BAB II. *CITY BRANDING* KOTA PALABUHANRATU

II.1. Landasan Teori

II.1.A. Potensi

Menurut Wiyono yahun 2005, Potensi memiliki arti kemampuan dasar dari seseorang yang masih terpendam dan menunggu untuk dimunculkan menjadi kekuatan yang nyata. Dari pendapat Wiyono tersebut potensi dapat diartikan sebagai kemampuan yang masih terpendam dan siap untuk diwujudkan dan dapat dimanfaatkan dalam kehidupan manusia itu sendiri. Sementara menurut Endra K Pihaldi tahun 2008, Potensi adalah suatu energi ataupun kekuatan yang masih belum digunakan secara optimal. Dalam hal ini potensi diartikan sebagai kekuatan yang masih terpendam yang dapat berupa kekuatan, minat, bakat, kecerdasan, dan lain-lain yang masih belum digunakan secara optimal, sehingga manfaatnya masih belum begitu terasa.

Pada potensi kota menurut Sayed Muddasir dalam halaman website wordpress.com tahun 2013 yang diakses pada 13 April 2016 dengan judul geografi kota terdapat beberapa bagian antara lain:

1. Potensi sosial
   Yaitu adanya badan-badan atau yayasan, sosial, organisasi, pemuda dan lain-lain.
2. Potensi ekonomi
   Yaitu adanya pasar-pasar, bank-bank, stasiun, dan kompleks pertokoan yang menunjang sistem perekonomian kota.
3. Potensi politik
   Yaitu adanya aparatur kota yang menjalankan tugas-tugasnya baik aparatur sipil maupun militer.
4. Potensi budaya yaitu adanya bentuk-bentuk budaya yang ada antara lain dibidang pendidikan kesenian, dan kegiatan lain yang menyemarakkan kota.

II.1.B. Pengertian Kota

Menurut Max Weber Kota adalah suatu tempat yang penghuninya dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan ekonominya di pasar lokal. Ciri kota adalah adanya pasar

sebagai benteng serta mempunyai sistem hukum tersendiri dan bersifat cosmopolitan. Sedangakan menurut Peranturan Mendagri No.2 tahun 1987 Kota adalah pusat permukiman dan kegiatan penduduk yang mempunyai batasan wilayah administrasi yang diatur dalam peraturan perundangan, serta permukiman yang telah memperlihatkan watak dan ciri kehidupan perkotaan.

II.1.C *Brand*

Menurut Alina Wheeler, Berbagai bidang memandang *brand* dari sudut pandangnya masing-masing, antara lain bisnis dan keuangan, *marketing*, *advertising*, *sales*, *promotion*, *public relation*, komunikasi, desain grafis, *semiotic*, psikologis, *statistic*, antropologi, sosiologi, dan lain-lain. Karena itu makna *brand* menjadi sangat luas, Alina Wheeler menulis dalam sebuah bukunya "*Designing Brand Identity*", "makna *Brand* dapat berubah sesuai konteksnya. Kadang *brand* sebagai benda, kadang sebagai kata kerja, kadang menjadi sama dengan nama perusahaan, pengalaman perusahaan dan harapan konsumen". Menurut Surianto Rustan dalam bukunya Mendesain Logo pada halaman 15, *Brand* memiliki makna yang jauh lebih dalam dan luas dari pada logo. Logo berbentuk benda fisik yang bisa dilihat, sedangkan *brand* mencakup keseluruhannya, baik yang fisik, non-fisik, pengalaman dan asosiasi. *Brand* merupakan rangkuman nilai-nilai esensial dari entitas.

Menurut Daryl Travis tahun dalam bukunya *Emosional Branding* tahun 2006 halaman 15, Sebuah *Brand* bukan sebuah pabrik, mesin, persediaan, teknologi, paten, pendiri, hak cipta, logo, atau slogan. Bahkan produk Anda adalah *Brand* Anda. seperti dikatakan sebelumnya, produk dibuat di pabrik, sebuah *Brand* dibuat didalam pikiran Anda.

Advirson menjelaskan dalam bukunya *Meaning and Value in Media Culture* tahun 2006, *Brand* telah menjadi alat penting untuk mengubah kehidupan sehari-hari menjadi nilai ekonomi. logo perusahaan yang tertulis dalam kehidupan kita sehari-hari sebagai perusahaan mencoba untuk merek gaya hidup tertentu atau nilai kompleks ke produk mereka, bekerja pada asumsi bahwa konsumen menginginkan produk karena kemampuan mereka untuk memberi makna bagi kehidupan mereka.

Namun, *brand* juga memiliki fungsi tombol dalam strategi manajerial. Melalui evaluasi tentang media baru, manajemen kontemporer dan ekonomi media secara keseluruhan, ia menyajikan sebuah teori yang sistematis dan komprehensif *brand*. *Brand* atau merek menggunakan studi kasus ilustratif seluruh dari riset pasar, iklan, display toko, ponsel, internet dan perusahaan virtual.

