

**STRATEGI BRANDING PEMERINTAH DESA BITING DALAM
MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA DI DESA BITING**

SKRIPSI



DANANG HADI PRASETYO

17240596

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN LOGO



STRATEGI BRANDING PEMERINTAH DESA BITING DALAM
MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA DI DESA BITING

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 :

DANANG HADI PRASETYO

17240596

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Danang Hadi Prasetyo/17240596

Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji.

Ponorogo, 22 Juli 2021

Pembimbing 1

Pembimbing 2



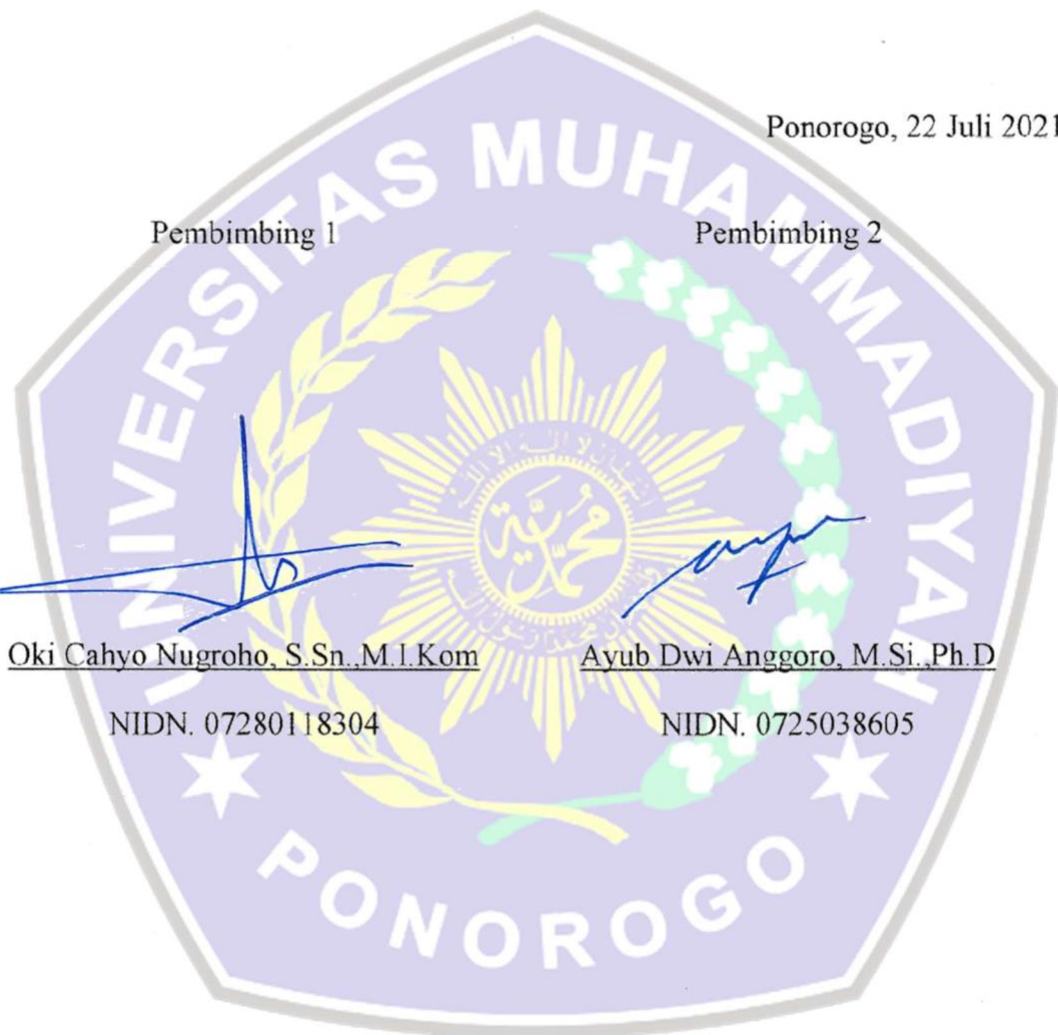
Oki Cahyo Nugroho, S.Sn.,M.I.Kom

NIDN. 07280118304



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

NIDN. 0725038605



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Danang Hadi Prasetyo ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Rabu

Tanggal : 28 Juli 2021

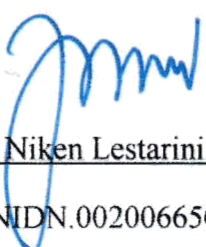
Pukul : 09.00 – 10.00

DEWAN PENGUJI


Penguji I

Penguji II

Penguji III


Dra. Niken Lestari, M.Si

NIDN.0020066503


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIDN. 0725038605


Oki Cahyo N, M.I.Kom

NIDN. 0728018304

Mengetahui,

Dekan,




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

NIK. 198603252013913

HALAMAN MOTTO

“Faith is better than any plan”



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "STRATEGI BRANDING PEMERINTAH DESA BITING DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA DI DESA BITING".

