favorit untuk menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Bandung memiliki 21 universitas negeri dan swasta, belum lagi perguruan tinggi, institute, politeknik, sekolah tinggi dan akademi.

“Bandung merupakan salah satu kota favorit untuk menempuh perkuliahan. Banyak sekali pilihan universitas dan beberapa perguruan tinggi serta sekolah-sekolah setara lainnya yang memiliki peringkat serta prestasi yang baik.”¹³

Selain persamaan diatas, salah satu persamaan yang terlihat kental antara kota Bandung dan Kota Suwon yakni penerapan unsur-unsur kebudayaan dalam kehidupan sehari-hari. Suwon merupakan salah satu kota di Korea yang masih sangat kental akan unsur-unsur kebudayaan daerahnya. Suwon sendiri memiliki satu festival kebudayaan terbesar di Korea yakni *hwaseong* festival. Selain menampilkan tarian tradisional, makanan tradisional pun tersaji disana. Di Suwon sendiri, penduduknya masih sangat memegang budaya tradisional.

“Suwon itu kaya Bandung, kalau Seoul kaya Jakarta atau Surabaya. Suwon masih tidak terlalu ramai, banyak anak kuliah, suasananya juga lebih enak engga terlalu padat. Suwon terkenal sama kota budaya, karena banyak banget budayanya. Bangunan bersejarah, dinasti, makanan tradisionalnya juga banyak.”¹⁴

Senada dengan yang diutarakan oleh pihak Kota Suwon. Pemilihan Kota Bandung sebagai salah satu *sister city* Kota Suwon adalah dikarenakan adanya komunikasi yang terjalin baik antar kedua walikota yang dahulu menjabat. Kerjasama dilakukan atas dasar pertemuan dari kedua walikota yang kemudian berlanjut menjadi sebuah perjanjian *sister city*.

“Kami bermitra dengan Kota Bandung sudah sejak lama, kami senang berkunjung ke Bandung. *Sister city* dengan Bandung memang didasarkan atas hubungan diplomatik antar kedua negara. Kami melihat ada beberapa persamaan visi dan misi dengan kota Bandung. Terutama mengenai pembangunan kota yang menjunjung unsur kebudayaan dan kota yang ramah lingkungan. Ada beberapa undangan kegiatan yang mengandung unsur kebudayaan Korea atau undangan kegiatan lainnya dimana pihak Bandung mengundang kami untuk ikut menyaksikannya. Setiap tahun pun kami selalu merayakan hari jadi *sister city* di Kedubes Korea di

¹³ Wawancara dengan Bapak Ateng Sudjana (Kepala Seksi Pengembangan Objek Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bandung), 11/05/2015, 12:00 WIB di kantor Disparbud Jl. Ahmad Yani N0 227 Bandung

¹⁴ Hasil wawancara dengan Amida Windari Fitria, S.Ikom, 11 Mei 2016, 15.00 WIB di KFC Ujung Berung

Indonesia tentunya. Tapi untuk saat ini memang belum ada lagi kegiatan yang kami lakukan bersama, semoga kedepannya akan ada kegiatan-kegiatan lagi yang bisa kami lakukan bersama dengan kota Bandung".¹⁵

Adanya kerjasama yang terjalin dengan Suwon sebagai salah satu program *sister city* Kota Bandung, diharapkan dapat mendongkrak popularitas Kota Bandung di mata masyarakat dunia. Dimulai dari masyarakat Suwon dan diharapkan dapat menyebar ke seluruh dunia. Program *sister city* dengan Suwon, dijadikan ajang untuk membuat *branding* Kota Bandung sebagai kota yang berpotensi.

"Melalui *sister city* Kota Bandung akan dikenal di kota luar negeri (contohnya di Kota Suwon), kita bisa memperkenalkan kebudayaan kita, seni tari, seni musik, makanan khas, tempat-tempat wisata di Bandung. Nantinya warga Kota Suwon yang melihat menjadi tertarik untuk mengunjungi Bandung, sehingga itu tentu saja mendukung mempromosikan Bandung di kancah internasional ".¹⁶

Kota Bandung sendiri kini sedang giat menjalin kerjasama dengan beberapa kota di negara sahabat. Kerjasama ini bermanfaat dalam memperkenalkan potensi-potensi yang dimiliki Kota Bandung, dengan harapan dengan terkenalnya Kota Bandung nantinya akan menarik wisatawan dan investor asing untuk mulai berkunjung ke Bandung. Tentu saja hal ini kelak akan memberikan dampak positif bagi kota Bandung sendiri.

