

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Berwisata merupakan kegiatan sementara yang dilakukan oleh seorang individu atau kelompok, terencana atau tidak, untuk menjelajahi sesuatu yang baru maupun itu wilayah, suasana, atau pengalaman sekaligus melakukan perjalanan setelah jenuh di dalam aktivitas-aktivitas yang monoton. Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di seluruh dunia yang terdiri dari lebih atas 17.000 pulau, terdiri dari 34 provinsi yang terhitung sejak 2022. Dengan faktor-faktor seperti letak geografisnya yang memiliki ketinggian daratan yang bervariasi dan banyaknya pegunungan serta adanya iklim tropis yang disebabkan oleh posisi Indonesia yang terletak di garis khatulistiwa, Indonesia menjadi kaya akan alam dan keanekaragaman hayati di seluruh kepulauannya.

Dengan ini, Indonesia memiliki banyak kesempatan membuat lokasi pariwisata unik yang berpotensi untuk meningkatkan dan mengembangkan pendapatan devisa negara. Pada tahun 2016 Produk Domestik Bruto ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,44% terhadap total perekonomian Indonesia dengan adanya pertumbuhan sebesar 4,95% pada tahun 2016. Provinsi Jawa Barat memiliki luas tanah sekitar 35.377,76 km, membuatnya bagian pulau terbesar kedua setelah Jawa Timur. Dengan keluasan tanahnya yang memiliki keberagaman budaya dan geografis, Jawa Barat berpotensi tinggi untuk menarik pengunjung ke berbagai lokasinya yang bisa berperan dalam mendorong perkembangan masyarakat disekitarnya. Kabupaten Bandung Barat sendiri, menurut Badan Pusat Statistik (BPS), berpotensi menjadi wisata antara menjadi wisata alam, wisata buatan dan wisata budaya bertotal 152 lokasi. Dengan melimpahnya alam di dekat peradaban kota, terdapat potensi untuk menarik mereka yang mencari alam untuk bersantai dan mencari variasi diluar kehidupan kota sehari-hari.

Wisata alam adalah kegiatan rekreasi dimana lokasi wisata memanfaatkan potensi sumber daya alam yang memberikan pengunjung kesempatan untuk menyegarkan diri jasmani dan rohani serta memperoleh pengetahuan dan pengalaman. Di Kabupaten Bandung Barat terdapat Kecamatan Cipatat yang

memiliki 6 wisata alam, salah satunya adalah *Stone Garden* Citatah. Berwujud pergunungan yang dimiliki 5 individu yang disatukan menjadi lokasi wisata, lokasi ini terbentuk dari formasi batu-batuan karst yang tersebar di lahannya yang seluas 2 hektar.

Stone Garden Citatah memiliki keistimewaan sebagai lokasi wisata alam yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti; lokasinya yang bersejarah dalam batu-batuannya, hewan unik yang tinggal di area, berbagai lokasi *aesthetic* untuk foto, dan berbagai aktivitas yang bisa dilakukan oleh antusias alam. *Stone Garden* Citatah sendiri sudah lumayan dikenali masyarakat dengan harga masuknya yang lumayan terjangkau. Dibangun sebagai tempat wisata alam yang juga berfungsi sebagai kawasan konservasi batu karst yang mengandung fosil dari masa Lautan Purba Bandung. Semenjak pandemi Covid-19, jumlah pengunjungnya menurun maka diperlukanlah strategi yang bisa menarik perhatian pengunjung kembali ke lokasi ini.

Destination branding merupakan proses yang digunakan untuk mengembangkan identitas unik dan kepribadian yang berbeda dari semua destinasi yang bersifat kompetitif. Menurut Cai (2000), tujuan dari branding adalah "memilih campuran elemen merek yang konsisten untuk mengidentifikasi dan membedakan tujuan melalui pembangunan citra positif". Dengan adanya *Destination Branding*, diharapkan *Stone Garden* Citatah bisa membangun kesatuan citra brand yang bisa memudahkan pengenalan yang menarik kembali ke perhatian masyarakat dengan keunikan yang dimilikinya.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang diangkat adalah sebagai berikut:

1. Lokasi wisata *Stone Garden* Citatah yang kalah dikenali atau diminati dibandingkan lokasi wisata sekitar Kabupaten Bandung Barat.
2. Kurang adanya kesatuan identitas *brand Stone Garden* Citatah.
3. Kurang maksimal dalam penggunaan media promosi *Stone Garden* Citatah.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dinyatakan, rumusan masalah adalah “Bagaimana merancang *Destination Branding* untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat atas *Stone Garden Citatah* secara desain komunikasi visual?”

