

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Perancangan

Indonesia merupakan Negara kepulauan terbesar didunia yang kaya akan wisata alam dengan garis pantai terpanjang ke-3 setelah Kanada dan Uni Eropa, yakni mencapai 54.716 km. Beragamnya tempat wisata alam yang dimiliki Indonesia merupakan gambaran betapa besarnya potensi negeri luas nan subur ini, sebut saja pantai-pantai yang ada di Bali, wisata bawah laut Bunaken, Gunung-gunung kokoh yang ada di tanah Jawa, hewan purba di Pulau Komodo, dan berbagai taman nasional yang tersebar luas di beberapa wilayah Indonesia. Beberapa dari tempat tersebut bahkan memiliki potensi yang sangat besar karena sudah dikenal secara internasional.

Tidak hanya memiliki banyak kekayaan alam, Indonesia juga memiliki banyak warisan budaya yang sangat kaya dan mencerminkan negeri ini sebagai bangsa yang memiliki kesatuan dalam keberbedaan suku, budaya, ras, dan agama. Beberapa candi yang terbentang di antara pulau Jawa hingga pulau Dewata merupakan contoh wisata budaya di negeri ini, Beberapa diantaranya bahkan sudah diakui UNESCO sebagai daftar warisan dunia.

Di wilayah timur Indonesia juga tidak kalah indah, sebut Raja Ampat, Tana Toraja, dan Labuan Bajo. Banyaknya suku yang masih mempertahankan kebudayaan leluhur membuat wilayah di timur Indonesia

juga memiliki banyak sekali kekhasan budaya yang bahkan belum banyak diketahui banyak orang, salah satunya merupakan daerah wisata yang telah menerima penghargaan pada 27 Agustus 2012 oleh UNESCO pada UNESCO Asia Pacific Heritage Awards 2012 yakni daerah wisata Wae Rebo.

Desa kecil dan terpencil di kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur ini dikenal karena pembangunan kembali rumah tradisional Mbaru Niang berdasarkan semangat kerja sama masyarakat menuju tradisi berkelanjutan, sementara pada saat yang sama meningkatkan kesejahteraan desanya. Pendiri desa dan leluhur mereka yang membangun desa sekitar 100 tahun yang lalu, adalah seorang lelaki bernama Empu Maro. Saat ini, penghuninya adalah keturunan generasi ke-18.

Wae Rebo adalah desa kecil yang sangat terpencil, terletak sekitar 1.100 meter di atas permukaan laut. Karakteristik utama Wae Rebo adalah rumah mereka yang unik, yang mereka sebut Mbaru Niang yang tinggi dan berbentuk kerucut dan sepenuhnya tertutup lontar dari atapnya hingga ke tanah. Rumah itu memiliki lima tingkat, masing-masing tingkat ditunjuk untuk tujuan tertentu. (diakses dari halaman website : <https://www.indonesia.travel/gb/en/destinations/bali-nusa-tenggara/flores/wae-rebo-village> . pada April 2020)

Brand sendiri adalah sebuah nama, *symbol*, desain atau kombinasi dari semuanya untuk mengidentifikasi produk, perusahaan, negara dan organisasi. *Visual branding* termasuk bagian dari *branding*. *Visual*

branding adalah pengaruh yang disebabkan suatu bentuk *visual* untuk membedakan *brand* lainnya, baik berupa logo, penggunaan warna, juga penggunaan jenis *typografi*.

Kekhasan yang dimiliki Wae Rebo akan menghasilkan *brand* dengan daya tarik lebih jika dioptimalkannya strategi *visual* seperti logo, selain itu juga dengan upaya promosi terutama dibidang pariwisata, hal itu juga akan sangat membantu memperkenalkan daerah tersebut pada para calon wisatawan, karena dengan demikian angka kunjungan daerah wisata ini akan meningkat.

Dari latar belakang yang dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan perancangan dengan judul “*Perancangan Visual Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Promosi Daerah Wisata Wae Rebo, NTT*”. Perancangan ini guna untuk menaikkan daya promosi pada daerah wisata Wae Rebo.

B. Rumusan Perancangan

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat diambil perumusan masalah yakni sebagai berikut :

1. Bagaimana cara merancang *Visual Branding* daerah wisata Wae Rebo, Manggarai, Nusa Tenggara Timur?
2. Bagaimana mengimplementasikan *Visual Branding* kedalam media promosi sesuai dengan prinsip Desain Komunikasi Visual.

C. Batasan Perancangan

Agar pembahasan perancangan sesuai dengan sasaran yang diinginkan, terkait dengan Perancangan *Visual Branding* Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Promosi Daerah Wisata Wae Rebo, NTT, maka penulis memberi batasan masalah.

Perancangan meliputi *visual branding* seperti logo, warna, dan elemen *visual*, juga bagaimana penerapannya terhadap media promosi sesuai dengan prinsip Desain Komunikasi Visual.

D. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang *visual branding* yang tepat sebagai media promosi dan merancang media pendukung yang efektif untuk daerah wisata Wae Rebo agar masyarakat mengetahui dan memiliki keinginan untuk berkunjung ke sana.

E. Manfaat Perancangan

Dari perancangan ini diharap nantinya akan memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Peneliti

Perancangan ini merupakan salah satu bentuk upaya memnuhi tugas akhir dan juga diharapkan untuk bias menambah pengetahuan dan wawasan tentang penerapan *visual branding* pada media promosi

2. Bagi Instansi

Menambah sumber pustaka terkait *visual branding*, khususnya *visual branding* dan penerapannya kedalam media promosi di daerah wisata,

juga sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk peneliti selanjutnya.

3. Bagi Masyarakat

Bisa dijadikan bahan referensi bagi masyarakat sekitar khususnya pengelola agar melakukan upaya peningkatan dan pengembangan terhadap bidang promosi daerah wisata Wae Rebo, Manggarai, Nusa Tenggara Timur.

F. Skema Perancangan

