

**CULTURAL BRANDING KAMPUNG PESILAT KABUPATEN MADIUN
PADA DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN
MADIUN**

SKRIPSI



Oleh :

AHMAD NURSAID

NIM : 16240486

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020



**CULTURAL BRANDING KAMPUNG PESILAT KABUPATEN MADIUN
PADA DINAS PARIWISATA PEMUDA DAN OLAHRAGA KABUPATEN
MADIUN**

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 :

AHMAD NURSAID

NIM : 16240486

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

iii

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Ahmad Nursaid / 16240486 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 17 Juli 2020

Pembimbing I



Krisna Megantari, M.A

NIDN: 0724048604

Pembimbing II



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIDN: 0725038605

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Ahmad Nursaid ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

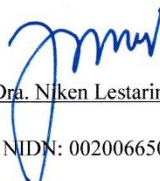
Pada hari : Kamis

Tanggal : 6 Agustus 2020

Pukul : 09:00 – 10:00 WIB

DEWAN PENGUJI


Penguji I


Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN: 0020066503

Penguji II


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN: 0725038605

Penguji III


Krisna Megantari, M.A
NIDN: 0724048604

Mengetahui,

Dekan




Drs. Jusuf Harsono, M.Si

NIK: 19620113 198909 12

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya”

(Q.S. Al Baqarah : 286)

“Takut gagal bukanlah alasan untuk tidak mencoba sesuatu”

(Frederick Smith)

“You Can If You Think You Can”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Bapak, Ibu serta kakak ku yang telah memberikan semangat dan dukungan kepadaku untuk terus semangat dalam menyelesaikan apapun. *Thank you for everything*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Cultural Branding Kampung Pesilat Kabupaten Madiun Pada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten 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 Drs. Jusuf Harsono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Krisna Megantari, M.A, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan dukungan, nasihat serta meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini

4. Bapak Isbani, selaku Ketua Bidang Pengembangan Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Madiun yang telah bersedia memberikan informasi terkait data yang diperlukan di skripsi ini
5. Ibu Andri Sulistiani, selaku Ketua Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Madiun yang telah memberikan informasi terkait data di skripsi ini
6. Bapak Sigit Budiarto, selaku Sekretaris Ikatan Pencak Silat Seluruh Indonesia Kabupaten Madiun yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam skripsi ini
7. Masyarakat Kabupaten Madiun yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuosiner terbuka sebagai informan dalam penelitian ini
8. Kedua Orang tua yang selalu memberikan nasihat nasihat positif, dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Kakak ku yang selalu mengingatkan dan menyemangati dalam penyusunan skripsi
10. Sahabat – sahabatku yang telah memberikan semangat serta motivasi
11. Seluruh teman – teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2016
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan motivasi kepada peneliti dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis 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.

Ponorogo, 14 Juli 2020

Penulis



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Nursaid

Alamat : Desa Garon RT 17 RW 03, Kec. Balerejo Kab. Madiun

No. Identitas (NIM) : 16240486

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

Cultural Branding Kampung Pesilat Kabupaten Madiun Pada Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun 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, 14 Juli 2020

Yang menyatakan,



(Ahmad Nursaid)

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN LOGO | ii |
| HALAMAN JUDUL | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH | xi |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| ABSTRAK | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |

| | |
|--|-----|
| KAJIAN TEORI | 8 |
| A. Komunikasi Pariwisata | 8 |
| B. Strategi Branding | 15 |
| C. Pesilat dan Pencak Silat | 19 |
| D. Teori Brand Destination | 21 |
| KERANGKA PIKIR | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 27 |
| A. Tempat dan Waktu | 27 |
| B. Jenis Penelitian | 28 |
| C. Subjek Penelitian | 28 |
| D. Data dan Sumber Data | 29 |
| E. Teknik Sampling | 32 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| G. Validitas Data | 35 |
| H. Teknik Analisis Data | 35 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 38 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 38 |
| B. Kampung Pesilat Kabupaten Madiun | 41 |
| C. Strategi Cultural Branding Kampung Pesilat | 45 |
| 1. Brand Culture | 45 |
| 2. Brand Character | 65 |
| 3. Brand Personality | 78 |
| 4. Brand Name | 90 |
| 5. Brand Logo dan Symbols | 100 |
| 6. Brand Slogan | 111 |
| BRAND COMMUNICATION | 116 |
| 1. Founding Person | 117 |
| 2. Seluruh Masyarakat Kabupaten Madiun | 119 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 3. Media | 124 |
| D. Interpretasi | 127 |
| BAB V PENUTUP | 134 |
| A. Kesimpulan | 134 |
| B. Saran | 135 |
| DAFTAR PUSTAKA | 138 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN | 140 |



