
Relasi Quintuple Helix Dalam Memperkuat Branding Kota Probolinggo Dengan Julukan “Impressive”

Nurul Jannah Lailatul Fitria

Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Panca Marga
(Jalan Yos Sudarso, Dringu, Indonesia)

Penulis Korespondensi: nuruljannahlailatulfitria@gmail.com

Diterima (Received): 03 Juli 2023 • Direvisi (Revised): 15 Juli 2023 • Disetujui Publikasi (Accepted): 18 Agustus 2023

ABSTRACT

The government provides recommendations and directions for each city or region to shape the image of the city or region. The city or regional government carries out various efforts to introduce the characteristics and potential of the city or region. Strengthening city branding requires various roles from the actors involved. These actors can go hand in hand in shaping good city branding and even strengthening city branding in a city or region. This is exactly applying the Quintuple Helix relationship. Such as strengthening city branding in Probolinggo City with "Impressive Probolinggo City" branding. The author conducted research related to the Quintuple Helix relationship in Impressive Probolinggo City. The research method is a qualitative method with a case study approach. The focus of the research is the relationship of each actor in Probolinggo City in strengthening Impressive Probolinggo City as a branding in Probolinggo City. Strengthening Impressive Probolinggo City as a branding city of Probolinggo City with quintuple helix theory. The quintuple helix model is an education system, economic system, community system, political system, and environmental system. The five elements in developing innovation will work together and be interconnected between one system and another. The development of these innovations, each actor will act in accordance with their roles, expertise, and competencies. In conclusion, the five helixes can realize the strengthening of Impressive Probolinggo City as the branding of Probolinggo City.

Keywords: Branding; Impressive; Relation; Quintuple Helix

ABSTRAK

Pemerintah memberikan rekomendasi dan arahan kepada setiap kota atau daerah untuk membentuk citra kota atau daerah tersebut. Pemerintah kota atau daerah melakukan berbagai upaya untuk memperkenalkan ciri khas dan potensi kota atau daerah tersebut. Penguatan city branding membutuhkan berbagai peran dari aktor-aktor yang terlibat. Para aktor tersebut dapat berjalan beriringan dalam membentuk city branding yang baik bahkan memperkuat city branding di suatu kota atau daerah. Hal ini persis dengan penerapan hubungan Quintuple Helix. Seperti penguatan city branding di Kota Probolinggo dengan branding "Impressive Probolinggo City". Penulis melakukan penelitian terkait hubungan Quintuple Helix dalam Impressive Probolinggo City. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Fokus penelitian adalah hubungan setiap aktor yang ada di Kota Probolinggo dalam memperkuat Impressive Probolinggo City sebagai sebuah branding Kota Probolinggo. Penguatan Impressive Kota Probolinggo sebagai branding Kota Probolinggo dengan teori quintuple helix. Model quintuple helix adalah sistem pendidikan, sistem ekonomi, sistem masyarakat, sistem politik, dan sistem lingkungan. Kelima elemen tersebut dalam mengembangkan inovasi akan saling bersinergi dan saling berhubungan antara satu sistem dengan sistem lainnya. Pengembangan inovasi tersebut, setiap

Silahkan mengutip artikel ini sebagai: Fitria, N. J. L. (2023). Relasi Quintuple Helix Dalam Memperkuat Branding Kota Probolinggo dengan Julukan “Impressive”. *Journal of Political and Government Issues (POLIGOVVS)*, 1(2), 83-102. <https://doi.org/10.0005/poligovs.v1i2.978>

aktor akan bertindak sesuai dengan peran, keahlian, dan kompetensi yang dimiliki. Kesimpulannya, kelima helix tersebut dapat mewujudkan penguatan Impressive Probolinggo City sebagai branding Kota Probolinggo.

Kata Kunci: Pencitraan Merek; Mengesankan; Hubungan; Quintuple Helix

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, pemerintah pusat memberikan rekomendasi dan arahan untuk setiap kota atau daerah untuk membentuk citra dan branding kota atau daerah. Tujuannya untuk menggerakkan setiap kota atau daerah ikut berpartisipasi dalam menguatkan *nation branding* Indonesia (Satria & Fadillah, 2021). *City branding* merupakan salah satu media guna kota atau daerah memiliki daya saing dan menarik manfaat kompetitif. Meliputi peningkatan minat investasi dan pariwisata, disertai penguatan identitas lokal dan meminimalisir adanya eksklusivitas sistem sosial budaya.

Setiap kota mendesain *city branding* dengan berbagai tahapan seperti riset empiris; melakukan konsultasi dengan pihak konsultan; dan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya. Pemerintah kota atau daerah menyelenggarakan program guna menguatkan nilai citra (Satria & Fadillah, 2021). Pemerintah kota atau daerah menerapkan *positioning* yang baik untuk dikenal secara luas (Tresna et al., 2019). Pemerintah kota atau daerah melangsungkan berbagai upaya guna menonjolkan kekhasan kota atau daerah (Salampessy & Kaisupy, 2020). Segala upaya yang dilakukan merupakan aktivitas penguatan *city branding* yang memberikan dampak pada tingkat popularitas pada kota atau daerah yang dapat membentuk citra publik (Hilman & Megantari, 2018). Proses *city branding* akan membentuk merek suatu kota atau daerah guna kepentingan dalam mempromosikan pada investor, wisatawan, talent atau aktor-aktor, dan penyelenggara acara (Fathinnah et al., 2022).

Menurut Handito dalam Hilman & Megantari (2018) memaparkan bahwa terdapat manfaat dari *city branding*, meliputi: pertama, mengenalkan kota atau daerah sehingga keberadaan suatu kota atau kota atau daerah dapat diketahui yang dapat meningkatkan kuantitas kunjungan kota atau kota atau daerah. Kedua, perbaikan atau pemulihan citra pada kota atau daerah yang sebelumnya memiliki citra kurang baik oleh wisatawan atau tamu serta masyarakat kota atau daerah. Sehingga pemulihan citra positif kota melalui *city branding* yang didukung dengan implementasi komprehensif, maka dapat peningkatan ketertarikan pada suatu kota atau daerah. Ketiga, menarik wisatawan lokal dan internasional. Keempat, menarik minat para pihak untuk melakukan investasi, sehingga akan terjadi peningkatan kota pada bidang ekonomi, sosial, dan bidang lain. Kelima, terjadi peningkatan perdagangan dengan terlaksananya transaksi perdagangan oleh berbagai pihak. Hal ini membuat kota atau daerah membutuhkan suatu identitas guna sebagai pembeda kota atau daerah satu dengan kota atau daerah yang lain dengan model *brand*. Brand dapat berbentuk sebagai berupa nama, logo, tanda, desain, dan kombinasi (Luthfi & Widyaningrat, 2020). Serta dapat menerapkan kalimat *positioning*, slogan, *icon*, eksibisi dan berbagai media lain (Fathinnah et al., 2022).

Penguatan *city branding* membutuhkan berbagai peran dari aktor-aktor yang terlibat. Pihak tersebut meliputi pemerintah, masyarakat, akademisi, pelaku usaha, dan di dukung lingkungan. Aktor-aktor ini dapat berjalan beriringan dalam membentuk *city*

branding yang baik bahkan memperkuat *city branding* pada suatu kota atau daerah. Tugas setiap aktor akan berbeda sesuai dengan bidang dan proporsi tugas. Hal ini tepat menerapkan relasi *Quintuple Helix* (QuiH). *Quintuple Helix* mengorientasikan pada transisi sosio-ekologi (Baccarne et al., 2016).

Menurut Carayannis (2012) dalam (Praswati, 2017) memaparkan unsur-unsur *Quintuple Helix*, meliputi: Pertama, sistem pendidikan merupakan subsistem *helix* yang melibatkan modal manusia seperti siswa atau mahasiswa, guru, ilmuwan, dan peneliti. Lingkup sistem pendidikan terdiri dari universitas atau perguruan tinggi, sekolah dan lainnya. Kedua, sistem ekonomi merupakan subsistem *helix* yang melibatkan modal ekonomi seperti kewiraswastaan, peralatan produksi, produk (barang atau jasa), teknologi, dan uang. Lingkup sistem ekonomi terdiri dari industri, perusahaan, unit usaha, UMKM dan lainnya. Ketiga, sistem lingkungan alam merupakan subsistem *helix* yang melibatkan modal alam seperti sumber daya, tanaman, hewan, energi, manusia, dan potensi lain. Lingkup sistem lingkungan terdiri dari lingkungan alami, baik di daratan, lautan, dan udara. Keempat, sistem masyarakat berbasis media dan berbasis budaya merupakan subsistem *helix* yang melibatkan beberapa modal, yaitu modal media seperti media cetak, media elektronik, dan media sosial; modal informasi seperti berita, jejaring sosial, dan komunikasi; modal modal sosial-budaya seperti tradisi, norma, dan nilai. Lingkup sistem masyarakat berbasis media dan berbasis budaya terdiri dari masyarakat sipil dan publik yang berbasis media serta budaya. Kelima, sistem politik merupakan subsistem *helix* yang melibatkan modal politik dan hukum seperti ide, gagasan, kebijakan, regulasi, perancangan, roadmap, politisi, dan lainnya. Lingkup sistem politik terdiri dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan negara yang memberi ruang lingkup politik bagi pelaksanaan inovasi.

