

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Destination image merupakan suatu konsep strategis yang diterapkan oleh pemerintah kota dan lembaga terkait untuk mempromosikan citra positif dan unik dari suatu kota kepada warga lokal, wisatawan, maupun investor (Feldwick, 1996). Konsep ini melibatkan penggunaan elemen *branding*, seperti identitas visual, pesan, dan cerita yang kuat, serta promosi atraksi dan keunikan kota untuk menciptakan daya tarik yang unik dan mengesankan. Citra atau *image* sebuah destinasi adalah gabungan dari keyakinan, pandangan, dan kesan yang dimiliki oleh wisatawan terhadap suatu destinasi (Ekinci, 2003) hal ini diperlukan untuk menggambarkan karakteristik atau ciri khas yang dimiliki oleh destinasi tersebut, menetapkan tujuan ekonomi, kultur, dan politiknya sehingga dapat membedakannya dari destinasi lain serta dapat bersaing secara efektif untuk menarik perhatian sumber daya, wisatawan, dan penduduk. Pada dasarnya, citra dari sebuah destinasi terbentuk dari persepsi pikiran wisatawan terhadap suatu tempat yang tercermin dalam asosiasi. Untuk mencapai hal ini, kota pertama-tama harus memahami tujuan spesifik masing-masing pihak dan berusaha untuk mencapainya. Berdasarkan hal itu, melalui *destination image* diharapkan dapat mengimplementasikan untuk membedakan satu destinasi dengan destinasi lainnya dan memberi nilai lebih terhadap suatu destinasi.

Kota Jakarta telah mempromosikan citra dirinya melalui slogan ‘Enjoy Jakarta’. Slogan ‘Enjoy Jakarta’ ini diperkenalkan pada tahun 2005 oleh Pemerintah Provinsi melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta. Tujuan dari program ‘Enjoy Jakarta’ ini, pemerintah berupaya menyuarakan Jakarta sebagai destinasi yang menarik untuk dikunjungi dengan suasana yang menyenangkan. Meskipun dikenal dengan kemacetan, polusi udara dan banjir setiap tahun, kota Jakarta masih dikenal baik oleh nusantara maupun mancanegara, sehingga banyak wisatawan terutama wisatawan lokal yang berkunjung karena daya tarik wisata kota Jakarta yang memukau wisatawan dengan budaya, adat

istiadat dan tradisi budayanya yang unik, serta berbagai pulau yang indah, dan masih banyak lagi.

Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta dalam membangun citra kota sangat signifikan, karena destinasi *branding* mencerminkan perspektif dan penilaian masyarakat terhadap kota tersebut. Dengan kolaborasi dan sinergi pemerintah atau Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta, kota Jakarta dapat membangun citra yang kuat, positif, dan autentik. Komitmen dan keterlibatan dari semua pihak yang terlibat akan membantu menciptakan kota yang menarik, berkelanjutan, dan berdaya saing tinggi. *Branding* 'Enjoy Jakarta' merupakan upaya untuk memperkuat citra positif kota Jakarta di mata masyarakat lokal maupun internasional.

Penelitian ini menjadi sangat penting untuk dilakukan mengingat kota Jakarta merupakan entitas kompleks dengan karakteristik yang sangat beragam dan potensi yang mampu berpengaruh signifikan terhadap persepsi publik, industri pariwisata, dan sektor investasi. Jakarta, sebagai pusat kegiatan ekonomi dan budaya, memerlukan pemahaman mendalam tentang bagaimana citra destinasi 'Enjoy Jakarta' dapat mencerminkan identitas uniknya, menonjolkan keindahan budaya dan daya tarik wisata yang dimilikinya, serta menciptakan sebuah *image* yang tidak hanya positif tetapi juga menarik bagi warga lokal dan potensial pendatang.

Pentingnya membangun dan memelihara *image* yang efektif ini juga terlihat dalam dampaknya terhadap reputasi kota Jakarta di mata investor, pengusaha, dan komunitas internasional. *Image* yang kuat dan positif dapat menjadi dorongan untuk pertumbuhan ekonomi kota dan mendukung pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, konsep *destination image* menjadi sangat relevan, karena mampu memotivasi partisipasi masyarakat setempat, memicu rasa kebanggaan lokal, membentuk keterikatan emosional, serta meningkatkan daya saing dan citra positif kota dalam persaingan ketat antar destinasi wisata di tingkat lokal dan internasional.

