UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Gerabah Sebagai Place Brand Identity Desa Wisata Karanganyar**
Tiara Sabila Rizki Naoky, Dr. Mohamad Yusuf, M.A.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

# DAFTAR ISI

**HALAMAN SAMPUL** ..... **i**
**HALAMAN SAMPUL DALAM BAHASA INGGRIS** ..... **ii**
**HALAMAN JUDUL** ..... **iii**
**LEMBAR PENGESAHAN** ..... **iv**
**PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI** ..... **v**
**DAFTAR ISI** ..... **ix**
**DAFTAR TABEL** ..... **xii**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xiii**
**DAFTAR SINGKATAN** ..... **xiv**
**DAFTAR ISTILAH** ..... **xv**
**INTISARI** ..... **xvii**
**ABSTRACT** ..... **xviii**

**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**
1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2. Rumusan Masalah ..... 8
1.3 Tujuan Penelitian ..... 11
1.4 Manfaat Penelitian ..... 11
1.5 Tinjauan Pustaka ..... 12
1.6 Landasan Teori: Place Brand Identity (Taecharungroj, 2019) ..... 17
1.7 Metode Penelitian ..... 27
1.7.1 Jenis Penelitian ..... 27
1.7.2 Lokasi dan Batasan Penelitian ..... 28
1.7.3 Metode Pengumpulan Data ..... 30
1.7.4 Metode Analisis Data ..... 38
1.7.5 Sistematika Penulisan ..... 41

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Gerabah Sebagai Place Brand Identity Desa Wisata Karanganyar**
Tiara Sabila Rizki Naoky, Dr. Mohamad Yusuf, M.A.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

**BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN ..... 43**

2.1 Kondisi Geografis Desa Karanganyar ..... 44

2.2 Kondisi Demografis Dusun Klipoh ..... 46

2.3 Sejarah Dusun Klipoh ..... 48

2.4 Potensi dan Daya Tarik Wisata Desa Karanganyar ..... 51

2.5 Fasilitas Pendukung di Desa Karanganyar ..... 54

2.6 Aksesibilitas Lokasi Penelitian ..... 55

2.7 Kelembagaan dan Layanan Pendukung Pariwisata ..... 57

**BAB III HASIL DAN ANALISIS ..... 59**

3.1 Pembentukan Place Brand Identity Dusun Klipoh Karanganyar melalui Kerajinan Gerabah ..... 60

3.1.1 Institusi ..... 64

3.1.2 Pengalaman ..... 68

3.1.3 Representasi ..... 71

3.2 Penerapan Elemen Place Brand Idenity Oleh Masyarakat di Dusun Klipoh Karanganyar ..... 73

3.2.1 Place Physics ..... 74

3.2.2 Place Practice ..... 78

3.2.3 Place Personality ..... 81

3.3 Analisis dan Refleksi ..... 85

3.3.1 Autentisitas sebagai Produk dari Praktik ..... 88

3.3.2 Kekerabatan sebagai Modal Sosial Pembentuk Identitas ..... 89

3.3.3 Wisata Edukasi Gerabah sebagai Pembentuk Identitas ..... 90

3.3.4 Komparasi Dusun Klipoh diantara Desa Wisata dengan Branding Kuat di Indonesia ..... 91

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Gerabah Sebagai Place Brand Identity Desa Wisata Karanganyar**
Tiara Sabila Rizki Naoky, Dr. Mohamad Yusuf, M.A.
**Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/**

**BAB IV PENUTUP ..... 94**
4.1 Kesimpulan ..... 94
4.2 Saran ..... 96
4.2.1 Bagi Masyarakat, Pengelola, dan Pengrajin ..... 96
4.2.2 Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait ..... 97
4.2.3 Bagi Peneliti Selanjutnya ..... 97
**DAFTAR PUSTAKA ..... 99**