

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kabupaten Gresik merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Timur. Terkait budaya, masyarakat pada saat ini Gresik dikenal dengan sebutan “ Kota santri “ dan “ dan kota industri “, budaya santri di kota Gresik sangat kental dari nilai-nilai yang mulia, sebagai motivasi untuk memajukan perekonomian dan menjaga kekuatan industri Kota Gresik, dengan tetap menjalani kehidupan yang sejalan dengan nilai-nilai agama Islam yang agung. (Faridatin, 2016 )Gresik memiliki karakteristik sebagai Kota Santri yang ideal, yang dapat dijelaskan melalui beberapa faktor yang tertera dalam misi Pemerintah Kabupaten Gresik (Gresikkab.go.id, 2022). Tujuan utamanya adalah meningkatkan adopsi perilaku masyarakat yang harmonis, sopan, dan saling menghormati, yang didasarkan pada nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini bertujuan untuk membentuk perilaku masyarakat yang memiliki moralitas tinggi, sejalan dengan citra Gresik sebagai Kota yang terpengaruh oleh tokoh-tokoh agama, pesantren, dan santri. Selain memiliki banyak wisata alam, Kabupaten Gresik juga kaya akan tempat-tempat wisata religi, wisata budaya, dan peninggalan sejarah.

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang menguntungkan dan menjadi tujuan utama sebagai industri, yang juga merupakan sektor dengan pertumbuhan ekonomi global yang signifikan. Untuk menarik minat berbagai pihak terkait, industri pariwisata membutuhkan strategi branding yang efektif. Pada tingkat daerah, industri pariwisata memiliki nilai manfaat yang berkelanjutan dan dapat mendukung pertumbuhan pendapatan daerah di masa depan. (Instiasmono, 2016).

Potensi yang dimiliki kota Gresik kini sangat berkembang pesat, dibuktikan dalam banyaknya wisata baru yang ada setiap daerah-daerah di kabupaten Gresik. Dari sector pariwisata tepatnya wisata religi, salah satu wisata baru ada di desa Bedanten, yang berada di Jalan Raya Deandles Gresik Tuban atau Gresik bagian utara yang lebih tepatnya di Kecamatan Bungah.



*Gambar 1. 1 Gapura Makam Wisata Religi Mbah sayyid khusaini*

Desa Bedanten di Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik merupakan sebuah desa yang terselip dengan kemajuan jaman. Seiring berkembangnya teknologi dan juga budaya, kota Gresik dalam perjalanan masa dan perubahan zaman telah menjadi wilayah yang maju. Dibuktikan dengan perkembangan dan pembangunan yang tidak bisa dipungkiri dan tidak bisa di hentikan (Purwono, 2022). Diwilayah Gresik utara terdapat wilayah paling hilir dari sungai bengawan solo yang mengalir dari barat ke Timur. Di Bedanten aliran bengawan solo berbelok ke utara dan bemuara di laut jawa. Kelokan bengawan solo yang ada di desa Bedanten menunjukkan pernah ada proyek besar pada kala itu. Yakni kisaran pada pertengahan abad 19, yang dimana Bedanten telah bertransformasi dari kebesaran di era Klasik Majapait pada abad 14 sampai era kesunanan Surakarta pada abad 18-19 (Basyari, 2022) hal ini di ungkapkan dalam penelitian jejak peradapan majapahit di desa Bedanten.

Desa Bedanten memang pernah menjadi tempat peradaban bangsa Belanda ( Ghofar,2022) Bukti bukti peninggalan yang ditemukan di Desa ini bisa menjadikan desa Bedanten memiliki sejarah yang kuat pada saat itu. Adanya “Lak Mireng” (rolak di kali Miring) Bendungan air yang dibuat oleh Belanda. Rumah rumah Belanda dari era 1980 an dan yak dibuktikan dengan penemuan rumah yang bahan bahan materialan bangunan menunjukkan era VOC (abad 18). Desa Bedanten memiliki banyak potensi dari bentuk Budaya, peninggalan-peninggalan kuno