Dewasa ini terdapat berbagai definisi "*brand*" dan "*branding*", menurut kamus kosakata Interbrand, sebuah konsultan *branding* terkemuka di dunia yang berpusat di New York, mendefinisikan *brand* secara lebih spesifik, yakni *"a mixture of attributes, tangible and intangible, symbolized in a trademark, which, 7 if managed properly, creates value and influence"* yaitu suatu perpaduan dari atribut, nyata dan abstrak, yang disimbolkan melalui sebuah nama dagang, yang, apabila dikelola dengan tepat, dapat menghasilkan nilai dan pengaruh. Sedangkan *"branding"* didefinisikan sebagai *"selecting and blending tangible and intangible attributes to differentiate the product, service or corporation in an attractive, meaningful and compelling way"* yaitu pemilihan dan pencampuran atribut-atribut nyata dan abstrak untuk membedakan produk, jasa atau perusahaan dengan cara yang menarik, penuh arti dan memaksa.

Menurut Kotler (2002, h.460) Merek dapat memiliki enam level pengertian yaitu:

- Atribut. Atribut berarti bahwa merek mengingatkan pada atibut-atribut tertentu.
- Manfaat. Manfaat berarti bahwa atribut perlu diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.
- Nilai. Nilai berarti bahwa merek juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen.
- Budaya. Budaya berarti bahwa merek juga mewakili budaya tertentu.
- Kepribadian. Kepribadian berarti bahwa merek juga mencerminkan kepribadian tertentu.
- Pemakai. Pemakai berarti bahwa merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan merek tersebut.

a. Fungsi Brand

Menurut Surya dalam bukunya *Global Capabilities* halaman 23, beberapa fungsi utama *brand* adalah:

- Sebagai sebuah janji. *Brand* menjanjikan diferensiasi yang berarti, menciptakan kecenderungan, dan mampu menjadikan produk "premium".
- Sebagai jalan pintas dalam pengambilan keputusan.
- Sebagai aset yang menambah nilai finansial.
- Menandakan perubahan kepada *audience.*
- Menanggapi perubahan *audience*.
- Mengkomunikasikan kembali nilai-nilai perusahaan pada masyarakat.
- Memerangkati moral orang-orang didalam perusahaan.
- Mengabsahkan momentum untuk sebuah pernyataan jangka panjang.
- Menciptakan, mengelola, dan menguasai persepsi masyarakat, baik didalam organisasi maupun masyarakat umum.

II.D. *City Branding*

Menurut Gustiawan tahun 2011, *City branding* dapat dikatakan sebagai strategi dari suatu negara atau daerah untuk membuat *positioning* yang kuat didalam benak target pasar mereka, seperti layaknya *positioning* sebuah produk atau jasa, sehingga negara dan daerah tersebut dapat dikenal secara luas diseluruh dunia. Berdasarkan definisi *city branding* di atas, *City branding* dapat diartikan sebagai sebuah proses pembentukan merek kota atau suatu daerah agar dikenal oleh target pasar *(investor, tourist, talent, event)* kota tersebut dengan menggunakan ikon, slogan, eksibisi, serta *positioning* yang baik, dalam berbagai bentuk media promosi. Sebuah *city branding* bukan hanya sebuah slogan atau kampanye promosi, akan tetapi suatu gambaran dari pikiran, perasaan, asosiasi dan ekspektasi yang datang dari benak seseorang ketika seseorang tersebut melihat atau mendengar sebuah nama, logo, produk layanan, event, ataupun berbagai simbol dan rancangan yang menggambarkannya.

a. Syarat *City Branding*

Menurut Handito Sugiarsono tahun 2009 dalam membuat sebuah *city branding*, terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi, diantaranya:

- *Attributes: Do they express a city's brand character, affinity, style, and personality?*
  (menggambarkan sebuah karakter, daya tarik, gaya dan personalitas kota).

- *Message: Do they tell a story in a clever, fun, and memorable way?*
  (menggambarkan sebuah cerita secara pintar, menyenangkan dan mudah atau selalu diingat).

- *Differentiation: Are they unique and original?*
  (unik dan berbeda dari kota-kota yang lain).

- *Ambassadorship: Do they inspire you to visit there, live there, or learn more?*
  (Menginsipirasi orang untuk datang dan ingin tinggal dikota tersebut).

b. Tujuan *City Branding*

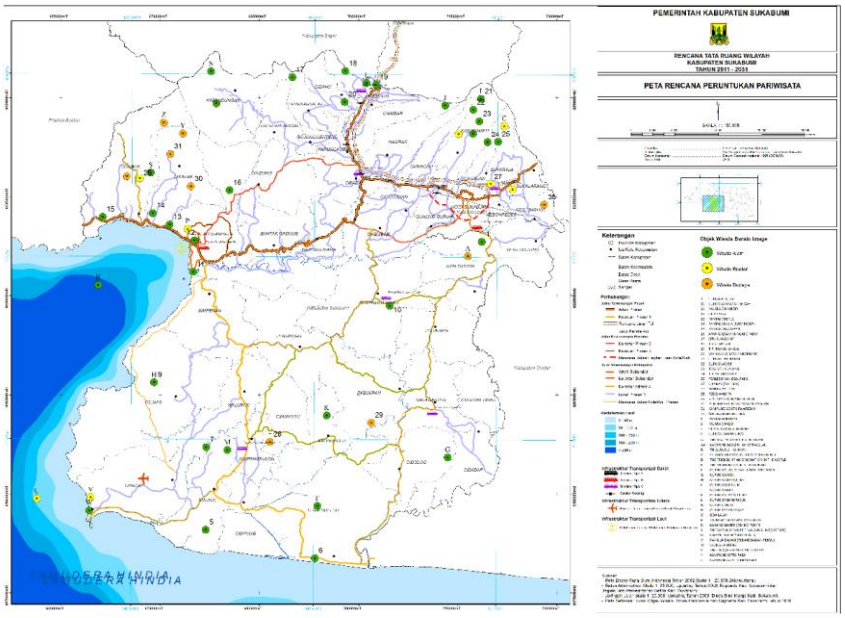
Alasan logis melakukan *city branding* menurut Handito Sugiarsono tahun 2009

