

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kota Cilacap menjadi salah satu kabupaten terluas yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Di Utara kota ini berbatasan dengan Kabupaten Brebes dan Kabupaten Banyumas. Di Selatan berbatasan dengan Samudra Hindia. Di Timur berbatasan dengan Kabupaten Kebumen. Lalu pada bagian barat kota ini berbatasan langsung dengan Kabupaten Ciamis, Kota Banjar, dan Kota Pengandaran. [1]. Dari perbatasan tersebut khususnya di bagian Barat menjadikan Cilacap memiliki dua budaya campuran yaitu Jawa dan Sunda. Kota Cilacap sendiri yang terletak di ujung selatan Jawa Tengah memiliki wisata laut dan Pulau Nusakambangan. Cilacap juga memiliki keunikan di bidang industri seperti menjadi salah satu pusat industri penting di Indonesia, dengan sektor-sektor yang beragam mulai dari migas, energi, hingga perikanan dan manufaktur. Sinergi antara kedua sektor yaitu pariwisata dan industri ini tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitasnya sebagai '*Sheen of java*', di mana keindahan alam dan kemajuan industri saling berpadu.

"Cilacap: *Sheen of java*" adalah identitas branding yang menggambarkan Cilacap sebagai kilauan istimewa di Jawa Tengah, memadukan keindahan alam, kekayaan budaya, dan kekuatan industri. Dengan lanskap pesisir yang memukau seperti Pantai Teluk Penyus dan Pulau Nusakambangan, Cilacap menawarkan pengalaman wisata yang unik, mulai dari eksplorasi sejarah benteng-benteng kolonial hingga keindahan ekowisata mangrove [2]. Kekayaan alam ini berpadu dengan keragaman budaya lokal yang tercermin dalam tradisi hingga industri yang berkembang, menjadikan Cilacap sebagai destinasi yang tak hanya memikat hati wisatawan, tetapi juga memperkuat identitasnya sebagai kota yang bernilai tinggi secara sosial budaya dan industri.

Di sisi lain, Cilacap juga dikenal sebagai pusat industri strategis yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan adanya Kilang Pertamina RU

IV, Pelabuhan Tanjung Intan, dan berbagai industri petrokimia, Cilacap menjadi salah satu roda penggerak utama sektor energi dan logistik di Indonesia. Dapat diartikan branding "*Sheen of java*" tidak hanya mencerminkan potensi pariwisata dan industrinya, tetapi juga menggaris bawahi komitmen Cilacap dalam menjaga keseimbangan antara pembangunan dan pelestarian lingkungan. Branding yang ada berupa "*Sheen of java*" tentunya memerlukan sebuah visual untuk membantu menyampaikan pesan dan nilai-nilai kota secara efektif serta memperkuat citra yang ingin ditampilkan. Hingga saat ini, upaya branding di Cilacap masih belum memiliki bentuk visual yang konsisten atau terpadu. Identitas visual yang ada belum dirancang secara menyeluruh sehingga belum mampu merepresentasikan citra kota secara optimal dan selaras di berbagai media promosi. Hal ini tentunya mengurangi efektivitas pesan yang ingin disampaikan.

Visual Branding merupakan proses menciptakan dan menggunakan elemen-elemen visual yang konsisten untuk membentuk citra dan identitas dari suatu brand. Dalam proses visual branding memerlukan upaya komunikasi yang strategis dan estetis untuk menyampaikan pesan agar efektif dan efisien [3]. Dalam era persaingan wisata dan industri yang semakin kuat ini, setiap daerah dituntut untuk memiliki identitas yang kuat, konsisten, dan mampu berkomunikasi dengan efektif kepada khalayak. Bagi suatu kota visual branding menjadi proses untuk menciptakan identitas visual yang unik dan menarik guna memperkuat citra kota tersebut. Visual branding menjadi alat penting untuk mendukung tujuan pariwisata, pembangunan ekonomi, dan daya tarik budaya suatu kota.

Diharapkan dengan Perancangan Visual Branding Cilacap "*Sheen of java*" yang akan diterapkan di media promosi yang tepat dapat membantu membangun citra serta menciptakan daya tarik dari Kota Cilacap.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1.2.1 Bagaimana merancang *visual branding* Cilacap '*Sheen of java*' sebagai media promosi?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah :

1.3.1 Merancang *visual branding* Cilacap '*Sheen of java*' bagi Kota Cilacap ke dalam media promosi.

## 1.4 Batasan Perancangan

Dengan mempersempit masalah, diharapkan penyimpangan dapat dihindari dan penelitian lebih fokus dan mudah dibahas sehingga akhirnya dapat mencapai tujuan penelitiannya. Beberapa batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Visual branding diaplikasikan ke berbagai media promosi.

1.4.2 Membuat desain media yang sesuai.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Penulisan penelitian ini diharapkan dapat menimbulkan dampak positif yang bermanfaat bagi berbagai pihak, terutama :

1.5.1 Bagi Keilmuan DKV

Dapat menjadi referensi dan ilmu mengenai pembentukan citra kota yang dapat mewakili suatu kota dalam bentuk visual sebagai proses *visual branding*.

### 1.5.2 Bagi Institusi

Dapat mewujudkan visi dalam sektor *tourism* institusi dan membuka peluang kolaborasi kepada institusi lainnya yang berkepentingan dalam *visual branding*.

### 1.5.3 Bagi Masyarakat

Supaya masyarakat dapat mengenal dan memahami visual branding ‘*Sheen of java*’