BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecamatan Ujungberung merupakan salah satu dari 30 kecamatan yang ada di Kota Bandung dan terletak di bagian Timur kota Bandung. Selain mempunyai wilayah pertanian yang cukup luas, Kecamatan ini memiliki potensi budaya terbesar di Kota Bandung. Kecamatan Ujungberung merupakan kawasan pengembang seni budaya. Dari sekitar 24 potensi kesenian di Kota Bandung, 20 di antaranya berasal dan berada di Ujungberung, Salah satu kesenian yang terkenal dan berkembang di kecamatan ini yaitu kesenian Benjang Topeng, Benjang Gulat, Bangbarongan dan kuda Renggong. dari 5 kelurahan yang dimiliki Kecamatan Ujungberung yaitu Kelurahan Pasir Endah, Cigending, Pasirwangi, Pasirjati dan Pasanggrahan masing-masing kelurahannya memiliki padepokan kesenian. Ujungberung merupakan satu-satunya kecamatan di Kota Bandung yang memiliki Pendopo hal ini dikarenakan banyaknya kesenian yang lahir dan berada di kecamatan Ujungberung. Selain kesenian tradisional kecamatan Ujungberung terkenal sebagai daerah perkembangan musik Metal di Kota Bandung dengan lahirnya komunitas Ujungberung Rebel yang terbentuk pada tahun 1995 oleh remaja di Kawasan Ujungberung dan masih aktif dan bahkan semakin berkembang hingga saat ini.

Selain Memiliki Potensi di bidang kesenian dan budaya, Kecematan Ujungberung pun memiliki potensi di bidang Pariwisata khususnya pada wisata alam. Hal ini dikarenakan lokasi Ujungberung yang secara geografis terletak di kaki gunung Manglayang, bahkan pada tahun 2006 pada saat itu wali kota Bandung sendiri yang langsung meresmikan Objek wisata Pasir Kunci yang merupakan salah satu tempat wisata budaya dan kuliner.

Kecamatan Ujungberung juga memiliki potensi di bidang industri rumahan seperti adanya beberapa pabrik tahu, pabrik tempe dan konveksi . selain itu di kecamatan ini terdapat perumahan seperti komplek dan *real estate* hal ini dikarenakan faktor geografis kecamatan Ujungberung yang strategis dan tentunya sumber daya alam yang melimpah yang dapat menjadi daya tarik dan memancing minat masyarakat untuk membeli dan menetap di kecamatan Ujungberung.

Semua potensi unggul yang dimiliki Kecamatan Ujungberung baik di bidang seni budaya dan wisata tidak disertai dengan adanya faktor-faktor penting yang dapat mendukung kemajuan dari potensi kecamatan Ujungberung. Dimulai dari kurangnya media informasi yang dapat mempermudah masyarakat yang datang untuk bisa lebih mengenal tentang kawasan kecamatan tersebut dan belum ada media resmi untuk dijadikan sebagai alat promosi, karena dengan adanya promosi yang baik dapat memperkenalkan serta meningkatkan antusias masyarakat akan kecamatan Ujungberung. Selain itu Kecamatan ini tidak memiliki suatu identitas yang dapat memperkenalkan semua potensi yang ada kepada masyarakat dan mempesentasikan tujuan visi misi dari kecamatan Ujungberung.

City branding tentunya merupakan upaya pengenalan identitas dearah yang mengangkat potensi dan keunikan yang dimiliki, bagaimana membuat *brand* Kecamatan Ujungberung yang dapat memberikan kerinduan ketika meninggalkannya dan memberikan rasa bangga pada orang yang menetap didalamnya, juga lebih merubah paradigma, perilaku dan memenuhi harapan masyarakat. Hal tersebut dapat terwujud jika nilai sebuah daerah dikemas menjadi *brand* yang hasilnya bisa memenuhi harapan masyarakat dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang terdapat di kawasan Kecamatan Ujungberung, yaitu:

1. Kecamatan Ujungberung belum memiliki *brand* atau identitas yang spesifik yang dapat potensi yang dimiliki
2. Kurangnya informasi mengenai potensi yang dimiliki kecamatan Ujungberung
3. Pesatnya perkembangan pembangunan di kecamatan Ujungberung tidak disertai dengan rasa memiliki dari masyarakat yang tinggal di dalamnya
4. Belum ada media pendukung bagi kecamatan Ujungberung yang memposisikan diri sebagai kecamatan mitra utama dalam pengembangan kawasan timur Kota Bandung tahun 2018

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang identitas untuk kecamatan Ujungberung sebagai media penunjang untuk mempromosikan potensi yang ada kepada masyarakat luar, serta meningkatkan rasa memiliki masyarakat yang tinggal didalam kecamatan Ujungberung.

1.4 Batasan Masalah

Permasalahan dibatasi pada perancangan *brand* dan identitas kecamatan Ujungberung dalam upaya mengenalkan dan mempromosikan semua potensi yang ada di Kacamatan Ujungberung.

1.5 Tujuan Perancangan

Berikut merupakan tujuan perancangan dari *city branding* Kecamatan Ujungberung, yaitu :

1. Membuat *brand* Kecamatan Ujungberung yang sesuai dengan nilai-nilai yang terdapat di kecamatan Ujungberung.
2. Mempromosikan kepada masyarakat luar tentang keberadaan seni, budaya dan wisata di Kecamatan Ujungberung.
3. Mendukung kota Bandung sebagai kota wisata dan budaya yang salah satu potensinya berada di kecamatan Ujungberung.
4. Meningkatkan rasa cinta dan rasa memiliki masyarakat terhadap kecamatan Ujungberung.