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 terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Dwi Megantari, M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn,M.I.Kom, selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi saya, yang banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu kandung saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan dengan penuh untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

5. Dan masih banyak pihak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi 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 diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Danang Hadi Prasetyo

Alamat : Jalan Janoko No.1 Wringinanom, Sambit, Ponorogo, 63474

NIM : 17240596

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“Strategi Branding Pemerintah Desa Biting dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Desa Biting”

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 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 jaab dan integritas.

Ponorogo, 21 Juli 2021



(Danang Hadi Prasetyo)

DAFTAR PUSTAKA

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	viii
DAFTAR PUSTAKA	ix
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
1. Manfaat Teoritis.....	5
2. Manfaat Praktis	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian Teori.....	6
1. Strategi	6
2. Branding	10
3. Komunikasi Kelompok	13
4. Potensi Wisata	21
5. Strategi Branding Marketing Mix.....	22
6. Teori SWOT	27
B. Kerangka Pikir	28
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Metode.....	32

B. Tipe Penelitian	33
C. Lokasi Penelitian	33
D. Subjek Penelitian	33
E. Pengumpulan Data	33
1. Sumber Data	33
2. Alasan Penentuan Informan	35
F. Validitas Data	36
G. Teknik Analisis Data	36
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Pengenalan Desa Biting	39
B. Strategi Branding Marketing Mix	40
C. Analisis SWOT Potensi Wisata di Desa Biting	51
BAB V	57
PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	61

ABSTRAK

STRATEGI BRANDING PEMERINTAH DESA BITING DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI WISATA DI DESA BITING

Oleh

DANANG HADI PRASETYO

Potensi dari suatu wilayah adalah sebuah peluang yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat lokal yang ada di wilayah tersebut. Dalam hal ini diperlukan sebuah usaha yang bertujuan untuk mengembangkan dan mengelola potensi tersebut sehingga dari proses tersebut nantinya akan menghasilkan sesuatu yang positif. Dari proses itu, pemerintah desa biting terus berupaya mengoptimalkan proses pengembangan dan pengelolaan potensi wilayah tersebut. Hal ini bertujuan untuk melakukan suatu pengelolaan tentang suatu potensi dan pemberdayaan masyarakat sebagai upaya untuk meningkatkan nilai tambah bagi wilayah tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan dan pengembangan potensi yang ada di Desa Biting oleh pemerintah desa biting serta bagaimana hubungan yang dilakukan oleh pemerintah desa biting kepada seluruh stakeholder yang terkait dengan pengelolaan dan pengembangan potensi di Desa Biting. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan pencatatan dokumen terkait dengan pengembangan dan pengelolaan potensi oleh pemerintah desa biting. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dengan memperhatikan seluruh data yang telah terkumpul dan mengkategorikannya dengan konsep Branding 9P Kotler yang berisikan aspek-aspek yang mengatur suatu proses dalam pengelolaan dan pengembangan potensi suatu wilayah.

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa strategi pengelolaan dan pengembangan suatu potensi di Desa Biting yang dilakukan oleh pemerintah desa biting adalah modal positif yang sampai saat ini masih dilakukan oleh Kelompok Informasi Masyarakat Biting

Kata kunci : Branding, Wisata, Potensi Wilayah

ABSTRACT

BITING COMMUNITY INFORMATION GROUP BRANDING IN DEVELOPING THE REGIONAL POTENTIAL POTENTIAL IN BITING VILLAGE

By

DANANG HADI PRASETYO

The potential of an area is an opportunity that can be utilized by local communities in the area. In this case, an effort is needed that aims to develop and manage this potential so that the process will produce something positive. From that process, the Biting village government continues to optimize the process of developing and managing the potential of the area. It aims to carry out a management of a potential and community empowerment as an effort to increase added value for the region.

This study aims to find out how the strategy for managing and developing the potential that exists in Biting Village by the Biting village government and how the relationship made by the Biting village government to all stakeholders related to the management and development of potential in Biting Village. The method used in this research is a descriptive research method with a qualitative approach. Data collection techniques were carried out by interviewing and recording documents related to the development and management of potential by the Biting village government. The data obtained is then analyzed qualitatively by taking into account all the data that has been collected and categorizing it with the Kotler 9P Branding concept which contains aspects that regulate a process in managing and developing the potential of an area.

From the results of the study, it can be seen that the strategy for managing and developing a potential in Biting Village carried out by the Biting village government is a positive capital which is still being carried out by the Biting Community Information Group.

Keywords: Branding, Tourism, Regional Potential,