

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bandung adalah sebuah kota di Indonesia yang terletak di provinsi Jawa Barat. Kota ini merupakan salah satu pusat penting di pulau Jawa yang terkenal dengan berbagai aspek budaya, pendidikan, dan pariwisatanya. Bandung merupakan kota yang memiliki berbagai macam pariwisata, seperti wisata alam, kesenian, kuliner dan masih banyak lagi. Tidak hanya di pusat kota, daerah kabupaten juga memiliki wisata yang tidak kalah menarik. Salah satu potensi wisata alam dan seni budaya yang ada di Kabupaten Bandung yaitu terletak di Desa Cibiru Wetan.

Desa Cibiru Wetan ini terletak di Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung. Desa ini termasuk sebagai Desa Wisata yang ada di Daerah Kabupaten Bandung, memiliki berbagai jenis wisata alam dan juga wisata kreatifitas. Desa Wisata Cibiru Wetan sebagai desa wisata ini memiliki potensi untuk mendatangkan para wisatawan karena desa ini memiliki kegiatan penduduk yang sangat beragam dan juga wisata alam. Destinasi wisata ini menawarkan suasana alam yang masih asri sehingga membuat para pengunjung dapat merasakan suasana seperti pulang ke kampung halaman. Terdapat berbagai macam kegiatan wisata yang dapat dilakukan di Desa Wisata Cibiru Wetan. Diantaranya seperti wisata edukasi, alam, kesenian maupun budaya. Wisatawan akan diajak melakukan kegiatan sehari-hari para warga desa seperti pemerah susu sapi, belajar Anyaman, dan masih banyak lagi wisata yang ditawarkan, namun dari banyaknya wisata yang ditawarkan objek wisata ini masih sepi oleh pengunjung.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan ketua desa wisata Cibiru Wetan, destinasi wisata alam yang ada di desa wisata Cibiru Wetan ini masih kalah saing dengan destinasi wisata yang ditawarkan oleh desa sejenis seperti desa wisata Alamendah, Ciwidey. Pengelola wisata sudah melakukan sejumlah upaya untuk menarik minat pengunjung seperti melakukan promosi di media sosial Instagram, maupun *website*. Kemudian menyediakan fasilitas seperti mushola, toilet, warung-warung yang menjual

makanan maupun minuman. Dan berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pengelola wisata Tangga Seribu, destinasi tersebut mengalami penurunan pengunjung semenjak covid tahun 2020. Selanjutnya, menurut Halimah (2022) mengatakan bahwa supaya dilakukan peningkatan daya tarik melalui promosi *online* dan juga fasilitas seperti menambah tempat sampah, tempat bermain anak serta spot untuk foto. Hal ini dapat dilihat dari Instagram desa wisata Cibiru Wetan yang belum menunjukkan citra dari destinasi wisata yang ada dan juga penggunaan identitas visual yang konsisten belum terlihat pada media sosial yang dimiliki.

Berdasarkan pemaparan yang telah disampaikan di atas, maka diperlukan upaya untuk membentuk *destination branding* dan juga media promosi dengan tujuan untuk mengenalkan dan menarik para calon pengunjung yang berada di Kota maupun Kabupaten Bandung untuk mengunjungi destinasi yang ada di desa wisata Cibiru Wetan. Menurut Ritchie & Ritchie (Priyambudi, 2018) *Destination branding* merupakan usaha untuk menciptakan persepsi seseorang terhadap suatu tempat atau tujuan, dengan memasarkan potensi yang menjadi keunggulan sehingga menjadi pembeda dari tempat wisata lainnya. Oleh karena itu perancangan *destination branding* ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi desa wisata Cibiru Wetan.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah dari latar belakang yang sebelumnya telah dipaparkan adalah :

1. Desa wisata Cibiru Wetan merupakan salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung. Namun, saat ini belum ada *Destination Branding* yang membuat kurangnya pengetahuan akan destinasi wisata yang ada di Desa Wisata Cibiru Wetan.
2. Pengelola wisata sudah melakukan berbagai upaya untuk menarik minat pengunjung dengan menyediakan beberapa fasilitas yang memadai. Namun, promosi Desa wisata Cibiru Wetan masih kurang karena pengelolaan media promosi yang tidak maksimal.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

Bagaimana membuat perancangan identitas visual pada media promosi yang mampu menjelaskan tentang keunikan desa wisata Cibiru Wetan sehingga mudah dikenali dan juga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata?

