

Kota Pekanbaru dan kabupaten di sekitarnya. Fokus geografis ini memungkinkan upaya pemasaran yang lebih terarah dan efisien.

3) Psikografis:

- a. Dewasa muda yang tertarik mempelajari Sejarah lokal dan budaya Melayu Pekanbaru.
- b. Dewasa muda yang mencari pengalaman wisata autentik dan interaksi langsung dengan Masyarakat lokal.
- c. Dewasa muda yang tertarik pada produk lokal, kuliner tradisional, dan pertunjukan seni.
- d. Dewasa muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber inspirasi dan platform berbagi pengalaman wisata.

3.2 Metode dan Prosedur Perancangan

Dalam perancangan ini, metode yang diterapkan adalah pendekatan Alina Wheeler, sebuah pendekatan terstruktur untuk menciptakan *brand identity* yang kuat dan relevan. Menurut Alina Wheeler (2009) proses ini terdiri dari lima langkah utama: *Conducting Research*, *Clarifying Strategy*, *Designing Identity*, *Creating Touchpoints*, dan *Managing Assets* (h.45). Tahap *Conducting Research* melibatkan pengumpulan data untuk memahami *brand*, audiens, dan kompetitor, diikuti dengan tahap *Clarifying Strategy* yang bertujuan merumuskan strategi inti dan visi *brand*. Pada tahap *Designing Identity*, elemen visual seperti logo, warna, dan tipografi dirancang untuk mencerminkan identitas *brand* secara konsisten. Selanjutnya, tahap *Creating Touchpoints* mengimplementasikan identitas tersebut ke berbagai media komunikasi. Terakhir, tahap *Managing Assets* memastikan pengelolaan dan pengembangan *brand* secara berkelanjutan melalui panduan merek yang terstandarisasi.

Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif, yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan perspektif pengguna. Lincoln dan Guba (1985, h.18) menekankan pentingnya teknik pengumpulan data yang

fleksibel, seperti kuesioner, wawancara, dan observasi. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan opini umum, wawancara untuk mendapatkan pemahaman mendalam, dan observasi untuk melihat perilaku pengguna terkait *brand*. Sumber data mencakup pengguna akhir, ahli, dan dokumen relevan. Pengumpulan data dilakukan dengan purposive sampling untuk memastikan relevansi dan kedalaman informasi, yang kemudian dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk menemukan pola dan tema. Langkah-langkah ini akan dijelaskan secara rinci pada sub bab berikutnya.

3.2.1 Conducting Research

Tahapan pertama dalam perancangan *brand identity* Kampung Bandar Senapelan berdasarkan teori Wheeler (2015) adalah *conducting research*, di mana penulis akan mengumpulkan dan menyimpulkan data mengenai topik perancangan kampung wisata tersebut. Penulis perlu memahami ciri-ciri Kampung Bandar Senapelan, termasuk sejarah, budaya, potensi, dan tantangan yang dihadapi destinasi wisata tersebut. Untuk memperdalam pemahaman tentang Kampung Bandar Senapelan, saya mengumpulkan data melalui metode kualitatif dan kuantitatif. Saya berdiskusi langsung dengan berbagai pihak, mulai dari pengurus kampung, pelaku UMKM setempat, hingga pakar *branding*, untuk mendapatkan berbagai perspektif yang kaya dan mendalam. Selanjutnya, observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi fisik, aktivitas sosial, arsitektur, dan potensi wisata di Kampung Bandar Senapelan. Studi yang ada dan referensi yang relevan dengan topik perancangan juga dilakukan, serta penyebaran kuesioner kepada target audiens melalui *platform* daring. Seluruh riset mengenai data-data yang telah disebutkan akan menjadi dasar bagi perancangan *brand identity* Kampung Bandar Senapelan.

3.2.2 Clarifying Strategy

Tahapan kedua setelah pengumpulan data adalah *clarifying strategy*, yaitu penyusunan strategi *brand* untuk perancangan *brand identity* Kampung Bandar Senapelan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk merumuskan rencana strategis

yang didasarkan pada analisis data yang diperoleh dari tahap *conducting research*. Strategi *brand* ini akan diuraikan dalam *brand brief* melalui *brainstorming* dan *mind mapping*, menghasilkan ide inovatif dan solusi kreatif yang relevan dengan karakter serta potensi unik Kampung Bandar Senapelan. *Brand brief* ini menjadi panduan dalam merancang elemen visual yang merepresentasikan nilai dan daya tarik kampung.

