



**STUDI PENGUKURAN *BRAND IDENTITY* DALAM MENINGKATKAN  
KUNJUNGAN WISATA BUKIT CINTA RAWA PENING  
KABUPATEN SEMARANG**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan Kelulusan  
pada Program Studi S1 Administrasi Publik  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Asha Eilena Khairunisa**

**14020119140150**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Asha Eilena Khairunisa
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020119140150
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 12 Oktober 2000
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Publik
5. Alamat : Jl. Batumerah I No. 65 Pasar Minggu, DKI Jakarta

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

Studi Pengukuran *Brand Identity* dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Bukit Cinta Rawa Pening Kabupaten Semarang

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.

Semarang, 12 Juni 2023

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Amni Zarkasyi Rahman, S.A.P., M.Si  
NIP. 198806062015041006

Pembuat Pernyataan,



Asha Eilena Khairunisa  
NIM. 14020119140150

Ketua PS S1 Administrasi Publik



Dra. Maesaroh, M.Si  
NIP. 196612221993032001

\*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Studi Pengukuran *Brand Identity* dalam  
Meningkatkan Kunjungan Wisata Bukit Cinta Rawa  
Pening Kabupaten Semarang

Nama Penyusun : Asha Eilena Khairunisa

Program Studi : SI Administrasi Publik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, 4 Juli 2023

Mengetahui,

Dekan



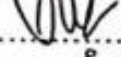

Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T.  
NIP 196408271990011001

Wakil Dekan

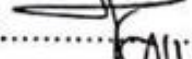
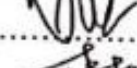



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin  
NIP 196908221994031003

### Dosen Pembimbing:

1. Amni Zarkasyi Rahman, S.A.P., M.Si (.....)
2. Dr. Dra. Retno Sunu Astuti, M.Si (.....)

### Dosen Penguji:

1. Drs. R. Slamet Santoso, M.Si (.....)
2. Amni Zarkasyi Rahman, S.A.P., M.Si (.....)
3. Dr. Dra. Retno Sunu Astuti, M.Si (.....)

## MOTTO

“Lihatlah sisi terang dari ruang gelap apapun”

إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

*innallāha ma'aṣ-ṣābirīn*

“Sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar”

**(Q.S Al – Anfal:46)**

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

*Fa inna ma'al 'usri Yusra*

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

**(Q.S Al – Insyirah:05)**

# STUDI PENGUKURAN *BRAND IDENTITY* DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA BUKIT CINTA RAWA PENING KABUPATEN SEMARANG

## ABSTRAK

Kunjungan wisata ke objek wisata Bukit Cinta Rawa Pening belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penguatan *brand identity* dalam upaya meningkatkan kunjungan wisata Bukit Cinta Rawa Pening serta menganalisis faktor pendorong dan penghambatnya. Penelitian ini menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh keputusan mengenai strategi penguatan *branding*. Hasil penelitian menunjukkan penguatan *Branding* telah dilakukan terhadap 4 komponen wisata (4A), dengan alternatif prioritas pada aspek *Attraction* dengan skor total sebesar 0,35. Faktor pendorong dalam penguatan *Branding* antara lain; potensi daya tarik alam dan budaya yang mendukung, tersedianya fasilitas dasar dan pendukung dengan kondisi yang memadai, lokasi yang strategis dengan infrastruktur jalan yang mendukung, tersedianya media promosi *online* aktif, serta telah dijalanannya kerjasama dengan berbagai pihak dalam rangka meningkatkan kunjungan wisata. Adapun faktor penghambatnya antara lain; pertumbuhan eceng gondok yang mengganggu keindahan alam, keterbatasan pengelolaan wisata berkaitan dengan aturan konservasi, keterbatasan pengelolaan anggaran, kurangnya variasi wisata air, tidak adanya restoran di dalam area objek wisata, masih sedikitnya angkutan umum dari dan menuju objek wisata, dan belum optimalnya pemanfaatan media promosi *online*. Saran yang dapat diberikan yaitu; pengelola dan pemerintah daerah perlu berupaya untuk tetap menjaga keindahan dan kelestarian danau Rawa Pening, disamping mengoptimalkan media promosi *online* sebagai sarana *branding*. Penting untuk dilakukan peningkatan *capacity building* bagi pengelola dan staf Bukit Cinta Rawa Pening terutama dengan mengadakan pelatihan SDM, serta mengadakan sistem perbaikan kinerja pegawai baik pemerintah daerah maupun pengelola.

