

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan pada data dari Potensi Desa 2019 (PODES-BPS), Bali tercatat memiliki 110 desa wisata. Melansir dari BaliPost.com (2019), desa wisata dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu desa wisata yang maju, berkembang dan rintisan. Dari 110 desa wisata yang terdaftar di Bali, hanya terdapat 10 desa wisata yang berada dalam kategori maju. Salah satu desa wisata yang tergolong dalam kategori berkembang adalah Desa Wisata Sayan. Desa Wisata Sayan berada di kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Desa Wisata Sayan memiliki berbagai macam potensi wisata, mulai dari keindahan alam hingga kebudayaan yang sangat kental.

Dengan disahkannya desa tersebut secara resmi melalui SK Bupati Nomor 762/E-02/HK/2020 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar, Desa Wisata Sayan mengelola potensi wisatanya tersebut dengan membuat kegiatan pariwisata melalui penjualan paket-paket wisata berdasarkan dasar kegiatan pariwisata yang tersedia, yaitu kebudayaan, alam dan *wellness*. Bentuk kegiatan wisata ini ada yang berupa edukasi dalam proses pembuatan karya lukis dengan gaya *young artist*, pengalaman berwisata alam melalui paket kegiatan Wisata Alam Bija, menikmati pemandangan tebing dan sungai di *Sayan Point*, mendapatkan kembali ketenangan hidup melalui kelas yoga, kegiatan pembersihan batin dengan melukat, hingga paket tur perjalanan ke puri bersejarah di Sayan.

Ciri khas dari desa ini adalah sebagian besar penduduk Desa Sayan merupakan pelukis dengan gaya lukis yang khas yaitu *young artist*. Gaya lukis *young artist* yang telah mendunia sejak tahun 1930 ini merupakan kebudayaan yang hidup dan dekat dengan masyarakat desa tersebut karena gaya lukis ini lahir di Desa Sayan. Awalnya para pelukis ini merupakan pemuda dan pemudi Desa Sayan yang terinspirasi dengan kegiatan sehari-hari mereka berupa mata pencaharian mereka yang dituangkan melalui lukisan. Hingga saat ini, kegiatan masyarakat Desa Sayan

dimulai dengan aktivitas seperti bertani, kemudian pada sore hari mereka berkarya berupa melukis berdasarkan hasil inspirasi kegiatan mereka. Wisatawan dapat mengikuti proses dari awal masyarakat menemukan inspirasinya untuk melukis, kemudian melihat langsung proses pembuatan karya lukis khas Desa Sayan. Tersedia juga kesempatan untuk wisatawan apabila tertarik untuk ikut berpartisipasi berkarya.

Melansir dari radarbali.jawapos.com, Gandhi Sanjiwani selaku Chief Business Officer dari Godevi, menyatakan bahwa gaya *young artist* ini merupakan satu-satunya aliran lukisan otentik di dunia yang menjadi *living culture* yang hanya bisa ditemukan di Desa Sayan. Sayangnya, popularitas gaya lukis ini menurun, sehingga gaya lukis ini mulai dilupakan. Mengutip dari *Tribune Bali*, I Made Andhika selaku kepala Desa Wisata Sayan, mengaku bahwa para pelukis ini giat mengikuti pameran demi mendapatkan eksistensinya dari masyarakat lokal. Gaya lukis yang menjadi ciri khas dari Desa Wisata Sayan ini perlu diperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat. Dalam usaha untuk memperkenalkan Desa Wisata Sayan kepada masyarakat lokal, pengurus desa ini melakukan kerja sama berupa perancangan promosi Desa Wisata Sayan oleh Godevi. Namun, perancangan promosi yang telah dirancang dan dilaksanakan belum dianggap efektif karena belum menyampaikan pesan tertentu dari suatu destinasi kepada target konsumen mengenai kemenarikan, nilai lebih, dan pengalaman mengesankan saat mereka hendak mengunjungi sebuah destinasi (Baker, 2007, hlm. 25-27).

