

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Strategi City Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Pariwisata Kota Malang

Pariwisata adalah kegiatan yang secara langsung menyentuh dan terlibat dengan masyarakat, membawa berbagai manfaat bagi masyarakat dan sekitarnya. Dengan memperhatikan aspek pengembangan pariwisata berkelanjutan, rencana induk membantu mengidentifikasi potensi pariwisata, isu strategis pengembangan pariwisata, analisis pengembangan objek wisata, dan rekomendasi perencanaan untuk meningkatkan kualitas kawasan pariwisata. City branding yang akan di gunakan ialah city branding bangunan. Melihat bangunan yang saat ini di kembangkan oleh pemerintah ialah jalan Kayu Tangan.

Pengembangan yang perlu di perhatikan oleh pemerintah ialah tingkat keragaman daya tarik wisata, penataan area objek wisata, tingkat kebersihan, kenyamanan, dan keamanan, objek wisata yang memadai. Strategi city branding menjadi krusial dalam upaya meningkatkan citra pariwisata suatu kota. Identifikasi daya tarik utama, seperti objek wisata, kebudayaan, atau peristiwa khusus, dan fokus pada pemasaran mereka. Pengembangan paket wisata yang menarik untuk berbagai segmen pengunjung. sosial media juga berguna untuk mempromosikan destinasi dan berinteraksi dengan pengunjung potensial, membangun situs web interaktif dengan informasi yang lengkap dan mudah diakses.

Daya tarik wisata yang ada pada kota Malang yaitu adanya kampung-kampung wisata, alun-alun kota malang, tugu balai kota, dan jalan kayu tangan heritage yang saling berdekatan. Peluang besar yang saat ini kota malang miliki dalam menarik daya wisata ialah pada pembangunan wisata jalan kayu tangan yang saat ini sedang marak-maraknya di kunjungi oleh wistawan lokal maupun wisatawan asing. Jalan kayu tangan tersebut memiliki daya tarik yang berguna menarik wisatawan seperti kampung heritage yang berada di sebelah jalan tersebut dengan menghadirkan sebuah spot foto dengan bertema kampung heritage.

Kampung heritage sendiri menghadirkan inovasi yang dimana pada kampung tersebut memiliki cafe heritage yang dimana tempat itu selain di gunakan untuk menikmati sebuah makanan dan minuman, namun juga memiliki fungsi yang sama dengan kampung itu sendiri, yakni memiliki spot foto pada umumnya yang di gunakan untuk berfoto, juga dapat menamabah wawasan tentang malang pada zaman dahulu. Jalan kayu tangan sendiri menghadirkan sistem pariwisata yang tidak jauh dengan sistem wisata yang dimiliki oleh Daerah Istimewa Yogyakarta, yakni jalan Malioboro.

Jalan Kayu Tangan menghadirkan sebuah cafe baru dengan nuansa heritage dimana cafe tersebut memiliki letak yang sangat strategis dengan jalan yang di hiasi lampu kota dan icon bangunan yang bisa di gunakan untuk berfoto. Tidak hanya spot foto saja, melainkan wisatawan dapat menikmati live musik yang di adakan pada malam hari saja dengan duduk santai di bangku jalan atau pada cafe yag tersedia pada jalan tersebut. Bappeda kota Malang

bekerja sama menggagas dengan dinas-dinas terkait, yakni Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata, Dinas Perhubungan Kota Malang dengan tugas yang berbeda. Bappeda memiliki fungsi perencanaan pembangunan dengan di bantu Dinas Lingkungan Hidup menata taman dan lampu perkotaan. Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata berfungsi sebagai pemasaran pariwisata dengan menghadirkan pertunjukan musik setiap malam hari dan mengadakan event. Dinas Perhubungan berfungsi mengatur parkir dan pedagang kaki lima yang berada pada jalan Kayu Tangan.

Mengacu pada gambar 1.1 di atas, Jalan Kayu Tangan yang dahulunya hanya digunakan pejalan kaki dan tempat jual beli barang pada ruko, ialah hanya jalan biasa yang dimana digunakan Masyarakat berlalu Lalang. Setelah jalan tersebut di bangun dan di golongkan daya tarik wisata kota malang selain tugu kota, alun-alun, kini jalan kayu tangan memiliki daya tarik dengan menghadirkan banyak wisatawan lokal maupun non lokal datang untuk berwisata di jalan tersebut.