3.2.3 Designing Identity

Tahapan berikutnya adalah perancangan *design identity* visual, yang sangat bergantung pada hasil *brand brief* dari tahapan *clarifying strategy*. Pada tahap ini, fokus utama perancangan adalah menciptakan elemen visual dasar yang penting untuk menggambarkan identitas Kampung Bandar Senapelan. Elemen-elemen tersebut meliputi *moodboard* yang menggambarkan suasana dan inspirasi visual, *stylescapes* yang memvisualisasikan gaya desain yang diinginkan, pemilihan *font* yang sesuai dengan karakter kampung, palet *color* yang menciptakan kesan yang tepat, serta *supergrafis* yang dapat memperkuat identitas visual secara keseluruhan, semuanya selaras dengan konsep desain yang telah ditetapkan.

3.2.4 Creating Touchpoints

Tahap *creating touchpoints* merupakan proses di mana elemen visual yang telah dirancang sebelumnya, setelah melalui pengujian dan revisi, mulai diterapkan secara final. Elemen-elemen ini kemudian dikembangkan dan diaplikasikan ke berbagai media kolateral untuk mendukung *brand identity* Kampung Bandar Senapelan. Salah satu tantangan dalam tahap ini adalah memastikan desain tetap konsisten dan seimbang, sehingga semua media dapat terintegrasi dengan baik dan merepresentasikan identitas kampung secara utuh.

3.2.5 Managing Assets

Tahapan terakhir dalam metode perancangan ini adalah *managing assets*. Pada tahap ini, seluruh elemen identitas visual yang telah dirancang akan dituangkan ke dalam buku pedoman atau aturan desain, yang dikenal sebagai *Graphic Standard Manual (GSM)* untuk Kampung Bandar Senapelan. Buku pedoman ini berfungsi sebagai acuan untuk memastikan konsistensi dan

integritas *brand identity* kampung dalam berbagai aplikasi dan media, sehingga identitas visual yang telah dikembangkan dapat diterapkan secara efektif dan terstandarisasi.

3.2.6 Beta testing

Pada tahap *beta testing*, prototipe *brand identity* visual Kampung Bandar Senapelan akan divalidasi dengan melibatkan target audiens untuk mengevaluasi daya tarik visual, relevansi dengan nilai-nilai kampung, dan kemudahan pemahaman. *Feedback* yang diperoleh dari pengujian ini akan digunakan untuk melakukan iterasi dan penyempurnaan sebelum finalisasi identitas visual.

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan

Penelitian ini menggunakan teknik perancangan berupa observasi, wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi untuk memahami secara mendalam mengenai potensi wisata serta identitas visual Kampung Bandar Senapelan yang terletak di Kecamatan Senapelan, Kota Pekanbaru, Riau. Tujuan utama dari teknik pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai preferensi target audiens terhadap Kampung Bandar Senapelan

3.3.1 Observasi

Pendekatan penelitian melalui observasi mencakup pengamatan langsung terhadap subjek di lokasi tertentu, bertujuan untuk memperoleh data yang lebih tepat mengenai situasi di lapangan. Sebagai bagian dari penelitian, observasi dilakukan di Kampung Bandar Senapelan selama satu hari, yaitu pada 2 Maret 2025. Observasi ini bertujuan untuk memahami kondisi lapangan secara mendalam dengan mengamati langsung berbagai aspek di lokasi tersebut. Pengamatan dilakukan dengan menggunakan kamera *handphone* sebagai alat bantu untuk merekam data visual. Pengamatan berperan serta dan pengamatan terfokus akan menjadi dua jenis observasi yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Pengamatan Berperan Serta

