

Analisis *City Branding* Prefektur Kumamoto dalam “One Piece - Kumamoto Revival Project”

Alfindra Wara Purbaya^{a,1*}, Yusida Lusiana^{b,2}, Heri Widodo^{c,3}

^a Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

^b Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

^c Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto

¹ alfindrawp@gmail.com; ² yusida.lusiana@unsoed.ac.id; ³ heri.widodo@unsoed.ac.id

* korespondensi penulis

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan efektivitas *city branding* Prefektur Kumamoto melalui *One Piece Kumamoto Revival Project* (2016) dengan menggunakan Teori Branding Hexagon Simon Anholt, Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dan analisis data yang bersumber dari artikel-artikel berita di internet, Hasil yang ditemukan dalam penelitian sesuai teori Branding Hexagon proyek ini mempengaruhi 2 aspek yaitu aspek *presence* dimana proyek ini mampu menambah citra kota sebagai simbol pemulihan dari gempa bumi Kumamoto 2016, kemudian aspek *place* dimana hasil dari proyek ini dibangun patung-patung karakter manga *One Piece* yang tersebar di Prefektur Kumamoto, untuk menambah daya tarik wisata di Kumamoto. Hasil analisis menemukan peningkatan jumlah pengunjung sejak patung pertama didirikan.

Kata kunci: Branding Hexagon, *City Branding*, *Kumamoto Revival Project*, *One Piece*, Prefektur Kumamoto

ABSTRACT

The purpose of this research was to describe the effectiveness of Kumamoto Prefecture's City Branding through the *One Piece Kumamoto Revival Project* (2016) using Simon Anholt's Branding Hexagon Theory, The type of research used was descriptive qualitative with data collection techniques and data analysis sourced from news articles on the internet. The results found in the study according to the Branding Hexagon theory of this project affect 2 aspects, namely the presence aspect where this project is able to add to the city's image as a symbol of recovery from the 2016 Kumamoto earthquake, then the place aspect where the results of this project are built statues of One Piece manga characters scattered in Kumamoto Prefecture, to increase tourist attraction in Kumamoto. The results of the analysis found an increase in the number of visitors since the first statue was built.

Keywords: Branding Hexagon, *City Branding*, *Kumamoto Revival Project*, *One Piece*, Kumamoto Prefecture

Copyright ©2022 All Right Reserved

PENDAHULUAN

One Piece (bahasa Jepang: ワンピース *Hepburn: Wan Pīsu*) adalah sebuah seri manga Jepang yang ditulis dan diilustrasikan oleh Eiichiro Oda. Manga ini telah dimuat di majalah Weekly Shounen Jump milik Shueisha sejak tanggal 22 Juli 1997, dan telah dibundel menjadi 103 volume *tankōbon* hingga Agustus 2022. Animenya mulai diproduksi oleh Toei Animation di Fuji Television pada 20 Oktober 1999.

Kumamoto merupakan kota kelahiran Eiichiro Oda dan tempat *One Piece* diciptakan. Menurut sumber laman USGS pada tanggal 14 April 2016, terjadi gempa bumi berkekuatan 6.2 skala Richter, yang mengguncang kota Kumamoto di Prefektur Kumamoto, Kyushu, Jepang pada pukul 21:26 JST. Lalu, kembali terjadi gempa bumi susulan dengan kekuatan 7.0 skala richter pada tanggal 14 april 2016 pukul 01:25 JST. Dari laporan dari laman berita usatoday.com, tercatat kurang lebih ada sekitar 273 orang meninggal dan 2.809 luka-luka. Kerusakan infrastruktur dilaporkan terjadi di seluruh wilayah Kyushu

diantaranya banyak rumah di Kumamoto yang ambruk, matinya jaringan air di Kumamoto, ambruknya bendungan di Nishihara, Kumamoto yang mengharuskan warga setempat dievakuasi, dan berhentinya jaringan kereta cepat Kyushu Shinkansen akibat kereta yang anjlok pasca gempa. Sebagai bentuk simpati kepada kota kelahirannya, dikutip dari animenewsnetwork.com Eiichiro Oda mendonasikan uangnya kurang lebih ¥800,000,000 (delapan ratus juta yen Jepang) untuk membantu pembangunan Prefektur Kumamoto pasca gempa bumi.

