

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai ibu kota Provinsi Riau, Kota Pekanbaru memiliki cikal bakal yang salah satunya tercermin dalam keberadaan Kampung Bandar yang terletak di Kecamatan Senapelan. Kampung ini menawarkan pengalaman wisata cagar budaya dengan arsitektur rumah tradisional, kerajinan tenun serta interaksi dengan masyarakat setempat yang masih memelihara tradisi luhur. Di Kampung Bandar Senapelan, pengunjung dapat menikmati berbagai aktivitas, seperti menyusuri sungai dengan perahu, mencicipi kuliner khas Riau, mengunjungi rumah-rumah bersejarah, serta menyaksikan pertunjukan seni dan budaya (Fauras et al., 2024, hlm. 792).

Kampung Bandar Senapelan unggul karena keaslian budaya Melayunya. Berbeda dengan kampung wisata modern, Kampung Bandar menawarkan pengalaman yang lebih mendalam dan edukatif. Daya tarik utama kampung ini adalah suasana tenang dan damai, serta kesempatan untuk belajar langsung tentang sejarah dan budaya Melayu dari masyarakat setempat. Lokasinya yang strategis di tepi Sungai Siak juga menambah daya tarik visual dan memberikan pengalaman wisata yang tak terlupakan (Andita et al., 2023, hlm. 2504).

Kampung Bandar Senapelan kini menghadapi tantangan signifikan, di mana minimnya perhatian dari pemerintah daerah menjadi akar masalah yang berujung pada sepi pengunjung dan kurangnya pemeliharaan, seperti yang disampaikan oleh Andri, penjaga Rumah Singgah Tuan Kadi (RiauPos.co, 2024). Kondisi ini secara langsung memengaruhi daya tarik destinasi tersebut. Dalam konteks ini, tanggung jawab desainer menjadi sangat penting, meskipun isu utamanya berasal dari kebijakan dan dukungan Pemerintah, desain *branding* yang kurang relevan, turut memperparah rendahnya daya tarik wisata sejarah Kampung Bandar. Oleh karena itu, seorang desainer memiliki tugas krusial untuk

menciptakan *branding* yang mampu menjembatani nilai historis Kampung Bandar dengan preferensi visual serta komunikasi generasi muda, guna meningkatkan minat dan kunjungan, terlepas dari tantangan eksternal yang ada.

Jika masalah ini tidak segera diatasi, dikhawatirkan minat generasi Z untuk mengenal warisan budaya mereka akan menurun. Oleh karena itu, pengembangan *branding* yang efektif menjadi sangat krusial untuk memposisikan Kampung Bandar sebagai destinasi yang unik dan menarik di benak wisatawan (Ritchie & Ritchie, 1998, hlm. 18). Pada akhirnya, upaya ini akan membantu memastikan bahwa generasi Z tetap terhubung dengan warisan budaya mereka.

Untuk mengatasi urgensi masalah ini, perancangan ini bertujuan untuk merancang *brand destination* yang dapat mengangkat kembali citra dan potensi wisata Kampung Bandar Senapelan. Solusi yang diusulkan adalah pengembangan identitas visual yang menarik dan relevan bagi generasi Z. Menurut pandangan Anholt dalam Morrison (2019, hlm. 45), *branding* destinasi merupakan pendekatan pemasaran strategis yang bertujuan membentuk persepsi dan citra positif suatu tempat. Dalam konteks persaingan antar destinasi, strategi ini penting untuk membangun citra yang kuat melalui penentuan posisi unik dan karakteristik khas dari destinasi tersebut. Dengan langkah ini, diharapkan Kampung Bandar mampu menarik perhatian lebih luas, khususnya generasi muda, sekaligus memperkuat daya tariknya dibandingkan destinasi lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, berikut merupakan masalah yang ditemukan:

1. Kampung Bandar Senapelan memiliki potensi wisata yang kaya akan sejarah dan budaya, namun sayangnya belum mampu menarik minat generasi Z untuk berkunjung.
2. Kurangnya strategi *branding* yang efektif menyebabkan daya tarik dan nilai jual Wisata Kampung Bandar Senapelan tidak optimal.

Maka dari itu, pertanyaan penelitian dari perancangan ini adalah bagaimana perancangan strategi *branding* yang komprehensif untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual Wisata Kampung Bandar Senapelan?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat pria dan wanita berusia 15-22 tahun yang berminat untuk kunjungan wisata dan penelitian sejarah. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada demografi, psikografis, dan geografis, dengan fokus pada masyarakat yang berdomisili di Kota Pekanbaru, khususnya di Kecamatan Senapelan, tempat Kampung Bandar berada melalui strategi destination *branding*. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menarik minat kunjungan domestik di wilayah sekitar Kampung Bandar hingga Kota Pekanbaru untuk berwisata. Batasan masalah perancangan dituliskan sebagai berikut.

1. Media kolateral : Objek perancangan ini meliputi media kolateral yang akan diciptakan melalui pembuatan identitas visual Kampung Bandar sebagai salah satu bentuk media untuk menarik minat kunjungan wisata.
2. Generasi Z : Target dalam perancangan ini adalah pria dan wanita berusia 15-22 tahun yang memiliki minat untuk kunjungan wisata dan penelitian sejarah, serta berdomisili di kawasan Kota Pekanbaru.
3. Arsitektur, Kain Tenun, Seni Pertunjukan : Konten perancangan yang akan diangkat adalah kekayaan sejarah dan budaya yang terdapat di Kampung Bandar, termasuk tradisi, kerajinan, dan pertunjukan seni yang menjadi daya tarik bagi pengunjung.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis adalah membuat perancangan identitas visual Kampung Bandar Senapelan di Kota Pekanbaru.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai usaha peningkatan kesadaran akan kekayaan sejarah dan budaya Kampung Bandar melalui media yang menarik dan informatif, seperti identitas visual dan materi publikasi. Manfaat dibagi menjadi dua

bagian: manfaat teoretis dan praktis (penulis, peneliti, dan universitas). Manfaat tugas akhir nantinya dapat dijadikan saran yang terdapat dalam Bab V.

1. Manfaat Teoretis:

Manfaat penelitian ini adalah sebagai upaya meningkatkan pemahaman tentang pentingnya korelasi antara identitas visual dan *branding* yang efektif dalam menarik minat wisatawan, khususnya di destinasi wisata Kampung Bandar. Penelitian ini diharapkan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang secara khusus membahas materi perancangan destination *branding* untuk Kampung Bandar, serta dapat menjadi referensi bagi perancangan-perancangan selanjutnya.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi peneliti lain mengenai elemen-elemen kunci identitas Desain Komunikasi Visual, terutama dalam konteks pengembangan *Graphic Standard Manual (GSM)*. Perancangan ini juga dapat bermanfaat sebagai referensi bagi mahasiswa lain yang tertarik dalam merancang identitas visual untuk destinasi wisata. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi dokumen arsip universitas terkait dengan pelaksanaan Tugas Akhir.