"Bandung *ingin* membuat *branding* bahwa Kota Bandung merupakan Kota yang memiliki potensi besar baik dari segi perekonomian, pariwisata, kebudayaannya dan lain-lain, sehingga *branding* ini akan memberikan dampak yang baik bagi Kota Bandung sendiri, wisatawan domestik maupun internasional akan semakin tertarik untuk *berinvest* dan melakukan kerjasama dengan Bandung. Oleh karena itu program *sister city* Bandung mengusung *tagline colorful, beautiful and friendly*. *Colorful* dimaksudkan bahwa Kota Bandung merupakan kota yang penuh dengan keberanekaragaman kebudayaan, kreativitas, keanekaragaman mode dan keanekaragaman makanan. *Beautiful* diartikan sebagai Kota yang tertata dengan rapi, tata letak kota yang indah dan memiliki banyak tempat-tempat umum yang

¹⁵ Hasil wawancara dengan Eunha via email 06-07-2016, 23.00 WIB

¹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Han Handrian (Kordinator *sister city*, Bagian Kerjasama, Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri), 27/05/2016, 09:12 WIB di Kantor Bagian Kerjasama Daerah Jl. Wastukencana No 2 Bandung.

layak dikunjungi. *Friendly* yakni kota yang bersahabat, dapat menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat serta wisatawan ”.¹⁷

Salah satu cara yang dinilai efektif untuk memperkenalkan Kota Bandung sebagai kota berpotensi adalah dengan terlebih dahulu menjalin kerjasama dengan kota di negara sahabat. Kerjasama yang terjalin nantinya akan memunculkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan bersama. Dalam kegiatan tersebut Kota Bandung akan memperkenalkan apa saja yang menjadi kelebihan dari kota Bandung. Hingga nantinya diharapkan akan muncul keinginan-keinginan dari kota atau negara sahabat untuk kembali berkunjung ke Bandung atau bahkan menanamkan modal disini.

“Setiap kota itu harus punya ciri khas yang bisa ngebuat orang *aware* terhadap Bandung. Kalau sama kaya kota lainnya sih ya bosen dong. Jadi, Bandung itu harus berbeda. Nah salah satunya ngebuat satu ciri khas khusus misalnya menonjolkan kebudayaannya atau makanannya atau potensi-potensi lainnya. Ya buatlah *brand* yang menarik. Nah kita pingin buat *brand* kalau Bandung tuh kota yang berpotensi, yang bersahabat jadi ya kita harus banyak sahabatnya dong. Makanya kita harus memperbanyak dan memperkuat *sister city* kita”.¹⁸

Jika berbicara mengenai alasan Kota Bandung mengadakan program *sister city* dengan Kota Suwon, kita akan berbicara terlebih dahulu mengenai pemahaman masyarakat Kota Bandung dan Kota Suwon mengenai arti dari *sister city* itu sendiri. Apa yang mereka pahami dan ketahui mengenai *sister city*, apakah hanya sebatas sebuah bentuk kerja sama atau lebih dari itu. Berdasarkan hasil yang didapat dari penelitian, sebagian besar informan penelitian mengatakan bahwa program *sister city* dengan Kota Suwon merupakan program kerjasama biasa selayaknya kerjasama antar dua negara. Sebagian lagi tidak mengetahui apa itu *sister city* dan tidak mengetahui bahwa Bandung mempunyai *sister city* dengan Suwon.

Mengacu kepada teori interaksi simbolik, pemahaman atau pengertian bersama akan didapat dari interaksi yang dilakukan.

“Manusia berinteraksi satu sama lain sepanjang waktu, mereka berbagai pengertian untuk istilah-istilah dan tindakan-tindakan tertentu dan memahami kejadian-

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Ating Sudjana (Kepala Seksi Pengembangan Objek Wisata, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemerintah Kota Bandung), 11/05/2015, 12:00 WIB di kantor Disparbud Jl. Ahmad Yani NO 227 Bandung.

