

edit ARTIKELJURNAL INDONESIA CITY BRANDING INDONESIA

by Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Submission date: 13-Jan-2023 02:43PM (UTC+1100)

Submission ID: 1746916867

File name: edit_ARTIKELJURNAL_INDONESIA_CITY_BRANDING_INDONESIA.docx (504.35K)

Word count: 3916

Character count: 27779



EFEKTIFITAS KUALITAS SISTEM INFORMASI DAN CITY WALK KONSEP MENUJU KOTA TEGAL SEBAGAI CITY BRANDING

15
Sari Wiyanti

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Pancasakti Tegal, Jalan Halmahera, Km. 1 Kelurahan Panggung, Kota Tegal 52122 Indonesia

6
saridysa0604@gmail.com / sariwiyanti@upstegal.ac.id

ARTICLE INFO

ABSTRACT (9 pt, bold, at most 200 words) (one blank single space line, 10 point font)

Article history:

Received: ...

Revised: ...

Accepted:....

4

Keywords:

up to 5 keywords in English (9 pt, italics)

(two blank single space line, 10 pt)

Penelitian ini di Kota Tegal sebagai obyek dari penelitian yang sedang melakukan peningkatan daya saing daerahnya. Kota Tegal adalah kota kecil yang terletak di pesisir pantaiutara sebagai daerah otonom yang terbatas sumber daya alamnya. Upaya yang dilakukan pemerintah kota Tegal untuk menjadi city branding untuk bersaing dengan daerah sekitarnya merupakan tantangan yang berat. Pemerintah daerah Kota Tegal yang telah memiliki Branding dengan bahasa khas Tegal Ngapak-ngapak dan mengunggulkan pariwisata pantai utaranya. Teknologi Sistem Informasi yang berkualitas dan handal mudah diakses oleh masyarakat kota Tegal dan daerah lainnya, serta tata Kelola kota Tegal sebagai destinasi sebagai variable yang penting untuk diteliti. Sampel yang digunakan penelitian ini sebanyak 100 orang pengguna system informasi pemerintah kota Tegal dan pengunjung city walk Tegal yang ditentukan secara random smpling. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan Accidental sampling dengan menetapkan ciri sesuai dengan tujuan penelitian ini. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan memberikan kuesioner yang berisi pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Data dari kuasioner akan di analisa menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25. Hasil penelitian terdapat pengaruh keefektifan Information System Quality dan City Walk Concept dalam membangun kota Tegal sebagai City Branding

6

Copyright © 2021 Jurnal Mantik.
All rights reserved.

1. Introduction

Masih rendahnya daya kompetitif daerah di Indonesia, sehingga berbagai daerah berupaya meningkatkan daya saing dengan nilai jual daerahnya melalui upaya pencitraan melalui Branding. Merek atau brand merupakan tanda atau simbol sebagai identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Sirkulasi keuangan daerah sebagai daerah/kota otonomi penting untuk peningkatan daya saing daerah sehingga potensi yang dimiliki mampu terjual. Daya saing yang rendah biasanya dikarenakan kurangnya pengetahuan investor dan wisatawan terhadap kemampuan daerah tersebut. City Branding dilakukan sebuah kota membutuhkan strategi kompleks agar dapat benar-benar memberi manfaat bagi daerah. Branding Kota (City Branding) adalah ide mengidentifikasi, membentuk dan mempromosikan citra dari sebuah kota yang membuat kota tersebut bagus dimata pemangku kepentingan, mudah diingat, berbeda dengan kota lainnya dan memiliki keunggulan yang unik.

Membangun City Branding bagi sebuah kota bukanlah hal yang mudah, membutuhkan rencana stretegis terhadap potensi sumberdaya yang dimiliki daerah. Sistem informasi yang transparan sebuah daerah akan menyajikan segala informasi yang dapat di akses dan dikonsumsi oleh masyarakatnya.



Kualitas sistem informasi akan membantu sebuah kota membentuk sebuah branding. Sistem informasi yang berkualitas akan membantu pemerintah daerah dalam melakukan pelayan yang cepat dan tepat bagi masyarakatnya.

