

**PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING*
WISATA RELIGI DESA BUNGAH
KECAMATAN BUNGAH KABUPATEN GRESIK**



KARYA DESAIN

Oleh:

MUHAMMAD QOWIYUL AMIN

NIM 1512343024

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2019

**PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING*
WISATA RELIGI DESA BUNGAH KECAMATAN
BUNGAH KABUPATEN GRESIK**



KARYA DESAIN

Oleh:

MUHAMMAD QOWIYUL AMIN

NIM 1512343024

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
2019

Tugas Akhir Penciptaan / Perancangan berjudul :

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* WISATA RELIGI DESA BUNGAH KECAMATAN BUNGAH KABUPATEN GRESIK diajukan oleh Muhammad Qowiyul Amin, NIM 1512343024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 8 Januari 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I



Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
NIP. 19650522 199203 1 003 / NIDN 022056503

Pembimbing II



Drs. Wibowo, M.Sn
NIP. 19570318 198703 1 002 / NIDN 0018035702

Cognate / Anggota



Drs. M. Umar Hadi, MS.
NIP. 19580824 198503 1 001 / NIDN 0024085801

Ketua Program Studi / Ketua / Anggota



Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001 / NIDN 0009097204

Ketua Jurusan / Ketua



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA
NIP. 19770315 200212 1 005 / NIDN 0015037



Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002/NIDN 0002085909

“Teruntuk desaku tercinta,
dan segala yang ada di dalamnya”

“Tinggalkanlah gengsi, hidup berawal dari mimpi
Gantungkan yang tinggi agar semua terjadi
Rasakan semua, peduli 'tuk ironi tragedi
Senang, bahagia, hingga kelak kau mati”

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Qowiyul Amin

NIM : 1512343024

Fakultas : Seni Rupa

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan sesungguhnya bahwa Karya Tugas Akhir berjudul: **PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* WISATA RELIGI DESA BUNGAH KECAMATAN BUNGAH KABUPATEN GRESIK** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya asli hasil perancangan, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, Desember 2019

Muhammad Qowiyul Amin

NIM 1512343024

LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Qowiyul Amin

NIM : 1512343024

Fakultas : Seni Rupa

Program Stud : Desain Komunikasi Visual

Dengan penuh kesadaran memberikan karya Tugas Akhir Perancangan yang berjudul **PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* WISATA RELIGI DESA BUNGAH KECAMATAN BUNGAH KABUPATEN GRESIK** kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta demi pengembangan ilmu pengetahuan. Dengan demikian penulis memberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selaku penulis.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, Desember 2019

Muhammad Qowiyul Amin

NIM 1512343024

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya, sehingga karya desain *Destination Branding* Wisata Religi Desa Bungah Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik terselesaikan dan dapat direalisasikan. Terima kasih banyak kepada seluruh pihak yang telah berkenan menyumbangkan pikiran dan tenaga dalam penyelesaian karya desain ini..

Ide membuat karya desain *Destination Branding* Wisata Religi Desa Bungah terinspirasi dari banyaknya desa wisata yang kian banyak bermunculan. Melihat potensi yang dimiliki desa Bungah membuat penulis merasa ingin membuat sebuah branding desa wisata yang tepat untuk desa Bungah, hingga terpilihlah wisata religi untuk branding desa Bungah.

Perancangan branding desa ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam merealisasikan wisata religi desa Bungah sesuai dengan salah satu misi pemerintah desa Bungah. Disadari masih terdapat kekurangan dan kelemahan dalam perancangan ini dan semoga dapat disempurnakan pada masa yang akan datang. Akhir kata, semoga perancangan karya desain ini dapat bermanfaat bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat peran serta berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Atas segala bantuan yang diberikan, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkenan membantu kelancaran perancangan ini. Penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Dr. Suastiwi, M.Des., selaku Dekan I Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Ibu Wiwik Sri Wulandari, M.Sn., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
4. Bapak Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Bapak Drs. Wibowo, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I, atas segala bimbingan, masukan, kritik membangun sehingga perancangan ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., selaku pembimbing II, atas segala bimbingan, masukan, kritik membangun sehingga perancangan ini dapat terselesaikan.
7. Seluruh Dosen Desain Komunikasi Visual dan Staff, atas semua ilmu pengetahuan yang diberikan selama masa perkuliahan.
8. Pemerintah desa Bungah kecamatan Bungah kabupaten Gresik, atas waktu dan kesempatan untuk berbincang-bincang mengenai desa Bungah.
9. Ibu dan Bapak, atas kerendahan hati memberi kesempatan dan kepercayaan untuk bisa meraih edukasi yang lebih tinggi sesuai minat dan bakatku dan telah membolehkanku menjadi diriku sendiri.
10. Mbak Uyun, Mbak Lid, Mbak Kiki serta adekku yang selalu mendukung.
11. Nisrina Akmaliah, atas kasih sayang, pengertian, serta motivasi yang selalu diberikan sejak awal perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir ini.
12. Kepada sahabat-sahabat di masjid perjuangan Al-Muhtar ISI Yogyakarta,

