

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kampung Naga merupakan salah satu kampung adat Sunda yang masih mempertahankan warisan budaya tradisional mereka yang telah turun-temurun hingga saat ini. Kampung Naga yang berada di Desa Neglasari, Kecamatan Salawu, Tasikmalaya, Jawa Barat ini memberikan pengalaman kebudayaan Sunda Islam yang kental akan tradisi mereka. Keunikan tradisi dan keseharian masyarakat Kampung Naga salah satunya ialah upacara adat dan kepercayaan pantangan-larangan yang berkaitan dengan adat istiadat mereka (Salsabila & Jahera S., 2023: 15–24 ). Tidak hanya berupa tradisi keseharian, upacara, namun juga terdapat tradisi menciptakan anyaman bambu yang dikembangkan menjadi kerajinan. Keseluruhan tradisi tersebut hanya berlangsung di Kampung Naga, hal ini menjadi salah satu potensi daya tarik masyarakat untuk lebih mengenal adat Sunda yang masih hidup hingga saat ini. Tetapi, tidak semua pengunjung dapat mengunjungi dan menghadiri kegiatan upacara adat yang dilaksanakan, mengingat kesakralan wilayah yang terbatas dan upaya menjaga keistimewaan upacara tersebut. Menurut penuturan pengurus Himpunan Pramuwisata Kampung Naga (HIPANA), mereka tidak membatasi jumlah pengunjung dalam per-harinya dan bergantung kepada jumlah dan ketersediaan *tour guide* yang ada.

Pernyataan ini berbanding terbalik terhadap jumlah pengunjung dengan tujuan untuk mengetahui pengetahuan budaya lokal yang ditandai oleh penurunan pengunjung di Kampung Naga. Keingintahuan masyarakat luas terhadap tradisi Kampung Naga mengalami perubahan. Data ini didukung oleh data pengunjung Kampung Naga (HIPANA: Himpunan Pramuwisata Kampung Naga, 2023) pada tahun 2018-2019 yang di mana jumlah pengunjung golongan dewasa dengan rentang usia 25-40 tahun memiliki total pengunjung sebanyak 27.060 orang. Akan tetapi, pada tahun 2022 hingga 2023 mengalami penurunan sebanyak 51,94%. Sedangkan, perihal tersebut

sudah didukung oleh pemerintah melalui upaya pemerintah daerah dalam memperkenalkan Kampung Naga melalui media sosial untuk pelestarian warisan budaya dan meningkatkan rasa cinta akan kebudayaan hingga berpotensi untuk mengembangkan diri pada individu terhadap pengetahuan dan sikap membangun bangsa.

Kemudahan teknologi masa kini menjadi salah satu cara yang sangat membantu manusia untuk berkomunikasi, mencari informasi, dan mengakses konten hiburan. Penggunaan teknologi komunikasi saat ini telah mampu mengatasi kendala jarak yang dialami antar penggunanya. Berdasarkan data Digital Global (2024) pada (Febriyantoro, 2020) menyatakan bahwa terdapat 5,35 miliar pengguna internet pada awal tahun 2024, meningkat sebanyak 97 juta dari tahun sebelumnya. Ditambah pada kenyataannya bahwa Indonesia telah mengalami peningkatan signifikan dalam pemakaian internet. Berdasarkan Tjiptono dalam (Riyadi S. & Susilowati, 2019) menyatakan bahwa keputusan dalam mengunjungi wisata, salah satunya ialah kemudahan dalam mencari informasi terkait destinasi untuk mengetahui seberapa baik destinasi tersebut memberikan pengalaman yang diinginkan, yang kemudian mengarah pada keputusan untuk berkunjung. Keputusan untuk berkunjung adalah tahap di mana wisatawan telah memilih dan mengunjungi desa wisata tersebut, serta menikmati pengalamannya.