Untuk menjadi city Branding perlu menyediakan perantara komunikasi antara pemerintah daerah dengan masyarakat, investor dan pemangku kepentingan lainnya. Penciptaan sistem informasi yang disesuaikan dengan teknologi digitalisasi akan memberikan kemudahan bagi pemerintah daerah dan masyarakat, investor dan pemangku kepentingan lainnya.

Tata kelola sebuah kota juga menjadi perhatian bagi pemerintah daerah dalam mewujudkan branding kota (city Branding) dalam bersaing dari daerah lainnya. Konsep desain kota dengan City Walk adalah inovasi dari pemerintah daerah dalam pengembangan sebuah kota yang banyak di adopsi oleh kota-kota maju.

2. METODELOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan oleh riset ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan menganalisa seberapa besar Information System Quality dan City Walk Concept mampu membangun kota Tegal sebagai City Branding. Metode penelitian ini melalui tahapan berikut ini, yaitu:

- 1) Menentukan obyek penelitian ini
Obyek penelitian ini adalah Kota Tegal
- 2) Menentukan populasi dalam penelitian ini
Populasi yang digunakan penelitian ini adalah masyarakat kota Tegal yang memiliki kriteria sesuai penelitian ini dengan sampel diambil secara random sampling.
- 3) Penentuan sampel penelitian,
Karena populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka jumlah sampel akan dihitung dengan rumus Cochran :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{(0,10^2)}$$

$$n = 96,04 = 100 \text{ Orang}$$

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

- 4) Menentukan teknik pengambilan sampel
Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental sampling dengan menetapkan ciri-ciri responden sesuai dengan tujuan penelitian ini.
- 5) Menentukan Data yang digunakan dalam penelitian
Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil langsung dari responden melalui teknik wawancara dan teknik kuesioner dengan membagikan kuesioner yang berisi pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden yaitu orang pernah menggunakan pelayanan sistem informasi yang disediakan pemerintah daerah kota Tegal dan orang yang berkunjung ke alun-alun serta City Walk Tegal.
- 6) Alat Analisis Penelitian
Jawaban dari responden sebagai data penelitian yang akan di analisa dengan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 25.

3. HASIL PENELITIAN

1) Hasil

a. Gambaran umum Penelitian

Kota Tegal dengan sumber daya alam pantai utaranya, harus bersaing dengan daerah sekitarnya yang memiliki sumber daya alam yang unggul dan memiliki nilai jual tinggi. Dengan



digitalisasi masyarakat mendapat pelayanan yang cepat. Keefektifan sistem informasi dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat lebih cepat dan lebih tepat, tanpa mengganggu aktivitas masyarakatnya. Informasi tentang kota Tegal dapat diakses melalui website yang dibuat pemerintah kota Tegal maupun masyarakat daerah lainnya. Sistem informasi yang disediakan oleh pemerintah kota Tegal untuk melakukan pelayanan yaitu a) Jakwir Cetem, yaitu fasilitas yang memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam membuat dokumen kependudukan tidak perlu mendatangi kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Disdukcapil) Kota Tegal, 2) LekoLintang (Layanan Emergency Secara Online Cepat Datang Dan Tangani), yaitu inovasi pelayanan kegawatdaruratan medis perumah sakit, 3) SIKOJA yaitu sistem informasi kondisi jalan, 4) Sistem informasi layanan lainnya yaitu SIMDA, SIM, LPSE, SIAK, SIMOSS dan Command Room.

Pemerintah daerah kota Tegal melakukan tata ruang kota lebih indah dan berdaya saing tinggi. Dengan tetap mempertahankan bangunan peninggalan kolonial Belanda yaitu gedung Biro (Lawang Satus), gedung waterleideng dan stasiun kereta api menambah kesan estetika yang tinggi. Penataan kawasan city walk di imbangi penataan wisata kuliner yang dapat dikunjungi masyarakat Kota Tegal dan sekitarnya.

b. Hasil Penelitian

Analisis akhir penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda, koefisien determinan, uji T dan uji F dengan alat uji program SPSS 25.

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear berganda digunakan sebagai alat analisis pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1, X2, X3....Xn) dengan variabel terikat (Y).

