

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap *City Branding* dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dilihat dari hasil secara simultan atau uji F menunjukkan bahwa sub variabel dari *City Branding* yang terdiri dari *presence(X1)*, *Potential(X2)*, *Place(X3)*, *People(X4)*, *Pulse(X5)*, dan *Prerequisite(x6)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berkunjung(Y) wisatawan ke Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil olah data tingkat signifikan tabel ANOVA sebesar $0,000 < 0,05$, diperkuat lagi dengan hasil F hitung sebesar 33,658.
2. Dari hasil Parsial atau Uji T menunjukkan bahwa Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Yogyakarta adalah variable *Presence(X1)* dan *Pulse(X5)*. Hal ini ditunjukkan dengan hasil tingkat signifikan *presence* $0,003 < 0,05$ dan tingkat signifikan *pulse* $0,000 < 0,05$ artinya variable *presence* berpengaruh terhadap berkunjung wisatawan ke Yogyakarta. Sedangkan sub variabel *Potential(X2)*, *Place(X3)*, *People(X4)*, dan *prerequisites(X6)* tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan hasil tingkat signifikan *potencial* $0,162 > 0,05$, *place* dengan hasil tingkat signifikan $0,792 > 0,05$, *people*

dengan hasil tingkat signifikan $0,255 > 0,05$, dan prerequisites dengan hasil tingkat signifikan 0,052.

B. Saran

Berdasarkan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Adapun saran yang disampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pihak pemerintah Yogyakarta khususnya dinas pariwisata dan Kebudayaan sebaiknya dari hasil penelitian pada *Potential*, *Place* dan *People* diketahui hasil yang tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung, oleh karena itu berbagai aspek yang menyangkut menjaga alam, menambah pengetahuan dan akses mudah dijangkau hendaknya lebih diperhatikan oleh pemerintah agar wisatawan mengetahui potensi yang ada di Yogyakarta. Kemudian pemerintah harus lebih memperhatikan dan memperbaiki dari aspek tempat seperti kebersihan serta penataan sarana dan prasarana yang dimiliki. Juga dari aspek orang , perlu adanya peningkatan mutu sumber daya manusia agar pelayanan yang ramah, komunikatif dan responsif bisa dirasakan oleh parawisatawan.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan kepada peneliti lebih lanjut untuk menggunakan indikator lain dari variabel *city branding* yang dipakai sehingga dapat menunjukkan pengaruh lebih signifikan terhadap keputusan berkunjung pada wisatawan Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Referensi

- A.J, Muljadi. 2012. Kepariwisata dan Perjalanan. Jakarta: PT. Raja Pindo Persada.
- Anholt, Simon 2007. “ *Competitive Identity: The New Brand Management For Nations, Cities and Regions*. USA : Palgrave Macmillan
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi.(2006) *prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineke Cipta.
- Aritonang R, Lerbin R. 2007. *Riset pemasaran : Teori & praktik* . Bogor: penerbit Ghalia Indonesia
- Asnawi, Nur., Masyuri. 2011. *Metodologi penelitian Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Hasan, Ali. 2015. *Tourism Marketing*. Yogyakarta. *Center for Academic Publishing Service (CAPS)*.
- Kotler, Philip,. Amstrong, Gary (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Diterjemahkan oleh : Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga
- , Philip,.Keller (2006). *Manajemen Pemasaran*. Terjemah oleh Benyamin Molan 92007). Jakarta: Indeks
- Kriyantoro, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan : Teori dan Praktik*. Malang. Universitas Brawijaya Press (UB Press)
- Nyoman S. Penditt. 2006. *Ilmu Pariwisata*. Jakarata : PT Pradnya Paramita
- Santosa. 2018. *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta. CV Budi Utama.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung. Alfabeta.
- 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. 2011. ”*Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*”. Jakarta : Salemba Empat.
- Susanto, Himawan Wijanarko. 2004. *Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*.Bandung: Mizan

Umar, Husein. 2002. Metode Riset Bisnis. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama

Yoeti, O. A. (2013). Pemasaran Pariwisata. Bandung: CV Angkasa.