¹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Han Handrian (Kordinator *sister city*, Bagian Kerjasama, Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri), 27/05/2016, 09:12 WIB di Kantor Bagian Kerjasama Daerah Jl. Wastukencana No 2 Bandung.

kejadian dalam cara-cara tertentu pula” (Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, 2009 : 121).

Program *sister city* terjalin dengan melibatkan banyak orang dan pihak didalamnya. Sudah seharusnya diantara pihak-pihak tersebut saling berinteraksi dan berbagi pengertian tentang apa itu *sister city*, apa-apa saja yang dilakukan didalamnya dan lain sebagainya. Interaksi akan menghasilkan informasi-informasi mengenai program *sister city* dengan mengetahui informasi ini, orang tersebut akan memiliki pemahaman yang sama mengenai konsep *sister city* serta alasan mengapa *sister city* dilakukan.

Hasil dari penelitian mengemukakan bahwa sebagian informan tidak mengetahui apa itu *sister city* dan apa yang melatarbelakangi adanya program *sister city* ini. Ini mengindikasikan bahwa tidak adanya interaksi yang baik yang terjalin diantara pihak-pihak yang terkait dalam *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon. Interaksi yang baik pun tidak berjalan dengan baik antara staf atau pegawai yang dahulu menangani program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon dengan staf atau pegawai dibawahnya sehingga ketika ia tidak lagi menjabat, staf atau pegawai yang sekarang menjabat tidak mendapatkan informasi yang cukup mengenai program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon ini.

Mead mengemukakan tiga konsep utama dalam teori ini yakni ***mind*** (pikiran), ***self*** (diri) dan ***society*** (masyarakat) *Mind* (pikiran) bukanlah merupakan sebuah benda, tetapi merupakan sebuah proses yang terjadi dalam diri sendiri. Sedangkan masyarakat (*society*) atau kehidupan kelompok/sosial terdiri atas perilaku-perilaku kooperatif anggota-anggotanya sendiri. Diri (*self*) memiliki dua segi, masing-masing menjalankan fungsi yang penting. *I* adalah bagian diri Anda yang menurutkan kata hati, tidak teratur, tidak terarah dan tidak dapat ditebak. *Me* adalah refleksi umum orang lain yang terbentuk dari pola-pola yang teratur dan tetap, yang dibagi dengan orang lain. Setiap tindakan dimulai dengan sebuah dorongan dari *I* dan selanjutnya dikendalikan oleh *me*. *I* adalah tenaga penggerak dalam tindakan, sedangkan *me* memberikan arah dan petunjuk. Mead menggunakan konsep *me* untuk menjelaskan perilaku yang dapat diterima secara sosial serta adaptif dan konsep *I* untuk menjelaskan gerak hati yang kreatif dan tidak dapat ditebak sendiri (Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss, 2009 : 233-235).

Jika mengacu pada teori Mead diatas, seharusnya dari proses interaksi yang terjadi selama menjalankan program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon, pihak terkait dapat merespon simbol-simbol pemahaman mengenai *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon yang kemudian mendorong diri informan tersebut untuk berinteraksi dengan masyarakat Kota Bandung dalam menginformasikan dan mengimplementasikan program *sister city* ini. Namun, pada kenyataannya *jangkalan* masyarakat Kota Bandung, staf internal dari Pemkot Bandung pun banyak yang tidak mengetahuinya. Dapat dibuktikan dengan ketidaktahuan Humas atau protokoler Pemkot Bandung yang berada di Gedung Sate ketika peneliti menanyakan mengenai program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon. Hal yang sama pun didapatkan ketika peneliti menanyakan hal tersebut kepada beberapa staf di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

Peneliti menggunakan teori lain sebagai bahan acuan yakni teori konstruksi sosial atas realita (Peter L. Berger dan Thomas L. Lockmenn) dikarenakan asumsi dasar teori ini mengatakan bahwa manusia atau masyarakat akan memiliki suatu makna bersama atas suatu realitas yang dibentuk melalui proses internalisasi. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian ini yakni ingin mengetahui bagaimana makna atau pemahaman bersama antara narasumber yang pada dasarnya adalah masyarakat Kota Bandung akan *sister city*, dimana makna atau pemahaman tersebut dibentuk melalui proses interaksi yang terjalin. Pemaknaan atau pemahaman *sister city* akan terjadi ketika narasumber mengidentifikasi dirinya merupakan satu kesatuan dari sebuah lembaga (dalam kasus ini lembaga dapat berarti Pemerintah Kota Bandung dimana narasumber bernaung).