maupun kerifan lokalnya. Masyarakat desa Bedanten tetap melestarikan kearifan lokal yang masih terjaga hingga saat ini yakni tradisi *Pleratan*, Pleretan merupakan tradisi tahunan yang dilakukan masyarakat desa Bedanten sebagai acara Haul desa dan juga Haul makam Mbah Sayyid Khusaini dengan tujuan untuk mempererat tali silaturahmi masyarakat Desa Bedanten. Peninggalan peninggalan kuno yang di temukan di desa Bedanten sekarang sudah dirawat dan diletakkan di Musium Desa Bedanten. Musium yang ada di desa Bedanten terletak Di sekitar area makam Mbah Sayiid Khusaini.



*Gambar 1. 2 Benda Peninggalan yang ada di musium Bedanten*



*Gambar 1. 3 Benda Peninggalan yang ada di musium*

Desa Bedanten berupaya untuk meningkatkan sektor Pariwisata-nya dengan memanfaatkan tempat-tempat yang bersejarah dan nilai-nilai budaya yang dimilikinya. Pada tahun 2003 masyarakat yang melesterikan makam yang ada di Desa Bedanten membentuk tim sejarah dan tim penggiat sosial budaya dengan tujuan untuk menggali dan mengungkap latar belakang Desa Bedanten dengan mencari catatan-catatan pada era Majapahit, era Islam, dan era Belanda (Ghofar, 2022). Pada tahun 2018 tim sejarah dan penggiat sosial budaya desa Bedanten menemukan 144 buku yang berisi kajian-kajian sejarah yang didalamnya menerangkan desa Bedanten dari zaman dahulu dan menemukan kajian sejarah bahwa makam Mbah Sayyid Khusaini merupakan salah satu lasar Diponegoro yang meninggal di desa Bedanten, yang sampai saat ini Makam Mbah Sayyid Khusaini menjadi daya tarik wisata religi yang populer dan sering dikunjungi oleh wisatawan dari luar daerah. Tak hanya makam Mbah Sayyid Khusaini yang banyak didatangi oleh wisatawan dari luar daerah, desa Bedanten tetapi ada juga tempat yang banyak didatangi yakni makam Mbah Kemedum dan Makam Mbah Maskumambang.



*Gambar 1. 4 Lokasi makam mbah Sayiid Khusaini dan Musium*



*Gambar 1. 5 Lokasi Makam Mbah Maskumambang*



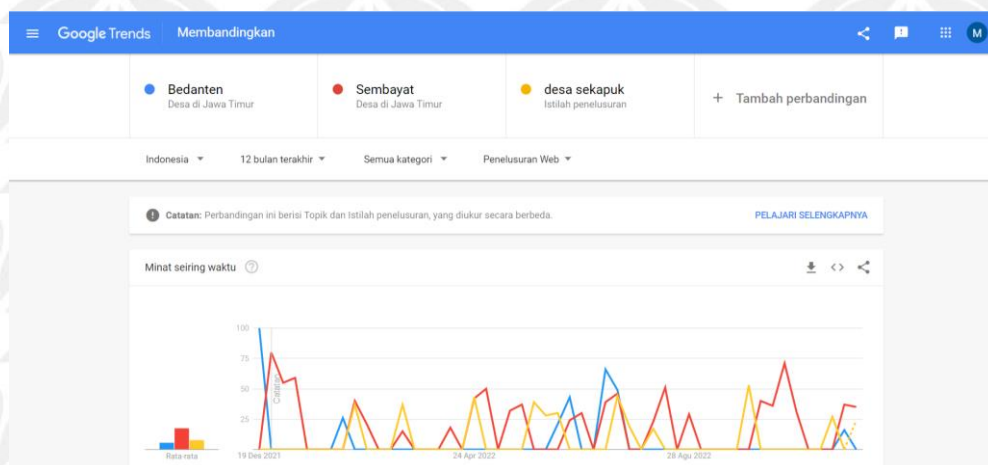
*Gambar 1. 6 Lokasi makam Mbah Kemedum*

Akibat adanya pandemi Covid-19, sektor pariwisata mengalami penurunan yang signifikan. Dampak tersebut juga diakui oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Putra, 2020). Hal ini disebabkan oleh kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang memaksa penutupan segala kegiatan yang berpotensi menimbulkan keramaian. Pemerintah bertujuan untuk mengendalikan penyebaran virus corona terutama di kluster pariwisata, sehingga semua kegiatan pariwisata dihentikan secara total. Namun, saat ini para pelaku usaha pariwisata dapat merasa

