



INTISARI

Tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis Piramida Manfaat Merek dalam kegiatan Gebyar Jathil Ponorogo 2019. Metode pengumpulan data oleh penulis melalui pengamatan langsung di tempat magang dari 15 Januari hingga 29 Maret 2019 di Kantor Bupati Kabupaten Ponorogo, Humas and Protokol, juga menjadi panitia dalam acara Gebyar Jathil Ponorogo 2019. Data ini diambil melalui dua proses - pertama, proses wawancara dengan salah satu panitia Gebyar Jathil Ponorogo 2019 dan koreografer penari Jathil. Hasil wawancara yang diperoleh penulis adalah proses persiapan dan tujuan Gebyar Jathil Ponorogo 2019 sebagai media promosi pariwisata. Kedua, penulis melakukan observasi di magang. Data yang dikumpulkan dikelompokkan secara obyektif disajikan secara rinci dalam uraian dengan dukungan foto dan tabel. Berdasarkan data yang dikumpulkan, Gebyar Jathil Ponorogo 2019 dapat membangun citra pariwisata Ponorogo melalui piramida manfaat merek, yang memiliki lima level. Tingkat pertama, memiliki hasil serangkaian acara Gebyar Jathil dan tujuan wisata. Tingkat kedua, wisatawan dapat merasakan suasana tarian Jathil dan menikmati beberapa tujuan wisata di Ponorogo. Tingkat ketiga, imbalan psikologis dari Gebyar Jathil Ponorogo 2019 muncul keinginan untuk belajar tarian Jathil oleh pengunjung. Tingkat keempat, nilai yang ditawarkan kepada masyarakat adalah pemahaman yang terkait dengan Jathilan sebagai budaya asli atau lokal Ponorogo. Pada level terakhir, citra Ponorogo adalah Bumi Reyog.

Kata Kunci: Gebyar Jathil Ponorogo 2019, citra kota, dan promosi pariwisata



ABSTRACT

This final project aims to analyze the Brand Benefit Pyramid in the Gebyar Jathil Ponorogo 2019. The method of collecting data by the author through direct observation through an internship from 15 January to 29 March 2019 in the Office of the Regent of Ponorogo Regency, Public Relations and Protocol, also became a committee in the Gebyar Jathil Ponorogo 2019 event. This data was taken through two processes — first, the interview process with one of the Gebyar Jathil Ponorogo 2019 committee and the choreographer Jathil dancer. The interview results obtained by the author is the process of preparation and purpose of Gebyar Jathil Ponorogo 2019 as a medium for tourism promotion. Second, the author did the observation at the internship. The collected data were grouped objectively presented in detail in the description with the support of photos and tables. Based on data collected, Gebyar Jathil Ponorogo 2019 can build the image of Ponorogo tourism through the brand benefit pyramid, which has five levels. First level, has results a series of Gebyar jathil events and tourist destinations. Second level, the tourist can feel the atmosphere of the Jathil dance and enjoy several tourist destinations in Ponorogo. Third level, Psychological rewards from Gebyar Jathil Ponorogo 2019 arise a desire to learn Jathil dance by visitors. Fourth level, the value appereatly offered to the society is an understanding related to Jathilan as a original or local culture of Ponorogo. At last level, the brand image of Ponorogo is Bumi Reyog.

Keywords: Gebyar Jathil Ponorogo 2019, city's image, and tourism promotion