

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sedang berkembang pesat dan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sehingga kemajuan kepariwisataan nasional diharapkan dapat menjadi sumber devisa bagi negara dan sebagai sektor unggulan yang dimiliki oleh Indonesia. Dengan demikian, pemerintah telah melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan kepariwisataan nasional melalui berbagai program pengembangan yang dikeluarkan dengan harapan program pengembangan tersebut dapat menunjang perkembangan kepariwisataan nasional menjadi lebih baik dan pesat. Salah satu sektor pariwisata yang kini tengah dikembangkan pemerintah yaitu pengembangan desa wisata seperti yang telah disampaikan dalam Siaran Pers Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di *website* resmi Kemenparekraf.

Dalam siaran pers tersebut disebutkan bahwa Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah meluncurkan (ADWI) atau yang lebih dikenal sebagai Anugerah Desa Wisata Indonesia dengan upaya meningkatkan kualitas desa wisata di Indonesia. Penyelenggaraan ADWI bekerjasama dengan berbagai pihak untuk mengembangkan potensi desa wisata sehingga dapat mencapai pengembangan desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Di tahun 2022 telah terdaftar 3.416 desa wisata dari 34 provinsi untuk mengikuti program Anugerah Desa Wisata

Indonesia, selanjutnya pada tahun 2021 terdapat 1.831 desa wisata yang telah berpartisipasi dan tergabung dalam Jaringan Desa Wisata (Jadesta). Selain program tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) juga telah menerbitkan Buku Pedoman Desa Wisata yang dicetak dalam dua edisi yakni edisi pertama di tahun 2019 dan edisi kedua di tahun 2021 yang kemudian dapat dijadikan sebagai pedoman untuk membangun desa wisata.

Dalam pengembangan desa wisata di Indonesia, Kota Bandung termasuk salah satu contoh daerah yang sedang fokus dalam pengembangan kepariwisataan khususnya dalam desa wisata. Pemerintah Kota Bandung yang berkolaborasi bersama Dinas Pariwisata Kota Bandung berkomitmen untuk membangun desa wisata di Kota Bandung yang tercantum dalam Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 1 Tahun 2013 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPPARDA) Tahun 2012-2025 yang menjadi acuan utama bagi perencanaan dan pengelolaan kepariwisataan Kota Bandung. Selain itu, pengembangan kepariwisataan di Kota Bandung juga di latar belakang oleh Janji Walikota Bandung tahun 2018-2023 untuk mewujudkan Kota Bandung yang unggul dan maju.

Dilansir dari *website* resmi milik Pemerintah Kota Bandung (<https://www.bandung.go.id/>), disebutkan bahwa dalam kurun waktu 2018 hingga 2022, sejumlah misi dan pembangunan sedang fokus dilakukan Pemerintah Kota (Pemkot) Bandung. Data Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan Kota Bandung pada

November 2022 menyatakan, capaian sejumlah perwujudan janji Wali Kota dalam menghadirkan Bandung Unggul telah mencapai indikator dengan skala 70 hingga 99 persen.

Salah satu wujud dari janji Wali Kota Bandung adalah pengembangan kepariwisataan di Kota Bandung melalui program Kampung Wisata. Program ini telah mencatatkan angka capaian 77,78% dengan hadirnya 7 kampung wisata yang diantaranya yakni, Kampung Wisata Literasi Kecamatan Cinambo, Kampung Wisata Rajut Binong Jati, Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Kampung Wisata Kreatif Braga, Kampung Wisata Kreatif Cigondewah, Kampung Wisata Kreatif Pasir Kunci, Kampung Wisata Cibaduyut. Dengan diresmikannya 7 kampung wisata tersebut diharapkan kepariwisataan di Kota Bandung dapat lebih unggul serta dapat memiliki daya saing yang tinggi. Namun meskipun telah meresmikan 7 kampung wisata di Kota Bandung seperti yang telah dijelaskan di atas, Pemerintah Kota Bandung masih akan tetap melanjutkan program kampung wisata lain yang masih dalam proses pengembangan.

