

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Banten merupakan salah satu provinsi yang memiliki pertumbuhan penduduk yang sangat pesat. Pada tahun 2020, jumlah penduduk Banten terdapat 11.904.562 jiwa. Pada tahun 2021, jumlah penduduk Banten meningkat menjadi 12.061.475 jiwa. Lalu pada tahun 2022, jumlah penduduk mencapai 12.251.985 jiwa (BPS Banten, 2022). Pertumbuhan penduduk yang pesat ini diikuti oleh jumlah wisatawan yang tinggi di Provinsi Banten yaitu, terdapat wisatawan lokal 18.507.170 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 37.926 orang (BPS Provinsi Banten, 2021). Data tersebut menunjukkan bahwa Banten memiliki peluang yang besar dalam destinasi wisata. Provinsi Banten memiliki wisata alam sebanyak 344 jenis, wisata buatan 231 jenis, dan wisata religi dan budaya 591 jenis (Pemerintah Provinsi Banten, 2022).

Dari berbagai jenis wisata di Banten, terdapat salah satunya desa wisata yang berhasil masuk dalam Anugerah Desa Wisata Indonesian (ADWI) tahun 2021, desa tersebut yakni Desa Wisata Sukarame. Desa Wisata Sukarame merupakan desa yang terletak di Pandeglang, Banten. Desa ini memiliki keunggulan utama wisata alamnya yaitu Pantai dan laut. Desa tersebut memiliki potensi wisata karena memiliki 3 jenis sektor pariwisata, yaitu wisata alam berupa pantai, hutan, curug, gunung, lalu terdapat wisata budaya berupa pertunjukan tarian budaya, serta wisata kerajinan tangan seperti *handycraft*. Desa Wisata Sukarame memiliki julukan *The Land of Diversity* karena memiliki geografis yang diapit 2 alam yang berbeda seperti pantai, laut, dan gunung dengan hutan beserta habitatnya serta curug. Pada kawasan hutan desa, terdapat fakta menarik yaitu dari 115 burung endemik Jawa, 85 diantaranya ditemukan di hutan Desa Wisata Sukarame. Selain itu, terdapat keindahan *Little Green Canyon* atau Curug Putri Carita yang biasa dijuluki oleh penduduk desa sebagai “surga Desa Wisata Sukarame”, untuk menuju ke tempat tersebut, pengunjung melewati keindahan alam hutan dan aliran air dari curug

tersebut langsung dari gunung. Akses jalan untuk menuju ke desa tersebut memiliki infrastruktur yang sangat baik, sehingga sangat mudah dikunjungi masyarakat sekitar Banten dan Jakarta melalui kendaraan roda empat maupun dua.

Berdasarkan berita yang dilansir *Antaraneews.com*, pengelola wisata pada Desa Wisata Sukarame mengatakan bahwa terdapat penurunan pengunjung yang sangat drastis yaitu sebanyak 75% yang diakibat oleh lonjakan covid pada tahun 2021. Lonjakan *covid* tersebut diikuti dengan adanya aktivitas Gunung Anak Krakatau di Selat Sunda. Pada 2023 akhir, Eton, selaku ketua pengelola UMKM Desa Wisata Sukarame mengatakan bahwa terdapat isu yang di gembar-gemborkan wisatawan mengenai isu bencana Gunung Krakatau yang tidak benar. Isu tersebut membuat Desa Wisata Sukarame pada tahun 2022 ramai, menjadi berbanding terbalik pada tahun 2023. Isu bencana yang tidak benar mengakibatkan rusaknya citra Desa Wisata Sukarame yang membuat masyarakat ragu untuk berwisata di desa tersebut.

Penurunan berkala yang terus menerus terjadi jika tidak memiliki solusi, akan mengakibatkan permasalahan ekonomi masyarakat Sukarame dimana mayoritas penduduk desa memiliki mata pencaharian yang bergantung pada sektor wisata, seperti *homestay*, wisata alam, atraksi budaya, kerajinan tangan oleh-oleh, dan UMKM lainnya. Untuk meningkatkan kembali UMKM desa yang tidak berkembang dan potensi desa tidak terekspos, dibutuhkannya pembangunan citra yang baru untuk menghapus citra buruk pada masyarakat. Menurut Pitana (Kartikaningrum, 2015), untuk mempromosikan destinasi wisata, diperlukannya branding yang kuat untuk menciptakan reputasi yang baik terhadap suatu destinasi.