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur Information System Quality (X1), dan City Walk Concept (X2) terhadap City Branding (Y) dapat dilihat pada Tabel Berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda X1 dan X2 Terhadap Y

		Coefficients ^a		Standardized		
		Unstandardized Coefficients		Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.348	1.008		2.328	.002
	InformSystem_Quality	.309	.106	.284	2.914	.004
	CityWalk_Concept	.550	.160	1.072	3.442	.001

a. Dependent Variable: City_Branding

Berdasarkan tabel 1. dapat ditemukan persamaan regresi X1 dan X2 terhadap Y menyatakan bahwa persamaan regresi berganda yaitu

$$Y' = a + b1X1 + b2X2 \tag{1}$$

Nilai Kostanta (a) pada baris Constant kolom B yaitu 2.348. Nilai Koefien Information System Quality (b1) adalah 0.309 , dan nilai koefisien City Walk Concept (b2) adalah 0.550. Maka dari nilai diatas, diperoleh persamaan regresi linear berganda Information System Quality dan City Walk Concept secara bersama-sama terhadap City Branding adalah sebagai berikut :

$$Y' = 2.348 + 0.309X1 + 0.550X2 \tag{2}$$

Setelah diperoleh persamaan regresi ganda (X1, dan X2 terhadap Y), sehingga dapat dijelaskan persamaan tersebut adalah:



- a) Konstanta sebesar 2.348 artinya jika Information System Quality, dan City Walk Concept maka City Branding bernilai sebesar 2.348
- b) Koefisien regresi variabel Information System Quality sebesar 0.309 maka akan menyebabkan kenaikan City Branding
- c) Koefisien regresi variabel City Walk concept sebesar 0.550 maka menyebabkan kenaikan City Branding
2. Uji T (Uji Parsial)
- Uji Parsial (uji T) untuk menunjukkan seberapa jauh dampak variabel independen yaitu Information System Quality dan City Walk Concept secara individual terhadap variabel dependen yaitu City Branding. Tingkat signifikan atau probabilitasnya adalah sebesar 5% atau 0.05 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Hasil Uji T (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.348	1.008		2.328	.002
	InformSystem_Quality	.309	.106	.284	2.914	.004
	CityWalkk_Concept	.550	.160	1.072	3.442	.001

a. Dependent Variable: City_Branding

Berdasarkan tabel uji T diatas maka dapat diartikan yaitu

- a) Perhitungan uji T (parsial)menggunakan SPSS 22 variabel Information System Quality di peroleh T hitung > T tabel yaitu 2.914>1.660 dengan nilai sig = 0.004 < α = 0.05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Information System Quality mempunyai pengaruh membangun Kota Tegal sebagai City Branding
- b) Dengan perhitungan uji T (parsial) menggunakan SPSS 22 variabel City Walk Concept diperoleh T hitung > T tabel yaitu 3.442>1.660 dengan nilai sig = 0.001 < α = 0.05 kesimpulannya adalah variabel City Walk Concept mempunyai pengaruh membangun kota Tegal sebaai City Branding.
3. Uji F (Uji Simultan)
- Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel Information System Quality, dan City Walk Concept secara simultan memiliki pengaruh secara signifikan dalam membangun Kota Tegal sebagai City Branding.

Tabel 3. Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	138.035	3	46.012	37.972	.000 ^b
	Residual	116.325	96	1.212		
	Total	254.360	99			

a. Dependent Variable: City_Branding

b. Predictors: (Constant), Quality_HR, InformSystem_Quality, CityWalkk_Concept

Berdasarkan tabel Uji F diatas, nilai sig. adalah 0.00 sehingga sig.<0.05 atau 0.00<0.05 yang berarti H0 di tolak yang berarti Ha diterima. Sesuai hasil uji F tersebut hipotesis yang diperoleh terdapat pengaruh keefektifan Information System Quality dan City Walk Concept dalam membangun kota Tegal sebagai City Branding **“Terbuti atau Diterima”**.

