

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI *BRANDING* KAMPUNG WISATA TAMANSARI
YOGYAKARTA DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI
WISATA *HERITAGE***



Disusun oleh:

MELLISA PURNAMA DEWI

20.M1.0075

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI *BRANDING* KAMPUNG WISATA TAMANSARI
YOGYAKARTA DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI
WISATA *HERITAGE***

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

MELLISA PURNAMA DEWI

20.M1.0075

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

ABSTRAK

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti mengenai Strategi *branding* Kampung Wisata Tamansari, Kampung Wisata Tamansari terletak di kelurahan Patehan, Kraton Yogyakarta pada Daerah Istimewa Yogyakarta. Strategi *branding* adalah suatu upaya untuk membangun citra atau identitas merek yang kuat dan konsisten dalam benak konsumen atau pengunjung. Strategi *branding* bertujuan untuk membedakan produk atau jasa dari pesaing, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi *branding* kampung wisata dalam mengembangkan potensi wisata *heritage*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan ketua kelompok Sadar wisata yaitu bapak tantyo dan juga kepala kelurahan patehan bapak sigit, wawancara tersebut diolah melalui reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Kampung Wisata Tamansari telah melakukan tahapan *branding destination*, Strategi *branding* dan juga manajemen *branding* dalam usahanya menjadi kampung wisata berbasis *heritage*. Berdasarkan hasil kegiatan tersebut maka ditemukan bahwa strategi *branding* yang dilakukan adalah menjalin kerjasama dengan hotel, melakukan kegiatan yang berbasis sejarah seperti kegiatan membatik, melukis dan juga ritual minum teh, melakukan uji kompetensi untuk SDM dan juga berencana untuk membuka event kuliner malam di pasar ngasem adalah bentuk strategi yang digunakan. Hal tersebut juga menjadi bagian dari pengembangan potensi wisata *heritage* di kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Kampung Wisata Tamansari, Wisata *Heritage*, *Branding destination*, *management branding*, potensi wisata Yogyakarta

ABSTRACT

This research explores the branding strategy of Tamansari Tourist Village, located in the Patehan subdistrict, Kraton Yogyakarta, in the Special Region of Yogyakarta. Branding strategy is an effort to build a strong and consistent brand image or identity in the minds of consumers or visitors. The aim is to differentiate products or services from competitors, enhance brand awareness, and build consumer loyalty. The objective of this study is to understand how the branding strategy of the tourist village is implemented in developing heritage tourism potential. The research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques such as observation, interviews, and documentary studies. Data is collected through interviews with the head of the Tourism Awareness group, Mr. Tanyo, and the head of the Patehan subdistrict, Mr. Sigit. The collected data is processed through data reduction, presentation, and verification. Tamansari Tourist Village has implemented destination branding stages, branding strategy, and brand management to become a heritage-based tourist village. The branding strategy includes collaboration with hotels, historical activities such as batik and painting, tea-drinking rituals, competency testing for human resources, and planning to open a night culinary event at Pasar Ngasem. These strategies contribute to the development of heritage tourism potential in Yogyakarta.

Keywords: *Tamansari Tourism Village, Heritage Tourism, destination branding, branding management, Yogyakarta tourism potential*