Menurut Pitana (dalam Kartikaningrum, 2015) dalam mempromosikan suatu destinasi wisata, dibutuhkan *brand* yang kuat untuk memberikan reputasi yang baik pada suatu destinasi. Sampai saat ini, Desa Wisata Sayan tidak memiliki sebuah *brand image* sebagai desa wisata penghasil pelukis *young artist*. Menurut Hunt (dalam Satyarini, 2017) persepsi *image* dari destinasi berpengaruh terhadap keputusan dan niat wisatawan dalam mengunjungi suatu tempat. Konsep *destination branding* digunakan untuk menciptakan citra suatu tempat berdasarkan kekhasan dan keragaman yang tidak didapatkan pada daerah lainnya

(Cahyaningtyas & Issundari, 2016). Dengan adanya keragaman kegiatan wisata yang memiliki potensi untuk dikenalkan kepada masyarakat yang lebih luas, maka ditentukan akan merancang *destination branding* Desa Wisata Sayan untuk wisatawan lokal usia 26-35 tahun di Bali.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, maka rumusan masalah dari perancangan ini adalah:

Bagaimana perancangan *brand destination* Desa Wisata Sayan untuk wisatawan lokal usia 26-35 tahun di Bali?

1.3 Batasan Masalah

Untuk melaksanakan penelitian yang fokus, terarah, serta pembahasan yang tidak meluas, perancang menentukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Demografis
 - a. Gender: Pria dan Wanita
 - b. Usia:
 - Primer: 26-35 tahun (masa dewasa awal menurut Departemen Kesehatan 2009)
 - Sekunder: 36-45 tahun (masa dewasa akhir menurut Departemen Kesehatan 2009)
 - c. Pendidikan: Minimal S1
 - d. Pekerjaan: Karyawan, pengusaha, *traveller*
 - e. Tingkat Ekonomi: A
 - f. Status pernikahan: Menikah dan belum menikah
2. Psikografis
 - a. Gaya Hidup: Penikmat wisata alam dan memiliki ketertarikan untuk melakukan eksplorasi tempat wisata baru
 - b. Sikap: Ingin mencoba mencari tempat wisata baru yang jarang terekspos serta ingin menjadi yang pertama untuk mengetahui tempat terbaru dan menarik.

3. Geografis

a. Primer: Bali

Penulis menentukan bahwa segmentasi primer secara geografis dilakukan pada Bali, dimana fokus masalah berada. Dengan demikian, penulis akan menargetkan perancangan ini untuk masyarakat lokal, baik yang berasal dari Bali maupun wisatawan yang berada di Bali yang belum mengetahui Desa Wisata Sayan.

b. Sekunder: Jakarta

Mengutip dari sebuah wawancara, sepanjang tahun ini, wisatawan lokal yang berkunjung ke Bali didominasi oleh wisatawan asal Jakarta (Gunandika, 2022). Hal ini Ia pastikan dengan tingginya jadwal penerbangan Jakarta-Bali. Dari fenomena ini, penulis menentukan akan menargetkan wisatawan yang berasal dari Jakarta untuk datang ke Desa Wisata Sayan.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penulisan ini adalah merancang *brand destination* Desa Wisata Sayan untuk wisatawan lokal usia 26-35 tahun di Bali.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan Tugas Akhir ini adalah:

1. Penulis

Perancangan tugas akhir ini dengan judul Perancangan *Brand Destination* Desa Wisata Sayan memberikan perancang ilmu serta pengalaman mengenai isu yang terkait yaitu pembangunan citra pariwisata yang dapat diselesaikan dengan ilmu yang telah diterima selama masa perkuliahan, terlebih dalam ilmu *branding*.

2. Bagi Desa Wisata Sayan

Harapannya dengan perancangan ini dapat menonjolkan citra pariwisata yang tepat serta meningkatkan angka wisatawan yang

berkunjung pada Desa Wisata Sayan, sehingga ada peningkatan pendapatan dan memicu perkembangan kearah yang lebih baik lagi.

3. Bagi Universitas Multimedia Nusantara

Perancangan *brand destination* Desa Wisata Sayan dapat berguna dengan ikut serta menambah refrensi penyusunan Tugas Akhir serta dapat dijadikan sebagai menjadi sumber pustaka bagi mahasiswa lainnya.