Sehingga dari perhitungan uji F dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh Keefektifan Information System Quality dan City Walk Concept dalam membangun Kota Tegal menuju City Branding. Koefisien determinan (r^2) pengukuran dalam ketepatan yang paling baik seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu Information System Quality dan City Walk Concept Terhadap variabel dependent yaitu City Branding. Koefisien determinan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change	
					R Square Change	F Change	df1		df2
1	.737 ^a	.543	.528	1.101	.543	37.972	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Quality_HR, InformSystem_Quality, CityWalk_Concept

b. Dependent Variable: City_Branding

Dari tabel uji Determinasi pada kolom R Square yang diperoleh yaitu 0.543. Persamaan koefisien determinan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut

$$P = R^2 \times 100\% \quad (3)$$

Sehingga dapat dihitung koefisien determinasi penelitian ini adalah

$$P = 0.737^2 \times 100\% = 0.543 \times 100\% = 54.3\% \quad (4)$$

Dan dapat disimpulkan persentase kontribusi variabel Information System Quality dan City Walk Concept secara bersama sama membangun Kota Tegal sebagai City Branding sebesar 54.3% dan sisanya sebesar 45.7% terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Penelitian ini melihat fenomena yang menarik, pemerintah daerah kota Tegal berusaha menciptakan branding kotanya, dengan keterbatasan luas daerah yang tergolong kecil dari daerah sekitarnya dan keterbatasan potensi sumber daya alamnya untuk di pasarkan. Melihat persaingan dengan daerah sekitarnya, pemerintah daerah kota Tegal berusaha menciptakan kesan unik dan estetika yang tinggi. Pembahasan hasil penelitian Information System Quality dan City Walk Concept, hasil dari persamaan regresi berganda (X1, dan X2 terhadap Y), maka penjelasan tentang persamaan tersebut yaitu sebagai berikut :

- a) Konstanta sebesar 2.348 artinya jika Information System Quality, dan City Walk Concept maka City Branding bernilai sebesar 2.348

Koefisien regresi variabel Information System Quality sebesar 0.309 maka akan menyebabkan kenaikan City Branding. Hasil perhitungan uji T (pasrial) menggunakan SPSS 22 variabel Information System Quality di peroleh T hitung lebih besar dari T tabel yaitu $2.914 > 1.660$ dengan nilai $\text{sig} = 0.004 < \alpha = 0.05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Information System Quality mempunyai pengaruh membangun Kota Tegal sebagai City Branding. Masyarakat kota Tegal merasa puas dengan pelayanan pemerintah kota Tegal yang berbasis Teknologi Informasi System yang berkualitas. Pemerintah kota Tegal harus menyediakan teknologi yang sesuai dengan perkembangan jaman di era digitalisasi. Sistem informasi membantu pemerintah kota memberikan pelayanan yang cepat dan tepat tanpa antrian panjang memberikan nilai tersendiri bagi pemerintah kota Tegal dalam membangun Branding bukan hanya pada benak masyarakatnya tetapi juga pada para pemangku kepentingan lainnya. Pemerintah kota Tegal melibatkan unsur manajemen strategis, teknologi informasi yang digunakan harus mencerminkan pendekatan yang sistematis dan strategis. Teknologi informasi yang digunakan harus mencerminkan pendekatan yang sistematis dan strategis. Sistem Informasi yang di ciptakan pemerintah kota Tegal seperti Jakwir Cetem yang merupakan fasilitas yang memberi kemudahan bagi masyarakat untuk membuat dokumen-dokumen kependudukan tidak perlu datang langsung ke kantor dinas kependudukan dan catatan



sipil (Disdukcapil) kota Tegal. Aplikasi Jakwir Cetem dapat di unduh dari playstore melalui hp android. Sistem informasi Lekolintang (Layanan Emergency Secara Online Cepat Datang dan Tangani) adalah inovasi kegawat daruratan dari medis perumah sakit dalam pelayanan kesehatan masyarakat. Aplikasi layanan pemerintah kota Tegal lainnya i yang dapat digunakan oleh masyarakat adalah SIMDA, SIM, LPSE, SIAK, SIMOSS dan Command Room. Teknologi Information System berbasis digitalisasi meningkatkan kompetensi internasional sehingga pemerintah kota Tegal dapat memaksimalkan daya saing dengan menggunakan teknologi terkini. (Kolasa, Papaj and Ziemba 2020) Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa tidak ada studi yang menganalisis keberhasilan IS baik pada individu maupun tingkat manajer organisasi.