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1 : Peta Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Madiun
- Gambar 2 : Berita Penetapan Madiun menjadi Kampung Pesilat Dunia
- Gambar 3 : Berita Madiun Gudangnya Pesilat
- Gambar 4 : Berita 14 Perguruan Silat Kabupaten Madiun
- Gambar 5 : Gedung Padepokan Kampung Pesilat
- Gambar 6 : Berita Bentrok Antar Pesilat
- Gambar 7 : Berita Bentrok Antar Pesilat
- Gambar 8 : Berita Bentrok Antar Pesilat
- Gambar 9 : Berita Bentrok Antar Pesilat
- Gambar 10 : Berita publikasi tentang seminar kampung pesilat
- Gambar 11 : Poster Festival Kampung Pesilat 2018
- Gambar 12 : Poster Festival Kampung Pesilat 2019
- Gambar 13 : Berita Publikasi Tentang Festival Kampung Pesilat 2018
- Gambar 14 : Berita Publikasi Tentang Festival Kampung Pesilat 2018
- Gambar 15 : Berita Publikasi Tentang Festival Kampung Pesilat 2019
- Gambar 16 : Berita Publikasi Tentang Festival Kampung Pesilat 2018

Gambar 17 : Publikasi Launching Logo Kampung Pesilat

Gambar 18 : Logo Kabupaten Madiun Kampung Pesilat Indonesia

Gambar 19 : Penerapan Slogan Dalam Desain Logo

Gambar 20 : Bapak Ahmad Damawi Mengenalkan Kampung Pesilat Melalui
Event Festival Kampung Pesilat

Gambar 21 : Bapak Ahmad Damawi Mengenalkan Kampung Pesilat Pada
Kunjungan Konsulat Jenderal Amerika Serikat

