

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kota Madiun merupakan sebuah kota yang dirintis oleh Ki Rembahan Ronggo atau biasa yang disebut Ki Ageng Ronggo. Kota yang merupakan bagian dari Kesultanan Mataram ini terletak di provinsi Jawa Timur yang kini berusia 102 tahun sejak diresmikan pada tanggal 20 Juni 1918 dan mendapat peringkat ke 67 sebagai kota terluas di Indonesia. Terdapat tiga kecamatan dan dua puluh tujuh kelurahan dengan batas wilayah bagian utara adalah Kecamatan Madiun, bagian timur Kecamatan Wungu, bagian selatan Kecamatan Geger dan bagian barat Kecamatan Jiwan membuat Kota Madiun sebagai penghubung kota-kota besar yang berada di Jawa Tengah. Dengan letak yang strategis Kota Madiun menjadi salah satu pusat kegiatan ekonomi di Jawa Timur bagian barat yang mendukung daerah-daerah disekitarnya yang masuk dalam Karidesinan Madiun dan terdiri dari empat kabupaten dan satu kota yaitu, Kabupaten Pacitan, Ponorogo, Madiun, Magetan dan Kota Madiun. Memiliki potensi ekonomi di bidang Transportasi, Perdagangan, Industri dan Kesenian membuat Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Madiun pada tahun 2019 mencapai 252 milyar rupiah.

Dikutip dari www.jatim.antaranews.com. Hal ini terbukti dari bidang transportasi Kota Madiun yaitu Stasiun Kereta Api kelas besar tipe A yang merupakan stasiun utama PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi VII Madiun. Stasiun Madiun merupakan stasiun pusat yang berada di karesidenan Madiun. Terdapat juga Terminal Purboyo yang berada di beberapa lokasi pusat kegiatan ekonomi seperti Pabrik Gula Rejoagung dan terminal Kargo. Kemudian pada bidang perdagangan Kota Madiun memiliki pusat perbelanjaan dalam bentuk department store yang mampu memenuhi kebutuhan primer hingga sekunder antara lain: Plaza Madiun, Plaza Lawu, Timbul Jaya Plaza, Presiden Plaza, Carrefour Madiun dan

Suncity Madiun. Selain pusat perbelanjaan dalam bentuk department store, fasilitas seperti pasar-pasar tradisional juga tersedia, menurut data yang ditampilkan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Madiun (BPS Kabupaten Madiun) terdapat 3.971 pedagang yang tersebar di berbagai pasar seperti Pasar Besar Kota Madiun (PBM), Pasar Manguharjo, Pasar Sleko, Pasar Bunga Madiun, Pasar Burung Srijaya, Pasar Logam Jaya yang menyediakan segala kebutuhan di bidang besi dan pasar-pasar lainnya.

Pada bidang Industri, Kota Madiun sering di kenal dengan julukan “Kota Pecel”, hal ini dilatarbelakangi oleh makanan khasnya yaitu nasi pecel. Banyak wisatawan yang mengunjungi Kota Madiun untuk merasakan nasi pecel khas Madiun. Dengan semakin terkenalnya brand “Kota Pccel” maka banyak berdirinya Industri rumahan sambal pecel khas Madiun yang membuat penggerak ekonomi bagi masyarakat Madiun. Selain nasi pecel terdapat Brem yang menjadi makanan khas Kota Madiun. Terdapat banyak industri Brem yang berdiri sehingga membuat industry kuliner Kota Madiun maju dan berkembang dengan cepat. Selain industri kuliner Kota Madiun memiliki Pabrik Gula Rejo Agung dan Pabrik Kereta Api yang dibangun pada tahun 1800an. Pabrik Kereta Api (INKA MADIUN) yang sudah beroperasi selama puluhan tahun ini telah mengeskpor produknya di beberapa negara di Asia. Dengan berkembangnya perkereta apian di Kota Madiun membuat pemerintah membangun Akademi Perkeretaapian Madiun sebagai dukungan untuk maju dan semakin berkembang.