Namun, makna kearifan lokal Kampung Naga belum banyak diketahui oleh masyarakat luas. Upaya memperkenalkan Kampung Naga dilakukan oleh beberapa agen wisata melalui media *website*, tetapi, mereka hanya menampilkan Kampung Naga secara terbatas melalui visual berupa foto arsitektur tradisional. Berikut juga dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Olahraga sebagai upaya memperkenalkan Kampung Naga melalui visual video pendek yang disematkan pada media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Padahal dalam kebudayaannya, pengidentifikasian makna kebiasaan masyarakat lokal, digabungkan dengan pengadaptasian kemudahan komunikasi dapat berfungsi sebagai penghubung antara kebudayaan dengan pengenalan identitas *brand* lokal secara keseluruhan. Kehadiran *brand* pada

suatu budaya memiliki peranan sebagai sarana simbolik kebudayaan suatu daerah. Dengan adanya suatu *brand* tersebut, diharapkan mampu untuk meyakinkan pengunjung terhadap adanya kesan unik dan berharga dengan harapan melekatnya pengalaman dibenak para pengunjung nantinya. Tak hanya itu, peran *brand* dapat menjadi sarana penyampaian pesan yang terkandung dalam kearifan lokal Kampung Naga secara lebih luas yang pada hal ini berfokus terhadap pengunjung sekaligus mengatasi pertentangan yang tidak dapat diselesaikan. Peranan *brand* menurut Swasty, (2016) tidak hanya ada bagi pelanggan atau pengunjung sebagai sarana simbolik di benak mereka nantinya, namun, bagi pemilik *brand* dengan adanya hal ini juga dapat menumbuhkan sisi emosional antara diri mereka dengan pengunjung, terciptanya perbedaan Kampung Naga dengan kampung adat lainnya, hingga mampu untuk menambah nilai kebudayaan serta nilai produk yang dihasilkan oleh Kampung Naga dalam segi ekonomi.

*Brand* tidak dapat dikomunikasikan tanpa adanya kegiatan komunikasi atau kerap disebut sebagai *branding*. Menurut (Amalia, 2022) menyatakan bahwa interaksi *branding* dapat memberikan pengalaman yang tidak mudah dilupakan oleh pengunjung. Menurut (Wheeler, 2013) dalam bukunya berjudul “*Designing Brand Identity: An Essential Guide for The Whole Branding Team*” bahwa *website* menempati posisi teratas sebagai daftar kebutuhan sebuah *brand*. Hal ini disebabkan oleh situs *website* yang telah mengubah hampir setiap usaha secara global sehingga dapat dijangkau oleh siapa saja dan di mana saja. Konten yang menarik dan tampilan yang unik dapat “menghidupkan” sebuah *brand*. Hampir di segala situasi, *website* bisa menjadi alternatif yang paling dekat dengan kenyataan, seringkali lebih efektif, lebih mudah digunakan, dan lebih cepat. Maka dari itu menurut (Schweibenz, 2019) bahwa dengan adanya media interaktif *website*, dapat membangun relasi yang kompleks terhadap dunia nyata dan virtual. Dalam penelitian ini berangkat dari memahami identitas Kampung Naga sehingga mampu menyediakan wadah sebagai alasan yang membuat pengunjung ingin terus kembali mengunjungi. Interaksi yang dapat ditampilkan pada *website* kerap kali berisikan

pengimplementasian identitas visual yang dirancang secara konsisten, konten video mengenai kebudayaan, pengenalan produk kebudayaan dan testimoni serta saran pengunjung menjadi elemen pada media *website*.