Seperti penguatan *city branding* di Kota Probolinggo. *City branding* Kota Probolinggo diresmikan tepat tahun 2018 dengan nama “Impressive Probolinggo City”. *City branding* di Kota Probolinggo memiliki logo buah mangga dan buah anggur serta daun berwarna yang khusus menggambarkan Kota Probolinggo (Dispopar Kota Probolinggo, 2019). Hal ini juga tertuang pada Peraturan Walikota Probolinggo Nomor 105 Tahun 2018 tentang Logo City Branding Kota Probolinggo. Penguatan Impressive Probolinggo City sebagai *city branding* di Kota Probolinggo melibatkan berbagai pihak untuk berpartisipasi di setiap bidang. Tidak hanya pemerintah Kota Probolinggo yang melaksanakan seluruh upaya penguatan branding Kota Probolinggo dengan “Impressive Probolinggo City”. Akan tetapi seluruh pihak, baik dari masyarakat Kota Probolinggo, pihak dari bidang pendidikan di Kota Probolinggo, pihak pelaku dan aktor ekonomi di Kota Probolinggo, dan adanya lingkungan alami di Kota Probolinggo yang mendukung penguatan branding di Kota Probolinggo.

Penulis tertarik melakukan riset mendalam terkait “Impressive Probolinggo City” sebagai branding di Kota Probolinggo. Khususnya riset dengan menggunakan teori *quintuple helix*. Guna mengetahui tindakan atau langkah setiap *helix* dalam mendukung penguatan “Impressive Probolinggo City” sebagai branding di Kota Probolinggo. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penulis melakukan riset dan menuliskan pada naskah ilmiah dengan judul “*The Quintuple Helix Relation in Strengthening Impressive Probolinggo City Branding*”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan merupakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pemilihan studi kasus berdasarkan pada tujuan yang akan ditargetkan oleh penulis. Secara universal, jurnal ilmiah ini digunakan dalam kajian inovasi sebagai sebuah fenomena sosial yang kompleks dan mendapatkan hasil analisis secara detail sehingga dapat berkontribusi dalam pengembangan teori dan model inovasi. Studi kasus yang digunakan oleh penulis merupakan jenis studi kasus instrumental. Penulis menerapkan pengamatan mendalam terkait relasi *Quintuple Helix* dalam penguatan *branding* di Kota Probolinggo dengan *branding "Impressive Probolinggo City"*. Pengamatan secara detail diperuntukkan sebagai analisa fenomena *best practice* dalam peningkatan potensi lokal, disertai juga dengan mengeksplorasi potensi di Kota Probolinggo yang masuk dalam konsep citra Kota Probolinggo untuk menguatkan sekaligus mencerminkan Kota Probolinggo dalam *branding "Impressive Probolinggo City"*. Selanjutnya dianalisa relasi berbagai pihak yang terlibat dalam penguatan *"Impressive Probolinggo City"* sebagai *branding* Kota Probolinggo.

Studi kasus instrumental juga diterapkan guna memberikan pengetahuan terkait permasalahan atau untuk koreksi atas penelitian terdahulu (Prihatsanti et al., 2018). Didasari dengan pernyataan tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk mendukung ilmiah atau evaluasi atas riset terdahulu terkait relasi setiap aktor di Kota Probolinggo dalam penguatan *Impressive Probolinggo City* sebagai *branding* di Kota Probolinggo.

Fokus riset merupakan garis besar riset yang melibatkan data dan informasi untuk dikumpulkan, diolah, dianalisa dan diinterpretasikan sesuai dengan permasalahan yang ada serta menerapkan batasan tertentu. Pada riset ini yang menjadi fokus riset adalah relasi setiap aktor di Kota Probolinggo dalam penguatan *Impressive Probolinggo City* sebagai *branding* di Kota Probolinggo. Subjek pada riset ini dilibatkan oleh penulis guna menyelesaikan permasalahan dengan mendapatkan kesimpulan. Subjek riset ditujukan pada manusia, benda, hewan, dan sebuah lembaga. Pada riset ini, subjek yang diambil adalah mayoritas masyarakat, makhluk hidup, lingkungan, dan lembaga yang berada di wilayah Kota Probolinggo. Serta di dukung melalui faktor relasi *quintuple helix* dalam penguatan *Impressive Probolinggo City* sebagai *branding* di Kota Probolinggo.

Lokasi riset merupakan wilayah yang dipilih oleh penulis guna mendapatkan data dan informasi. Lokasi pada riset ini berada pada wilayah Kota Probolinggo yang merupakan wilayah Kota Probolinggo dengan gambaran pada logo *branding* di Kota Probolinggo.

Sumber data pada riset ini merupakan data dan informasi yang himpun hanya dari satu sumber, yaitu data sekunder. Menurut Sugiyono (2019) memaparkan bahwa data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan dengan mempelajari hasil literatur, buku, jurnal dan internet. Data sekunder yang digunakan pada riset ini adalah data dan informasi yang dihimpun secara tidak langsung melalui media internet, video atau foto, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, buku, dan sumber lainnya yang relevan. Pada riset ini, penghimpunan data menggunakan kajian studi pustaka. Studi pustaka merupakan metode yang menerapkan sistem penghimpunan data tanpa harus observasi ke lokasi

riset, melainkan sumbernya dapat diperoleh melalui berbagai referensi seperti catatan, artikel ilmiah, jurnal ilmiah serta sumber internet lain yang selaras dengan riset ini. Artinya pada riset ini, data dihimpun melalui studi pustaka atau *literatur review* terkait relasi quintuple helix dalam penguatan *Impressive Probolinggo City* sebagai *branding* di Kota Probolinggo.

Riset ini menerapkan analisis data melalui pendekatan metode fenomenologi dan analisis data teks. Kolaborasi antara metode fenomenologi dan analisis data teks dilaksanakan guna memperoleh hasil riset lebih terbuka, akurat dan komprehensif. Menurut Bogdan dan Tylor dalam (Moleong, 2018), analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis kerja (*ide*) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis kerja itu. Penyajian data agar mudah dipahami, maka perlu tahapan analisa data yang diterapkan dalam riset adalah model interaktif analisis dari Milles dan Huberman dalam Moleong (2018), yang membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Tahap pertama adalah pengumpulan data. Pengumpulan data merupakan proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber. Pada penelitian ini penghimpunan data dari studi pustaka terkait ruang lingkup peran aktor dalam penguatan *city branding* Kota Probolinggo. Seluruh data yang membahas terkait peran aktor yang berkaitan dengan peningkatan citra Kota Probolinggo. Jenis data yang dihimpun berasal dari jurnal ilmiah, laporan penelitian ilmiah, dokumentasi pemerintah, dan lainnya.

Tahap kedua adalah reduksi data. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan. Reduksi data merupakan proses merangkum dalam memilih data, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data pada penelitian ini diseleksi pembahasa terkait ruang lingkup peran 5 aktor sesuai dengan *quintuple helix* dalam penguatan *city branding* Kota Probolinggo, khususnya pada *Impressive Probolinggo City* sebagai *branding* Kota Probolinggo. Selain itu di fokuskan pada citra dengan orientasi potensi lokal atau kearifan lokal.

Tahap ketiga adalah Penyajian data. Penyajian data atau display data guna mendapatkan pola pembahasan dan kesimpulan serta memutuskan tindakan. Penyajian data pada penelitian ini untuk menemukan makna pada analisis data, kemudian disusun secara sistematis, dari bentuk informasi yang kompleks menjadi sederhana namun selektif. Penyajian data pada pembahasan ini dimulai membahas konsep *city branding* di Kota Probolinggo dengan *Impressive Probolinggo City*. Dilanjutkan dengan peran dari 5 pihak yang tergolong pada teori *quintuple helix*.

Tahap keempat adalah Penarikan kesimpulan. Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Mulai dari reduksi data dan penyajian data atau display inilah selanjutnya apabila kesimpulan dan verifikasi pada awal telah didukung oleh bukti valid dan konsisten, maka kesimpulan yang kredibel. Pada

penarikan kesimpulan akan di bahas terkait relasi *quintuple helix* dalam penguatan *city branding* di Kota Probolinggo dengan citra *Impressive Probolinggo City*.