Setelah berhasil kembali membangun kota Kumamoto, Gubernur Prefektur Kumamoto Ikuo Kabashima mengumumkan akan membangun patung tokoh-tokoh karakter bajak laut Topi Jerami yang merupakan nama kelompok protagonis dalam manga *One Piece* karya Eiichiro Oda sebagai bentuk rasa terima kasih warga Kumamoto atas bantuan yang telah diberikan oleh Eiichiro Oda. Project pembangunan ini dinamai “One Piece - Kumamoto Revival Project”.

Meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Prefektur Kumamoto sejak diresmikannya patung karakter manga *One Piece* merupakan bentuk strategi pariwisata berbasis budaya dengan memanfaatkan *One Piece* sebagai *City Branding*. *City Branding* merupakan konsep yang dikemukakan oleh Simon Anholt dalam bukunya berjudul *Brand New Justice* pada tahun 2003. Menurut Simon, *City Branding* merupakan konsep tentang bagaimana mengaplikasikan sebuah identitas yang biasanya digunakan untuk sebuah produk menjadi sebuah identitas tempat. Kavaratzis (2004, 66-69) menyebutkan tentang pengertian *City Branding* merupakan upaya untuk memberikan merek kepada kota agar mudah dikenali dan dapat membentuk *city image* untuk memasarkan daerah, baik secara lokal maupun internasional.

Penelitian ini akan menggunakan teori Branding Hexagon yang dikemukakan Simon Anholt (2007, 59-61) dan telah dikaji ulang oleh Chaerani (2011) untuk menganalisa *City Branding* Prefektur

Kumamoto pada Kumamoto “One Piece - Kumamoto Revival Project”.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel, dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Dalam penelitian ini, kejadian yang diteliti ialah “One Piece - Kumamoto Revival Project”.

Peneliti ini juga melakukan pencarian data melalui sumber-sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian. Menurut penjelasan Rosady (2003:21), studi pustaka merupakan: “Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi, dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan”.

1. Studi Literatur

Dalam studi literatur ini, penulis mengumpulkan data atau keterangan melalui bahan bacaan mengenai *City Branding*.

2. Penelusuran Data Online / Internet Searching

Internet searching merupakan teknik pengumpulan data melalui bantuan teknologi yang berupa alat / mesin pencari di internet dimana penulis mencari segala data dalam penelitian ini berupa berita mengenai “One Piece - Kumamoto Revival Project”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Branding Hexagon

City Branding merupakan konsep yang dibuat dengan tujuan mengembangkan suatu citra baik kota kepada pengunjung (Kavaratzis, 2004). Brand Hexagon merupakan konsep pengukur keberhasilan *City Branding* yang dicetuskan Anholt (2007) lalu dikaji ulang oleh Chaerani (2011).

"Sentralisasi Peran Bahasa dan Sastra Indonesia Menuju Masyarakat Berliterasi"

22 Oktober 2022, Universitas Jenderal Soedirman

Hal 265-273

Penelitian tersebut menyajikan enam aspek sebagai pengukur efektivitas *City Branding*. Enam aspek tersebut antara lain: *presence* (kehadiran), *potential* (potensi), *place* (tempat), *people* (orang), *pulse* (semangat), dan *prerequisite* (prasyarat).



Gambar 1.1 Diagram Branding Hexagon

1.1. *Presence*

Aspek *presence* mewakili sebuah kedudukan atau citra yang dimiliki suatu kota di mata wisatawan.

1.2. *Potential*

Aspek *potential* mengevaluasi potensi yang dapat diberikan oleh suatu kota baik itu pendidikan atau bisnis bagi wisatawan yang datang.

1.3. *Place*

Aspek *place* mengukur bagaimana persepsi mengenai aspek fisik dari setiap kota dari sudut pandang wisatawan.

1.4. *People*

Aspek *people* merupakan persepsi wisatawan mengenai keterbukaan masyarakat kota terhadap pengunjung destinasi wisata.

1.5. *Pulse*

Aspek *pulse* menganalisa mengenai seni dan budaya serta nuansa gaya hidup masyarakat di dalam kota.

