

ABSTRAK

Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun melalui *Positioning* baru Madiun sebagai Kampung Pesilat Indonesia berupaya untuk mengembangkan pariwisata baik di kancan regional, nasional hingga internasional. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan 3 informan kunci dan 1 informan ahli. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa strategi komunikasi yang dilaksanakan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun untuk memperkenalkan *Positioning* dan ikon baru Madiun sebagai Kampung Pesilat Indonesia diantaranya pengenalan budaya pencak silat, pariwisata, dan merubah stigma buruk Kabupaten Madiun PKI dan anarki. Maka, penyampaian pesan Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun berfokus pada konten pesan edukasi serta sosialisasi. Pesan tersebut disampaikan dengan menggunakan bermacam medium untuk menjangkau khalayak luas. Salah satunya dengan mengadakan Festival Madiun Kampung Pesilat, konten pesan edukasi dikemas dalam bentuk festival seni dan budaya tentang pencak silat. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan evaluasi terhadap strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Madiun untuk mengetahui tahapan yang harus diperbaiki serta ditingkatkan. Hal ini dimaksudkan untuk mempelajari apa saja yang harus dibenahi dan ditingkatkan terkait penelitian keberhasilan suatu program di masa mendatang.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Kabupaten Madiun, Kampung Pesilat Indonesia