lega karena beberapa tempat pariwisata mulai dibuka dalam fase adaptasi kebiasaan baru dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat. Pemerintah telah menerapkan kebijakan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB) sejak bulan Juli 2020, sejalan dengan Surat Edaran Menteri Kesehatan Nomor HK.02.01/MENKES/335/2020 mengenai Protokol Pencegahan Penularan COVID-19.

Dikarenakan dampak pandemi Covid-19, penelitian ini difokuskan pada strategi *City Branding* untuk pariwisata dan budaya di desa Bedanten. Penelitian ini bertujuan untuk merespons penurunan jumlah pengunjung yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. *City Branding* merupakan bagian dari proses perencanaan kota atau wilayah tertentu yang melibatkan berbagai upaya untuk membedakan dan memperkuat identitas kota tersebut (salma, 2023). Tujuannya adalah menarik minat wisatawan, investor, tenaga kerja berkualitas, industri, serta membangun hubungan yang lebih baik antara penduduk atau masyarakat dengan kotanya.

Untuk itu, diperlukan usaha yang terintegrasi dalam mempromosikan sektor pariwisata dan budaya melalui branding. Strategi *City Branding* dianggap sebagai langkah strategis yang penting bagi pemerintah, karena bertujuan untuk mempromosikan suatu tempat atau negara baik di tingkat nasional maupun global. (Yuli, 2011). Dengan kesadaran yang tinggi, sebuah kota atau desa perlu menciptakan identitas yang menarik bagi wisatawan agar dapat bersaing dengan desa-desa lainnya. Keberhasilan implementasi strategi *City Branding* di kota-kota tersebut sangat bergantung pada peran pemerintah, investor, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat setempat.



Gambar 1. 7 Hasil Perbandingan desa Kompetitor

Sumber : [googletrends.com](https://www.google.com/trends)

Dilansir pada google Trends pada tanggal 12 Desember 2022, Desa Bedanten menurut data 12 bulan terakhir ketertarikan seseorang mengenai Desa Bedanten masih sangat rendah di bandingkan dengan desa sebelah seperti desa Sembayat dan Desa Sekapuk sebagai desa kompetitor yang juga memiliki potensi wisata yang ada di dalam desanya. Desa Sekapuk sebagai desa kompetitor desa Bedanten Karena Desa Sekapuk memiliki potensi yang kaya akan kearifan lokal, budaya, hasil pertanian, dan keindahan alam yang khas, terutama pemandangan gunung kapur yang menjadi ikonik bagi desa tersebut. Di masa depan, Desa Sekapuk juga akan terus mengembangkan wisata agrowisata dengan nuansa edukatif di Kabupaten Gresik, dengan memanfaatkan potensi alam yang ada di desa tersebut (Harisputra, 2021).

Dengan demikian tidak mengherankan jika terdapat persaingan yang ketat antara desa-desa satu sama lain. Untuk membangun daya saing dalam sektor pariwisata dan sektor lainnya, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, terutama potensi yang dimiliki, termasuk potensi sumber daya manusia. Potensi ini memiliki pengaruh signifikan dalam era globalisasi. *city branding* merupakan salah satu upaya yang penting untuk membangun daya saing dalam sektor pariwisata, dan saat ini menjadi fokus utama. Adanya kebutuhan akan merek suatu daerah akan memberikan posisi yang kuat, terutama dalam konteks pariwisata secara global (salma, 2023). Untuk melakukan *city branding*, pemerintah daerah dan para

*stakeholder* terkait perlu berperan aktif dalam mengemas kota atau daerah dengan baik. Ini melibatkan tidak hanya pengembangan infrastruktur, tetapi juga persiapan masyarakat dan menonjolkan apa yang ditawarkan serta menjadi ciri khas kota atau daerah tersebut.

