

202210040311160
Achmad Haidar Ro'ifi
Prodi Ilmu Komunikasi

STRATEGI BRANDING PARIWISATA BERBASIS EVENT MELALUI PESONA GONDANGLEGI DI KABUPATEN MALANG

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Program Studi
Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Achmad Haidar Ro'ifi

NIM : 202210040311160

Dosen Pembimbing : Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2026**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ACHMAD HAIDAR RO'IFI
202210040311160

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Kamis, 16 Juli 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, MA ()
2. Nasrullah, M.Si, Ph.D ()
3. Novin Farid Styowibowo, M.Si. ()

Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



STRATEGI BRANDING PARIWISATA BERBASIS EVENT MELALUI
PESONA GONDANGLEGI DI KABUPATEN MALANG

Diajukan Oleh :

ACHMAD HAIDAR RO'IFI

202210040311160

Telah disetujui

Hari Kamis / 16 Juli 2026

Pembimbing I



Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.

Wakil Dekan I



Musilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi			
	Nama : Achmad Haidar Ro'ifi			
	NIM : 202210040311160			
	Jurusan : Ilmu Komunikasi			
	Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik			
	Judul Skripsi : STRATEGI BRANDING PARIWISATA BERBASIS EVENT MELALUI PESONA GONDANGLEGI DI KABUPATEN MALANG			
 Disetujui, Pembimbing  Novin Farid Styo Wibowo, M.Si				
 Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi  Novin Farid Styo Wibowo, M.Si				
 STARS	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Firdausy 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 203 (Pusat) F. +62 341 660 435</td><td>Kampus II Jl. Bendulung Sidam No. 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 145 (Pusat) F. +62 341 582 085</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 245 Malang, Jawa Timur P. +62 341 404 313 (Pusat) F. +62 341 600 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Firdausy 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 203 (Pusat) F. +62 341 660 435	Kampus II Jl. Bendulung Sidam No. 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 145 (Pusat) F. +62 341 582 085	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 245 Malang, Jawa Timur P. +62 341 404 313 (Pusat) F. +62 341 600 435 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Firdausy 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 203 (Pusat) F. +62 341 660 435	Kampus II Jl. Bendulung Sidam No. 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 145 (Pusat) F. +62 341 582 085	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 245 Malang, Jawa Timur P. +62 341 404 313 (Pusat) F. +62 341 600 435 E. webmaster@umm.ac.id		

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



UMMPASTI
MENDIRI

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Achmad Haidar Ro'ifi

NIM : 202210040311160

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

“Strategi Branding Pariwisata Berbasis Event Melalui Pesona Gondanglegi Di Kabupaten Malang”

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 8 Juli 2026

Yang Menyatakan,



METERAI
TEMPER
20201AMX260145404

Achmad Haidar Ro'ifi



UN-QA



STARS

Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutama No 188 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Tingomas No 248 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP UJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.c/VII/FISIP-UMM/2026			
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:			
	Nama : Achmad Haidar Ro'ifi No. Induk Mahasiswa : 202210040311160 Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul Skripsi : Strategi Branding Pariwisata Berbasis Event Melalui Pesona Gondanglegi Di Kabupaten Malang			
Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih				
Malang, 8 Juli 2026				
Dosen Pembimbing				
				
Novin Farid Styo Wibowo, M.Si				
 STARS	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Blandung 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 253 (Hunting) F +62 341 469 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sutris No 188 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 149 (Hunting) F +62 341 582 080</td><td>Kampus III Jl. Raya Thogomas No 248 Malang, Jawa Timur P +62 341 464 318 (Hunting) F +62 341 469 435 E webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Blandung 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 253 (Hunting) F +62 341 469 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutris No 188 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 149 (Hunting) F +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Thogomas No 248 Malang, Jawa Timur P +62 341 464 318 (Hunting) F +62 341 469 435 E webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Blandung 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 253 (Hunting) F +62 341 469 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutris No 188 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 149 (Hunting) F +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Thogomas No 248 Malang, Jawa Timur P +62 341 464 318 (Hunting) F +62 341 469 435 E webmaster@umm.ac.id		