Pengembangan kampung wisata yang sedang difokuskan saat ini adalah pengembangan kampung wisata yang dikelola oleh Kelompok Penggerak Pariwisata (KOMPEPAR) yang terdiri dari masyarakat setempat. Untuk mendukung tujuan tersebut Pemerintah Kota Bandung bersama Dinas Pariwisata Kota Bandung meluncurkan program pendampingan yang bekerja sama dengan para tenaga ahli sebagai Tim

Pendamping yang tercantum dalam Surat Perjanjian Kerja Waktu Tertentu Nomor : PE.01.04/1028-DISBUDPAR/III/2023.

Tim Pendamping Kampung Wisata ini memiliki tugas memberikan pendampingan dalam pengembangan kampung wisata kepada para *stakeholder* di tiga kawasan potensial yang diantaranya yakni, Kelurahan Cibaduyut, Kecamatan Gedebage, dan Kecamatan Cibiru. Tiga kawasan ini dinilai memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan dengan tujuan meningkatkan kualitas kampung wisata yang ada di Kota Bandung. Beberapa kawasan ini dinilai memiliki potensi yang dapat dikembangkan seperti potensi pengembangan industri Ekonomi Kreatif di kelurahan Cibaduyut yang terkenal dengan produk berbahan dasar kulit. Selanjutnya di Kecamatan Cibiru dengan potensi pengembangan *Wellness Tourism* atau wisata kebugaran. Dan yang terakhir yakni, Kecamatan Gedebage yang memiliki potensi pengembangan daya tarik berupa sarang kawanan Burung “Blekok” yang berada di kawasan perkotaan.

Jika dilihat dari ketiganya, pengembangan daya tarik di Kecamatan Gedebage memiliki potensi yang cukup besar karena keberadaan sarang serta kawanan burung bangau yang cukup jarang untuk berada di kawasan perkotaan dan di klaim menjadi satu-satunya di Jawa Barat. Kawasan atau tempat para Burung Blekok tersebut dikenal dengan nama Kampung Wisata Blekok Rancabayawak terletak di RT 02 RW 02 Kelurahan Cisaranten Kidul, Kecamatan Gedebage Kota Bandung. Lokasi ini menjadi tempat bersarang bagi kawanan besar Burung Blekok

dan telah dilindungi oleh Peraturan Daerah Nomor 11 tahun 2005 tentang pelestarian pohon dan burung. Daerah ini masih didominasi oleh lahan pertanian milik warga berupa area persawahan yang mengelilingi daerah tersebut.

Kampung Blekok Rancabayawak memiliki keunikan tersendiri dimana kawanan burung bangau sebesar ini hanya terdapat di Kecamatan Gedebage dan merupakan satu satunya yang berada di Kota Bandung dan di klaim sebagai satu-satunya di Jawa Barat sehingga kampung wisata ini sangat berpotensi untuk menjadi destinasi wisata yang cukup populer. Kawanan Burung Blekok yang ada di Kampung Wisata Blekok Rancabayawak ini dianggap memiliki sifat yang cukup unik dimana burung ini sama sekali tidak terganggu dengan adanya aktivitas manusia dan secara alami hidup berdampingan ditengah pemukiman warga. Selain itu, kawanan burung ini hanya bersarang di pohon bambu hijau yang ada di tengah kawasan pemukiman meskipun terdapat banyak pepohonan jenis lain di sekitar area pohon bambu yang membuat Burung Blekok di kawasan tersebut tergolong memiliki sifat khas yang hanya dimiliki oleh Burung Blekok yang ada Kampung Wisata Blekok Rancabayawak.

Aktivitas Burung Blekok ini dapat terlihat jelas disaat pagi hari saat burung hendak mencari makan dan sore hari disaat kawanan burung kembali dari mencari makan dan beristirahat diatas pohon bambu. Wisatawan dapat melihat aktivitas burung ini secara dekat menggunakan fasilitas yang disediakan seperti lantai dua masjid yang

berada di antara pemukiman warga ataupun beberapa rumah warga yang disediakan khusus untuk para wisatawan. Dengan menggunakan fasilitas tersebut para wisatawan dapat melihat aktivitas Burung Blekok di sarang yang dihuni oleh 4 jenis burung yang diantaranya yakni, Blekok Sawah, Kuntul Kecil, Kuntul Kerbau, dan Kowak Malam Abu.

