

ANALISIS STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA PAHLAWAN

STREET CENTER KOTA MADIUN

SKRIPSI



DEBBY GUSTI MAAHARANI

NIM : 17240583

PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN LOGO



**ANALISIS STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA PAHLAWAN
STREET CENTER KOTA MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial

dan Ilmu Politik di Prodi

Ilmu Komunikasi

DEBBY GUSTI MAHARANI

172 405 83



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

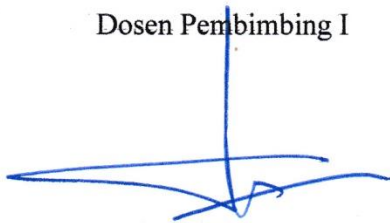
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Debby Gusti Maharani / 17240583 ini,

Telah diperiksa disetujui untuk diuji,

Ponorogo, 9 juli 2021

Dosen Pembimbing I



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.Ikom
NIDN : 0728018304

Dosen Pembimbing II



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

MOTTO

“Mahkota seseorang adalah akalnya. Derajat seseorang adalah agamanya.

Sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya.”



PENGESAHAN TEAM PENGUJI

Skripsi oleh Debby Gusti Maharani ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

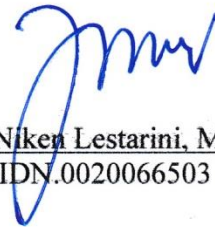
Pada : Selasa

Tanggal : 27 Juli 2021

Pukul : 09.00-10.00

DEWAN PENGUJI

Penguji I



Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN.0020066503

Penguji II



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Penguji III



Oki Cahyo N, M.I.KOM
NIDN.0728018304

Mengetahui,

Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, M.Si., Ph.D
NIK. 198603252013913

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 Strategi Branding Destinasi Wisata Pahlawan street Center Kota Madiun”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Srata Satu (SImu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan 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, M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unervisitas Muhammadiyah Ponorogo
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak oky dwi cahyono, S.sn., M.Ikom_Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan maupun bantuan yang tidak bias penulis ungkapkan
4. Ibu Fitri Sukrismawati , S.Pd yang mambantu saya dalam mengali data

5. Bapak Agus Supriyo dan Ibu Budi Purwati, orang tua yang selalu memeberikan support
6. Helena Gusti Syaharani adikku selalu memberikan semangat dan menemani saya menyelesaikan skripsi
7. Indah Nur Safira, meilita permatasari, Ludvita Isnandar, Sahabat di kampus yang selalu memberikan semangat
8. Seluruh Dosen dan tenaga kerja Di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi, selalu memberikan bimbingan berupa ilmu dan pengetahuan

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.

Ponorogo, 6 juli 2021

Penulis

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Debby Gusti Maharani

Alamat : Ds. Jetis Kec.Dagangan Kab.Madiun

No.Identitas (NIM) : 172 405 83

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

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 penulis.

Ponorogo,09 Juli 2021



(Debby Gusti Maharani)

DAFTAR ISI

ANALISIS STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA PAHLAWAN STREET CENTER KOTA MADIUN	i
HALAMAN LOGO	i
ANALISIS STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA PAHLAWAN STREET CENTER KOTA MADIUN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO	iv
PENGESAHAN TEAM PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN PENELITIAN	4
D. MANFAAT PENELITIAN	5
BAB II	7
KERANGKA BERPIKIR	17
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19
A. TEMPAT WAKTU	19
B. JENIS PENELITIAN	19
C. SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	20

D. DATA DAN SUMBER DATA	20
D. TEKNIK PENGUMULAN DATA	21
E. VALIDITAS DATA	23
F. TEKNIS ANALISIS DATA	23
BAB IV.....	25
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	25
A. DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN	25
B. IDENTITAS INFORMAN.....	27
C. STRATEGI BRANDING PEMASARAN (MARKETING MIX 9P) OLEH DINAS PARIWISATA KOTA MADIUN.....	29
BAB V	53
PENUTUP	53
A. KESIMPULAN	53
B. SARAN.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN	57
LAMPIRAN 1	57
LAMPIRAN 2	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 logo organisasi	25
Gambar 2 Struktur Organisasi.....	26
Gambar 3 produk dari wisata Pahlawan Street Center Kota Madiun Sumber: https://madiuntoday.id/2020/09/25/gemerlap-malam-di-kota-madiun/	29
Gambar 4 Tidak ada loket tiket masuk sumber : https://lenteratoday.com/sisi-selatan-jalan-pahlawan-selesai-walikota-madiun-akan-bangun-sisi-utara/	31
Gambar 5 lokasi wisata pahlawan street center Kota Madiun Sumber: https://rri.co.id/madiun/daerah/879581/pemkot-madiun-lanjutkan-proyek-trotoar-ala-malioboro-tahap-iii	32
Gambar 6 Gambar 8 Akun youtube wisata pahlawan street center sumber : Akun youtube @Pahlawan street center	34
Gambar 7 salah satu icon wisata pahlawan street senter sumber : https://harianlenteraindonesia.co.id/2021/04/21/tempat-wisata-di-tengah-kota-madiun/	36
Gambar 8 Peresmian patung merlion sumber : https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5317022/kota-madiun-kini-punya-patung-merlion	37
Gambar 9 proses sumber : https://radarmadiun.co.id/maidi-pamer-pahlawan-street-center-ke-dprd-jateng/	40
Gambar 10 proses pembuatan wisata pahlawan street center kota madiun sumber : https://lenteratoday.com/walikota-madiun-pastikan-lapak-umkm-menjadi-umkm-heterogen/	41
Gambar 11 Proses pembuatan patung singa raja sumber : https://imgcdn.rri.co.id/__srct/b763d32e20ec5d473fd182b5c78d0964/930657/img_20201116_204927.jpg?v=1.0.3	43