## 1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Apa

Perancangan *Destination Branding* pada Desa Wisata Cibiru Wetan.

### 2. Siapa

Target dari perancangan ini adalah wisatawan dari masyarakat dalam kabupaten maupun Kota Bandung.

### 3. Bagaimana

Dengan membuat *Destination Branding* dan penerapan identitas visual pada media promosi agar membuat para wisatawan tertarik untuk mengunjungi desa Cibiru Wetan.

#### **4. Dimana**

Proses penelitian ini dilakukan di Desa Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung.

#### **5. Kapan**

Perancangan ini dilaksanakan pada bulan September 2023 hingga selesai.

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan *awareness* masyarakat dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan masyarakat dari Kota maupun Kabupaten Bandung ke desa Wisata Cibiru Wetan.

### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Pada penelitian ini observasi dilakukan secara langsung dengan mengunjungi Desa Wisata Cibiru Wetan yang terletak di Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung.

#### **2. Wawancara**

Pada penelitian ini, wawancara dilakukan kepada ketua desa Wisata Cibiru Wetan yang dimana mengerti tentang sejarah desa, lalu potensi wisata apa saja yang terdapat di desa Cibiru Wetan , dan juga mengetahui tentang perkembangan wisata di desa Cibiru Wetan. Kemudian wawancara juga dilakukan dengan pengelola wisata dan desainer grafis..

#### **3. Kuesioner**

Pada tahapan kuesioner ini, kegiatan yang dilakukan oleh peneliti yaitu menyebarkan kuesioner pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian. Kemudian kuesioner ini disebarkan pada target audiens dari penelitian, agar mendapatkan informasi dan juga data yang mendukung penelitian ini.

#### **4. Studi Pustaka**

Studi pustaka pada penelitian ini adalah dengan mencari berbagai referensi seperti jurnal, karya ilmiah dan referensi lainnya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dan juga referensi yang terkait dengan media promosi dan desa Wisata Cibiru Wetan.

#### **1.7 Metode Analisis Data**

Analisis data adalah pendekatan yang digunakan untuk mengolah, menafsirkan, dan juga menyajikan sebuah data agar dapat diambil kesimpulan yang dapat digunakan untuk mendukung pengambilan suatu keputusan. Berbagai metode analisis data digunakan tergantung pada jenis data yang ada, tujuan analisis, dan juga pertanyaan penelitian. Berikut berbagai macam analisis :