1.6. *Prerequisite*

Aspek *prerequisite* merupakan persepsi wisatawan terhadap akomodasi yang

disediakan dalam melakukan kunjungan ke destinasi wisata kota.

2. Pengaruh “One Piece - Kumamoto Revival Project”

Dalam penelitian ini, dilakukan analisis bagaimana “One Piece - Kumamoto Revival Project” dapat memengaruhi *City Branding* Kumamoto menggunakan Branding Hexagon. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa “One Piece - Kumamoto Revival Project” memengaruhi 2 faktor Branding Hexagon Kumamoto, yaitu sebagai berikut:

a. *Presence*

Presence mewakili sebuah kedudukan atau citra yang dimiliki suatu kota di mata wisatawan. Dalam artikel situs asianews.network mengemukakan bahwa “One Piece - Kumamoto Revival Project” memberikan citra baru pada Kumamoto pasca gempa 2016 lalu sebagai kota “*One Piece*” selain alasan karena Kumamoto adalah kota kelahiran mangaka *One Piece* Eiichiro Oda, dan tempat *One Piece* pertama kali di gambar. Proyek ini menghasilkan sepuluh patung karakter manga *One Piece* yang ditulis oleh Eiichiro Oda yang tersebar ke penjuru Kumamoto dengan harapan bahwa *One Piece* akan berfungsi sebagai media bagi orang-orang untuk belajar tentang pesona Kumamoto, dan membantu menarik orang ke daerah tersebut sehingga akan membantu berkontribusi terhadap upaya rekonstruksi, sekaligus memanfaatkan patung-patung tersebut sebagai simbol pemulihan dari gempa bumi Kumamoto 2016.

b. *Place*

Place mengukur bagaimana persepsi mengenai aspek fisik dari setiap kota dari sudut pandang wisatawan, seperti dimana saja tempat yang bisa dikunjungi bagi wisatawan.

Bersumber dari kumamoto.guru, terdapat sepuluh lokasi dimana patung-patung dari “One Piece - Kumamoto Revival Project” ini diresmikan. Lokasi tersebut menjadi laman rekreasi baru bagi fans manga *One Piece* dan wisatawan umum yang ingin berkunjung.



Gambar 1.2 Foto patung Monkey D Luffy

Gambar 1.2 berlokasi di depan gedung kantor Prefektur Kumamoto terdapat patung “Monkey D luffy” yang diresmikan pada November 2018. Patung “Monkey D Luffy” terletak di Kota Kumamoto yang menjadikan patung ini paling mudah dikunjungi oleh wisatawan ke Kumamoto dan relatif mudah ditemukan. Patung tersebut berdiri di jalan masuk depan Kantor Prefektur Kumamoto. Terdapat kutipan yang diambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung “Monkey D Luffy” di Kota Kumamoto:

"Monkey D. Luffy, kapten Bajak Laut Topi Jerami, dan krunya mendarat di Kumamoto, "Hino Kuni!" Disini, Luffy memimpin krunya saat mereka membantu rekonstruksi! Saat Luffy bersorak pada upaya pemulihan, nakama-nya berjanji untuk bersatu kembali di sisinya sekali lagi saat mereka berangkat untuk mengatasi tantangan di daerah yang terkena dampak dengan bakat unik mereka".



Gambar 1.3 Foto patung Vinsmoke Sanji

Gambar 1.3 berlokasi di Kota Mashiki. Patung “Vinsmoke Sanji” yang diresmikan pada 7 Desember 2019. Kota Mashiki merupakan daerah yang mengalami

kerusakan terberat selama Gempa Bumi Kumamoto. Sanji berdiri di tengah taman olahraga, di samping tempat parkir di belakang Mashiki Gymnasium. Terdapat kutipan yang di ambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung “Vinsmoke sanji” di Kota Mashiki:

"Sanji, juru masak Bajak Laut Topi Jerami, berjalan ke Kota Mashiki, Wilayah ini dilanda dua gempa bumi berkekuatan 7 skala Richter, menjadikannya daerah yang paling parah dilanda bencana. Setelah itu, pusat makan siang sekolah setempat, yang melayani tujuh sekolah dasar dan sekolah menengah pertama di kota itu, rusak. Sampai fasilitas itu diperbaiki, sekolah-sekolah setempat tidak dapat menyediakan makanan hangat. Jadi, Sanji menyiapkan makan siang sekolah yang hangat dan lezat dengan hasil bumi setempat saat ia membawa senyum dan kesehatan untuk masa depan kota - anak-anak".



