

**Brand Awareness Kampung Bali Di Kota Bekasi**

Oleh:

Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari¹, Doddy Wihardi², Geri Suratno³Universitas Budi Luhur^{1,2,3}Email: ngak.kurniasari@budiluhur.ac.id¹, doddywihardi@budiluhur.ac.id²,
gerisuratno@budiluhur.ac.id³**Abstract**

The Kampung Bali in Bekasi City has now begun to be known for its characteristics and ornaments as well as a building style that is very thick with Balinese nuances. That is why, now Kampung Bali has begun to be visited by many local officials and journalists from online media and television to see firsthand the sustainable Balinese culture in Kampung Bali. This study suggests how the brand awareness efforts of Kampung Bali in Bekasi City are. This study uses a qualitative approach with a qualitative descriptive method. As the informants of this research are the residents who manage from the village of Bali. The results in this study suggest three things, namely where in an effort to establish brand awareness of Kampung Bali in Bekasi City through the preservation of Balinese culture which is carried out in daily activities. Furthermore, Kampung Bali also received support from the government in the form of a statement and also legality that explained that Kampung Bali was a tourist destination. The next thing to do is to use digital media in building brand awareness of Kampung Bali in Bekasi City.

Keywords: Brand, Balinese Culture, Balinese Village.**Abstrak**

Kampung Bali yang ada di Kota Bekasi kini sudah mulai dikenal dengan karakteristik dan ornamen serta gaya bangunan yang sangat kental dengan nuansa Bali. Itulah mengapa, Kampung Bali kini sudah mulai banyak didatangi para pejabat daerah dan para wartawan media online maupun televisi untuk melihat secara langsung budaya Bali yang lestari di Kampung Bali. Penelitian ini mengemukakan bagaimana upaya *brand awareness* Kampung Bali di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Sebagai informan dari penelitian ini adalah warga pengelola dari Kampung Bali tersebut. Adapun hasil dalam penelitian ini mengemukakan tiga hal yaitu dimana dalam upaya pembentukan *brand awareness* Kampung Bali di Kota Bekasi melalui pelestarian budaya Bali yang dilakukan dalam aktivitas sehari-hari. Selanjutnya, Kampung Bali juga mendapatkan dukungan dari pemerintah baik berupa pernyataan dan juga legalitas yang menjelaskan bahwa Kampung Bali sebagai Destinasi Wisata. Yang selanjutnya dilakukan adalah dengan memanfaatkan media digital dalam membangun *brand awareness* Kampung Bali di Kota Bekasi.

Kata Kunci: Brand, Budaya Bali, Kampung Bali.



I. Pendahuluan

Pasca Pandemic Covid 19, pariwisata masih menjadi fokus utama selain pemulihan ekonomi. Hal tersebut dikarenakan, pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat berdampak karena adanya Covid 19. Banyak sekali masyarakat Indonesia yang menggantungkan hidupnya pada sektor pariwisata harus melakukan segala cara agar mampu bertahan dalam terpaan badai Covid 19. Daerah wisata yang paling berdampak adalah Bali. Hal tersebut dikarenakan, sebagian besar masyarakat Bali menggantungkan hidupnya pada dunia pariwisata. Bali yang terkenal sangat Indah alamnya dan ramai wisatawan lokal maupun asing, mendadak sepi sunyi. Namun kini Bali sudah mulai bangkit untuk menguatkan pariwisata Indonesia, bukan saja karena Bali memiliki keindahan alam, namun juga kekuatan budaya yang sangat mengikat.

Hal tersebutlah yang membuat Bali sudah sangat dikenal baik didalam negeri maupun diluar negeri. Kekuatan budaya Bali yang sangat mengikat, mampu membangun kesadaran seluruh masyarakat Bali diluar pulau Bali untuk tetap setia dan terus menerus berupaya untuk tetap melestarikan budaya dan tradisi-tradisi budaya Bali. Ini menjadi sangat menarik, menarik jika budaya Bali tidak hanya terkenal di Provinsi Bali saja, namun juga diluar dari pulau Bali. Salah satu daerah diluar pulau Bali yang masih sangat kuat dengan identitas Balinya adalah Kampung Bali yang ada di Kota Bekasi.