Alim, Zuki, Nanang, Pak Handoko, Frengky, Saleh, Mas Rama, Rozak, Bayu, terimakasih atas dukungan dan pengalaman menyenangkan selama 4 tahun lebih.

13. Kawan-kawan kosan senthir, Miftah, Yuda, Fakhri, Ipul, Bagas Rahmanto
14. Sahabat Co-Labs, Adin, Nanda, Singa, Elda, Maura, Melinda.
15. Teman-teman DKV ISI Yogyakarta
16. Keluarga besar Duta Damai dan Pusat Media Damai BNTP
17. Mas Irul, Mbak Astrid, Mbak Shinta, dan Mbak Nisa. Rekan kerja di DOT Studio yang membuat pekerjaan terasa menyenangkan.
18. Dan seluruh pihak yang telah membantu, saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

ABSTRAK

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* WISATA RELIGI DESA BUNGAH KECAMATAN BUNGAH KABUPATEN GRESIK

Oleh : Muhammad Qowiyul Amin

NIM: 1512343024

Desa Bungah memiliki banyak kegiatan keagamaan yang rutin dilaksanakan setiap tahun, beberapa diantaranya seperti Haul Akbar, Maulud Nabi Muhammad, dan Dzikir Saman. Selain kegiatan keagamaan, desa Bungah juga terkenal dengan industri kreatifnya yang sudah merambah pasar internasional, hal ini merupakan potensi yang dapat diolah dan dikembangkan. Maka dari itu perancangan *destination branding* wisata religi desa Bungah ini dilaksanakan untuk nantinya dapat digunakan sebagai acuan jika hendak direalisasikan oleh pemerintah desa Bungah. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan hingga ancaman desa Bungah. Metode perancangannya sendiri dimulai dari tahap pengumpulan analisis data, melakukan studi visual, kemudian dibuat konsep dan diwujudkan menjadi sebuah rancangan identitas visual beserta promosi yang jelas bagi desa Bungah. Adapun hasil perancangan *destination branding* ini dapat dijadikan sebagai identitas yang kuat bagi desa Bungah.

Kata kunci : Desa Bungah, identitas visual, wisata religi, *Destination Branding*.

ABSTRACT

DESIGN OF DESTINATION BRANDING TOURISM RELIGIOUS VILLAGE OF BUNGAH SUB-DISTRICT BUNGAH DISTRICT GRESIK

Oleh : Muhammad Qowiyul Amin
NIM: 1512343024

Bungah Village has many religious activities carried out every year, some of which are held such as Haul Akbar; Maulud Nabi Muhammad, and Dhikr Saman. In addition to religious activities, the village of Bungah is also famous for its creative industries that have penetrated the international market, this is a potential that can be processed and developed. Therefore the design of the Bungah village religious tourism branding destination is designed to be used as a reference if it is realized by the Bungah village government. This design uses a Qualitative method with a SWOT discussion to Get Confidence for Bungah Village. The design method itself starts from the installation of data analysis, conducting visual studies, then making concepts and making identity designs for clear promotion for the village of Bungah. As a result of design, objectives, branding, can be made as a strong identity for the village of Bungah.