Untuk menarik pengunjung, bakat, bisnis, dan meningkatkan kualitas hubungan antara penduduk lokal dan kota, pencitraan merek kota merupakan komponen perencanaan kota/kota kecil yang melibatkan berbagai inisiatif guna mengembangkan dan memperkuat identitas kota. Tantangan yang dapat dijumpai dalam rangka pelaksanaan program tersebut berbentuk penyampaian pesan yang mudah diingat kepada wisatawan mengenai citra yang dimiliki. Branding kota Anda juga harus memiliki kesan yang cerdas dan menyenangkan sehingga penerima pesan Anda dapat dengan mudah mengingatnya. Selain itu,

branding kota harus unik dibandingkan dengan tempat lain. Dalam hal pencitraan merek suatu kota, keunikan sangatlah krusial. Untuk menarik pengunjung sebagai tempat pertama yang dituju dalam kampanye pencitraan merek kota, keunikan menjadi pembeda dari pencitraan merek kota yang sudah ada.

Teori heksahelix dikembangkan oleh Simon Anhlot pada tahun 1990 dan dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas city branding, yaitu usaha untuk memberikan suatu merek pada suatu kota agar mudah dikenali dan dapat membentuk citra kota untuk memasarkan suatu wilayah baik secara lokal maupun internasional (Bambang Widodo, 2019). Ada enam faktor yang menentukan seberapa sukses city branding :

4.1.1 Presence (Kehadiran)

Teknik ini digunakan sebagai tolak ukur atas kedatangan pelancong baik domestik maupun internasional. Langkah awal yang dilakukan dalam berkunjung, pertama-tama cari profil atau deskripsi daerah tersebut dan cari tahu bagaimana ilmu pengetahuan, pemerintahan, dan budaya terhubung dengan daerah tersebut.

Kayu Tangan sendiri memiliki tema yang menarik, yakni tema heritage yang di terapkan. Tema ini membawa akan kesan bagaimana kota Malang pada zaman dahulu dan wisatawan mendapatkan edukasi tentang bagaimana Masyarakat pada zaman dahulu menggunakan alat-alat yang di rasa saat ini menjadi peralatan tradisional.

Gambar 4 1 Data Kunjungan Wisata Kawasan Kayu Tangan tahun 2022-2023

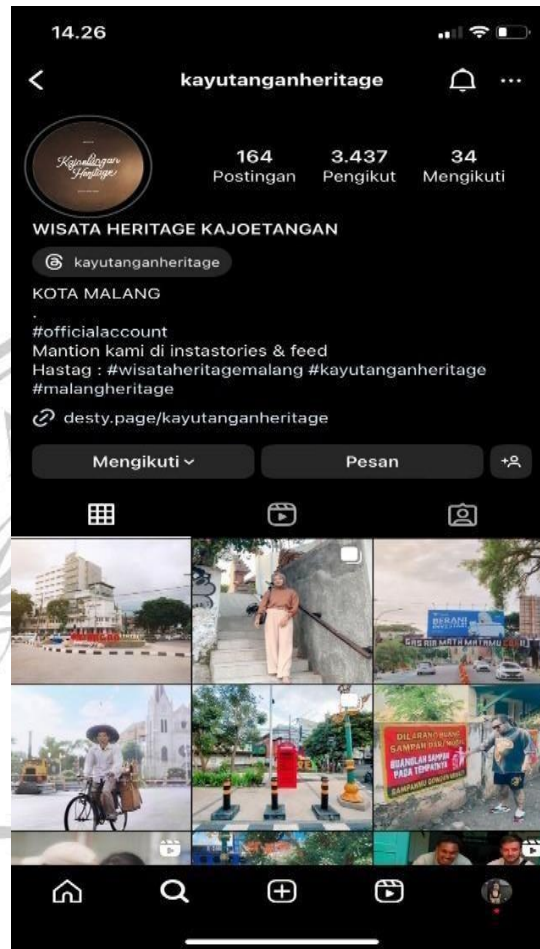
KUNJUNGAN WISATA KAWASAN KAYUTANGAN 2022-2023									
KOTA MALANG									
NO.	DAYA TARIK WISATA	KAMPUNG HERITAGE KAJOETANGAN				KORIDOR KAYUTANGAN			
		2022		2023		2022		2023	
		WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS	WISMAN	WISNUS
1	JANUARI		160	16	650				25.334
2	FEBRUARI		175	10	640				20.113
3	MARET		143	10	1190				20.775
4	APRIL		40	23	500		7.566		22.116
5	MEI		275	40	4610		10.113		29.231
6	JUNI	5	235	100	15865		30.122		35.912
7	JULI	3	250	166	15334		23.441		38.313
8	AGUSTUS		274	120	13380		29.221		39.221
9	SEPTEMBER	24	467	50	6775		30.211		38.991
10	OKTOBER	18	450	100	13000		21.241		40.213
11	NOVEMBER		516	137	10633		27.212		39.451
12	DESEMBER	16	713				27.991		
JUMLAH		66	3.698	772	82577	0	207.118	0	349.670

