

**STRATEGI BRANDING NONGSA SENSATION KOTA
BATAM DALAM MEMPERKENALKAN DESTINASI
WISATA KAMPUNG TUA BAKAU SERIP MELALUI
*WEBSITE***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

KIRANA ADELIA SALSABILA

NBI 1151900296

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**STRATEGI BRANDING NONGSA SENSATION KOTA
BATAM DALAM MEMPERKENALKAN DESTINASI
WISATA KAMPUNG TUA BAKAU SERIP MELALUI
*WEBSITE***

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

KIRANA ADELIA SALSABILA
NBI: 1151900296

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kirana Adelia Salsabila

NBI : 1151900296

**Judul : Strategi Branding Nongsa Sensation Kota Batam Dalam
Memperkenalkan Destinasi Wisata Kampung Tua Bakau Serip
Melalui *Website***

Surabaya, 21 Juni 2023

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

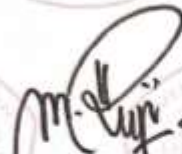


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Muchamad Rizqi, S.I Kom., M

Med.Kom

NPP. 20150170752

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 27 Juni 2023

Dewan Penguji

1. Muchamad Rizqi, S.I Kom., M. Med.Kom

Ketua

()

2. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom

Anggota

()

3. DR. Bambang Sigit Pramono, S.Sos., M.Si.

Anggota

()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120870103

**HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN
PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kirana Adelia Salsabila
NBI : 1151900296
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Branding Nongsa Sensation Kota Batam
Dalam Memperkenalkan Destinasi Wisata Kampung
Tua Bakau Serip Melalui Website

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sadar-sadarnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023
Yang Membuat Pernyataan



Kirana Adelia Salsabila
NBI. 1151900296



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45
SURABAYATLP. 031 593 1800
(EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-
SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kirana Adelia Salsabila
NBI : 1151900296
Fakutas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

“Strategi Branding Nongsa Sensation Kota Batam Dalam Memperkenalkan Destinasi Wisata Kampung Tua Bakau Serip Melalui Website”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 3 Juli 2023

Yang Menyatakan,

NBI. 1151900296

ABSTRAK

Strategi Branding merupakan suatu perencanaan yang sangat penting dan utama dalam mengembangkan atau melakukan suatu peningkatan terhadap objek, Destination Branding juga memiliki tahapan – tahapan yang tujuannya untuk menjelaskan keterkaitan terhadap perkembangan pada destinasi Wisata Kampung Tua Bakau Serip , Nongsa sensation melakukan pengembangan dalam kawasan nongsa agar menjadi destinasi wisata yang memiliki pembeda dari wisata lainnya. Peneliti melakukan penggunaan pada metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk menginterpretasikan sebuah gejala sosial mengenai sesuatu yang didapatkan oleh bahan penelitian. Dalam metode ini peneliti membangun gambaran rinci, menganalisis bahasa, melaporkan hal-hal yang jelas dari sudut pandang informan, dan melakukan kajian terhadap keadaan yang sebenarnya. Untuk mengembangkan destinasi wisata yang ada di kawasan Nongsa, Nongsa Sensation juga sangat unik dikarenakan Resort serta Kampung dapat dijadikan potensi besar untuk terus membangun sektor pariwisata. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan oleh Nongsa Sensation dalam mengembangkan destinasi wisata pada kawasan nongsa. Namun Hasil dari penelitian ini menggunakan tahapan dari Destination Branding yang meliputi 1) Market investigation, analysis, and strategic Recommendation, 2) Brand Identity Development, 3) Brand Launch, 4) Brand Implementation, 5) Monitoring, evaluation, and review. Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang berjudul Strategi Destination Branding Dalam Memperkenalkan Destinasi Wisata Kampung Tua Bakau Serip Oleh Nongsa Sensation Kota Batam bahwa menggunakan Tahapan Branding yang meliputi 1) Market investigation, analysis, and strategic Recommendation, 2) Brand Identity Development, 3) Brand Launch, 4) Brand Implementation, 5) Monitoring, evaluation, and review. Namun Hasil dari penelitian ini dapat memberikan sebuah evaluasi untuk pihak Nongsa Sensation akan strategi Destination branding yang perlu di tingkatkan kembali dalam Mengembangkan destinasi Wisata Kampung Tua Bakau Serip.

Kata kunci : Strategi Branding, Destination branding, Tahapan Branding, Nongsa Sensation

ABSTRACT

The Branding Strategy is a very important and main plan in developing or an improvement to the object, the Destination Branding also has stages whose purpose is to explain the linkages to developments in the Kampung Tua Bakau Serip Tourism destination, the Nongsa sensation is developing in the nongsa area so that become a tourist destination that has differences from other tours. The researcher uses a descriptive method with a qualitative approach. Descriptive research method with a qualitative approach is a research method that aims to interpret a social phenomenon about something obtained by research material. In this method the researcher builds a detailed picture, analyzes the language, reports clear things from the informant's point of view, and conducts a study of the actual situation. To develop tourist destinations in the Nongsa area, Nongsa Sensation is also very unique because Resorts and Villages can great potential to continue to develop the tourism sector. There are several stages carried out by Nongsa Sensation in developing tourist destinations in the Nongsa area. However, the results of this study use the stages of the Destination Branding Strategy which include 1) Market investigation, analysis, and strategic recommendations, 2) Brand Identity Development, 3) Brand Launching, 4) Brand Implementation, 5) Monitoring, evaluation, and review. Based on the conclusions from the research entitled Destination Branding Strategy in Introducing Kampung Tua Bakau Serip Tourism Destinations by Nongsa Sensation Batam City that uses Branding Stages which include 1) Market Investigation, Analysis and Strategic Recommendations, 2) Development of Brand Identity, 3) Brand Launching, 4) Brand Implementation, 5) Monitoring, evaluation, and review. However, the results of this study can provide an evaluation for Nongsa Sensation regarding the Destination branding strategy that needs to be improved again in producing Kampung Tua Bakau Serip Tourism destinations.