Keywords: Bungah, visual identity, religious tourism, branding destination

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTIVASI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xie
DAFTAR DIAGRAM.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	1
C. Tujuan Perancangan	2
D. Batasan Masalah	3
E. Manfaat Perancangan	3
F. Definisi Operasional.....	4
G. Metode Perancangan	5
H Metode Analisis Data	6
I. Skematika Perancangan	8
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	9
A. Data Objek Perancangan	9
B. Landasan Teori	33
C. Studi Pustaka	38
D. Analisis Data	40
E. SWOT.....	49
F. Kesimpulan.....	53

BAB III KONSEP PERANCANGAN	54
A. Konsep Kreatif	54
1. Tujuan Kreatif	54
2. Strategi Kreatif	54
3. Program Kreatif.....	62
4. Bentuk Visual	63
B. Konsep Media Visual City Branding.....	68
1. Tujuan Media	68
2. Strategi Media	68
3. Program Media	69
BAB IV DATA VISUAL	72
A. Data Visual	72
B. Studi Visual	74
1. Studi Visual Logogram	74
2. Studi Visual Warna	75
C. Desain Logo Destination Branding Desa Bungah	77
1. Desain Logo	77
D. Media Promosi	81
1. Peta Bungah	81
2. Poster.....	83
3. Landmark	84
4. Brosur.....	85
5. Wayfinding.....	85
6. Transit Ad.....	86
7. Sosial Media.....	87
8. Merchandise	89
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Gapura desa Bungah	9
Gambar 2. Tampak depan Masjid Jami' Kiai Gede.....	11
Gambar 3. Monumen di belakang masjid jami' Kiai Gede	12
Gambar 4. Makam Kiai Gede Bungah	12
Gambar 5. Perlombaan ISHARI di pelataran masjid jami' Kiai Gede.....	13
Gambar 6. Suasana bazar haul Kiai Gede Bungah.....	13
Gambar 7. Gapura pondok pesantren Qomaruddin.....	16
Gambar 8. Suasana haul Kiai Qomaruddin	17
Gambar 9. Pembacaan Maulid Syaraful Anam	19
Gambar 10. Jamaah maulid di mushola dalam pondok pesantren Qomaruddin..	20
Gambar 11. Dzikir saman ketika lampu belum dimatikan	21
Gambar 12. Tradisi makan bersama dalam satu nampan setelah dzikir.....	22
Gambar 13. Gapura kompleks makam Kiai Soleh Tsani	23
Gambar 14. Suasana makam Kiai Sholeh Tsani ketika haul	24
Gambar 15. Suasana malam haul Kiai Sholeh Tsani.....	24
Gambar 16. Malam lailatul Qiro'ah	24
Gambar 17. Jama'ah Yasin dan Tahlil haul Kiai Sholeh Tsani.....	25
Gambar 19. Suasana perlombaan Hadroh	25
Gambar 20. Pasar malam Haul Kiai Sholeh Tsani	26
Gambar 21. Suasana bazar meluap ke gapura	26
Gambar 22. Pasar malam ketika setelah hujan.....	26
Gambar 23. Proses pembubutan kayu rebana	28
Gambar 24. Proses penghalusan kayu rebana	28
Gambar 25. Proses pengecatan dan finishing rebana	28
Gambar 26. Display rebana di kediaman bapak Imam bahri	29
Gambar 27. Pengukuran pola songkok.....	30
Gambar 28. Penjahitan bagian dalam songkok	31
Gambar 29. Penjahitan samping songkok	31
Gambar 30. Songkok setengah jadi	32
Gambar 31. Harisa siap timbang untuk dijual.....	33

Gambar 32. Proses pengadukan harisah.....	33
Gambar 33. Desain logo city branding Burlington Vermont Amerika Serikat.	38
Gambar 34. Desain logo city branding kota Como di Italia.....	39
Gambar 35. Graphic corporate branding kota Como di Italia.....	39
Gambar 36. Neon box kota Como di Italia	40
Gambar 37. Pintu depan pondok pesantren Qomaruddin.....	72
Gambar 37. Logo pondok pesantren Qomaruddin	73
Gambar 38. Masjid Kiai Gede Bungah	73
Gambar 38. Bunga pohon kelapa atau dalam bahasa Bugis disebut Bongoh ..	73
Gambar 39. Tradisi bersholawat dengan iringan rebana	74
Gambar 40. Proses pembuatan rebana	74
Gambar 41. Sketsa hasil Studi Visual dari Data Visual.....	75
Gambar 42. Sketsa Alternatif Logo desa Bungah	78
Gambar 43. Digitalisasi Alternatif Logo desa Bungah.....	78
Gambar 44. Logo terpilih desa Bungah.....	79
Gambar 45. Sketsa peta desa Bungah	81
Gambar 46. Digitalisasi peta desa Bungah.....	82
Gambar 47. Desain poster haul KH. Sholeh Tsani tahun 2020	83
Gambar 48. Pengaplikasian poster di media billboard	48
Gambar 49. Pengaplikasian poster di media billboard	84
Gambar 50. Brosur desa Bungah	85
Gambar 51. Desain wayfinding desa Bungah	85
Gambar 52. Pengaplikasian wayfinding di desa Bungah	86
Gambar 53. Pengaplikasian transit ad mobil di desa Bungah	86
Gambar 54. Feed instagram desa Bungah	87
Gambar 55. Fanpage facebook desa Bungah	88
Gambar 56. Halaman utama website desa Bungah	88
Gambar 57. Video promosi wisata religi desa Bungah	89
Gambar 58. Desain mug.....	89
Gambar 59. Desain totebag	90
Gambar 60. Desain Kaos	90
Gambar 61. Desain songkok	91

