

**STRATEGI REBRANDING TMII DALAM MEMBANGUN CITRA
WISATA EDUKASI MODERN DI JAKARTA**



ELVIN CHIBI IMANA

1605621078

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memproleh Gelar

Sarjana Olahraga

PROGRAM STUDI OLAHRAGA REKREASI

FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN DAN KESEHATAN

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Nama
Pembimbing I**

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE
NIP. 197203022005011002



23/7-2026

Pembimbing II

Divya Zuhra Rahmawati, M.Pd



22/7-2026

Nama

Jabatan

Tanda Tangan

Tanggal

Drs. Iwan Barata, M.Pd
NIP. 196803092001121001

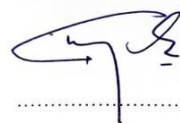
Ketua



22/7-2026

Dr. Arisman, M.Pd
NIP. 199002252025061003

Sekretaris



22/7-2026

Dr. Drs. Zulham, M.Si., MCE
NIP.197203022005011002

Anggota



23/7-2026

Divya Zuhra Rahmawati, M.Pd

Anggota



22/7-2026

Dr. Mela Aryani, S.Si., M.Pd.
NIP. 198807102025062001

Anggota



22/7-2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Elvin Chibi Imana
NIM : 1605621078
Fakultas/Prodi : FIOK/Olahraga Rekreasi
Alamat email : elvinimana692@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (...)

yang berjudul :

STRATEGI *REBRANDING* TMII DALAM MEMBANGUN CITRA WISATA

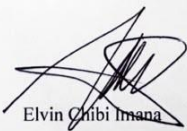
EDUKASI MODERN JAKARTA

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Juli 2026

()
Elvin Chibi Imana

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Elvin Chibi Imana

NIM.1605621078

STRATEGI REBRANDING TMII DALAM MEMBANGUN CITRA WISATA EDUKASI MODERN DI JAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi rebranding Taman Mini Indonesia Indah (TMII) dalam membangun citra destinasi wisata edukasi modern di Jakarta. Latar belakang penelitian dipicu oleh penurunan minat generasi muda dan persepsi negatif terhadap kawasan yang kurang terawat. Revitalisasi periode 2022–2023 menjadi momentum rebranding dengan visi *The Ultimate Showcase of Indonesia* melalui empat pilar utama: *inclusive*, *smart*, *green*, dan *culture*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, dokumentasi, serta wawancara mendalam dengan pengelola TMII, dan pengunjung. Hasil menunjukkan TMII melaksanakan *comprehensive rebranding* yang mencakup pembaruan identitas visual (logo dan tipografi modern) serta reposisi merek menjadi wisata edukasi interaktif. Implementasi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dilakukan secara terpadu melalui pemasaran digital, *event marketing*, dan komunikasi merek yang konsisten di seluruh titik kontak pengunjung. Persepsi pengunjung umumnya sangat positif; TMII kini dinilai lebih modern, bersih, dan nyaman.

Kata Kunci: Rebranding, TMII, Wisata Edukasi Modern, *Integrated Marketing Communication* (IMC), Citra Destinasi.

TMII REBRANDING STRATEGY IN BUILDING A MODERN EDUCATIONAL TOURISM IMAGE IN JAKARTA

ABSTRACT

This research analyzes the rebranding strategy of Taman Mini Indonesia Indah (TMII) in establishing its image as a modern educational tourism destination in Jakarta,. The study was prompted by declining interest from the younger generation and negative perceptions regarding the area, which was previously seen as conventional and poorly maintained. The 2022–2023 revitalization served as the momentum for rebranding under the vision "The Ultimate Showcase of Indonesia," anchored by four main pillars: inclusive, smart, green, and culture,. The research methodology utilizes a descriptive qualitative approach,. Data were gathered through field observations, documentation, and in-depth interviews with the management team and visitors,. The results indicate that TMII implemented a comprehensive rebranding, which included visual identity updates (modern logo and typography) and brand repositioning into interactive educational tourism,. The implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) was carried out in an integrated manner through digital marketing, event marketing, and consistent brand communication across all visitor touchpoints,. Overall, visitor perception is highly positive; TMII is now perceived as more modern, clean, and comfortable than before