Pelaksanaan riset untuk memastikan keabsahan data (*trustworthiness*) data diperlukan teknis pemeriksaan. Menurut Moleong (2018) yaitu ada empat kriteria dalam pemeriksaan diantaranya adalah derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), serta kepastian (*confirmability*). Selain itu, keabsahan data diterapkan sebuah proses dengan triangulasi. triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori (Moleong, 2018). Triangulasi sumber (data) guna melakukan perbandingan dan pengecekan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualitatif. Triangulasi metode guna melakukan pengkajian kredibilitas data dilakukan dengan cara memeriksa dan cek data pada sumber sama tapi teknik berbeda. Triangulasi penyidik untuk melakukan pemanfaatan hasil dari peneliti atau pengamat lainnya pada keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Triangulasi teori adalah teknik dengan memperhatikan fakta yang tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding.

HASIL DAN DISKUSI

Impressive Probolinggo City Sebagai *city Branding* di Kota Probolinggo

City Branding Kota Probolinggo tertuang ada Peraturan Walikota Probolinggo Provinsi Jawa Timur Nomor 105 Tahun 2018 tentang Logo *City Branding* Kota Probolinggo. *City Branding* yang dilakukan di Kota Probolinggo sebagai pembentukan merek Kota Probolinggo guna dikenal oleh target pasar (investor, wisatawan, aktor lainnya, dan program acara) Kota Probolinggo dengan menerapkan ikon, slogan, eksibisi serta *positioning* yang baik dalam berbagai bentuk media promosi.

Merek Kota Probolinggo dikenal dengan *Impressive Probolinggo City*. *Impressive Probolinggo City* artinya Kota Probolinggo yang berkesan, menginspirasi, memiliki potensi untuk dimaksimalkan dan menawarkan ragam pengalaman, pesona yang mengesankan bagi para wisatawan yang berkunjung dan investor yang datang ke Kota Probolinggo, dimana Kota Probolinggo masih memiliki adat istiadat dan budaya yang cukup kental serta memiliki banyak ragam budaya. Pada *Logotype* tertera tulisan "IMPRESSIVE PROBOLINGGO CITY" pada logo *city branding*. Sedangkan *Logogram* pada IMPRESSIVE PROBOLINGGO CITY, digambarkan dengan simbol mangga, anggur dan daun yang berwarna biru, hijau, orange, dan magenta pada logo *city branding*.

Tujuan Logo *City Branding* Kota Probolinggo meliputi: menjadi sarana media yang mengandung efektifitas, efisiensi, dan dapat menarik dalam melakukan promosi semus potensi wisata Daerah Kota Probolinggo baik di dalam negeri dan di luar negeri guna lebih dikenal oleh target pasar (investor, *tourist*, *talent*, *event*); sebagai investasi dalam peningkatan Pendapatan Asli Daerah serta peningkatan kesejahteraan masyarakat Kota Probolinggo; dan menjadi sarana guna mensosialisasikan program atau kegiatan Pemerintah Kota Probolinggo pada masyarakat Kota Probolinggo. Logo *City Branding* Kota Probolinggo merupakan identitas visual yang meliputi *logotype* dan *logogram* yang

memuat ciri khas, potensi sumber daya alam dan budaya masyarakat Kota Probolinggo yang membedakan Kota Probolinggo dengan kota atau daerah lainnya.



Gambar 1. Logo *Impressive Probolinggo City*

Makna dan Warna Logo *Impressive Probolinggo City*, meliputi

1. *Logotype* pada kata *Impressive Probolinggo City* menerapkan penggunaan huruf yang luwes dan menggunakan huruf dengan model melengkung serta tidak monoton dan tidak kaku. Hal ini menunjukkan karakteristik masyarakat Kota Probolinggo terdapat 4 budaya besar di Kota Probolinggo yang terdiri dari suku Jawa, suku Madura, etnis Arab dan etnis tionghoa yang bisa tinggal bersama dan berdampingan. 4 suku hidup dengan rukun dan harmonis. Sehingga tercipta budaya baru yang memiliki karakteristik unik dan humble. Penggunaan warna yang cerah seperti merah terang dan hijau cerah pada tulisan *Impressive Probolinggo City*, mengindikasikan karakteristik budaya dari masyarakat Pendhalungan yang memberikan pesan dinamis yang terus mengalami perkembangan.
2. *Logogram* berbentuk menyerupai buah mangga dan buah anggur merupakan simbol potensi unggulan di Kota Probolinggo. Kota Probolinggo tumbuh pohon mangga dan tanaman anggur yang memiliki kuantitas yang tinggi dan kualitas baik. Sehingga buah mangga dan buah anggur menjadi potensi unggulan Kota Probolinggo.
3. *Logogram* yang berwarna biru berbentuk menyerupai ombak. Gambar dengan warna tersebut merepresentasikan simbol elemen air dan angin. Hal ini menggambarkan Kota Probolinggo yang terletak di daerah pantai yang memiliki keunggulan potensi dari sektor sumber daya alam laut. Serta kondisi alam dengan angin yang membuat Kota Probolinggo sebagai kota angin atau kota Bayu.
4. *Logogram* yang berwarna hijau berbentuk menyerupai daun. Gambar dengan warna tersebut merepresentasikan simbol warna alam, hasil pertanian, potensi sumber daya alam, daun anggur dan mangga (angga) yang menjadi ikon utama dari Kota Probolinggo. Hal ini menggambarkan dan melambangkan kehidupan Kota Probolinggo, menggambarkan kesegaran dan

pembaharuan serta kedamaian meskipun Kota Probolinggo memiliki keragaman budaya dan agama yang tinggal bersama dengan rukun dan tentram serta bernilai yang religius.

5. *Logogram* yang berwarna orange berbentuk menyerupai daun. Gambar dengan warna tersebut merepresentasikan kondisi Kota Probolinggo yang penuh dengan kehangatan serta keramahan. Hal ini menggambarkan dan melambangkan kehidupan Kota Probolinggo dalam hubungan sosial yang ramah tamah dan nyaman. Selain itu warna tersebut merupakan bentuk representasi dari buah mangga Arum Manis yang menjadi buah khas dan buah unggulan dari Kota Probolinggo, daging buah mangga dengan jenis arum manis berwarna orange cerah.
6. *Logogram* yang berwarna magenta berbentuk menyerupai daun. Gambar dengan warna tersebut merepresentasikan kondisi Kota Probolinggo dengan wujud dari golongan potensi di Kota Probolinggo dengan harmonisasi aspek budaya, agama, pendidikan, potensi sumber daya alam, serta masyarakat Kota Probolinggo yang rendah hati, ramah tamah, dan menyenangkan.

Pada intinya gambar dan warna pada logo *city branding* Kota Probolinggo dengan *Impressive Probolinggo City* melambangkan dan merepresentasikan Kota Probolinggo mulai dari keragaman suku budaya, keragaman agama, adanya potensi lokal, dan sikap masyarakat Kota Probolinggo. Kota Probolinggo terdapat kekayaan potensi lokal, adanya kekuatan dan ketegasan pada masyarakat Pendhalungan dan masyarakat pesisir, mengindikasikan kedinamisan dan keramahan masyarakat Kota Probolinggo yang diwakilkan dengan warna merah. Kota Probolinggo juga memiliki potensi kelautan yang unggul berada di wilayah pantai dan memiliki iklim yang unik dengan adanya angin Gending. Selain itu masyarakat Kota Probolinggo hidup dan tinggal dalam ketenangan dan kualitas harmonisasi yang dilambangkan dengan warna biru. Kota Probolinggo juga memiliki kondisi alam yang mengandung potensi alam yang melimpah seperti potensi buah mangga dan buah anggur, adanya hutan mangrove, dan wisata bahari. Selain itu masyarakat Kota Probolinggo dengan nilai kehidupan, kesegaran serta pembaharuan yang dilambangkan dengan warna hijau. Masyarakat Kota Probolinggo juga dikenal sikap yang hangat pada orang lain, memberikan rasa nyaman, memiliki sifat yang ceria, dan tertanam sifat yang optimis yang dilambangkan dengan warna orange. Kehidupan di Kota Probolinggo juga terdapat empat budaya besar yang tinggal berdampingan dan bersama dengan harmonis. Terdapat etnis Jawa, etnis Madura, etnis Arab, etnis Tionghoa yang serta menciptakan budaya baru yang khas dikenal budaya Pendalungan.