Undang – Undang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang kepariwisataan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

Jurnal dan Skripsi

Adhiimsyah Luthfi, Aldila Intanar Widyaningrat.2018. Konsep *City Branding* Sebuah Pendekatan “*The City Brand Hexagon*” Pada Pembentukan Identitas Kota.Universitas Jember

Chaerani, Ratu Yulya,(2011). Pengaruh City Branding terhadap City Image. Skripsi : FISIP Universitas Sultan Sgeng Tirtayasa

Ghozali, Imam. (2009), Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Cetakan ke IV). Semarang: Badan Penerbit UNDIP

haryati, Tati. (2018) pengaruh city *Branding* “*Beautiful Malang*”, Citra Kota, Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung. jurnal Sketsa Bisnis

Jannah. Bidriatul, Arifin(2014). Pengaruh *City Branding* Dan City Image terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Banyuwangi. Jurnal Adminitrasi Bisnis. Vol 17 No.1 Desember

Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G.2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta

Risda.H .2018. Pengaruh *City Branding* Dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Pemandian Air Soda Kota Tarutung. Skripsi. Universitas Sumatera Utara Medan

Tjiptono, Fandy., Chandra (2007). Service, Quality & Satifacation). Yogyakarta: Andi

Internet

Badan Perencanaan & Pembangunan Daerah Daerah istimewa Yogyakarta. 2014. Siaran pers Urun Rembug Logo Baru Jogja, dalam <http://bappeda.jogjaprov.go.id/berita/detail/URUN-REMBUG-LOGO-BARU-JOGJA> diakses tanggal 26 Juli 2021.

Dinas pariwisata Kota Yogyakarta 2021. Jumlah Kunjungan wisatawan 3 tahun Terakhir. Dalam <https://pariwisata.jogjakota.go.id/> diakses pada 15 Agustus 2021

Kabupaten bantul 2021. Makna Logo Rebranding Jogja. Dalam <https://berkas.bantulkab.go.id/publikasi/jogja-istimewa/RebrandingJogja-publish.pdf> diakses pada 5 Agustus 2021

Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta 2019. Visi dan Misi dalam <https://jogjaprov.go.id/profil/4-visi-misi-tujuan-dan-sasaran> diakses tanggal 24 juli 2021.

LAMPIRAN KUESIONER

A. Profil Responden

Petunjuk pengisian : Berilah tanda check List (√) atau tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang ada :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria : Wanita
3. Usia anda saat ini : : < 18 Tahun : 25-30 tahun
 : 18 - < 25 tahun : > 30 tahun
4. Berapa kali anda mengunjungi kota Yogyakarta dalam 1 Tahun :
 X 2X 3X >3X
5. Daerah Asal :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner.
2. Berikut ini alternatif pilihan jawaban yang tersedia, yaitu :

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju(TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Pilihlah dan beri tanda check List (√)

NO	PERTANYAAN / PERNYATAAN	PENILAIAN			
		STS	TS	S	SS
<i>Presense (keakraban)</i>					
1	Wisatawan merasakan suasana nyaman dan aman saat berwisata ke Yogyakarta				
2	Hiasan di berbagai tempat dapat memberikan suasana tenang saat berwisata				

<i>Potensial</i> (potensi)				
3	Keadaan alam di kota yogyakarta masih terjaga dengan baik			
4	Tempat wisata dikota Yogyakarta dapat menambah pengetahuan			
5	Akses menuju kota Yogyakarta mudah dijangkau dari berbagai Kota			
<i>Place</i> (tempat)				
6	Cuaca dikota Yogyakarta terasa sejuk			
7	Kota Yogyakarta terlihat bersih			
<i>People</i> (masyarakat/orang)				
8	Karyawan tempat wisata di Yogyakarta memberikan pelayanan dengan ramah			
9	Wisatawan mendapat informasi lengkap dari karyawan mengenai tempat wisata yang dikunjungi			
<i>Pulse</i> (daya tarik)				
10	Objek wisata di Yogyakarta menarik untuk dikunjungi			
11	Terdapat berbagai objek wisata baru yang ada di yogyakarta			
12	Objek wisata di yogyakarta terlihat unik			
<i>Prerequisites</i> (prasyarat)				
13	Kebutuhan saat berwisata di Yogyakarta dapat terpenuhi			
14	Layanan umum di Yogyakarta mudah di temui			
15	Tempat wisata di Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan			
Keputusan Berkunjung				
16	saya memperhatikan setiap destinasi yang ditawarkan di Yogyakarta			
17	saya tertarik untuk melakukan			

