

**ANALISIS *VILLAGE AND RURAL BRANDING* PADA
PEMEREKAN DUSUN BUTUH SEBAGAI NEPAL VAN JAVA**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie



**Dimas Fadillah Kuswara
1161003129**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2022**

HALAMAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri dan semua sumber, baik yang menjadi referensi maupun yang diikuti saya nyatakan benar.

Nama : Dimas Fadillah Kuswara

NIM : 1161003129

Tanda Tangan : 

Tanggal : 18 Agustus 2022

LEMBAR PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dimas Fadillah Kuswara
NIM : 1161003129
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : *Analisis Village and Rural Branding* pada Pemerekan Dusun Butuh
Sebagai Nepal van Java

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., Dr.

()

Penguji I : Adek Risma Dedeas, S.S., M.A., M.A

()

Penguji II : Rizky Hafiz Chaniago, Ph.D.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Sabtu, 13 Agustus 2022

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam menyusun skripsi ini tidak dapat terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti dalam hal ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Segala bentuk bimbingan, petunjuk, do'a, dan bantuan baik secara moral maupun material. Terima kasih ini peneliti sampaikan sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang Maha Segalanya, kepada orang tua yang selalu menebarkan do'a baik sepanjang waktu kepada peneliti, kepada Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya, S. Sos., M. Si. (Sir Bamz) yang sudah sabar memberikan arahan kepada peneliti dan peneliti juga mengucapkan kepada seluruh elemen-elemen pendukung lainnya (yang tidak bisa disebutkan satu per satu namun tidak mengurangi rasa hormat serta rasa terima kasih) yang senantiasa memberikan energi positif sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini. Semoga Allah S.W.T senantiasa membalas segala kebaikan yang telah diberikan oleh segala pihak dan semua elemen pendukung lainnya. Dan juga semoga penelitian ini bisa membawa manfaat bagi para pembacanya, Aamiin Yaa Robbal A'Lamiin.

Jakarta, 18 Agustus 2022



Dimas Fadillah Kuswara

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademika **Universitas Bakrie**, saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Dimas Fadillah Kuswara

NIM : 1161003129

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS VILLAGE AND RURAL BRANDING PADA PEMEREKAN
DUSUN BUTUH SEBAGAI NEPAL VAN JAVA**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** ini **Universitas Bakrie** berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

Pada tanggal : Kamis, 18 Agustus 2022

Yang Menyatakan,



(Dimas Fadillah Kuswara)

ABSTRAK

Dusun Butuh atau yang dikenal sebagai Nepal Van Java merupakan salah satu desa wisata yang memiliki banyak potensi walaupun sudah dikenal sebagai desa wisata namun nama dan produk dari Dusun Butuh ini masih minim terdengar ke para wisatawan lokal maupun mancanegara karena keterbatasan dalam hal promosi dan branding. Dusun butuh mempromosikan desanya melalui salah satu media sosial yaitu instagram oleh karena itu studi ini menyelidiki bagaimana kondisi dan representasi dusun butuh sebagai Nepal Van Java ditinjau dari *Village and Rural Branding*. Pada penelitian ini menggunakan metode studi kasus eksplanatif dengan pendekatan kualitatif, berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa kondisi dan representasi di instagram yang di analisis dengan menggunakan 6 dimensi strategis untuk mengembangkan potensi kekhasan desa dan pedesaan tidak berbeda jauh. Pemerekan Dusun Butuh dilihat melalui kacamata teori *Village and Rural Branding* menjadi suatu bagian penting dalam mengembangkan industri kepariwisataan secara umumnya dan khususnya juga dapat pengembangan desa wisata yang tengah berkembang Pemerintah harus lebih mendukung pengembangan desa wisata untuk kepentingan *Village and Rural branding* sehingga diperlukan adanya koordinasi kebersamaan antara masyarakat Dusun serta Pemerintah kota setempat. Hal ini agar *Village and Rural branding* “Nepal Van Java” dapat menjadi lebih terkenal lagi. Serta dukungan dari masyarakat tentunya membantu mengoptimalkan pengembangan Dusun Butuh. Masyarakat perlu meningkatkan dan mempererat keharmonisan agar Dusun Butuh semakin berkembang, hal ini juga tidak luput dari generasi muda untuk membangun hasrat terus berkreasi dan lebih maju dengan menggunakan media sosial.