Sebagai jenis observasi yang pertama, pengamatan berperan serta akan diterapkan di Kampung Bandar Senapelan. Penulis akan terlibat langsung dalam aktivitas dan interaksi di lingkungan tersebut, merasakan pengalaman menjadi bagian dari masyarakat setempat. Keterlibatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika sosial, budaya, dan kehidupan sehari-hari di Kampung Bandar Senapelan. Dengan merasakan langsung, penulis berharap mendapatkan perspektif yang kaya dan relevan untuk penelitian

Tabel 3. 1 Metriks Pengamatan Berperan serta

Pengamatan Berperan Serta		
Aspek yang Diminati	Metode Pengumpulan Data	Tujuan
Pengalaman Penulis sebagai wisatawan di Kampung Bandar Senapelan : <ol style="list-style-type: none">1. Fasilitas2. Aksesibilitas3. Situasi Lingkungan4. Atraksi5. Kearifan Lokal	Observasi Langsung	Sebagai wisatawan, mengamati dan mengalami secara langsung kondisi Kampung Bandar Senapelan
Interaksi antara wisatawan, fasilitas yang tersedia, dan kondisi lingkungan	Catatan Lapangan	Mendapatkan insight dari sudut pandang wisatawan untuk mengevaluasi keunggulan dan kekurangan sebuah tempat wisata

Tanggapan wisatawan mengenai kualitas layanan, sarana dan aksesibilitas	Wawancara dengan wisatawan secara informal	Mempelajari tanggapan wisatawan terhadap pengalaman wisata secara komprehensif
---	--	--

Pengamatan berperan serta yang akan dilakukan di Kampung Bandar Senapelan bertujuan memahami dinamika sosial, budaya, dan pengalaman wisatawan. Melalui observasi langsung, catatan lapangan, dan wawancara informal, penelitian ini akan mengevaluasi fasilitas, aksesibilitas, dan kualitas layanan untuk mengidentifikasi keunggulan dan kekurangan kawasan sebagai destinasi wisata.

2. Pengamatan Terfokus

Pada Kampung Bandar Senapelan, pengamatan terfokus akan menjadi jenis observasi kedua yang dilakukan. Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk mendalami elemen-elemen visual yang berkaitan dengan perancangan identitas visual kampung. Fokus utama akan diarahkan pada aspek-aspek visual tertentu yang memengaruhi citra merek dan identitas visual Kampung Bandar Senapelan, termasuk perilaku wisatawan yang berkunjung serta bagaimana elemen seperti logo, brosur, dan *merchandising* yang dapat meningkatkan daya tarik kampung tersebut.

Tabel 3. 2 Metriks Pengamatan Terfokus

Pengamatan Berperan Serta		
Aspek yang Diminati	Metode Pengumpulan Data	Tujuan
Respon wisatawan dalam menanggapi elemen visual seperti brosur, <i>signage</i> , merchandising dan berbagai bentuk media kolateral lainnya	Dokumentasi Visual	Sebagai wisatawan, mengamati dan mengalami secara langsung kondisi Kampung Bandar Senapelan

Peran elemen identitas visual dalam meningkatkan efektifitas dan keselarasan media Kampung Bandar Senapelan	Catatan Lapangan	Mempelajari bagaimana elemen-elemen visual mempengaruhi citra merek dan menarik minat wisatawan.
Interaksi antara wisatawan dengan media cetak dan digital yang ada di Kampung Bandar Senapelan	Evaluasi elemen desain seperti logo, warna dan layout pada media yang digunakan di lokasi	Menganalisis kelebihan dan kekurangan dari elemen visual yang ada di Kampung Bandar Senapelan

Penelitian yang akan dilakukan di Kampung Bandar Senapelan akan fokus pada elemen visual seperti brosur, *signage*, dan *merchandising* untuk menganalisis pengaruhnya terhadap citra merek dan daya tarik kawasan. Metode yang digunakan meliputi dokumentasi visual dan evaluasi desain, dengan tujuan memberikan rekomendasi strategi *branding* yang lebih terintegrasi guna meningkatkan daya tarik kampung.

