

ANALISIS KONSEP REBRANDING *EXPLORE* WADUK GAJAH

MUNGKUR OLEH PT GIRI ANEKA USAHA WONOGIRI

SKRIPSI



Oleh:

SHAFa PUTRI NABILLAH

22241004

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

ANALISIS KONSEP REBRANDING *EXPLORE* WADUK GAJAH

MUNGKUR OLEH PT GIRI ANEKA USAHA WONOGIRI

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat-syarat untuk

Mencapai Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di

Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

SHAFa PUTRI NABILLAH

NIM : 22241004

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Shafa Putri Nabillah / 22241004 Ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 23 Juni 2026

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605



Dr. Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Shafa Putri Nabillah/22241004

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Rabu

Tanggal : 6 Mei 2026

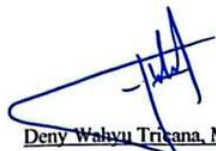
Pukul : 09.30 WIB

DEWAN PENGUJI

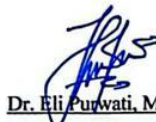
Penguji I

Penguji II

Penguji III



Deny Wahyu Triana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204



Dr. Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN. 0702088201



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Nasution, M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Shafa Putri Nabillah

Alamat : Karang Gondang RT. 04 RW. 03 Kec. Purwantoro Kab. Wonogiri

NIM : 22241004

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

**ANALISIS KONSEP REBRANDING EXPLORE WADUK GAJAH
MUNGKUR OLEH PT GIRI ANEKA USAHA WONOGIRI**

Merupakan hasil observasi, pemikiran, dan pemaparan yang sepenuhnya berasal dari karya saya sendiri. Karya ilmiah ini adalah murni hasil intelektual saya, dan seluruh sumber yang dijadikan rujukan telah dicantumkan sesuai dengan kaidah akademik yang berlaku secara umum, termasuk pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran terhadap isi karya ini, kecuali yang berkaitan dengan ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Dengan ini saya menyatakan pernyataan tersebut secara benar, dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 4 Juli 2026

Yang Menyatakan,


(Shafa Putri Nabillah)

MOTTO

“ Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda.
Namun jika sekiranya kamu merasa gagal dalam mencapai mimpi. jangan khawatir
mimpi-mimpi lain bisa diciptakan ”

(Windah Basudara)

“ Aku tidak sedang berlomba dengan waktu, aku sedang melukis bab terbaik dalam
kisah hidupku sendiri.”

(Penulis)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan, kelancaran dan kemudahan kepada penulis, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. **Kepada cinta pertamaku.** Terima kasih telah menjadi jangkar terkuat dalam hidupku. Bapak adalah kompas yang menuntun arahku saat aku kehilangan jalan dan perlindungan yang teduh saat dunia terasa terlalu keras. Setiap tetes keringat yang bapak keluarkan untuk membiayai pendidikanku adalah pengorbanan yang tak akan pernah bias kubalas dembaran kertas ini. Semoga gelar yang kuraih menjadi kado sederhana untuk menjawab segala doa yang ayah panjatkan disetiap sujud malammu.
2. **Kepada pintu surgaku.** Ibu adalah doa yang tak pernah putus, peluk yang paling menenangkan, dan cinta yang paling tulus tanpa syarat. Ketabahan ibu dalam mendidikku adalah kekuatan yang membuatku sanggup melewati setiap bab skripsi yang melelahkan. Ibu adalah rumah, tempat dimana segala lelahku luruh. Terima kasih telah percaya padaku, bahkan disaat aku sendiri sempat meragukan kemampuanku. Skripsi ini adalah milikmu, karena tanpamu, aku bukanlah siapa-siapa.
3. **Kepada yang tersayang, Adikku.** Terima kasih telah menjadi penyejuk ditengah kepenatan akademikku. Kehadiranmu, candamu tawamu sangat berarti , menjadi penyemangat tersendiri untuk segera menyelesaikan tanggung jawab ini. Teruslah tumbuh dan bermimpi, adikku. Jadikan

perjalanan kakakmu ini sebagai pengingat bahwa tidak ada yang mustahil selama kita berusaha dengan hati.

