

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Festival 7 Sungai Sebagai Branding Desa Wisata Cibuluh Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi branding dan pemilihan media di Desa Cibuluh untuk masuk ke even nasional melalui festival 7 sungai, serta menganalisis upaya pihak terkait dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian analisis studi kasus. Melakukan Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, verifikasi data. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji dependabilitas dan uji komfirmabilitas. Pada penelitian ini melibatkan informan kunci dan beberapa informan pendukung.

Hasil penelitian ini adalah. (1) Strategi branding desa wisata Cibuluh untuk masuk kedalam event nasional melalui festival 7 sungai yaitu (a) aspek ide 7 sungai dengan inovasi mengangkat 7 sungai dengan tema festival dengan fakta dilapangannya ada (b) inovatif dalam membangun tata aturan baru (c) membangun kesadaran lingkungan (e) adanya upaya membangun ekonomi kreatif (EKRAP) (f) aspek manajemen event yang bagus sehingga bisa berjalan dan bertahan sampe event ke 7 (g) aspek pertunjukan yang melestarikan Budaya (h) aspek komunikasi dan media. (2) Pemilihan media desa wisata Cibuluh melalui event festival 7 sungai sebagai event nasional yang masuk kedalam Calender of Event. Media yang bekerja sama dengan Desa wisata Cibuluh, antara lain media onine lokal dan nasional, tv nasional, dan media sosial. (3) Upaya yang dilakukan pihak pengelola dalam meningkatkan wisatawan adalah mengadakan acara festival 7 sungai, membuat destinasi destinasi baru agar lebih menarik wisatawan datang. Serta memanfaatkan kreatif warga untuk menjadi sumber penghasilan.

Kata Kunci : Desa wisata, strategi branding, branding, media, desa cibuluh.

ABSTRACT

This research was conducted to find out "The Festival of 7 Rivers as a Branding for Cibuluh Tourism Village in Increasing Tourist Visits". The purpose of this study was to determine the branding strategy and media selection in Cibuluh Village to enter the national event through the 7 rivers festival, as well as analyze the efforts of related parties in increasing tourist visits.

This study uses a qualitative method with the type of research is case study analysis. Conducting data collection techniques using in-depth interview techniques, observation and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, data verification. The data validity technique used is the credibility test, transferability test, dependability test and compirability test. This study involved key informants and several supporting informants.

The results of this study are. (1) Cibuluh tourism village branding strategy to enter the national event through the 7 river festival, namely (a) the aspect of the idea of 7 rivers with innovation raising 7 rivers with a festival theme with facts on the ground (b) innovative in building new regulations (c) building environmental awareness (e) efforts to build a creative economy (EKRAP) (f) good event management aspects so that they can run and survive until the 7th event (g) performance aspects that preserve culture (h) communication and media aspects. (2) Selection of Cibuluh tourism village media through the 7 river festival event as a national event that is included in the Calendar of Events. Media that collaborate with the Cibuluh tourist village include local and national online media, national television, and social media. (3) Efforts made by the management in increasing tourists are holding 7 rivers festival events, creating new destinations to attract more tourists to come. As well as utilizing creative residents to become a source of income.
Keywords: *Tourism village, branding strategy, branding, media, Cibuluh village.*