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Tanggapan usia	41
Diagram 2. Tanggapan asal dari responden.....	41
Diagram 3. Tanggapan apakah mengetahui desa Bungah atau tidak	42
Diagram 4. Tanggapan mengenai citra desa.....	42
Diagram 5. Tanggapan mengenai potensi desa Bungah	43
Diagram 6. Tanggapan mengenai kegiatan yang ada di desa Bungah	43
Diagram 7. Tanggapan mengenai identitas suatu tempat	44
Diagram 8. Tanggapan mengenai kebutuhan identitas desa Bungah	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gresik merupakan sebuah kabupaten di Provinsi Jawa Timur, dan wilayah Kabupaten Gresik juga mencakup Pulau Bawean, yang berada 150 Km lepas pantai Laut Jawa. Kabupaten Gresik berbatasan dengan Kota Surabaya dan Selat Madura di sebelah timur, Kabupaten Lamongan di sebelah barat, Laut Jawa di sebelah utara, serta Kabupaten Sidoarjo dan Mojokerto di sebelah selatan. Selain dikenal sebagai Kota Industri dan Kota Wali, kota Gresik juga bisa disebut dengan Kota Santri, karena keberadaan pondok-pondok pesantren dan sekolah yang bernuansa Islami, yaitu Madrasah Ibtidaiyah (MI), Madrasah Tsanawiyah (MTs), dan Madrasah Aliyah (MA) hingga Perguruan Tinggi yang cukup banyak di kota ini. Hasil industri kreatif yang bernuansa Islam juga banyak dihasilkan oleh masyarakat Gresik. Salah satunya yang ada di Desa Bungah, desa ini memiliki industri kreatif yang kian berkembang pesat. Produk yang bernuansa Islami yang diproduksi di desa ini adalah songkok atau kopiah, sarung, mukenah, sorban dan rebana. Selain itu ada pula berbagai macam produk makanan.

Budaya pesantren yang masih kental bisa dirasakan di desa ini, hal tersebut dikarenakan adanya 11 pesantren yang terdapat di desa ini. Banyaknya pesantren yang tersebar di desa ini mempengaruhi gaya hidup religius masyarakat Desa Bungah. Gaya hidup religius masyarakat Desa Bungah, bisa dilihat melalui kegiatan-kegiatan adat yang masih rutin dirayakan setiap tahun yang berbeda dari kegiatan umat Islam di daerah lain, seperti Haul Akbar, Dzikir Saman, Maulid Nabi dan masyarakat desa juga kerap berziarah ke makam-makam Wali di desa setempat setiap hari Jum'at.

Kegiatan adat religi Desa Bungah ini jika dilihat dari penamaannya sama seperti yang sering terdengar di masyarakat luar, namun dalam pelaksanaannya kegiatan religi di Desa Bungah memiliki perbedaan dengan desa-desa lain. Maulid Nabi misalnya, di Desa Bungah Maulid Nabi diselenggarakan dengan waktu yang bergantian, sehingga nuansa Maulid Nabi

bisa dirasakan sepanjang bulan Rabi'ul Awwal. Ada pula bacaan shalawat yang dibacakan berbeda dengan mushollah-mushollah kampung pada umumnya. Di Desa Bungah, perayaan Maulid Nabi dirayakan dengan membaca shalawat *Syaraful Anam*, sehingga waktu pelaksanaan kegiatan ini berlangsung lama, sekitar 5-6 jam. Di kampung lain, perayaan Maulid Nabi hanya membacakan *Mauluddiba'* ada juga yang membaca shalawat *Barzanji*. Dengan adanya keunikan kebudayaan religi ini, masyarakat Desa Bungah menyebut kegiatan adat ini sebagai Hari Raya ke 3 dan ke 4 selain hari raya Idul Fitri dan Adha.