4. **Kepada Nenekku yang tercinta.** Meski kini nenek telah tiada dan tidak bias melihat momen ini secara langsung, namun setiap detiknya aku merasakan restu dan cinta nenek yang selalu menyertai langkahku. Kenangan bersamamu adalah pelajaran pertama tentang kasih sayang yang tulus. Karya ini adalah bentuk penghormatan terakhir dan janji bahwa segala nasihat baik yang nenek berikan dulu, selalu aku bawa hingga titik ini. Semoga nenek tenang disana, melihat cucumu akhirnya bisa menyelesaikan apa yang telah dimulai.
5. **Kepada pasangan hidupku.** Terima kasih telah menjadi pendengar terbaik saat aku dilanda kebuntuan dan menjadi bahu yang kokoh saat aku ingin menyerah. Kamu tidak hanya menemani prosesku, tetapi kamu juga yang turut memikul lelahku, memberikan suntikan semangat saat aku kehilangan fokus, dan menyakinkanku bahwa aku bisa melaluinya. Keberhasilan ini adalah milik kita berdua, karena setiap bab di dalamnya ada cerita tentang kesabaranmu menghadapi diriku yang tidak sempurna.
6. **Terakhir, untuk diriku sendiri.** Terima kasih telah bertahan disaat iningin menyerah, berjuang disaat ragu menyapa, dan tidak pernah berhenti percaya bahwa aku mampu menuntaskan apa yang telah di mulai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Konsep Rebranding Explore Waduk Gajah Mungkur oleh PT Giri Aneka Usaha Wonogiri”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

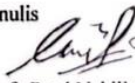
Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Pihak PT Giri Aneka Usaha Wonogiri yang telah memberikan kesempatan serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
5. Kedua orang tua, keluarga, serta teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, dan motivasi kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi, serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 4 April 2026

Penulis



Shafa Putri Nabillah

ABSTRAK

ANALISIS KONSEP REBRANDING EXPLORE WADUK GAJAH MUNGKUR OLEH PT GIRI ANEKA USAHA WONOGIRI

(SHAFI PUTRI NABILLAH)

(22241004)

Penelitian ini bertujuan menganalisis konsep rebranding dalam program Explore Waduk Gajah Mungkur oleh PT Giri Aneka Usaha Wonogiri sebagai upaya meningkatkan citra dan daya tarik destinasi wisata. Latar belakang penelitian ini adalah penurunan jumlah pengunjung pasca pandemi COVID-19, citra lama destinasi yang kurang berkembang, serta minimnya promosi pada masa pengelolaan sebelumnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rebranding dilakukan melalui perubahan citra destinasi menjadi wisata berbasis pengalaman, penonjolan ikon jembatan kaca sebagai daya tarik visual modern, optimalisasi wisata gajah sebagai wisata edukatif dan keluarga, serta penguatan promosi digital melalui media sosial. Dampak awal rebranding terlihat dari meningkatnya jumlah pengunjung dan perubahan persepsi masyarakat terhadap Waduk Gajah Mungkur menjadi destinasi yang lebih modern dan tertata.

Kata Kunci: Rebranding, Citra Destinasi, Pariwisata, Waduk Gajah Mungkur

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE REBRANDING CONCEPT OF EXPLORE GAJAH MUNGKUR RESERVOIR BY PT GIRI ANEKA USAHA WONOGIRI

SHAFa PUTRI NABILLAH

(22241004)

This study aims to analyze the rebranding concept within the explore gajah mungkur reservoir program by PT Giri Aneka Usaha Wonogiri as an effort to improve the image and attractiveness of the tourist destination. The background of this study is the decline in visitor numbers following the COVID-19 pandemic, the destination's underdeveloped image, and the lack of promotion during the previous management period. This study used a descriptive qualitative approach with a case study method. Data were collected through interviews, observation, and documentation, then analyzed using the Miles and Huberman model.

The results show that the rebranding was carried out through changing the destination's image to experience-based tourism, highlighting the glass bridge icon as a modern visual attraction, optimizing elephant tourism as educational and family tourism, and strengthening digital promotion through social media. The initial impact of the rebranding is evident in the increase in visitor numbers and the shift in public perception of Gajah Mungkur Reservoir as a more modern and well-organized destination.