- Memperkenalkan kota / daerah lebih dalam
- Memperbaiki citra
- Menarik wisatawan asing dan domestik
- Menarik minat investor untuk berinvestasi
- Meningkatkan perdagangan.

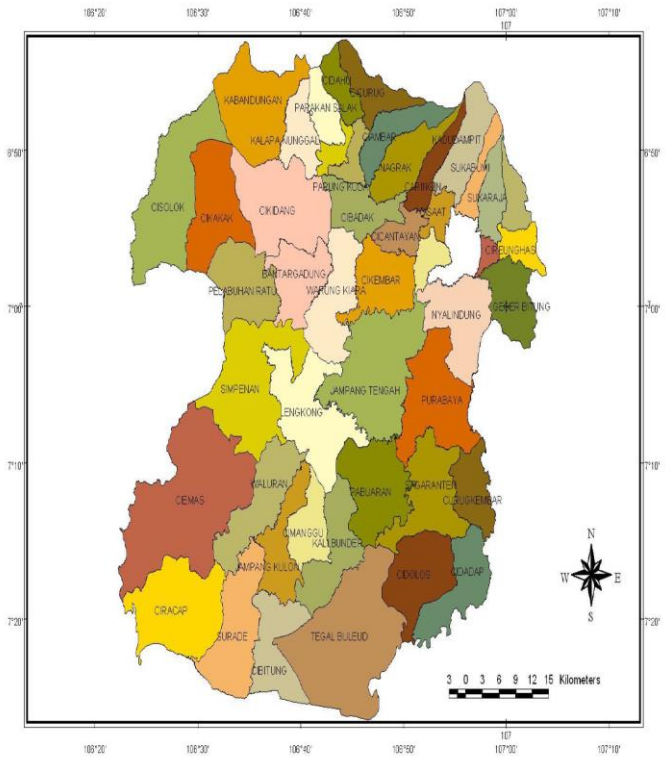
II.2. Kota Palabuhanratu

II.2.A Letak Administratif dan Geografis

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi tahun 2005 menjelaskan, Kota Palabuhanratu merupakan wilayah bagian dari Kabupaten Sukabumi yaitu tepatnya Ibu kota dari Kabupaten Sukabumi, dan Kabupaten Sukabumi terdiri dari 47 kecamatan termasuk Kota Palabuhanratu terdiri terbagi atas 8 Desa yaitu Desa Palabuhanratu, Desa Tonjong, Desa Citepus, Desa Buniwangi, Desa Cibodas, Desa Pasir Suren dan Desa Citarik, daerah ini merupakan daerah dengan populasi dengan tingkat pertumbuhan ekonomi serta potensi yang besar.



Gambar II.1. Peta Rencana Peruntukan Pariwisata Kab.Sukabumi
Sumber: Bappeda 2015
(Diakses pada 24 Desember 2015)



Gambar.II.2. Peta Kabupaten Sukabumi
Sumber: Badan Pusat Statistik 20015
(Diakses pada 24 Desember 2015)

Secara letak Geografis Kota Palabuhanratu berada di sebelah selatan Kabupaten Sukabumi dengan Batas Median Utara : 6 0 - 57 ‘ Lintang Selatan, Selatan : 7 0 - 25 ‘ Lintang Selatan, Barat : 106 0 - 49 ‘ Bujur Timur dan Timur : 107 0 - 00 ‘ Bujur Timur. Daerah yang membatasi Kota Palabuhanratu (wilayah IV). Batas wilayah pada bagian utara yaitu Kabandungan dan Cikidang, pada batas wilayah bagian selatan Samudera Hindia, pada bagian timur Bantar Gadung dan batas wilayah pada bagian Barat yaitu Kecamatan Cikakak. Kota Palabuhanratu merupakan wilayah yang memiliki potensi untuk di kembangkan. selain potensi, jarak antar kota juga merupakan sesuatu yang harus diperhatikan untuk ke produktifitasan Kota Palabuhanratu.