1.3 Ruang Lingkup

1. Apa?

Stone Garden Citatah adalah lokasi wisata yang berwujud gunung di terletak di Kampung Girimulya. Dengan nama yang sesuai, lokasi ini berisi banyak batu-batuan alamiah yang bersejarah sejak masa Laut Purba Bandung yang sekarang menjadi keindahan yang bisa dikunjungi dan dipelajari. Terdapat juga beberapa fauna yang dilindungi dan juga penanaman pohon yang berfungsi untuk mendorong upaya pelestarian lingkungan alaminya.

2. Siapa?

Bagi masyarakat umum, warga lokal dan penggemar alam yang ingin mengunjungi tempat alami sekitar Bandung.

3. Kapan?

Perancangan dan pengumpulan data dilaksanakan dari awal maret tahun 2024.

4. Dimana?

Dilakukan di lokasi yang dipilih yaitu *Stone Garden Citatah*, terletak di Kampung Girimulya, Desa Gunung Masigit, Kecamatan Cipatat, Bandung Barat.

5. Kenapa?

Untuk membentuk kesatuan brand yang digunakan untuk meningkatkan pengetahuan serta kemudahan pengenalan dan pengingatan kawasan di benak masyarakat atas *Stone Garden Citatah* melalui *Destination Branding*.

6. Bagaimana?

Merancang logo dan *graphic standard manual* yang di implementasikan dalam *destination branding* untuk *Stone Garden Citatah*, dengan material promosi yang disebarakan secara digital dan tradisional.

1.4 Tujuan Perancangan

Merancang *Destination Branding* yang bisa meningkatkan pengetahuan masyarakat atas lokasi wisata *Stone Garden Citatah*.

1.5 Cara Pengumpulan Data dan Analisis

1.5.1 Pengumpulan Data

Digunakan empat metode pengumpulan data untuk “Perancangan *Destination Branding Stone Garden Citatah*”, data yang di dapatkan secara langsung berasal dari observasi kawasan dan wawancara dengan pihak yang terlibat dimana data sekunder akan di dapatkan dari kuesioner dan studi Pustaka dengan informasi yang berhubungan dan mendukung kebutuhan data penelitian.

1. Observasi

Observasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung. Pengamatan dilakukan pada aspek imaji atau gambar sehingga dapat memaknai pesan yang ada di dalamnya. (Soewardikoen, 2019). Observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi *Stone Garden Citatah* dan observasi semua fasilitas yang dimiliki, tema lokasi wisata dan kondisinya secara keseluruhan.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses penggalian informasi atau pemikiran, konsep dan pandangan narasumber yang dilakukan dengan berbicara dan berhadapan langsung (Soewardikoen, 2019). Dilakukan wawancara dengan petugas dan ketua pengelola lokasi

Stone Garden Citatah yang bertujuan untuk memahami lebih dalam kondisi kawasan.

3. Kuesionare

Kuesionare dibuat oleh penulis menggunakan *google form* dengan responded yang ditujui yaitu warga lokal bandung dan pengunjungnya sebagai data sekunder untuk mengetahui apa yang bisa menarik perhatian mereka ke *Stone Garden Citatah* sebagai potensial pengunjung.

4. Studi Pustaka

Dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur seperti jurnal, buku dan website untuk memperoleh teori dan referensi relevan yang mendukung perancangan.