*Keywords:* Pariwisata, *Brand Identity*, *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

**BRAND IDENTITY MEASUREMENT STUDY IN INCREASING BUKIT  
CINTA RAWA PENING SEMARANG REGENCY TOURISM VISITS**

**ABSTRACT**

*Tourist visits to the Bukit Cinta Rawa Pening tourist attraction have not been optimal. This study aims to determine the strengthening of brand identity to increase tourist visits to Bukit Cinta Rawa Pening and to analyze the driving and inhibiting factors. This study uses the Analytical Hierarchy Process (AHP) method with a quantitative approach to obtain decisions regarding branding strengthening strategies. The results of the study shows that Branding has been strengthened on 4 tourism components (4A), with priority on the Attraction aspect with a total score of 0.35. The driving factors include; the supporting natural and cultural attractions, the supporting basic and additional facilities, the strategic location with adequate road infrastructure, the availability of active online promotional media, and collaboration with various parties in order to increase tourist visits. The inhibiting factors include; the growth of water hyacinth which disturbs the beauty of nature, limited tourism management related to conservation rules by BBWS, limited budget management, lack of variety of water tourism, no restaurants within the tourist attraction area, the little number of public transportations around the tourist object, and the use of online promotional media is not yet optimal. Suggestions that can be given are; Managers and local governments need to make efforts to maintain the beauty and sustainability of Lake Rawa Pening, as well as optimizing online promotional media. It is necessary to increase capacity building for the managers and staff of Bukit Cinta Rawa Pening.*

*Keywords: Tourism, Brand Identity, Analytical Hierarchy Process (AHP)*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga atas izinnya, skripsi dengan judul “Studi Penguruan *Brand Identity* dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata di Bukit Cinta Rawa Pening Kabupaten Semarang” dapat terselesaikan dengan baik. Berbagai kendala yang dihadapi oleh peneiti dalam menyelesaikan skripsi ini tentu dijadikan sebagai pengalaman, pendewasaan, dan pembelajaran bagi peneliti untuk menghargai setiap proses yang dilewati. Adapun penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat guna memperoleh gelar S1 pada Program Studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Peneliti menyadari banyak pihak yang memberikan dukungan dan bantuan selama peneliti menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya peneliti dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, taufik, dan hidayah, serta inayah-Nya.
2. Bapak Dr. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang dan Bapak Drs. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. AP. Tri Yuniningsih, M.Si selaku Ketua Departemen Administrasi Publik dan Ibu Dra. Maesaroh, M.Si selaku Ketua Prodi Administrasi Publik. Terima kasih telah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya dan seluruh mahasiswa Administrasi Publik 2019. Semoga kebaikan dan ketulisan Ibu mendapat balasan dari Allah SWT.
4. Bapak Amni Zarkasyi Rahman, S.AP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, bimbingan, dan arahan selama penulis menjadi mahasiswa Administrasi Publik hingga menyelesaikan penulisan skripsi. Semoga Bapak dan keluarga selalu diberikan kebahagiaan dan keberkahan dalam hidup.
5. Ibu Dr. Dra. Retno Sunu Astuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengoreksi, dan memberikan banyak pengetahuan baru selama penulis menjadi mahasiswa Administrasi Publik

hingga menyelesaikan penulisan skripsi. Semoga kebaikan dan ketulusan Ibu mendapat balasan dari Allah SWT.

