KALBIS Scientia
Jurnal Sains dan Teknologi

ISSN 2356 - 4393

Perencanaan Branding Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Kawasan Percandian Muaro Jambi

Yori Pusparani[1)], Yunisa Fitri Andriani[2)]

Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta Timur 13210
[1)]Email: yori.pusparani@kalbis.ac.id
[2)]Email: yunisa.andriani@kalbis.ac.id

Abstract: *Muaro Jambi temple is a temple located in Muaro Jambi district, Jambi, Indonesia. The tourist area of Muaro Jambi bath is one of the historical evidence of his time. This area is now used as a tourist area of temples that have approximately eight temples that have been dived, still in the process of restoration. Given the tourist area that has an important role in increasing the Local Original Income (PAD), this area is not much known by tourists in Jambi Province. For that required an activity in increasing tourist visits. The problem in this research is the attention of branding role in increasing tourist visit to Muaro Jambi bath tourism area. In this case branding as a collection of communication activities undertaken by a company or region with the aim of building and enlarging a brand or product. In the absence of communication activities to target markets or consumers as well-organized goals, a brand or product will not be known and has no meaning whatsoever to the consumer or the target consumers. The expected objective in this research is to know how the planning process in the development of Muaro Jambi bathing tourism area.*

Keywords*: branding, Muaro Jambi Temple, branding planning*

Abstrak: *Candi Muaro Jambi adalah satu candi yang terletak di kabupaten Muaro Jambi, Jambi, Indonesia. Kawasan wisata percandian Muaro Jambi merupakan salah satu bukti peninggalan sejarah pada masanya. Kawasan ini sekarang dijadikan sebagai kawasan wisata percandian yang memiliki kurang lebih delapan Candi yang telah divugar, sisanya masih dalam proses pemugaran. Mengingat kawasan wisata memiliki peran penting dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), kawasan ini memang belum terlalu banyak dikenal oleh wisatawan diluar Provinsi Jambi. Untuk itu diperlukan suatu kegiatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan yaitu perencanaan branding. Masalah dalam penelitian ini adalan bagaimana perencanaan branding dalam meningkatkan kunjungan wisata kawasan percandian Muaro Jambi. Dalam hal ini branding sebagai suatu kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau kawasan dengan tujuan membangun dan membesarkan suatu brand atau produk. Tanpa dilakukannya kegiatan komunikasi kepada target market atau konsumen sebagai sasaran yang disusun dan direncanakan dengan baik, maka sebuah brand atau produk tidak akan dikenal dan tidak mempunyai arti apa-apa bagi konsumen atau target konsumennya. Hasil yang diharapkan dalam penelitian ini adalah mengetahui bagaimana proses perencanaan branding dalam meningkatkan kawasan wisata percandian Muaro Jambi.*

Kata kunci: *branding, Candi Muaro Jambi, perencanaan branding*

I. PENDAHULUAN

Candi Muarojambi merupakan warisan budaya bernilai tinggi yang memiliki bangunan-bangunan candi dan bekas reruntuhannya menunjukkan bahwa di masa lalu Percandian Muarojambi pernah menjadi pusat peribadatan agama Budha Tantri Mahayana. Hal ini terlihat dari ragam temuan sarana ritual seperti, Arca Prajnaparamita, reruntuhan stupa, arca gajah singha, *wajra* besi serta tulisan-tulisan mantra yang dipahatkan pada lempengan emas atau digoreskan pada bata.

Salah satu aspek yang mampu meningkatkan PAD yaitu daerah yang memiliki area wisata. Wisata adalah suatu kegiatan yang bersifat senang-senang *(leisure)* yang ditandai dengan mengeluarkan uang atau melakukan kegiatan yang bersifat konsumtif. Area wisata yang dapat dijadikan destinasi setidaknya memiliki potensi wisata yang baik sehingga mampu menjadi daya tarik wisatawan. Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Dengan kata lain, potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat

yang dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (*tourist attraction*) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi seperti PAD.

Perencanaan branding merupakan salah satu usaha merubah pendapat seseorang terhadap suatu tempat atau tujuan termasuk melihat perbedaan sebuah tempat lainnya untuk dipilih sebagai tujuan. Branding berarti suatu pernyataan mengenai siapa (identitas), apa yang dilakukan (produk atau jasa yang ditawarkan), dan mengenai kenapa suatu merek layak dipilih (keistimewaan). Brand yakni reputasi, merek yang memiliki reputasi yakni merek yang menjanjikan, sehingga publik mempercayai dan memilih merek tersebut (Neumeier, 2003: 54)

Branding dapat dilakukan untuk sebuah kawasan wisata, seperti yang telah kita lihat tahun lalu, yang mana telah dibangun branding pada wisata di Indonesia, Pulau Komodo. Branding yang dibangun berbagai pihak dan masyarakat Indonesia dalam mengangkat nama Pulau Komodo di dunia pariwisata beberapa waktu lalu sempat menjadi perhatian. Memasukkan dalam peringkat tujuh keajaiban dunia sebagai hasil dari salah satu usaha dalam branding.

