

INTISARI

Citra merek dalam sektor pariwisata berfungsi untuk membuat khalayak umum mengenali dan tertarik pada wisata tersebut. Desa Wisata Tamansari ingin membentuk citra sebagai desa wisata sejarah. Festival budaya merupakan salah satu upaya yang dilakukan pemerintah desa dan pokdarwis dalam membangun citra sebagai desa wisata sejarah. Kamandaka Ciptarasa Festival merupakan sebuah festival yang rangkaian acaranya diambil dari sejarah Pasirluhur. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mendeskripsikan proses membangun desa wisata Tamansari melalui Kamandaka Ciptarasa Festival. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori brand image dari Kotler and Keller. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik penelitian melalui wawancara, observasi dan studi literature. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut indikator brand image Kotler dan Keller, Kamandaka Ciptarasa Festival belum optimal membangun citra sebagai wisata sejarah melalui karakteristik acara, logo, nama, rangkaian acara, harga, manfaat acara, serta pelayanan. Hambatan dalam membangun brand image desa wisata Tamansari sebagai desa wisata sejarah dibagi menjadi dua yaitu hambatan eksternal dan internal. Hambatan eksternal berasal dari kurangnya pengetahuan masyarakat Tamansari terhadap desa wisata. Sedangkan hambatan internal terletak pada media sosial Tamansari yang tidak dikelola dengan baik. Solusi yang dilakukan untuk menyosialisasikan keberadaan Tamansari sebagai desa wisata sejarah adalah dengan menggandeng mitra, seperti sanggar tari, sanggar menggambar, dan PAKEMAS (Paguyuban Kakang Bekayu Banyumas).

Kata kunci: brand image, desa wisata, promosi, sejarah, festival budaya.

ABSTRACT

Brand image in the tourism sector serves to make the general public recognize and be interested in the tour. Tamansari Tourism Village wants to form an image as a historical tourism village. The cultural festival is one of the efforts made by the village government and pokdarwis in building an image as a historical tourism village. Kamandaka Ciptarasa Festival is a festival whose series of events are taken from the history of Pasirluhur. The purpose of this research is to analyze and describe the process of building Tamansari tourism village through Kamandaka Ciptarasa Festival. The theory used in this research is the brand image theory of Kotler and Keller. The research method uses a qualitative approach with research techniques through interviews, observations and literature studies. The results showed that according to Kotler and Keller's brand image indicators, Kamandaka Ciptarasa Festival has not optimally built an image as historical tourism through event characteristics, logo, name, event series, price, event benefits, and services. The obstacles in building the brand image of Tamansari tourism village as a historical tourism village are divided into two, namely external and internal obstacles. External barriers come from the lack of knowledge of the Tamansari community towards tourist villages. While internal barriers lie in Tamansari's social media which is not well managed. The solution to socialize the existence of Tamansari as a historical tourism village is by cooperating with partners, such as dance studios, drawing studios, and PAKEMAS (Paguyuban Kakang Bekayu Banyumas).

Keywords: brand image, tourism village, promotion, historical, cultural festival.