Berdasarkan pemahaman akan latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Perspektif *Domestic Tourist* terhadap Potensi Pengembangan *Destination Image* 'Enjoy Jakarta'" dengan tujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis perspektif

wisatawan domestik terhadap potensi pengembangan *destination image* ‘Enjoy Jakarta’. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana wisatawan domestik melihat dan menginterpretasikan citra destinasi ‘Enjoy Jakarta’, serta dampaknya terhadap partisipasi mereka, kontribusi terhadap pembangunan lokal, dan potensi pengembangan sektor pariwisata di kota Jakarta.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Pentingnya *destination image*, tidak hanya fokus pada peningkatan kesadaran terhadap suatu kota, melainkan juga berkaitan dengan bagaimana untuk menciptakan komitmen agar wisatawan memilih untuk berkunjung ke kota Jakarta. Untuk mencapai hal ini, pemerintah perlu memahami secara mendalam tujuan spesifik yang ingin dicapai oleh slogan ‘Enjoy Jakarta’ serta berupaya untuk memenuhi ekspektasi dari slogan tersebut. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang implementasi *destination branding* ‘Enjoy Jakarta’ dari perspektif para wisatawan lokal. Proses ini melibatkan serangkaian pertanyaan penelitian yang mendalam, yang pada dasarnya dapat dijelaskan oleh pertanyaan utama, yaitu “Bagaimana implementasi *destination branding* ‘Enjoy Jakarta’ berdasarkan perspektif domestic tourist?”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, terdapat beberapa pertanyaan yang harus dijawab terlebih dahulu, yaitu:

1. Bagaimana perspektif *domestic tourist* mengenai *destination image* ‘Enjoy Jakarta’?
2. Apa saja pertimbangan untuk mem-*branding* kota Jakarta di masa depan?

Dengan menjawab rumusan masalah ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas dan dampak dari implementasi *destination branding*, khususnya dalam konteks ‘Enjoy Jakarta’ serta bagaimana hal tersebut memengaruhi pengalaman dan kesan wisatawan lokal terhadap kota tersebut.

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perspektif *domestic tourist* terhadap *destination image* ‘Enjoy Jakarta’. Untuk

mencapai tujuan tersebut, terdapat beberapa sasaran yang perlu dilakukan, diantaranya:

- a) Teridentifikasinya perspektif *domestic tourist* terhadap *destination image* ‘Enjoy Jakarta’.
- b) Teranalisisnya pertimbangan rancangan *branding* destinasi ‘Enjoy Jakarta’ untuk masa depan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dalam menambah wawasan, referensi, serta literatur dalam bidang pariwisata. Selain itu, dapat memperkaya konsep dan teori mengenai *destination branding* dan *destination image*.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan memberikan wawasan tentang pandangan dan preferensi berbagai pihak terkait, seperti penduduk lokal, pengusaha pariwisata, wisatawan, dan pemerintah. Dan dapat menghasilkan wawasan baru tentang bagaimana citra destinasi dibentuk dan dipengaruhi oleh berbagai *stakeholder* dan mempunyai keterkaitan dengan wisatawan lokal. Teori-teori yang ada tentang *destination branding* dan *destination image* dapat diperkuat, dikoreksi, atau diperluas berdasarkan temuan penelitian ini. Pemahaman ini dapat membantu dalam memahami kepentingan dan harapan masing-masing wisatawan dan bagaimana mereka dapat berkontribusi pada pembentukan citra destinasi. Dengan melibatkan perspektif wisatawan lokal, dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi pada pembentukan citra destinasi tertentu. Hal ini bisa termasuk aspek budaya, sosial, lingkungan, dan pemasaran yang dapat mempengaruhi bagaimana destinasi diwakili dan dipahami oleh berbagai pihak.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun secara praktis, peneliti berharap dapat memberikan informasi untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang Analisis Perspektif *Local Tourist* Terhadap *Destination Image* ‘Enjoy Jakarta’.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dirancang untuk memberikan kemudahan dalam menyajikan hasil analisis data serta penjabaran setiap langkah

proses analisis yang dijalankan selama pelaksanaan penelitian. Penelitian ini disusun dengan struktur uraian yang sistematis dan terstruktur dalam lima bab, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan

Bab pertama, dijelaskan latar belakang penelitian yang menjelaskan alasan mengapa topik penelitian tersebut dipilih, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang ingin diselesaikan, dan relevansi penelitian dengan isu-isu yang ada, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian.

2. BAB II Kajian Pustaka

Bab kedua berisi kajian pustaka terkait kajian pustaka akan menyelidiki berbagai teori dan model tentang destination branding dan destinasi image. Ini akan mencakup penjelasan tentang konsep citra destinasi, bagaimana citra destinasi dibentuk dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, serta pentingnya citra destinasi dalam menarik wisatawan dan mencapai tujuan branding

3. BAB III Metode Penelitian

Pada bab ketiga, peneliti merinci mengenai desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, partisipan penelitian, jenis dan sumber data, pengumpulan data, teknik pengumpulan serta analisis data dan uji validitas data.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab empat, pembahasan mengenai perspektif *domestic tourist* mengenai *branding destination* ‘Enjoy Jakarta’ dan pertimbangan rancangan branding destinasi ‘Enjoy Jakarta’ untuk masa depan.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran.

Menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.