Ket. Data s.d. November 2023

(Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang)

Perbandingan kunjungan wisata yang telah tertera di atas adalah bukti, bahwasanya kunjungan wisatawan meningkat dari tahun ke tahun. Sehingga kayu tangan dan kampung yang berada pada satu titik tersebut memiliki daya tarik yang membuat wisatawan ingin mengunjungi tempat tersebut. Kayu tangan juga memiliki potensi untuk di jadikan sebuah branding wisata bagi kota Malang.

Gambar 4 2 Media Sosial Kayu Tangan Heritage



(Sumber: Instagram)

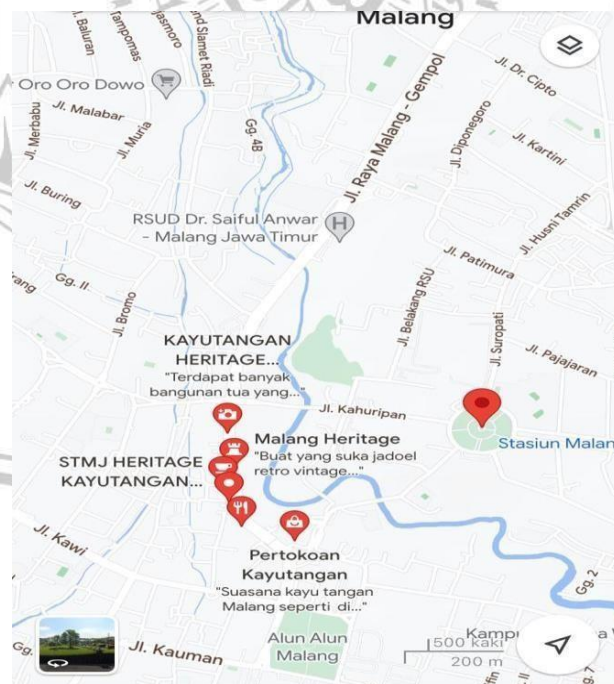
Media sosial dapat menjadi wahana dalam bentuk digital bagi penggunaannya untuk bisa berinteraksi dalam beragam bentuk, yang sekaligus sebagai wadah promosi suatu tempat wisata juga sangat di butuhkan guna mensukseskan sebuah city branding. Gambar di atas merupakan media promosi Kayu Tangan Heritage, pada media sosial tersebut berisi tentang promosi jalan Kayu Tangan Heritage, maupun kampung wisata Kayu Tangan Heritage tidak lupa akan event yang akan di selenggarakan juga terpampang di media sosial tersebut.

Pengunjung Kayutangan dari waktu ke waktu memiliki catatan yang sangat baik, hal ini menjadikan sosok Kayu Tangan cocok untuk dijadikan sebuah branding wisata. Malam hari menjadikan kesan bagi wisata Kayu Tangan ini dengan daya tarik wisatawan yang berkunjung. Wisatawan yang menikmati keindahan Kayutangan Heritage dengan berbagai fasilitas penunjang, seperti keragaman aneka kuliner di Desa Wisata Kampoeng Heritage Kayutangan, berbagai spot foto unggulan bernuansa heritage, dan banyaknya cafe bertema Heritage yang ada di sekitaran wisata tersebut.

4.1.2 Place (Tempat)

Tinjauan terhadap tempat fisik dari lokasi yang ditentukan turut menjadi peninjauan dalam penulisan ini. Aspek yang ditinjau seperti tata kota, persepsi publik terhadap gejala sosial dan lingkungan serta persoalan lainnya.

