

ABSTRAK

Nurul Muaffah. NIM 210531100041. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Branding Pasar Wisata Pundensari sebagai *Icon* Destinasi *Memorable Culinary* di Kab. Madiun. Dosen Pembimbing: Dr. Dewi Quraisyin S.Pd.I., M.Si.,

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi *branding* yang diterapkan oleh Pasar Wisata Pundensari sebagai *icon* destinasi *memorable culinary* di Kab. Madiun melalui keunikan konsep *branding*nya sebagai destinasi wisata kuliner yang tak hanya menjual kuliner jadul, tetapi juga memberikan pengalaman unik kepada wisatawan yang ingin bernostalgia ke masa lampau dengan menikmati kuliner tradisional yang dipadukan dengan nilai-nilai budaya yang unik dan otentik.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Informan dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan pengumpulan data berdasarkan observasi, dokumentasi, serta wawancara mendalam. Teknik analisis data peneliti menggunakan *thematic analysis* dan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan Pasar Pundensari telah melakukan *branding* di pasar tersebut melalui 5 konsep *branding*nya yakni tradisional, budaya, jadul, unik dan non plastik, serta penggunaan uang bambu sebagai metode pembayarannya. Hal ini sebagai upaya pelestarian budaya lokal, dan kepedulian lingkungan, sekaligus sebagai ikon destinasi *memorable* kuliner di Kab. Madiun.

Kata Kunci: Strategi Branding, Branding Wisata, Destinasi Memorable Culinary, Pasar Tradisional, Pasar Wisata Pundensari.

Abstract

Nurul Muaffah. NIM 210531100041. Communication Science Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences. Branding of Pasar Wisata Pundensari as an Icon of a Memorable Culinary Destination in Madiun Regency. Supervisor: Dr. Dewi Quraisyin S.Pd.I., M.Si.

This study aims to analyze and identify the branding strategies used by Pasar Wisata Pundensari as a memorable culinary destination icon in Madiun Regency. The uniqueness of its branding lies in offering more than just nostalgic traditional foods—it provides visitors with an immersive experience to relive the past through culinary traditions blended with authentic cultural elements.

The research employs a descriptive qualitative approach. Informants were selected using purposive sampling, and data were collected through observation, documentation, and in-depth interviews. Thematic analysis was used to interpret the data, while data validity was ensured through source triangulation.

The findings reveal that Pasar Pundensari has implemented its branding through five key concepts: traditional, cultural, nostalgic (jadul), unique, and plastic-free, along with the use of bamboo currency as a payment method. These strategies serve not only to preserve local culture and promote environmental awareness, but also to strengthen the market's identity as a memorable culinary destination in Madiun Regency.

Keywords: *Branding Strategy, Tourism Branding, Memorable Culinary Destination, Traditional Market, Pasar Wisata Pundensari.*