Keywords : Rebranding, Destination image, Tourism, Gajah Mungkur Reservoir.

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Rebranding	11
2. Mindset dan Langkah Menuju Proses Destination branding	15
3. Citra Merek	18
4. Komunikasi Pemasaran	19
5. Pariwisata	21
6. Pengelolaan Destinasi Wisata	24
7. Konsep Analisis Branding.....	25

B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Tempat dan Waktu	34
B. Jenis Penelitian.....	35
C. Subjek dan Objek Penelitian	36
D. Data dan Sumber Data	37
1. Reduksi Data	37
2. Penyajian Data (Data Display).....	37
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	37
E. Teknik Sampling.....	38
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Wawancara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>).....	39
2. Observasi Langsung	39
3. Dokumentasi.....	40
G. Validasi Data (Triangulasi Data)	40
1. Triangulasi Sumber	40
2. Triangulasi Metode	40
3. Member Check	41
H. Teknik Analisis Data.....	41
1. Reduksi Data	41
2. Penyajian Data (Data Display).....	41
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	42
I. Prosedur Penelitian	42
1. Tahap Pra-Lapangan	42
2. Tahap Pengumpulan Data	42
3. Tahap Analisis Data	43
4. Tahap Penyusunan Laporan Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian	44

1. Konsep Rebranding pada Program Explore Waduk Gajah Mungkur oleh PT Giri Aneka Usaha Wonogiri	44
2. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi Kebutuhan Rebranding Waduk Gajah Mungkur	67
3. Proses dan Strategi Rebranding dalam Meningkatkan Citra dan Daya Tarik Wisata	86
B. Pembahasan Hasil	104
1. Pembahasan konsep rebranding program Explore Waduk Gajah Mungkur oleh PT Giri Aneka Usaha Wonogiri	104
2. Pembahasan faktor-faktor yang melatarbelakangi kebutuhan rebranding Waduk Gajah Mungkur.....	115
3. Pembahasan proses dan strategi rebranding dalam meningkatkan citra dan daya tarik wisata	121
BAB V PENUTUP	132
A. Kesimpulan	132
1. Konsep Rebranding Program Explore Waduk Gajah Mungkur Oleh PT Giri Aneka Usaha	132
2. Faktor-Faktor Yang Melatarbelakangi Kebutuhan Rebranding Waduk Gajah Mungkur	133
3. Proses Dan Strategi Rebranding Dalam Meningkatkan Citra Dan Daya Tarik Wisata	134
B. Implikasi	136
1. Implikasi teoretis hasil penelitian.....	136
2. Implikasi praktis hasil penelitian bagi pengelola destinasi wisata...	136
C. Saran	137
1. Saran bagi PT Giri Aneka Usaha Wonogiri	137
2. Saran bagi pemerintah daerah terkait pengelolaan dan pengembangan wisata.....	138
3. Saran bagi peneliti selanjutnya.....	139
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN.....	152