3.3.2 Wawancara

Wawancara akan menjadi metode utama dalam pengumpulan data terkait perancangan *brand destination* Kampung Bandar Senapelan. Sebagai pewawancara, penulis akan terlibat dalam serangkaian percakapan mendalam dengan narasumber untuk menggali pandangan, pengalaman, dan informasi relevan. Pendekatan wawancara akan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian, meliputi wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Narasumber yang akan dilibatkan meliputi *tour guide* Kampung Bandar Senapelan, perwakilan masyarakat dan PIC yang bertanggung jawab atas kegiatan ekonomi kreatif di Kampung Bandar Senapelan.

1. Wawancara dengan Tour Guide Kampung Bandar Senapelan

Wawancara akan dilakukan dengan Yuli Nasution, seorang *tour guide* di Kampung Bandar Senapelan, yang memiliki pengetahuan mendalam tentang situasi dan kondisi kampung tersebut. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang preferensi pengunjung, tantangan yang dihadapi, serta keunikan yang dimiliki oleh Kampung Bandar Senapelan. Yuli, yang juga menjabat sebagai sekretaris kepengurusan kampung, telah berpengalaman sebagai *tour guide* sejak tahun 2013. Sesi wawancara akan berlangsung secara *onsite* di sebuah kafe di Kecamatan Senapelan pada tanggal 27 Februari 2025 pukul 10.00 WIB, dengan menggunakan *iPad* untuk mencatat dan menampilkan media riset, serta *handphone* untuk merekam audio dan mendokumentasikan wawancara. Berikut adalah garis besar pertanyaan yang akan diajukan kepada Yuli, *tour guide* Kampung Bandar Senapelan selama wawancara:

- a. Apa yang menginspirasi pendirian Kampung Bandar Senapelan, dan siapa saja tokoh kunci yang terlibat dalam proses tersebut?
- b. Apa masalah utama yang dihadapi Kampung Bandar Senapelan saat ini terkait dengan identitas dan citra yang ingin diperbarui?
- c. Bagaimana kondisi terkini Kampung Bandar Senapelan dalam hal jumlah pengunjung dan keterlibatan komunitas?
- d. Apakah Kampung Bandar Senapelan sudah memiliki logo, *signage*, merchandising atau gambar yang digunakan untuk *branding* sebelumnya?
- e. Bagaimana Anda mendeskripsikan identitas merek Kampung Bandar Senapelan saat ini?
- f. Siapa saja yang menjadi target pengunjung utama Kampung Bandar Senapelan dalam upaya memperbarui citranya?
- g. Melalui media atau saluran apa saja Kampung Bandar Senapelan berencana untuk mempublikasikan tempat wisatanya, baik secara langsung maupun melalui internet?

- h. Apakah ada cerita mistis atau legenda urban yang terkenal di Kampung Bandar Senapelan yang berkaitan dengan arsitektur atau bangunan di sini? Bagaimana cerita-cerita tersebut mempengaruhi pandangan masyarakat dan pengunjung terhadap Kampung Bandar Senapelan?

2. Wawancara dengan PIC Ekonomi Kreatif Kampung Bandar

Wawancara akan dilakukan dengan Ibu Wawa, seorang PIC Ekraf (Ekonomi Kreatif) di Kampung Bandar Senapelan, yang memiliki pemahaman mendalam tentang potensi dan pengembangan ekonomi kreatif di kampung tersebut. Wawancara ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang inisiatif-inisiatif ekonomi kreatif yang ada, tantangan yang dihadapi, serta peluang untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif di Kampung Bandar Senapelan. Sesi wawancara akan berlangsung secara *onsite* di sebuah kafe di Kecamatan Senapelan pada tanggal 27 Februari 2025 pukul 10.00 WIB, bersamaan dengan wawancara Ibu Yuli Nasution. Untuk mendukung proses wawancara, akan disiapkan *iPad* untuk mencatat dan menampilkan media riset, serta *handphone* untuk merekam audio dan mendokumentasikan wawancara. Berikut adalah garis besar pertanyaan yang akan diajukan kepada Ibu Wawa, PIC Ekraf Kampung Bandar Senapelan selama wawancara.

- a. Bagaimana masyarakat lokal berperan dalam promosi dan pelestarian Kampung Bandar Senapelan?
- b. Apakah ada acara atau festival komunitas yang membantu meningkatkan kesadaran tentang Kampung Bandar Senapelan?
- c. Apa rencana masa depan untuk pengembangan dan promosi Kampung Bandar Senapelan?