Kata kunci : Dusun Butuh, Representasi, *Branding, Village and Rural Branding*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Konsep Yang Relevan.....	8
2.1.1. Komunikasi Pariwisata	8
2.1.2. Media Sosial.....	10
2.1.3. Jenis-Jenis Media Sosial	10
2.1.4. Desa Wisata.....	11
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	15
2.3. Model Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1. Metode Penelitian.....	23
3.2. Objek dan Subjek Penelitian	23
3.3. Pengumpulan Data	25

3.3.1.	Pengumpulan Data	25
3.4.	Analisis Data	27
3.5.	Triangulasi Data	28
3.6.	Operasionaliasasi Konsep	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1.	Gambaran Konteks Penelitian	32
4.1.1.	Tentang Dusun Butuh	32
4.1.2.	Branding Nepal Van Java	34
4.1.3.	Akun Instagram	34
4.1.4.	Profil Informan	35
4.2.	Penyajian Data	35
4.2.1.	Kondisi & Representasi Rural Locality	35
4.2.2.	Kondisi & Representasi Spatiality	40
4.2.3.	Kondisi & Representasi Cultural Identity	43
4.2.4.	Kondisi & Representasi Commnuality	46
4.2.5.	Kondisi & Representasi Naturalness	49
4.2.6.	Kondisi & Representasi Homeliness	53
4.3.	Pembahasan & Diskusi	55
4.3.1.	Isu Realita	56
4.3.2.	Keunikan Branding Dusun Butuh	58
4.3.3.	Analisis dan Komparasi Dusun Butuh	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1.	Kesimpulan	63
5.2.	Kendala dan Keterbatasan	64
5.3.	Saran dan Implikasi	65
5.3.1.	Saran Teoretis	65
5.3.2.	Saran Metodologis	65
5.3.3.	Saran Praktis	65
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Hasil dan Perbandingan Penelitian Sebelumnya.....	18
Tabel 3. 1. Operasionalisasi Konsep	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Landscape Nepal Van Java di Desa Temanggung.....	5
Gambar 2. 1. Bagan Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4. 1. Peta Jarak Alun-alun Magelang ke Nepal Van Java.....	33
Gambar 4. 2. Profil Akun Instagram Nepal Van Java	34
Gambar 4. 3. Kondisi Nepal Van Java	36
Gambar 4. 4. Kondisi Nepal Van Java	37
Gambar 4. 5. Kondisi Nepal Van Java	37
Gambar 4. 6. Kondisi Nepal Van Java	38
Gambar 4. 7. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	39
Gambar 4. 8. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	40
Gambar 4. 9. Kondisi Nepal Van Java	41
Gambar 4. 10. Kondisi Nepal Van Java	42
Gambar 4. 11. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	43
Gambar 4. 12. Kondisi Lapangan Nepal Van Java.....	44
Gambar 4. 13. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	45
Gambar 4. 14. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	46
Gambar 4. 15. Kondisi Lapangan Nepal Van Java.....	46
Gambar 4. 16. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	47
Gambar 4. 17. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	48
Gambar 4. 18. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	49
Gambar 4. 19. Kondisi Lapangan Nepal Van Java.....	50
Gambar 4. 20. Kondisi Lapangan Nepal Van Java.....	50
Gambar 4. 21. Kondisi Lapangan Nepal Van Java.....	51
Gambar 4. 22. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	52
Gambar 4. 23. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	53
Gambar 4. 24. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	54
Gambar 4. 25. Representasi Sosial Media Nepal Van Java.....	55
Gambar 4. 26. Peta Destinasi Wisata Nepal Van Java	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip wawancara Informan Utama	70
Lampiran 2. Transkrip wawancara Informan Utama	75