Kaufman (1972) sebagaimana dikutip Harjanto, Perencanaan adalah suatu proyeksi tentang apa yang diperlukan dalam rangka mencapai tujuan absah dan bernilai. Kawasan wisata percandian Muaro Jambi dalam meningkatkan jumlah wisatawan maka akan diadakan perencanaan branding. Mengingat kawasan ini merupakan salah satu kawasan percandian terluas di ASIA dengan luas kurang lebih 3981Ha. Hal ini sangat disayangkan jika potensi yang dimiliki kawasan wisata percandian ini jika tidak dilakukan branding kawasan. Maka akan selamanya orang-orang atau wisatawan jika di Provinsi Jambi memiliki potensi wisata yang dapat dijadikan *list* utama dalam perjalanan wisata. Perencanaan branding memiliki kekuatan tersendiri dalam memperkenalkan suatu brand atau kawasan. Hal ini memiliki pengaruh besar dalam peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dalam konteks wisata kawasan percandian Muaro Jambi. Melalui analisa SWOT yang dimiliki oleh wisata kawasan percandian Muaro Jambi, akan menjelaskan dan mempermudah perencaan branding yang akan dilakukan.

Berdasarkan latar belakang dari identifikasi masalah di atas, penelitian ini bertujuan: (1) Merencanakan branding wisata kawasan percandian Muaro Jambi agar dapat di kenal masyarakat luas untuk meningkatkan kunjungan domestik; (2) Merencanakan branding wisata kawasan percandian Muaro Jambi agar dapat di kenal masyarakat luas untuk meningkatkan kunjungan asing; (3) Memperkenalkan kawasan percandian Muaro Jambi sebagai objek destinasi bagi wisatawan; dan (4) Mengangkat kembali wisata kawasan percandian Muaro Jambi.

Adapun manfaat penelitian perencanaan branding sebagai wisata kawasan percandian Muaro Jambi adalah sebagai berikut: (1) Memberikan informasi tentang perencaaan branding wisata kawasan percandian Muaro Jambi; (2) Sebagai pilihan baru wisata kawasan yang ada diprovinsi Jambi; (3) Dapat menjadi jembatan untuk memperkenalkan wisata kawasan percandian Muaro Jambi di provinsi Jambi kepada masyarakat luas; dan (4) Menjadi alat pembelajaran untuk peneliti sebagai dosen desain komunikasi visual dalam penerapan ilmu desain komunikasi visual.

II. METODE PENELITIAN

Metode Perencanaan branding sebagai wisata kawasan percandian Muaro Jambi adalah sebagai berikut: (1) Observasi. Observasi penulis dengan mengamati secara langsung situs percandian di Muaro Jambi untuk melihat keadaan yang sebenarnya agar dapat dibuat Perencanaan branding yang menarik sehingga dapat diterima dan dikenal masyarakat luas; (2) Wawancara. Wawancara dilakukan dengan mewawancarai narasumber dari pihak dinas pariwisata dan budaya provinsi jambi dan Balai Pelestarian Cagar Budaya (BPCB), untuk mendapatkan infromasi tentang situs percandian di Muaro Jambi; dan (3) Studi Pustaka. Studi Pustaka dilakukan dengan mengumpulkan artikel-artikel yang berhubungan dengan teori desain komunikasi visual dan teori branding dan sebagainya. Studi Pustaka juga dilakukan untuk mengumpulkan artikel sejarah untuk mengetahui peninggalan sejarah yang ada.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Candi Muaro Jambi

Muaro Jambi merupakan peninggalan dari Kerajaan Melayu Kuno, dan satu-satunya pusat peribadatan dari masa hindu buddha (abad 7-13 M) yang terluas di Indonesia. Terdiri dari 82 reruntuhan bangunan kuno, diantaranya ada beberapa kompleks bangunan candi yang telah dibuka dan dilakukan penanganan pelestarian secara intensif. Kawasan ini juga didukung lingkungan alam dan sosial yang masih terjaga dengan baik. Situs percandian Muaro Jambi di Kabupaten Muaro Jambi, yang memiliki

luasan teknis sebesar 3.891 Ha (sumber: BPCB provinsi jambi). Kawasan ini merupakan kompleks percandian terbesar di Asia, dan menjadi satu-satunya kawasan percandian yang terpelihara dan terawat di Pulau Sumatera.