Relasi *Quintuple Helix* dalam Penguatan *Impressive Probolinggo City* Sebagai *City Branding* di Kota Probolinggo

Guna mewujudkan *City Branding* Kota Probolinggo, Pemerintah Kota Probolinggo mengarahkan seluruh Instansi Pemerintahan, lembaga pendidikan, pihak swasta, dan masyarakat Kota Probolinggo untuk ikut serta dalam penguatan dan promosi *city branding*. Bahkan dilaksanakan beberapa program setiap sektor atau bidang yang dapat menguatkan citra Kota Probolinggo yang sesuai dengan *city branding* Kota Probolinggo.

Sehingga *Impressive Probolinggo City* tidak hanya sebagai formalitas citra tapi benar-benar merepresentasikan Kota Probolinggo. Pemerintah Kota Probolinggo melakukan sosialisasi program atau kegiatan dengan menambahkan *logotype Impressive Probolinggo City* relevan dengan tujuan program atau kegiatan dalam pelaksanaan setiap acara besar di Kota Probolinggo dengan berkoordinasi dengan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, bahkan untuk Penelitian dan Pengembangan Kota Probolinggo. Hal ini tertuang pada Peraturan Walikota Probolinggo Provinsi Jawa Timur Nomor 105 Tahun 2018 tentang Logo City Branding Kota Probolinggo. Artinya, penguatan *Impressive Probolinggo City* sebagai *branding city* Kota Probolinggo dengan melibatkan lima pihak yang sesuai dengan teori *quintuple helix*. Mulai dari pihak pemerintah yang memiliki intervensi untuk penyelenggaraan sesuai dengan kebijakan, pihak masyarakat yang dapat berpartisipasi langsung, pihak akademisi untuk dapat melakukan penelitian dari sektor pendidikan, pihak pelaku ekonomi untuk mendukung sektor ekonomi, dan didukung dengan kondisi dan potensi alam di Kota Probolinggo sebagai sektor lingkungan.

Model *quintuple helix* merupakan keterlibatan lima unsur sekaligus dalam pengembangan inovasi. Lima unsur tersebut adalah sistem pendidikan, sistem ekonomi, sistem masyarakat, sistem politik, dan sistem lingkungan. Lima unsur dalam mengembangkan inovasi akan saling bekerja sama dan saling berhubungan antara sistem yang satu dengan sistem lainnya. Pengembangan inovasi tersebut setiap aktor akan bertindak sesuai dengan peran, keahlian, dan kompetensi yang dimiliki.

Berikut merupakan peran setiap sistem dengan setiap aktor yang terdapat pada relasi *quintuple helix* guna penguatan *Impressive Probolinggo City* sebagai *city branding* di Kota Probolinggo, meliputi:

1. Sistem Pendidikan

Sistem pendidikan pada model *helix* merupakan pihak akademisi. Akademisi dalam sistem ini merupakan pihak dari Perguruan Tinggi atau Universitas di Kota Probolinggo dan sekitar yang terdekat. Pihak dari perguruan tinggi meliputi dosen, mahasiswa, serta para ahli, para peneliti, dan lainnya yang harus berperan guna peningkatan ilmu dan kemampuan melalui penyuluhan, pendampingan, dan pelatihan kepada masyarakat di Kota Probolinggo. Penyuluhan, pendampingan, dan pelatihan memiliki tujuan guna mendorong peningkatan pemahaman, kreativitas, dan inovasi dalam pengembangan di Kota Probolinggo. tidak hanya pengembangan pendidikan atau pemahaman teori, tetapi juga pengembangan pariwisata, usaha produk barang atau jasa, pembangunan Kota Probolinggo, dan lainnya. Selain itu masyarakat dapat memanfaatkan sarana prasarana yang lebih modern akan tetapi tetap mengorientasikan kondisi alam untuk keberlanjutan.

Pihak akademisi dapat menerapkan Tri Dharma Perguruan, seperti kuliah umum, bidang riset, dan program pemberdayaan kepada masyarakat. Contohnya seperti adanya penyuluhan untuk masyarakat yang memiliki usaha di sekitar Pelabuhan Kota Probolinggo maupun usaha yang memanfaatkan potensi kelautan dan perikanan untuk semangat berwirausaha dengan tetap berorientasi menjaga kelestarian lingkungan dan berinovasi (Septiandika et

al., 2022) (Septiandika & Lailatul Fitria, 2022). Selain itu terdapat peran akademisi dalam memberikan penyuluhan atau pendampingan dalam kesadaran wisata lokal di Pelabuhan Kota Probolinggo. sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata di Pelabuhan Kota Probolinggo tanpa mencemari atau merusak ekosistem alam di Kompleks Pelabuhan Kota Probolinggo (Supriyanto & Fitria, 2022a) (Supriyanto & Fitria, 2022b). Selain itu, pihak akademisi dapat memberikan sumbangsih ilmu dan penemuan baru baik dalam bentuk sistem, peralatan, dan lainnya untuk inovasi pengembangan Pelabuhan Kota Probolinggo dengan prinsip ekonomi biru (Ramli & Muqsih, 2022) (Zainuri et al., 2016) (Saputera & Hasanudin, 2017). Sumbangsih ilmu dan penemuan dari akademisi membantu dan mendukung bentuk pembangunan Pelabuhan Kota Probolinggo, meningkatkan pemberdayaan masyarakat, meningkatkan perekonomian masyarakat maupun perekonomian daerah, memacu kreatifitas masyarakat, dan tetap meningkatkan kepedulian dan kelestarian lingkungan kelautan dan perikanan di Pelabuhan Kota Probolinggo. Bahkan pada segi pendidikan dibutuhkan pendidikan ekonomi biru untuk kepentingan sektor kelautan di Kota Probolinggo (Marwiyah & Fitria, 2022).

Tidak hanya di sektor kelautan, tetapi peran akademisi dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi juga dalam sektor pada pengelolaan sumber daya seperti buah Mangga dan Buah anggur. Selain itu juga terkait pengenalan kesenian atau produk kesenian khas Kota Probolinggo. Penelitian dan pengabdian seputar pada pembangunan berbasis masyarakat, ekonomi kreatif, konsep kewirausahaan kearifan lokal, serta lainnya. Seperti ikut membantu pengenalan lembaga-lembaga terkait UMKM dan lingkup pengrajin kesenian. Contohnya pengenalan Dekranasda Kota Probolinggo. Peran akademisi juga dapat melakukan pengenalan pihak-pihak yang dapat mendukung masyarakat untuk berdaya dan membantu pengrajin dalam mendistribusikan produksi (Astuti & Lailatul, 2022). Selain itu untuk mengembangkan kesenian, perlu dikembangkan kesenian Pandalungan Kota Probolinggo (Wulansari et al., 2019).

Sumbangsih ilmu dan penemuan dari akademisi membantu dan mendukung bentuk pembangunan Kota Probolinggo, meningkatkan pemberdayaan masyarakat, meningkatkan perekonomian masyarakat maupun perekonomian daerah, memacu kreatifitas masyarakat, dan tetap meningkatkan kepedulian dan kelestarian lingkungan di Kota Probolinggo. Selain itu akademisi dapat menyalurkan ilmu dan penemuan melalui bentuk pengabdian kepada masyarakat dan penelitian yang mendalam yang dapat menjadi referensi acuan Pemerintah. Secara otomatis dapat menguatkan *city branding* Kota Probolinggo dengan *Impressive Probolinggo City* melalui peran akademisi.

2. Sistem Ekonomi

Sistem ekonomi pada model *helix* adalah pihak usaha produksi jasa atau barang. Usaha produksi jasa atau barang dalam konteks ini merupakan pihak

dari industri, perusahaan, dan usaha kecil dan menengah di Kota Probolinggo. Pihak dari industri, perusahaan, dan usaha kecil dan menengah meliputi usaha sektro wisata, dan UMKM. Kota Probolinggo dengan mengorientasikan prinsip ekonomi berkelanjutan melalui ekonomi biru, ekonomi hijau, dan ekonomi kreatif (Septiandika et al., 2022) (O. H. Permatasari, 2016) (Astuti & Lailatul, 2022) (PPID Kota Probolinggo, 2019).