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/VII/FISIP-UMM/2026			
 	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa: NAMA : Achmad Haidar Ro'ifi NIM : 202210040311160 Program Studi : Ilmu Komunikasi			
Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH				
Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.				
Malang, 6 Juli 2026 Ketua Program Studi  Novin Farid Styo Wibowo, M.Si				
 STARS	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 253 (Hunting) F +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 140 (Hunting) F +62 341 562 080</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P +62 341 464 318 (Hunting) F +62 341 460 435 E webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 253 (Hunting) F +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 140 (Hunting) F +62 341 562 080	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P +62 341 464 318 (Hunting) F +62 341 460 435 E webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 253 (Hunting) F +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P +62 341 551 140 (Hunting) F +62 341 562 080	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P +62 341 464 318 (Hunting) F +62 341 460 435 E webmaster@umm.ac.id		

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI			
	SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL "STRATEGI BRANDING PARIWISATA BERBASIS EVENT MELALUI PESONA GONDANGLEGI DI KABUPATEN MALANG" Oleh: Achmad Haidar Ro'ifi			
	Nama : Achmad Haidar Ro'ifi NIM : 202210040311160			
Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi				
Menyetujui, Malang, 6 Juli 2026. Pembimbing I/Promotor				
				
Novin Farid Styo Wibowo, M.Si NIP. 10306110440				
				
<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Banteng 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 140 (Hunting) F. +62 341 582 060</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 748 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>		Kampus I Jl. Banteng 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 140 (Hunting) F. +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 748 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Banteng 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 140 (Hunting) F. +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 748 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id		

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Achmad Haidar Ro'ifi
NIM : 202210040311160

Hasil Plagiasi : 8/1 9/7 10/7

BAB I	11			
BAB II	6			
BAB III	25	22	20	

BAB IV	6			
BAB V	1			
BAB VI	10			



Malang, 10 Juli 2026
Admin Plagiasi Prodi,

PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA SEMINAR SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



UMMPASTI
MUSLIMAH
PASTORAL
STUDY
INSTITUTION

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Achmad Haidar Ro'ifi
NIM : 202210040311160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : Strategi Branding Pariwisata Berbasis Event Melalui Pesona Gondanglegi Di Kabupaten Malang
Dosen Pembimbing : Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos, M.Si

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
26/02/2025	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
07/05/2025	Acc judul Skripsi "Strategi Branding Pariwisata Berbasis Event Melalui Pesona Gondanglegi Di Kabupaten Malang"	
07/05/2025	Penyusunan Bab I,	
07/05/2025	Penyusunan Bab II	
07/05/2025	Penyusunan Bab III	
07/05/2025	Acc Keseluruhan Bab I,II, dan III	
19/06/2025	Seminar Proposal	
21/06/2025	Acc Draft wawancara	
20/05/2026	Bimbingan Bab IV, V, dan VI	
09/06/2026	Acc Bab IV, V, VI	
10/06/2026	Acc Seminar Hasil	

Malang, 6 Juli 2026
Dosen Pembimbing


 Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos, M. Si



UNIQ
STARS

Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur Telp. +62 241 551 432 (Bandung) F. +62 241 465 433	Kampus II Jl. Bandung 150 Malang, Jawa Timur Telp. +62 241 551 145 (Bandung) F. +62 241 551 433	Kampus III Jl. Raya Tugu Malang No. 740 Malang, Jawa Timur Telp. +62 241 464 219 (Bandung) F. +62 241 465 433 E. website@unma.ac.id
--	---	--

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



UMMPASTI

BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Sabtu
Tanggal : 20 Juni 2026

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Achmad haidar Ro'ifi
2. NIM : 202210040311160
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Strategi Branding Pariwisata Berbasis Event Melalui Pesona Gondanglegi Di Kabupaten Malang
6. Dosen Pembimbing : Novin Farid Styow Wibowo, S.Sos, M. Si
7. Dosen Penguji : Nasrullah, Ph.D.