Kebutuhan untuk menilai keberhasilan SI di tingkat organisasi atau baik di tingkat individu dan organisasi sebagai manajer dapat memiliki perspektif yang lebih praktis dalam mengevaluasi keberhasilan dan efektivitas SI dari tingkat organisasi juga. Temuan di lapangan dan hasil pengujian hipotesis merupakan bukti kuat hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan akuntabilitas Studi ini juga menemukan bahwa akuntabilitas yang baik di pemerintah daerah akan mendorong transparansi yang baik. Memiliki akuntabilitas yang lebih baik, organisasi secara logis akan menyampaikan informasi ini sebagai hal yang positif sinyal ke publik. Alasannya bisa jadi, dalam kasus pemerintah daerah, transparansi pemerintah merupakan alat untuk menjaga legitimasi (Sofyani, Riyadh and Heru Fahlevi 2020) Penerapan dalam Konteks Smart City Sementara berjalan dan walkability adalah konsep yang sering digunakan dalam akademis dan populer perdebatan, penting untuk memikirkan maknanya dengan hati-hati untuk memahami apa tepatnya dipertaruhkan dan cara berjalan dan walkability harus dipertimbangkan sebagai keharusan dalam proses pengelolaan dan pemerintahan kota. Terobosan TIK di ruang kota, dan transformasi bertahap kota menjadi kota pintar, buat ini pemahaman yang lebih relevan. Bisa dibilang, berbagai layanan yang ditingkatkan TIK dan aplikasi yang tersedia dan dapat diimplementasikan di kota pintar memiliki potensi untuk ditingkatkan berjalan dan walkability di kota pintar Ini mungkin termasuk, tergantung pada analisis tingkat, sistem yang diterapkan secara horizontal seperti lalu lintas yang dikelola kota dan sistem kontrol lampu lalu lintas. Hubungan antara modalitas transportasi perkotaan, elastisitas substitusi, dan karenanya, keputusan untuk berjalan kaki, daripada berkendara atau naik bus, dapat difasilitasi oleh solusi yang ditingkatkan TIK kota pintar, seperti: aplikasi transportasi umum yang menyarankan waktu dan koneksi terbaik. Infrastruktur TIK termasuk konektivitas internet di kota, koneksi Wi-Fi gratis tempat, lalu lintas yang ditingkatkan TIK dan sistem manajemen keadaan darurat, aplikasi kota pintar, dan ketersediaan perangkat yang tersedia untuk umum untuk mengakses informasi.

- b) Koefisien regresi variabel City Walk concept sebesar 0.550 maka menyebabkan kenaikan City Branding. Hasil uji t (parsial) menggunakan SPSS 22 variabel City Walk Concept diperoleh T hitung > T tabel yaitu $3.442 > 1.660$ dengan nilai $\text{sig} = 0.001 < \alpha = 0.05$ dengan kesimpulan bahwa variabel City Walk Concept membangun kota Tegal sebagai City Branding.

Pemerintah kota Tegal mengubah kota Tegal dengan wajah baru yang menjadikan branding kota bukan hanya bermanfaat bagi kota Tegal saja tetapi untuk daerah sekitarnya. Merubah wajah baru kota Tegal dengan memadukan desain kota modern dan klasik. Dengan mempertahankan bangunan peninggalan penjajahan kolonial Belanda dan memberikan sentuhan bangunan modern serta memberikan ruang terbuka. Fasilitas sangat mendukung branding kota yaitu tersedianya taman kota, tempat bersantai, tempat duduk dan lampu-lampu jalan memberikan kenyamanan bagi masyarakat atau pengunjungnya. Penyediaan fasilitas dan tempat khusus bagi para pedagang sehingga memberikan kesan kota rapi dan bersih. Bagi masyarakat yang ingin menikmati wisata kuliner kota Tegal, maka dapat menikmatinya di pasar malam kota Tegal. Untuk menjadi branding kota, maka tata kelola kota Tegal tidak hanya pada city walk yang berada dipusat kota, tetapi perubahan pada destinasi wisata pantainya dengan tema **Song of the Sea**. Pengembangan tata kelola city walk dan pariwisata berdampak pada penyerapan tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di kota, hal ini akan menjadi tantangan pemerintah daerah kota Tegal ke depan.