Selain kegiatan kebudayaan religi, Desa Bungah juga memiliki kuliner khas desa yang masih memiliki korelasi dengan kebudayaannya, yakni bubur Harisah yang banyak dijumpai ketika Haul Akbar. Dalam industri kreatif produk asli Desa Bungah telah mencapai pasar internasional, yakni Peci atau Kopiah atau Songkok dan juga rebana. Kedua bidang industri kreatif ini juga kerap mengeksport dagangannya ke mancanegara. Bahkan tak jarang industri kreatif rebana di Desa Bungah diliput oleh televisi lokal.

Adanya kegiatan kebudayaan religi yang terdapat di Desa Bungah ini masih kurang diketahui oleh masyarakat luar. Sehingga untuk mengenalkan dan mempromosikan kegiatan kebudayaan desa Bungah, diperlukan adanya identitas yang kuat, guna dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan banyaknya wisatawan yang menghadiri kegiatan desa, ditargetkan mampu meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa Bungah. Selain itu, budaya yang ada di desa tersebut dapat diketahui masyarakat luas, sehingga tongkat estafet kebudayaan religi di Desa Bungah akan terus bergulir dan tak terlupakan.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *destination branding* desa wisata religi Bungah yang sesuai dengan citra desa wisata religi dan potensi dari wilayah tersebut?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan perancangan ini sebagai berikut.

1. Merancang *destination branding* yang menarik bagi Desa Bungah sebagai desa wisata religi.
2. Menciptakan *brand* Desa Bungah yang sesuai dengan citra desa wisata religi dan potensi dari wilayah tersebut.
3. Menunjukkan identitas Desa Bungah yang dikemas dengan kreatif dan menarik.

D. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Lokasi yang diangkat dalam perancangan visual *branding* yaitu Desa Bungah
2. Perancangan *destination branding* meliputi logo, *visual identity*, *tagline*, *sign system*, media promosi, iklan media *digital* atau *online* (Instagram, Twitter, Facebook, Youtube), dan *merchandise*.
3. Secara demografis target *audience* dari perancangan ini adalah masyarakat sekitar desa Bungah dan wisatawan luar kabupaten Gresik dengan rentang usia 18-85 tahun.

E. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini sebagai berikut.

1. Manfaat bagi Perancang
 - a. Perancang mendapatkan pengetahuan mengenai kebudayaan Desa Bungah.
 - b. Perancang mendapatkan pengetahuan perkembangan kebudayaan Desa Bungah.
2. Manfaat bagi Desa Bungah dan Pemerintah Desa
 - a. Dapat menjadi media untuk memperkenalkan Desa Bungah sebagai desa wisata religi yang memiliki berbagai kegiatan kebudayaan religi yang masih dilaksanakan setiap tahunnya.
 - b. Menjadi media promosi yang menarik tentang Desa Bungah dan kebudayaannya kepada masyarakat yang lebih luas.

3. Manfaat bagi Institusi

- a. Menjadi sumbangsih khazanah pengetahuan bagi mahasiswa tentang *branding* desa wisata dan menjadi sumber referensi bagi mahasiswa lain untuk berkarya.

F. Definisi Operasional

1. *Destination Branding*

Menurut buku Kamus Brand karangan Mendiola B. Wiryawan (2008) pengertian dari *place branding* atau disebut juga *destination branding* adalah penerapan konsep dan model *branding* pada suatu lokasi tertentu (bisa berupa negara, kota, provinsi atau wilayah). Tujuan dari *place branding* adalah memaksimalkan potensi suatu wilayah agar terjadi peningkatan kunjungan (wisata maupun bisnis) yang akhirnya meningkatkan devisa dan nilai ekonomi wilayah tersebut. *Place branding* biasanya digagas atas inisiatif pemerintah setempat lewat rangkaian kebijakan publik. Pada intinya, *place branding* bertujuan untuk memberi identitas pada suatu tujuan wisata agar lebih menonjol, lebih menarik bagi calon wisatawan daripada tujuan-tujuan wisata lainnya dengan pengalaman perjalanan yang menarik dari sebuah tempat.