Gambar 1.4 Foto patung Usopp

Gambar 1.4 berlokasi di depan Stasiun Aso. Patung “Usopp” diresmikan sehari setelah patung “Vinsmoke Sanji” pada 8 Desember 2019 di depan Stasiun Aso untuk menyambut penumpang saat mereka turun dari kereta dan memulai petualangan mereka di Aso. Terdapat kutipan yang diambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung “Usopp” di Stasiun Aso:

"Usopp, penembak jitu Bajak Laut Topi Jerami, berjalan menuju Kota Aso. Penduduk setempat sangat bangga dengan padang rumput Aso yang subur dan luas. Setelah gempa bumi, padang rumput kesayangan mereka tidak lagi sama. Penduduk setempat tidak bisa lagi

"Sentralisasi Peran Bahasa dan Sastra Indonesia Menuju Masyarakat Berliterasi"

22 Oktober 2022, Universitas Jenderal Soedirman

Hal 265-273

menggunakan pembakaran terkendali untuk menjaga vitalitas tanah. Selain itu, celah-celah muncul di Komezuka, salah satu bentang alam paling ikonik di Aso. Untuk membantu pemulihan wilayah ini, Usopp memanfaatkan kekuatan alam untuk memulihkan padang rumput dan mengembalikan kebanggaan dan senyuman penduduk setempat”.



Gambar 1.5 Foto patung Tony Tony Chopper

Gambar 1.5 berlokasi di depan Taman Zoological & Botanical Kota Kumamoto. Patung “Tony Tony Chopper” dijadwalkan akan diresmikan pada 28 Maret 2020, tetapi ditunda karena COVID-19 hingga 7 November. Patung “Tony Tony Chopper” terletak di alun-alun di depan gerbang Taman Zoological & Botanical Kota Kumamoto. Terdapat kutipan yang di ambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung “Tony Tony Chopper” di Kota Kumamoto:

“Tony Tony Chopper, dokter dari Bajak Laut Topi Jerami, berjalan menuju Kebun Binatang dan Kebun Raya Kota Kumamoto. Gempa bumi merusak kandang kebun binatang, sehingga hewan-hewan tersebut direlokasi ke kebun binatang di prefektur lain. Sekarang, hewan-hewan tersebut kembali dibawah perawatan Kebun Binatang Kumamoto dan membawa senyum kepada anak-anak”.



Gambar 1.6 Foto patung Brook

Gambar 1.6 berada di Kota Mifune. Patung “Brook” dijadwalkan akan diresmikan pada 29 Maret 2020, tetapi ditunda karena COVID-19 hingga 8 November. Patung tersebut terletak di sisi barat taman di sepanjang Mifune Bypass. Ia terletak di Fureai Hiroba/ Taman Persahabatan, kira-kira berjarak sama dari tempat parkir timur dan barat. Taman ini memiliki museum Dinosaurus di dekatnya. Terdapat kutipan yang di ambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung “Brook” di Kota Mifune:

“Brook, musisi Bajak Laut Topi Jerami, berjalan ke Kota Mifune. Di sini, gempa bumi merusak banyak tempat tinggal dan Sekolah Tinggi Musik Heisei. Brook bermain musik dengan para siswa Heisei College untuk menyemangati upaya rekonstruksi. Selain itu, “lelucon tengkorak” khas Brook mendukung penduduk setempat dalam pemulihan kesehatan mental mereka dan upaya mereka untuk membangun Mifune yang lebih cerah”.



