Manajemen Brand Desa Wisata Berbasis Warisan Budaya di Instagram (Studi Multi Kasus pada Desa Wisata
Penglipuran dan Jatiluwih di Bali)
I Made Exis Wijaya, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS ..... **iii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Pertanyaan Penelitian 6
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Manfaat Penelitian 7
1.5. Kebaruan Penelitian 7
1.6. Sistematika Pembagian Bab 10
BAB II **11**
TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1. Manajemen Strategis *Brand* Tempat 11
2.2. *Brand* Desa Wisata Berbasis Warisan Budaya 17
2.3. Instagram sebagai Ruang Manajemen Strategis *Brand* Tempat 17
2.4. Konseptualisasi dan Diagram Konseptualisasi 19
BAB III **23**
METODOLOGI **23**
3.1. Paradigma dan Jenis Penelitian 23
3.2. Metode Penelitian 24
3.3. Informan Penelitian 25
3.4. Teknik Pengumpulan Data 27
3.5. Teknik Pengolahan Data 30
3.6. Analisis Data 31
3.7. Limitasi Penelitian 33

Manajemen Brand Desa Wisata Berbasis Warisan Budaya di Instagram (Studi Multi Kasus pada Desa Wisata
Penglipuran dan Jatiluwih di Bali)
I Made Exis Wijaya, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB IV 34
MANAJEMEN *BRAND* DESA WISATA BERBASIS WARISAN BUDAYA DI INSTAGRAM 34
4.1. Hasil Penelitian 34
4.1.1 Deskripsi Kasus 34
4.1.2. Manajemen *Brand* Desa Wisata Penglipuran di Instagram 35
4.1.3. Manajemen *Brand* Desa Wisata Jatiluwih di Instagram 54
4.2. Pembahasan 78
4.2.1. Jejaring *Stakeholder* sebagai Mekanisme Kompensasi Kapasitas Manajemen *Brand* 78
4.2.2. Keterkaitan Infrastruktur dan Komunikasi *Brand* di Media Sosial 79
4.2.3. Paradigma Lama dan Lanskap Persaingan dalam Pengelolaan Identitas *Brand* 80
4.2.4. Komunikasi *Brand* dan Konstruksi Representasi Warisan Budaya 82
4.2.5. Reputasi *Brand* dan Navigasi Sentimen Publik 84
4.2.6. Ketimpangan Orientasi pada Proses Evaluasi *Brand* 85
BAB V 88
PENUTUP 88
5.1. Kesimpulan 88
5.2. Saran 90
DAFTAR PUSTAKA 94
LAMPIRAN

Manajemen Brand Desa Wisata Berbasis Warisan Budaya di Instagram (Studi Multi Kasus pada Desa Wisata
Penglipuran dan Jatiluwih di Bali)
I Made Exis Wijaya, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Informan Kunci Desa Wisata Penglipuran 26
Tabel 3.2. Informan Kunci Desa Wisata Jatiluwih 26
Tabel 3.3. Informan Pendukung Desa Wisata Penglipuran 27
Tabel 3.4. Informan Pendukung Desa Wisata Jatiluwih 27
Tabel 3.5. Waktu dan Lokasi Wawancara Desa Wisata Penglipuran 28
Tabel 3.6. Waktu dan Lokasi Wawancara Desa Wisata Jatiluwih 29
Tabel 4.1. Proses Manajemen *Brand* Desa Wisata Penglipuran dan Jatiluwih di Instagram .. 76

Manajemen Brand Desa Wisata Berbasis Warisan Budaya di Instagram (Studi Multi Kasus pada Desa Wisata
Penglipuran dan Jatiluwih di Bali)
I Made Exis Wijaya, Dr. Rajiyem, S.IP., M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Janji *Brand* Desa Wisata Penglipuran dan Jatiluwih 3
Gambar 1.2. Pelestarian Warisan Budaya sebagai Bagian dari Kehidupan Masyarakat 5
Gambar 1.3. Akun Instagram Desa Wisata Penglipuran dan Jatiluwih 6
Gambar 2.1. Diagram Konseptualisasi 21
Gambar 4.1. Masyarakat dan Wisatawan dalam Konten Instagram Penglipuran..... 39
Gambar 4.2. Arsitektur Tradisional di Desa Wisata Penglipuran..... 41
Gambar 4.3. Representasi Masyarakat Lokal dalam Instagram Penglipuran 49
Gambar 4.4. Pengalaman Wisatawan dalam Instagram Penglipuran 50
Gambar 4.5. *Collab Post* antara Instagram Jatiluwih dan *Travel Agent*..... 58
Gambar 4.6. Lanskap Persawahan di Desa Wisata Jatiluwih 61
Gambar 4.7. Spot Foto Ikonik di Desa Wisata Jatiluwih..... 63
Gambar 4.8. Pengalaman Logo UNESCO pada Konten Jatiluwih..... 65
Gambar 4.9. Siklus Kehidupan Pertanian di Desa Wisata Jatiluwih 68
Gambar 4.10. Kehidupan Lanskap Pertanian dalam Instagram Jatiluwih 69
Gambar 4.11. Pengalaman Wisatawan dalam Instagram Jatiluwih 70
Gambar 4.12. *Reels* Suasana di Desa Wisata Jatiluwih 71
Gambar 4.13. Krisis di Desa Wisata Jatiluwih 73