

**TINGKAT KESADARAN PEMUDA TERHADAP MEREK DESA WISATA  
CIASMARA  
(Kasus Pemuda Desa Ciasmara)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Pakuan Bogor**

**Andri Ramadani**

**NPM: 044115155**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JANUARI 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Andri Ramadani

NPM : 044115155

Judul Skripsi : Tingkat Kesadaran Pemuda Terhadap Merek Desa Wisata  
Ciasmara (Kasus Pemuda Desa Ciasmara)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

### DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing I : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si  
NIP: 1.0641 025 628

Pembimbing II : Imani Satriani, M.Si  
NIP: 1.06161 049 763

Pembaca : Diana Amaliasari, M.Si  
NIP: 1.0113 001 606

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 16 Januari 2019



Dekan,

  
Dr. Agnes Setyowati, M.Hum, M.Si  
NIP : 1.0596 008 229



Ketua Program Studi,

  
Muslim, M.Si  
NIP: 1.0909048 513

## ABSTRAK

**Andri Ramadani. 044115155. 2015. Tingkat Kesadaran Pemuda Terhadap Merek Desa Wisata Ciasmara (Kasus Pemuda Desa Ciasmara). Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Yogaprasta Adi Nugraha M.Si dan Imani Satriani, M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pemuda di Desa Ciasmara, untuk mengetahui citra Desa Wisata Ciasmara, untuk mengetahui tingkat kesadaran merek pemuda Desa Ciasmara, untuk menganalisis hubungan antara karakteristik individu terhadap tingkat kesadaran merek Desa Wisata Ciasmara, dan untuk menganalisis hubungan citra Desa Wisata Ciasmara terhadap tingkat kesadaran pemuda terhadap merek Desa Wisata Ciasmara. Penelitian ini dilakukan di Desa Ciasmara, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan cara pendekatan survei kepada 100 pemuda yang dipilih menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis non-parametrik (*Rank Spearman* dan *Chi-Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran merek pemuda di Desa Ciasmara didominasi oleh pemuda dengan tingkat kesadaran merek pada tingkat pengenalan kembali merek (*brand recall*), temuan lain dari penelitian ini adalah citra desa wisata dengan tingkat kesadaran merek sangat berhubungan, signifikan dan memiliki nilai korelasi yang kuat. Selain itu ditemukan bahwa tingkat kesadaran merek tidak dipengaruhi oleh indikator karakteristik individu. Namun pada hubungan antara indikator usia dengan indikator puncak pikiran (*top of mind*) terdapat hubungan, signifikan, tidak satu arah dengan nilai korelasi lemah yang menunjukkan bahwa puncak pikiran seseorang dapat berubah seiring dengan bertambahnya usia.

***Kata Kunci: Ciasmara, Citra Desa Wisata, Pemuda, Tingkat Kesadaran Merek.***