Tabel II.1. Jarak Antar Ibu Kota Kabupaten Di Jawabarat
Sumber: KSDA 2015 dan Dinas Bina Marga Kabupaten Sukabumi 2015.
(Diakses pada 24 Desember 2015)

TABEL 1 : JARAK ANTAR IBUKOTA KABUPATEN DI JAWA BARAT (KM)

Kota	Jakarta	Serang	Pangdeglang	Lebak	Tangerang	Bekasi	Karawang	Purwakarta	Subang	Bogor	Sukabumi	Cianjur	Bandung	Sumedang	Garut	Tasikmalaya	Ciamis	Kuningan	Majalengka	Cirebon	Indramayu
Jakarta	-	90	111	131	25	29	171	113	161	58	119	122	187	232	250	293	308	293	278	258	205
Serang	90	-	21	41	65	119	161	203	251	148	209	212	277	322	340	383	398	383	368	348	295
Pandeglang	111	21	-	20	86	140	182	224	272	118	179	182	298	343	361	404	419	404	389	369	316
Lebak	131	41	20	-	106	160	202	244	292	98	159	172	227	272	290	333	348	392	318	357	336
Tangerang	25	65	86	106	-	54	96	138	186	83	144	147	212	257	275	318	333	318	303	283	230
Bekasi	29	119	140	160	54	-	42	84	132	87	148	151	154	199	127	260	279	261	239	226	176
Karawang	71	161	182	202	96	42	-	42	90	96	172	147	112	157	175	218	233	219	230	184	134
Purwakarta	113	203	224	224	138	84	42	-	48	163	136	99	70	115	133	176	191	235	161	200	130
Subang	161	125	272	292	186	132	90	48	-	186	42	39	58	61	121	164	179	191	149	156	102
Bogor	58	148	118	98	83	87	96	163	186	-	61	74	129	174	192	235	250	194	220	259	313
Sukabumi	119	209	179	159	144	148	172	136	42	61	-	32	96	141	159	202	217	261	187	226	280
Cianjur	122	212	182	172	147	151	147	99	39	74	32	-	65	110	128	171	186	230	156	195	249
Bandung	187	277	298	227	212	154	112	70	58	129	96	65	-	45	63	106	121	165	91	130	184
Sumedang	232	322	343	272	257	199	157	115	61	174	141	110	45	-	72	115	130	120	46	85	139
Garut	250	340	361	290	275	217	175	133	121	192	159	128	63	72	-	57	74	192	118	157	211
Tasikmalaya	293	383	404	333	318	260	218	176	164	235	202	171	106	115	57	-	17	185	101	120	174
Ciamis	308	398	419	348	333	279	233	191	179	250	217	186	121	130	74	17	-	68	84	103	157
Kuningan	293	383	404	392	318	261	219	235	191	194	261	230	165	120	192	185	68	-	51	35	89
Majalengka	278	368	389	318	303	239	203	161	149	220	187	156	91	46	118	101	84	51	-	61	82
Cirebon	258	348	369	357	283	229	184	200	156	259	226	195	180	85	157	120	103	35	61	-	54
Indramayu	205	295	316	336	230	176	134	130	102	313	280	249	184	139	211	174	157	89	82	54	-

Sumber : Dinas Bina Marga Kabupaten Sukabumi

II.2.B. Visi dan Misi Bupati Sukabumi 2016-2021 dengan sumber Bappeda Kabupaten Sukabumi 2015.

- VISI

  ''Terwujudnya Kabupaten Sukabumi yang Religius dan Mandiri"

- MISI

Misi adalah rumusan umum mengenai upaya-upaya yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan Visi. Misi ini merupakan suatu rumusan bagaimana mencapai atau jenis pelayanan apa saja yang akan diberikan atau disediakan untuk mencapai Visi. Selanjutnya Misi adalah sebagai berikut:

1) Meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat berbasis ekonomi lokal melalui bidang agribisnis, pariwisata dan industri yang berwawasan lingkungan
2) Mewujudkan Sumber Daya Manusia yang berdaya saing dan religius
3) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih dan professional
4) Optmalisasi pelayanan kesehatan, pendidikan dan infrastruktur daerah

- Program Prioritas

- Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 2 kali lipat dari 2.917.660 menjadi 6.000.000 wisatawan, 150.000 diantaranya wisatawan asing pada tahun 2020. (urusan pariwisata)
- Penataan destinasi wisata. (urusan pariwisata). (Sumber : Bappeda Kabupaten Sukabumi, 2015: Visi Misi Bupati Kabupaten Sukabumi)

II.2.C. Sejarah Kota Palabuhanratu

Sejarah Kota Palabuhanratu yang bersumber dari Tata Pemerintahan Kabupaten Sukabumi 20016.

Nyi Purnamasari adalah putri sulung dari istri ke tujuh Prabu Sedah Raga Mulya Suryakancana atau Siliwangi V. Kecantikannya luar biasa, sehingga tak heran banyak para pangeran dan bangsawan yang berebut memperistrinya. Nyi Purnama Sari lebih memilih sang Pangeran Pajajaran Girang. Merasa cintanya tak sampai, Jaya Antea memilih mundur dari jabatan dan diam diam mulai bergabung dengan

komunitas Islam yang mulai berkembang terutama di daerah Banten. Rupanya Jaya Antea orang cerdas yang tanggap menangkap perubahan jaman. Dia melihat Banten sebagai calon penguasa baru tanah Pasundan di era berikutnya.

Pada hari yang ditentukan, dengan terbukanya Lawang Gintung, maka pasukan Banten dengan leluasa membumi hanguskan terutama lima bangunan utama istana Pakuan, yaitu Bima, Punta, Narayana, Madura dan Suradipati atau "panca persada" (lima keraton). Epik tentang cinta, pengkhianatan, keyakinan dan peperangan terus berlanjut. Jaya Antea yang masih memendam bara api cinta terhadap Nyi Ratu Purnamasari terus membuntuti rombongan kecil ini.

