

## Keterkaitan Sense of Place Terhadap Place Branding di Kawasan Wisata Pantai Padang, Kota Padang, Sumatera Barat = The Relation Between Sense of Place and Place Branding in Padang Beach Tourism, Padang City, West Sumatera

Pradana Ghalib Ramadhan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920543280&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Kawasan wisata Pantai Padang mengalami revitalisasi di beberapa titik sehingga mengalami perubahan dari tahun 2016. Kawasan wisata ini juga termasuk ke dalam salah satu kawasan wisata terpadu (KWT) yang direncanakan oleh Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Padang. Pembangunan yang terjadi di kawasan wisata Pantai Padang ini antara lain disebabkan oleh pandangan negatif pengunjung saat berkunjung ke pantai ini. Ditambah lagi, pantai ini dikenal dengan payung atau tenda ceper sebagai tempat kegiatan negatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepekaan pengunjung terhadap kawasan wisata Pantai Padang dan kaitannya dengan branding tempat yang telah ditetapkan Pemerintah Daerah pada kawasan wisata ini. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara terhadap informan yang telah ditentukan dan observasi lapangan. Proses analisis dilakukan dengan memetakan tempat yang bernilai bagi pengunjung dan verbatim hasil wawancara. Data yang digunakan berasal dari data primer yaitu saat langsung di lapangan. Hasil analisis menunjukkan bahwa kawasan wisata Pantai Padang memiliki 3 tempat yang bernilai bagi pengunjung, Tempat tersebut antara lain Monumen Merpati Perdamaian, Tugu IORA, dan Masjid Al-Hakim. Ketiga tempat ini dapat disebut sebagai landmark Pantai Padang yang membedakan pantai ini dengan yang lain. Fungsi atau nilai tempat tersebut berbeda, seperti Masjid Al-Hakim yang memiliki identitas tempat spiritual. Berkaitan dengan branding yang diterapkan oleh Pemerintah Daerah yaitu LUCINDA dan Padang Halal Tourism, Pantai Padang memiliki kesesuaian ciri dengan tujuan dari branding tersebut. Namun, dari perspektif pengunjung masih belum mengenal kedua branding ini. Branding ini diterapkan untuk mengubah citra dari Pantai Padang sekaligus mengenalkan kawasan wisata pantai yang berbeda. Hal ini selaras dengan tujuan Gubernur Provinsi Sumatera Barat dan Renstra Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang tahun 2019-2024 untuk meningkatkan potensi wisata dan mengenalkan Padang Halal Tourism.

.....Padang Beach tourist area has undergone revitalization at several points so that it has changed from 2016. This tourist area is also included in one of the integrated tourism areas (KWT) planned by the Padang City Culture and Tourism Office. The development that occurred in the Padang Beach tourist area was partly due to the negative views of visitors when visiting this beach. In addition, the beach is known for its umbrella or flat tents as a place for negative activities. This research was conducted to find out the sensitivity of visitors to the Padang Beach tourist area and its relation to the place branding that has been determined by the Regional Government in this tourist area. Data collection was carried out by interviewing predetermined informants and field observations. The analysis process was carried out by mapping places that are valuable to visitors and verbatim interview results. The data used comes from primary data, namely directly in the field. The results of the analysis show that the Padang Beach tourist area has 3 places that are valuable to visitors, these places include the Peace Dove Monument, the IORA Monument, and the Al-Hakim Mosque. These three places can be referred to as landmarks of Padang Beach that distinguish this

beach from others. The function or value of the place is different, such as Al-Hakim Mosque which has the identity of a spiritual place. In relation to the branding applied by the Local Government, namely LUCINDA and Padang Halal Tourism, Padang Beach has the characteristics in accordance with the purpose of the branding. However, from the visitors' perspective, they still do not recognize these two branding. This branding is applied to change the image of Padang Beach while introducing a different beach tourism area. This is in line with the objectives of the Governor of West Sumatra Province and the Strategic Plan of the Tourism and Culture Office of Padang City in 2019-2024 to increase tourism potential and introduce Padang Halal Tourism.