Seminar hasil dilakukan seacara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link :
<https://us06web.zoom.us/j/81747768476?pwd=R0LMzuX3X4OY6xtVJmMal81x4LzPuM.1>
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 17 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 6 Juli 2026

Dosen Pembimbing



Novin Farid Styow Wibowo, S.Sos, M. Si

Dosen Penguji



Nasrullah, Ph.D

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styow Wibowo, S.Sos, M. Si



UN-QA



STARS

Kampus I
Jl. Bunderan I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 555 435

Kampus II
Jl. Bunderan Satrio No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 552 060

Kampus III
Jl. Raya Thomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 554 318 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Aulia Azmi Kusumadewi	202210040311138	Ilmu Komunikasi
2	Ananda Bayu Pirdaus	202210040311132	Ilmu Komunikasi
3	Muhammad Nasrullah Akbar	202210040311140	Ilmu Komunikasi
4	Mochamad Pathoni Amirul Alam	202210040311217	Ilmu Komunikasi
5	Farizan Akbar Hafizhuddin	202210040311158	Ilmu Komunikasi
6	Nailu dzaky	202210040311114	Ilmu Komunikasi
7	Salma Faticha	202210040311120	Ilmu Komunikasi
8	MUJI TAUFIQURRAHMAN	202210040311442	Ilmu Komunikasi
9	Ari Asmaul Khusnah	202210040311116	Ilmu Komunikasi
10	Muhammad Hishni	202210040311355	Ilmu Komunikasi
11	Dea fadillah	202210040311139	Ilmu Komunikasi
12	Pajar Bima Satria	202210040311129	Ilmu Komunikasi
13	Gaizka Namora	202210040311111	Ilmu Komunikasi
14	Adela Prima Hesti	202210040311154	Ilmu Komunikasi
15	Elmori Gading	202210310311078	Sosiologi
16	Naufal Maulana. A	202210310311054	Sosiologi
17	Erika Septi Purnama	202210030311019	Kesejahteraan Sosial

Malang, 6 Juli 2026
Dosen Pembimbing

Novin Farid Styowibowo, S.Sos, M. Si



Kampus I
Jl. Tugu Pahlawan No. 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Bandung)
F. +62 341 455 435

Kampus II
Jl. Bendungan Selatan No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 142 (Bandung)
F. +62 341 551 669

Kampus III
Jl. Raya Tugu Pahlawan No. 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 454 318 (Bandung)
F. +62 341 455 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Achmad Haidar Ro'ifi. NIM 202210040311160. "STRATEGI BRANDING PARIWISATA BERBASIS EVENT MELALUI PESONA GONDANGLEGI DI KABUPATEN MALANG". Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2026

Pariwisata berbasis event memiliki peran penting dalam memperkuat citra dan daya tarik suatu daerah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena penyelenggaraan event lokal yang seringkali hanya diperlakukan sebagai kegiatan seremonial tahunan, padahal berpotensi besar untuk dioptimalkan sebagai instrumen pembentukan citra destinasi (destination image). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan penerapan strategi city branding Pesona Gondanglegi dalam mendukung pariwisata di Kabupaten Malang, serta mengidentifikasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling yang melibatkan Ketua Yayasan Pesona Gondanglegi, Ketua Pelaksana event, dan Tim Media.

Proses analisis data ditinjau menggunakan kerangka kerja City Brand Hexagon dari Simon Anholt yang meliputi enam dimensi: Presence, Place, Potential, Pulse, People, dan Prerequisite. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pesona Gondanglegi telah berhasil menjadi identitas kreatif sekaligus pembeda (diferensiasi) bagi ekosistem pariwisata Kabupaten Malang melalui daya tarik karnaval kostum karakter. Strategi event tourism ini memberikan dampak langsung terhadap eskalasi ekonomi lokal, dengan dominasi kunjungan wisatawan dari wilayah Malang Raya sebesar 78,67% dan estimasi perputaran omzet UMKM mencapai Rp 7 Miliar.