Gambar 4.3 Peta Lokasi Kayu Tangan



(Sumber: Google Maps)

Kayu tangan memiliki aspek tempat yang sangat strategis. Strategis yang dimaksud ialah kayu tangan dengan daya tarik wisata lain kota Malang sangat amat berdekatan. Sehingga wisatawan dapat mengunjungi dengan tidak satu tempat saja, daya tarik lainnya dapat dengan mudah di kenal. Infrastruktur yang di butuhkan oleh wisatawan juga lengkap, dengan letak yang berdekatan dengan penginapan, masjid, mall, dan rumah sakit menjadi salah satu kelengkapan dari infrastruktur itu sendiri. Kebersihan lingkungan juga menjadi aspek yang sangat penting, di sepanjang jalan kayu tangan telah di sediakan tempat sampah, juga kebersihan yang di perhatikan oleh pemerintah tentunya dengan kesadaran masyarakatnya sendiri.

Gambar 4 4 Pembersihan Koridor Kayu Tangan Oleh DLH



(Sumber: www.malangtimes.com)

Petugas terlihat mengepel tempat pejalan kaki, membersihkan sampah dan gulma, dan menanam bunga hias di sekitar situs warisan Kayutangan. Kegiatan tersebut telah menjadi rutinitas yang diagendakan setiap dua kali dalam satu bulan. Tidak hanya itu, telah tersedianya tim khusus yang bertugas menjaga kebersihan lokasi tersebut setiap harinya pada puku 21.00 WIB.

Meski sudah ada petugas kebersihan, pemerintah berharap upaya menjaga kebersihan peninggalan Kayutangan juga akan didasarkan pada kesadaran pengunjung. Misalnya, pembuangan sampah secara teratur di tempat yang sudah disiapkan.

4.1.3 Potential (Potensi)

Dalam rangka pengelolaan kegiatan ekonomi, tinjauan dilakukan dengan memperhatikan sejumlah aspek seperti kemudahan dalam bekerja serta membuka lapangan pekerjaan baru, masyarakat akan mudah dalam mendapatkan hal tersebut. Masyarakat yang ada pada kawasan Kayu Tangan Heritage khususnya warganya, dapat menjual barang-barang yang berciri khas akan kota Malang, seperti makanan, aksesoris dan lain lain. Tidak hanya makanan dan aksesoris, Masyarakat juga dapat membangun cafe nuansa heritage sesuai dengan wisata jalan dan kampung tersebut. Masyarakat juga akan mendapatkan pemasukan melalui hasil fotografi dengan memberikan tawaran jasa kepada wisatawan untuk berfoto dengan background wisata Kayu Tangan tersebut.

Gambar 4.5 Kampung Heritage Kayu Tangan



(sumber: Surabayapost.id)

Gambar 4 6 Jalan Kayu Tangan



(Sumber: Malangpagi.com)

Potensi yang dimiliki kayu tangan, ialah dalam segi kearifan lokal memiliki sebuah tema kota yang kuno, pada kota tersebut menggambarkan akan kota pada zaman dahulu, selain jalan kayu tangan heritage disana juga memiliki sebuah kampung yang berada di dekatnya, dimana kampung tersebut memperkenalkan akan budaya apa yang ada pada kota Malang dan barang-barang antik produksi kota Malang sendiri.

4.1.4 Pulse (Daya tarik)

Daya tarik suatu kota dapat menarik wisatawan untuk datang menjelajahi daerah tersebut dan melakukan hal-hal baru, menurut metrik ini. Sebagai hasil dari keterkaitannya dengan pengalaman baru yang tidak ada di tempat lain, suatu kota dianggap lebih dari sekadar lokasi yang menyenangkan untuk ditinggali.

Daya tarik yang dimiliki oleh jalan kayu tangan ialah wisatawan dapat merasakan kehidupan kota pada zaman dahulu dengan mengabadikan foto pada bangunan yang di rasa sangat aesthetic dan penampilan lampu jalan yang

menarik. Tidak hanya itu, kayu tangan juga menghadirkan wajah baru cafe yang dimana anak-anak muda dapat berkumpul dan menikmati suasana kota. Kampung wisata yang berada pada jalan itu juga menjadi daya tarik dengan berbagai spot foto yang ada, juga tema cafe heritage yang di hadirkan.

Daya tarik lainnya yang dihadirkan pada kayu tangan yakni dengan adanya Event, Live Musik, Cafe, dan Hotel yang berada pada jalan Kayu Tangan tersebut. Event yang di hadirkan seperti Malang Flower Carnival yakni event karnaval yang bertemakan bunga terbesar di indonesia, event ini menjadi event pariwisata rutin di Malang Jawa Timur serta event Nasional. Event ini mendapatkan penghargaan sebagai pelaksanaan event karnaval bunga terbaik di Indonesia dari Kemenparekraf.

