

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Merubah persepsi seseorang terhadap suatu tempat atau tujuan adalah salah satu tujuan dari dilakukan aktivitas *branding*. *Destination branding* sebagai jati diri ataupun identitas yang membuat destinasi dapat diidentifikasi secara berbeda dengan destinasi yang lain supaya masyarakat dapat mudah mengingatnya. Dalam hal ini tujuan membangun merek (*branding*) agar destinasi memiliki keunggulan dari sisi identitas. Begitupun juga yang dilakukan oleh Kecamatan Sawoo sebagai Organisasi Perangkat Daerah di Kabupaten Ponorogo sedang gencar melakukan inovasi dalam urusan pelayanan administrasi umum. Kecamatan Sawoo sebagai salah satu pemangku wilayah yang memiliki peran sebagai fasilitator dan pembinaan desa memiliki progam “*Masyarakat Manunggal untuk Perlindungan dan Pelestarian Sumber Daya Alam Kembangkan Eko Wisata*” (*Masuk Pak Eko*) dalam mendukung visi misi Kabupaten Ponorogo “*Menuju Kabupaten Ponorogo Maju, Berbudaya Dan Religius*” Kecamatan Sawoo membuat inovasi dalam aspek pelayanan kecamatan dengan membuat kedai pelayanan publik, mengembangkan pendampingan terhadap desa-desa di Kecamatan Sawoo serta melakukan pendekatan kepada masyarakat. Wilayah Kecamatan Sawoo terletak pada ketinggian antara 103 meter sampai dengan 980 meter di atas permukaan laut dengan 14 kelurahan. Wilayah yang strategis serta sebagai jalur provinsi Kecamatan Sawoo sebagai pemangku wilayah dalam mendukung semua kegiatan yang dapat mendongkrak pariwisata khususnya dalam

mempersiapkan destinasi Waduk Bendo menggunakan elemen brand tunggal dalam memposisikan ataupun menempatkan bahwa desa-desa di Kecamatan Sawoo memiliki potensi wisata selain destinasi Waduk Bedok dengan berbasis ekowisata dengan mengurangi kerusakan lingkungan dan peduli terhadap lingkungan sekitar terutama masyarakat sekitar.

Tagline *“Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo”* yang diangkat oleh Kecamatan Sawoo merupakan salah satu elemen merek (*brand*) dalam membentuk identitas. Dibangunnya sebuah tagline bukan hanya sekedar statement (pendapat) namun adanya suatu latar belakang serta tujuan bahkan cita-cita dengan adanya tagline *“Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo”* bahwasannya Kecamatan Sawoo sebagai wilayah paling timur di Kabupaten Ponorogo, sebagai tempat matahari terbit memiliki semangat pagi secerah sinar matahari yang akan menjadi semangat desa-desa di Kecamatan Sawoo, yang memiliki kekuatan serta keunikan dalam wisata buatan manusia sebagai pembeda dari destinasi wisata lainnya di Kabupaten Ponorogo. Potensi alam yang memadai serta didukung oleh sumber daya manusia akan menjadi kekuatan dari destinasi wisata di Kecamatan Sawoo dalam memposisikan sebagai wisata alam berbasis *ekowisata*. Yang menjadi tolak ukur dari penentuan brand ini adalah dari Pariwisata Telaga Ngebel, hal ini ditunjang adanya Waduk Bendo dan didukung Waduk Linggis yang berada di Kabupaten Trenggalek akan menjadi kekuatan sendiri wilayah Kecamatan Sawoo dalam menekankan keunikan dari segi pembentukan identitas. Tagline *“Sawoo Sunrise Spirit of*

Ponorogo” merupakan sebuah janji kepada khalayak bahwa Kecamatan Sawoo mempunyai destinasi wisata yang unik, serta masyarakat yang ramah. Dalam langkah tersebut Kecamatan Sawoo melakukan pendekatan terhadap desa-desa binaan Kecamatan Sawoo serta pendekatan dengan masyarakat. Diadakannya sosialisasi terhadap desa-desa bahwa untuk mempersiapkan segala potensi yang ada di desa masing-masing, memberikan edukasi agar pariwisata dapat meningkatkan bidang ekonomi, sosial dan budaya, tanpa merusak pelestarian lingkungan. Pendekatan kepada masyarakat Kecamatan Sawoo mempunyai prinsip manunggal (merasa memiliki sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari ekologi). Pendekatan dengan masyarakat, Kecamatan Sawoo ingin memberdayakan masyarakat dari isu lingkungan yang terbengkalai, tidak terawat, dan ingin memberikan wawasan ekonomi dengan tujuan setelah adanya destinasi wisata berbasis *ekowisata* dapat memberikan kesejahteraan di masyarakat setempat.