3. Wawancara dengan Graphic Designer Expert Branding

Paragraf dimulai selalu dengan 8 ketukan (konsisten dengan awal paragraf sebelumnya). Jelaskan identitas dan peran informan yang diwawancarai. Kemudian, informasikan hasil wawancara dengan A.

3.3.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data kuantitatif yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab. Kuesioner ini bertujuan utama untuk mengumpulkan data yang dapat diukur mengenai pilihan generasi Z terkait dengan pariwisata lokal, terutama wisata sejarah. Penulis akan menyebarkan kuesioner secara daring melalui platform Google Forms kepada responden yang berusia antara 12 hingga 27 tahun dan berdomisili di Kota Pekanbaru atau kabupaten di sekitarnya. Kuesioner ini bertujuan untuk mengeksplorasi minat generasi Z terhadap wisata sejarah lokal serta mengidentifikasi *top of mind* destinasi wisata sejarah di Pekanbaru.

Tabel 3. 3 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Jenis Kelamin	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pria 2. Wanita
2.	Usia	<ol style="list-style-type: none"> 1. 12-15 Tahun 2. 16-18 Tahun 3. 19-21 Tahun 4. 22-24 Tahun 5. 25-27 Tahun
3.	Pendidikan Terakhir	<ol style="list-style-type: none"> 1. SD 2. SP 3. SMA/SMK 4. Diploma 5. Sarjana

		6. Pascasarjana
4.	Pekerjaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelajar/Mahasiswa 2. Karyawan Swasta 3. Pegawai Negeri 4. Wirausaha 5. Lainnya
5.	Domisili	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kota Pekanbaru 2. Kabupaten Siak 3. Kabupaten Kampar 4. Kabupaten Rokan Hulu 5. Kabupaten Pelalawan 6. Kabupaten Rokan Hilir 7. Kabupaten Kepulauan Meranti

Section kedua dari kuesioner ini akan berfokus pada perilaku responden, dengan penekanan pada preferensi mereka saat mengunjungi tempat wisata di Kampung Bandar Senapelan. Tujuan dari bagian ini adalah untuk mengumpulkan data mengenai kebiasaan dan minat responden, yang nantinya akan menjadi pertimbangan dalam perancangan identitas visual Kampung Bandar. Seluruh jawaban yang diberikan oleh responden akan menggunakan format pilihan ganda dengan satu sampai tiga opsi jawaban maksimal yang dapat dipilih.

Tabel 3. 4 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Seberapa Sering Anda Mengunjungi Tempat Wisata Lokal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak Pernah 2. Kadang-Kadang 3. Sering 4. Sangat Sering

	dalam Kurun Waktu Satu Tahun?	
2.	Apa Motivasi Utama Anda dalam Berwisata?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari relaksasi dan Healing, serta mengisi waktu luang. 2. Mengunjungi teman dan berkumpul dengan keluarga. 3. Menyaksikan budaya, sejarah, dan kehidupan lokal. 4. Mencari kepuasan dan suasana yang berbeda. 5. Berbelanja produk kreatif, cinderamata atau oleh-oleh dari daerah setempat. 6. Berwisata untuk update status di media sosial dan berfoto. 7. Menikmati kuliner khas daerah yang dikunjungi.
3.	Apa saja faktor yang Anda pertimbangkan saat memilih tempat untuk berwisata, terutama wisata sejarah?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jarak lokasi yang dekat dan aksesibilitas yang baik. 2. Sejarah dan nilai budaya yang ada di tempat tersebut. 3. Banyaknya kegiatan dan atraksi yang ditawarkan. 4. Harga tiket masuk yang terjangkau 5. Tempat yang sedang populer dan menjadi tren. 6. Tersedia spot foto yang menarik secara visual.