Gambar 1.7 Foto patung Franky

Gambar 1.7 berlokasi di depan stasiun Takamori. Patung “Franky” diresmikan pada 21 November 2020 dan terletak di

sebelah Stasiun Takamori di Aso. Patung “Franky” adalah yang terbesar kedua setelah patung “Jimbei”. Terdapat kutipan yang diambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung “Franky” di Kota Takamori:

“Franky, pembuat kapal Bajak Laut Topi Jerami, berjalan menuju Kota Takamori. Gempa bumi memutuskan Takamori dari Kereta Api Minamiaso - sarana transportasi utama kota ke rumah sakit dan pergi ke sekolah. Untuk membawa harapan ke daerah itu seperti yang dilakukan guru Franky, Tom dengan Kereta Laut, suara palu Franky menyerukan pembukaan kembali kereta api sepenuhnya”.



Gambar 1.8 Foto patung Nami

Gambar 1.8 berada di Desa Nishihara. Patung “Nami” diresmikan pada 31 Juli 2021 di Moe no Sato di Desa Nishihara. Patung “Nami” terletak di sebelah area parkir atas dan dikelilingi oleh beberapa pohon jeruk yang baru ditanam. Terdapat kutipan yang diambil dari situs op-kumamoto.com mengenai Patung “Nami” di Kota Nishihara:

“Nami, navigator Bajak Laut Topi Jerami, berjalan menuju Desa Nishihara. Banyak distrik yang rusak dan, penduduk setempat menghadapi tantangan untuk membangun kembali komunitas mereka. Berdasarkan pengalamannya dari Desa Cocoyashi, Nami terus mengirimkan angin semangat untuk mendukung rekonstruksi lengkap distrik-distrik dan kincir angin ikonik Nishihara”.



Gambar 1.9 Foto patung Nico Robin

Gambar 1.9 berlokasi di Kota Aso. Patung “Robin” diresmikan pada 9 Oktober 2021. Patungnya terletak di dalam museum peringatan Gempa Bumi Kumamoto di bekas kampus Universitas Tokai di Minamiaso. Terdapat kutipan yang diambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung “Nico Robin” di Museum Gempa Bumi:

“Robin, arkeolog dari Bajak Laut Topi Jerami, berjalan menuju Museum Gempa Kumamoto. Sebelum gempa bumi Kumamoto, museum terbuka ini dulunya adalah rumah bagi Kampus Aso Universitas Tokai. Namun, kampus ini mengalami kerusakan berat setelah bencana. Daripada mengembalikan kampus ke kondisi semula, kampus ini direnovasi dan dibuka kembali sebagai Museum Gempa Kumamoto. Untuk rekonstruksi Minamiaso agar 'mekar', Robin melanjutkan pekerjaannya sebagai peneliti dan pendongeng sejarah, membantu mewariskan kenangan dan pelajaran ini untuk generasi yang akan datang.”.



Gambar 1.10 Foto patung Roronoa Zoro

Gambar 1.10 berlokasi di Kota Ozu. Patung “Roronoa Zoro” diresmikan pada

"Sentralisasi Peran Bahasa dan Sastra Indonesia Menuju Masyarakat Berliterasi"

22 Oktober 2022, Universitas Jenderal Soedirman

Hal 265-273

22 Januari 2022. Patung ini terletak di sebuah taman yang dapat dicapai dengan berjalan kaki singkat dari Stasiun Higo-Ozu. Patung ini juga berlokasi di antara Kota Kumamoto dan Aso. Terdapat kutipan yang diambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung "Roronoa Zoro" di Museum Kota Ozu:

"Roronoa Zoro, petarung Bajak Laut Topi Jerami, berhasil mencapai Kota Ozu. Kehancuran infrastruktur kota, landmark bersejarah, dan aula seni bela diri anak-anak mengubah kehidupan di Ozu selamanya. Dengan memanfaatkan popularitas kendo di kalangan penduduk setempat, misi Zoro adalah untuk mengasah keterampilan ilmu pedang anak-anak dan menciptakan kota yang akan mengatasi bencana tersebut".