Di suatu tempat di Bantargadung dua kelompok yang dari segi jumlah tidak seimbang terus bertempur sampai malam menghentikan pertumpahan darah itu. Pada malam itulah terjadi dialog antara Jaya Antea dengan Ki Kalang Sunda, sisa terakhir pasukan banten telah dihalau. Jaya Antea sang pemimpin telah berkalang air-tubuhnya dilempar ke laut. Tetapi kisah belum selesai, malah babak baru sesunguhnya baru saja dimulai.

Pada saat pelarian itu Nyi Purnamasari sedang hamil 5 bulan. Ki Kalang Sunda mencari tempat yang aman untuk junjungannya agar selamat selama persalinan. Ditemukanlah tempat yang bernama Babakan Cidadap, di sebuah mata air yang bernaung dibawah pohon dadap tak jauh dari sungai Cimandiri. Bayi lahir sehat dan berjenis kelamin perempuan. Kemudian diberi nama Nyi Mayang Sagara. Kedatangan Nyi Purnamasari membawa berkah tersendiri bagi Cidadap. Cidadap tumbuh menjadi pelabuhan ramai, dan penduduknya kian berkembang. Para puun kemudian sepakat mengangkat Nyi Purnama sari menjadi puun Nyi Ratu Purnamasari.

Sejalan dengan beranjak dewasanya Nyi Mayang sagara, maka ketiga puun sepakat menyerahkan kembali tampuk pimpinan kepada putri Nyi Ratu tersebut, yang kemudian bergelar Nyi Ratu Kidul. Kemudian nama pelabuhan pun diganti menjadi Palabuan Nyi Ratu. Palabuhananratu sendiri berasal dari kata “Panglabuhan” yaitu tempat berlabuh sedangkan “Ratu” adalah putri kerajaan. Jadi Palabuhanratu adalah tempat berlabuhnya Ratu anak dari Prabu Siliwangi V.

II.2.D. Potensi Wisata Kota Palabuhanratu

Kota Palabuhanratu memiliki banyak potensi untuk dikembangkan dan di informasikan kepada masyarakat, agar Kota Palabuhanratu menjadi kota yang berkembang sehingga meningkatkan citra kota Palabuhanratu sebagai kota yang penuh dengan potensi dan keunikan yang bisa dikembangkan, baik itu kehidupan masyarakatnya ataupun tatanan kotanya yang mempunyai citra bagus di masyarakat.

Berikut ini merupakan potensi-potensi dibidang wisata:

1. Kawasan wisata pantai

Kota Palabuhanratu merupakan Kota yang terletak diwilayah selatan di Jawa Barat yang dekat dengan Samudera Hindia, tidak heran kawasan wisata Pantai merupakan bagian dari potensi yang dimiliki oleh Kota Palabuhanratu. Uniknya, kawasan wisata Pantai yang ada dikota Palabuhanratu letaknya tidak jauh dengan perkotaan, sehingga masyarakat atau pun pengunjung mengunjungi Kota Palabuhanratu, masyarakat akan disuguhkan dengan pemandangan kawasan wisata pantai yang dekat dengan perkotaan. Berikut ini adalah kawasan wisata pantai yang ada di Kota Palabuanratu:

- Pantai Patuguran

Pantai Patuguran merupakan Pantai yang terletak tidak jauh dari pusat kota, letaknya berada disebelah selatan. Pantai Patuguran ini merupakan pantai yang berada paling awal diperbatasan Kota Palabuhanratu. Pantai Patuguran ini didominasi oleh hamparan pasir dan ombak yang tenang, tidak hanya ini dipantai Patuguran ini merupakan pantai yang bersebelahan dengan pegunungan, jadi pengunjung tidak hanya bisa menikmati keindahan pantainya saja, disisi lain masih bisa menikmati pegunungan disebelahnya.

Untuk bisa mencapai pantai patuguran ini perlu waktu sekitar 20 menit dari pusat kota dengan kendaraan roda besar agar keselamatan dan kenyaman tetap terjaga.



Gambar.II.3. Pantai Patuguran
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Pantai Gado Bangkong

Pantai Gado Bangkong merupakan Pantai yang didominasi oleh batuan dan bata hasil pengembangan. Pantai Gado Bangkong ini berada didekat dengan Pusat Kota Palabuhanratu dan dekat dengan Dermaga.



Gambar.II.4. Pantai Gado Bangkong
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 20015)

- Pantai Karang Sari

Pantai Karang Sari merupakan Pantai yang didominasi oleh, hamparan pasir, batu karang serta memiliki ombak yang cukup kuat. Pantai Karang Sari ini lokasinya tidak jauh dari pantai Gado Bangkong berada menuju ke sebelah barat.



Gambar.II.5. Pantai Karangsari
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Pantai Karang Pamulang

Pantai karang Pamulang merupakan pantai yang didominasi oleh pesisir pantai dan karang, Pantai Karang Pamulang ini lokasinya berada di bawah peninggalan presiden yaitu Tenjo Resmi. Posisinya berada disebelah barat pantai Karangsari.