Dari penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *city branding* adalah suatu kegiatan yang seharusnya dilakukan di setiap desa, kota maupun daerah lainnya, karena memiliki manfaat yang dapat membantu membentuk identitas dan citra kota. Dengan *city branding*, kota dapat menarik minat wisatawan dan membangun citra yang kuat untuk meningkatkan daya saing di antara desa-desa dan daerah lainnya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Perancangan *City Branding* desa Bedanten, kecamatan Bungah, kabupaten Gresik. Sebagai penguat daya saing desa dalam sektor pariwisata dan juga budaya”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya untuk meningkatkan daya saing Desa Bedanten, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik. Dalam sektor pariwisata dan budaya?
2. Bagaimana pengaplikasian Luaran penelitian dalam wujud media publikasi untuk Desa Bedanten, Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan, tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Perancangan *city branding* Desa Bedanten akan menjadi solusi untuk meningkatkan daya saing dalam sektor pariwisata dan budaya.
2. Perancangan GSM serta aplikasinya dalam media pendukung seperti spanduk, x banner, poster, penunjuk arah desa yang akan menjadi media publikasi efektif untuk meningkatkan daya saing.



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berikut adalah manfaat dari penelitian ini:

Bagi Universitas

- a. Menjadi bahan evaluasi untuk mengukur keefektifan kurikulum yang telah diterapkan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, terutama dalam konteks branding.
- b. Memberikan kontribusi dalam memperkaya teori dan praktik di bidang Desain Komunikasi Visual yang berfokus pada branding.
- c. Menyediakan pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan teori dan praktik yang relevan dengan ilmu Desain Komunikasi Visual dalam konteks branding.
- d. Memberikan edukasi kepada para praktisi, pendidik, dan mahasiswa yang terlibat dalam bidang Desain Komunikasi Visual, dengan memberikan wawasan baru mengenai strategi branding yang efektif.
- e. Meningkatkan pemahaman tentang pentingnya integrasi antara ilmu Desain Komunikasi Visual dan branding dalam mencapai hasil yang optimal dalam praktiknya.
- f. Meningkatkan pengetahuan yang dapat disimpan di perpustakaan universitas.

Bagi target audience

- a. Untuk melestarikan sejarah lokal dan warisan peninggalan yang dikembangkan menjadi wisata Gresik ke masyarakat luas.
- b. Dapat membentuk persepsi masyarakat dan membangun rasa percaya masyarakat ke desa Bedanten.
- c. Sebagai informasi untuk mengetahui tentang identitas di desa Bedanten.

Bagi mahasiswa

- a. Mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru dalam penelitian .
- b. Melakukan penerapan praktis langsung di lapangan dengan menggunakan pengetahuan dan konsep branding yang telah diperoleh selama perkuliahan.