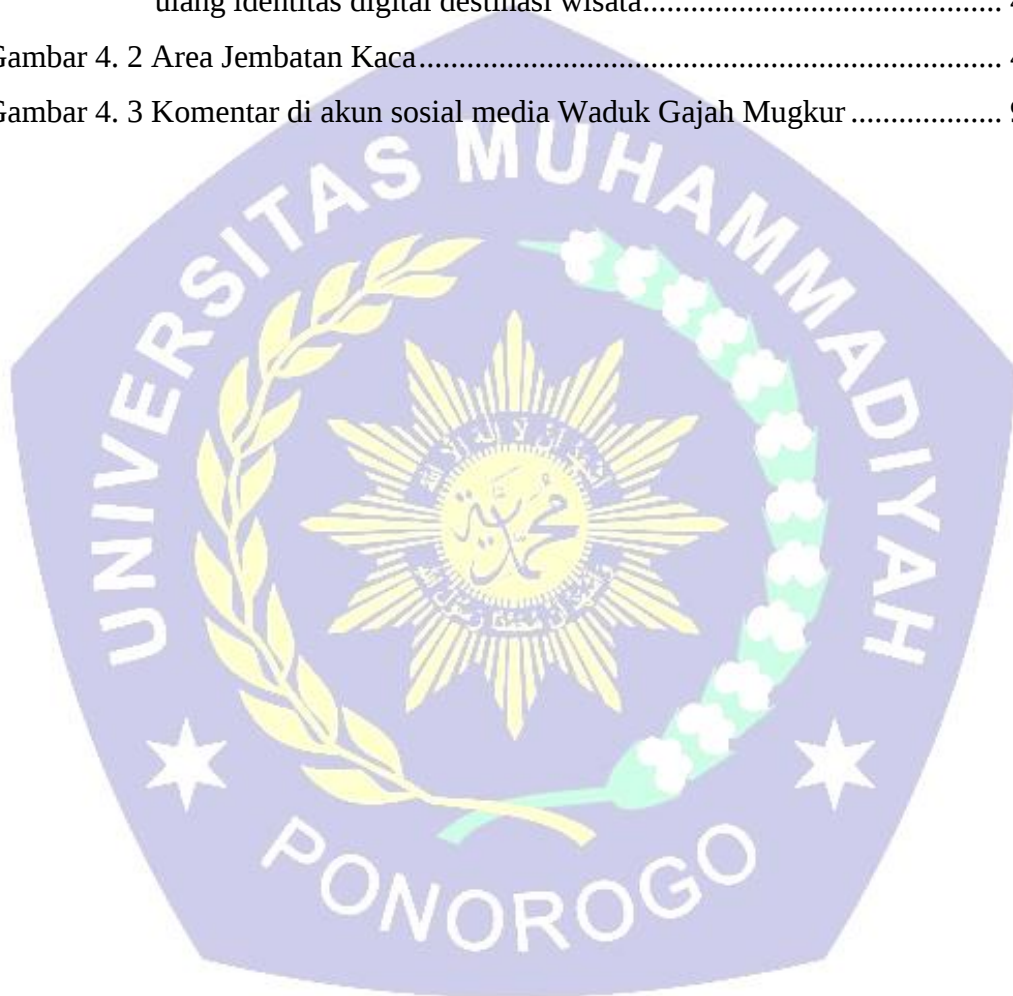
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Dokumentasi wahana watterboom pada masa operasional	2
Gambar 1. 2 Visualisasi konten viral yang diposting ulans Kompas TV	3
Gambar 1. 3 Akun sosial media resmi lama Waduk Gajah Mungkur	4
Gambar 4. 1 Tampilan akun sosial media TikTok sebagai bagian dari pembangunan ulang identitas digital destinasi wisata.....	46
Gambar 4. 2 Area Jembatan Kaca.....	48
Gambar 4. 3 Komentar di akun sosial media Waduk Gajah Mungkur	99



DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 4. 1 Tampilan akun sosial media tiktok sebagai bagian dari pembangunan ulang identitas digital destinasi wisata.....	46
Gambar 4. 2 Area Jembatan Kaca.....	48
Gambar 4. 3 Komentar di akun sosial media Waduk Gajah Mugkur	99
Gambar 4. 4 Akses jalur utama area konservasi satwa	152
Gambar 4. 5 Kawasan jembatan kaca jika tampak dari bawah.....	152
Gambar 4. 6 Titik penempatan sarana pembuangan sampah (organik dan anorganik)	152
Gambar 4. 7 Kawasan Konservasi Satwa (Gajah)	152
Gambar 4. 8 fasilitas ruang publik dan landmark kawasan wisata baru	152
Gambar 4. 9 Area public untuk event dan promosi pariwisata	152
Gambar 4. 10 Kawasan Usaha Mikro Di	153
Gambar 5. 1 Wawancara dengan bagian ticketing (Rosid prawata)	153
Gambar 5. 2 Wawancara dengan pihak humas (Yudha Isa Irawan)	153
Gambar 5. 3 Wawancara dengan bagian operasional satwa	153
Gambar 5. 4 Wawancara bersama pedagang (ibu yanti)......	153
Gambar 5. 5 Wawancara dengan pengunjung (Mariyoto).....	153
Gambar 5. 6 Wawancara bersama pedagang (ibu yanti)......	154
Gambar 5. 7 Wawancara dengan pengunjung (sesa tri).....	154
Gambar 5. 8 Surat permohonan penelitian.....	154
Gambar 5. 9 Surat keterangan penelitian	154