Kerjasama *sister city* merupakan persetujuan kerjasama antara dua kota, daerah setingkat provinsi, negara bagian atau prefektur yang memiliki satu atau lebih kemiripan karakteristik dimana dua daerah tersebut terdapat pada dua negara yang berbeda. Kemiripan tersebut misalnya ada pada kemiripan budaya, latar belakang sejarah atau jika dilihat dari segi geografis kedua daerah sama-sama daerah pantai atau daerah kepulauan. Kemiripan merupakan hal yang mendasar dalam dilakukannya program *sister city*.

“Namanya juga *sister*, saudara ya seharusnya punya kesamaan yang mendasar baik dari segi geografi, demografi, kebudayaan, persamaan permasalahan yang dihadapi dan lain sebagainya”¹⁹

Sebagai contohnya terdapat beberapa program *sister city* yang ada di Indonesia, jika dilihat terdapat persamaan diantara kedua kota yang menjalin program *sister city*. Kota Surabaya dan Kota Varna Bulgaria menjalin kerjasama *sister city* karena memiliki persamaan letak geografis. Program *sister city* Kota Jakarta dan Kota Kairo dilakukan karena adanya persamaan permasalahan seperti kemacetan, polusi, lapangan pekerjaan dan lain sebagainya.

Jika dilihat dari pengertian *sister city* diatas, seharusnya pertanyaan penelitian mengenai “alasan Kota Bandung mengadakan program *sister city* dengan Kota Suwon” dapat dijawab dengan baik. Namun, karena konsep *sister city* tidak ada dalam pemikiran informan, maka pertanyaan ini tidak dapat dijawab dengan lugas. Hal ini juga dikarenakan konsep program *sister city* Kota Bandung-Kota Suwon tidak diinformasikan lebih lanjut kepada seluruh jajaran staf Kota Bandung. Sehingga ketika peneliti menanyakan mengenai alasan diadakannya program *sister city* dengan Kota Suwon, informan menjawab sebatas apa yang mereka rasakan dan alami berdasarkan pengalaman mereka berkunjung ke Kota Suwon atau pengalaman mereka berinteraksi dengan orang-orang Suwon.

Pada dasarnya, setelah melakukan pengamatan dan wawancara langsung dengan informan serta melakukan studi pustaka dengan jurnal-jurnal terkait program *sister city* dengan Kota Suwon, alasan utama terjalinnya *sister city* ini bukan terlebih dahulu didasarkan pada asas persamaan tapi pada asas pertemanan. Saling bertemunya kedua walikota dalam rangkaian kunjungan kenegaraan, lalu mereka saling berbincang dan sepakat untuk melakukan kerjasama. Kemudian pihak Kota Suwon memberikan surat resmi yang diajukan kepada Pemkot Bandung dengan maksud untuk melakukan kerjasama *sister city*. Setelah itu barulah pada saat kunjungan kenegaraan selanjutnya didiskusikan mengenai beberapa hal yang menjadi persamaan dari kedua kota tersebut dan bidang mana saja yang akan dijajaki bersama.

¹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Rizki Ananda Ramadhan, S.IP, M.Han (Dosen Hubungan Internasional Fisip Unpad), 27-07-2016, pukul 11.00 WIB di Gedung Fisip, Universitas Padjadjaran

Setelah melakukan penjajakan atau kunjungan antar kedua kota tersebut, baru lah terlihat beberapa persamaan yang disinyalir menjadi alasan kedua kota tersebut semakin memantapkan hati untuk menjalin *sister city*. Diantaranya yakni persamaan geografis, demografis, pendidikan dan kebudayaan. Persamaan-persamaan ini lah yang seharusnya menjadi dasar atau alasan utama dilakukannya program *sister city*, seperti yang sudah dijelaskan dalam konsep awal dari *sister city* itu sendiri yakni kerjasama *sister city* merupakan persetujuan kerjasama antara dua kota, daerah setingkat provinsi, negara bagian atau prefektur yang memiliki satu atau lebih kemiripan karakteristik dimana dua daerah tersebut terdapat pada dua negara yang berbeda. Kemiripan tersebut misalnya ada pada kemiripan budaya, latar belakang sejarah atau jika dilihat dari segi geografis kedua daerah sama-sama daerah pantai atau daerah kepulauan.