Temuan penelitian ini didukung penelitian lain bahwa branding kota dipengaruhi oleh serangkaian faktor di tingkat yang lebih tinggi yang memainkan kunci berperan dalam keberhasilan atau kegagalannya. Tetapi bukan hanya satu strategi city branding; Namun, yang penting dalam langkah pertama adalah pemahaman yang komprehensif tentang citra kota saat ini.



Peran kegiatan budaya dalam memahami perbedaan dan membentuk identitas dan citra kota cukup besar. Pembangunan manusia dan peningkatan tingkat pendidikan di masyarakat dapat meningkatkan citra kota dan mempengaruhi keberhasilan city brand. penting lainnya langkah menuju pembentukan citra kota ditargetkan perencanaan untuk mengadakan acara budaya atau olahraga penting di tingkat regional hingga internasional atau yang terkait dengan tujuan city branding . Jadi, budaya dan kebijakan pendidikan masyarakat memainkan peran penting dalam proses yang sukses dan dengan demikian, sangat penting untuk mempertimbangkan branding kota sebagai kebijakan publik.

Digitalisasi kerangka jaringan pejalan kaki kami dalam kaitannya dengan transformasi perkotaan untuk menunjukkan bagaimana agenda dan niat pemangku kepentingan sesuai dengan tuntutan/kebutuhan warga/pengguna. Akibatnya, kemajuan teknologi harus didukung dengan kemajuan metodologi, yang terutama meningkatkan motivasi organisasi dan pengguna. Dengan cara ini, ini berfungsi sebagai metode pengiriman bagi bisnis untuk lebih dekat dengan pengguna akhir mereka. Diperlukan proses desain kolaboratif baru, yaitu: disesuaikan dengan konteks sosial, teknologi, dan spasial baru di mana kita hidup. Mengintegrasikan Kebijakan dan Tuntutan Warga dalam Perencanaan Kota Strategis melalui Kolaborasi Partisipasi. Mempertimbangkan tuntutan warga terkait jaringan pejalan kaki yang diperoleh oleh menganalisis pola semantik, temporal, dan spasial mengarah pada peningkatan proses dari desain dan manajemen perkotaan. Kota harus dapat menggabungkan kebijakan dengan tuntutan warga untuk mengembangkan proyek mobilitas yang lebih berkelanjutan dengan pengguna, terutama yang penyandang disabilitas dan pola pikir generasi yang berbeda. Kebutuhan untuk memasukkan proyek dalam sistem digital yang digunakan oleh masyarakat sangat penting. Ini akan memungkinkan kemungkinan yang disajikan oleh teknologi baru ini untuk digambarkan sebagai "menciptakan jenis realitas baru, di mana" pengaturan fisik dan digital, media, dan interaksi dijalin bersama di seluruh kehidupan sehari-hari" (Jabbari, Ahmadi and Ramos 2022).

Konstruksi merek kota adalah kompleks dan tidak dapat diminimalkan menjadi elemen klasik bisnis merek. Kontribusi praktis dari penelitian ini terletak pada penemuan implikasi positif dari pembangunan dan pengelolaan kota merek sebagai elemen strategis dan penting di kota-kota modern. Pentingnya memasukkan merek kota dalam rencana pemerintah, kebutuhan untuk co-create city brand dengan seluruh pemangku kepentingan, terutama dengan warga, pilihan dan pengelolaan merek atau merek yang tepat untuk hal yang sama kota, pengukuran indikator non-keuangan lainnya dari dampak manajemen merek kota.

