

Dhimas Anom Purnomo, NIM. 180531100061.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura.

Strategi *Master Plan* Ikonik Dalam Memperkuat *City Branding* Ponorogo *Ethnic Art Of Java* (Studi Kasus *Master Plan* Ikonik Pada Desa Plunturan “Sebagai Wisata Budaya”, Kecamatan Pulung, Kabupaten Ponorogo)

Dibawah bimbingan dari Dr. Sri Wahyuningsih, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Pengembangan desa wisata selalu menjadi prioritas pengelola dalam upaya mempertahankan brand image dari produk pariwisata yang dimiliki. Berbagai cara dilakukan untuk mencapai target jangka panjang bagi perkembangan pariwisata yang mengusung konsep kebudayaan masyarakat yang dikemas dalam desa wisata budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses inisiasi pembentukan *master plan* ikonik dan untuk mengetahui strategi *master plan* ikonik dalam memperkuat *City Branding Ponorogo Ethnic Art Of Java* pada Desa Plunturan “Sebagai Wisata Budaya”, Kecamatan Pulung, Kabupaten Ponorogo. mengembangkan model pemberdayaan masyarakat wisata berbasis desa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan menggunakan landasan teori *city branding*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik *creswell*. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan *member check*.

Hasil dari penelitian ini proses pengembangan Desa Wisata Plunturan selalu diupayakan semenjak mendapatkan penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia pada tahun 2021. Salah satunya mulai adanya gagasan *master plan* ikonik yang dimaksimalkan untuk melahirkan Desa Wisata Budaya Plunturan yang unggul. Selain itu juga berbagai strategi yang digagas untuk mencapai hal tersebut diantaranya memperluas *stakeholder*, pembentukan POKDARWIS, pemberdayaan sumber daya manusia yang kompeten, pengembangan kebudayaan melalui pembuatan festival/*event*, dan berkontribusi aktif dalam festival/*event* baik regional ataupun nasional. ragam strategi tersebut dilakukan untuk menanamkan citra positif Desa Wisata Budaya Plunturan yang kompeten, unggul, dan berkualitas dimata publik.

Kata Kunci : *Master Plan, Ikonik, Desa Wisata Budaya, Branding, Ethnic Art of Java*

Dhimas Anom Purnomo. Student Number. 180531100061.

Communication Studies Program.

Faculty of Social and Cultural Sciences. University of Trunojoyo Madura.

The Iconic Master Plan Strategy in Strengthening the City Branding of Ponorogo Ethnic Art Of Java (Case Study of the Iconic Master Plan in Plunturan Village “As Cultural Tourism”, Pulung District, Ponorogo Regency)

Advisor : Dr. Sri Wahyuningsih, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

In order to maintain the brand image of their tourism products, managers have always prioritized the development of tourist villages. The concept of community culture is bundled in cultural tourist villages, and various methods are used to fulfill long-term goals for tourism growth. In Plunturan Village "As Cultural Tourism", Pulung District, Ponorogo Regency, this study aims to strengthen the Ponorogo City Branding Ethnic Art of Java by identifying the process of the iconic formation's inception and the iconic master plan approach. create a paradigm for village-based tourism that empowers the locals.

This study uses a qualitative methodology and the city branding theory as its framework. Interviews, observation, and document-based data analysis are used as data collection methods, using the Creswell approach for data analysis. The source triangulation, temporal triangulation, and member verification techniques are used in the data validity method.

The Plunturan Tourism Village has been evolving as a result of this study's findings since it won the Indonesian Tourism Village Award in 2021. One of them is developing the concept for an iconic master plan that will be used to its fullest potential to create a superior Plunturan Cultural Tourism Village. Additionally, a number of initiatives have been made to further these objectives, such as the founding of POKDARWIS, empowering qualified human resources, fostering culture through the organization of festivals and events, and actively participating in festivals and events both locally and nationally. The numerous tactics are used to give the public a favorable impression of the Plunturan Cultural Tourism Village that is competent, superior, and of high quality.

Keywords: Master Plan, Iconic, Cultural Tourism Village, Branding, Ethnic Art of Java