Ada banyak candi yang terdapat di situs percandian ini seperti, Candi Tinggi, dari kompleks Candi Gumpung apabila anda melihat ke arah timur laut dengan jarak 200 m dapat terlihat sebuah candi lain yang menjulang lebih tinggi. Candi inilah yang disebut Candi Tinggi. Halaman Kompleks Candi Tinggi dikelilingi pagar tembok dengan gapura utama menghadap ke sebelah timur sedangkan gapura lain berada di sisi barat. Didalamnya terdapat candi induk dan 6 candi perwara, Candi Kembar Batu, Lokasi Candi Kembar Batu dapat ditempuh dari Candi Tinggi ke arah tenggara dengan jarak 250 m. Kompleks candi dibatasi parit dan panggar tembok keliling dengan pintu gerbang terletak di sisi timur, serta didalamnya terdapat candi induk dan sejumlah candi perwara. Pada waktu dilakukan ekskavasi berhasil diselamatkan sebuah gong kuno dari perunggu bertuliskan huruf Cina, dan kini benda itu menjadi koleksi Museum Negeri Jambi, Candi Astano, Candi Astano berada sekitar 1.250 m arah timur Candi Tinggi. Bangunan candi induk unik, berbeda bentuk dibanding candi-candi lain yang ada di Situs Muaro Jambi. Bentuk bangunan memiliki 12 sisi, menurut penafsiran para ahli, bentuk tersebut merupakan gabungan tiga bangunan yang masing-masing berbeda usianya atau dibangun lebih dari satu kali, Candi Gedong 1 dan Candi Gedong 2, kedua candi letaknya saling berdampingan, Candi Gedong 1 berada di sisi timur dan Candi Gedong 2 terletak di sebelah barat, kedua candi induk sama-sama memiliki tangga masuk dari sisi timur, Candi Kedaton, kompleks candi terletak di sebelah utara jalan raya, sebelum pintu gerbang masuk kawasan wisata Situs Muaro Jambi, atau dapat dicapai dari pusat kunjungan ke arah barat melalui Candi Gedong 1 dan 2.

Candi Kedaton merupakan kompleks candi terbesar yang ada di Situs Muaro Jambi. Halaman kompleks dikelilingi pagar tembok, reruntuhannya masih dapat ditemui, dan diperkirakan memiliki panjang yang mengelilingi wilayah 215 x 250 m. Di dalam kompleks terdapat candi induk yang menghadap ke utara dan berdenah bujur sangkar berukuran 26 x 26 meter, Candi Kotomahligai, lokasi kompleks candi terletak paling barat dari gugusan percandian Muaro Jambi. Dari pusat kunjungan wisata situs purbakala Muaro Jambi berjarak 4 km, yang secara administratif terletak di wilayah Desa Danau Lamo kecamatan Muarosebo. Pada kompleks candi terdapat candi induk dan candi perwara, selain itu juga terdapat sisa-sisa dinding tembok suatu bangunan yang terdiri dari beberapa ruangan. Wilayah dengan luas 10.850 m ini juga dikelilingi pagar tembok. Pada halaman ini pernah ditemukan dua buah arca gajah, satu diantaranya berupa Gajah Singha seperti yang ditemukan di Candi Gedong 2. Kedua arca tersebut telah dipindahkan dan di simpan di Museum.

Candi Muaro Jambi dapat ditempuh dari kota Jambi sekitar satu jam menggunakan moda transportasi darat dan air. Untuk jalur darat, perjalanan dapat ditempuh dengan menggunakan mobil pribadi atau mobil sewaan. Perjalanan dapat dimulai dari Kodya Jambi ke Jembatan Aur Duri menuju Olak Kemang yang berujung di lokasi objek wisata. Jika melewati jalur air, pilih kapal cepat dari kota Jambi menyusuri Sungai Batanghari.

Tabel jumlah data pengunjung pada Tahun 2013.Data kunjungan ini diperoleh penulis dari Balai Pelestarian Cagar Budaya Provinsi Jambi, hasil ini diperoleh untuk mendukung kelengkapan laporan penulis. Adapun data kunjungan wisatawan asing maupun domestik selama satu tahun terakhir yaitu Januari hingga Desember 2013. dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Data pengunjung Desember 2013

Bulan	Umum	Pelajar	Dinas	Asing
1	3481	2396	7	15
2	1936	1258	17	7
3	2462	1687	23	18
4	2658	1876	35	27
5	6247	8693	18	23
6	5628	2581	28	22
7	5246	6371	14	21
8	1864	321	16	7
9	2154	571	23	16
10	3691	1759	28	13
11	3873	2683	34	21
12	6742	5481	46	27

Total Domestik : 81.967
Total Asing : 219
Total Seluruh : 82.186

B. Potensi Pariwisata

Kawasan ini didukung lingkungan alam dan sosial yang masih terjaga dengan baik. Situs percandian Muaro Jambi di Kabupaten Muaro Jambi, yang memiliki luasan teknis sebesar 3.891 Ha (sumber: BPCB provinsi jambi). Kawasan ini merupakan kompleks percandian terbesar di Asia,

dan menjadi satu-satunya kawasan percandian yang terpelihara dan terawat di Pulau Sumatera. Kawasan percandian ini juga telah di daftarkan dan berpotensi sebagai warisan dunia oleh UNESCO.