Meskipun demikian, upaya optimalisasi city branding ini masih terhambat oleh empat kendala krusial, yaitu: lemahnya integrasi komunikasi internal kepanitiaan, belum optimalnya manajemen keramaian (crowd management) yang memicu kemacetan, penumpukan sampah plastik pasca-acara yang mencederai prinsip pariwisata berkelanjutan, serta masifnya promosi digital yang belum terintegrasi dengan rantai pasok pariwisata makro (seperti agen perjalanan dan penginapan). Hal ini mengakibatkan belum maksimalnya angka durasi tinggal (length of stay) wisatawan di Kabupaten Malang. Kata Kunci: City Branding, Event Tourism, Komunikasi Pariwisata, Pesona Gondanglegi..

Dosen Pembimbing



Novin Setyo Wibowo, S.Sos. M.Si

Penulis



Achmad Haidar Ro'ifi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “STRATEGI BRANDING PARIWISATA BERBASIS EVENT MELALUI PESONA GONDANGLEGI DI KABUPATEN MALANG”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, teladan mulia yang membawa cahaya ilmu pengetahuan serta mengajarkan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan akhlakul karimah.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak bimbingan, dukungan, dan masukan berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan satu-satunya, Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, kemudahan serta kasih sayang kepada penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
2. Orang tua terhebat di dunia, Terima Kasih kepada ayah saya Sugeng Harianto dan Ibu Aliep Anggraini yang telah mendukung penuh segala aktivitas belajar penulis selama ini.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Novin Farid Styowibowo, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terimakasih nggih pak telah memberi penulis motivasi, saran, nasihat, serta selalu mendorong untuk segera menyelesaikan tugas akhir skripsi yang membuat penulis terpacu sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi serta staf administrasi yang telah memberikan dukungan, ilmu, serta pengalaman kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Pengurus Yayasan Pesona Gondanglegi, terima kasih telah berkenan menjadi objek yang penulis teliti.
8. Untuk semua teman baik penulis yang namanya belum sempat tertulis satu per satu di sini kalian adalah bagian penting dari perjalanan ini, kalian adalah halaman-halaman tak tertulis yang tetap menyempurnakan cerita ini. Terima kasih sudah kebersamaan penulis dalam bertumbuh di bangku kuliah, menghadirkan tawa di tengah lelah, memberi semangat di tengah ragu, dan menjadi warna yang tak tergantikan dalam setiap langkah.

Sekian kata pengantar ini, terimakasih untuk semuanya yang telah men-support penuh penulis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
SURAT KETERANGAN SIAP UJI.....	vi
SURAT PERNYATAAN BEBAS KULIAH.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
HASIL CEK PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA SKRIPSI.....	x
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	xi
LAMPIRAN DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	iiy
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6

2.1	Pariwisata.....	6
2.1.1	Klasifikasi Perjalanan Berdasarkan Wilayah Tempat Kegiatan Berlangsung	7
2.1.2	Berdasarkan Pengaruhnya Terhadap Neraca Pembayaran, Pariwisata.....	8
2.1.3	Berdasarkan Alasan Atau Tujuan Perjalanan	8
2.1.4	Berdasarkan Objeknya	9
2.2	City Branding.....	10
2.3	Studi Terdahulu Terkait Branding Wisata Daerah	14

BAB III METODE PENELITIAN 18

3.1	Pendekatan Penelitian	18
3.2	Tipe Penelitian	18
3.3	Lokasi Penelitian.....	18
3.4	Subyek Penelitian	19
3.5	Fokus Penelitian.....	19
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	20
3.6.1	Wawancara.....	20
3.6.2	Observasi	21
3.6.3	Dokumentasi	21
3.7	Metode Analisis Data.....	21
3.7.1	Reduksi Data.....	22
3.7.2	Penyajian Data	22
3.7.3	Kesimpulan dan Verifikasi	22
3.8	Uji Keabsahan data	22
3.9	Pendekatan Penelitian	23
3.10	Tipe Penelitian	23

