

**ANALISIS PENERAPAN *SMART BRANDING* DALAM BIDANG
PARIWISATA DI KAWASAN *PAHLAWAN STREET CENTER* KOTA
MADIUN**

SKRIPSI



OLEH:

DIAN NUUR HANIIFAH

NIM 19240732

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2023

HALAMAN LOGO



ANALISIS PENERAPAN *SMART BRANDING* DALAM BIDANG
PARIWISATA DI KOTA MADIUN

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir
dan Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Program Studi
Ilmu Komunikasi



Oleh:

DIAN NUUR HANIIFAH

NIM:

19240732

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Dian Nuur Haniifah / 19240732 ini,

Telah diperiksa untuk disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 5 Juli 2023

Dosen Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Dosen Pembimbing II



Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Dian Nuur Haniifah / 19240732 ini,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Kamis

Tanggal : 20 Juli 2023

Pukul : 08.00

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

Penguji II



Drs. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503

Penguji III



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Mengetahui,
Dekan



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

MOTTO

“Jangan takut melangkah melewati semua rintangan yang ada selama kata hatinuranimu berkata lakukan”.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Nuur Haniifah

Alamat : Jl. Pilang Widya No.7 Kel. Pilang Bango Kec. Kartoharjo
Kota Madiun

No.Identitas (NIM) : 19240732

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan yang berjudul “Analisis Penerapan *Smart Branding* Dalam Bidang Pariwisata di Kota Madiun” merupakan hasil dari observasi, pemikiran, dan penjelasan karya ilmiah saya sendiri. Karya ilmiah ini seluruhnya merupakan karya intelektual hasil usaha penulis serta seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah sesuai dengan kaidah akademik. Semua pihak yang telah terlibat dan telah memberikan kontribusi pada isi karya ilmiah ini, kecuali jika ada hal-hal yang terkait dengan gaya penulisan dan struktur kalimat telah dicantumkan pada karya ilmiah ini sesuai kaidah penulisan.

Ponorogo, 5 juli 2023


(Dian Nuur Haniifah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Penerapan *Smart Branding* Dalam Bidang Pariwisata Di Kota Madiun”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan kepada penulis.
2. Ibu Krisna Megantari, S.Sos, M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Niken Lestari, M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan serta memberi banyak ilmu kepada penulis.

4. Seluruh dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Pemerintah Kota Madiun dan pengunjung wisata *Pahlawan Street Center (PSC)* yang mengizinkan melakukan penelitian, banyak membantu dan memberikan banyak informasi untuk mendukung penelitian yang dilakukan penulis.
6. Teman – teman seperjuangan terutama kepada Fayza Asmila, Namira Novadisa, Rias Puji yang telah membantu, memberi semangat dan dukungan untuk mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada Yoga Putra Prasetya yang selalu memberi waktu, semangat, dukungan, doa serta terus memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi.

Ucapan terimakasih yang sangat pribadi penulis sampaikan kepada ibunda Rusdiana yang telah merawat, mendidik, mencurahkan kasih sayang yang tak terhingga, memberikan doa, dukungan, semangat dan dorongan baik moril, materiil dan spiritual. Serta kepada seluruh keluarga besar mochsini dan nenek Indiyah yang selalu memberikan semangat dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