Selain kegiatan melihat burung (*Bird Watching*), kawasan ini memiliki potensi sebagai salah satu destinasi yang dapat dikembangkan melalui wisata edukasi mengenai kehidupan Burung Blekok di habitat asli serta sebagai daya tarik fotografi satwa alam yang memiliki nilai tersendiri bagi para penikmat fotografi.

Namun berdasarkan hasil observasi bersama tim pendamping dan wawancara bersama Bapak Agus selaku Kepala Rukun Warga (RW 02) Kelurahan Cisaranten Kidul, masih banyak wisatawan yang belum mengetahui tentang kampung wisata ini dan hanya beberapa komunitas minat khusus yang mengetahui ataupun mengunjungi kampung wisata tersebut. Kurangnya penunjuk menuju lokasi dan tidak adanya informasi mengenai identitas kampung wisata ini di daerah sekitarnya menjadi salah satu faktor penyebab banyaknya wisatawan yang belum berkunjung ke Kampung Blekok Rancabayawak. Selain itu, tidak adanya suatu citra atau *Branding* dari kampung wisata ini sehingga keunikan yang dimiliki tidak diketahui oleh wisatawan.

Pengetahuan calon wisatawan terhadap sebuah destinasi wisata merupakan faktor penting dalam pengelolaan sebuah destinasi. Sebuah destinasi wisata harus dapat memberikan suatu citra atau *Branding* yang

membuatnya dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan minat kunjungan calon wisatawan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, yang disusun oleh Harisaputra (2021) dengan judul “Perancangan *Destination Branding* Desa Sekapuk Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*”, dijelaskan bagaimana *Branding* dapat menjadi solusi untuk mengenalkan sebuah destinasi khususnya sebuah desa wisata yang belum memiliki sebuah *Branding* agar dapat menyampaikan keunikan dan berbagai karakter dari desa wisata dengan perancangan logo, *tagline*, pemilihan warna yang merepresentasikan daerah tersebut serta penggunaan media promosi cetak maupun digital sehingga desa wisata tersebut dapat dikenal luas dan untuk membedakannya dengan destinasi lain yang akan membuat desa wisata tersebut memiliki keunikan tersendiri yang menarik bagi calon wisatawan.

Menurut Kotler (2009), *Branding* memiliki tujuan untuk memberikan sebuah pembeda dengan pesaing yang didalamnya berisi tentang nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari semuanya yang mewakili identitas unik dari sebuah merek. Selanjutnya menurut Hidayah (2019:107), *Brand* atau merek destinasi adalah identitas yang membuat destinasi dapat dibedakan dengan destinasi lain agar lebih diingat oleh pelanggan.

Berdasarkan yang telah dibahas sebelumnya, perancangan *Branding* Destinasi Wisata Kampung Blekok Rancabayawak ini dapat menjadi solusi efektif karena keunikan kampung wisata itu sendiri yang

merupakan satu satunya kawasan dengan populasi besar kawasan burung bangau yang ada di Kota Bandung sehingga *branding* dapat tercipta dengan kuat yang nantinya akan berdampak pada meningkatnya daya saing destinasi dan peningkatan minat kunjung calon wisatawan.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada perancangan *branding* destinasi yang meliputi rancangan elemen *branding* berupa logo, *tagline*, poster dan brosur serta media promosi yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi destinasi dan memunculkan keunikan yang ada sehingga Kampung Wisata Blekok Rancabayawak dapat dikenal dan dikunjungi oleh para wisatawan.

## **C. Tujuan Penelitian**

Pada tujuan penelitian ini terdapat dua tujuan yang ingin dicapai yaitu tujuan formal dan operasional.

### **1. Tujuan Formal**

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik Program Diploma IV, Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

### **2. Tujuan Operasional**

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sebuah rekomendasi berupa perancangan *Branding* untuk membentuk *branding* destinasi yang dapat memunculkan keunikan yang dimiliki



sehingga dapat meningkatkan daya saing destinasi serta minat kunjungan wisatawan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk membantu pengelola Kampung Wisata Blekok Rancabayawak untuk mengembangkan destinasi khususnya dalam bidang pemasaran melalui perancangan *Branding* sehingga nantinya diharapkan kampung wisata ini dapat lebih berkembang dan berhasil mengatasi masalah yang sedang dialami saat ini yang mana adalah tidak adanya branding destinasi.