Pada sektor unggulan pertama adalah sektor kelautan diterapkan ekonomi biru. guna mendorong peningkatan perekonomian, inovasi dalam pengembangan usaha, dan pembangunan wisata pelabuhan dengan prinsip ekonomi biru serta mengoptimalkan potensi lokal yang ada di pelabuhan, pantai, pesisir, dan laut (Supriyanto & Fitria, 2022a) (Supriyanto & Fitria, 2022b). Pihak usaha produksi jasa atau barang memberikan kontribusi dalam perkembangan Pelabuhan Kota Probolinggo yaitu dengan menjalin dan memperlebar kerjasama dengan berbagai pihak (Bappeda Litbang Kota Probolinggo, 2021). Peran pelaku industri dan usaha kreatif seperti industri, perusahaan, UMKM dengan produk jasa atau barang di Pelabuhan Kota Probolinggo. Seperti jasa transportasi, penginapan, kuliner, produk keterampilan, arena bermain, fotografi, videografi, dan wisata lainnya. Terdapat beberapa jenis industri yang memiliki orientasi pada potensi lokal kelautan dan perikanan. Produk pertama, kuliner dengan bahan dasar dari potensi kelautan dan perikanan. Contohnya kerupuk ikan tengiri, rengginang cumi, tepung tulang ikan, bakso ikan, dan lainnya (Septiandika et al., 2022). Produk kedua, usaha transportasi. Contohnya, usaha sewa kapal dan perahu untuk menyebrang (menuju Pulau Gili, Madura, dan pulau lainnya), usaha sewa kapal dan perahu untuk memancing, dan disertai menjadi tempat bersandarnya kapal pesiar (Salim, 2013) (Biro Komunikasi dan Informasi Publik Dirjen Perhubungan Laut, 2015) (Rosyadi et al., 2022) (Saputera & Hasanudin, 2017). Produk ketiga, usaha penginapan. Contohnya, penginapan disekitar pelabuhan untuk memudahkan wisatawan untuk menginap (Bahriyanto et al., 2021) (Setiawan & Cahyono, 2021). Produk keempat, wahana wisata, wahana bermain, dan wahana hiburan lainnya. Contoh, tempat makan terapung, wahana bermain keluarga di BJBR, wisata hutan bakau, wisata kum-kum, dan lainnya (P. I. Permatasari, 2017) (Fattah et al., 2021) (Probolinggokota.go.id, 2022). Selain itu di Pelabuhan Kota Probolinggo juga terdapat industri besar oleh perusahaan besar yang memanfaatkan sektor kelautan dan perikanan. Seperti perusahaan KTI, PT. Sulindo, PT. Bee Jay Seafood, PT. Delta Arta Bahari Nusantara dan lainnya (PIPP, 2020). PT. KTI merupakan perusahaan mengolah kayu menjadi produk *furniture* yang memanfaatkan lingkungan pelabuhan Kota Probolinggo, sehingga dibutuhkan pengelolaan dengan minim limbah dan mencegah adanya limbah yang berbahaya agar tidak merusak lingkungan, ekosistem, dan biota laut (Aulia, 2018). PT. Sulindo merupakan perusahaan yang mengelola ikan beku dalam skala besar (Dimiyati, 2014), perusahaan ini mencegah pembuangan limbah ke laut, meskipun limbah dari ikan merupakan organik tapi dapat

menimbulkan timbunan sampah dan bau yang tidak sedap. Sedangkan PT. Bee Jay Seafood merupakan perusahaan yang mengelola hasil ikan dan kelautan yang di inovasikan pada produk makanan yang dibekukan, perusahaan ini tidak hanya mengelola dan memanfaatkan potensi hasil perikanan dan kelautan akan tetapi juga menginovasi produk makanan lebih bervariasi menggunakan teknologi modern (Sandra & Riayah, 2015). Pada PT. Delta Arta Bahari Nusantara merupakan perusahaan yang melayani bongkar muat barang di Pelabuhan Probolinggo (Trilaksono & Sudarso, 2021).

Potensi kedua adalah sektor ekonomi dengan pengelolaan potensi buah mangga dan buah anggur. Kota Probolinggo tidak hanya menjual buah mangga dan buah anggur segar, tetapi juga diolah menjadi produk baru yang lebih bervariasi dalam bentuk makanan dan minuman (PPID Kota Probolinggo, 2021a). Seperti manisan mangga, dodol mangga, nastar mangga, selai mangga, bolu kukus mangga, brownies mangga, puding mangga, dan samiler mangga. Selain itu mangga diolah menjadi minuman seperti booster mangga, sirup mangga, serbuk instan sari mangga, dan puply mangga. Sedangkan untuk buah anggur masih tidak banya variasi produk, akan tetapi terdapat beberapa varietas anggur yang menjadi unggulan. Pemerintah Kota Probolinggo memulihkan ikon buah anggur dengan ajakan penanaman buah anggur disetiap rumah (Humas Probolinggokota.go.id, 2022b).

Potensi ketiga pengembangan sektor ekonomi bidang kesenian Golongan yang membangkitkan kekritisian dalam kehidupan berkota, melibatkan peran masyarakat dalam mendapatkan solusi kreatif guna mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam keseharian. *Creative Class* perlu dipelihara dengan memberikan lingkungan yang kondusif bagi mereka untuk kegiatan pengembangan kreativitas, lingkungan kota yang dapat mendukung kegiatan kreatif masyarakatnya dengan menyediakan butuhkan golongan atau individu kreatif. Orientasi terbaru yang mendapat perhatian dari Kota Probolinggo adalah UMKM/IKM dan pengrajin yang berorientasi pada pengolahan potensi lokal. UMKM/IKM dan pengrajin dalam mengelola potensi lokal menjadi fokus utama untuk dikembangkan. Orientasi kesenian pada budaya Pendhalungan (Wulansari et al., 2019). Salah satu strategi pemerintah dengan bermitra bersama DEKRANASDA Kota Probolinggo. Selain itu seniman dan penggiat seni juga meningkatkan kreasi. Keberhasilan dan kesuksesan Kota Probolinggo menuju kota kreatif sangat berkaitan dengan keberadaan sumber daya manusia Golongan kreatif tidak hanya pada pengrajin saja, tetapi terdapat kelompok media, penggiat dokumentasi, dan lainnya yang ikut mendokumentasikan dan mempublikasikan aktifitas, produk, dan program yang berkaitan dengan konsep pembangunan kota kreatif. Produk non kuliner seperti batik, bordir, *handycraft* dan konveksi (Humas Probolinggokota.go.id, 2022a) (PROBOLINGGOKOTA.GO.ID, 2022). Bahkan di Kota Probolinggo memiliki produk batik unggulan seperti batik Manggur, batik 1000 taman, batik Kali Banger, batik Angin Gending, dan batik lainnya (Fitria, 2021). Pemerintah

Kota Probolinggo sering melibatkan media dan komunitas dokumentasi baik ditarik untuk berperan langsung dan juga diadakan lomba-lomba video dan foto berkaitan dengan Kota Probolinggo. Pada aktifitas terbaru, Pemerintah Kota Probolinggo menyelenggarakan karnaval dengan melibatkan seluruh instansi, komunitas, dan pihak-pihak lain.

Sumbangsih pelaku ekonomi dengan prinsip ekonomi biru, ekonomi hijau, dan ekonomi kreatif membantu dan mendukung bentuk pembangunan Kota Probolinggo, meningkatkan pemberdayaan masyarakat, meningkatkan perekonomian masyarakat maupun perekonomian daerah, memacu kreatifitas masyarakat, dan tetap meningkatkan kepedulian dan kelestarian lingkungan di Kota Probolinggo. Serta pelaku ekonomi semakin meningkatkan produksi dan distribusi potensi lokal seperti potensi kelautan, potensi buah mangga dan buah anggur, potensi kesenian khas Pandhalungan, dan potensi lainnya. Secara otomatis dapat menguatkan *city branding* Kota Probolinggo dengan *Impressive Probolinggo City* melalui peran pelaku ekonomi.

3. Sistem Masyarakat

Sistem masyarakat pada model *helix* merupakan pihak masyarakat berbasis media dan berbasis budaya. Masyarakat berbasis media dan berbasis budaya dalam konteks ini merupakan pihak masyarakat Kota Probolinggo yang memiliki nilai khas serta dapat memanfaatkan media. Pihak masyarakat Kota Probolinggo merupakan masyarakat dengan perpaduan etnis Jawa, Madura, Arab, dan Tionghoa yang dikenal dengan budaya Pandhalungan, masyarakat Kota Probolinggo terbuka dengan masuknya informasi dan perkembangan teknologi, tidak hanya media cetak dan media elektronik tetapi juga media sosial guna mendorong pembangunan dan perkembangan Kota Probolinggo dengan mengorientasikan prinsip ekonomi berkelanjutan melalui ekonomi biru, ekonomi hijau, dan ekonomi kreatif (Septiandika et al., 2022) (O. H. Permatasari, 2016) (Astuti & Lailatul, 2022) (PPID Kota Probolinggo, 2019). Sistem masyarakat terdiri dari kelompok masyarakat, LSM, dan lembaga atau komunitas masyarakat lainnya dapat memberikan kontribusi dalam pekermbangan pariwisata dan potensi lokal di Kota Probolinggo. Masyarakat terbagi menjadi dua bentuk modal, meliputi unsur modal sosial dalam wujud nilai, tradisi, unsur norma dalam lingkungan sosial dan sumber teknologi informasi yang memanfaatkan media cetak, media elektronik, dan media sosial. Artinya, sistem masyarakat yang tinggal di Kota Probolinggo memadukan modal sosial dan modal media untuk menjalankan kehidupan dan berpartisipasi dalam pembangunan wilayah pelabuhan. Masyarakat Kota Probolinggo dikenal dengan masyarakat yang menerima keberagaman budaya, suku, dan agama. Selain itu masyarakat Kota Probolinggo juga terbuka dengan informasi. Masyarakat mulai menerima informasi melalui media. Media dalam partisipasi pembangunan Kota Probolinggo dibagi menjadi dua. Media pertama adalah penggunaan media sosial dan media kedua adalah adanya media pers. Pemerintah Kota Probolinggo mengoptimalkan penggunaan media sosial *Instagram* dengan nama akun

@probolinggoimpressive, *Meta* dengan nama akun Pemerintah Kota Probolinggo, *Youtube* dengan nama akun Pemerintah Kota Probolinggo dan *website* milik Pemerintah Kota Probolinggo. Media pers yang dilibatkan baik pers lokal dan nasional baik pada berita cetak dan *online* yang meliput kegiatan, program, dan potensi Kota Probolinggo. Sehingga masyarakat Kota Probolinggo ikut berpartisipasi dalam mengelola potensi lokal di Kota Probolinggo, menjaga kelestarian lingkungan, ikut melestarikan budaya dan kesenian pandhalungan, dan ikut mengenalkan secara luas. Masyarakat Kota Probolinggo menjadi bagian dari perkembangan Kota Probolinggo. Masyarakat Kota Probolinggo juga terbuka menerima pengunjung untuk masuk ke Kota Probolinggo. Baik pengunjung dalam negeri dan pengunjung dari luar negeri. Hal ini terbukti Kota Probolinggo terbuka untuk wisatawan berkeliling Kota Probolinggo dan membuka akses kunjungan dari transportasi darat dan laut. Seperti adanya kunjungan dari wisatawan kapal pesiar dari luar negeri yang sandar di Pelabuhan Tanjung Tembaga Kota Probolinggo (Humas Probolinggokota.go.id, 2022d) (Humas Probolinggokota.go.id, 2022c).

Sumbangsih masyarakat dengan masyarakat berbasis media dan berbasis budaya dalam konteks ini merupakan pihak masyarakat Kota Probolinggo ikut serta dalam

mengelola potensi lokal di Kota Probolinggo, menjaga kelestarian lingkungan, ikut melestarikan budaya dan kesenian pandhalungan, dan ikut mengenalkan secara luas. Serta dapat menerima dan terbuka akan wisatawan lokal maupun wisatawan internasional. Serta menunjukkan keterbukaan akan modernisasi tanpa meninggalkan budaya khas dan dapat hidup dengan keragaman suku (suku Jawa, Madura, Arab, dan Tionghoa). Secara otomatis dapat menguatkan *city branding* Kota Probolinggo dengan *Impressive Probolinggo City* melalui peran masyarakat.

4. Sistem Politik

Sistem politik pada model *helix* merupakan pihak pemerintah. Pemerintah dalam konteks ini merupakan pihak dari Pemerintah Kota Probolinggo. Pihak dari Pemerintah Kota Probolinggo meliputi Pemerintah Kota Probolinggo dengan melibatkan Unit Peangkat Daerah, instansi pemerintah dan instansi lainnya dengan bekerjasama dengan kementerian lain. Pemerintah memiliki peran aktif, tidak hanya untuk pengawasan tetapi banyak sektor yang membutuhkan intervensi pemerintah Kota Probolinggo. Seperti dalam strategi komunikasi terkait *branding* Kota Probolinggo (Prasetyo, 2020).

Peran pemerintah Kota Probolinggo sebagai regulator, yakni dengan merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan dan pengelolaan Kompleks Pelabuhan Kota Probolinggo dengan prinsip ekonomi biru. Seperti kebijakan dalam aktivitas nelayan dalam penangkapan ikan dengan yang di Pelabuhan Kota Probolinggo agar pemanfaatan potensi laut tanpa merusak ekosistem dan biota laut (Suryawati & Pramoda, 2016). Serta ada kebijakan dalam mengelola dan mengembangkan Pelabuhan Pada Unit Pelaksana Teknis (UPT) di Pelabuhan Kota Probolinggo (Wardani, 2015)

(Prameswari, 2017). Selain itu, Pemerintah Kota Probolinggo juga dapat mendorong perkembangan industri kreatif (Bappedalitbang Kota Probolinggo, 2017). Pemerintah Kota Probolinggo juga membentuk kebijakan ekokraf dalam bentuk Perwali Kota Probolinggo Nomor 80 Tahun 2018 tentang Ekonomi Kreatif di Kota Probolinggo 2019-2023. Pemerintah Kota Probolinggo menyediakan fasilitas dalam mendukung kreatifitas masyarakat baik dalam bentuk kerajinan, produk kuliner, dan pertunjukkan. Membangun gerai Dekranasda, alun-alun, taman kota. Kelembagaan yang dibentuk adalah Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Probolinggo (Astuti & Lailatul, 2022) (PPID Kota Probolinggo, 2021b). Serta terkait penguatan *city branding*, secara resmi menetapkan *branding* Kota Probolinggo sehingga aktor lain mendapatkan arah program dan kegiatan sesuai dengan *branding* Kota Probolinggo. *City Branding* Kota Probolinggo tertuang ada Peraturan Walikota Probolinggo Provinsi Jawa Timur Nomor 105 Tahun 2018 tentang Logo City Branding Kota Probolinggo.

Sumbangsih Pemerintah Kota Probolinggo sangat dibutuhkan baik sebagai regulator, dinamisator, fasilitator, dan katalisator. Secara otomatis dapat menguatkan *city branding* Kota Probolinggo dengan *Impressive Probolinggo City* melalui peran pemerintah.

5. Sistem Lingkungan

Sistem lingkungan pada model *helix* adalah lingkungan alam. Lingkungan alami dalam model *quintuple helix* memiliki peran sebagai *helix* nonorganik. Lingkungan alami bukan subjek, melainkan sebagai dasar dari model *helix* akademisi, pelaku industri, masyarakat dan pemerintah dalam mengambil keputusan dan pemilihan tindakan. Kota Probolinggo, modal alami diterapkan sebagai cara hidup melalui wawasan lingkungan hidup menentukan produksi inovasi dan pengetahuan sehingga dapat memajukan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. *Quintuple helix* efektif menjelaskan hubungan antara aspek politik, ekonomi, sosial, dan pendidikan yang didasari oleh lingkungan alam sebagai pendukung. Lingkungan alam dalam konteks ini merupakan lingkungan di Kota Probolinggo. Bagian di Kota Probolinggo meliputi wilayah daratan, lautan, pesisir, dan sungai. Terdapat tiga unsur lingkungan yang berkaitan dengan Kota Probolinggo, meliputi lingkungan alami, lingkungan ekonomi, dan lingkungan sosial-budaya. Sehingga penelitian ini mengidentifikasi *helix* lingkungan alami sebagai *helix* terakhir dalam model *quintuple helix* justru menunjukkan pengabaian pelaku inovasi dalam menempatkan posisi alam sebagai dasar dari keberlanjutan inovasi (Prasetyanti & Kusuma, 2020).