Analisa data merupakan salah satu elemen utama dalam sebuah perencanaan destination branding wisata kawasan percandian Muaro Jambi, terutama pada analisis SWOT karena ini dengan menganalisa dapat digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya perencanaan ini yaitu di antaranya:

1. Strength:

a. Kawasan situs percandian terluas di Asia dengan luasan mencapai 3.981 Ha.
b. Akan dijadikan warisan dunia oleh UNESCO, oleh pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jambi telah mendaftarkan situs ini.
c. Peninggalan-peninggalan budaya dan lingkungan yang masih utuh dan terjaga yang telah dipelihara oleh masyarakat lokal.

2. Weakness

a. Dewasa ini belum banyak yang mengetahui destination wisata kawasan percandian Muaro Jambi.
b. Jika debit air sungai Batang Hari meningkat maka akses ke kawasan ini akan banjir, sehingga sulit untuk mencapai lokasi.

3.Opportunity

a. Sebagai kawasan percandian terluas di Asia Tenggara dan potensi alam maupun buatan yang telah ada memberikan kesempatan pada wisata kawasan percandian Muaro Jambi sebagai destinasi wisata bagi para wisatawan domestik maupun asing.
b. Mulai tumbuhnya agen-agen travel lokal, dalam membantu memajukan pariwisata.
c. Dengan makin berkembangnya teknologi, membuka kesempatan besar dalam mempromosikan wisata kawasan percandian Muaro Jambi.

4.Threath

a. Adanya ancaman dari perusahaan batu bara yang membuat kawasan ini dinilai tidak akan bertahan lama dikarenakan akan menimbulkan masalah kesehatan dan merusak kawasan percandian Muarojambi, batubara mengeluarkan gas metana yang mudah terbakar. Hasil bakaran ini akan menjadi pecahan kecil yang bisa terbang ke segala arah, termasuk ke arah kawasan percandian Muaro Jambi, Vandalisme oleh perusahaan batubara yang ada Muarojambi. Tumpukan batu bara masuk ke aliran sungai menghasilkan air yang asam, masuk ke bata melalui jaringan yang ada maka mengakibatkan candi rusak.
b. Adanya kekhawatiran akan proses branding yang diciptakan dan media promosi yang direncanakan akan menjadi sia-sia bila tidak ditunjang fasilitas dan diferensiasi yang akan di rancang.

IV. SIMPULAN

Setelah melihat pembahasan analisa SWOT yang dilakukan maka perencanaan branding yang akan dilakukan pada wisata kawasan percandian Muaro Jambi dirasa perlu. Dilihat dari beberapa teori yang digunakan dalam landasan penelitian ini, maka jika dilihat dari sisi desain komunikasi visual, perencanaan ini mampu dikenal dengan membuat perencanaan seperti yang dimulai dari membuat logo. Logo dibuat juga berdasarkan hasil dari analisa SWOT yang telah disusun, sehingga mampu dibaca dan menarik perhatian wisatawan dimata nasional maupun internasional. Setelah dirancang sebuah logo, tahap selanjutnya adalah branding, logo sebagai wajah dari wisata kawasan percandian Muaro Jambi. Tujuannya adalah memperkenalkan wisata kawasan percandian Muaro Jambi kepada wisatawan lokal maupun non lokal, kepada seluruh masyarakat provinsi Jambi, diluar Provinsi Jambi bahkan Mancanegara. Kekuatan branding dalam menaikkan citra suatu produk atau meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan merupakan salah satu usaha yang tepat untuk mencapai tujuan yang akan dicapai. Perencanaan branding pada wisata kawasan percandian Muaro Jambi harus dilakukan sesegera mungkin, mengingat potensi kawasan yang dimiliki sangat potensial jika dijadikan sebagai destinasi wisata bagi para wisatawan lokal dan non lokal. Aktivitas branding merupakan hal yang wajib dilakukan dalam membuat sebuah identitas atau image suatu badan usaha, lembaga ataupun organisasi agar mendapat respon positif dari Target market yang di tuju.

V. DAFTAR RUJUKAN

[1] M. Neumeier, The Brand Gap. New York: New Riders Publishing. 2003

[2] M. Neumeier, The Brand Gap, Berkeley: New Riders, 2003.

[3] R. A. Kaufman, Educational System Planning, Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1972.