Live musik yang dihadirkan setiap malam disana juga menjadikan salah satu daya tarik wisata untuk wisatawan yang berjalan kaki serta wisatawan yang berada pada cafe yang berada di sekitaran jalan Kayu Tangan tersebut.

Hotel yang dekat dengan jalan Kayu Tangan tersebut juga menjadikan salah satu wisatawan tertarik dengan wisata tersebut, karena letak yang strategis dan tidak mengeluarkan biaya lagi untuk pergi ke jalan Kayu Tangan tersebut.

Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada daftar lampiran dibawah.

4.1.5 People (Orang)

Dalam upaya menilai tingkat kenyamanan pengunjung saat berada di lingkungan perkotaan. Sentimen yang dimiliki penduduk lokal terhadap pendatang saat ini dapat diukur berdasarkan faktor-faktor seperti seberapa mudah mereka bergaul satu sama lain dan bagaimana mereka menyambut tamu dan wisatawan dengan hangat.

Gambar 4.7 masyarakat kampung dengan wisatawan



(Sumber: www.blok-a.com)

Jalan kayu tangan sendiri tidak jauh akan kehidupan Masyarakat lokal yang beraktivitas di sekitaran jalan tersebut. Karena jalan tersebut juga menjadi jalan utama bagi Masyarakat yang menghuni kampung heritage untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Masyarakat juga menjadi unsur pokok bagi wisatawan, bagaimana masyarakat tersebut memiliki timbal balik kepada wisatawan. Meskipun kampung yang dihuni Masyarakat di datangi oleh wisatawan yang dikatakan ramai setiap harinya, Masyarakat pada kampung tersebut memiliki sifat yang sangat ramah dan mempersilahkan wisatawan berdatangan. Sehingga wisatawan merasakan kenyamanan, keamanan untuk berkunjung pada jalan dan kampung yang berada pada jalan kayu tangan.

4.1.6 Prerequisite (Prasyarat)

Salah satu kriteria untuk menentukan apakah fasilitas pendukung—seperti fasilitas olahraga, rumah sakit, transportasi umum, pusat pendidikan, dan sebagainya—dianggap sebagai akomodasi dan memiliki tingkat standar, memuaskan, dan terjangkau adalah penilaian kualitas keseluruhan kota atau wilayah.

Jalan kayu tangan pada awalnya memiliki pro dan kontra pada lingkungan Masyarakat kota Malang. Namun, dengan di bangun nya jalan tersebut, banyak Masyarakat lokal maupun non lokal turut meramaikan jalan kayu tangan dan kampung wisata yang berada pada jalan tersebut. Hal ini menjadikan hal yang signifikan untuk jalan kayu tangan dijadikan wisata kota di kota Malang. Disana banyak anak muda dan band lokal dengan tujuan mengasah sebuah bakat yang di miliki dengan bermain musik, selain mereka mendapatkan pemasukan, mereka juga dapat menghibur wisatawan yang datang di jalan tersebut dengan duduk atau dengan menikmati sebuah hidangan cafe yang berada pada jalan tersebut. Peran pemerintah sangat di perlukan guna menciptakan strategi city branding untuk mewujudkan kota malang sebagai kota wisata. Sebelum stratagi ini di gunakan, sebaiknya pemerintah juga memberikan pandangan atau pemebelajaran kepada Masyarakat guna membantu pemerintah menerapkan city branding ini. Sehingga kota malang tidak hanya di kenal sebagai kota bunga dan kota Pendidikan, namun juga dapat di kenal sebagai kota wisata. Brand atau logo yang di buat dengan tulisan “Beautifull Malang” juga akan berguna, selain berguna juga lengkap dengan brand yang di miliki kota Malang itu sendiri.

Berhasil atau tidak nya dijadikan City Branding yakni berhasil, sebelum menjadi kawasan wisata Kayu Tangan Heritage, jalan tersebut hanya jalan biasa yang dipergunakan oleh masyarakat sebagai toko dan fasilitas seperti bank dan lain-lain. Namun setelah di bangun kawasan tersebut memiliki citra wisata yang semakin hari jalan tersebut ramai di kunjungi oleh wisatawan

4.2 Potensi Kendala Saat Pengimplentasian Strategi City Branding Kota

Malang Sebagai Kota Pariwisata

4.2.1 Potensi Penyebab Kendala

Potensi penyebab kendala mencakup hasil dari wawancara yang Negeri Sipil di DISPORA Kota Malang pada bagian bidang Pemasaran Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berkata,