		7. Terdapat toko souvenir yang menjual produk-produk ekonomi kreatif lokal yang menawarkan oleh-oleh yang unik dan khas.
4.	Melalui media apa Anda mendapatkan informasi mengenai tempat Wisata?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter, dll.) 2. Website Resmi atau Blog 3. Teman atau Keluarga 4. Iklan di Televisi atau Radio 5. Artikel di Majalah atau Koran 6. Platform Review (TripAdvisor, Google Reviews, dll.)
5.	Siapa yang biasanya menemani Anda saat berwisata?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keluarga 2. Teman 3. Pasangan 4. Sendirian 5. Kelompok atau Komunitas

Section ketiga dari kuesioner ini difokuskan untuk menggali wawasan responden mengenai destinasi wisata sejarah di Kota Pekanbaru. Pertanyaan-pertanyaan dalam bagian ini mencakup identifikasi destinasi wisata sejarah yang paling diingat (*top of mind*) oleh responden, tingkat familiaritas responden terhadap Kampung Bandar Senapelan, serta pengalaman responden dalam mengunjungi lokasi tersebut. Informasi yang diperoleh dari bagian ini akan digunakan untuk memahami persepsi responden terhadap Kampung Bandar Senapelan dibandingkan dengan destinasi wisata sejarah lainnya di Pekanbaru

Tabel 3. 5 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Diantara Destinasi Wisata Sejarah Kota Pekanbaru berikut, Manakah yang Menjadi <i>Top of Mind</i> Anda?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Museum Daerah Sang Nila Utama 2. Masjid Raya Pekanbaru 3. Istana Hinggap 4. Candi Muara Takus 5. Tidak Ada
2.	Apakah Anda Pernah Mendengar/Mengetahui tentang Kampung Bandar Senapelan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pernah 2. Tidak Pernah
3.	Apakah Anda pernah mengunjungi Kampung Bandar Senapelan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pernah 2. Tidak Pernah

Section keempat dari kuesioner merupakan bagian tambahan yang dirancang untuk menggali informasi lebih mendalam terkait pengalaman atau alasan responden mengenai Kampung Bandar Senapelan. Jika responden sudah pernah mengunjungi Kampung Bandar, mereka akan diminta untuk memilih atraksi yang paling melekat dan disukai selama kunjungan. Sebaliknya, bagi responden yang belum pernah mengunjungi Kampung Bandar, mereka dapat memilih alasan yang paling relevan mengapa mereka belum berkunjung.

Jawaban pada bagian ini disusun dalam format pilihan ganda (multiple choice). Untuk responden yang sudah pernah mengunjungi Kampung Bandar, tersedia opsi untuk memilih maksimal tiga atraksi yang dinikmati selama kunjungan. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami daya tarik utama

Kampung Bandar sekaligus mengidentifikasi hambatan yang mungkin menghalangi kunjungan bagi responden yang belum pernah datang.

Tabel 3. 6 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagi Anda yang belum pernah mengunjungi Kampung Bandar Senapelan sebelumnya, silahkan berikan alasan dari opsi yang tersedia.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Belum pernah mendengar tentang Kampung Bandar sebelumnya. 2. Mengetahui tentangnya, tetapi tidak tertarik untuk mengunjunginya. 3. Tidak memiliki minat untuk mengunjungi tempat wisata sejarah. 4. Lokasinya jauh, dan akses jalan serta transportasi kurang memadai. 5. Belum memiliki waktu atau teman untuk berkunjung. 6. Merasa kurang informasi mengenai daya tarik yang ditawarkan. 7. Lebih memilih destinasi wisata lain yang lebih populer.

Tabel 3. 7 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagi Anda yang telah mengunjungi Kampung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah dan cerita lokal 2. Makanan dan minuman khas

Bandar Senapelan sebelumnya, silahkan berikan maksimal 3 alasan dari opsi yang tersedia mengenai hal-hal yang paling Anda nikmati selama kunjungan Anda.	<ol style="list-style-type: none"> 3. Arsitektur 4. Kerajinan Tenun 5. Suasana dan lingkungan 6. Pertunjukan Seni 7. Homestay 8. Tidak Ada
--	--

Section kuesioner ini dirancang untuk menggali pemahaman mendalam tentang elemen-elemen inti yang membentuk persepsi responden terhadap Kampung Bandar Senapelan. Pertanyaan-pertanyaan seperti nilai sejarah dan budaya yang perlu ditonjolkan, elemen yang paling diingat dari Kampung Bandar Senapelan, serta dari mana responden mendapatkan informasi, semuanya disajikan dalam format pilihan ganda. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi aspek budaya dan historis yang paling resonan dengan audiens, memahami komponen visual atau pengalaman yang paling berkesan, serta melacak saluran komunikasi efektif dalam membangun kesadaran dan minat terhadap destinasi wisata ini.