Keywords: Rebranding, TMII, Modern Educational Tourism, Integrated Marketing Communication (IMC), Destination Image.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan/Sarjana Olahraga Program Studi Olahraga Rekreasi Fakultas Ilmu Olahraga Universitas Negeri Jakarta. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan selesai apabila tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada seluruh pihak yang turut terlibat dalam penyusunan Skripsi ini, diantaranya: Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kemudahan selama proses penyusunan skripsi:

1. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat kepada penulis.
2. Ibu Prof. Dr. Nofi Marlina Siregar, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Drs. Zulham, M.Si, MCE, selaku Koordinator Program Studi Olahraga Rekreasi dan Dosen Pembimbing 1 (satu) yang telah membimbing dan bersedia menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bu Divya Zuhra Rahmawati, M.Pd selaku dosen pembimbing 2 yang telah senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan arahan mendalam dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Iwan Barata, M.Pd selaku dosen pembimbing akademik yang telah menjadi mentor sekaligus sosok teladan dalam kedisiplinan dan integritas selama masa studi penulis.
6. Seluruh dosen Program Studi Olahraga Rekreasi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Pengelola TMII yang telah memberikan izin dalam usaha memperoleh data yang penulis butuhkan.
8. Teman-teman Olahraga Rekreasi Angkatan 2021 yang sudah mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan karya ini. Semoga skripsi ini dapat dijadikan pembelajaran untuk memberikan wawasan, manfaat kepada penulis berikutnya.

