

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Cristo Rei merupakan patung yang terletak di bukit Fatucama bagian timur kota Dili. Patung Cristo Rei ini menjadi simbol bagi warga untuk menggantungkan harapan akan kedamaian, kesejahteraan dan kehidupan yang lebih baik di tanah *Lorosa'e*. Saat ini patung Cristo Rei menjadi salah satu objek wisata rohani populer di Timor Leste. Pada akhir pekan, biasanya warga ataupun wisatawan yang datang berkunjung ke tempat ini, namun kurangnya media promosi mengenai patung Cristo Rei ini maka wisatawan luar kurang mengenal tentang keberadaan patung Cristo Rei.



**Gambar 1.1 Cristo Rei**  
**Sumber :** ( Hasil olahan peneliti 2016)

Patung Cristo Rei berada di ketinggian 90 meter di atas permukaan laut. Terletak di Tanjung Fatucama, sekitar tujuh kilometer dari pusat Kota Dili. Memiliki ketinggian 27 meter. Angka 27 melambangkan Timor Timur sebagai propinsi Indonesia yang ke 27 pada saat itu, patung ini menjadi patung tertinggi kedua di dunia setelah patung *Christ the Redeemer* di Rio de Janeiro, Brasilia (Tingginya, 38 meter). (<http://timoroman.com>).

Latar belakang dibuatnya patung Cristo Rei di Fatucama, berdasarkan sejarah nama Fatucama memiliki nilai historisnya tersendiri karena secara etimologi (asal kata) berasal dari dua suku kata yaitu *Fatuk* dan *Ama*. Fatucama artinya *Ayah yang memeluk semua orang*. Patung Cristo Rei didirikan, awalnya dari *peregrinasaun* (perjalanan), atau umat Khatolik yang sedang mengarak patung Bunda Pelindung Timor-Leste, *Nossa Senhora da Conceicao*, jalan mengelilingi tiap gereja di semua wilayah di timor-leste pada tahun diawal tahun 1987-1988. Karena di Dili sebagai ibu kota propinsi, maka Pastor paroki becora, *Jose Antonio Nolasco Santimano Monteiro*, langsung mengambil inisiatif, akan tetapi Pastor itu juga punya inisiatif lain yaitu bila ada kemungkinan membangun sebuah patung Cristo Rei dengan ketinggian 6 meter saja, karena masalah dana, sebagai orang asli Timor-Leste Gubernur waktu itu *Abilio* langsung bekerja sama dengan pihak gereja dan memutuskan untuk memilih Fatucama sebagai tempat untuk mendirikan patung Cristo Rei. Patung itu bukan sekedar berdiri megah tetapi secara kultural dan orientasinya yang benar dari adat istiadat dan Gereja dalam hal ini. Cristo Rei dengan bentuk melebarkan tangan sebagai simbol mengayomi sesama. (<http://timoroman.com>)

Tempat ini adalah salah satu tempat pariwisata terfavorit di Timor-Leste, tetapi bagi masyarakat luar negeri masih belum mengenal karena kurangnya pengetahuan dari masyarakat mancanegara dan kurangnya pemerintah daerah untuk mengembangkan dan melihat potensi yang dimiliki oleh tempat ini dan yang paling penting, tidak adanya logo atau identitas dan media promosi mengenai tempat wisata ini, sehingga baik itu warga Timor-Leste sendiri yang ada di daerah-daerah kumuh pun kurang mengenal tempat ini hingga warga asing yang berkunjung di Timor-Leste tidak mengetahui keberadaan patung tersebut. Tidak adanya logo atau Identitas pada wisata ini membuat patung ini kurang di kenal dan tidak di jangkau dunia luar karena tidak adanya media promosi yang mendukung tempat wisata ini di kenal oleh masyarakat lokal yang berada khususnya di daerah kumuh Timor-Leste dan terutama masyarakat mancanegara. Orang berpendapat tempat ini hanyalah tempat wisata biasa yang tidak memiliki keunikannya dengan tempat lain. Sebuah *Logo* mempunyai makna sendiri untuk membedakan sebuah produk, jasa dan organisasi tertentu, maka dari itu Cristo Rei membutuhkan sebuah *Logo* untuk di bedakan dengan tempat wisata lainnya.

Tabel pengunjung (*visitors*) dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan, akan tetapi dengan adanya penelitian ini akan terjadi peningkatan yang lebih pesat. Cristo Rei tidak hanya dilihat sebagai pusat tempat wisata untuk Religi akan tetapi dengan keindahan dan pemandangan yang indah dari puncak Cristo Rei, para calon pengunjung akan menikmati keindahan yang ada pada tempat wisata ini.

No	Years	Tourist Visits	Porsentase %
1	2010	28824	22,48 %
2	2011	36643	28,58 %
3	2012	62730	48,93 %
	Total	128197	100 %

Sumber : Imigrasi Timor Leste  
All Visitors from all the type with various activities 2010-2012

**Tabel 1.1 Tabel Kunjungan pada tahun 2010 - 2012**

**Sumber :** (<https://ministerioturismotl.wordpress.com>)

Tabel pengunjung (*Visitors*) yang masuk ke Timor-Leste adanya peningkatan yang baik, dengan adanya media rancangan media promosi ini diharapkan jumlah *Visitors* semakin meningkat.

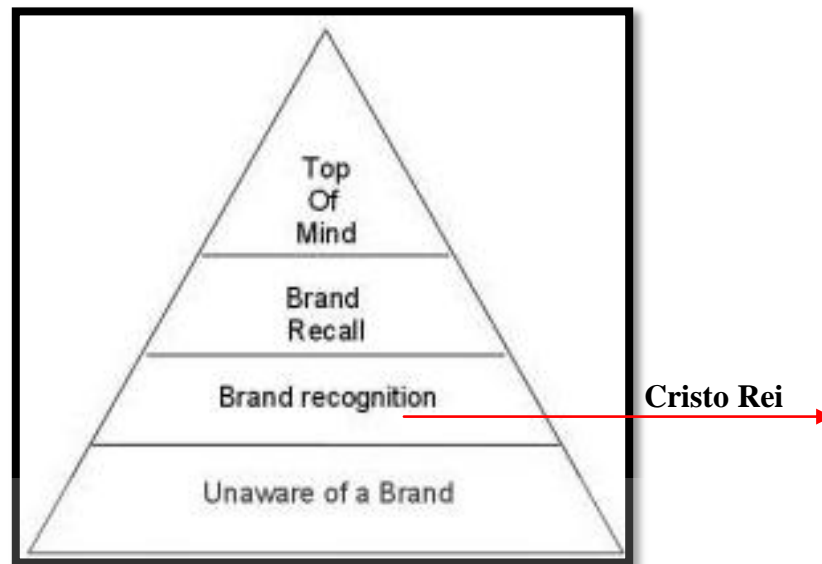
Dengan adanya logo atau identitas dan media promosi yang mendukung maka di harapkan tempat wisata ini akan lebih di kenal dan memiliki ciri khas tersendiri yang beda dengan patung-patung lainnya, di karenakan patung Cristo Rei memiliki keunikan yang tidak dimiliki oleh patung-patung lainnya, dilihat dari letaknya yang tepat di jantung kota dili ibu kota Timor-Leste.

No	Months	Visited	Porsentase %
1	January	9068	39,46 %
2	February	6670	29,02 %
3	March	7242	31,51 %
4	Total	22980	

**Tabel 1.2** