



***PLACE BRANDING DESA WISATA LEREP DALAM
MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN***

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Program Studi Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Srii Hastii Rengganing Kummala

14020119120025

**PROGRAM STUDI S1 ADMINISTRASI PUBLIK
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. NamaLengkap : Srii Hastii Rengganing Kummala
2. NomorIndukMahasiswa : 14020119120025
3. Tempat / Tanggal Lahir : Boyolali, 16 September 2001
4. Departemen / Program Studi : Administrasi Publik
5. Alamat : Dukuh Dampit RT 004 RW 003 Desa Singosari,
Mojosongo,Kabupaten Boyolali

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :

Place Branding Desa Wisata Lerep dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata
Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.
Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Amni Z. Rahman, S.AP., M. Si
NIP. 198806062015041006

Semarang, 12 Juni 2023
Pembuat Pernyataan,



Srii Hastii Rengganing K.
NIM. 14020119120025

Ketua Program Studi S1



Dra. Maesaroh, M.Si
NIP. 196612221993032001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Place Branding* Desa Wisata Lerep Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata
Nama Penyusun : Srii Hastii Rengganing Kummala
Departemen : S1-Administrasi Publik

Semarang, 27 Juni 2023

Dekan



Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T
NIP. 19640827199001001

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin
NIP. 196908221994031003

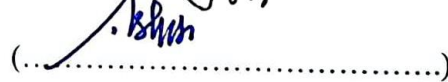
Dosen Pembimbing

Amni Zarkasyi Rahman, S.A.P., M.Si



(.....)

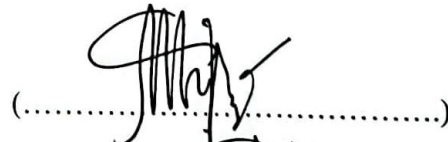
Dr. Retno Sunu Astuti, M.Si



(.....)

Dosen Penguji

Dr. Hartuti Purnaweni, MPA



(.....)

Amni Zarkasyi Rahman, S.A.P., M.Si



(.....)

Dr. Retno Sunu Astuti, M.Si



(.....)

MOTTO

Sebenarnya segala urusan itu adalah kepunyaan Allah. Maka tidaklah orang-orang yang beriman itu mengetahui bahwa seandainya Allah menghendaki, tentu Allah memberi petunjuk kepada manusia semuanya.

(Qs. Ar Ra'd ayat 31)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ucapan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat-Nya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan segala kesulitan dan kemudahannya. Dengan penuh rasa terimakasih, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua saya tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, mendo'akan dan senantiasa memberikan dukungan serta kepercayaan untuk saya sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar, terimakasih Bapak dan Ibu.
2. Adikku tersayang Elsa Hayyuning Rosidah yang selalu menemani dan menghibur saya dalam proses penyusunan skripsi ini, terimakasih karena selalu mendukung saya.
3. Almarhumah nenek saya beserta keluarga besar yang selalu mendoakan saya dan memberikan banyak semangat.
4. Untuk teman dekat saya Hendry Sulistiawan dan Hera Kholisoh yang telah banyak membantu dalam mengumpulkan data dan selalu menemani saya hingga akhir sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dalam waktu yang tepat serta selalu memberikan semangat.
5. Untuk teman saya Aisyiah, Rahma, dan Siska yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada saya ketika awal kuliah hingga lulus dari UNDIP
6. Teman satu perjuangan Dosen Pembimbing Ningsih, Fanny, Asha, Alvita dan Charissa yang saling memberikan semangat dan dukungan sehingga bisa menyelesaikan skripsi dan lulus bersama.
7. Untuk diri saya sendiri yang tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi sehingga bisa lulus sesuai waktu.

PLACE BRANDING DESA WISATA LEREP DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA

ABSTRAK

Dalam konsep kepariwisataan, *place branding* tempat wisata selalu melekat dan menjadi dasar dalam pengembangan wisata negara maupun daerah yang memiliki potensi yang menjanjikan. Oleh karena itu, Indonesia yang memiliki banyak potensi wisata harus mampu mengembangkan wisatanya melalui konsep *place branding*. *Place branding* merupakan upaya mempromosikan suatu destinasi wisata dengan menjanjikan pengalaman berwisata yang berkesan dan tidak ada duanya. Dengan memberikan objek wisata karakter yang berbeda, *place branding* bertujuan untuk membuatnya menonjol dari atraksi pesaing dan menarik lebih banyak pengunjung. Tujuan dari penelitian ini yaitu menjelaskan dan menganalisis efektivitas *place branding* yang telah dilakukan Desa Wisata Lerep dalam meningkatkan kunjungan wisata dengan konsep *brand hexagon*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif dengan variabel tunggal. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada subyek penelitian sebanyak 100 orang yang diperoleh menggunakan rumus Slovin dan sesuai dengan jumlah pengunjung tahun 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *place branding* yang dilakukan Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang sudah efektif dalam meningkatkan kunjungan wisata. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata nilai seluruh indikator dalam kategori baik dan sangat baik. Terdapat dua indikator yang mendapatkan skor indeks terendah yaitu indikator *the place* dan *the potential*. Indikator *the potential* mendapatkan indeks skor terendah karena kondisi jalan menuju beberapa wisata yang ditawarkan memiliki kondisi yang kurang baik dan akses jalan yang digunakan juga sempit. Sedangkan alasan indikator *the place* mendapatkan indeks skor terendah yaitu lokasi beberapa obyek wisata di Desa Wisata Lerep kurang strategis dan memiliki aksesibilitas yang kurang sehingga sulit dijangkau oleh wisatawan.

Kata Kunci: *Place Branding*, *Brand Hexagon*, Kunjungan Wisata

**PLACE BRANDING OF LEREP TOURISM VILLAGE IN INCREASING
TOURIST VISITS**

ABSTRACT

In the concept of tourism, branding of tourist attractions is always attached and becomes the basis for the development of state and regional tourism that has promising potential. Therefore, Indonesia, which has a lot of tourism potential, must be able to develop its tourism through the concept of place branding. Place branding is an effort to promote a tourist destination by promising a memorable and one-of-a-kind travel experience. By giving attractions a distinct character, place branding aims to make them stand out from competing attractions and attract more visitors. The purpose of this study is to explain and analyze the effectiveness of place branding that has been carried out by the Lerep Tourism Village in increasing tourist visits with the hexagon brand concept. The research method used is descriptive quantitative with a single variable. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 100 research subjects who were obtained using the Slovin formula and according to the number of visitors in 2021. The research results showed that place branding carried out by the Lerep Tourism Village, Semarang Regency, had been effective in increasing tourist visits. This is indicated by the average value of all indicators in the good and very good categories. There are two indicators that get the lowest index scores, namely the place and the potential indicators. The potential indicator gets the lowest index score because the road conditions leading to some of the tours offered are in poor condition and the access road used is also narrow. Meanwhile, the reason for the place indicator getting the lowest score index is that the location of several tourist objects in Lerep Tourism Village is less strategic and has less accessibility making it difficult for tourists to reach.

Keywords: Place Branding, Brand Hexagon, Tourist Visits

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ilmiah atau skripsi ini dengan lancar untuk memenuhi salah satu syarat pendidikan Strata 1 Administrasi Publik Universitas Diponegoro.

Skripsi yang berjudul “**PLACE BRANDING DESA WISATA LEREP DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN**” ini tidak lepas dari adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan penelitian ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Hadi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Diponegoro
2. Bapak Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Diponegoro
3. Ibu Dr. AP. Tri Yuniningsih, M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Publik Universitas Diponegoro
4. Ibu Dra. Maesaroh, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Publik Universitas Diponegoro
5. Bapak Amni Zarkasyi Rahman, S.A.P., M. Si selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan banyak bimbingan, pengetahuan serta saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini
6. Ibu Dr. Retno Sunu Astuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan untuk menyempurnakan skripsi ini
7. Ibu Dr. Hartuti Purnaweni, MPA selaku Dosen Wali sekaligus penguji skripsi
8. Bapak dan Ibu Dosen Departemen Administrasi Publik Universitas Dionegoro yang telah memberikan ilmu kepada saya

9. Bapak Sumaryadi, S.T selaku Kepala Desa Lerep yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian
10. Bapak Susiyanto selaku Ketua BUMDES Gerbang Lentera karena meluangkan waktu dan memberikan informasi dalam penyusunan skripsi ini
11. Bapak Bayu Anggara selaku Ketua Pokdarwis Rukun Santosa. Terimakasih bapak sudah meluangkan waktu dan memberikan banyak informasi sehingga membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang dengan tulus memberikan doa dan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis sangat menyadari bahwa penulis masih memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kedepannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Semarang, 12 Juni 2023

Penulis
Srii Hastii Rengganing Kummala

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.5 Kerangka Teori.....	16
1.5.1 Penelitian Terdahulu	17
1.5.2 Administrasi Publik.....	28
1.5.3 Manajemen Publik	29
1.5.4 Paradigma Manajemen Publik	30
1.5.5 Manajemen Pariwisata	33
1.5.6 <i>Branding</i>	34
1.6 Definisi Konsep.....	38
1.7 Definisi Operasional.....	38
1.8 Metode Penelitian.....	42
1.8.1 Pupulasi dan Sampel	42
1.8.2 Tipe Penelitian	44
1.8.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	44
1.8.4 Jenis dan Sumber Data	45

1.8.5	Jenis Data	46
1.8.6	Teknik Pengumpulan Data.....	47
1.8.7	Instrumen Penelitian.....	48
1.8.8	Teknik Analisis	49
BAB II	GAMBARAN UMUM.....	51
2.1	Sejarah Singkat Desa Wisata Lerep	51
2.2	Lokasi dan Luas Area.....	52
2.3	Visi dan Misi Desa Wisata Lerep.....	53
2.4	Struktur Pengurus Desa Wisata Lerep.....	55
2.5	Obyek Wisata di Desa Wisata Lerep.....	55
2.6	Harga Paket Wisata Desa Wisata Lerep.....	64
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
3.1	Profil Responden	68
3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
3.2.1	Uji Validitas	73
3.2.2	Uji Reliabilitas	77
3.3	Hasil Penelitian Efektivitas <i>Place Branding</i> Per Indikator	81
3.3.1	The Presence (Kehadiran).....	81
3.3.2	The Place (Tempat).....	89
3.3.3	The Potential (Potensi).....	101
3.3.4	<i>The Pulse</i> (Semangat)	109
3.3.5	The People (Orang).....	118
3.3.6	Pre-requisites (Prasyarat)	127
3.4	Pembahasan Efektivitas <i>Place Branding</i> Desa Wisata Lerep.....	142
3.4.1	Pembahasan Indikator <i>The Presence</i> (Kehadiran)	143
3.4.2	Pembahasan Indikator <i>The Place</i> (Tempat)	146
3.4.3	Pembahasan Indikator <i>The Potential</i> (Potensi).....	148
3.4.4	Pembahasan Indikator <i>The Pulse</i> (Semangat).....	151
3.4.5	Pembahasan Indikator <i>The People</i> (Orang)	153

3.4.6	Pembahasan Indikator <i>Pre-Requisites</i> (Pra Syarat)	155
3.5	Analisis Efektivitas <i>Place Branding</i> Desa Wisata Lerep secara Keseluruhan Indikator	159
BAB IV	PENUTUP	163
4.1	Kesimpulan	163
4.2	Saran.....	164
DAFTAR PUSTAKA	166
LAMPIRAN	169

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kontribusi Bidang Pariwisata terhadap PDB Indonesia (%)	1
Tabel 1. 2 Jumlah Wisatawan Kabupaten Semarang Tahun 2017 – 2021	5
Tabel 1. 3 Timeline Perkembangan Desa Wisata Lerep	7
Tabel 1. 4 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas The Presence	73
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas The Place	74
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas The Potential	75
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas The Pulse	75
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas The People	76
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Pre-requites	77
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas The Presence	78
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas The Place	78
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas The Potential	79
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas The Pulse	79
Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas The People	80
Tabel 3. 12 Hasil Uji Reliabilitas Pre-requisites	80
Tabel 3. 13 Hasil Wisata yang nyaman untuk dikunjungi	82
Tabel 3. 14 Hasil Tempat Wisata yang aman untuk dikunjungi	85
Tabel 3. 15 Hasil Tempat Wisata dengan suasana menenangkan	86
Tabel 3. 16 Hasil Wisata yang jauh dari kebisingan	87
Tabel 3. 17 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator The Presence	88
Tabel 3. 18 Hasil Wisata yang Sejuk	90
Tabel 3. 19 Hasil Penataan Destinasi yang Rapi	92
Tabel 3. 20 Hasil Lokasi yang Mudah Dijangkau oleh Pengunjung	94
Tabel 3. 21 Hasil Lingkungan yang Bersih dari Sampah yang Berserakan	96
Tabel 3. 22 Hasil Temat Samah yang Cukup dan Memadai	97
Tabel 3. 23 Hasil Toilet yang Bersih dan Tidak Bau	98

Tabel 3. 24 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Indikator The Place.....	100
Tabel 3. 25 Memiliki Wisata yang Edukatif	102
Tabel 3. 26 Hasil Keadaan Alam yang Asri.....	103
Tabel 3. 27 Hasil Terletak di Tempat yang Strategis.....	105
Tabel 3. 28 Hasil Akses Jalan yang Baik	107
Tabel 3. 29 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Indikator The Potential ...	108
Tabel 3. 30 Hasil Objek Wisata yang Menarik bagi Anak-anak dan Orang Dewasa	110
Tabel 3. 31 Hasil Wahana Wisata yang Baru	112
Tabel 3. 32 Hasil Destinasi yang Unik dan Berbeda dari Desa Wisata Lain.....	114
Tabel 3. 33 Hasil Destinasi yang Beragam	116
Tabel 3. 34 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Indikator The Pulse.....	117
Tabel 3. 35 Hasil Keramahan Desa Wisata Lerep	119
Tabel 3. 36 Hasil Pengelola dan Masyarakat Desa Wisata Lerep Berkomunikasi dengan Baik	121
Tabel 3. 37 Pengurus Desa Wisata Lerep menerima kritik dan saran dari pengunjung	123
Tabel 3. 38 Pengurus Desa Wisata merespon secara langsung atas keluhan pengunjung	124
Tabel 3. 39 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Indikator The Pulse.....	126
Tabel 3. 40 Hasil Penginapan bagi Pengunjung Luar Kota	128
Tabel 3. 41 Tempat Parkir untuk Pengunjung	130
Tabel 3. 42 Hasil Tersedia Toilet Bagi Pengunjung	132
Tabel 3. 43 Hasil Menyediakan Kedai Makanan bagi Pengunjung	133
Tabel 3. 44 Hasil Tersedia Musholla Bagi Pengunjung.....	135
Tabel 3. 45 Hasil Adanya Angkutan Umum di Sekitar Desa Wisata Lerep	136
Tabel 3. 46 Hasil Harga Paket Wisata Terjangkau	138
Tabel 3. 47 Hasil Atraksi Wisata yang Menarik	139
Tabel 3. 48 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Indikator Pre-requisites ..	141
Tabel 3. 49 Kriteria Interpretasi Skor Total	143

Tabel 3. 50 Kriteria Interpretasi Skor Total Indikator The Presence	144
Tabel 3. 51 Kategorisasi Indikator The Presence.....	144
Tabel 3. 52 Kriteria Interpretasi Skor Total Indikator The Place	146
Tabel 3. 53 Kategori Indikator The Place	147
Tabel 3. 54 Kriteria Interpretasi Skor Total Indikator The Potential	149
Tabel 3. 55 Kategorisasi Indikator The Potential	149
Tabel 3. 56 Kriteria Interpretasi Skor Total Indikator The Pulse	151
Tabel 3. 57 Kategorisasi Indikator The Pulse	152
Tabel 3. 58 Kriteria Interpretasi Skor Total Indikator The People	154
Tabel 3. 59 Kategorisasi Indikator The People	154
Tabel 3. 60 Kriteria Interpretasi Skor Total Indikator Pre-requisites	156
Tabel 3. 61 Kategorisasi Indikator Pre-requisites	157

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung Desa Wisata Lerep Tahun 2018-2021	9
Gambar 1. 2 Wisata Embung Sebligo Desa Wisata Lerep.....	11
Gambar 1. 3 Wisata Kuliner "Pasar Djadjanan Ndeso" Desa Wisata Lerep	12
Gambar 1. 4 Kopi Tenda Desa Wisata Lerep	13
Gambar 1. 5 The New Brand Management for Nations, Cities, and Regions	36
Gambar 2. 1 Peta Desa Wisata Lerep.....	52
Gambar 2. 2 Struktur Pengelola Desa Wisata Lerep.....	55
Gambar 2. 3 Curug Indrokilo	56
Gambar 2. 4 Sunrise Puncak Ngipik.....	57
Gambar 2. 5 Tari Caping Gasing	58
Gambar 2. 6 Wisata Embung Sebligo	59
Gambar 2. 7 Wisata Edukasi Menanam Padi.....	60
Gambar 2. 8 Wisata Edukasi Membajak Sawah	60
Gambar 2. 9 Wisata Edukasi Membuat Keripik Pisang.....	61
Gambar 2. 10 Wisata Kuliner Pasar Djadjanan Ndeso	62
Gambar 2. 11 Penukaran Koin Kayu untuk Transaksi Jual Beli.....	63
Gambar 2. 12 Koin Kayu sebagai alat Transaksi.....	63
Gambar 2. 13 Lokasi Pokdarwis Rukun Santosa Dusun Lerep	67
Gambar 2. 14 Tempat dan tenda Camping bagi Wisatawan.....	67
Gambar 3. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Gambar 3. 2 Responden Berdasarkan Usia	69
Gambar 3. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Gambar 3. 4 Intensitas Responden Mengunjungi Desa Wisata	71
Gambar 3. 5 Sumber Informasi Mengetahui Desa Wisata Lerep	72
Gambar 3. 6 Grafik Efektivitas Place Branding Berdasarkan Mean/ Nilai Rata-rata Setiap Indikator	159