Gambar.II.6. Pantai Karang Pamulang
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Pantai Citepus

Pantai Citepus merupakan pantai yang di dominasi oleh hamparan pasir dan terdapat muara. Pantai Citepus berlokasi bersebelahan dengan Pantai Karang Pamulang kira-kira 500 meter dari pusat kota. Pantai Citepus ini merupakan Pantai yang sering banyak dikunjungi untuk bersantai sambil menikmati kuliner.



Gambar.II.7. Pantai Citepus
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Kawasan Wisata Pegunungan

Selain kawasan wisata Pantai yang dimiliki oleh Kota Palabuhanratu dan meskipun wilayah Kota Palabuhanratu merupakan daerah perkotaan akan tetapi Kota Palabuhanratu juga masih memiliki kawasan wisata pegunungan yang menarik untuk dikunjungi sebagai tujuan objek wisata baru. Berikut adalah kawasan wisata yang ada dikota Palabuhanratu

- Gunung Jayanti

Gunung Jayanti adalah Gunung yang letaknya tidak jauh dari pusat kota, gunung ini tidak memiliki aktivitas apapun selain memberikan oksigen serta pemandangan yang menarik bagi Kota Palabuhanratu.

- Goa Lalay

Goa Lalay adalah objek wisata pegunungan dengan Nuansa Goa yang merupakan tempat tinggal bagi para kelelawar yang letaknya kira-kira 1 km dari pusat kota letaknya dekat dengan pantai Patuguran. Pada destinasi wisata Goa Lalay ini keunikannya adalah pengunjung bisa melihat Goa yang merupakan habitat ribuan kelelawar yang bersarang di Goa tersebut. Pengunjung hanya mengeluarkan uang Rp.3000 saja untuk bisa melihat ribuan kelelawar tersebut serta bisa dengan bebas mengambil foto dokumentasi diarea tersebut.



Gambar II.8. Goa Lalay
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Cagar Alam Tangkuban Parahu

Objek wisata Cagar Alam Tangkuban Parahu Palabuhanratu merupakan cagar alam yang letaknya dekat dengan Kota Palabuhanratu.



Gambar II.9. Cagar Alam Tangkuban Parahu
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015

- Kawasan Wisata Buatan

Sebuah daerah tentunya memiliki potensi yang harus dikembangkan yang berasal dari alam, namun karena daerah tersebut ingin berkembang dan membuat masyarakat yang hidup didalamnya nyaman, maka terciptalah sebuah potensi yang unik contohnya kawasan wisata buatan. Kota Palabuharatu tentunya tidak kalah dengan kota-kota lain yang sudah berkembang, di Kota Palabuhanratu juga memiliki kawasan wisata buatan seperti:

- Kolam Renang Tirta Gunung Butak

Kawasan wisata Kolam Renang Tirta Gunung Butak merupakan kawasan wisata Kolam Renang untuk umun yang letaknya tidak jauh dari pusat Kota yang memiliki nuansa Pegunungan.

- Citepus Park Kawasan wisata

Citepus Park merupakan kawasan wisata air pertama *(Waterboom)* yang dibangun di Kota Palabuhanratu, yaitu letaknya di Desa Citepus dan tidak jauh dari pusat Kota yang menghadap kearah Pantai.



Gambar II.10. Citepus Park
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil 24 Desember 2015)

- Kawasan Wisata Religi

Kota Palabuhanratu memiliki bangunan wisata Religi yang besar yaitu Masjid Agung Palabuhanratu, letaknya di jantung kota Palabuhanratu dan bersebelahan dengan alun-alun kota. Wisata Religi Masjid Agung Kota Palabuhanratu ini selain sebagai objek wisata karena keunikan dan kemegahan dari bangunannya, Masjid Agung ini digunakan untuk beribah masyarakat Kota Palabuhanratu karena letaknya dijantung kota jadi Masjid Agung ini sering dikunjungi oleh masyarakat dan pengunjung untuk beribadah serta beristirahat.



Gambar II.11. Mesjid Agung Palabuhanratu
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015

- Kuliner

Sama seperti halnya Industri pengasinan ikan, dalam aspek kuliner di Kota Palabuhanratu merupakan bisnis yang mengolah hasil tangkapan laut menjadi bentuk lain yang bisa dinikmati oleh masyarakat. Bisnis Kuliner merupakan bisnis perorangan yang jumlahnya banyak di sekitar Kota Palabuhanratu.



Gambar II.12. Rumah makan di Kota Palabuhanratu
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015

- Kawasan Peninggalan Sejarah

Kawasan Peninggalan Sejarah di Kota Palabuhanratu merupakan kawasan sejarah yang di bangun baik pada masa pemerintahan Belanda, Presiden Pertama RI dan cerita kerajaan.

- Tenjo Resmi Peristirahatan Presiden

Tenjo Resmi merupakan bangunan bersejarah yang di bangun oleh Presiden Ir. Soekarno saat beliau istirahat di Kota Palabuhanratu.



Gambar II.13. Tenjo Resmi
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015

- Jembatan Bagbagan

Merupakan Jembatan yang dibangun pada zaman Belanda, dan cerita kerajaan, jembatan ini merupakan bukti peradaban yang kuat dizaman dahulu terbentuknya Kota Palabuhanratu. Jembatan Bagbagan ini sudah lama tidak beroperasi karena factor umur bangunan yang sudah tua, akan tetapi bisa disaksikan keindahannya melalui kacamata sejarah.



