BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai salah satu bagian dari provinsi Jawa Barat, kota Bogor merupakan kota yang memiliki aset wisata ilmiah yang bersifat Internasional (Kebun Raya). Pusat kota Bogor terletak 100 Km disebelah selatan dari Pelabuhan Sunda Kelapa yang pada zaman dahulu kala merupakan pelabuhan terpenting bagi Negara Pakuan Pajajaran yang pusatnya sekitar Batu Tulis di selatan kota Bogor. Kota Bogor saat ini merupakan kota dengan sejarah panjangnya yang menyandang berbagai macam predikat nasional maupun mancanegara dengan terdapat Tugu Kujang, Kebun Raya Bogor dan Istana Bogor yang menjadikan salah satu *landmark* dan *benchmark* sejarah ikonik kota Bogor saat ini. Dengan berbagai kelebihannya, kota Bogor memiliki sejarah yang panjang dengan identitasnya. Keberadaan Ibukota Pajajaran, pusat pemerintahan pada masa kolonial, kota dalam taman, kota pusaka merupakan deretan julukan yang terdapat di kota Bogor.

Objek wisata yang terdapat di kota Bogor cukup banyak, mulai dari wisata alam, sejarah, wisata kuliner, wisata pendidikan atau wisata ilmiah, dan wisata rekreasi. Saat ini kota Bogor menjadi salah satu tempat pariwisata yang banyak dikunjungi oleh para wisatawan domestik baik dari luar maupun mancanegara karena kesejukan udara dan alamnya yang masih bisa dibilang asri saat ini. Kota Bogor mempunyai flora yang khas yaitu bunga bangkai *amorphophalus titanum* dan *rafflesia arnoldi* yang terdapat di lokasi kebun raya Bogor dan fauna yaitu rusa totol *(axis deer)* di Istana Bogor. Pada umumnya kota Bogor lebih terkenal dengan sebutan kota hujan, karena dialiri beberapa sungai yang permukaan airnya jauh dibawah permukaan kota.

Berdasarkan data yang ada di *website* pemerintah kota Bogor www.kotabogor.go.id (2017), kedudukan topografis kota Bogor ditengah-tengah wilayah kabupaten Bogor serta lokasinya yang dekat dengan Ibu Kota Negara, merupakan potensi yang strategis untuk perkembangan wisata dan pertumbuhan ekonomi. Adanya Kebun Raya yang

didalamnya terdapat Istana Bogor di pusat kota, merupakan tujuan wisata, serta kedudukan kota Bogor diantara jalur tujuan wisata Puncak-Cianjur juga merupakan potensi yang strategis bagi pertumbuhan ekonomi.

Namun demikian, kenyataannya keberadaan seperti pada sektor pariwisata dari bangunan dan peninggalan bersejarah belum menjadi hal yang penting. Bangunan-bangunan bersejarah di kota Bogor belum diperhatikan sebagai sebuah aset yang bernilai tinggi untuk perkembangan wisata. Hal ini dapat dilihat dari belum adanya kebijakan yang dibuat oleh pemerintah kota untuk mengatur, melindungi dan melestarikan bangunan bersejarah. Kondisi ini dikuatkan dengan banyaknya bangunan cagar budaya yang beralih fungsi menjadi bangunan komersial seperti hotel dan restoran. Penghargaan terhadap warisan budaya tidak hanya berasal dari pemerintah sebagai pihak yang merencanakan dan membangun kota. Kepedulian juga harus datang dari warga masyarakat, rendahnya keterkaitan antara warga dan kota yang pada akhirnya belum menghargai peninggalannya. Masyarakat kota Bogor sebagian besar merupakan masyarakat *commuter* yang bekerja di luar kota Bogor sehingga hanya menghabiskan waktunya di kota Bogor ketika malam dan akhir pekan, sehingga rendahnya masyarakat akan memperdulikan kotanya. Kurangnya sebuah perkembangan pariwisata serta sektor ekonomi pada identitas kota yang merupakan dampak negatif yang sering ditimbulkan secara umum perlu mendapatkan perhatian khusus. Hal tersebut perlu berkembangnya pariwisata di kota Bogor agar tetap memberikan kenyamanan bagi penduduk yang menetap di kota Bogor, dan juga bagi para wisatawan luar maupun domestik yang sedang berkunjung. Penguatan citra kota Bogor *(city branding)* menjadi penting untuk meminimalisir salah satu dampak tersebut, sehingga sebuah citra karakterisitik kota Bogor tetap terjaga dan menjadi kekhasan tersendiri dibandingkan dengan daerah lain di sekitarnya.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasikan beberapa masalah di bawah ini sebagai berikut:

- Kota Bogor belum memperkuat sebuah citra identitas yang dapat memperkenalkan kota Bogor dan identitas visual yang menjadi pembeda dengan kota lainnya.
- Kota Bogor belum membangun *brand/*citra kota yang dapat meningkatkan beberapa potensi pada pariwisata berbasis *botanical garden/green city* yang saat ini belum berkembang, serta sebuah identitas kota yang mewakili harapan terhadap masyarakat.

I.3 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasikan rumusan masalah di bawah ini:

- Bagaimana meningkatkan identitas terhadap kepedulian masyarakat dengan keterkaitan citra kota dalam hal mengembangkan suatu potensi-potensi identitas yang ada dalam penerapan strategi *city branding* kota Bogor?

I.4 Batasan Masalah

Setelah rumusan masalah diatas, maka batasan masalah sebagai berikut:

- Masalah dibatasi pada beberapa wilayah dalam perancangan identitas kota Bogor terhadap upaya mengenalkan potensi-potensi yang ada dalam kurung waktu penelitian tahun 2016-2017.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan perancangan *city branding* di kota Bogor adalah sebagai berikut :

- Mengangkat reputasi dan persepsi kota Bogor di mata masyarakat, terutama dalam beberapa sektor destinasi wisata yang ada.
- Memperkuat ikon identitas karakteristik kota Bogor.

- Menginformasikan identitas visual yang ada di kota Bogor kepada masyarakat dengan merancang sebuah strategi *city branding*.

Perancangan ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

- Bagi Penulis

  Membangun pengalaman dalam melakukan sebuah strategi *city branding* kota Bogor melalui ikon identitas visual.
- Bagi Masyarakat

  Bagi pihak masyarakat hasil perancangan ini menjadikan agar kota Bogor disukai, dicintai terhadap identitas yang dibawa.
- Bagi Kalangan Akademis

  Diharapakan dapat memberikan informasi tentang pentingnya sebuah identitas kota dengan mengembangkan potensi-potensi yang ada melalui strategi *city branding.*