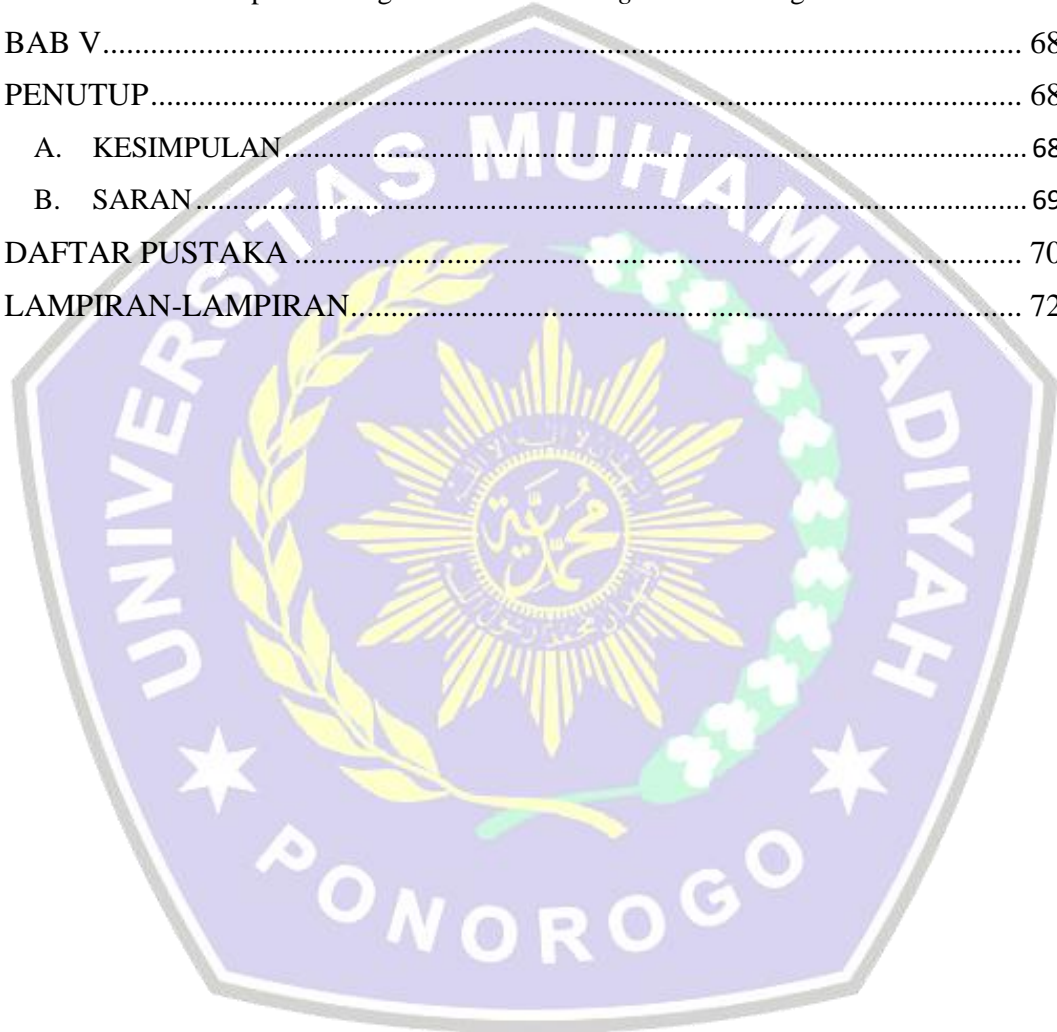
Madiun, 5 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

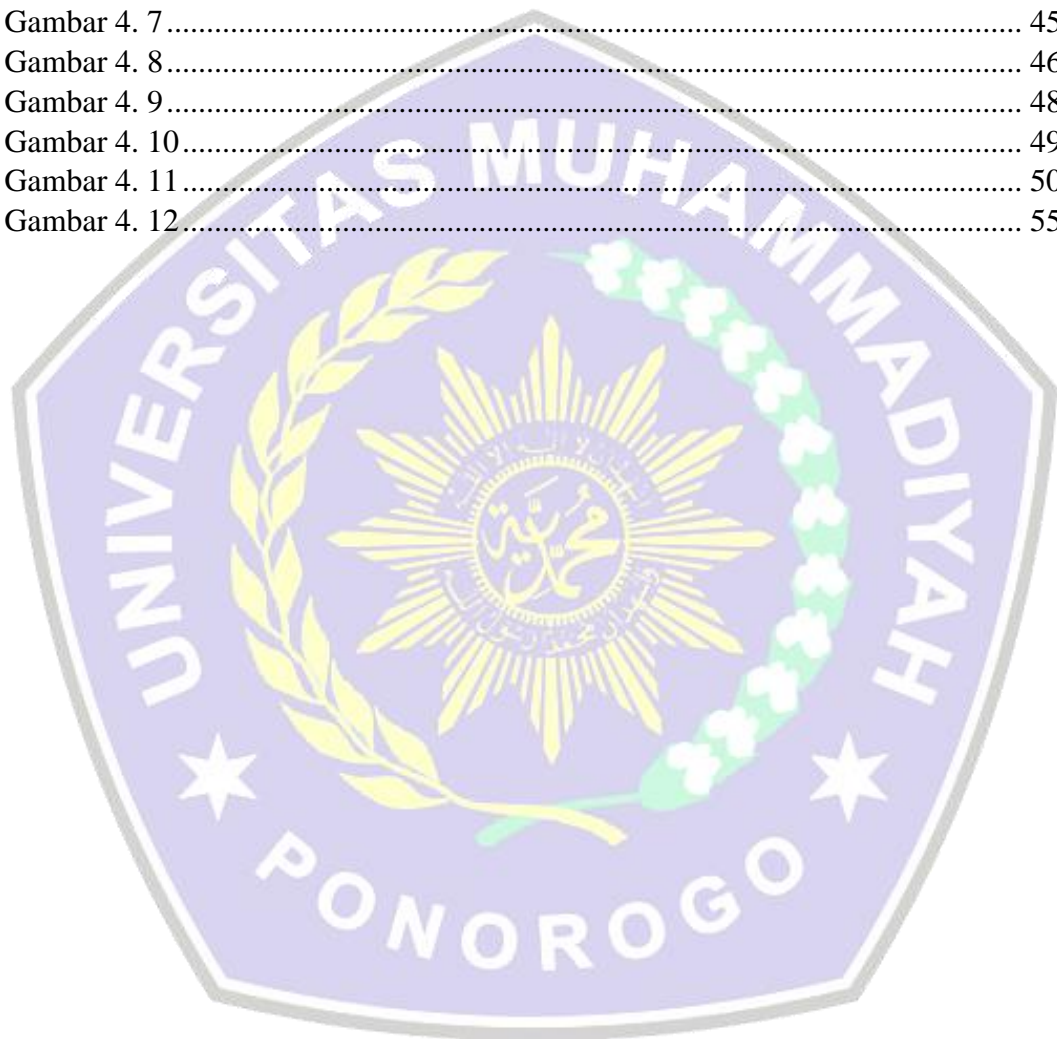
HALAMAN LOGO	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRAC</i>	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori	8
B. Kerangka Berpikir	17
BAB III	18
METODE PENELITIAN	18
A. Tempat dan Waktu	18
B. Jenis Penelitian	18
C. Subjek dan Objek Penelitian	19
D. Data dan Sumber Data	19
E. Informan Penelitian	20
F. Teknik Analisis Data Teknik	21
G. Pengumpulan Data	22