	aktivitas berwisata di Yogyakarta				
18	saya ingin memanfaatkan berbagai destinasi yang tersedia				
19	saya memanfaatkan destinasi ini untuk menambah pengalaman berwisata				

LAMPIRAN HASIL OUTPUT SPSS

1. karakteristik Responden

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pria	29	29,0	29,0	29,0
	wanita	71	71,0	71,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18 tahun	1	1,0	1,0	1,0
	18-25 tahun	81	81,0	81,0	82,0
	25-30 tahun	17	17,0	17,0	99,0
	>30	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

KUNJUNGAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1X	40	40,0	40,0	40,0
	2X	18	18,0	18,0	58,0
	3X	8	8,0	8,0	66,0
	>3X	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran hasil Uji t dan Uji F

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2,407	,957		2,516	,014
	Presence	,426	,141	,230	3,019	,003
	potensial	,150	,107	,117	1,409	,162
	Place	-,029	,111	-,017	-,265	,792
	People	,156	,136	,098	1,145	,255
	Pulse	,428	,090	,391	4,748	,000
	prerequisite	,200	,102	,176	1,964	,052

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260,531	6	43,422	33,658	,000 ^b
	Residual	119,979	93	1,290		
	Total	380,510	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Berkunjung

b. Predictors: (Constant), prerequisite, Place, Presence, Pulse, potensial, People

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,827 ^a	,685	,664	1,136

a. Predictors: (Constant), prerequisite, Place, Presence, Pulse, potensial, People

LAMPIRAN TABULASI

Nama	x1-1	x1-2	x2-1	x2-2	x2-3	x3-1	x3-2	x4-1	x4-2	x5.1	x5.2	x5.3	x6-1	x6-2	x6-3	y1	y2	y3	y4
Ana lisa ardi	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
Velinda	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Ela	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
Alfonso Cipta Haider	2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1
Indah syifa amalia	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
Andini Maydina	4	4	2	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Raodhotul Jannah	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
khofifah khoiriyah	4	4	3	4	4	1	2	3	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
Angel bella f	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Eka faladhila	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
Tika	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
Riska Talisa Putri	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
Yondhi Herlambang dini	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
misliana	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
Lulu Alma Dzurofa	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
Nurul Amelia	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4
Mulyanti	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
Ardelia satya putri	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
roy	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
Ika rizkika	4	4	4	3	2	4	3	3	2	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4
Indi indriyani	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Novan Nugraha	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4
Tasha	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Siti masitoh	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Novia kurniawan	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
Yustisia Dissa Khuzaima	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Galih Rizkaz	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
Putri aldina	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Arief Adha	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Lages	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
Nita novianti	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3

Inne Widiarti Rahayu	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	
Nurul Firdaus	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4
Shafira Nur	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
Hilda	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4
Kiki susana devy	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Ikram nugraha	2	3	2	1	1	3	3	2	2	1	1	2	1	3	2	2	3	1	1	1
Aldo	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
kinarya	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
Putri	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
Desti wulandari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Dewi Ratnasari	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4
Abelva mathovana	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
Haikallana Putra R	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
CINTA	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Sintia	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
Tania Mariska	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Rahmi	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
Veby Dewinta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
Akbar	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Adian Prawira Madenda	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
Elma cantik	4	4	2	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Dwitri	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Fachri Firdaus	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4
Miftahul Jannah	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
Bagus Hermawan	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
Fajar Bayu Firmansyah	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4
Zahra	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Nikita BS	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	4	4
Faris sandika	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3
Hasby	3	3	3	4	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4
Mila	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
Nur hazanah	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Grace	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Rahmat Zumarli	3	4	3	4	4	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4
Yohana	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4
Yolanda Hamidah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Aulia	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4