Gambar II.14. Jembatan Bagbagan
Sumber: Dokumentasi Ilham Fadilah
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Ruang Publik dan Sarana Lain

Strategi untuk masyarakat agar merasa lebih nyaman ketika bertempat tinggal disuatu wilayah tentunya tidak lepas dari sarana dan prasarana yang mendukung sebuah kota. Kota Palabuhanratu contohnya, Ruang Publik yang tersedia di Kota Palabuhanratu sudah sangat baik untuk masyarakatnya agar merasa nyaman, dan tidak hanya nyaman ruang publik yang ada di Kota Palabuhanaratu miliki keunikan dan bernuansa berbeda dengan kota-kota lain, diantarannya seperti:

- Alun-Alun Kota Palabuhanratu

Ruang Publik seperti Alun-alun yang ada di Kota Palabuhanratu merupakan ruang publik yang sering dikunjungi oleh masyarakat setempat atau pengunjung luar daerah, karena Alun-alun Kota Palabuhanratu digunakan sebagai tempat berkumpul, upacara serta tempat yang sering digunakan untuk *mengadakan event*.



Gambar II.15. Alun-alun Kota Palabuhanratu
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Ruang Publik di tiap-tiap kawasan objek wisata Pantai

Ruang publik dikawasan wisata sering digunakan sebagai tempat kumpul, bermain, latihan serta pengadaan *event* pariwisata. Tidak hanya itu ruang publik ditiap-tiap kawasan wisata ini juga dilengkapi dengan toilet umum, area parkir serta kursi untuk bersantai.



Gambar II.16. Fasilitas Publik di kawasan Pantai
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada : 24 Desember 2015)

- Sarana Pendidikan

Banyak diantaranya Sarana Pendidikan di Kota Palabuhanratu, dibawah ini merupakan, penampilan wajah pendidikan untuk mendukung citra Kota.



Gambar II.17. Penampilan gerbang sekolah
Sumber: Dokumentasi Ilham fadilah
(Diambil pada 24 Desember 20015

- Sarana Kota Lainnya

  Sarana kota lainnya seperti keberadaan tempat sampah, lampu jalan serta sistem tanda, Pos Gatur pun disediakan untuk kenyamanan masyarakat dan pengunjung.



Gambar II.18. Tampilan Tong Sampah
Sumber: Dokumentasi Ilham Fadilah
(Diambil pada 24 Desember 2015)



Gambar II.19. Pos Gatur Lalu Lintas
Sumber: Dokumentasi Ilhamfadilah
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Akomodasi

Kota Palabuhanratu memiliki akomodasi yang mendukung masyarakat dan kotanya untuk bergerak berkembang menjadi sebuah kota yang unggul, ini dibuktikan dengan akomodasi yang tersedia sudah mendukung. Tidak hanya itu, pelayanan, sistem dan fasilitas yang diberikannya pun sangat baik. Berikut adalah akomodasi yang ada di Kota Palabuhanratu.

- Akomodasi Perhubungan

Pada akomodasi perhubungan, di Kota Palabuhanratu tersedia satu terminal yang cukup besar yang berfungsi untuk memudahkan pengunjung datang. Letaknya tidak jauh dari Alun-alun kota.



Gambar II.20. Terminal Kota
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Akomodasi Keamanan

Kota Palabuhanratu memiliki akomodasi keamanan yang sangat baik untuk memberikan keamanan pada masyarakatnya, selain itu peran keamanan sangat menentukan citra kota tersebut. Akomodasi keamanan yang tersedia di Kota Palabuhanratu yaitu kantor Polisi Daerah, kantor Polisi Sektor, serta Pamong Praja.





Gambar II.21. Tampilan Akomodasi Keamanan Kota Palabuhanratu
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015

- Akomodasi Hotel dan Penginapan

Kota Palabuhanratu merupakan daerah dengan pusat arus wisata yang banyak, selain itu nuansa pantai selatannya sangat terasa sehingga membuat masyarakat yang datang ingin merasakan nuansa tersebut. Banyak sekali hotel dan penginapan yang ada di Kota Palabuhanratu dengan level bintang 3 atau hanya bungalow. Deretan hotel dan penginapan berada tidak jauh dari perkotaan dan Pegunungan. Dibawah ini adalah contoh tampilan hotel dan peninapan di Kota Palabuhanratu:



Gambar II.22. Tampilan Akomodasi Hotel dan Penginapan
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

- Event dan Kebudayaan Kota Palabuhanratu

Kota Palabuhanratu merupakan sebuah kota dengan latar belakang yang unik dan menarik jika dilihat dari kacamata sejarah, Karena Kota Palabuhanratu dibentuk dengan peradaban yang unik, maka dari itu Kota Palabuharatu memiliki sebuah *event* dan kebudayaan yang menarik untuk masyarakat ketahui yaitu Hari Nelayan Kota Palabuhanratu, merupakan sebuah tradisi budaya dalam rangka mengucapkan

rasa syukur masyarakat terhadap yang diberikan, yaitu berupa hasil sumber daya yang berasal dari laut dan Pantai. Masyarakat Kota Palabuhanratu berbondong-bondong untuk pawai dan meletakan hasil tangkapan ditengah laut.