KESIMPULAN

Guna mewujudkan City Branding Kota Probolinggo, Pemerintah Kota Probolinggo mengarahkan seluruh Instansi Pemerintahan, lembaga pendidikan, pihak swasta, dan masyarakat Kota Probolinggo untuk ikut serta dalam penguatan dan promosi city branding. Penguatan *Impressive Probolinggo City* sebagai branding city Kota

Probolinggo dengan melibatkan lima pihak yang sesuai dengan teori quintuple helix. Model quintuple helix merupakan keterlibatan lima unsur sekaligus dalam pengembangan inovasi. Lima unsur tersebut adalah sistem pendidikan, sistem ekonomi, sistem masyarakat, sistem politik, dan sistem lingkungan. Lima unsur dalam mengembangkan inovasi akan saling bekerja sama dan saling berhubungan antara sistem yang satu dengan sistem lainnya. Pengembangan inovasi tersebut setiap aktor akan bertindak sesuai dengan peran, keahlian, dan kompetensi yang dimiliki. Helix pertama, sumbangsih ilmu dan penemuan dari akademisi membantu dan mendukung bentuk pembangunan Kota Probolinggo, meningkatkan pemberdayaan masyarakat, meningkatkan perekonomian masyarakat maupun perekonomian daerah, memacu kreatifitas masyarakat, dan tetap meningkatkan kepedulian dan kelestarian lingkungan di Kota Probolinggo. Selain itu akademisi dapat menyalurkan ilmu dan penemuan melalui bentuk pengabdian kepada masyarakat dan penelitian yang mendalam yang dapat menjadi referensi acuan Pemerintah. Secara otomatis dapat menguatkan city branding Kota Probolinggo dengan Impressive Probolinggo City melalui peran akademisi. Helix kedua, sumbangsih pelaku ekonomi dengan prinsip ekonomi biru, ekonomi hijau, dan ekonomi kreatif membantu dan mendukung bentuk pembangunan Kota Probolinggo, meningkatkan pemberdayaan masyarakat, meningkatkan perekonomian masyarakat maupun perekonomian daerah, memacu kreatifitas masyarakat, dan tetap meningkatkan kepedulian dan kelestarian lingkungan di Kota Probolinggo. Serta pelaku ekonomi semakin meningkatkan produksi dan distribusi potensi lokal seperti potensi kelautan, potensi buah mangga dan buah anggur, potensi kesenian khas Pandhalungan, dan potensi lainnya. Secara otomatis dapat menguatkan city branding Kota Probolinggo dengan Impressive Probolinggo City melalui peran pelaku ekonomi. Helix ketiga, sumbangsih masyarakat dengan masyarakat berbasis media dan berbasis budaya dalam konteks ini merupakan pihak masyarakat Kota Probolinggo ikut serta dalam mengelola potensi lokal di Kota Probolinggo, menjaga kelestarian lingkungan, ikut melestarikan budaya dan kesenian pandhalungan, dan ikut mengenalkan secara luas. Serta dapat menerima dan terbuka akan wisatawan lokal maupun wisatawan internasional. Serta menunjukkan keterbukaan akan modernisasi tanpa meninggalkan budaya khas dan dapat hidup dengan keragaman suku (suku Jawa, Madura, Arab, dan Tionghoa). Secara otomatis dapat menguatkan city branding Kota Probolinggo dengan Impressive Probolinggo City melalui peran masyarakat. Helix keempat, sumbangsih Pemerintah Kota Probolinggo sangat dibutuhkan baik sebagai regulator, dinamisator, fasilitator, dan katalisator. Secara otomatis dapat menguatkan city branding Kota Probolinggo dengan Impressive Probolinggo City melalui peran pemerintah. Helix kelima, Lingkungan alami dalam model quintuple helix memiliki peran sebagai helix nonorganik. Lingkungan alami bukan subjek, melainkan sebagai dasar dari model helix akademisi, pelaku industri, masyarakat dan pemerintah dalam mengambil keputusan dan pemilihan tindakan. Kota Probolinggo. Terdapat tiga unsur lingkungan yang berkaitan dengan Kota Probolinggo, meliputi lingkungan alami, lingkungan ekonomi, dan lingkungan sosial-budaya. Secara teknis, bentuk peran masing-masing helix sangat beragam, tidak semua helix memiliki porsi peran yang sama, dan tidak semua helix berperan sebagai penghasil inovasi. Kondisi demikian menggambarkan hubungan complementary dalam pengembangan inovasi. Di

sampling itu, dapat disimpulkan bahwa melalui keterlibatan unsur lingkungan alami dalam model inovasi di Kota Probolinggo dapat mewujudkan penguatan Impressive Probolinggo City sebagai branding Kota Probolinggo.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, V. S. N., & Lailatul, J. N. F. (2022). Pengenalan Program Dekranasda Kota Probolinggo Sebagai Mitra Pemerintah Kota Probolinggo Dalam Pengembangan Pengrajin Berdaya. *Vivabio*, 4(5), 129–135.
- Aulia, H. N. (2018). *Human Resource Training Sebagai Strategi Untuk Mencapai Corporate Sustainability Pada PT. Kutai Timber Indonesia* [Universitas Jember]. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/85058>
- Baccarne, B., Logghe, S., Schuurman, D., & Marez, L. De. (2016). Governing Quintuple Helix Innovation : Urban Living Labs and Socio-Ecological Entrepreneurship. *Technology Innovation Management Review*, 6(3), 22–30.
- Bahriyanto, S., Sugiyanto, Soepeno, B., Puji, R. P. N., Triyanto, J. R., & Prasetyo, G. (2021). Development of Mayangan Fishing Port as Probolinggo's Tourism 2012-2019. *Jurnal Historica*, 5(1), 204–227.
- Bappeda Litbang Kota Probolinggo. (2021). *Bappeda Litbang Kaji Potensi Probolinggo sebagai City of Logistic*. Bappedalitbang Kota Probolinggo. <https://bappedalitbang.probolinggokota.go.id/2021/03/bappeda-litbang-kaji-potensi-probolinggo-sebagai-city-of-logistic/>
- Bappedalitbang Kota Probolinggo. (2017). *Pemerintah Kota Probolinggo Menjalin Kerjasama Dengan Pusat Inovasi LIPI Cibinong Bogor Dalam Rangka Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Pemanfaatan Iptek*. Bappedalitbang Kota Probolinggo. <https://bappedalitbang.probolinggokota.go.id/2017/02/pemerintah-kota-probolinggo-menjalin-kerjasama-dengan-pusat-inovasi-lipi-cibinong-bogor-dalam-rangka-pemberdayaan-umkm-melalui-inovasi-pemanfaatan-iptek/>
- Biro Komunikasi dan Informasi Publik Dirjen Perhubungan Laut. (2015). *Fasilitas Pelabuhan Tanjung Tembaga Probolinggo Diresmikan*. Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. <https://dephub.go.id/post/read/fasilitas-pelabuhan-tanjung-tembaga-probolinggo-diresmikan?language=id>
- Dimiyati, A. (2014). *Prospek Pengembangan Usaha Agroindustri Pembekuan Ikan Pada PT. Sulindo Probolinggo* [Universitas Jember]. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/18493>
- Dispopar Kota Probolinggo. (2019). *Logo Impressive Probolinggo City*. Dinas Kepemudaan Olah Raga Dan Pariwisata Kota Probolinggo. 23 Februari 2023
- Fathinnah, A., Rochani, A., & Karmilah, M. (2022). Strategi City Branding Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(1), 59. <https://doi.org/10.30659/jkr.v2i1.20367>
- Fattah, M., Intyas, C. A., Utami, T. N., Sofiati, D., & Abdillah, K. I. (2021). Pemetaan Posisi Keunggulan Ekowisata Bee Jay Bakau Resort. *Jurnal Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan*, 18(2), 129–139. <http://ejournal.forda-mof.org/ejournal-litbang/index.php/JPSEK/article/view/6036>
- Fitria, N. J. L. (2021). *Filosofi Ragam Corak Batik Pandalungan Sebagai Identitas Kultural*