6. Bapak Drs. R. Slamet Santoso, M.Si selaku dosen wali dan dosen penguji skripsi yang telah memberikan arahan, nasehat, dan perbaikan demi tercapainya keberhasilan penulis dalam memperoleh gelar sarjana. Semoga Bapak dan keluarga senantiasa diberi kesehatan.
7. Bapak Sugiyanto, S.H., M.Pd. selaku Sekretaris Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang yang telah banyak membantu proses penelitian sehingga dapat terselesaikannya penelitian ini.
8. Bapak Adhi Dharma Setiawan, A.P., M.H selaku Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata, Bapak Suyamto, S.E, M.Ak., selaku Kepala UPTD Dinas Pariwisata Kab. Semarang, Bapak Suparimin selaku pengelola objek wisata Bukit Cinta Rawa Pening, Ibu Hendrastuti Ikasari, S.S., M. Par. selaku Kepala Seksi Pengembangan Pasar Wisata, dan Bapak Sarwono Adi Raharjo, S.E. selaku Pegawai Seksi Pengembangan Daya Tarik Wisata, yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dan memberikan informasi penelitian sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
9. Bapak Agus Susilohadi dan Ibu Era Indah Soraya, kedua orang tua penulis yang selalu memberikan kepercayaan, doa, dan dukungan.
10. Keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa
11. Rivi Pratama Putra selaku orang terdekat penulis selama pengerjaan skripsi yang telah memberikan doa dan semangat serta mendengarkan keluh kesah peneliti.
12. Safira Nurin Aghnia selaku teman penulis yang telah banyak membantu penulis dan menemani penulis dalam menjalani hari-hari di akhir masa kuliah sehingga cobaan yang penulis hadapi terasa menjadi lebih ringan.
13. Alvita Widyaningtyas, Salsabila Icha, Olivia Priskila, Abigail, Adela Putri, Gabriella Anggrisa Yunan Sevina, Fiona Mazanda, Defani R. Mayrisha, Brigitta Sekar, Riza Abdurrazak, Sri Hasti, Annisa P. Fernanda, selaku teman-teman terdekat penulis di bangku perkuliahan yang banyak memberikan motivasi dan banyak bantuan bagi penulis.



14. Dyva Raihan, Raiysah Aya Sofhia, Farhan Ariq, Anasya Shania, Najma Qadisha, Olivia Adela, Afifa Afra, Delia Fadila, Latissya Eririan, dan Nadzira Zada, selaku teman-teman lama penulis yang selalu ada bagi penulis dalam kondisi apapun
15. Teman-teman Administrasi Publik 2019, terima kasih atas kebersamaannya selama masa kuliah
16. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan, sehingga dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang dilakukan peneliti. Adapun kritik serta saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kebaikan dan guna memperbaiki skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan pahala yang berlimpah atas segala kebaikan kita. Aamiin.

Semarang, 14 Juni 2023



Asha Eilena Khairunisa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	14
1.5.1 Penelitian Terdahulu .....	15
1.5.2 Administrasi Publik.....	19
1.5.3 Manajemen Publik .....	20
1.5.4 Paradigma Manajemen Publik .....	22
1.5.5 Manajemen Pariwisata .....	30
1.5.6 Pengembangan dan Promosi Pariwisata.....	34
1.5.7 Komponen Pariwisata .....	39
1.5.8 <i>Branding</i> (Merek).....	41
1.5.9 <i>Brand Identity</i> .....	43
1.6 Definisi Konsep.....	46
1.7 Definisi Operasional.....	48
1.8 Metode Penelitian.....	50
1.8.1 Tipe Penelitian .....	50

1.8.2	Populasi dan Sampel .....	51
1.8.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	52
1.8.4	Jenis Data dan Sumber Data .....	52
1.8.5	Skala Pengukuran.....	54
1.8.6	Teknik Pengumpulan Data.....	55
1.8.7	Teknik Analisis Data.....	55
<b>BAB II GAMBARAN UMUM .....</b>		<b>62</b>
2.1.	Gambaran Wilayah.....	62
2.1.1.	Kabupaten Semarang .....	62
2.1.2.	Kecamatan Banyubiru.....	66
2.1.3.	Desa Kebondowo .....	67
2.2.	Gambaran Kelembagaan .....	69
2.3.	Gambaran Objek .....	73
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>77</b>
3.1.	Profil Responden.....	77
3.2.	Hasil Analytical Hierarchy Process (AHP) <i>Brand Identity</i> .....	78
3.3.	Faktor Pendukung dan Penghambat Alternatif .....	113
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>133</b>
4.1.	Kesimpulan .....	133
4.2.	Saran.....	136
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>139</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>142</b>