Tabel 3. 8 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nilai sejarah dan budaya apa yang sebaiknya ditonjolkan dalam <i>branding</i> Kampung Bandar Senapelan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah dan budaya Melayu 2. Arsitektur Tradisional 3. Sungai Siak 4. Jembatan Leton 5. Tidak ada Kesan Khusus
2.	Elemen apa yang paling Anda ingat dari	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo atau simbol 2. Warna Khas

	Kampung Bandar Senapelan?	<ul style="list-style-type: none"> 3. Bangunan bersejarah 4. Pertunjukan Seni 5. Tidak ada yang diingat secara khusus
3.	Dari mana Anda mendapatkan informasi tentang Kampung Bandar Senapelan?	<ul style="list-style-type: none"> 1. Media Sosial 2. Teman atau Keluarga 3. Situs Web Pariwisata 4. Belum pernah mendapat informasi

Bagian kuesioner ini dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas dan efektivitas elemen visual *branding* Kampung Bandar Senapelan. Responden diminta untuk menilai konsistensi identitas visual secara keseluruhan, efektivitas logo yang ada, kemudahan pemahaman *signage* atau petunjuk arah, serta kualitas media sosial (Instagram) Kampung Bandar Senapelan. Pertanyaan-pertanyaan ini menggunakan skala Likert 1 hingga 4, di mana 1 menunjukkan "Sulit dilihat dan dipahami" atau "Kurang informatif dan menarik", dan 4 menunjukkan "Sangat mudah dilihat dan dipahami" atau "Sangat informatif dan menarik". Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi area kekuatan dan kelemahan dalam implementasi identitas visual Kampung Bandar Senapelan dari sudut pandang publik.

Tabel 3. 9 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Menurut Anda, seberapa konsisten identitas visual (logo, warna, desain) Kampung Bandar Senapelan?	Skala 1 = Sulit dilihat dan dipahami

2.	Bagaimana pendapat Anda tentang logo Kampung Bandar Senapelan yang ada saat ini?	Skala 4 = Sangat mudah dilihat dan dipahami
3.	Apakah petunjuk arah (<i>signage</i>) di Kampung Bandar Senapelan mudah dilihat dan dipahami?	
4.	Bagaimana pendapat Anda tentang media sosial (Instagram) Kampung Bandar Senapelan?	

Section kuesioner ini mengukur persepsi responden terhadap *signifikansi brand image* dan konsistensi visual dalam sektor pariwisata. Ini juga mengevaluasi daya tarik *brand* Kampung Bandar Senapelan bagi generasi muda. Pertanyaan-pertanyaan ini menggunakan skala Likert 1 hingga 4, di mana 1 berarti "Tidak penting sama sekali" atau "Tidak menarik", dan 4 berarti "Sangat penting" atau "Sangat menarik", untuk mengidentifikasi prioritas strategis pengembangan *brand*.

Tabel 3. 10 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Seberapa penting citra/ <i>brand image</i> dalam keputusan Anda mengunjungi tempat wisata?	Skala 1 = Tidak penting sama sekali Skala 4 = Sangat penting
2.	Apakah konsistensi visual (logo, warna, tipografi) penting dalam membangun citra destinasi wisata?	

3.	Saya percaya identitas <i>brand</i> yang baik penting untuk meningkatkan daya tarik wisata Kampung Bandar Senapelan.	
4.	Menurut Anda, apakah citra Kampung Bandar Senapelan saat ini menarik bagi generasi muda (15-22 tahun)?	

