

**ANALISIS KONSEP STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM
BRANDING MAKAM BATHORO KATONG SEBAGAI DESTINASI
WISATA DESA SETONO KECAMATAN JENANGAN
KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI



Disusun oleh:

SULTON SAMSUL HUDA

19240713

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

2023

HALAMAN LOGO



**ANALISIS KONSEP STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM
BRANDING MAKAM BATHORO KATONG SEBAGAI DESTINASI
WISATA DESA SETONO KECAMATAN JENANGAN
KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi



Oleh :

SULTON SAMSUL HUDA

NIM : 19240713

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSTAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Sulton Samsul Huda / 19240713 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 17 Juli 2023

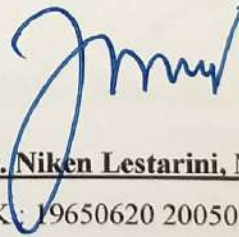
Pembimbing 1

Pembimbing 2



Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D

NIK : 19860325 201309 12



Dra. Niken Lestarini, M.Si

NIK : 19650620 200501 11

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Sulton Samsul Huda / 19240713 ini,

Telah ditetapkan didepan penguji

Pada hari : Kamis

Tanggal : 27 Juli 2023

Pukul : 10.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3



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



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN : 0020066503



Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D
NIDN : 0725038605

Mengetahui,

Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D

NIK : 19860325 201309 12

MOTTO

“Sometimes you find out what you are supposed to be doing by doing the things you are not supposed to be”

Kadang Anda menemukan apa yang seharusnya Anda lakukan dengan melakukan hal-hal yang tidak seharusnya Anda lakukan

-Oprah Winfrey-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada hentinya rasa dan ucapan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayahNya. berkatNya karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan sangat baik dan penuh khidmat. Semoga Allah SWT meridhoi setiap prosesnya sehingga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembacapada umumnya.

Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW. Tanpa adanya beliau Nabi pembawa cahaya kehidupan, tidak akan merasakan indahnya belajar dan menuntut ilmu setinggi-tingginya. Semoga kita dapat merasakan syafaatnya di hari akhir. Semoga karya ilmiah ini mampu menjadikan saksi saya telah menempuh pendidikan untuk memperbanyak ilmu yang bermanfaat dan berguna bagi diri sendiri dan seluruh umat manusia.

Kepada kedua orang tua, kakak serta cintaku dengan Nim : **19240764** akan menjadi saksi bahwa kalian semua telah memberikan support sistem terbaik selama perjuangan saya menembuh perkuliahan, saya bersaksi atas kasih dansayang yang telah kalian berikan. Karya ini saya persembahkan untuk kalian semua dan untuk saya sendiri yang juga telah bertahan sejauh ini dengan jalan yang tidak mudah serta melewati gronjalan-gronjalan imoet.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Sulton Samsul Huda

Alamat : Jl. Parang Kusumo Kadipaten, Babadan, Ponorogo.

NIM : 19240713

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

Analisis Konsep Strategi Dinas Pariwisata Dalam Branding Makam Batoro Katong Sebagai Destinasi Wisata Desa Setono Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 17 Juli 2023

Yang menyatakan



(Sulton Samsul Huda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul (oraruh). Skripsi ini digunakan sebagai syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro M.Si. Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari S.Sos. M.A selaku ketua program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poltik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Ayub Dwi Anggoro M.Si. Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dorongan serta saran dengan sabar dan bertanggung jawab sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poltik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Semua pihak yang selalu memberikan dukungan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik, dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

ABSTRAK

Analisis Konsep Strategi Dinas Pariwisata Dalam Branding Makam Bathoro Katong Sebagai Destinasi Wisata Desa Setono Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo

Sulton Samsul Huda

19240713

Skripsi ini berjudul analisis konsep strategi dinas pariwisata dalam branding makam bathoro katong sebagai destinasi wisata desa setono kecamatan jenangan kabupaten ponorogo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi branding yang dilakukan oleh dinas pariwisata kabupaten ponorogo berdasarkan teori kotler. Dalam teori Kotler terdapat lima indikator yaitu: manfaat, nilai, budaya, kepribadian dan pemakai. Penelitian ini diambil dengan cara observasi dan wawancara kepada dinas pariwisata dan juga masyarakat kabupaten ponorogoyang guna kepuasan dan respon masyarakat sangat penting dalam mewujudkan strategi branding yang di bentuk oleh dinas pariwisata. Makam bathoro katong merupakan salah satu cagar budaya dan tempat wisata religi yang ada di kabupaten ponorogo dengan adat dan budaya yang dilengkapi kegiatan rutin yang diselenggarakan setiap tahun yang bertujuan untuk menarik wisatawan untuk datang ke makam bathoro katong yang berada di kabupaten ponorogo. Makam bathoro katong sebagai situs peninggalan sejarah kerajaan dengan tidak lupa mengikutsertakan hubungan antara makam dengan babad ponorogo sekaligus berdirinya kota ponorogo.

Kata kunci : Brand, Branding, Wisata

ABSTRACT

Concept Analysis of the Tourism Office Strategy in Branding Bathoro Katong Tomb as a Tourism Destination in Setono Village, Jenangan District, Ponorogo Regency

Sulton Samsul Huda

19240713

This thesis is entitled an analysis of the concept of the tourism service strategy in branding Bathoro Katong grave as a tourist destination in Setono Village, Jangan District, Ponorogo Regency. The purpose of this study was to determine the branding strategy carried out by the Ponorogo district tourism office based on Kotler's theory. In Kotler's theory there are five indicators, namely: benefits, values, culture, personality and users. This research was taken by means of observation and interviews with the tourism office and also the people of Ponorogo district. For the satisfaction and response of the community, it is very important in realizing the branding strategy formed by the tourism office. Bathoro Katong Tomb is a cultural heritage and religious tourism spot in Ponorogo Regency with customs and culture which is complemented by routine activities held every year which aims to attract tourists to come to Bathoro Katong Tomb in Ponorogo Regency. The tomb of Bathoro Katong is a royal historical heritage site by not forgetting to include the relationship between the tomb and the chronicle of Ponorogo as well as the founding of the city of Ponorogo.

Keywords : Brand, Branding, Tourism

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian Teori	6
1) Brand	6
2) Branding	10
3) Pariwisata	21
B. Kerangka Pikir	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Tempat dan Waktu	24
1. Tempat Penelitian.....	24
2. Waktu Penelitan.....	24
B. Jenis Penelitian.....	24
C. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	25

D. Data dan Sumber Data	25
1. Jenis Data.....	25
2. Sumber Data Penelitian	26
3. Data Informan.....	27
4. Teknik Pengumpulan Data	28
5. Teknik Analisis Data	29
6. Penelitian Terdahulu.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum.....	32
B. Hasil Penelitian	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Gerbang Masuk Makam 3	32
Gambar 4. 2 Peziarah Makam.....	33
Gambar 4. 3 Pintu Masuk Makam	35
Gambar 4. 4 Media Sosial Promosi.....	37
Gambar 4. 5 Bangunan Masjid Area Makam.....	39
Gambar 4. 6 Masyarakat Peziarah	40
Gambar 4. 7 Media Sosial Pemerintah Kabupaten	41
Gambar 4. 8 Bupati dan Wakil Bupati Berziarah.....	44
Gambar 4. 9 Makam Raden Kathong.....	47