Gambar 1.11 Foto patung Jinbei

Gambar 1.11 berlokasi Taman Kota Sumiyoshi, Uto. Patung "Jinbei" diresmikan pada 23 juli 2022. Patung ini jauh lebih besar daripada kebanyakan patung lainnya. Patung "Jinbei" terletak di sepanjang jalan utama menuju wilayah Amakusa, sebuah kepulauan besar yang membentang ke timur. Terdapat kutipan yang diambil dari situs op-kumamoto.com mengenai patung "Jimbei" di Museum Kota Uto:

"Jinbei, "Ksatria Laut," berjalan menuju Kota Uto. Balai Kota Uto berada di ambang kehancuran setelah gempa bumi. Sejak saat itu, telah ada kemajuan yang stabil untuk membangun gedung balai kota yang baru. Dengan matahari yang menyinari perairan yang megah sebagai latar belakangnya, Jinbei akan menjaga warga Kota Uto dengan kebaikan saat ia

menavigasi mereka menuju rekonstruksi lebih lanjut".

3. Mengukur Keberhasilan *City Branding* Kumamoto menggunakan "One Piece - Kumamoto Revival Project"

City Branding merupakan strategi pemasaran kota dengan tujuan untuk memperkuat hubungan dan membangun citra baik kota dengan pengunjung (Kavaratzis, 2004; Zhou & Wang 2014). Oleh karena itu, menganalisa data statistik turis Prefektur Kumamoto pada tahun 2018 sebelum projek ini dimulai hingga data terbaru melalui website statistics.jnto.go.jp, diperlukan untuk menunjukkan apakah proyek ini berhasil dengan menganalisa jumlah wisatawan yang berkunjung.

Pada tahun 2017, sebelum patung pertama dari "One Piece - Kumamoto Revival Project" didirikan, Prefektur Kumamoto memiliki jumlah turis sekitar 728.720 ribu pengunjung. Lalu, pada tahun 2018 patung pertama, patung "Monkey D luffy" diresmikan pada November 2018 dan diletakkan di depan gedung kantor Gubernur Kumamoto diresmikan, terdapat peningkatan jumlah turis yang kini berjumlah 898.870 ribu pengunjung.

Pada tahun 2019, terdapat dua patung baru yang telah diresmikan yaitu patung "Vinsmoke Sanji" diresmikan pada 7 Desember 2019 dan diletakkan di Kota Mashiki dan patung "Usopp" diresmikan pada 8 Desember 2019 dan diletakkan di depan Stasiun Aso. Sayangnya, tidak terlihat adanya peningkatan jumlah turis, melainkan terdapat sedikit penurunan jumlah dari 898.870 ribu pengunjung menjadi 862.720 ribu pengunjung.

Pada tahun 2020, tiga patung baru telah diresmikan yaitu patung "Tony Tony Chopper" diresmikan pada 7 November 2020 dan diletakkan di depan Taman Zoological & Botanical Kota Kumamoto, lalu patung "Brook" diresmikan pada 8 November 2020 dan diletakkan di Kota Mifun, dan patung "Franky" diresmikan pada 21 November 2020 dan diletakkan di depan Stasiun Takamori. Pada tahun ini, wabah Covid-19 menyerang dunia, tidak terkecuali Jepang, Jepang memberi

informasi terkait penutupan pintu masuk bagi seluruh turis yang akan berkunjung ke Jepang demi menghindari penyebaran Covid-19 sehingga terjadi penurunan drastis pada jumlah pengunjung yang hanya berjumlah 103.380 ribu pengunjung.

Dari tahun 2021 hingga tahun 2022 saat penelitian ini ditulis, sudah ada tiga patung baru yang telah diresmikan, yaitu patung "Nami" diresmikan pada 31 Juli 2021 dan diletakan di Desa Nishihara, patung "Nico Robin" diresmikan pada 9 October 2021 dan diletakan di lokasi yang dulunya adalah Universitas Tokai Aso, dan patung "Roronoa Zoro" diresmikan pada 22 Januari 2022 dan diletakkan di alun alun Ozu Kumamoto, hingga saat ini pun data statistik jumlah pengunjung belum dipublikasikan.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini, menggunakan *One Piece* sebagai *City Branding* terbukti cukup sukses menarik lebih banyak wisatawan. Diambil dari situs asianews.network, tim peneliti dari Universitas Shokei di Kota Kumamoto memperkirakan bahwa patung Luffy - yang pertama dalam proyek ini - yang ditempatkan di kantor prefektur menarik sekitar 55.000 pengunjung pada tahun 2019. Tim juga menghitung bahwa akomodasi terkait pariwisata, penjualan makanan dan minuman, dan iklan menghasilkan sekitar ¥2,67 miliar.