Diawali oleh fenomena tersebut, fokus utama dalam penelitian ini ialah untuk meningkatkan minat pengunjung yang diasumsikan dapat diselesaikan melalui pendekatan keilmuan desain secara terkhusus melalui pengimplementasian representasi visual Kampung Naga secara menyeluruh melalui beberapa media informasi yang efektif. Meskipun masyarakat adat tidak mengakui adanya aktivitas wisata, namun, perlu adanya kemudahan dalam mengakses informasi untuk menyatukan masyarakat dalam memahami etika bersama kampung Naga serta menciptakan representasi yang baik dan kuat dalam ingatan pengunjung nantinya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Belum adanya identitas visual yang kuat di benak pengunjung untuk meningkatkan ketertarikan pengunjung untuk mengunjungi Kampung Naga.
2. Minimnya media pengimplementasian identitas visual yang kuat dan efektif dengan tujuan meningkatkan pengenalan kearifan lokal di Kampung Naga.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana rancangan identitas visual Kampung Naga yang kuat untuk meningkatkan ketertarikan pengunjung di Kampung Naga?
2. Bagaimana merancang dan mengimplementasikan identitas visual yang kuat serta efektif untuk Kampung Naga guna meningkatkan pengenalan kearifan lokal di kalangan masyarakat luas dan menarik minat jumlah pengunjung?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan, tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Terancangnya rekomendasi identitas visual yang efektif untuk memengaruhi citra Kampung Naga dalam konteks meningkatkan jumlah pengunjung.
2. Terancangnya pengembangan media pengimplementasian identitas visual yang konsisten pada beberapa media informasi, untuk memperkenalkan serta meningkatkan pengunjung di Kampung Naga.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat dari segi aspek teoritis dan aspek ekonomi, yakni menambah wawasan serta pengetahuan guna penelitian keberlanjutan untuk meningkatkan pemahaman mengenai kebutuhan desain terhadap komunikasi dalam peningkatan pengunjung serta pengenalan kearifan lokal secara luas dan konsisten guna merepresentasikan kebudayaan Kampung Naga.

##### **1.5.1 Aspek Teoritis Desain**

Melalui penelitian tesis ini, diharapkan agar mampu menyumbangkan pemikiran terhadap keilmuan budaya terkhusus kampung adat dengan keilmuan desain dalam wawasan *branding* tentang perancangan strategi *visual branding* Kampung Naga dalam meningkatkan pengunjung melalui media interaktif *website*.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan maupun instansi-instansi untuk menjadi pedoman bagi masyarakat terhadap kearifan lokal Kampung Naga dalam meningkatkan minat pengunjung melalui pengimplementasian identitas visual yang konsisten berbasis media *website* Kampung Naga.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Berdasarkan aturan penyusunan laporan seminar, maka laporan akan dibagi menjadi beberapa bagian yang berisikan sebagai berikut:

### A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum objek penelitian Kampung Naga, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tesis.

### B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengupas secara rinci mengenai teori keilmuan kebudayaan sebagai paradigma dan pendekatan keilmuan, teori khusus sebagai upaya memberikan dukungan yang lebih terperinci untuk mendukung teori umum yang juga berfungsi sebagai alat analisis dalam memeriksa objek desain yang sedang diteliti, dan sebagai pedoman dalam proses rekomendasi perancangan media interaktif *website* dengan pendekatan *branding*. Penelitian terdahulu sebagai acuan dalam upaya menciptakan penelitian kebaruan, kerangka pemikiran dan menimbulkan asumsi preposisi penelitian, hingga ruang lingkup penelitian.

### C. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menegaskan pendekatan penelitian yang dilakukan sehingga bersintesa dengan keilmuan desain. Melalui pendekatan perancangan dengan metode *design thinking* dan teknik pengumpulan data, diharapkan mampu untuk menganalisis permasalahan, serta temuan penelitian. Populasi serta sampel berdasarkan tujuan dengan parameter yang terdefiniskan, instrumen pengumpulan data, uji validitas, dan teknik analisis data.

### D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah pengumpulan data dan analisis dilakukan, maka dilanjutkan ke penguraian hasil penelitian, pembahasan atau analisis penelitian yang dapat diintegrasikan melalui sebuah rekomendasi solusi terhadap permasalahan dengan acuan penelitian sebelumnya.

## E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan mengupas kesimpulan akhir dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis sebagai bentuk jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian. Terdapat saran dan kritik bagi peneliti dalam penelitian ini sebagai solusi untuk penelitian selanjutnya.