Memposisikan produk kepada khalayak merupakan salah satu usaha supaya orang lain dapat merasakan dan produk selalu ada di dalam pikiran sesuai apa yang kita kehendaki. Melalui tagline “*Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo*” diharapkan mampu membentuk pola pikir di dalam khalayak terkait destinasi wisata. Merek (*brand*) menjadi konsep yang luas dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, melalui tanda ikon melalui tanda pesan. Hal inilah yang dikonsepskan oleh Kecamatan Sawoo bahwa strategi komunikasi tagline “*Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo*” sebagai ikon wisata, dan didukung adanya program-program kegiatan rutin mingguan,

bulanan bahkan tahunan dalam memperkuat tagline Kecamatan Sawoo. Untuk rencana kedepan Kecamatan Sawoo mengkonsep membangun monumen di Kecamatan Sawoo. Tagline “*Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo*” telah melalui tahapan antara lain, survei pemetaan (*mapping survey*), analisis kompetitif (*competitive analysis*, cetak biru (*blueprint*), Implementasi (*implementation*). Survei pemetaan disini Kecamatan Sawoo menggunakan strategi wilayah yang memiliki potensi wisata yang akan menjadi unggulan yaitu destinasi Waduk Bendo dan dekat dengan destinasi Waduk Linggis. Walaupun destinasi Waduk Linggis bukan berada di wilayah Kecamatan Sawoo namun adanya pola pikir bahwa jalur yang berdekatan mampu mengundang wisatawan untuk berkunjung ke destinasi Waduk Bendo, serta di dukung wisata pendukung lainnya sehingga wisatawan dapat menikmati destinasi wisata selain waduk bendo. Adanya pula kesenian reyog, bedah pusaka, serta jaranan tek mampu menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan. Analisis kompetitif Kecamatan Sawoo yang menggunakan tolak ukur destinasi wisata Telaga Ngebel akan menonjolkan keunikan tersendiri. Cetak Biru yang digunakan adalah tagline sebagai langkah awal dalam hal ini penentuan cetak biru didasarkan pada letak geografis. Dalam pengimplemntasi Kecamatan Sawoo melakukan sosialisasi kepada desa-desa agar mampu merangkul rakyat secara merata serta sering diadakannya pelatihan dan acara-acara yang mampu menjadi daya tarik tersendiri di dalam khalayak.

B. Rumusan masalah

- a. Bagaimana positioning tagline “*Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo*” yang diterapkan oleh Kecamatan Sawoo dalam *teori Konstruksi Sosial atas Realitas (SCoR)*?

C. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana positioning tagline “*Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo*” yang diterapkan oleh Kecamatan Sawoo dalam *teori Konstruksi Sosial atas Realitas (SCoR)*.

D. Manfaat penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis memiliki harapan dari diadakannya penelitian yang antara lain:

1. Manfaat praktis dari penelitian ini adalah:
 - a. Mendapatkan gambaran bagaimana positioning tagline “*Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo*” yang diterapkan oleh Kecamatan Sawoo dalam *teori Konstruksi Sosial atas Realitas (SCoR)*.
2. Manfaat Akademis dari penelitian ini adalah:
 - a. Sebagai sumber pengetahuan mengenai analisis positioning Kecamatan Sawoo tagline “*Sawoo Sunrise Spirit of Ponorogo*”.

- b. Dapat dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian yang selanjutnya dan memberikan pengetahuan tentang ilmu pengetahuan di bidang *positioning branding*.
- c. Dapat mengetahui hubungan dari teori yang didapatkan penulis selama diperkuliahan.
- d. Dapat mengukur nilai atau citra perusahaan yang telah berjalan *dalam teori konstruksi sosial atas realitas (SCoR)*.