Kesimpulan

Dari penelitian yang berjudul keefektifan kualitas sistem informasi dan city walk konsep menuju kota tegal sebagai city branding, dapat disimpulkan bahwa variabel Information System Quality, dan variabel City Walk Concept berpengaruh terhadap City Branding kota Tegal. Variabel ISQ di wujudkan dalam bentuk Teknologi Information System berbasis digitalisasi meningkatkan kompetensi internasional sehingga pemerintah kota Tegal dapat memaksimalkan daya saing dengan menggunakan teknologi baru. Untuk menjadi branding kota, maka tata kelola kota Tegal tidak hanya pada city walk yang berada dipusat kota, tetapi perubahan pada destinasi wisata laut dengan tema **Song of the Sea**. Pengembangan tata kelola city walk dan pariwisata berdampak menyerap tenaga kerja dan berkurangnya pengangguran, hal ini akan menjadi tantangan pemerintah daerah kota Tegal ke depan.

Dalam membentuk city branding, kota Tegal juga dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti budaya daerah, produk regional, dan bahasa. Budaya atau tradisi daerah kota Tegal seperti tradisi moci, tradisi sedekah bumi dapat di promosikan sebagai ciri khas kota Tegal. Produk regional seperti telur asin, kerupuk antor, teh dan tahu aci sangat cocok untuk oleh-oleh bagi wisatawan yang datang ke kota Tegal dan bagian dari promosi kota Tegal. Bahasa masyarakat kota Tegal dengan dialek ngapak-ngapak Tegal menjadi ciri khas kota Tegal yang terkenal di seluruh Indonesia.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel budaya/tradisi, produk regional dan bahasa dalam membentuk city branding.



References

- Al-Kafari, Mahmoud Khaled, Haslinda Hassan, and Rosli Mohamad. "Information Systems Success Model ; A Review of Literature." *International Journal of Innovation, Creativity and Change* 12, no. 8 (2020): 397-419.
- Berisha-Shaqiri, Aferdita. "Management Information System and Competitive Advantage." *Mediterranean Journal Of Social Science* (MCSER Publishing, Rome-Italy) 6 No. 1 (January 2015): 204-208.
- Borsekova, Kamila, Katarina Petrikova, and Anna Vanova. "The Methodology Of Use And Building Competitive Advantage On The Regional Level." *Research Gate*, December 2015: 1-13.
- "Commented City Walk." *Wi: Journal of Mobile Culture* 07 (2013).
- Dastgerdi, Ahmadrza Shirvani, and Diuseppe De Luca. "Strengthening the city's reputation in the age of cities : an insight in the city branding theory." *European Journal Of Information System - Springer Open*, 2019.
- DELPONTI, Patricia, Almudena BARRIENTOS BAEZ, and David CALDEVILLA DOMINGUEZ. "City Branding : communication and marketing strategy for an island urban policy." *Mideterranea*, n.d.
- Dhewanto, Wawan, Hendriatti Dwi Mulyaningsih, Anggraeni Permatasari, Grisna Aggadwita, and Indriany Ameke. *MANAJEMEN INOVASI, Peluang Sukses Menghadapi Perubahan*. YOGYAKARTA: CV ANDI OFFSET (PENERBIT ANDI), 2014.
- Jabbari, Mona, Zahra Ahmadi, and Rui Ramos. "Defning a Digital System for The Pendestrian Network as a conceptual Implementaion Framework." *sustainability* (MDPI), February 2022: 1-13.
- Kolasa, Iwona, Tomasz Papaj, and Ewa Ziemia. "Information system projects' success in government units ; the issue of information systems integration." *Science Direct-Procedia Computer Science* (Elsevier), 2020: 2274-2286.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, 2018.
- Loo, Becky P.Y. "Walking towards a happy city." *Journal of Transportast Geography* (Elsevier), March 2021: 103078.
- Lucarelli, Andrea, and Per Olof Berg. "City Branding: a state-of-the-art review of the research domain." *Journal of Place Management and* (Emerald Group Publishing Limited), March 2011: pp. 9-27.
- MD, Moh. Mahfud. "Aspek Hukum Negara dan Administrasi Negara Kelembagaan Pengadilan Pajak." *Jurnal Hukum dan Peradilan*, 2015: 351-360.
- Moura, Filipe, Paulo Cambra, and Alexandre B Concalves. "Measuring Walkability for Distinct Pendestrian Groups wiyh a Parcipatory Assessment Method : A Case Study In Lisbon." *Landscape and Urban Planning* (Elsevier), 2017282-296.
- Mustafa, Delly, Umi Farida, and Yusriadi Yusriadi. "The Effectiveness Of Public Service Through E-Government In Makasar City." *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH*, no. 01 (January 2020).



