

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan berjumlah 17.508 pulau. Dengan jumlah yang sangat banyak tersebut Indonesia memiliki tempat wisata alam yang kaya akan sumber daya alam dan sumber daya manusia, mulai dari pantai-pantai, wisata adat, pegunungan yang dijadikan destinasi wisata. Pariwisata juga menjadi salah satu pembantu dalam bidang perekonomian masyarakat yang berjualan disekitarnya. Provinsi Banten merupakan salah satu provinsi yang mengandalkan objek wisatanya untuk meningkatkan perekonomian terutama deretan garis pantai dari Ujung Kulon, Pandeglang hingga Merak yang menjajahkan pantai-pantai indah sebagai objek wisata.

Pariwisata sekarang seolah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial, ekonomi, dan budaya [1]. Dengan begitu adanya pariwisata di Pandeglang seperti sudah menjadi ketergantungan untuk beberapa masyarakatnya, karena adanya pariwisata masyarakat dapat meningkatkan perekonomiannya terutama masyarakat pesisir Pandeglang.

Pandeglang dianugerahi dengan deretan pantai pasir putih mulai dari pantai kecil hingga yang besar sekalipun. Salah satu pantai kecil di pesisir Pandeglang merupakan Pantai Ceria yang berada di kecamatan Labuan, desa Cigondang. Dulunya, Pantai Ceria dikenal dengan pantai Kalpen, Kalapa Pendek, kalapa dalam Bahasa Indonesia merupakan kelapa. Karena di pantai itu banyak sekali pepohonan kelapa meskipun pohon kelapa yang sudah berumur tetapi memiliki ketinggian yang rendah. Pantai Kalpen dirubah namanya oleh masyarakat yang mengelola menjadi Pantai Ceria pada tahun 2019 pasca tsunami dari gunung anak Krakatau. Hal itu dibantu juga oleh seorang *investor* yang membeli tanah di pantai tersebut, dibantu pemulihannya oleh salah satu organisasi kepemudaan yaitu HARPA. Lalu membuatnya agar lebih terorganisir pembukuannya dan menambahkan fasilitas umum yang sebelumnya tidak ada sama sekali. Pada masa itu, Pantai Ceria belum mematok harga tiket untuk para pengunjung.

Selanjutnya pada tahun 2021 pasca pemulihan juga Pantai Ceria mulai menggunakan tiket untuk masuk, biayanya yaitu Rp.3.000 untuk kendaraan bermotor dan Rp. 10.000 untuk mobil. Dengan biaya terjangkau yang dikeluarkan tersebut pengunjung dapat menikmati pantai pasir putih dengan ombak tenang yang tidak membahayakan untuk anak kecil ditambah suguhan langit senja saat matahari terbenam.

Wisatawan yang datang ke Pantai Ceria biasanya hanya datang dari kecamatan Labuan saja. Sangat jarang sekali wisatawan luar kecamatan bahkan luar kota yang datang ke Pantai Ceria dibandingkan dengan pesisir pantai yang berada di Carita. Pengunjung yang berwisata ke Pandeglang tahun ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya [2]. Bagaimana tidak, tiga hari terakhir di musim libur idul fitri tahun 2022, ribuan orang menyerbu wisata pesisir Carita. Tercatat 3.000 orang mengunjungi Pantai Carita per harinya sedangkan wisatawan yang berkunjung ke Pantai Ceria hanya wisatawan lokal saja.

Hal tersebut juga dipengaruhi oleh *branding* yang dilakukan sebelumnya tidak terlalu diperhatikan. Contohnya pantai ini tidak memiliki penunjuk arah sama sekali untuk menarik calon pengunjung dari luar ditambah dengan lokasi Pantai Ceria yang tidak bersampingan langsung dengan jalan utama sehingga Pantai Ceria tidak memiliki *brand awareness* yang baik di benak masyarakat luar kecamatan maupun luar kota. Dengan begitu *rebranding* merupakan salah satu solusi untuk meningkatkan *brand awareness*.

*Rebranding* merupakan sebuah kegiatan pembentukan ulang nama baru, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari itu semua untuk membuat identitas perusahaan yang bertujuan untuk membedakan posisi baru dalam benak konsumen [3]. Hal tersebut dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* melalui media yang lebih segar. *Brand awareness* masyarakat terhadap suatu merk sangatlah penting untuk sebuah perusahaan agar dapat diingat dan diidentifikasi saat pertama kali dipikirkan oleh masyarakat [4]. *Brand awareness* merupakan salah satu hal yang perlu ditingkatkan oleh Pantai Ceria, agar terbentuknya citra merek yang menempel dibenak masyarakat melalui aktivitas *rebranding*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada bagian ini merupakan rumusan-rumusan masalah yang dimiliki oleh Pantai Ceria

- a. Bagaimana merancang *branding* yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness*?
- b. Bagaimana merancang media pendukung sebagai media promosi untuk meningkatkan *brand awareness*?

## 1.3 Tujuan Perancangan

Pada bagian ini merupakan tujuan dari perancangan *rebranding* Pantai Ceria.

- a. Untuk merancang media yang paling efektif dalam *rebranding* untuk meningkatkan *brand awareness* Pantai Ceria.
- b. Untuk merancang media pendukung sebagai media promosi untuk meningkatkan *brand awareness*

## 1.4 Batasan Perancangan

Berikut merupakan beberapa batasan masalah yang telah ditentukan dalam perancangan *rebranding* Pantai Ceria.

- a. Media utama merupakan media sosial Instagram. Instagram dipilih karena Instagram memiliki jangkauan yang cukup luas untuk menyebarkan informasi mengenai Pantai Ceria
- b. Media pendukung berupa *signage*, *wayfinding*, *horizontal banner*, *banner*, *bucket hat*, pakaian pengelola (kaos), mural untuk *photobooth* dan *stationary* berupa tiket.

## 1.5 Manfaat Perancangan

Pada bagian ini merupakan manfaat dalam perancangan Pantai Ceria, seperti manfaat untuk institusi, keilmuan DKV dan untuk masyarakat.

### a. Manfaat untuk Institusi

Perancangan ini dapat membantu meningkatkan sektor *tourism* sesuai dengan visi dan misi Institusi mengenai *Health Care, Argo Industri, Tourism dan Small Medium Enterprise*.

### b. Manfaat untuk keilmuan DKV

Perancangan ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian dan perancangan selanjutnya yang akan datang mengenai *rebranding* tempat wisata.

### c. Manfaat untuk masyarakat

Perancangan ini dapat mendorong masyarakat sekitar pesisir Pandeglang untuk lebih memperhatikan pentingnya desain dalam *branding* untuk meningkatkan tingkat kesadaran masyarakat terhadap suatu *brand*.