3.11	Lokasi Penelitian.....	23
3.12	Subyek Penelitian	24
3.13	Fokus Penelitian.....	24
3.14	Metode Pengumpulan Data.....	24
3.14.1	Wawancara.....	25
3.14.2	Observasi	25
3.14.3	Dokumentasi	25
3.15	Metode Analisis Data.....	26
3.15.1	Reduksi Data.....	26
3.15.2	Penyajian Data	26
3.15.3	Kesimpulan dan Verifikasi	26
3.16	Uji Keabsahan data	27
BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN		28
4.1	Gambaran Umum Pesona Gondanglegi.....	28
4.1.1	Profil	28
4.1.2	Sejarah Pesona Gondanglegi	28
4.1.3	Lambang, Visi dan Misi, Pesona Gondanglegi.....	35
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		46
5.1	Strategi City Branding Pesona Gondanglegi dalam mendukung Pariwisata Kabupaten Malang	46
5.1.1	<i>Presence</i> (Kehadiran)	48
5.1.2	<i>Place</i> (Tempat)	52
5.1.3	<i>Potential</i> (Potensi)	53
5.1.4	<i>Pulse</i> (Daya Tarik).....	55

5.1.5	<i>People</i> (Orang).....	56
5.1.6	<i>Prerequisite</i> (Prasyarat)	57
5.2	Peran Yayasan Pesona Gondanglegi.....	59
5.3	Identitas dan Pemaknaan Brand Pesona Gondanglegi.....	60
5.4	Komunikasi Digital dan Praktik Branding Melalui Media Sosial	62
5.5	Tantangan dan Hambatan City Branding Pesona Gondanglegi dalam Mendukung Pariwisata Kabupaten Malang	64
5.5.1	Hambatan Komunikasi Internal dan Ancaman terhadap Standar Pariwisata Nasional	64
5.5.2	Hambatan Infrastruktur, Rekayasa Lalu Lintas, dan Mobilitas Wisatawan Daerah	65
5.5.3	Hambatan Manajemen Lingkungan.....	67
5.5.4	Hambatan Integrasi Promosi dan Optimalisasi <i>Length of Stay</i> di Kabupaten Malang	68
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		69
6.1	Kesimpulan	69
6.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....		72
LAMPIRAN		74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Pembukaan Karnaval Pesona Gondanglegi	28
Gambar 4. 2 Pembukaan Karnaval Pesona Gondanglegi	29
Gambar 4. 3 Dokumentasi Malang Tourism Award 2019.....	32
Gambar 4. 4 Dokumentasi Malang Night Paradise	33
Gambar 4. 5 Dokumentasi Kediri Nite Carnival	34
Gambar 4. 6 Dokumentasi Pagelaran Sabang Merauke : Hikayat Nusantara	35
Gambar 4. 7 Logo Pesona Gondanglegi	36
Gambar 4. 8 Dokumen Struktur Yayasan Pesona Gondanglegi.....	39
Gambar 4. 9 Dokumentasi Sparkling Malang Spectacular Vol.01.....	40
Gambar 4. 10 Dokumentasi Sparkling Malang Spectacular Vol.02.....	41
Gambar 4. 11 Dokumentasi Sparkling Malang Spectacular Vol.02.....	42
Gambar 4. 12 Dokumentasi Pesona Gondanglegi 10 X Arumi Bachsin.....	43
Gambar 4. 13 Dokumentasi Pesona Gondanglegi 12	44
 Gambar 5. 1 Estimasi Asal Daerah Pengunjung.....	 49
Gambar 5. 2 Akun Media Sosial Pesona Gondanglegi.....	51
Gambar 5. 3 Akun Media Sosial Pesona Gondanglegi.....	52
Gambar 5. 4 Peta Kecamatan Gondanglegi	52
Gambar 5. 5 Dokumentasi Pesona Gondanglegi	54
Gambar 5. 6 Dokumentasi Pesona Gondanglegi	55
Gambar 5. 7 Dokumentasi Rapat Koordinasi	56
Gambar 5. 8 Pemotongan Pohon sebelum event Pesona Gondanglegi	57
Gambar 5. 9 Dokumentasi Rapat Koordinasi	59
Gambar 5. 10 Keramaian Pengunjung Main Event	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Studi Terdahulu	14
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Narasumber 1	74
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber 2	93
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Narasumber 3	116
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara.....	126