Gambar 22 : Bapak Ahmad Damawi Mengenalkan Kampung Pesilat Ketika di
AS

Gambar 23 : Produk Yang Dipasarkan Oleh Masyarakat

Gambar 24 : Publikasi Yang Dilakukan Masyarakat dan Pemerintah Kabupaten
Madiun



DAFTAR TABEL

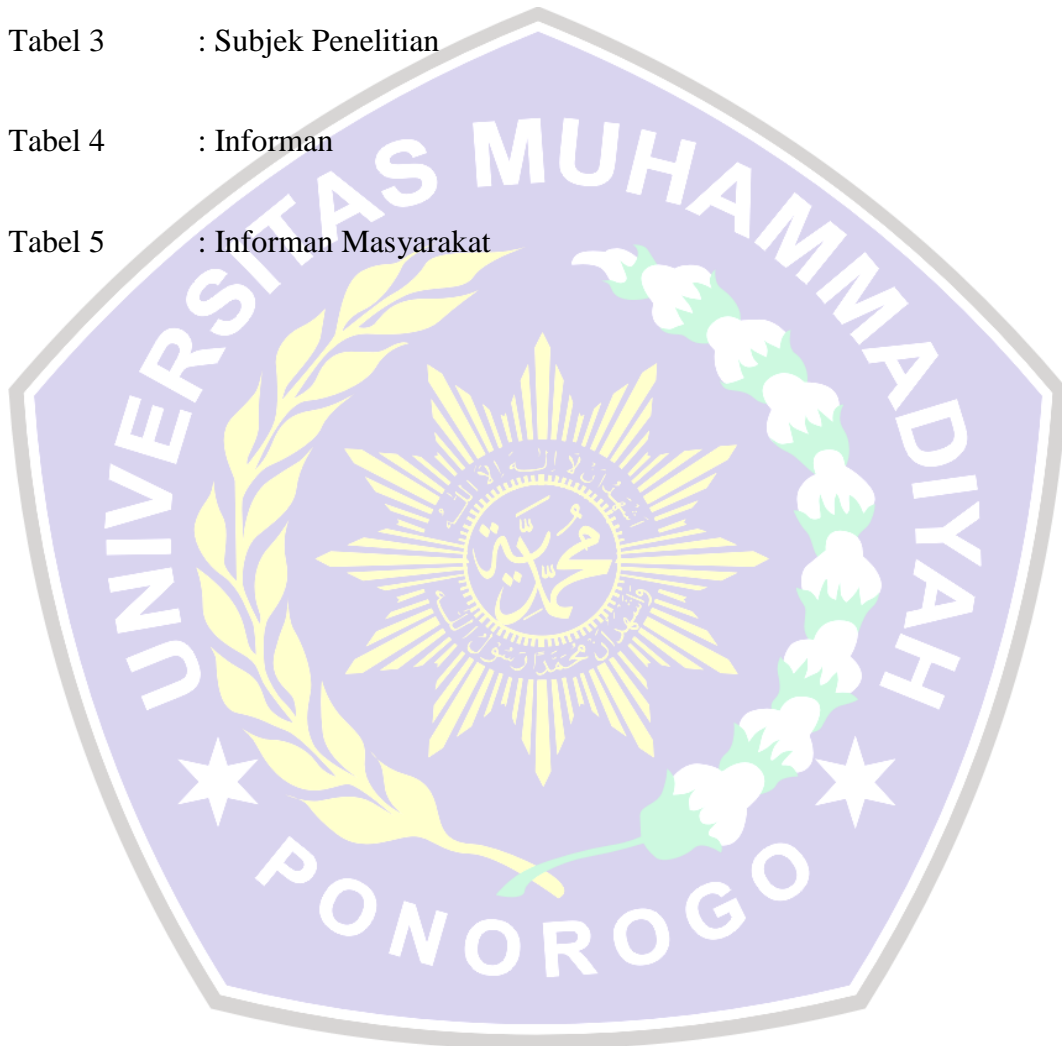
Tabel 1 : Kerangka Pikir

Tabel 2 : Jadwal Penelitian

Tabel 3 : Subjek Penelitian

Tabel 4 : Informan

Tabel 5 : Informan Masyarakat



DAFTAR LAMPIRAN

- 1.1 Lampiran Pedoman Wawancara
- 1.2 Lampiran Proses Wawancara
- 1.3 Lampiran Ijin Penelitian
- 1.4 Lampiran Dokumen



ABSTRAK

CULTURAL BRANDING KAMPUNG PESILAT KABUPATEN MADIUN PADA DINAS PARIWISATA PEMUDAN DAN OLAAHRAGA KABUPATEN MADIUN

AHMAD NURSAID

16240486

Kabupaten Madiun memiliki potensi budaya pencak silat yang tinggi yang dibuktikan dari adanya 14 perguruan silat yang ada di Kabupaten Madiun. Namun pencak silat dan pesilat sering dianggap negatif oleh masyarakat karena seringnya melakukan kericuhan. Melalui pembentukan Kampung Pesilat, Pemerintah Kabupaten Madiun melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun bertujuan untuk menghapus stigma negatif tentang pencak silat sekaligus mengangkat potensi pencak silat sebagai ikon *cultural branding* Kabupaten Madiun. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui *cultural branding* Kampung Pesilat yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan cara membuat deskripsi secara faktual sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan. Peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan teknik wawancara mendalam, wawancara online, observasi lapangan, serta dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara dengan pihak terkait dengan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun, Ikatan Pencak Silat Indonesia wilayah Kabupaten Madiun, serta beberapa masyarakat Kabupaten Madiun. Proses analisis dilakukan dengan cara menggunakan teori *Brand Destination* milik Ristianto yang meliputi *Brand Culture, Brand Character, Brand Personality, Brand Name, Brand Logo and Symbols, Brand Slogan*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Madiun melalui Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun dalam menjalankan *cultural branding* kampung pesilat telah menjalankan dan memenuhi aspek dari teori *Brand Destination*, meskipun dalam pelaksanaannya masih belum maksimal.

Kata Kunci : Kabupaten Madiun, Kampung Pesilat, Cultural Branding

ABSTRACT

CULTURAL BRANDING OF “KAMPUNG PESILAT KABUPATEN MADIUN” AT THE DEPARTMENT OF YOUTH, SPORT, AND TOURISM OF MADIUN REGENCY

AHMAD NURSAID

16240486

Madiun Regency has a high potential culture, that is “Pencak Silat”. It’s evidenced by the existence of 14 silat colleges in Madiun Regency. For some people, “Pencak Silat” and fighters have negative impression because in their opinion they did disturbance. Through the formation of “Kampung Pesilat” , the government of Madiun district through youth and sport tourism office of Madiun Regency aims to remove the negative stigma about “Pencak Silat” while lifting the potential of “Pencak Silat” as an icon of the cultural branding Madiun Regency. The purpose of this research is to know the cultural branding of “Kampung Pesilat” implemented by youth and sport tourism office of Madiun Regency. The type of research used is qualitative descriptive by making factual description according to the data obtained in the field. Researcher gathers the datas using depth interview techniques, online interview, field observations, and documentation. Researcher conducted interview with related person that are youth and sports tourism office of Madiun Regency, Ikatan Pencak Silat Indonesia, and several people in Madiun Regency. The process of analysis is done by using the Brand Destination theory of Ristiano which includes Brand Culture, Brand Character, Brand Personality, Brand Name, Brand Logo and Symbols, Brand Slogan. The result of this study shows the Government of Madiun through youth and sports tourism office of Madiun Regency in carrying out cultural branding of “Kampung Pesilat” has been running and fulfilling aspects of the Brand Destination theory, although the implementation is still not maximal.

Keyword : Madiun Regency, “Kampung Pesilat”, Cultural Branding