Sejarah kampung Bali di Bekasi ada dua periode, yang pertama ditahun 1984 yang dimulai dari 3 orang Bali yang membeli tanah secara kredit dan membangun rumah di Kavling Harapan Kita, No 9, Jalan Merpati, Kelurahan Harapan Jaya, Kota Bekasi. Tanah ini berdasarkan rekomendasi dari Bapak Ketut Konek. Sedangkan 3 orang penghuni pertama yaitu, Bapak I Ketut Kane, Bapak I Wayan Sume, dan Bapak I Wayan Widana. Seiring berjalannya waktu, teman-teman dan saudara mereka pun datang dan tinggal di Kavling Harapan Kita ini. Karena smakin banyaknya orang Balinya yakni, 20 KK dari total 64 KK, maka tukang becak pun menjuluki Jl. Merpati no 22 ini sebagai jalan Merpati Bali. Tukang Becak menjuluki ketika ada penumpang dari pesar seroja untuk menuju jalan merpati yang banyak orang Balinya. Jadi dijuluki Jalan Merpati Bali.



Kampung Bali yang ada di Kota Bekasi ini, kini sudah mulai dikenal dengan karakteristik dan ornamen serta gaya bangunan yang sangat kental dengan nuansa Bali. Itulah mengapa, Kampung Bali kini sudah mulai banyak didatangi para pejabat daerah dan awak media untuk melihat secara langsung budaya Bali yang lestari di kampung Bali. Hal tersebut dikarenakan Kampung Bali yang ada di desa Harapan Jaya di Kota Bekasi kini menjadi salah satu sorotan pemerintah daerah sebagai destinasi wisata yang sangat menarik dan bernuansa Bali yaitu Kampung Bali Bekasi. Dari data tahun 2020, pojokbekasi.com menyatakan bahwa Pemerintah Kota Bekasi berencana membuat destinasi wisata baru di Kecamatan Bekasi Utara. Destinasi itu bernama Kampung Bali, terletak di Jalan Merpati, RT 011/09 Harapan Jaya. Nama Kampung Bali lantaran dekorasi di lokasi itu persis di pulau dewata dan beberapa warga di sana memang berasal dari Bali. Diusung dari contoh yang sudah ada nama Kampung Betawi, namun kali ini yang akan kembangkan menjadi salah satu prioritas bagi Pemerintah Kota Bekasi untuk bagaimana kemudian orang tahu, bagaimana orang untuk hadir berkunjung ke destinasi wisata seperti layaknya di Bali yang didukung dengan ornamen-ornamen khas Bali nampak menghiasi jalan-jalan menuju satu kampung tersebut yang memberikan kesan identitas agama Hindu.

Berdasarkan data dari sumber pojokbekasi.com pemerintah kota Bekasi sudah mempersiapkan destinasi wisata baru yang bernuansa Hindu di tengah-tengah kota yang mayoritas umat Islam, hal ini menjadi sangat menarik dengan didukungnya oleh pemerintahan desa Harapan Jaya pada saat ini tengah meningkatkan beberapa wisata lainnya yang ada agar optimal. Kampung Bali ini pun dipersiapkan menjadi destinasi wisata agar bermanfaat bagi masyarakat. Dukungan pun diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).

Melihat dari perkembangan data yang bersumber dari media-media yang meliput dari tahun 2020 hingga tahun 2022 sekarang ini mampu memberikan dampak yang signifikan Program yang dijalankan di Kampung Bali adalah pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan yang dimiliki Kemenparekraf. Diharapkan program tersebut dapat bermanfaat membuat masyarakat sejahtera dan kualitas kehidupan masyarakat semakin baik



serta toleransi yang semakin kuat. Kampung Bali diinisiasi oleh warga yang 70 persen diantaranya merupakan warga keturunan Bali.

Kampung Bali Bekasi merupakan satu-satunya destinasi wisata yang memiliki katarakteristik kuat dengan identitas Hindu layaknya di Bali, namun ini menjadi menarik karena berada di tengah Kota Bekasi. Pada saat ini, Kampung Bali di Kota Bekasi masih dalam tahap mengembangkan agar lebih dikenal dan menjadi ikon satu-satunya wisata yang berada di tengah kota yang bernuasa adat istiadat Bali dengan identitas Hindu. Sebagai destinasi wisata baru yang ada di Bekasi, tentu masih perlu banyak upaya untuk membangun *brand awareness* Kampung Bali agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga masyarakat yang belum pernah ke Bali bisa melihat langsung budaya dan tradisi budaya Bali tanpa harus jauh-jauh datang ke Bali.

Penguatan identitas budaya yang ada di Kampung Bali, tentu saja sangat menguntungkan proses pembentukan *brand awareness* Kampung Bali itu sendiri. Perlu diketahui bahwa, menurut Kotler dan Keller (2016: 268), indikator *brand awareness* dapat diukur dari kesadaran *brand*, yaitu: 1) Puncak Pikiran (*Top Of Mind*) Puncak pikiran merupakan tingkatan dimana suatu *brand* menjadi yang pertama disebut atau diingat oleh responden ketika dirinya ditanya tentang suatu kategori produk; 2) Peningat Kembali (*Brand Recall*) Peningat kembali adalah tingkatan dimana *brand* disebutkan oleh responden setelah seseorang diminta untuk menyebutkan namanama produk dalam suatu kategori produk tertentu tanpa melalui bantuan; 3) Pengalaman *Brand* (*Brand Recognition*) Pengalaman *brand* adalah tingkatan dimana tingkat kesadaran responden akan suatu *brand* diukur dengan memberikan bantuan. Pertanyaan untuk pengenalan *brand* memberikan bantuan dengan menyebutkan ciri-ciri dari *brand* tersebut; 4) Tidak Menyadari *Brand* (*Brand Unaware*) Pada tingkat ini responden tidak mengenal sama sekali atau tidak tahu mengenai suatu produk.

Ini menjadi sangat menarik untuk dikaji, terkait upaya *brand awareness* Kampung Bali di Kota Bekasi yang bernuasa adat istiadat budaya Bali serta berlandaskan agama Hindu. Sehingga kampung Bali Bekasi memiliki potensi nilai jual yang tinggi dikalangan wisatawan yang akan berkunjung untuk menikmati keindahan dan harmonisasi budaya yang ada di Kampung Bali.



II. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif sesuai karakteristiknya memiliki langkah-langkah tertentu dalam pelaksanaannya. Langkah-langkah ini sebagai berikut: Diawali dengan adanya masalah, menentukan jenis informasi yang diperlukan, menentukan prosedur pengumpulan data melalui observasi atau pengamatan, pengolahan informasi atau data dan menarik kesimpulan penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah informan yang berasal dari Kampung Bali, yang terlibat langsung dalam pengembangan Kampung Bali menjadi salah satu destinasi wisata di Kota Bekasi. Data primer yang digunakan adalah menggunakan wawancara mendalam dan observasi non-partisipan. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah buku, studi kepustakaan, dan penelitian terdahulu. Teknik analisis data yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah teknik deskriptif analisis kualitatif dengan proses reduksi data yang diperoleh melalui kegiatan wawancara dan observasi. Penelitian ini dilakukan di Kampung Bali, terletak di Jalan Merpati, RT 011/09 Harapan Jaya Kampung Bali, terletak di Jalan Merpati, RT 011/09 Harapan Jaya. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber karena peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara mendalam dengan *informan*. Peneliti juga ingin melakukan pengecekan keabsahan data yang didapatkan melalui hasil wawancara dengan beberapa *informan*.

III. Pembahasan

1. Upaya Kampung Bali Dalam Pelestarian Budaya

Seiring dengan perkembangan yang ada, Kampung Bali kini berkembang menjadi daerah yang sangat kental dengan identitas budaya dan menjadi daerah yang sangat dibanggakan oleh penduduk Bali yang bermukim di Kampung Bali tersebut. Hampir seluruh aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh warga masyarakat Kampung Bali ini sangat erat kaitannya dengan kegiatan-kegiatan budaya dan keagamaan. Ditambah lagi,



budaya Bali sangat kental dengan kegiatan ritual keagamaan yang selalu rutin dilaksanakan sehari-hari mulai dari bangun pagi hingga malam tiba.

Hal tersebut juga yang membuat, kampung Bali ini sangat mudah dikenal oleh masyarakat di sekitar Bekasi maupun diluar Bekasi. Hal ini menjadi sangat menarik karena tradisi serta simbol-simbol budaya Bali sangat mudah ditemukan hampir disetiap sudut rumah penduduk Kampung Bali. Seperti yang disampaikan oleh I Wayan Agus Sumarjaya, yang merupakan Sekretaris Pokdarwis serta Tim Dokumentasi Pokdarwis Kampung Bali yang sangat aktif mendokumentasikan setiap kegiatan-kegiatan budaya yang dilakukan oleh Kampung Bali. Dalam wawancara penelitian, beliau menjelaskan bahwa:

“Karena Orang Bali kan mayoritas Hindu yaa, jadinya secara otomatis simbol-simbol Hindu itu pasti ada, contohnya ada namanya Pelangkiran yang ditempel di tembok, Ada namanya Padmasari Penunggu Karang, ada juga Gapura atau angkul-angkul yang yang di kanan kirinya ada tempat untuk menaruh canang. Ada canang sari dan segehan itu juga ada yang biasanya dipagi hari ketika ibu-ibunya maturan, banten saiban dipagi hari setelah selesai memasak juga merupakan simbol-simbol Hindu. Ada juga penjor Galungan yang ketika hari raya Galungan, kita juga memasang penjor ramai-ramai yang diisi dengan rempah-rempah hasil bumi atau bah-buahan yang ada diujung penjor. Ada juga simbol swastika, Aum Kare, dan juga ada ukiran-ukiran dalam bangunan Bali. Simbol Bali yang lainnya adalah pakaian adat Bali yang wajib dikenakan ketika ada tamu atau pejabat yang datang, atau pada acara-acara keagamaan serta hari raya.”

Tradisi serta budaya yang melekat masih terus dilestarikan oleh warga Hindu Bali di daerah Kampung Bali yang ada di Kota Bekasi. Dimana selain suatu kewajiban sayang secara sadar dilakukan oleh warga Kampung Bali, segala ritual agama dan budaya senantiasa menjadi bagian dari aktivitas keseharian warga sebagai suatu bentuk kesadaran identitas yang dimiliki oleh para warga Kampung Bali. Simbol-simbol Hindu dan Budaya Bali senantiasa dimunculkan dalam ruang publik sebagai upaya pelestarian budaya sekaligus bentuk kebanggaan terhadap budaya Bali itu sendiri. Bahkan sebagai bentuk



konsistensi warga kampung Bali dalam melestarikan budaya Bali juga ditunjukkan dalam setiap acara kenegaraan maupun acara-acara resmi yang dihadiri oleh pejabat pemerintahan.

Bukan hanya itu saja, lebih lanjut lagi kampung Bali terus saja menguatkan potensi kampung dengan terus menguatkan identitas Bali dalam setiap ornamen dan sebagai bagian dalam proses kehidupan. Dimana ada beberapa warga dari Kampung Bali yang memiliki mata pencaharian dari proses pelestarian budaya yang telah dimiliki. Dari beberapa sumber media online menyatakan bahwa, masyarakat kampung Bali memiliki mata pencaharian sampingan yang berlandaskan budaya Bali. Misalnya seperti sanggar tari yang mengajarkan tarian khas Bali salah satunya adalah tari Pendet. Bahkan, sanggar tari tersebut memiliki banyak peminat khususnya remaja putri yang ingin belajar dan mengetahui budaya Bali lebih banyak lagi. Yang menarik lagi adalah, Sanggar tari tersebut dibangun atas dasar inisiatif warga kampung Bali sendiri, dimana tujuannya untuk tetap menjaga kelestarian budaya meskipun berada di tengah perkotaan. Bukan hanya sanggar tari saja, namun masih ada upaya pelestarian budaya lainnya yang juga dimiliki secara mandiri oleh warga Kampung Bali yaitu menyediakan jasa tata busana dan rias budaya Bali.

Hal tersebut senada dengan yang disampaikan oleh I Wayan Agus Sumarjaya, yang merupakan Sekretaris Pokdarwis serta Tim Dokumentasi Pokdarwis Kampung Bali yang menjelaskan bahwa, banyak UMKM yang berkembang di Kampung Bali yang bergerak dalam bidang pelestarian budaya Bali seperti UMKM sanggar Tari Bali hingga Gamelan. Lebih lanjut seperti pernyataan berikut ini:

“Ada juga UMKM sanggar tari Bali Nyalian Mas milik Bapak I Wayan Widana, disana diajarkan tari-tari Bali dari anak kecil hingga dewasa, baik yang orang Bali maupun Non Bali. Kemudian ada tari, ada juga Gamelannya. Dimana ada juga Ibu-Ibu sub Banjar Harapan Jaya atau bapak-bapak sub Harapan Jaya juga berlatih disini di sanggar Nyalian Mas untuk meminjam tempat dan Gamelan.”

Bukan hanya terkait tari-tarian serta gamelan Bali saja, namun upaya pelestarian budaya yang ada di kampung Bali juga ditunjukkan dalam desain dan ornamen rumah



setiap pendudukan kampung Bali. Dimana ini sebagai ciri khas orang Bali yang memiliki desain rumah yang berbeda dengan daerah lainnya. Hal tersebut dikarenakan masyarakat Bali senantiasa selalu menjaga kebudayaan yang dimilikinya, biasanya membangun rumah dengan arsitektur khas Bali. Sehingga tidak heran jika rumah penduduk di Kampung Bali Kota Bekasi ini dipenuhi dengan ukiran-ukiran Bali serta didukung dengan kain poleng (kain dengan motif hitam dan putih) di setiap pohon serta umbul-umbul yang menyusuri setiap jalan menuju Kampung Bali hingga jalan disetiap gang kompleks perumahan kampung Bali. Bahkan tidak sedikit warga Kampung Bali ketika memiliki rejeki berlebih, maka dengan penuh sukarela warga tersebut merenovasi rumahnya dan mendesign rumahnya seperti yang ada di kampung-kampung di Provinsi Bali Bali, bahkan dibuat sangat mirip seperti di desa Penglipuran di Bangli. Bangunan-bangunan serta ukiran-ukirannya sangat kental bernuansa Bali sehingga menjadi Instagrammebel untuk anak-anak muda.

Lebih lanjut lagi I Wayan Agus Sumarjaya, yang merupakan Sekretaris Pokdarwis serta Tim Dokumentasi Pokdarwis Kampung Bali menjelaskan terkait perkembangan UMKM yang bergerak pada usaha-usaha yang sangat kental dengan budaya Bali masih menjadi ladang usaha yang menjanjikan di kampung Bali ini. Berkembangnya UMKM yang bergerak berlandaskan budaya Bali ini semata-mata bertujuan untuk melestarikan budaya Bali di Kampung Bali itu sendiri. Seperti penjelasan berikut yang dipaparkan sangat detail oleh salah satu informan dalam penelitian ini:

“Disini juga ada UMKM-UMKM yang bernuansa Bali, contohnya ada kuliner Bali seperti sate lilit, nasi jinggo, ayam betutu. Ada di UMKM Melanting Kitchen milik Keluarga Bapak Nyoman Losnen. Ada juga UMKM sanggar ukir Bali, Itu ada Bapak I Ketut Wedane, Pengukirnya ada juga dari sanggarnya Pak I Wayan Parse dan ada juga Bapak I Wayan Sudiarte, atau Bapak I Wayan Lale. Yang juga punya sanggar Sangging Bali. Sangging Bali ini khusus membuat ukiran-ukiran ciri khas Bali, contoh, Gapura, Angkul-Angkul, Tembok bernuansa Bali, Tugu Penunggu Karang, Padmasari, Bahkan Padmasana untuk untuk beberapa daerah lainnya seperti di Subang, Lamongan dan di Universitas Pancasila sebagai satu-satunya kampus yang



memiliki enam tempat ibadah. Ada juga UMKM herbal, jamu-jamu seperti itu, ada juga UMKM sovenir-sovenir Bali, milik Bapak I Wayan Sudarsana, Bapak I Wayan Sunantra dan Alam Dewata. Nah, Alam Dewata ini juga selain menyediakan UMKM juga menyediakan UMKM Alam Dewata Bala Kecak, jadi untuk seke-seke Kecak bisa disediakan oleh Alam Dewata. UMKM Alam Dewata band Kolaborasi musik Modern dan gamelan Bali, Ada juga Alam Dewata Broadcaster yang merupakan kanal youtube yang selalu menampilkan seluruh kegiatan yang ada di kampung Bali maupun yang ada di sanggar Alam Dewata itu sendiri. Ada juga sanggar lukis milik Bapak Putu Liong atau Putu Swastika. Seluruh lukisan-lukisan Bali, Mural di tembok-tembok yang ada di Kampung Bali, semuanya dilukis oleh beliau.”

2. Kampung Bali Sebagai Destinasi Wisata

Peran pemerintah tampaknya sangat besar untuk membentuk Kampung Bali sebagai salah satu destinasi wisata di provinsi Jawa Barat. Hal tersebut dikarenakan, Kampung Bali memiliki potensi wisata yang terus berkembang ditengah hiruk pikuk perkotaan. Kampung Bali menjadi alternatif pilihan baru untuk masyarakat perkotaan yang ingin menikmati budaya Bali secara langsung tanpa harus pergi ke Bali. Seperti dikutip dari artikel pemberitaan indozone.id yang mengemukakan bahwa, kampung Bali ini pun akan dipersiapkan menjadi destinasi wisata agar bermanfaat bagi masyarakat. Dukungan pun diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Hal ini diungkapkan oleh Sekretaris Kemenparekraf Ni Wayan Giri Adnyani. Dalam kutipan artikel tersebut sangat jelas terlihat adanya dukungan pemerintah terkait pengembangan kampung Bali sebagai destinasi wisata di provinsi Jawa Barat.

Bukan hanya itu saja, lebih lanjut lagi, pengembangan kampung Bali sebagai destinasi wisata digarap serius oleh bapak wakil wali kota Kota Bekasi yang secara lantang di beberapa media menyatakan dukungan penuh kepada Kampung Bali sebagai salah satu ikon di Kota Bekasi. Seperti kutipan artikel pemberitaan yang dikemukakan oleh indozone id berituk ini, yang menyatakan bahwa, Sementara Wakil Wali Kota Bekasi, Tri Adhianto Tjahyono, mengatakan, Kampung Bali merupakan satu dari



beberapa kampung tematik yang tengah dikembangkan oleh Pemerintah Kota Bekasi. Destinasi ini tidak hanya menggambarkan suasana Bali, tapi juga kental dengan nuansa seni, budaya, dan sejarah.

Lebih lanjut lagi pemaparan yang disampaikan oleh informan dalam penelitian ini yaitu I Wayan Agus Sumarjaya, yang merupakan Sekretaris Pokdarwis serta Tim Dokumentasi Pokdarwis Kampung Bali yang menjelaskan bahwa, keterlibatan pemerintah daerah dalam pengembangan kampung Bali di Kota Bekasi tidak hanya dalam bentuk dukungan verbal saja, namun juga kehadiran nyata dalam setiap acara yang diinisiasi oleh warga kampung Bali. Dimana pada setiap acara, kehadiran pejabat pemerintah menjadi kekuatan dalam proses pengembangan Kampung Bali sebagai destinasi wisata. Seperti pernyataan berikut ini:

“Pada saat itu yang ada adalah wakil walikota Kota Bekasi yaitu Bapak Tri Adhianto Tjahyono, sehingga dijelaskan lah oleh beliau bahwa ada satu kampung atau ada mutiara yang tersembunyi di Bekasi Utara, yang ada di Kelurahan Harapan Jaya. Jadi Kampung ini bernuansa Bali. Penduduknya Ramah-ramah, zero kejahatan, karena ada 3 (tiga) syarat untuk menjadi destinasi wisata kata beliau yakni, Zero Kriminal, Zero Polusi, dan Juga memiliki Keunikan.”

Pada pemaparan selanjutnya, I Wayan Agus Sumarjaya juga menjelaskan bahwa secara legalitas bahwa Kampung Bali sebagai salah satu daerah destinasi wisata di Jawa Barat sudah terealisasi dengan baik, dimana ditayangkannya sebuah surat keputusan Kampung Bali sebagai destinasi Wisata juga sudah keluar dari pemerintah daerah Provinsi Jawa Barat. Bahkan event-event yang ada di Kampung Bali, disiarkan langsung di Chanel Youtube Disparbud Kota Bekasi atau DisKominfo Kota Bekasi serta selalu muncul dilaman Instagram Bekasi Keren. Seperti pada pernyataan berikut ini yang menjelaskan bahwa bentuk dukungan lainnya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bekasi berupa keterlibatan Kampung Bali dalam setiap event-event pemerintah guna mempromosikan Kampung Bali sebagai destinasi wisata. Seperti penjelasan berikut ini:

“Kami juga selalu mengikuti kegiatan-kegiatan yang diikuti oleh pemerintah Kota Bekasi contohnya, tanggal 10 September kemarin, ada Pesona



Nusantara Bekasi Keren atau PNBK, melibatkan seluruh seniman di Kota Bekasi. Yang akan dihadiri juga oleh Gubernur Jawa Barat. Jadi kami bekerjasama dengan Banjar STHD (Suka Duka Hindu Dharma) Bekasi, akan menampilkan Kecak Garuda atau bersatu dalam keberagaman. Ada juga event tahunan Disparbud Kota Bekasi di Kampung Bali yaitu ada pawai Ogoh-Ogoh yang kemarin sudah diadakan pertama kali.”

Besarnya dukungan pemerintah untuk menjadikan Kampung Bali sebagai daerah destinasi wisata tentu saja belum cukup, masih dibutuhkan peran serta, dukungan serta kerjasama yang harmonis antar warga di daerah kampung Bali sendiri. Yang menjadi catatan penting untuk terus dijaga adalah kerukunan dan toleransi antar warga Kampung Bali. dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, bahwa seluruh masyarakat Kampung Bali sangat kompak, bukan hanya warga etnis Bali saja, namun juga beberapa warga yang berasal dari budaya lainnya, seperti Sunda, Batak, Betawi, dll. Kekompakan dan toleransi menjadi landasan dalam berkehidupan. Jika ada perselisihan dan permasalahan-permasalahan selalu diselesaikan di rumah Ketua RT setempat dengan jalan musyawarah dan penuh kekeluargaan.

3. Pemanfaatan Media Digital Dalam Membangun *Brand Awareness*

Tidak cukup hanya dukungan pemerintah dan warga di Kampung Bali saja, namun peran serta media sebagai alat informasi publik menjadi salah satu faktor penting dalam membangun brand awareness Kampung Bali. Media dalam membantu untuk memperkenalkan identitas Kampung Bali lebih luas lagi. Apalagi dengan perkembangan media digital saat ini, yang tentunya dapat memudahkan orang untuk mengakses semua kebutuhan informasi melalui perangkat jaringan internet. Media menjadi salah satu cara untuk membuka peluang besar dalam pembentukan dan penguatan brand awareness Kampung Bali. Keterlibatan media dan sosial media dalam mempublikasikan Kampung Bali tentunya bukan suatu yang terencana dan terkonsep dengan matang. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan pada saat observasi dilapangan, dijelaskan bahwa keterlibatan media berawal pada September 2020, pada saat kunjungan kerja Pak Wakil Walikota Kota Bekasi Bapak Tri Adhianto Tjahyono ke Kampung Bali, dan kemudian



Kampung Bali menjadi Viral pada saat itu karena pak Wakil Walikota membawa serta seluruh wartawan-wartawan se-Bekasi, baik itu media cetak maupun elektronik, TV maupun radio. Setelah itu, mulai bermunculan pemberitaan-pemberitaan Kampung Bali sebagai alternatif pilihan berlibut untuk warga perkotaan yang disiarkan oleh beberapa televisi nasional. Sehingga dilanjutkan oleh beberapa youtuber serta beberapa akun sosial media yang juga beramai-ramai memberitakan tentang keunikan dari Kampung Bali.

Ramainya pemberitaan terkait keunikan dari Kampung Bali, menggugah kesadaran beberapa warga kampung Bali untuk mengelola sosial media yang tujuannya untuk mempublikasikan seluruh informasi-informasi terkait dengan Kampung Bali. Warga Kampung Bali pun sadar bahwa, media digital khususnya media sosial mampu memberikan dampak positif terhadap keberadaan Kampung Bali dan mengenalkan budaya Bali lebih dekat lagi. Seperti pernyataan I Wayan Agus Sumarjaya, yang merupakan Sekretaris Pokdarwis serta Tim Dokumentasi Pokdarwis Kampung Bali, yang menjelaskan bahwa, Kampung Bali harus mampu memaksimalkan kemampuan dalam pengelolaan media digital yang tujuannya agar semakin banyak orang mengetahui tentang keberadaan dari Kampung Bali tersebut. Seperti pernyataan berikut ini:

“Yang pasti kita memanfaatkan sosial media. Kita sudah punya instagram yang namanya Kampung Bali Bekasi atau Kampung Pancasila Bernuansa Bali. Juga ada Facebook. Sementara untuk Youtube, Kami masih menggunakan channel Alam Dewata Broadcaster dan Channel Bali Tong Sale.”

Pemanfaatan sosial media bukan hanya sebagian media-media yang dikelola oleh warga Kampung Bali saja, seluruh event-event serta kegiatan keseharian yang dilaksanakan di Kampung Bali juga disiarkan langsung di Chanel Youtube Disparbud Kota Bekasi atau Kominfo kota Bekasi. Serta ditayangkan di Instagram Bekasi Keren milik Pemerintah Kota Bekasi. Ini sebagai bentuk bahwa dukungan pemerintah dalam mempublikasikan Kampung Bali sangatlah besar.

Bukan hanya dukungan digital dari pemerintah, namun dukungan datang juga dari kehadiran para komunitas-komunitas yang datang ke kampung Bali untuk menikmati keunikan dari Kampung Bali. Ada beberapa komunitas yang sudah pernah datang ke



Kampung Bali salah satunya adalah komunitas Gowes, dimana komunitas Gowes ini juga memviralkan setiap sudut Kampung Bali melalui akun Instagram mereka masing-masing. Bukan hanya itu saja, pemanfaatan media juga terlihat ketika diadakan ritual keagamaan yang dilakukan diruang publik. Seperti salah satunya adalah pawai Ogoh-Ogoh yang merupakan salah satu rangkaian acara umat Hindu Bali yang ada di Kampung Bali. Dan menariknya juga beberapa wartawan yang meliput pada saat hari raya Nyepi dan pawai ogoh-ogoh tidak hanya media online saja namun juga banyak dihadiri oleh para wartawan dari televisi nasional yang bahkan sudah pernah hadir sebelumnya di Kampung Bali.

4. Brand Awareness Kampung Bali Di Kota Bekasi

Merujuk pada indikator *brand awareness* dapat diukur dari kesadaran *brand* yang dapat dimulai dengan beberapa tingkatan. Dimana proses membangun kesadaran brand tidaklah mudah walaupun di era digital ini, ada banyak kemudahan-kemudahan yang dapat dimanfaatkan untuk mengenalkan brand lebih cepat yaitu media digital. Sebelum tahun 2020, tidak banyak warga diluar Bekasi yang mengetahui Kampung Bali tersebut, pada tahapan ini dikenal dengan brand unaware. Sehingga setelah awal tahun 2020, dimana larangan bepergian karena pandemic covid 19 muncul, maka media sudah mulai memberitakan tentang daerah destinasi wisata pilihan yang tidak jauh dari Ibu Kota Jakarta. Sebagai alternatif liburan atau berwisata yang tidak perlu jauh-jauh ke Bali. Ketika larangan bepergian sudah mulai dilonggarkan oleh pemerintah, maka sudah mulai warga masyarakat disekitar Ibu Kota DKI Jakarta dan Provisi Jawa Barat mulai berdatangan untuk merasakan pengalaman-pengalaman terkait keunikan-keunikan dari Kampung Bali. Tahap ini dinamakan dengan Brand Recognition, dimana Pengalaman Brand (Brand Recognition) menjelaskan bahwa pengalaman brand adalah tingkatan dimana tingkat kesadaran responden akan suatu brand diukur dengan memberikan bantuan. Pertanyaan untuk pengenalan brand memberikan bantuan dengan menyebutkan ciri-ciri dari brand tersebut.

Tahapan yang masih terus diperjuangkan oleh Kampung Bali adalah dua tahapan tertinggi sebagai indikator membangun kesadaran brand yaitu Peningkat Kembali (Brand Recall) dimana pengingat kembali adalah tingkatan dimana brand disebutkan oleh



responden setelah seseorang diminta untuk menyebutkan nama-nama produk dalam suatu kategori produk tertentu tanpa melalui bantuan. Serta Puncak Pikiran (Top Of Mind) dimana Puncak pikiran merupakan tingkatan dimana suatu brand menjadi yang pertama disebut atau diingat oleh responden ketika dirinya ditanya tentang suatu kategori produk. Kampung Bali masih terus berupaya untuk membangun brand sebagai salah satu destinasi wisata yang bernuasa Bali di tengah hiruk pikuk perkotaan yang masih haus dengan suasana-suasana yang sangat kental dengan identitas budaya dan tradisi kedaerahan.

IV. Penutup

Upaya membangun brand awareness Kampung Bali di Kota Bekasi masih memerlukan proses yang panjang. Walaupun dukungan pemerintah serta akses dunia digital sudah sangat memudahkan proses dalam membangun kesadaran brand dari Kampung Bali, namun masih memerlukan konsistensi dan komitmen yang kuat dari pemerintah serta warga Kampung Bali untuk terus memperkenalkan Kampung Bali sebagai satu destinasi wisata yang memiliki keunikan dan keindahan pulau dewata yang berada di tengah perkotaan. Masih perlu adanya dukungan yang kuat dari pemerintah daerah untuk terus berupaya memajukan Kampung Bali sebagai destinasi wisata yang ada di Kota Bekasi serta kerjasama yang kuat dengan beberapa pihak eksternal seperti perusahaan swasta, BUMN, komunitas-komunitas dan tentu saja media-media. Sehingga kesadaran masyarakat luas terkait keberadaan Kampung Bali di Kota Bekasi ini semakin kuat. Sehingga masyarakat mampu mengingat bahwa Kampung Bali sebagai daerah destinasi wisata yang patut dikunjungi. Sebagai komponen terpenting dalam membangun brand awareness Kampung Bali adalah keajegan dan komitmen yang sangat besar dari seluruh warga Kampung Bali. Dimana semangat untuk membangun kesadaran dalam melestarikan budaya Bali ditengah terpaan budaya asing menjadi tantangan tersendiri yang harus terus dilestarikan. Sehingga kebudayaan Bali sebagai identitas diri Kampung Bali akan selalu terjaga dan harmoni disetiap landasan kehidupan warga Kampung Bali di Kota Bekasi.



Daftar Pustaka

- Astraguna, I. W. (2022). Komunikasi Estetik Dalam Pementasan Tari Topeng Sidhakarya Pada Praktik Keagamaan Masyarakat Hindu Bali. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 633-651.
- Creswell, Jhon W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran Edisi Keempat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Lindlof, Thomas R. (1995). *Qualitative Communication Research Methods, Current Communication: An Advanced Text Series Volume 3*, SAGE Publications.
- Lin Yi Hsi. (2015). Innovative Brand Experience's Influence On Brand Equity And Brand Satisfaction. *Journal of Business Research*. Vol 68.p 2254–2259.
- Suardana, I. K. P. (2022). Peran Media Online Firstlomboktour. Com Dalam Memasarkan Pariwisata Budaya Di Pulau Lombok. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 1(2), 148-157.
- <https://www.indozone.id/travel/WYsg5ZM/ada-kampung-bali-di-bekasi-hadirkan-suasana-bak-pulau-dewata/read-all>
- <https://bekasi.pojoksatu.id/topik/kampung-bali-di-bekasi>