Berdasarkan hasil observasi, Desa Wisata Sukarame belum memiliki identitas visual yang baik untuk menyampaikan keindahan potensinya. Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh tokoh ketua pengelola UMKM di Desa Wisata Sukarame, mengatakan bahwa mereka memperkenalkan Desa Wisata Sukarame melalui mulut ke mulut. Selain itu, selaku ketua pengelola Desa Wisata Sukarame Apud Saepudin mengatakan bahwa, Desa Wisata Sukarame sangat membutuhkan identitas visual agar dapat dikenal masyarakat secara luas. Maka dari itu, penulis

merancang *destination branding* Desa Sukarame agar desa tersebut dapat lebih dikenal dengan citra baru oleh masyarakat yang tinggal di Banten dan sekitarnya. Selain itu, dengan adanya *destination branding*, penulis akan menonjolkan potensi Desa Wisata Sukarame ke masyarakat luas.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, dapat dirumuskan masalah yang akan diangkat sebagai berikut :

1. Kurang tereksposnya potensi wisata desa sehingga target pengunjung tidak tercapai. Hal ini mengakibatkan penurunan ekonomi penggiat usaha di desa wisata tersebut.
2. Tidak adanya *destination branding* untuk memperkenalkan dan mempromosikan potensi wisata desa kepada masyarakat Banten dan sekitarnya.

Berdasarkan masalah tersebut, maka dirumuskan masalah mengenai Bagaimana Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Sukarame Banten?

## 1.3 Batasan Masalah

Terdapat batasan masalah pada perancangan *destination branding* yaitu sebagai berikut:

### 1.3.1 Segmentasi Demografis

- a) Jenis Kelamin : Laki - laki dan perempuan
- b) Usia (primer) : 19 - 25 tahun

Pemilihan usia ini karena pada umumnya, usia tersebut sudah bekerja dan memiliki daya beli untuk berlibur. Usia ini juga memiliki jasmani yang baik dan menyukai perjalanan wisata alam yang menantang (Koranti, Sriyanto, & Lestiyono, 2018). Berdasarkan survey *Markplus Industry Roundtable Tourism and Hospitality Perspective* pada tahun 2020, usia remaja 19-25 tahun memfokuskan diri

pada pengalaman otentik dan memiliki budaya yang kental. Ketua pengelola Desa Wisata Sukarame mengatakan bahwa mayoritas pengunjung berada di rentang usia remaja.

Usia (sekunder) : 26 - 35 tahun

Menurut survey pada Journal of Berdaya, usia 26-35 tahun memiliki minat untuk berwisata yang tinggi karena pada rentang tersebut memiliki kondisi finansial yang sudah mulai stabil dan kondisi fisik yang masih kuat untuk melakukan perjalanan.

c) Pekerjaan : Karyawan, wirausaha, *traveller*, dll

d) SES : B

Pengeluaran tingkat ekonomi B adalah Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000.

Berdasarkan SES menurut Talenta Data Indonesia pada tahun 2022, pengeluaran tingkat B per bulan yaitu Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000.

Dhani (2016) mengatakan bahwa rumah tangga yang tingkat ekonomi SES B memandang kegiatan wisata sebagai sebuah kebutuhan dan mereka menyukai wisata alam domestik.

### 1.3.2 Segmentasi Psikografis

- a) Penikmat keindahan alam
- b) Menyukai tradisi dan budaya Indonesia
- c) Menyukai olahraga alam
- d) Ingin mengeksplorasi tempat baru
- e) Menyukai kesenian budaya wilayah tertentu

### 1.3.2 Segmentasi Geografis

a) Primer : Jakarta - Banten

Desa Wisata Sukarame terletak di Banten yang terdapat kota Tangerang di dalamnya. Selain itu, Pantai Carita memiliki geografis yang dekat dengan Ibukota Jakarta. Menurut Bapak Apud Saepudin, mayoritas pengunjung berasal dari Jakarta dan Banten. Setelah penulis melakukan observasi ke Desa Wisata Sukarame, akses jalan dari Jakarta menuju desa sangat mudah terjangkau dan aman.

b) Sekunder : Bogor, Depok, dan Bekasi

Apud Saepudin mengatakan bahwa banyaknya masyarakat dari Jabodetabek berkunjung ke Desa Wisata Sukarame.

### 1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis paparkan di atas, tujuan tugas akhir ini adalah untuk merancang *destination branding* Desa Wisata Sukarame agar potensi desa terekspos Masyarakat Banten dan sekitarnya, memajukan UMKM lokal desa, dan membantu meningkatkan jumlah wisatawan.

### 1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat tugas akhir adalah :

1. Penulis

Perancangan Tugas Akhir dengan judul Perancangan *Destination Branding* Desa Wisata Sukarame memberikan penulis ilmu dan pengalaman dalam bidang pariwisata yang baik. Dalam perancangan ini, penulis dapat menggunakan dan menerapkan ilmu selama masa perkuliahan.

2. Desa Wisata Sukarame

Penulis berharap perancangan ini dapat membantu peningkatan pengunjung, tereksposnya potensi desa, dan menciptakan citra baru yang lebih baik, sehingga dapat mempengaruhi ekonomi masyarakat Desa Sukarame menjadi lebih meningkat.

3. Universitas Multimedia Nusantara

Manfaat perancangan ini yaitu agar menjadi referensi dan sumber pustaka untuk mahasiswa angkatan selanjutnya dalam menjalani Tugas Akhir *destination branding*.