- Oliva, Edison Jair Duque, Javier A Sanchez Torres, and Juan Sebastian Sanabria Nino. "City Brand Evolution Research and Future Agenda : bibliometric and science mapping analysis." *Heliyon*, 2022: 1-9.
- Papageorgiou, George, Anastasia Loannou, Athanasios Maimaris, and Alexander Ness. "Evaluation of the Benefits of Implementing a Smart Pedestrian Network System." *DE GRUYTER*, 2021: 224-230.
- PAWLAK, Katarzyna, and Grzegorz HAJDUK. "City Branding With Stakeholders' Participation." *Scientific Papers Of Silesian University Of Technology*, April 2020.
- Petter, Stacie, William Delone, and Ephraim McLean. "Measuring information system success : mdels, dimensions, measures, and interrelationships." *European Journal of Information Systems (2008) 17*, 236-263, 2008: 236-263.
- Pompe, Sebastian. *Runtuhnya Institusi Mahkamah Agung*. Jakarta: Lembaga Kajian Dan Advokasi Untuk Independensi Peradilan, 2012.
- Sofyani, Hafiez, Hasam Alden Riyadh, and Heru Fahlevi. "Improving Service, accountability and transparency of local government : The intervening role of informaion technology governance." *cogent business & management*, 2020: 2-20.
- Tashtoush, Laith. "The Role of Information Systems Capabilities as A Driving Force in Enhancing the Organization al Performance." *Journal of Information Systems and Informatics (Published By DRPM-UBD) 3 No. 2 (Juni 2021)*.
- Turok, Ivan. "Cities, Regions and Competitiveness." *Regional Studies* 38 (2004): 1069-1083.
- Visvizi, Anna, Shahora Assem Abdel-Razek, Roman Wasiek, and Radoslaw Malik. "Conceptualizing Walking and Walkability in theSmart City Through a model Composite w2 Smart City Utility Index." *energies*, 2021: Desember.
- Weiwei, Wu, MA Qian, LIU Yexin, Yang Ying, and Yue Suzhen. "Evolution of Technology Management System based on self-organization theory." *Journal of System Engineering and Electronic* 32 no. 6 (December 2021): 1439-1449.
- Zaky, AhmedHemdy Mohamed, Aiman A. Ragab, Mohamed Mostafa Soliman, and Mohamed A Ragheb. "Informations n Technology Governance Effectiveness In Organizations." *The Business and Management Review* 9 no. 3 (April 2018): 281-289.



edit ARTIKELJURNAL INDONESIA CITY BRANDING INDONESIA

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Ibn Khaldun Student Paper	7%
2	isha.or.id Internet Source	1%
3	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
4	jesik.web.id Internet Source	1%
5	Submitted to Higher Education Commission Pakistan Student Paper	1%
6	iocscience.org Internet Source	<1%
7	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
8	ejurnal.polnes.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1%

10

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

<1 %

11

repository.wima.ac.id

Internet Source

<1 %

12

text-id.123dok.com

Internet Source

<1 %

13

Submitted to Fakultas Ekonomi, Bisnis dan
Pariwisata

Student Paper

<1 %

14

Submitted to Universitas Negeri Makassar

Student Paper

<1 %

15

permana.upstegal.ac.id

Internet Source

<1 %

16

repo.undiksha.ac.id

Internet Source

<1 %

17

eprints.universitaspurabangsa.ac.id

Internet Source

<1 %

18

eprints.ums.ac.id

Internet Source

<1 %

19

id.scribd.com

Internet Source

<1 %

20

wartapedia.com

Internet Source

<1 %

21

Muhammad Andrew. "E-Service Quality and Brand Image on Buying Interest", Journal of Secretary and Business Administration, 2019

Publication

<1 %

22

jurnal.fkm.unand.ac.id

Internet Source

<1 %

23

manajemenrumahsakit.net

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off