Gambar 12 pengunjung pahlawan street center sumber : https://www.timesindonesia.co.id/read/news/281350/indahnyajalanpahlawanmalioboronya-kota-madiun	43
Gambar 13 wisatawan sumber : https://radarmadiun.co.id/tak-perlu-ke-luar-negeri-di-kota-madiun-ada-galeri-enam-negara/	44
Gambar 14 Bentuk fisik sumber : https://sahabatensilo.wordpress.com/2020/07/06/malioboro-hadir-di-kota-pendekar/	46
Gambar 15 Bentuk fisik yang bisa dinikmati oleh para wisatawan sumber: https://dialogpublik.com/adopsi-7-ikon-luar-negeri-walikota-madiun-face-off-kotanya/	47
Gambar 16 postingan dari Dinas pariwisata sumber : akun IG @disbutporpora.kotamadiun.....	49
Gambar 17 wawancara dinas pariwisata kota madiun sumber : peneliti	57
Gambar 18 wawancara dinas pariwisata kota madiun sumber : peneliti	58
Gambar 19 Obsevasi wisata pahlawan street center kpta madiun sumber : peneliti	59
Gambar 20 Obsevasi wisata pahlawan street center kpta madiun sumber : peneliti	60

DAFTAR TABEL

1. KERANGKA BERPIKIR.....	18
2. INFORMAN DATA.....	20
3. DESKRIPTIF LOKASI PENELITIAN.....	25
4. DAFTAR INFORMAN.....	27



ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI BRANDING DESTINASI WISATA PAHLAWAN STREET CENTER KOTA MADIUN

Oleh :

DEBBY GUSTI MAHARANI

17240583

Perkembangan kota wisata akan menjadi prospek yang menjanjikan untuk pengembangan di masa depan. Tren Kota yang merupakan pusat perhatian yang mampu menarik para wisatawan pembangunan dan pengembangan pariwisata Dengan tempat yang sangat strategis di tengah kota mungkin dapat mengembangkan sektor ekonomi kota Madiun. UMKM juga berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata. Ditambahkan dengan miniatur-miniatur yang mempercantik pariwisata kota Madiun ini, Pahlawan Street Center adalah program dan visi Walikota Madiun dan menjadikan menjadi pusat wisata kota dan juga sebagai pusat perbelanjaan. Studi ini memakai jenis penelitian deskriptif dengan cara pendekatan kualitatif. dan juga akan dipaparkan menggunakan teori bauran pemasaran atau (marketing mix 9P) yaitu : Product , Price , Place , Promotion, Proses, Physical Evidence.

Kata Kunci : Branding, Wisata Kota, Pahlawan Street Center

ABSTRACT

***STREET CENTER HEROES STREET CENTER TOURISM STRATEGIC
ANALYSIS OF MADIUN CITY***

By :

DEBBY GUSTI MAHARANI

17240583

The development of tourist cities will be a promising prospect for future development. Trends in the city which is the center of attention that is able to attract tourists for development and tourism development. With a very strategic location in the middle of the city, it is possible to develop the economic sector of the city of Madiun. MSMEs also participate in tourism development. Added with miniatures that beautify the tourism of the city of Madiun, Pahlawan Street Center is the program and vision of the Mayor of Madiun and makes it a city tourism center as well as a shopping center. This study uses a descriptive type of research with a qualitative approach. and will also be explained using the theory of the marketing mix (marketing mix 9P), namely: Product, Price, Place, Promotion, Process, Physical Evidence.

Keywords: Branding, City Tour, Street Center Hero