## Daftar Gambar

<b>Gambar 1.1</b> Jumlah dan Lama Kunjungan Wisata ke Kabupaten Semarang Tahun 2016-2020 .....	5
<b>Gambar 1.2</b> Jumlah Wisatawan Bukit Cinta Rawa Pening .....	7
<b>Gambar 1.3</b> Struktur Hirarki.....	48
<b>Gambar 1.4</b> Decomposition.....	58
<b>Gambar 2.1</b> Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang.....	72
<b>Gambar 3. 1</b> Stuktur Hirarki .....	79
<b>Gambar 3.2</b> Sintesa Prioritas Lokal Kriteria .....	89
<b>Gambar 3.3</b> Sintesa Alternatif Terhadap Kriteria Memorable .....	92
<b>Gambar 3.4</b> Sintesa Alternatif Terhadap Kriteria Meaningful .....	96
<b>Gambar 3.5</b> Sintesa Alternatif Terhadap Kriteria Likeable.....	99
<b>Gambar 3.6</b> Sintesa Alternatif Terhadap Kriteria Transferable .....	102
<b>Gambar 3.7</b> Sintesa Alternatif Terhadap Kriteria Adaptable .....	106
<b>Gambar 3.8</b> Sintesa Alternatif Terhadap Kriteria Protectable.....	109
<b>Gambar 3.9</b> Prioritas Global <i>Brand Identity</i> Wisata Bukit Cinta Rawa Pening	112
<b>Gambar 3.10</b> Pemandangan danau Rawa Pening .....	114
<b>Gambar 3.11</b> Patung Naga Baru Klinting.....	115
<b>Gambar 3.12</b> Ukiran Legenda Naga Baru Klinting.....	115
<b>Gambar 3.13</b> Spot Foto Gembok Cinta .....	116
<b>Gambar 3.14</b> Keberadaan Eceng Gondok di area Rawa Pening .....	117
<b>Gambar 3.15</b> Penanda Area BBWS Pemali Juana .....	118
<b>Gambar 3.16</b> Bangunan Pendukung Objek Wisata Rawa Pening .....	121
<b>Gambar 3.17</b> Pemanfaatan Fasilitas Pendopo untuk Senam .....	122
<b>Gambar 3.18</b> Kerusakan Fasilitas Jalan di Objek Wisata.....	123

<b>Gambar 3.19</b> Pujasera di Area Luar Objek Wisata .....	123
<b>Gambar 3.20</b> Instagram Pariwisata Kabupaten Semarang .....	127
<b>Gambar 3.21</b> Laman Website APIKS.....	128

## Daftar Tabel

<b>Tabel 1.1</b> Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Tengah 2017-2021 .....	3
<b>Tabel 1.2</b> Jumlah Pengunjung di Tempat Rekreasi Pengelolaan Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang Tahun 2022.....	4
<b>Tabel 1.3</b> Penelitian Terdahulu.....	15
<b>Tabel 1.4</b> Skala Pengukuran .....	55
<b>Tabel 1.5</b> Skala Prioritas Numerik .....	59
<b>Tabel 1.6</b> Random Konsistensi Indeks .....	61
<b>Tabel 3.1</b> Informan Penelitian .....	77
<b>Tabel 3.2</b> Random Index .....	80
<b>Tabel 3.3</b> Matriks Pairwise Comparison Kriteria.....	89
<b>Tabel 3.4</b> Matriks Pairwise Comparison Alternatif terhadap Kriteria Memorable .....	91
<b>Tabel 3.5</b> Matriks Pairwise Comparison Alternatif Terhadap Kriteria Meaningful .....	95
<b>Tabel 3.6</b> Matriks Pairwise Comparison Alternatif Terhadap Kriteria Likeable .	98
<b>Tabel 3.7</b> Matriks Pairwise Comparison Alternatif Terhadap Kriteria Transferable .....	102
<b>Tabel 3.8</b> Matriks Pairwise Comparison Alternatif Terhadap Kriteria Adaptable .....	105
<b>Tabel 3.9</b> Matriks Pairwise Comparison Alternatif Terhadap Kriteria Protectable .....	108