Keywords: Branding Strategy Destination branding, Branding Stages, Nongsa Sensation

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT telah memberikan rahmat dan karunia sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dengan penelitian yang berjudul **“Strategi Branding Nongsa Sensation Kota Batam Dalam Memperkenalkan Destinasi Wisata Kampung Tua Bakau Serip Melalui Website “.**

Skripsi ini tidak akan berujung tanpa adanya banyak pihak yang berperan serta dalam memberikan dukungan. Mungkin peneliti belum dapat membalas satu per satu kebaikan dan serta dukungan yang telah diberikan. Namun, peneliti ingin mempersembahkan skripsi ini sekaligus sebagai ucapan terima kasih peneliti. Maka dari itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat, yaitu kepada:

1. Teristimewa kepada orang tua penulis, yaitu ayahanda Alm. Mansur yang telah memberikan semangat untuk penulis agar bisa meraih impiannya. Tidak lupa, untuk Ibunda Wiwik Widjayanti dan Ayahanda sambung penulis yaitu Ryan Agung Pambudi, yang telah memberikan semangat, doa, dorongan, dan kasih sayangnya untuk penulis bisa terus menyelesaikan skripsi ini. Jasa ole siapapun.
2. Untuk adik tercinta Jasmine Suci Dwiyanti yang juga sedang dalam masa pendidikan kuliah Hukum nya di UMY Jogja, telah banyak memberikan rasa semangat untuk kakaknya (penulis) untuk bisa terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Untuk Acu Muliadi salah satu keluarga penulis yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis
4. Bapak Prof. DR. Mulyanto Nugroho, MM, CMA. CPA selaku Rektor Univeritas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
6. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku Ketua Program

Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

7. Dosen Pembimbing 1 yaitu Bapak Muchammad Rizqi , S.I.Kom, M Med.Kom dan Dosen Pembimbing 2 yaitu Bapak Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan dan memberikan pengarahan- pengarahan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
9. Kepada seluruh teman-teman UKM Graha Sinema semua pembina yang selama ini mendukung dan mendoakan penulis, sehingga penulis dapat diberikan kekuatan dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Teman – teman saya bernama Annisa Royani, Ester Erfisa, Yuyun Artha, dan Indah Wardani yang telah memberikan motivasi, doa, harapan agar saya peneliti dapat mengerjakan skripsi dan lulus sesuai nilai yang baik dan memuaskan.
11. Ricky Fajar Adi Putra Sharma Muhammad yaitu orang yang sangat berperan penting serta yang sudah memberikan motivasi, bantuan, dan semangat yang luar biasa untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

Surabaya, 3 Juli 2023

Penulis,

Kirana Adelia Salsabila

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 FOKUS PENELITIAN	4
1.3 RUMUSAN MASALAH	4
1.4 TUJUAN PENELITIAN	4
1.5 MANFAAT PENELITIAN	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	7
2.1.1 CRITICAL REVIEW.....	11
2.2 LANDASAN TEORI	14
2.2.1 Destination BRANDING.....	14
2.3 LANDASAN KONSEPTUAL.....	16
2.3.1 Komunikasi PARIWISATA.....	16
2.3.2 BRANDING.....	21
2.3.3 STRATEGI BANDING.....	22
2.3.4 WEBSITE.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN	27
3.2 JENIS PENELITIAN	27
3.3 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	27

3.4 METODE PENGUMPULAN PENELITIAN	28
3.4.1 SUMBER DATA	28
3.4.2 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	28
3.5 ANALISIS DATA	30
3.6 KEABSAHAN DATA	32
BAB IV DESKRIPSI OBJEK / SUBJEK PENELITIAN, HASIL	
PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 DESKRIPSI SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	33
4.1.1 DESKRIPSI SUBJEK PENELITI	33
4.1.2 DESKRIPSI OBJEK PENELITI	36
4.1.2.1 PROFIL WISATA KAMPUNG TUA BAKAU SERIP	36
4.1.2.2 PROGRAM WISATA KAMPUNG TUA BAKAU SERIP	38
4.2 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.2.1 STRATEGI BRANDING	41
4.2.2 DESTINATION BRANDING WISATA KAMPUNG TUA BAKAU	
SERIP.....	44
BAB V PENUTUP	59
5.1 KESIMPULAN	59
5.2 REKOMENDASI	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Kota Batam 2022	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Informan Inti	29
Tabel 3.2 Informan Pendukung	30
Tabel 4.1 Analisis Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Nongsa Sensation Kota Batam.....	34

DAFTAR GAMBAR

2.4 Kerangka Konsep	25
4.1 Kegiatan Foto Bersama dengan Ketua Nongsa Sensation.....	33
4.2 Pertemuan Dinas Pariwisata dengan Kepala DesaKampung Tua Bakau Serip.....	38
4.3 Konversi Mangroce Pandang Tak Jemu.....	39
4.4 Edukasi Pantai Wisata Kampung Tua Bakau Serip.....	39
4.5 Kegiatan peneliti membatik.....	40
4.6 Kegiatan Edukasi Membatik.....	45
4.7 Website Wisata Kampung Tua Bakau Serip.....	48
4.8 Brand Launch.....	50
4.9 Website & Instagram Wisata Kampung Tua Bakau Serip.....	53
4.10 Agent Travel Wisata Kampung Tua Bakau Serip.....	56