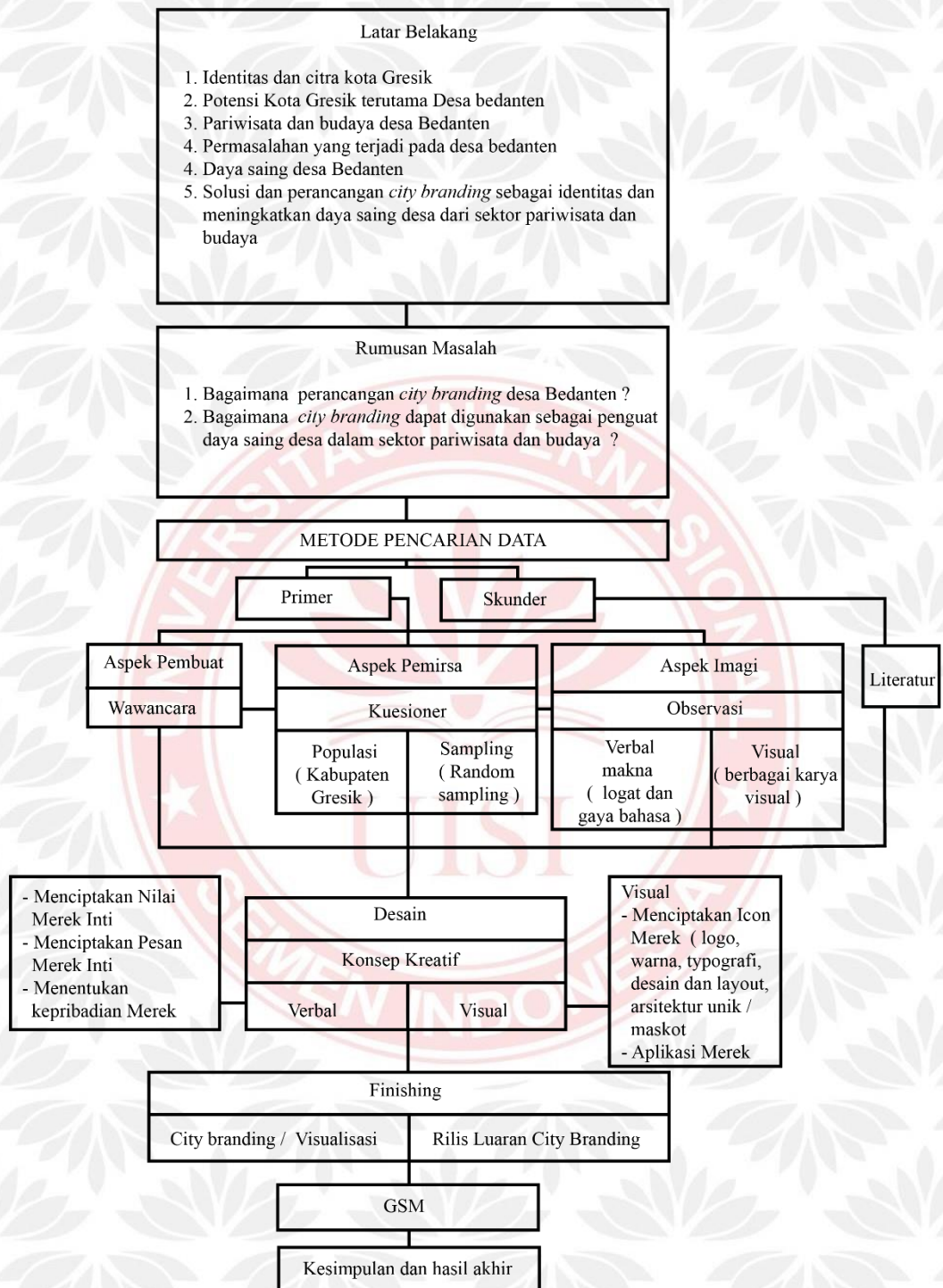
- c. Merancang *City Branding* untuk menggambarkan citra yang tepat bagi masyarakat ataupun wisatawan untuk desa Bedanten.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Berikut adalah batasan yang digunakan untuk memperkuat fokus penelitian ini :

- a. Data populasi yang diambil berasal dari penduduk Kabupaten Gresik.
- b. Pengambilan sampel data menggunakan *Random Sampling*.
- c. Riset kuesioner dilakukan secara online.
- d. *Stakeholder Internal* : Perangkat Desa, Sesepeuh Desa, Tokoh Masyarakat, Kyai.
- e. *Stakeholder Eksternal* : warga pendatang, wisatawan, penduduk desa secara umum, pedagang pendatang, penyalur dan pemasok.
- f. Luaran penelitian utama berupa *Graphic Standard Manual* ( GSM ).
- g. Luaran penelitian pendukung berupa Maskot, Media cetak (spanduk, x banner) dan media digital (Foto dan poster).

## 1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 8 Karangka Pemikiran