H. Validasi Data.....	24
BAB IV	25
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
A. Penerapan Smart City di Kota Madiun	25
B. Hasil Penelitian Smart Branding di Bidang Pariwisata.....	29
C. Strategi Branding Marketing Mix 11P.....	31
D. Analisis Interpretasi Program <i>Smart Branding</i> dalam Bidang Pariwisata	56
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
A. KESIMPULAN.....	68
B. SARAN.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	72



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4. 1.....	31
Gambar 4. 2.....	35
Gambar 4. 3.....	36
Gambar 4. 4.....	38
Gambar 4. 5.....	39
Gambar 4. 6.....	41
Gambar 4. 7.....	45
Gambar 4. 8.....	46
Gambar 4. 9.....	48
Gambar 4. 10.....	49
Gambar 4. 11.....	50
Gambar 4. 12.....	55



ABSTRAK

ANALISIS PENERAPAN *SMART BRANDING* DALAM BIDANG PARIWISATA DI KOTA MADIUN

DIAN NUUR HANIIFAH

(19240732)

Skripsi ini berjudul “Analisis Penerapan *Smart Branding* Dalam Bidang Pariwisata Di Kota Madiun”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penerapan smart branding dibidang pariwisata yang sesuai dengan konsep bauran marketing *mix* 11P. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yang merupakan gambaran atau deskriptif mengenai keadaan suatu objek tentang pendalaman secara spesifik dan transparan. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan akan dijabarkan menggunakan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) 11P sebagai landasan pengetahuan penulis dalam penyusunan. Unsur *marketing mix* 11P ini terdiri dari: 1) *Product*, 2) *Price*, 3) *Promotion*, 4) *Place*, 5) *People*, 6) *Public relation*, 7) *Physical evidence*, 8) *Power*, 9) *Pressure* 10) *Performance* 11) *Process*. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dapat disimpulkan proses strategi penerapan program smart branding dibidang pariwisata menonjolkan ikon khas Kota Madiun berupa pecel dan pencak silat serta dilengkapi dengan miniatur dari beberapa negara seperti patung Merlion Singapura, kereta cepat Skinkasen Jepang, Ka’bah Arab Saudi, Menara Eifel Paris, kincir angin Belanda yang masih proses pembangunan serta ikon rumah-rumah bergaya eropa. Selain itu, pencukupan fasilitas sebagai penunjang kenyamanan dan keamanan pengunjung menjadi faktor penting yang sangat diperhatikan dan menjadi unggulan dalam wisata di Kota Madiun.

Kata Kunci: Strategi, Branding, Pariwisata

ABSTRAC

ANALYSIS OF THE APPLICATION OF SMART BRANDING IN THE TOURISM FIELD IN THE CITY OF MADIUN

DIAN NUUR HANIIFAH

(19240732)

This thesis is entitled "Analysis of the Application of Smart Branding in the Tourism Sector in the City of Madiun". The purpose of this study is to determine the strategy for implementing smart branding in the tourism sector in accordance with the 11P marketing mix concept. In this study using a qualitative descriptive research method which is a description or description of the state of an object regarding specific and transparent insight. The techniques used in collecting data in this study were observation, interviews and documentation. Based on the research conducted, it will be described using the 11P marketing mix theory as the basis for the author's knowledge in preparation. The 11P marketing mix elements consist of: 1) Product, 2) Price, 3) Promotion, 4) Place, 5) People, 6) Public relations, 7) Physical evidence, 8) Power, 9) Pressure 10) Performance 11) Process. The results of the research conducted by the author can be concluded that the strategic process of implementing the smart branding program in the field of tourism highlights the distinctive icons of the City of Madiun in the form of pecel and pencak silat and is equipped with miniatures from several countries such as the Singapore Merlion statue, the Japanese Skinkasen fast train, the Kaaba of Saudi Arabia , Paris Eifel Tower, Dutch windmills that are still under construction and icons of European-style houses. In addition, the provision of facilities to support the comfort and safety of visitors is an important factor that is very concerned about and is a priority in tourism in the City of Madiun.

Keywords: Strategy, Branding, Tourism