Gambar.II.23. Hari Nelayan Kota Palabuhanratu
Sumber: Disparbudpora jabar, 2007
(Diakses pada 24 Desember 2015)

II.3 Analisa

Berdasarkan dilihat dari masalah dan objek penelitian, maka hasil analisanya sebagai berikut:

- Kota Palabuhanratu itu sebenarnya kota yang memiliki banyak potensi yang sangat besar dibidang pariwisata untuk dikembangkan. Namun, masyarakat luar umumnya tidak mengetahui bahwa begitu banyak potensi yang ada di Kota Palabuhanratu, disebabkan karena informasi yang kurang mengenai potensi-potensi tersebut. Dan untuk masyarakat dalam daerah khususnya, masyarakat tidak mengenali potensi yang ada di Kota Palabuhanratu, padahal jika masyarakat mengenali dan menggali potensi tersebut, Kota Palabuhanratu akan semakin berkembang seperti kota-kota lain yang indeks pertumbuhan kotanya tinggi.

- Kota Palabuhanaratu merupakan daerah kota yang memiliki keunikan, keanekaragaman dan potensi yang besar terutama dibidang Pariwisata untuk dijunjung tinggi pencitraannya, sehingga kota Palabuhanratu menjadi sebuah kota yang dikenali masyarakat sebagai kota yang beridentitas, mempunyai ciri khas dari potensi-potensi yang dimilikinya. Namun, masyarakat dalam daerah mempunyai asumsi yang buruk terhadap kota Palabuhanratu yaitu menganggap kota Palabuhanratu tidak memiliki apa-apa selain suasana pantai yang panas dan gersang, daerah perkotaan yang sesak dan bau akibat limbah dari laut, pemandangan tumpukan sampah disepanjang pantai Kota Palabuhanratu dan sebagainya yang menjadikan identitas kota Palabuhanratu tidak muncul ke permukaan masyarakat dalam daerah ataupun masyarakat luar daerah sehingga potensi yang ada yang seharusnya menarik para pengunjung untuk datang hanya terkubur dan tidak termaksimalkan dengan baik.



Gambar II.24. Pemandangan kapal-kapal para nelayan yang tak terpakai
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)



Gambar II.25. Pemandangan sampah di daerah objek wisata pantai
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)



Gambar II.26. Pemandangan sampah di daerah perkotaan Palabuhanratu
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Diambil pada 24 Desember 2015)

II.4 Keadaan Khalayak Saat Ini

Dari fenomena yang terjadi, keadaan khalayak yang ada di dalam daerah saat ini yaitu:

- Acuh dan cuek terhadap situasi yang terjadi di Kota Palabuhanratu, misalnya tidak ada gerakan untuk memungut sampah yang berserakan disepanjang pantai atau kawasan wisata di Kota Palabuhanratu

- Masyarakat memilih untuk bertempat tinggal di Kota yang lebih layak yang menurut mereka jauh lebih baik daripada bertempat tinggal di Kota Palabuhanratu yang tidak ada apa-apanya padahal mereka tidak mengetahui potensi yang ada.
- Kepedulian masyarakat mengenai lingkungan Kota Palabuhanratu, misalnya kepedulian terhadap ruang publik yang seharusnya dijaga tetapi malah dirusak atau bahkan menjadi hak milik pribadi.
- Masyarakat tetap berasumsi bahwa citra Kota Palabuhanratu biasa saja, tidak ada yang bisa dibanggakan, masyarakat hanya membanggakan kota-kota lain yang mungkin sudah berkembang.

II.5 Resume Yang Mengarah Pada Solusi

Dari hasil uraian masalah dan penjelasan mengenai Kota Palabuhanratu, Kota Palabuhanratu merupakan Kota yang memiliki Potensi yang sangat besar untuk dikembangkan agar menjadi kota yang unggul, kota yang maju dan sejajar dengan kota-kota lainnya yang sudah berkembang sehingga bisa membuat citra kota Palabuhanratu semakin naik dan mampu menarik perhatian masyarakat luar untuk datang melihat potensi yang ada di Kota Palabuhanratu, namun segala potensi yang ada masih belum muncul kepermukaan akibat asumsi yang buruk serta kurangnya penggalian dari masyarakat terhadap kota Palabuhanratu sehingga menjadikan citra kota Palabuhanratu semakin susah untuk naik ke permukaan dan diketahui oleh masyarakat luas. Maka dari itu diperlukan sebuah perancangan yang mengarah untuk meningkatkan citra Kota Palabuhanratu sebagai kota yang mempunyai Potensi besar yang memiliki identitas, ciri khas unik yang nantinya bisa merubah pandangan masyarakat dari yang asalnya “hanya” menjadi “tidak hanya”, selain itu merubah pandangan citra kota Palabuhanratu yang masyarakat asumsikan tidak ada apa-apanya menjadi sebuah kota yang bercitra yang menggambarkan semua potensi yang ada di kota Palabuhanratu, sehingga baik potensi yang dimiliki dan citra dari Kota Palabuhanratu menjadi muncul kepermukaan dan dikenali oleh masyarakat luas.