

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Cirebon adalah salah satu kota tujuan wisata di Jawa Barat, Kota Cirebon menawarkan banyak pesona dari wisata sejarah mulai dari keraton, taman air, masjid agung, kelenteng kuno, wisata kuliner, dan batik khas Cirebon. Kota Cirebon mempunyai taman rekreasi yang menjadi daya tarik di Kota Cirebon untuk keluarga yaitu Taman Ade Irma Suryani. Taman Ade Irma Suryani ini menyediakan fasilitas permainan anak-anak, kebun binatang, dan pada hari minggu adanya hiburan berupa acara musik dangdut. Seiring berjalannya waktu Taman Ade Irma Suryani ini mulai tidak dikelola dengan baik sehingga harus ditutup sementara pada bulan Mei 2015.

Pada bulan Juli 2015 diresmikan Cirebon *Waterland* sebagai destinasi wisata air yang menarik untuk dikunjungi. Tempat ini mempunyai wahana air seperti *waterboom*, kolam arus, air mancur dan wahana wisata air lainnya. Keunikan dari Cirebon *Waterland* ini adalah menyediakan fasilitas penginapan *cottage* pertama di Jawa Barat yang berdiri di atas pantai yang dasar pondasinya digenangi air laut ketika air laut pasang. Air kolam renang yang digunakan menjadi ciri khas tersendiri dari Cirebon *Waterland* ini, dikarenakan pengairan air untuk kolam renang didistribusikan dari Gunung Ciremai sehingga pengunjung yang berenang merasa lebih segar dan ingin kembali berlibur ke Cirebon *Waterland*.

Namun masyarakat belum mengetahui *image* dari Cirebon *Waterland* karena Cirebon *Waterland* belum mempunyai *image* yang kuat dan masih melekatnya *image* Taman Ade Irma Suryani yang tidak dikelola dengan baik.

Oleh karena itu, desain grafis dapat berperan dengan membuat *rebranding* wisata Cirebon *Waterland* sebagai ikon pariwisata dari Kota Cirebon.

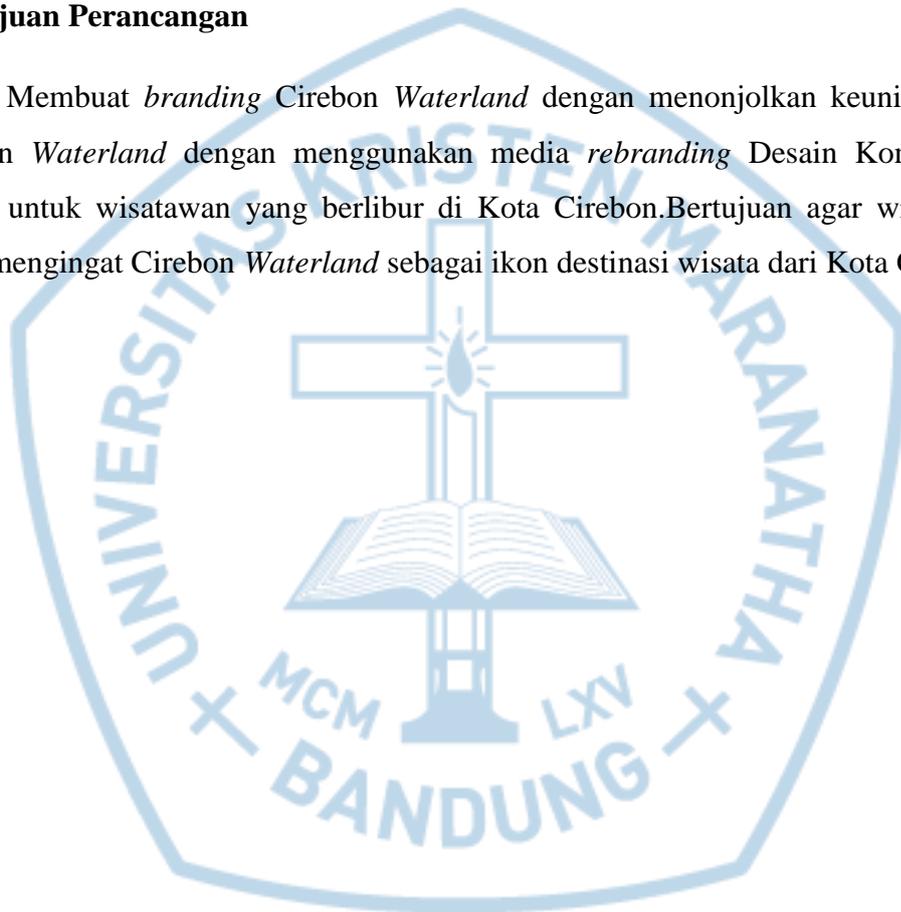
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

Bagaimana membuat citra dari Cirebon *Waterland*, sehingga wisatawan tertarik berlibur ke Kota Cirebon, melalui media Desain Komunikasi Visual ?

Ruang lingkungnya adalah membuat *branding* Cirebon *Waterland* dengan menonjolkan keunikan dari Cirebon *Waterland* sehingga Cirebon *Waterland* dapat menjadi ikon wisata Kota Cirebon.

