

**STRATEGI *DESTINATION BRANDING* WISATA PEDESTRIAN FACE
OFF JL. HOS COKROAMINOTO OLEH PEMERINTAH KABUPATEN
PONOROGO**

SKRIPSI



INDAH NUR SAFIRA

17240609

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN LOGO



**STRATEGI *DESTINATION BRANDING* WISATA PEDESTRIAN FACE
OFF JL. HOS COKROAMINOTO OLEH PEMERINTAH 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 :

INDAH NUR SAFIRA

17240609

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

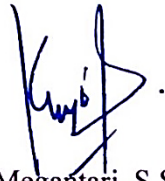
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Indah Nur Safira/17240609

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji.

Ponorogo, 09 Juli 2021

Pembimbing 1



Krisna Megantari, S.Sos., MA
NIDN. 0724048604

Pembimbing 2



Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Oleh Indah Nur Safira,

Telah dipertahankan didepan penguji

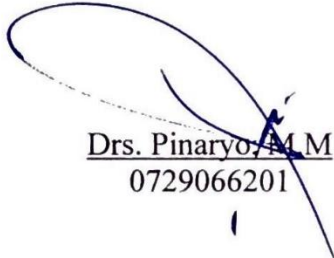
Pada hari : Senin

Tanggal : 26 Juli 2021

Pukul : 09.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji 1



Drs. Pinaryo, M.M.
0729066201

Penguji 2



Eli Purwati, M.I.Kom
0702088201


Penguji 3



Krisna Megantari, M.A.
0724048604

Mengetahui,

Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, P.hD
NIK. 1986032520130913

HALAMAN MOTTO

“Be kind to yourself, Be kind to the others, Enjoy your life,

It’s the only you’ve got”



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan seluruh Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “STRATEGI *DESTINATION BRANDING* WISATA PEDESTRIAN FACE OFF JL. HOS COKROAMINOTO”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit juga bantuan, arahan, saran dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Dwi Megantari, M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Ponorogo, serta selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi saya, yang banyak memberikan arahan, masukan dalam penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua serta adik penulis yang senantiasa mendoakan serta mendukung penuh untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Dan masih banyak pihak lagi, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu, mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

5. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah bersedia membantu dan mendukung dalam segala hal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan Rahmat oleh Allah SWT. Selain itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis nantikan kedepannya. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 09 Juli 2021

Penulis



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indah Nur Safira

Alamat : Jalan Dewi Kunti Gang 2 No 1, Surodikraman, Ponorogo, 63419

NIM : 17240609

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“Strategi Destination Branding Wisata Pedestrian Face Off Jl. HOS Cokroaminoto oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo”

Adalah hasil observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan hasil 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 menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

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

Ponorogo, 09 Juli 2021



(Indah Nur Safira)

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Kajian Teori	8
1. Brand.....	8
2. Branding	11
3. Destination branding	13
B. Kerangka Pikir.....	22
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN.....	25
A. Tempat dan Waktu	25
B. Jenis Penelitian.....	25
C. Subjek Penelitian	26
D. Data dan Sumber Data	26
1. Jenis Data.....	26
2. Sumber Data Penelitian.....	27
3. Data Informan.....	28

E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Validitas Data	29
G. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran umum.....	32
1. Profil dan Letak Geografis Kabupaten Ponorogo	32
2. Sejarah Ponorogo.....	34
B. Strategi Destination branding Face Off JI HOS Cokroaminoto.....	35
1. Latar Belakang Pembangunan Face Off JI HOS Cokroaminoto	35
2. Konsep Destination branding Face off JI HOS Cokroaminoto.....	37
3. Tahapan Strategi Destination branding Face off JI HOS Cokroaminoto..	39
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
Lampiran 1	69
Lampiran 2.....	72
Lampiran 3.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Destination branding Framework, adapted from Giannopoulos et al. (2008).....	15
Gambar 2 Sumber : ponorogo.go.id.....	32
Gambar 3 lampu taman bercorak burung merak.....	39
Gambar 4 Slogan / Tagline Ponorogo hebat	45
Gambar 5 Icon Patung Warok.....	48
Gambar 6 Website Kompasiana dan Pemerintah Kab. Ponorogo	52
Gambar 7 Instagram Pemerintah Kabupaten Ponorogo.....	53
Gambar 8 Slogan Ponorogo Hebat.....	58
Gambar 9 Komentar netizen pada instagram @pemerintahkab mengenai Face Off Hos Cokroaminoto	63