Jakarta, Juli 2026

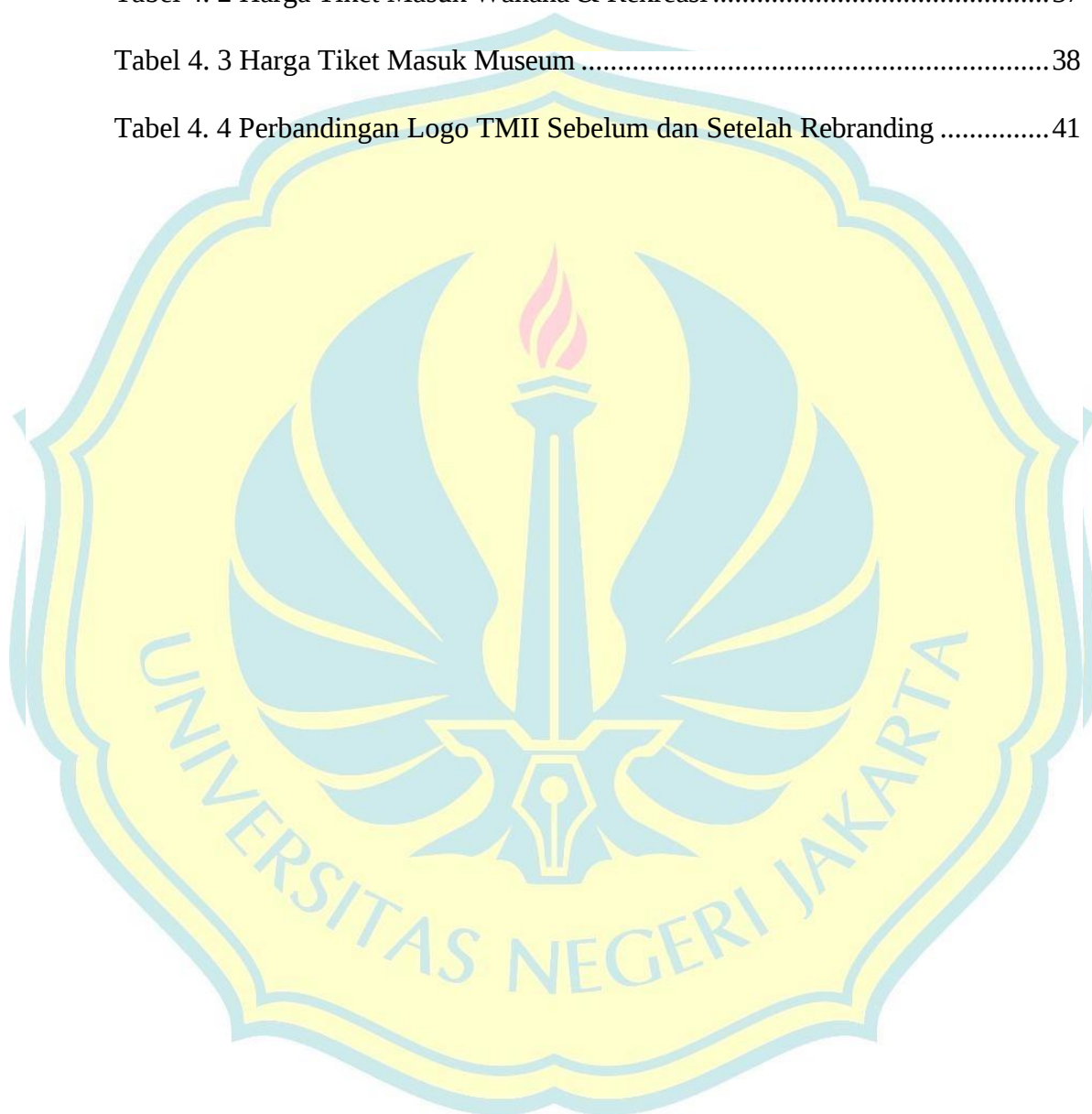
Elvin Chibi Imana
NIM. 1605621078

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	II
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN.....	X
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	5
C. PEMBATAAN MASALAH	6
D. PERUMUSAN MASALAH	6
E. KEGUNAAN HASIL PENELITIAN.....	7
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	9
A. DESKRIPSI KONSEPTUAL.....	9
B. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN	20
C. KERANGKA BERPIKIR	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. TUJUAN PENELITIAN.....	23
B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN.....	23
C. METODE PENELITIAN	23
D. INFORMAN	25
E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	25
F. INSTRUMEN PENELITIAN	28
G. TEKNIK ANALISIS DATA	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. DESKRIPSI DATA.....	35
B. TEMUAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	39
C. PEMBAHASAN.....	57
1. <i>Pembahasan Citra Merek</i>	57
2. <i>Integrasi Rebranding TMII dengan Pembentukan Citra Wisata Edukasi Modern</i>	59
3. <i>Sintesis Akhir Temuan dan Implikasi Teoritis</i>	60
4. <i>Penghambat dan Keterbatasan Penelitian</i>	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. KESIMPULAN	64
B. SARAN	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	70
RIWAYAT HIDUP	122

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	20
Tabel 4. 1 Harga Tiket Masuk Orang & Kendaraan	37
Tabel 4. 2 Harga Tiket Masuk Wahana & Rekreasi	37
Tabel 4. 3 Harga Tiket Masuk Museum	38
Tabel 4. 4 Perbandingan Logo TMII Sebelum dan Setelah Rebranding	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tugu Api Pancasila Sebelum Revitalisasi.....	2
Gambar 1. 2 Tugu Api Pancasila TMII Setelah Revitalisasi	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	22
Gambar 4. 1 Taman Mini Indonesia Indah	36
Gambar 4. 2 Perbandingan Logo Sebelum dan Sesudah Rebranding.....	41
Gambar 4. 3 Perubahan Fisik TMII	44
Gambar 4. 4 Pintu Masuk TMII.....	44
Gambar 4. 5 Ajungan Baru Pasca Revitalisasi.....	45
Gambar 4. 6 Zona Archipelago.....	46
Gambar 4. 7 Plaza Gajah Mada	46
Gambar 4. 8 Area Pentas Budaya	47
Gambar 4. 9 Sewa Skuter & Sepeda.....	48
Gambar 4. 10 Shuttle Angling (Angkutan Keliling) Bebas Emisi.....	48
Gambar 4. 11 Gedung Parkir Terpadu.....	49
Gambar 4. 12 Jalur Sepeda dan Pejalan Kaki.....	49
Gambar 4. 13 Media Sosial Resmi TMII.....	51
Gambar 4. 14 Seragam Petugas TMII Pascarebranding	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Pihak Pengelola TMII.....	70
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Pengunjung TMII.....	73
Lampiran 3 Wawancara Pengunjung Dan Pengelola TMII.....	74
Lampiran 4 Dokumen Pendukung (Perizinan dan Dokumentasi)	112