1.3 Tujuan Perancangan

Membuat *branding* Cirebon *Waterland* dengan menonjolkan keunikan dari Cirebon *Waterland* dengan menggunakan media *rebranding* Desain Komunikasi Visual untuk wisatawan yang berlibur di Kota Cirebon. Bertujuan agar wisatawan dapat mengingat Cirebon *Waterland* sebagai ikon destinasi wisata dari Kota Cirebon.



1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan untuk mencari data dan teori tentang *Rebranding* Wisata Cirebon *Waterland* adalah sebagai berikut :

1.Observasi

Observasi dilakukan dengan melihat dan mengamati secara langsung Cirebon *Waterland*.Observasi ini dilakukan pada tanggal 14 sampai 15 Desember 2015, 20 sampai 21 Febuari 2016 untuk memperoleh data dan foto dari Cirebon *Waterland*.

2.Wawancara

Wawancara dilakukan secara terstruktur kepada supervisor dari Cirebon *Waterland*, dilakukan melalui tatap muka secara langsung yang dilaksanakan pada tanggal 15 desember 2015 dan 20 Febuari 2016 bertempat di Cirebon *Waterland* yang terletak di jalan Yos Sudarso, Lemah Wungkuk, Cirebon.

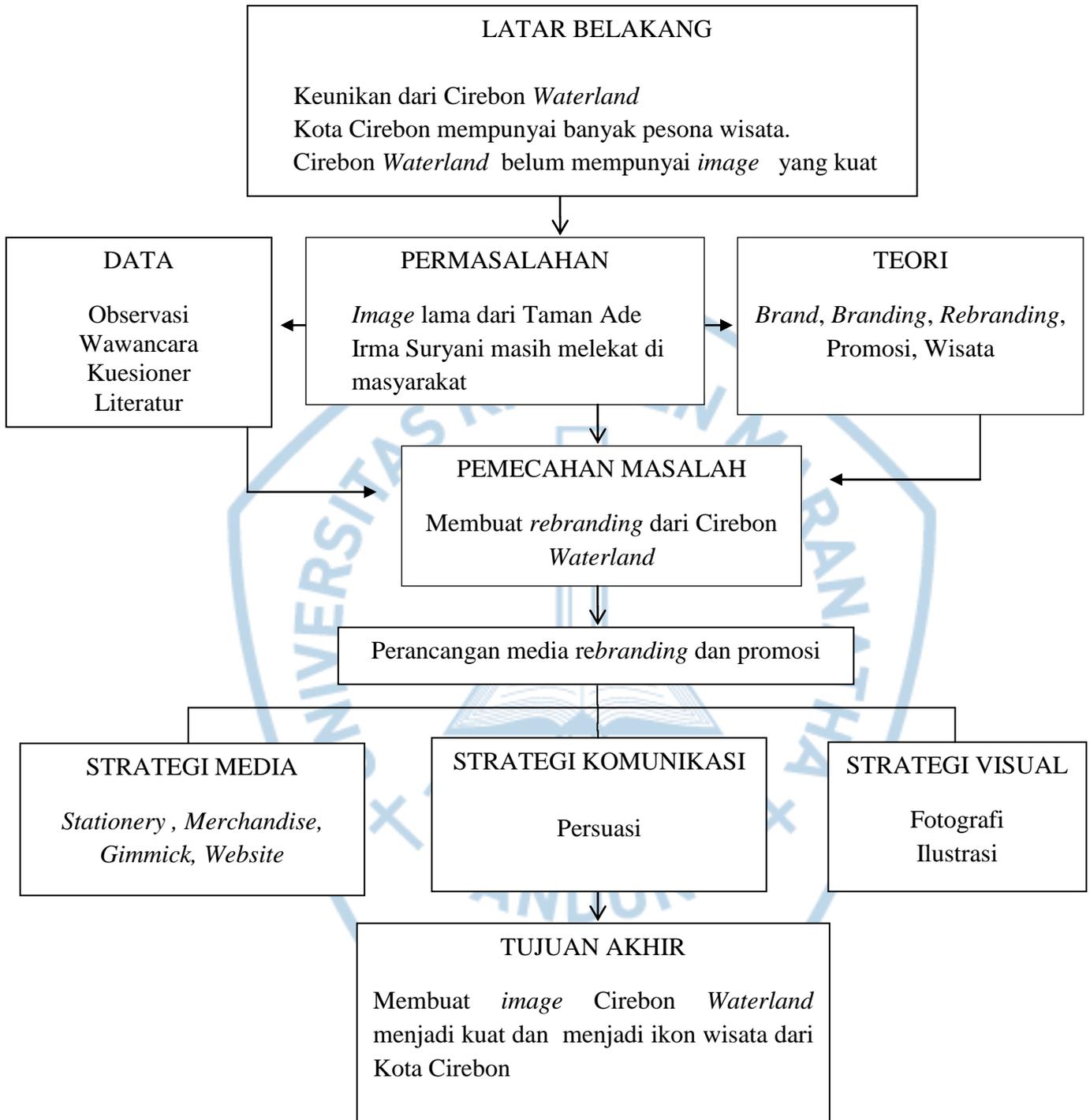
3.Kuesioner

Kuesioner ini disebarakan di dalam area Cirebon *Waterland*, dan *foodcourt* mall di Kota Cirebon maupun di Kota Bandung.

4.Literatur

Data-data mengenai *brand*, *branding*, *rebranding*, promosi dan wisata yang diperoleh dari buku-buku, media internet.

1.5 Skema Perancangan



Tabel 1. Skema Perancangan