“ untuk kendala ya, untuk kendala yang saat ini mungkin di hadapi ya kurang nya sarana prasarana pada tempat wisata, sehingga mengurangi daya tarik wisata tersebut. seperti lahan parkir yang kurang teratur, keramaian dengan tidak imbang kapasitas nya, juga pkl yang kurang teratur. ”

Menurut bapak Wahyudi selaku Pegawai Negeri Sipil di Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Kota Malang pada bagian bidang Destinasi Pariwisata dan industri Pariwisata berkata,

“ kendala, kendala adalah ketika pariwisata ini bersifat kayak dinamis ya berbasis anggaran, saya rasa perlu komitmen kedepan untuk menyediakan anggaran untuk event. Sehingga event-event itu tetap terselenggara untuk kedepannya. Selain itu juga adalah kesiapan dari lokasi itu sendiri. mungkin juga perlu pemetaan mitigasi daya tamping nya atau juga fasilitas fasilitas lain yang bersifat publik seperti itu.”

4.2.2 Langkah Mitigasi Kendala Implementasi Strategi

A. Mengidentifikasi kendala suatu sistem

Kendala yang saat ini dimiliki jika kayu tangan menjadi branding wisata ialah infrastruktur seperti transportasi, toilet umum, juga peran Masyarakat yang kurang sadar pada adanya jalan tersebut. Masyarakat dominan mengurus kampung wisatanya sendiri, sehingga jalan tersebut tidak di manfaatkan juga.

B. Menentukan Pemanfaatan Yang Efisien Untuk Setiap Kendala

Masing-masing strategi perlu dievaluasi, sehingga pemerintah harus memfokuskan strategi apa yang tepat untuk di gunakan dalam mengatasi kendala.

Kendala yang harus di evaluasi yakni tentang transportasi yang di gunakan untuk wisatawan berkunjung pada daya tarik yang berdekatan dengan jalan kayu tangan tersebut, wisatawan juga dapat menggunakan transportasi umum untuk kembali ke penginapan atau untuk keperluan lainnya.

Lahan parkir juga menjadi salah satu permasalahan yang ada.

Jalan kayu tangan tidak memiliki lahan parkir, sehingga untuk kedaraan wisatawan yang berkunjung pada jalan tersebut tidak teratur parkir, dan menimbulkan kemacetan yang dapat merugikan Masyarakat lainnya.

Fasilitas seperti toilet umum juga mendapatkan faktor yang sangat penting. Dengan tidak adanya fasilitas toilet umum, banyak pengunjung yang membuang air kecil sembarangan pada ruko di jalan tersebut, sehingga kebersihan dan kenyamanan sangat kurang. Kesadaran Masyarakat juga perlu di bina oleh pemerintah dengan memperkenalkan sebuah wisata kepada Masyarakat, juga memberikan arahan hal apa saja yang sangat penting untuk menumbuhkan sektor pariwisata yang maksimal

C. Mengelola Aliran Sepanjang Kendala

Menyediakan penyelesaian untuk mengembangkan kendala melalui mengkordinasikan pada proses permintaan dan kemampuan dari sumber daya kendala. Pemerintah memiliki peran yang sangat penting, dinas-dinas atau pelaku yang tentunya turut andil pada jalan tersebut di kumpulkan untuk menjadi sebuah wadah permasalahan. Sehingga permasalahan dapat tersebut dapat di tampung dan segera di realisasikan.

D. Menambah Kapasitas Pada Kendala Yang Mengikat

Pada tahapan ini, pemerintah memainkan peranan yang krusial dalam bentuk pengentasan kendala sampai dengan selesai. Permasalahan yang tadinya sudah masuk dalam wadah, hal ini harus di rapatkan dan membagi tugas kepada dinas terkait dengan point permasalahan yang di berikan menurut wadah permasalahan. Seperti contoh tentang kebersihan yang nantinya akan diberikan tanggung jawab adalah dinas lingkungan hidup.

E. Merancang Ulang Proses Kendala Ke Arah Pergerakan yang lebih baik

Merancang ulang agar tidak ada kendala dengan menghilangkan hal-hal yang menyulitkan sehingga kendala tidak bermunculan kembali.

Setelah kendala terselesaikan, dan di pertanggungjawabkan oleh dinas terkait. Maka peran pemerintah harus melakukan

evaluasi secara terus menerus, sehingga kendala tidak akan terulang kembali, justru akan menjadi lebih baik lagi kedepannya.