1.5.2 Metode Analisis

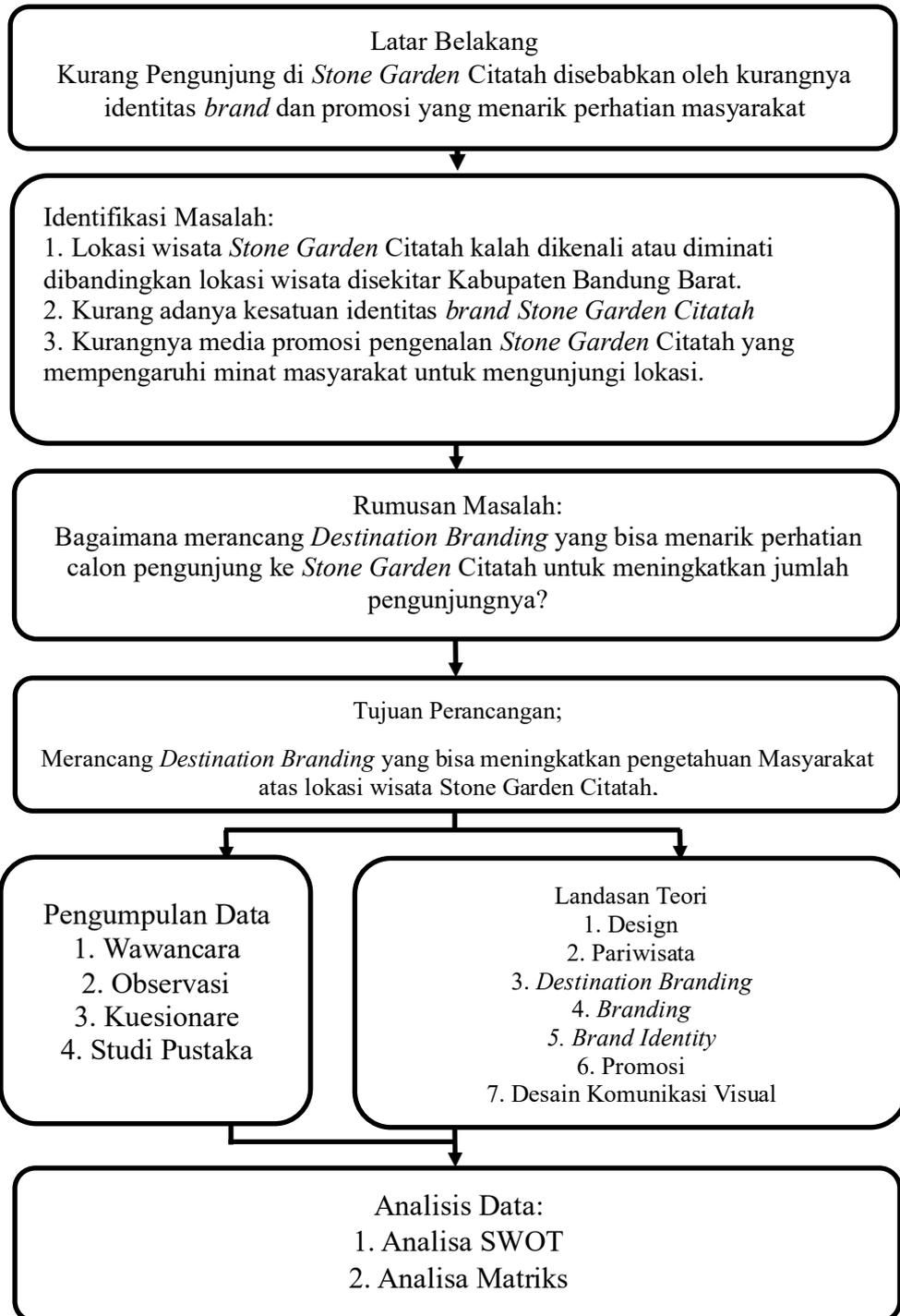
1. Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan dalam menilai suatu perusahaan, dengan memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *strength* dan *weakness* serta faktor luar terdiri dari *opportunity* dan *threat* (Soewardikoen, 2019:108). Dilakukan analisa atas semua aspek untuk menentukan kondisi wisata *Stone Garden Citatah*.

2. Analisis Matriks

Pada prinsipnya, analisis matriks adalah membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual yang dijajarkan dan dinilai dengan satu poin ukuran yang sama maka akan terlihat perbedaannya, sehingga dapat memunculkan gradasi. (Soewardikoen, 2019:104)

1.6 Kerangka Konsep



1.7 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Berisi latar belakang, permasalahan, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka konsep dan pembabakan dalam penulisan tugas akhir “Perancangan *Destination Branding Stone Garden Citatah*”.

Bab II Dasar Pemikiran

Berisi uraian teori yang berkaitan dengan topik permasalahan yang diangkat dengan membuat kerangka teori sebagai tumpuan melalui studi Pustaka.

Bab III Data dan Analisis Masalah

Berisi penjelasan data atas berbagai hal seperti data institusi pemberi proyek, data produk, data khalayak sasaran, data proyek sejenis, data yang dikumpulkan secara primer dan sekunder serta analisis masalah menggunakan metode campuran antara SWOT dan Matriks untuk menghasilkan konsep perancangan yang sesuai dalam menjawab permasalahan yang telah disebutkan di awal.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Berisi pembahasan atas semua konsep pesan, kreatif dan sebagainya serta hasil perancangan *Destination Branding* untuk *Stone Garden Citatah*.

Bab V Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil analisis dengan hasil perancangan serta kesimpulan secara keseluruhan.