Diperkuat oleh pendapat Matthew Healey (2008) dalam buku *What is Branding?*, semua tempat adalah sebuah merek, baik itu sebuah negara, wilayah, kota, distrik, jalan, bahkan sebuah *shopping mall* dan gedung. Setiap daerah saling berkompetisi untuk mendapatkan *market* baik untuk meningkatkan pariwisata maupun investasi. Semakin besar sebuah tempat, semakin rumit dan panjang proses pembentukan mereknya atau brandnya. Sebuah gedung dapat menjadi *branded* dalam waktu beberapa minggu, tetapi hal ini berbeda bagi sebuah negara atau region karena perlu butuh beberapa generasi untuk membentuk identitas atau *brand image* daerah tersebut.

2. Wisata Religi

Menurut Nyoman S. Pendit (2002) wisata religi atau wisata ziarah

(pilgrim) berkaitan dengan sejarah, adat istiadat, dan agama umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ini banyak dilakukan perorangan, rombongan menuju tempat-tempat suci, ke makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, tempat pemakaman tokoh yang dianggap sebagai manusia ajaib penuh legenda.

3. Desa Bungah

Bungah adalah sebuah desa di Kecamatan Bungah, Kabupaten Gresik, provinsi Jawa Timur. Desa Bungah merupakan salah satu bagian dari wilayah yang berada di Kabupaten Gresik luas 275,230 Ha yang terdiri dari tanah pegunungan di sebelah utara dan lahan pertambakan ikan di sebelah selatan. Desa ini memiliki berbagai macam kegiatan kebudayaan religi, diantaranya Haul Akbar, Dzikir Saman, Maulid Nabi dan masyarakat desa juga kerap berziarah ke makam-makam Wali di desa setempat setiap hari Jum'at. Penduduk Desa Bungah sebagian besar adalah seorang wirausaha, salah satu bidang yang digeluti adalah kerajinan tangan, terlihat dengan banyaknya pengrajin songkok, pengrajin terbang (hadroh, rebana, dan banjari) yang ada di Desa Bungah. selain itu Bungah terkenal dengan banyaknya pondok pesantren yang tersebar di Desa Bungah.

G. Metode Perancangan

1. Data yang Dibutuhkan

a. Data Primer

Data primer dicari melalui sumber – sumber literatur sejarah, serta wawancara para pakar yang ahli dibidang terkait dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder menggunakan wawancara terhadap para pemerintah daerah, wirausahawan dan pengelola pariwisata mengenai perancangan *destination branding* ini.

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa cara yakni :

a. Observasi

Observasi juga dilakukan di tempat-tempat yang dapat mewakili dan menjadi ciri khas Desa Bungah yang dapat digunakan untuk menambah kepustakaan warna dan bentuk sebagai bahan pertimbangan perancangan *destination branding*.

b. Dokumentasi

Yakni mengumpulkan data melalui dokumen (literatur) yang berisi tentang sejarah, teori, dan berbagai informasi yang menyangkut tentang objek penelitian.

c. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada petinggi Desa Bungah, para ahli sejarah dan juga masyarakat luas mengenai perancangan ini.

3. Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data menggunakan berbagai alat yang dapat mendukung untuk mendokumentasikan data baik *verbal* maupun *visual* yakni :

- a. Kuesioner guide
- b. Kamera Digital (DSLR)
- c. Handphone
- d. Kuesioner

H. Metode Analisis Data

Perancangan *destination Branding* desa Bungah termasuk kategori promosi komersial maka metode analisis yang akan diterapkan adalah metode analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu metode penyusunan strategi perusahaan atau organisasi yang bersifat satu unit bisnis tunggal. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), and *Threats* (ancaman).

Untuk menerapkan analisis SWOT dalam perancangan ini, maka perlu

dijabarkan untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman dalam *destination branding* desa wisata religi Bungah.

1. *Strengths* (kekuatan) adalah mengenai kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk atau jasa yang akan diangkat sebagai objek permasalahan, dalam hal ini yaitu kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh Desa Bungah.
2. *Weakness* (kelemahan) adalah segala hal yang menyangkut tentang kekurangan dan kelemahan dari Desa Bungah.
3. *Opportunities* (peluang)
4. *Threats* (ancaman) adalah segala hal yang sekiranya dapat menghambat perkembangan dari Desa Bungah

I. Skema Perancangan