Kemudian dalam bidang Kesenian Kota Madiun di kenal dengan sebutan “Kota Pendekar”, secara nyata memang Kota Madiun menjadi salah satu pelestari seni bela diri yang ada di Indonesia. Dengan dibangunnya tugu patung pendekar di simpang lima Jl. Diponegoro, membuat image Madiun Kota Pendekar menjadi semakin kuat. Banyak berdiri organisasi dan perguruan bela diri diantaranya Persaudaraan Setia Hati Terate (PSHT), Persaudaraan Setia Hati Winongo (PSHW), Persaudaraan Setia Hati Tuh Tekad (PSHTT), Ikatan Keluarga Silat Putra Indonesia (IKSPI), Pagar Nusa, Tapak Suci Putra Muhammadiyah, Merpati Putih dan Cempaka Putih.

Imam Nahrawi sebagai Menteri Pemuda dan Olahraga menyampaikan “kalau Bali merupakan destinasi wisata, maka Madiun akan menjadi destinasi pencak silat dunia”. Namun ternyata dibalik sebutan “Kota Pendekar” merupakan singkatan dari pintar, melayani, membangun, peduli, dan karismatik. Sebutan tersebut merupakan perwujudan dari visi misi yang hendak di capai oleh Wali Kota Madiun periode 2019-2024 yang dirangkum dalam program Panca Karya. Panca Karya memiliki lima program prioritas yaitu Madiun Kota Pintar, Madiun Kota Melayani, Madiun Kota Membangun, Madiun Kota Peduli dan Madiun Kota terbuka. Melihat dari image “Madiun Kota Pendekar” dalam program Panca Karya ini Wali Kota Madiun ingin membangun citra dalam segala bidang untuk untuk mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat Kota Madiun. Dilihat dari pencapaian Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Madiun yang terus mengalami kenaikan setiap tahun, tercatat dari nilai investasi pada tahun 2019 mencapai 260 milyar rupiah. Beberapa hotel mewah bintang tiga sampai empat mulai melirik Kota Madiun sebagai penanaman modal dan usaha seperti hotel Aston, Amaris, Sun, Fave dan Ibis. Melihat dari berbagai potensi yang dimiliki Kota Madiun fokus kajian penelitian ini adalah bagaimana program strategi *Brand Communication* dalam Panca Karya oleh Wali Kota Madiun periode 2019-2024.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh peneliti, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi *brand communication* dalam program Panca Karya Kota Madiun?
2. Apa saja aktivitas strategi *brand communication* program Panca Karya Kota Madiun?

3. Apa saja kendala atau hambatan yang dialami oleh Pemerintah Kota Madiun dalam mewujudkan strategi *brand communication* dalam program Panca Karya Kota Madiun?

C. TUJUAN PENELITIAN

Adanya tujuan pada penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi program *brand communication* Panca Karya Kota Madiun.
2. Untuk mengetahui aktivitas strategi *brand communication* program Panca Karya Kota Madiun.
3. Untuk mengetahui kendala dan hambatan strategi *brand communication* program Panca Karya Kota Madiun.

D. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
Penulis berharap nantinya penelitian ini akan berdampak positif bagi ilmu pengetahuan dalam bidang *brand communication*, lebih khususnya mengetahui strategi *brand communication* dalam program Panca Karya Kota Madiun
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi penulis
Penulisan ini merupakan sarana belajar bagi penulis. Dimana untuk memperoleh suatu keterampilan dan ilmu yang diperoleh penulis pada saat dalam bangku kuliah.
 - b. Bagi masyarakat umum
Memberikan suatu informasi dan pengetahuan mengenai *brand communication* yang dilakukan oleh Pemerintah daerah tersebut.
 - c. Bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penelitian ini diharapkan agar

bermanfaat untuk mengembangkan suatu pengetahuan dalam bidang *brand communication* dan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi perpustakaan.

d. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini semoga menjadi masukan positif bagi Pemerintah Kota Madiun dalam pengembangan strategi *brand communication* di Kota Madiun.