Program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon ini merupakan salah satu cara untuk membuat Bandung lebih terkenal di negara sahabat. Tidak hanya terkenal di masyarakat Suwon atau Korea Selatan, program ini pun diharapkan dapat menarik mata masyarakat dunia kepada Kota Bandung. Keberadaan program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon diarahkan untuk menjadi *city branding* Kota Bandung sebagai kota berpotensi. Sesuai dengan *tagline* dari program *sister city* Kota Bandung itu sendiri yakni *colorful, beautiful and friendly*. *Colorful* dimaksudkan bahwa Kota Bandung merupakan kota yang penuh dengan keberanekaragaman kebudayaan, kreativitas, keanekaragaman mode dan keanekaragaman makanan. *Beautiful* diartikan sebagai kota yang tertata dengan rapi, tata letak kota yang indah dan memiliki banyak tempat-tempat umum yang layak dikunjungi. *Friendly* yakni kota yang bersahabat, dapat menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat serta wisatawan.

Kota Bandung adalah salah satu kota berpotensi dimana salah satu unsur didalamnya ada unsur *friendly*, yakni kota yang bersahabat. Kota Bandung menjadi kota yang dapat bersahabat dengan beberapa kota lainnya. Kota Bandung dengan tangan terbuka menerima semua kerjasama dengan kota-kota negara sahabat. *City branding* merupakan suatu proses dalam rangka mengembangkan *brand* yang kuat tentang sebuah kota yang nantinya akan memunculkan sebuah pertanyaan “apa yang ada dipikiran anda tentang kota ini?”. Kota Bandung ingin dikenal di masyarakat suwon sebagai kota berpotensi. Namun, program *sister city* Kota Bandung - Kota Suwon tidak

berjalan lagi sebagaimana mestinya sehingga *branding* ini belum melekat di Kota Bandung, baik untuk masyarakat Kota Bandung ataupun masyarakat Kota Suwon.

4. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini *city branding* kota bandung sebagai kota berpotensi melalui program *sister city* Kota Bandung-Kota Suwon tidak berjalan dengan baik. Karena tidak spesifiknya alasannya yang mendasari kerjasama ini, serta pola komunikasi yang tidak sesuai SOP.

5. Referensi

- Bungin, Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, John W. 2013. *Qualitative Inquiry & Research Design : Choosing Among Five Approaches*. Sage.
- Denzin, Norman. K dan Yvonna S. Lincoln. 1997. *Handbook of Qualitative Research*. Sage Publication.
- Dinnie, Keith. 2011. *City Branding "Theory and Cases"*. US : Palgrave Macmillan.
- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif : Dasar-Dasar Aplikasi*. Malang : YA3.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Hermawan, Agung, 29 Desember 2011, *Menaikan Pamor Kota Melalui City Branding*, diunduh tanggal 17 April 2015, www.kompas.co.id, <http://www.kompas.co.id/2011/12/29/3378/menaikan-pamor-kota-melalui-city-branding/>.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.
- Primasari, Ina dan Widodo Muktiyo. 2010. *City Branding Kota Solo Sebagai Kota Wisata Budaya Solo*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Rendra, Agustine, 12 Pebruari 2015, *Sister City Kota Bandung*, diunduh tanggal 5 Mei 2015, www.bandung.go.id, <http://www.bandung.go.id/acara/sister-city-kota-bandung/>.

Reza, Faisal. 2016. *Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.co.id*. Vol 4 No 1. Bandung
: Universitas Padjadjaran.

Salim, Agus. 2001. *Teori & Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Tiara Wacana.

Sekda, Kota Bandung. 2013. *Buku Panduan Sister City*. Bandung : Packaging House.

Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

Yin, Robert K. 2014. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.