Randu Rizki Ramadhan	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	2
Vivin wulandari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Cila	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Rahmadani	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
SELLI PURNAMA SARI	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
Rofif lailatun nuzul	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
Zazilah nurokmah	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
Angellina	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
Afril	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
Bella Damayanti	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Nasikhatul mufidah	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Michael blowon	2	3	2	3	4	2	2	1	2	2	1	1	2	3	2	3	3	2	2
Feri nur fika	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
Riefma Eka riyanti	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Ragil triyandi	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4
Azizah ns	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
Putri Pangestu	4	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Rahmadani	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
Hima	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	3
Tri Nanda Sukma N F	3	2	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Noer Sianida	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
Greven Leonard Tan	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
Martha Puspita	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4
Sifra	3	3	2	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
Marcella	2	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4
Richards	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
Ria Tiara Putru	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Harry Saroinsong	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4
Dwisinta Nada Rahmia	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
Linaeka	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Kholasih	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Meli	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

Kabar Berita “Jogja Istimewa”

JUMAT LEGI
6 FEBRUARI 2015
16 RABU/UL/SAHR 1436
NO 1582/TAHUN 4
RP 2.000
LANGGANAN RP 55.000
SMS 08510212000, 0274-557687 EXT 219

HARIAN PAGI

Tribun Jogja

SPIRIT BARU DIY-JATENG





Logo Sederhana Warga Antusias

● Logo Baru “Jogja Istimewa” Diperkenalkan

YOGYA, TRIBUN - Logo dan tagline baru Yogyakarta akhirnya diperkenalkan ke publik dalam pertemuan berkeabsah Tim II berbulan-bulan. Temu DIY bersama Gubernur DIY Sri Sultan HB X, Perhimpunan digelar di Gedung Jasinomono Kompleks Kegiatan Ramis (5/2).

Desain yang diperkenalkan sangat sederhana dengan warna dasar merah yang diadopsi dari warna khas Keraton Yogyakarta. Tagline atau slogan yang dipilih juga sudah identik dan alim di kalangan publik, yaitu “Istimewa” menggantikan slogan lama “Negeri Endang Asih”.

Jenis font yang dipilih pun mengadopsi aksara Jawa yang telah dimodifikasi oleh pakar-pakar desain grafis di Kota Cudug ini. Logo itu bisa dipaparkan dalam berbagai warna serta ukuran dan arah ini.

Antara lain bentuk, Tugu Jogja, gerbang keraton, gunung Merapi.

■ Sosoragung ke Hal 11

Bagaimana tanggapan warga dan tokoh Yogyakarta terhadap logo baru? Simak naras di
www.tribunjogja.com

Segera Lakukan Branding Massal

UNTUK memperkenalkan secara seragam logo baru, Tim II juga merekomendasikan agar segera dilakukan branding massal di semua lokasi dan ruang. Papan-papan reklame jumbo di jalan akan diganti logo baru “Jogja Istimewa”.

“Logo Jogja Istimewa akan dipasang di semua balai,” ucap Ketua Tim II, Harry Yudanto saat perkenalkan logo baru di hadapan seluruh pejabat Pemda DIY, Kamis (5/2). Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Burono IX menyambut baik ide itu.

Ia bahkan meminta adanya pengkoordinasian pemasangan brand image di lokasi tertentu.

■ Sosoragung ke Hal 11





Character of New Jogja



- Youth Women Netizen
- Akulturasi modern dengan tradisional
- 9 Tarikan Garis mencerminkan 9 arah kebijakan Renaisans Yogyakarta



Popi Irawan @PopiIrawan · Oct 29
Logo baru dan branding baru Jogja cc @JogjaUpdate @HIMAPAFIBUGM





Tabel Nilai-nilai r Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,381	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081