- Kota Probolinggo. *Jurnal Paris Langkis*, 1(2), 13–22.
<https://doi.org/10.37304/paris.v1i2.2508>
- Hilman, Y. A., & Megantari, K. (2018). Model City Branding Sebagai Strategi Penguatan Pariwisata Lokal Provinsi Jawa Timur. *Komunikasi Dan Kajian Media*, 2(2).
<http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/784/717>
- Humas Probolinggokota.go.id. (2022a). *Kemilau Kriya Kota Probolinggo, Bentuk Komitmen Pemkot Kembangkan Produk Unggulan UMKM*. PROBOLINGGOKOTA.GO.ID. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/kemilau-kriya-kota-probolinggo-bentuk-komitmen-pemkot-kembangkan-produk-unggulan-umkm>
- Humas Probolinggokota.go.id. (2022b). *Latih Warga Tanam Anggur dengan Teknik Tabulampot*. Probolinggokota.Go.Id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/latih-warga-tanam-anggur-dengan-teknik-tabulampot>
- Humas Probolinggokota.go.id. (2022c). *Suguhi Wisatawan Kapal Pesiar Le Laperouse Sejarah dan Budaya Probolinggo*. Probolinggokota.Go.Id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/suguhi-wisatawan-kapal-pesiar-le-laperouse-sejarah-dan-budaya-probolinggo>
- Humas Probolinggokota.go.id. (2022d). *Wisman Kapal Pesiar Kunjungi Kota Probolinggo, Upaya Pulihkan Sektor Pariwisata*. Probolinggokota.Go.Id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/wisman-kapal-pesiar-kunjungi-kota-probolinggo-upaya-pulihkan-sektor-pariwisata>
- Luthfi, A., & Widyaningrat, A. I. (2020). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan “The City Brand Hexagon” Pada Pembentukan Identitas Kota. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 315–323.
<https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/view/9178>
- Marwiyah, S., & Fitria, N. J. L. (2022). The Urgency of Blue Economy-Based Sustainable Development Education in Higher Education (Study Blue Economy Education in Probolinggo). *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 8(3), 643–654.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Permatasari, O. H. (2016). *Implementasi Program Pengembangan Kota Hijau (P2KH) Melalui Pengelolaan Dan Pelestarian Hutan Kota (Studi Di Pemerintah Kota Probolinggo)*. Universitas Brawijaya.
- Permatasari, P. I. (2017). *Pengembangan Fungsi Ekowisata Mangrove “Bee Jay Bakau Resort” Kota Probolinggo Bagi Pengunjung*. Universitas Airlangga.
- PIPP. (2020). *Investor dan Investasi di PP Mayangan*. Pusat Informasi Pelabuhan Perikanan.
http://pipp.djpt.kkp.go.id/profil_pelabuhan/1343/investasi_tenaga_kerja
- PPID Kota Probolinggo. (2019). *Kembangkan Ekonomi Kreatif Bagi Industri Kecil, Bappeda Gelar Seminar*. PPID Kota Probolinggo.
<https://ppid.probolinggokota.go.id/kembangkan-ekonomi-kreatif-bagi-industri-kecil-bappeda-gelar-seminar/>
- PPID Kota Probolinggo. (2021a). *Nasi Goreng Kebuli Mangga, Menu Baru Khas Kota Probolinggo*. PPID Kota Probolinggo. <https://ppid.probolinggokota.go.id/nasi->

- goreng-kebuli-mangga-menu-baru-khas-kota-probolinggo/
 PPID Kota Probolinggo. (2021b). *Pengurus Dekranasda Kota Probolinggo Resmi Dilantik*.
 PPID Kota Probolinggo. <https://ppid.probolinggokota.go.id/pengurus-dekranasda-kota-probolinggo-resmi-dilantik/>
- Prameswari, A. (2017). *Analisis Strategi Pengembangan Hasil Olahan Laut Di Kota Probolinggo (Studi pada UKM OlahanLaut Kota Probolinggo)*. <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/ekonomi-pembangunan/article/view/63128>
- Prasetyanti, R., & Kusuma, B. M. A. (2020). Quintuple Helix dan Model Desa Inovatif (Studi Kasus Inovasi Desa di Desa Panggungharjo, Yogyakarta). *Jurnal Borneo Administrator*, 16(3), 337–360. <https://doi.org/10.24258/jba.v16i3.719>
- Prasetyo, B. D. (2020). Strategi Komunikasi Branding Impressive Probolinggo untuk Menarik Wisatawan. *Tuturlogi*, 1(3), 151–163. <https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2020.001.03.1>
- Praswati, A. N. (2017). Perkembangan Model Helix Dalam Peningkatan Inovasi. *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis - Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 1(1), 690–705.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi*, 26(2), 126. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Probolinggokota.go.id. (2022). *Wali Kota Beri Apresiasi Perkembangan Wisata Kum-kum di Pelabuhan*. Pemerintah Kabupaten Malang. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/wali-kota-beri-apresiasi-perkembangan-wisata-kum-kum-di-pelabuhan>
- PROBOLINGGOKOTA.GO.ID. (2022). *Produk UMKM Laris Manis di TMII*. Probolinggokota.Go.Id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/produk-umkm-laris-manis-di-tmii>
- Ramli, & Muqsith, A. (2022). IMPLEMENTASI HACCP PADA PEMBEKUAN FILLET IKAN ANGGOLI (*Pristimopoides multidentis*) BENTUK SKIN ON (Studi Kasus Pada PT. Sulindo Kota Probolinggo). *Jurnal Enggano*, 7(2), 248–253.
- Rosyadi, Z. M. A., Sadili, R., Sadili, R., & Drajat, B. (2022). *Perencanaan Angkutan Perairan Gili Ketapang Di Pelabuhan Tanjung Tembaga Kota Probolinggo*. PTDI-STTD.
- Salampessy, H., & Kaisupy, T. D. (2020). The Effect of City Branding on City Image in Ambon City. *Gorontalo Management Research*, 3(2), 227–240.
- Salim, N. (2013). Kajian Manajemen Transportasi pada Daerah Pelabuhan Perikanan (Studi Kasus Di Pelabuhan Perikanan Pantai Kota Probolinggo). *Jurnal IlSEI Jember*, 3(1), 303–315.
- Sandra, L., & Riayah, H. (2015). Proses Pembekuan Fillet Ikan Anggoli Bentuk Skin On Di Cv. Bee Jay Seafoods Probolinggo Jawa Timur. *Samakia : Jurnal Ilmu Perikanan*, 6(1).
- Saputera, A. R., & Hasanudin. (2017). Desain Kapal Penyeberangan Sebagai Sarana Transportasi, Rekreasi, dan Edukasi di Pulau Gili Ketapang, Probolinggo, Jawa Timur. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2), 2–7.
- Satria, F., & Fadillah, F. (2021). Konsep City Branding dan Identifikasi Nilai Lokal pada Kota-Kota Indonesia dalam Mendukung Nation Branding Indonesia. *Jurnal Desain*, 8(2), 147. <https://doi.org/10.30998/jd.v8i2.8118>
- Septiandika, V., Fitria, N. J. L., & Hanifah, E. (2022). Sosialisasi Blue Economy :

- Menanamkan Semangat Wirausaha Yang Berwawasan Lingkungan di Kota Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN)*, 3(1), 39–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.66>
- Septiandika, V., & Lailatul Fitria, N. J. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Kreatifitas Usaha terhadap Pengembangan UMKM (Riset UMKM Sektor Ekonomi Biru di Kecamatan Mayangan, Kota Probolinggo). *Eksos*, 18(1), 58–70. <https://doi.org/10.31573/eksos.v18i1.441>
- Setiawan, S. A., & Cahyono, A. B. (2021). Analisis Pariwisata Kota Probolinggo dan Fasilitas Pendukungnya Menggunakan Algoritma A*. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), 175–180. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.66024>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyanto, & Fitria, N. J. L. (2022a). Modal Sosial Dan Potensi Wisata Dalam Pengembangan Kompleks Pariwisata Pelabuhan Kota Probolinggo Berbasis Masyarakat Pendahuluan lokal dengan melibatkan norma dan nilai sebagai fasilitasi serta menciptakan kolaborasi dapat mudah serta cepat teratasi tanp. *Entita*, 4(2).
- Supriyanto, & Fitria, N. J. L. (2022b). Pengembangan Wisata Lokal Di Kompleks Pelabuhan Kota Probolinggo Dengan Partisipasi Masyarakat Serta Dimediasi Pemerintah Daerah. *Empati*, 11(1).
- Suryawati, S. H., & Pramoda, R. (2016). Dampak Ekonomi Pemberlakuan Peraturan Menteri Kelautan Dan Perikanan No. 2 Tahun 2015 Terhadap Aktivitas Usaha Nelayan Cantrang Di Kota Probolinggo, Jawa Timur. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 2(2), 45. <https://doi.org/10.15578/marina.v2i2.6300>
- Tresna, P. W., Chan, A., & Herawaty, T. (2019). City Branding of Pangandaran District as a City of Tourism. *Abdispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 63–71. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v4i1.19813>
- Trilaksono, A., & Sudarso, I. (2021). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bongkar Muat Barang Di Pelabuhan Probolinggo (Studi Kasus PT Delta Arta Bahari Nusantara Cabang Probolinggo). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 6(2), 95–100.
- Wardani, M. P. (2015). *Strategi Pengelolaan Dan Pengembangan Pelabuhan Pada Unit Pelaksana Teknis (UPT) Pelabuhan Perikanan Mayangan Sebagai Basis Program Fishery Town Di Kota Probolinggo, Jawa Timur*. Universitas Brawijaya.
- Wulansari, D. E., Wirawan, A. . B., & Asmariati, A. . I. (2019). Perkembangan Kesenian Pendalungan di Kota Probolinggo Jawa Timur Tahun 1984-2018. *Humanis*, 23(4), 304–310. <https://doi.org/10.24843/jh.2019.v23.i04.p08>
- Zainuri, A. M., Hadianoro, S., & Prihanta, W. (2016). Pengembangan Kawasan Minapolitan Melalui Pemberdayaan UKM Pengolahan Ikan Pasca Produksi. *Senaspro*, 1(1), 552–565. <http://research-report.umm.ac.id/index.php/research-report/article/view/860/1064>