Section kuesioner ini berfokus pada rekomendasi strategis untuk pengembangan *branding* Kampung Bandar Senapelan di masa depan. Responden diminta untuk mengidentifikasi elemen visual apa yang perlu diperkuat, nilai sejarah dan budaya apa yang sebaiknya ditonjolkan dalam *branding*, serta apakah mereka tertarik untuk berkunjung jika identitas visualnya diperbaharui. Pertanyaan-pertanyaan ini menggunakan format pilihan ganda, memungkinkan responden untuk memberikan masukan spesifik yang dapat menjadi panduan penting dalam upaya revitalisasi *brand* destinasi wisata ini.

Tabel 3. 11 Data Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Elemen visual apa yang menurut Anda perlu diperkuat dalam <i>branding</i> Kampung Bandar Senapelan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo yang lebih modern namun tetap mencerminkan budaya Melayu 2. Supergrafis yang mencerminkan citra budaya melayu 3. Sistem warna yang konsisten 4. Tipografi (jenis huruf) yang khas 5. <i>Signage</i> dan petunjuk arah yang lebih informatif

2.	Nilai sejarah dan budaya apa yang sebaiknya ditonjolkan dalam <i>branding</i> Kampung Bandar Senapelan?	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arsitektur tradisional Melayu 2. Kerajinan tenun 3. Pertunjukan Seni 4. Sejarah sebagai cikal bakal Kota Pekanbaru
3.	Apakah Anda tertarik untuk berkunjung ke Kampung Bandar Senapelan jika identitas visualnya diperbaharui?	Skala 1 = Tidak tertarik sama sekali Skala 4 = Sangat tertarik

3.3.4 Studi Eksisting

Studi eksisting merupakan metode riset yang dilakukan untuk memahami dan menganalisis identitas visual yang telah ada sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengenali keunggulan dan kelemahan dari identitas visual tersebut, serta untuk merancang strategi desain yang dapat meningkatkan daya tarik Kampung Bandar Senapelan sebagai tujuan wisata. Dalam konteks ini, penulis melakukan studi eksisting terhadap identitas visual yang telah diterapkan di Desa Wisata Sanankerto di Kabupaten Malang, dan penerapan identitas visual pada *signage* di kawasan wisata edukasi Kampung Batu Malakasari.

Penulis memilih kedua jurnal tersebut sebagai objek studi eksisting karena keduanya memberikan wawasan yang relevan tentang bagaimana identitas visual dapat mencerminkan karakteristik unik suatu tempat. Jurnal pertama menekankan pentingnya elemen visual, seperti logo dan palet warna, dalam merepresentasikan nilai-nilai budaya lokal. Jurnal kedua menyoroti penerapan identitas visual pada *signage*, yang berfungsi untuk memperkuat citra dan daya tarik destinasi.

3.3.5 Studi Referensi

Dalam proses perancangan identitas visual untuk Kampung Bandar Senapelan, studi referensi berperan sebagai dasar penting untuk mencari inspirasi

dan landasan teoretis. Penelitian ini mengacu pada konsep +Jakarta sebagai kota kolaborasi yang menekankan pentingnya kolaborasi antara warga, pemerintah, dan komunitas dalam membangun kota yang kuat, adil, dan inovatif. Selain itu, revitalisasi Taman Mini Indonesia Indah (TMII) oleh 6616 Creative House menjadi acuan lain yang relevan, terutama dalam hal menciptakan identitas visual modern yang tetap mempertahankan nilai-nilai lokal. Kedua studi ini memberikan perspektif yang relevan mengenai bagaimana identitas visual dapat mencerminkan karakteristik unik suatu destinasi sekaligus menarik perhatian masyarakat luas.

Relevansi kedua studi ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan panduan praktis dalam perancangan identitas visual. Konsep +Jakarta menunjukkan bagaimana elemen kolaborasi dapat menjadi fondasi dalam membangun identitas yang kuat dan inklusif. Sementara itu, proses *rebranding* TMII memberikan wawasan tentang pentingnya desain visual yang fleksibel, adaptif, dan mencerminkan keberagaman budaya. Dengan mengintegrasikan pemahaman dari kedua penelitian ini, diharapkan desain identitas visual Kampung Bandar Senapelan dapat menciptakan identitas yang kuat, konsisten, dan secara efektif mewakili keunikan kampung tersebut.