DAFTAR PUSTAKA

- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan destinasi pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Widita, A., Kusuma, Y., Husna, N., & Sagita, G. (2019). The Heart of East Java': Branding Pariwisata Humas Pemerintah Kabupaten Malang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2(02), 117-123.
- Putra, D. A. (2018). Analisis City Branding "The Heart of East Java" Pada Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Survey Pada Wisatawan yang Berkunjung ke Kabupaten Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)..
- Andriani, N. (2018). Peran City Branding Dan Event Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2)
- Bambang Widodo. (2019). STRATEGI PENCITRAAN KOTA (CITY BRANDING) BERBASIS KEARIFAN LOKAL (Studi Kasus di Kota Solo, Jawa Tengah dan Kabupaten Badung, Bali). *Jurnal Komunikasi Profetik*, 7(2), 33–44.
- Bawanti, A. (2022). ANALISIS CITY BRANDING DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA KABUPATEN JAYAPURA. *Jurnal Media Wisata*, 14(1), 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Elistia. (2020). Perkembangan dan Dampak Pariwisata di Indonesia Masa Pandemi Covid- 19. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1–16.
- Suksmawati, H. (2023). Strategi Branding Kabupaten Malang Melalui "Pesona Budaya Gondanglegi" Dalam Membentuk Image Sebagai Kota Pariwisata. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 14(1).
- Adyjaya, S. (2024). STRATEGI PENERAPAN CITY BRANDING UNTUK MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA DI KOTA MALANG (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Tsaniyah, N., & Hidayatullah, N. L. (2025). STRATEGI CITY BRANDING KOTA MALANG MELALUI KAMPUNG WARNA-WARNI JODIPAN OLEH POKDARWIS UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN MANCANEGARA. *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, 5(2), 216-225.
- Prabainastu, H. (2020). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 184. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i02.p03>
- Prima wahyudi, Ismandianto, Yasir, & Suyanto. (2021). Strategi Komunikasi "City Branding" Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Riau. *Jurnal Niara*, 14(3), 157–167. <https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.6357>
- Padang, F., Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). PENERAPAN STRATEGI CITY BRANDING DALAM MEWUJUDKAN SUBULUSSALAM SEBAGAI KOTA SANTRI DI PROVINSI ACEH branding yang bertujuan memperkuat City Branding pada skala Internasional telah banyak diterapkan oleh kota kota besar di city tagline diantaranya Paris den. *Jurnal Common*, 5(3).

Prabainastu, H. (2020). Pengaruh City Branding dan City Image Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Denpasar. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(2), 184. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2020.v08.i02.p03>

Prima wahyudi, Ismandianto, Yasir, & Suyanto. (2021). Strategi Komunikasi “City Branding” Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata Kabupaten Kuantan Singingi Riau. *Jurnal Niara*, 14(3), 157–167. <https://doi.org/10.31849/niara.v14i3.6357>

Yulius, K. G., Sofiani, S., & Situmorang, J. M. H. (2026). “Pasti Ke Singkawang!”: Tourism-oriented city branding and the role of local government in promoting sustainable cultural tourism. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 7(1), 332–344. <https://doi.org/10.55681/jige.v7i1.4614>

Muhamad, M., Suyudi, C. N., & Kardiyati, E. N. (2026). Inisiasi strategi city branding Kota Kediri melalui “heritage and cultural creative city tourism”. *Jurnal Altasia*, 8(1), 94–109. <https://doi.org/10.37253/altasia.v8i1.11355>

Waris, A. (2022). Dampak city branding dan daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke Pantai Camplong Kabupaten Sampang. *Jurnal Tesla: Perhotelan–Destinasi Wisata–Perjalanan Wisata*, 2(2), 62–69.

Bawanti, A. (2016). Analisis city branding dalam pengembangan destinasi pariwisata Kabupaten Jayapura. *Jurnal Media Wisata*, 14(1), 365–381.

Astuti, M. T. (2017). Strategi komunikasi Kota Bandung dalam membentuk city branding sebagai destinasi wisata belanja. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 12(1), 111–128.