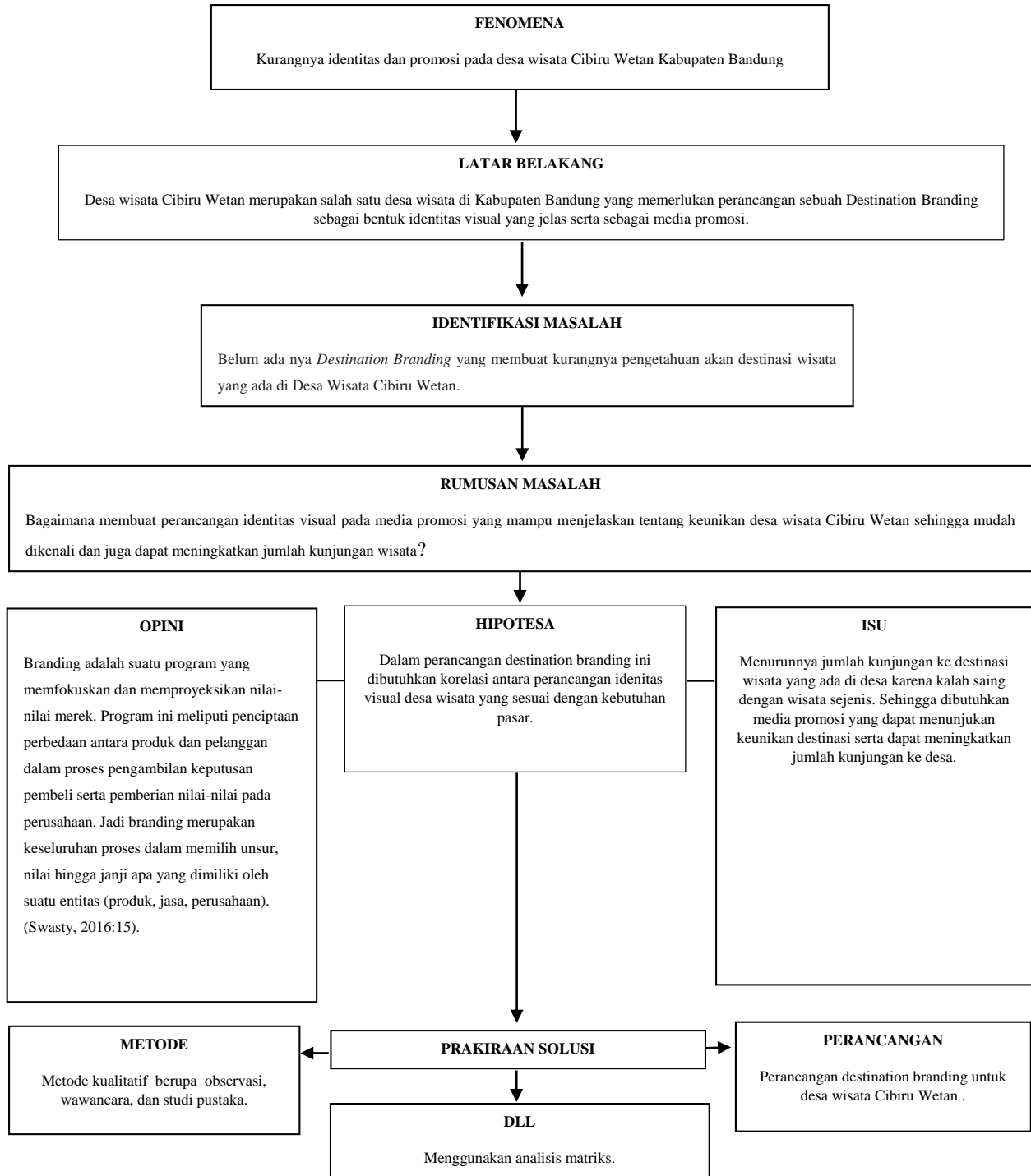
##### **a. Analisis SWOT**

Menurut Harahap (2011:190) Menyebutkan bahwa analisis SWOT yaitu membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan factor internal Kekuatan (*Strenght*) dan Kelemahan (*Weakness*).

##### **b. Analisis Matriks Perbandingan**

Pada bagian ini digunakan Analisis Matriks Perbandingan untuk mendapatkan kesimpulan dari informasi yang didapatkan. Objek perbandingan dari matriks ini adalah kompetitor sejenis yaitu Desa Wisata.

## 1.8 Kerangka Penelitian



Tabel 1.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Fitri Syaharani, 2024

## **1.9 Pembabakan**

BAB I menjelaskan tentang latar belakang, dimana penulis menuliskan tentang fenomena dimana masih banyak masyarakat kota maupun Kabupaten Bandung yang belum mengetahui tentang desa Cibiru Wetan ini adalah sebuah desa wisata yang memiliki destinasi menarik.

BAB II menjelaskan tentang teori-teori yang digunakan dalam perancangan dan penelitian tentang topik yang diangkat, seperti teori branding, teori promosi, teori warna, tipografi, destination branding, identitas visual yang dirangkum dari berbagai sumber jurnal dan lainnya.

BAB III merupakan bagian yang membahas terkait data yang telah dikumpulkan oleh penulis seperti objek penelitian, data hasil observasi, data visual, wawancara, dan kuesioner. Kemudian data tersebut disatukan untuk mendapatkan suatu kesimpulan.

BAB IV menjelaskan tentang bagaimana konsep pesan yang ingin disampaikan oleh penulis, konsep kreatif, dan juga media apa saja yang nantinya akan dirancang.

BAB V bagian ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilakukan.