

Desain Mural Sebagai Media Komunikasi Visual Perwujudan *Destination Branding* Desa Wisata Bongan

I Gede Yudha Pratama

Institut Desain & Bisnis Bali
Jl. Tukad Batanghari No.29, Panjer, Kec. Denpasar Selatan, Denpasar 80225, Bali-Indonesia

e-mail: yudha.pratama@idbbali.ac.id

Received : April, 2022

Accepted : September, 2022

Published : Oktober, 2022

Abstract

Destination Branding is an effort to identify and introduce the potential of a destination, in order to build the identity of a destination against public perception through information and communication media. Bongan Village is one of the tourist villages in the Tabanan Regency which has the potential for its natural, historical, and cultural wealth that can become a leading tourist destination. So, it is important to realize destination branding for Bongan Tourism Village in order to introduce its superior potential through the right communication media. The purpose of realizing this destination branding is to inflame the superior potential of Bongan Tourism Village to the public and tourists through mural design as a medium of communication. The research method used in realizing this destination branding is by conducting observations and direct field interviews through descriptive methods. With the application of this method, it is known that there is a public space in the Bongan Tourism Village area that is appropriate and worthy of being used as a communication medium, in which a communicative mural design can be implemented. Murals, which are often seen as street art, are a choice of media that can communicate and convey information visually in public spaces.

Keywords: mural; visual communication media; destination branding; tourism village

Abstrak

Destination Branding merupakan sebuah upaya dalam mengidentifikasi dan memperkenalkan potensi dari suatu destinasi, guna untuk membangun identitas suatu destinasi terhadap persepsi masyarakat melalui media informasi maupun komunikasi. Desa Bongan menjadi salah satu desa wisata yang berada di Kabupaten Tabanan yang berpotensi dengan kekayaan alam, sejarah, dan budayanya yang dapat menjadi unggulan dari tujuan tempat wisata. Maka, menjadi suatu hal penting adanya perwujudan destination branding untuk Desa Wisata Bongan guna untuk memperkenalkan potensi unggulannya melalui media komunikasi yang tepat. Tujuan perwujudan destination branding ini ialah menggelorakan potensi unggulan Desa Wisata Bongan kepada masyarakat maupun wisatawan melalui desain mural sebagai media komunikasinya. Metode penelitian yang digunakan dalam mewujudkan destination branding ini ialah dengan melakukan observasi dan wawancara langsung ke lapangan melalui metode deskriptif yang didukung dengan teori bahasa rupa. Dengan penerapan metode tersebut diketahui bahwa ada ruang public di Kawasan Desa Wisata Bongan yang tepat dan layak dijadikan media komunikasi, dimana pada media tersebut dapat diimplementasikan desain mural yang komunikatif. Mural yang kerap dilihat keberadaannya sebagai seni jalanan merupakan salah satu pilihan media komunikasi visual yang dapat berkomunikasi dan menyampaikan informasi secara visual di ruang publik.

Kata Kunci: mural; media komunikasi visual; destination branding; desa wisata

1. PENDAHULUAN

Membangkitkan kembali sektor pariwisata, *Destination Branding* menjadi suatu hal yang cukup penting dalam upaya peningkatan kompetensi destinasi wisata khususnya dalam perkembangan desa wisata yang kini mulai disadari dapat memberikan kontribusi secara nyata terhadap pengaruh lingkungan bagi kehidupan masyarakat. Menurut Lynch dalam Yurisma, pengaruh identitas dan citra dari suatu kawasan dapat mempengaruhi kualitas terhadap cara pandang dan penilaian masyarakat pada lingkungannya [1].

Destination Branding merupakan sebuah upaya dalam mengidentifikasi dan memperkenalkan potensi dari suatu destinasi, guna untuk membangun identitas suatu destinasi terhadap persepsi masyarakat melalui media informasi maupun komunikasi. Menurut Ritchie *destination branding* itu berupa wujud visual maupun tanda kata yang memberdayakan suatu destinasi dengan destinasi lainnya dalam hal lain *destination branding* selebihnya dapat memberikan sebuah pengalaman yang menjanjikan dari suatu lokasi destinasi, hal ini yang nantinya berfungsi meningkatkan suatu pengalaman dari destinasi tersebut. Terkait terhadap destinasi tersebut; itu juga berfungsi untuk mengkonsolidasikan dan memperkuat kenangan yang menyenangkan tentang sebuah destinasi[2]. Penerapan strategi *destination branding* untuk saat ini tidak hanya diimplementasikan pada sebuah kota, provinsi maupun negara, akan tetapi dapat menuju lingkup kawasan desa. Masyarakat yang kini tinggal di Desa Bongan Sebagian besar mulai tertarik dengan adanya perkembangan desa wisata di berbagai kawasan yang memiliki potensi. Menurut Hadiwijoyo desa wisata merupakan Kawasan dari suatu daerah pedesaan yang memiliki daya tarik dengan berbagai ciri khas yang dapat disajikan kepada para wisatawan [3].

Desa Bongan merupakan desa wisata yang secara resmi pada tahun 2018 ditetapkan sebagai desa wisata oleh pemerintah Kabupaten Tabanan. Adapun objek wisata yang lebih ditonjolkan dari desa tersebut ialah warisan tradisi, budaya dan sejarahnya yang berupa Situs Kebo, Penangkaran Buruk Jalak Bali, dan Wisata Air Terjun Grembengan. Masyarakat Desa Bongan sebagian besar

berprofesi sebagai petani, sebagai desa wisata tentunya Desa Bongan memiliki potensi menjadi daya tarik wisatawan dan sangat layak untuk dilakukan sebuah *destination branding* sebagai suatu upaya pengembangan dan pengenalannya, melalui desain mural sebagai media komunikasi dalam mewujudkan potensi dan identitas yang dimiliki Desa Wisata Bongan.

Menurut Wicandra, Mural sangat efektif untuk dapat diposisikan sebagai media dalam menyampaikan pesan sosial maupun informasi komersil secara visual pada masyarakat yang tinggal dan hadir di sekitar mural tersebut [4]. Mural juga memiliki berbagai fungsi disetiap zamannya. Dimana mural dapat difungsikan sebagai penggambaran dengan identitas sebuah desa dan masyarakatnya yang dapat menjadikan desa tersebut memiliki nilai lebih dalam pemberdayaan masyarakatnya[5]. Efektivitas identitas desa yang diwujudkan melalui mural dapat menghadirkan identitas visual dengan cara yang indah dan menarik. dapat mengimplementasikan secara visual identitas desa dengan menarik dan indah. Identitas dari suatu desa dan masyarakat sekitar juga dapat tercipta dari pesan yang disampaikan melalui gambar mural yang ada pada suatu kawasan. Maka melalui adanya perwujudan visual dalam media mural akan dapat menyajikan identitas visual dari Desa Bongan sebagai Kawasan Desa Wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mewujudkan *destination branding* secara visual dengan mengangkat berbagai potensi yang dimiliki oleh Desa Bongan. Dengan strategi branding yang direncanakan maka upaya mewujudkannya dalam karya visual berupa desain mural, sehingga dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap *image* yang diimplementasikan.

Keberadaan daerah yang telah di branding dengan baik, secara otomatis akan memberikan kesan yang baik pula di benak masyarakat yang berkunjung ke daerah tersebut dan *destination branding* merupakan cara yang cukup efektif dalam meningkatkan kunjungan suatu kawasan. Dimana dapat dilihat beberapa contoh dari berbagai negara yang sangat gencar dalam mempromosikan potensi yang ada pada negara tersebut, seperti Indonesia, dengan 'Wonderful

Indonesia' nya, Malaysia dengan 'Truly Asia' nya[6].

2. METODE PENELITIAN

Dalam mendeskripsikan keunggulan dan karakter ciri khas dari Desa Bongan, peneliti menerapkan metode penelitian deskriptif yang didukung dengan penerapan teori bahasa rupa dalam mengimplementasikan wujud dari identitas visual dari Desa Wisata Bongan nantinya

Penelitian ini dilakukan dengan melihat secara langsung peristiwa dari lingkup sosial masyarakat dalam bentuk yang penuh makna, kompleks dan juga dinamis [7]. Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif yang memiliki tujuan dalam mendapatkan data yang acak dan berserakan, kemudian selanjutnya akan disusun kembali atau dikonstruksikan dalam suatu konsep yang memiliki makna dan mudah dipahami[7].

Adapun beberapa tahapan dalam penelitian ini yang dilakukan berupa, wawancara dan observasi bersama masyarakat dan pemerintah Desa Bongan. Dari kumpulan data yang didapatkan kemudian dilakukan tahapan analisis yang nantinya dapat diambil suatu kesimpulan. Analisis data dilakukan dengan pembuatan *mind mapping* guna mendapatkan sebuah konsep dalam mengembangkan dan mengimplementasikan *destination branding* Desa Wisata Bongan dengan memanfaatkan media mural sebagai media komunikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Hasil dari pengumpulan data menunjukkan bahwa, Desa Bongan dapat diakses dengan menggunakan kendaraan roda empat begitu juga roda dua. Pengalaman yang didapatkan oleh pengunjung selama perjalanan menuju ke Desa Bongan melewati berbagai lahan pertanian yang indah milik masyarakat setempat. Selain itu, adapun beberapa potensi yang diunggulkan berupa Situs Kebo, Penangkaran Buruk Jalak Bali, dan Wisata Air Terjun Grembengan.



Gambar 1. Situs Kebo Iwa
[Sumber: Pratama, 2022]

Gambar 1 adalah Situs Kebo Iwa yang menjadi potensi unggulan dari Desa Wisata Bongan. Dimana wisata ini dapat digolongkan pada wisata edukasi sebagai tempat belajar sejarah, dimana situs ini terletak pada Kawasan pemukiman masyarakat Desa Bongan.



Gambar 2. Penangkaran Jalak Bali
[Sumber: Pratama, 2022]

Gambar 2 merupakan Penangkaran Burung Jalak Bali, yang sering dikunjungi oleh wisatawan dan para pencinta maupun pemelihara burung.



Gambar 3. Air Terjun Grembengan
[Sumber: Pratama, 2022]

Pada Gambar 3 dapat dilihat daya Tarik wisata alam yang dimiliki oleh Desa Bongan ialah Air Terjun Grembengan. Lokasi objek ini berada di tengah pemukiman penduduk Desa Bongan, tepatnya di Dusun Bongan Jawa. Jalur menuju objek wisata sangat diakses dimana lokasinya yang berada searah dalam menuju objek wisata Tanah Lot, Tabanan Bali. Akses langsung menuju lokasi cukup dekat, kurang lebih 10 menit ditempuh dengan berjalan kaki dari area parkir.

3.2 Pembahasan



Gambar 4. Proses *Ming Mapping* Konsep Desa Bongan
[Sumber: Pratama, 2022]

Hasil mind mapping Desa Bongan yang dapat dilihat pada Gambar 4, menunjukkan bahwa potensi besar yang dimiliki Desa Bongan ialah berupa aset alam yang hadir secara alami. Dimana sampai saat ini tetap dijaga dan dikembangkan sehingga akan dapat meningkatkan kualitas branding Desa Wisata Bongan. Menariknya masyarakat *Desa Bongan* memiliki dan membagi Kawasan dengan menjadi Bongan Bali dan Bongan Jawa yang menunjukkan persatuan di kawasan tersebut.

Desa Bongan memiliki 3 kata kunci yang dapat dikembangkan untuk mengimplementasikan strategi *destination branding*. Adapun ketiga kata kunci tersebut ialah budaya, alam, dan masyarakat. Kata kunci tersebut menjadi potensi yang dapat menghadirkan pembeda dan citra yang kuat kepada para wisatawan yang belum ditemukan di kawasan di desa lainnya yang bersebelahan dengan Desa Bongan. Dari hasil mind mapping maka didapatkan suatu konsep "Tri Guna". Munculnya konsep ini dari penggabungan dari potensi yang dimiliki oleh Desa Bongan. Tri Guna memiliki makna yang dapat membawa seseorang mencapai kesuksesan bila mana dapat mengendalikan watak mereka dari tiga sifat yang dimiliki.

Menurut Chen dan Tsay, perilaku wisatawan dapat dipengaruhi oleh suatu citra dari suatu destinasi wisata. Pengaruh ini akan hadir ketika para wisatawan menentukan suatu keputusan dalam menentukan sebuah tujuan destinasi karena ini berpengaruh pada tujuan dan pengalaman yang didapatkan. Adapun tingkat kepuasan yang dipengaruhi oleh citra yang dibangun. [8].

Berdasarkan konsep yang ditentukan dari proses *mind mapping* maka dalam mewujudkan *destination branding* dimanfaatkan mural sebagai media komunikasi dalam penyampaian pesan dan memperkuat identitas dari *Desa Bongan*. Mural ini diimplementasikan guna untuk membentuk dan membangun persepsi dari masyarakat dari berbagai potensi yang dimiliki oleh Desa Bongan.

Dari hasil survei lapangan, adapun tembok dinding yang akan dimural memiliki ukuran panjang 50meter dengan tinggi 2,8meter serta

140,8meter untuk total luas keseluruhannya. Lokasi dari tembok dinding mural ini berada di Kawasan jalan menuju Wisata Air Terjun Grembengan, Desa Bongan Tabanan.



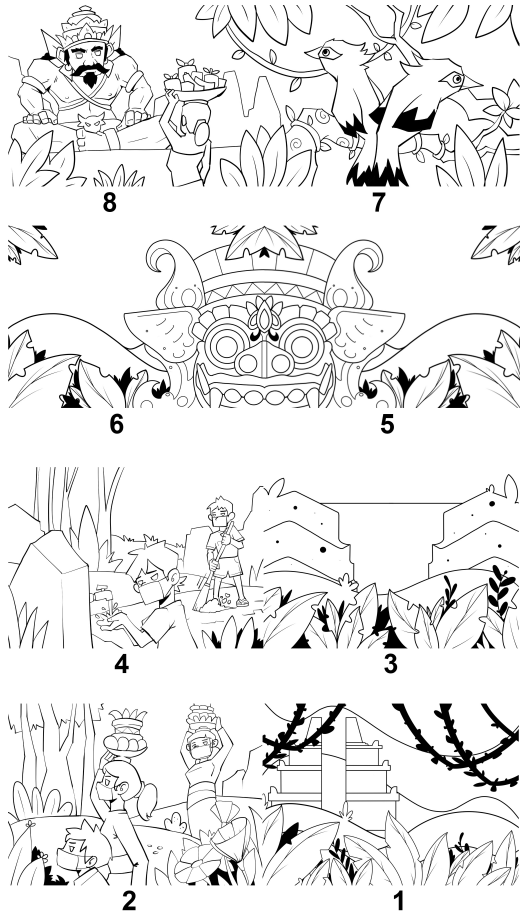
Gambar 5. Tembok Dinding Mural
[Sumber: Pratama, 2022]

Pada Gambar 5 menampilkan foto lokasi objek mural yang berada di tengah pemukiman penduduk Desa Bongan, tepatnya di Dusun Bongan Jawa. Jalur menuju objek wisata yang berada dipinggir jalan raya sangat mudah diakses dan ditemukan yang searah dalam menempuh objek wisata Tanah Lot, Tabanan Bali. Akses langsung menuju lokasi cukup dekat, kurang lebih 10 menit ditempuh dengan berjalan kaki dari area parkir. Selain aksesibilitas yang sangat baik berupa *paving block* selebar kurang lebih 2 meter, ketersediaan lahan parkir mobil dan motor menjadi salah satu kelebihan yang dimiliki. Jalur akses dari jalan raya yang diikuti dinding dari sisi kanan sepanjang sekitar 50 meter inilah, yang menjadi patokan dalam kegiatan mural yang dilakukan oleh dosen IDB Bali.

Dari pinggir jalan raya sampai titik akhir jalan *paving block* merupakan batas akhir dari dinding mural yang dikerjakan. Setelah ujung dinding ini, terdapat ruang peralihan berupa ruang terbuka dengan suasana teduh dari kerindangan pohon beringin, yang berdekatan dengan Pura Dalem desa setempat. Di dekat pohon ini terdapat sanitasi berupa wastafel cuci tangan, sebagai salah satu pelaksanaan proses saat ini. Dari titik pohon beringin ini, pengunjung diarahkan ke jalan setapak menurun ke arah timur, menuju objek wisata air terjun dan fasilitas penunjang lainnya. Suasana yang nampak disini cukup mengundang, dengan adanya beberapa papan petunjuk untuk memberikan informasi lokasi café, air terjun, dan toilet. Fasilitas lainnya yaitu adanya pos penjaga, juga areal terbuka serta bale bengong. Selain itu pada beberapa titik tersedia keran wastafel, serta beberapa *rubbish bin* atau tempat sampah.

Hal pertama yang dijumpai dari jalan menurun sepanjang kurang lebih 30 meter, yaitu café semi outdoor dengan beberapa bale bengong, serta beberapa bean bag berwarna cerah yang diletakkan di area berumput. Suasana yang dekat dengan alam pedesaan mampu menghadirkan suasana yang berbeda, sebagai salah satu bentuk refreshment bagi pengunjung dari kesibukan perkotaan. Dilengkapi dengan playground Objek Wisata Gerembengan diharapkan dapat menjadi salah satu pilihan sebagai objek rekreasi keluarga. Dari area café ini, pengunjung dapat menyusuri jalur jalan setapak kurang lebih 25 meter untuk menikmati air terjun Bongan. Jalan cukup curam, namun mudah dilalui karena dilengkapi dengan anak tangga sepanjang jalan. Disini suasana sangat sejuk dengan gemericik air terjun. Pengunjung dapat langsung turun ke dalam area ini. Dengan tetap memperhatikan *safety* serta mengikuti prosedur protokol kesehatan, pengunjung dapat tetap nyaman dan menikmati objek wisata Bongan. Pemandangan yang menarik yang didapat oleh pengunjung ketika menyusuri jalan menuju air terjun sangatlah indah dan menarik, yang berupa rumah pohon dan beberapa buah bale bengong. Banyak terdapat peribahasa dan kata-kata kiasan yang membangun, dan memberi motivasi serta pesan sosial yang dipaku di beberapa

pohon. Setelah habis jalan *paving block*, kemudian jalan bebatuan pada tangga serta menggunakan reiling natural dari material bambu serta konstruksinya menggunakan sambungan pengikat berupa tali ijuk. Banyak dedaunan seperti daun bambu yang berjatuhan di sini semakin menambah suasana alami.



Gambar 6. Sketsa Mural
[Sumber: Pratama, 2022]

Mural merupakan bidang seni yang melukis atau menggambar dinding ataupun bidang datar, yang bertujuan untuk memperindah dan mempercantik lingkungan tersebut. Tentunya diperlukan konsep desain yang sesuai supaya penerapan mural dilapangan menjadi lebih mudah dan efektif sesuai dengan keinginan. Salah satu sifat dari penerapan desain karakter adalah mampu untuk menarik perhatian *audiens*, sehingga penerapannya dalam desain mural ini, diharapkan mampu mengkomunikasikan pesan dan kesan terhadap *audiens*. Desain karakter yang disajikan berupa bentuk manusia, hewan, tanaman maupun benda-benda lainnya. Dimana pengerjaanya dimulai

dari tahapan digital yang diawali dari sketsa hingga pewarnaan seperti yang disajikan pada gambar 6 dan gambar 7. Penerapan karakter dalam implementasi desain mural diharapkan dapat membantu menarik perhatian dan memperindah kawasan sekitar tempat kegiatan mural tersebut.



Gambar 7. Desain Mural Desa Bonga
[Sumber: Pratama, 2022]

Seni mural merupakan seni gambar yang dapat menyampaikan berbagai pesan dan informasi dalam wujud visual indah. Dimana mural menjadi sebuah media komunikasi visual dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan nilai dan tampilan yang menarik. Dengan adanya mural di ruang public maka mural dapat digolongkan sebagai media yang dapat menyampaikan aspirasi dalam bentuk estetik. [9].

Selain mural sebagai media komunikasi visual dalam menyampaikan pesan dan informasi, mural sejatinya juga dikenal sebagai karya seni yang dapat memberikan nilai lebih dan bermakna pada setiap tampilannya [10].

Sebelum pengerjaan mural, konsep desain juga diperlukan agar hasil mural dapat sesuai dengan harapan. Dalam desain mural, diterapkan sebuah desain karakter didalamnya. Desain karakter diterapkan dalam mural di Desa Bongan tersebut, agar tampilan seni Mural menjadi lebih menarik. Selain itu juga, dari pihak Desa juga sempat meminta adanya desain karakter berupa karakter Kebo Iwa dan Jalak Bali.

Desain Karakter merupakan salah satu bentuk ilustrasi yang ditampilkan dalam bentuk visual yang beraneka rupa, bisa berupa hewan, tumbuhan ataupun benda-benda mati. Bentuk visual dari karakter tersebut disesuaikan dengan aset-aset pembentuk desain mural lainnya.

Penciptaan desain karakter dalam Mural, melalui beberapa tahapan, diantaranya Proses Sketsa, Outline dan Pewarnaan. Pengerjaan desain karakter seluruhnya dilakukan dengan cara digital, komputerisasi dan *software* yang mendukung dalam proses gambar digital. Selain teknis, penciptaan desain mural juga harus memiliki komunikasi yang jelas dan pemaknaan supaya memiliki kesan estetis.

a. Komunikasi Visual

Sebuah komunikasi sangat penting supaya pesan dapat tersampaikan secara utuh kepada penerima pesan. Media komunikasi akan sangat membantu dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada target maupun masyarakat. Media visual merupakan media pengantar pesan yang saat efektif, dimana dapat memberikan pengaruh terhadap keseluruhan indera penglihatan dari yang melihat. Hal ini akan menjadi nyata Ketika komunikasi dapat diterima dengan baik pesan maupun informasi yang disampaikan melalui media komunikasi visual. [11].

b. Bahasa Rupa

Bahasa rupa dalam perkembangannya, telah dibedakan menjadi kelompok, antara lain bahasa rupa tradisi dan modern. Dalam mewujudkan destination branding Desa Bongan diterapkan teori bahasa rupa modern yang berbentuk gambar dwimatra

yang tidak bergerak atau biasa disebut dengan *still picture* [12].

c. Penerapan Desain Karakter

Desain karakter yang diterapkan merupakan bagian dari ilustrasi desain mural dengan teknik bahasa rupa, dimana sesuatu yang penting digambarkan lebih besar dari objek lainnya. Dalam hal ini di sajikan visual karakter dengan menggunakan visual dengan paduan warna yang menarik dapat membangun kesan mural yang harmonis. Daya pikat dibutuhkan untuk mengalihkan pusat perhatian audiens terhadap desain mural yang dikerjakan, walaupun hal tersebut hanya sesaat. Daya pikat ini bisa terdapat di dalam semua bidang desain, terutama pada desain karakter [4].

d. Penciptaan Desain Mural

Pada sajian gambar 8 merupakan desain mural yang akan diterapkan di Area Objek Wisata Air Terjun Grembengan yang terletak di Desa Bongan Kabupaten Tabanan, Bali.



Gambar 8. Desain Mural Desa Bonga
[Sumber: Pratama, 2022]

Mural menjadi media yang tepat untuk mewujudkan Desa Bongan yang ada di objek wisata Grembengan. Mural juga berfungsi sebagai media edukasi mengenai kebudayaan dan sebagai pemanfaatan ruang dua dimensi. Penerapan desain karakter dalam desain mural, diharapkan mampu menambah daya tarik desain mural tersebut. Perancangan digital desain mural ini digunakan sebagai acuan dalam mural di Area Objek Wisata Air Terjun Grembengan yang terletak di Desa Bongan. Digital desain mural, diperlukan supaya pengerjaan mural nantinya lebih mudah dan sesuai dengan konsep yang diharapkan.

4. KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mewujudkan *destination branding* secara visual dengan mengangkat berbagai potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Bongan. Dengan strategi branding yang direncanakan maka upaya mewujudkannya dalam karya visual berupa desain mural, sehingga dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap image yang diimplementasikan. Membangkitkan kembali sektor pariwisata, *Destination Branding* menjadi suatu hal yang cukup penting dalam upaya peningkatan kompetensi destinasi wisata khususnya dalam perkembangan desa wisata yang kini mulai disadari dapat memberikan kontribusi secara nyata terhadap pengaruh lingkungan bagi kehidupan masyarakat. Desa Bongan memiliki potensi tersebut dengan kekayaan budaya, alam, dan masyarakat yang dimiliki daerah tersebut. Beragam kekayaan budaya alam dan kegiatan masyarakat yang masih terjaga hingga saat ini memberikan ciri khas tersendiri terhadap identitas Desa Bongan. Hal ini memberikan daya tarik yang cukup besar untuk memberi pengaruh kunjungan wisatawan. Dari konsep "Tri Guna" yang diterapkan dalam implementasi *destination branding* menjadi kata kunci utama dalam perwujudannya dalam bentuk visual yang mengangkat mengenai budaya dan kekayaan alam yang dipadukan dengan semangat dari masyarakat Desa Bongan dalam melestarikan potensi yang ada di Desa Bongan. Dari berbagai kekayaan yang dimiliki oleh Desa Bongan inilah yang diimplementasikan menjadi suatu identitas

destination branding Desa Wisata Bongan. Melalui hal ini, diharapkan dapat memberikan pengalaman yang baik bagi para wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Bongan.

Strategi penerapan desain mural menjadi media yang cukup tepat untuk mewujudkan *destination branding* Desa Bongan yang ada di objek wisata Grembengan. Mural juga berfungsi sebagai media edukasi mengenai kebudayaan dan sebagai pemanfaatan ruang dua dimensi. Penerapan desain karakter dalam desain mural, diharapkan mampu menambah daya tarik desain mural tersebut. Perancangan digital desain mural ini digunakan sebagai acuan dalam mural di Area Objek Wisata Air Terjun Grembengan yang terletak di Desa Bongan. Digital desain mural, diperlukan supaya pengerjaan mural nantinya lebih mudah dan sesuai dengan konsep yang diharapkan. Perwujudan *destination branding* ini diimplementasikan dalam bentuk desain mural yang disajikan secara visual, guna untuk mengkomunikasikan potensi kekayaan yang dimiliki oleh Desa Bongan sebagai salah satu di Desa Wisata yang ada di Kabupaten Tabanan khususnya di Pulau Bali. Dalam pengembangan *destination branding* ini, perlu adanya komunikasi yang lebih mendalam dengan masyarakat setempat yang tinggal di Desa Bongan sebagai kunci utama dalam upaya meningkatkan *brand awareness* Desa Wisata Bongan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Y. Yurisma, "Kesenian Tradisi Reog Sebagai Pembentuk Citra Ponorogo," *Visualitas*, vol. 7, no. 1, pp. 1–15, 2018, [Online]. Available: <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/visualita/article/view/1081/pdf>
- [2] C. Blain, S. E. Levy, and J. R. B. Ritchie, "Destination branding: Insights and practices from destination management organizations," *J. Travel Res.*, vol. 43, no. 4, pp. 328–338, 2005, doi: 10.1177/0047287505274646.
- [3] S. S. Hadiwijoyo, *Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- [4] O. B. Wicandra, "Berkomunikasi Secara Visual Melalui Mural Di Jogjakarta," *Nirmana*, vol. 7, no. 2, pp. 126–133, 2005,

- [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16518>
- [5] E. Irwandi and S. Sabana, "Proses Perwujudan Identitas Tempat Melalui Seni Mural," *Pros. Semin. Nas. Desain dan Arsit.*, vol. 2, pp. 70–76, 2019, [Online]. Available: www.merriam-webster.com.
- [6] Y. Pusparani, "Perencanaan Destination Branding Melalui Mural di Desa Wisata , Desa Sumber Harapan , Kalimantan Barat (Destination Branding Planning Through Mural In Desa Wisata , Desa," pp. 353–363, 2019.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. 2012.
- [8] N. L. Rahmawati, "Pengaruh City Branding terhadap Image Of Urban Destination dan Dampaknya pada Post-Visit Behavior," *Trikonomika*, vol. 14, no. 1, p. 66, 2015, doi: 10.23969/trikonika.v14i1.593.
- [9] M. Gazali, "Jurnal Imajinasi," *J. Imajin.*, vol. XII, no. 1, 2017.
- [10] I. G. Y. Pratama, "Pelestarian Permainan Tradisional Bali Melalui Mural Di Lapangan Astagina," *J. Lentera Widya*, vol. 3, no. 1, pp. 43–49, 2021, doi: 10.35886/lenterawidya.v3i1.271.
- [11] S. Hardiyarso, "Etika Komunikasi Visual: Pencarian Kebenaran Dalam Pemahaman Antara Yang Dilihat Dan Yang Dipikirkan," *J. Komun. Dan Media*, 2020.
- [12] I. G. Y. Pratama, "Kajian Bahasa Rupa Budaya Mesatua Bali Dalam Cerita Bergambar," *J. Bhs. Rupa*, vol. 5, no. 1, pp. 112–121, 2021, doi: 10.31598/bahasarupa.v5i1.775.