ABSTRAK

STRATEGI *DESTINATION BRANDING* WISATA PEDESTRIAN FACE OFF JL. HOS COKROAMINOTO OLEH PEMERINTAK KABUPATEN PONOROGO

Oleh

INDAH NUR SAFIRA

Skripsi ini berjudul Strategi *Destination Branding* Wisata Pedestrian Face Off Jalan HOS Cokroaminoto Oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang bagaimana strategi destination branding wisata pedestrian face off jalan Hos Cokroaminoto yang dilaksanakan pemerintah Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang dilatar belakangi oleh perkembangan pariwisata yang cukup pesat serta berpengaruh dan memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia. Hal ini juga yang menjadi fokus Pemerintah daerah Kabupaten Ponorogo saat membangun keanekaragaman wisata yang ada di Ponorogo. Kawasan yang sebelumnya hanya berupa jalan biasa yang menjadi salah satu pusat perbelanjaan masyarakat Ponorgo, kini dialihfungsikan menjadi destinasi wisata pedestrian dengan mem-branding kawasan tersebut.

Untuk mengetahui strategi *destination branding*, penelitian ini dianalisis melalui teori *destination branding strategy* dari Morgan & Pritchard. Temuan menunjukkan terdapat lima proses dalam branding destinasi wisata yang harus dijalankan oleh pemerintah dan masyarakat. Langkah pertama, menemukan dan mengembangkan berbagai langkah dan strategi apa saja yang dapat dilakukan serta dapat dikembangkan sebuah destinasi. Tahap kedua yaitu membangun identitas merek melalui ciri khas Ponorogo yang menjadi daya tarik lalu dioptimalkan oleh pemerintah. Tahap ketiga adalah memperkenalkan produk kepada masyarakat melalui berbagai media yang ada. Tahap keempat, dengan implementasi brand melalui simbol, slogan Ponorogo Hebat. Tahap kelima, monitoring dan evaluasi dilaksanakan oleh pemerintah setempat.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa upaya *destination branding* tidak hanya sebagai tanggung jawab pemerintah daerah merupakan juga kontribusi dari masyarakat setempat. Masih banyak proses yang harus dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Ponorogo agar wisata pedestrian face off Hos Cokroaminoto dapat dikenal oleh wisatawan nusantara hingga mancanegara.

Kata kunci : *Destination branding*, Wisata, Brand, Pedestrian

ABSTRACT

DESTINATION BRANDING STRATEGY FOR PEDESTRIAN TOURISM FACE OFF ST. HOS COKROAMINOTO BY THE PONOROGO REGENCY GOVERNMENT

BY :

INDAH NUR SAFIRA

This thesis is entitled Strategy Destination Branding Pedestrian Tourism Face Off Jalan HOS Cokroaminoto by the Government of Ponorogo Regency. The purpose of this study is to describe how the destination branding strategy for pedestrian face off tourism on Jalan Hos Cokroaminoto is carried out by the government of Ponorogo Regency. This study uses a qualitative descriptive research method, which is motivated by the development of tourism which is quite rapid and influential and contributes greatly to the improvement of the economy in Indonesia. This is also the focus of the local government of Ponorogo Regency when building tourism diversity in Ponorogo. The area that was previously only a normal road which became one of the shopping centers of the Ponorgo community, is now converted into a pedestrian tourist destination by branding the area.

To determine the destination branding strategy, this study was analyzed through the theory of destination branding strategy from Morgan & Pritchard. The findings show that there are five processes in branding tourist destinations that must be carried out by the government and the community. The first step is to find and develop various steps and strategies that can be carried out and a destination can be developed. The second stage is to build a brand identity through the characteristics of Ponorogo which is an attraction and then optimized by the government. The third stage is introducing the product to the public through various existing media. The fourth stage, with the implementation of the brand through the symbol, the slogan of the Great Ponorogo. The fifth stage, monitoring and evaluation is carried out by the local government.

The results of the study show that destination branding efforts are not only the responsibility of the local government but also the contribution of the local community. There are still many processes that must be carried out by the local government of Ponorogo Regency so that Hos Cokroaminoto pedestrian face off tourism can be recognized by domestic and foreign tourists.

Keywords : destination branding, tourism, brand, pedestrian