Museum Gempa Bumi Kumamoto di Minami-Aso menarik lebih dari 9.000 pengunjung pada Oktober lalu ketika patung arkeolog Robin dipasang - lebih dari tiga kali lipat rekor pengunjung sebelumnya. "*One Piece menawarkan kesempatan besar bagi orang-orang untuk belajar tentang bencana,*" kata Masahiro Hosoda, seorang pemandu di museum.

Sayangnya, penelitian ini sedikit terhalang oleh wabah Covid-19, sehingga menyulitkan untuk melakukan analisis data statistik turis.

DAFTAR PUSTAKA

Koentjaraningrat. 1990. Pengantar Ilmu Antropologi, Jakarta. Djambatan.

Bungin Burhan. 2009. Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Aaker, David. (2001). Managing Brand Equity Capitalizing on the Value of a Brand Name. The Free Press, New York.

Anholt, S. (2007). Competitive Identity: The New Brand Management for Nation, Cities, and Regions. Palgrave macmillan, London.

Chaerani, Ratu Yulya. (2011). Pengaruh *City Branding* Terhadap City Image (Studi Pencitraan Kota Solo: "The Spirit of Java"). Jurnal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Alfabeta.

Jannah, Bridiatul, dkk. (2014). Pengaruh *City Branding* dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Banyuwangi. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 17. No. 1 Desember 2014.

Kavaratzis, Mihalis. (2004). From city marketing to *City Branding*: Towards a theoretical framework for developing city brands. Place Branding, Vol. 1, No.1.

USGS Earthquake Hazards Program 15 April, 2016 "M 7.0 - 6 km ESE of Kumamoto, Japan (<https://earthquake.usgs.gov/earthquakes/eventpage/us20005iis/executive#map> diakses pada 12 Februari 2021)

Doug Stanglin, 16 April, 2016 "Magnitude-5.4 quake hits Japan Saturday morning" (<https://www.usatoday.com/story/news/world/2016/04/15/aftershocks-rock-japan-after-magnitude-65-quake/83072544/> diakses pada 12 Februari 2021)

Mari Yamaguchi dan Emily, 18 April, 2016 "Japanese Quake Death Toll Rises, U.S. Helps Deliver Aid" (<https://www.usnews.com/news/world/articles/2016-04-17/thousands-search-for-missing-in-japans-deadly-earthquakes> diakses pada 12 Februari 2021)

CBCnews, 15 April, 2016 "2nd Japanese earthquake leaves at least 6 dead, 400 injured" (<https://www.cbc.ca/news/world/earthquake-japan-friday-1.3537576> diakses pada 15 Februari 2021)

Lynzee Loveridge, 16 Juni, 2018 "*One Piece* Creator Donates US\$8 Million for Kumamoto Earthquake Relief"

(<https://www.animenewsnetwork.com/intrest/2018-06-15/one-piece-creator->

"Sentralisasi Peran Bahasa dan Sastra Indonesia Menuju Masyarakat Berliterasi"

22 Oktober 2022, Universitas Jenderal Soedirman

Hal 265-273

donates-usd8-million-for-Kumamoto-earthquake-relief/.132968 diakses pada 16 Februari 2021)

One Piece Kumamoto Project, 19 April, 2016

“尾田栄一郎先生より熊本へメッセージが到着いたしました：ニュース”
(https://one-piece.com/news/detail/20160419_3649 diakses pada 16 Februari 2021)

Ppij-kumamoto, “Tentang Kumamoto”

(<https://ppij-kumamoto.org/tentang-kumamoto/> diakses pada 20 Februari 2021)

Jason, 21 Januari , 2022 “Locations of All *ONE*

PIECE Statues in Kumamoto, Japan”
(<https://kumamoto.guru/locations-of-all-onepiece-statues-in-kumamoto/> diakses 23 Januari 2022)

Japan Tourism Statistics “Visit Rate Ranking by Prefecture”

(<https://statistics.jnto.go.jp/en/graph/#graph--inbound--prefecture--ranking> diakses 17 Januari 2022)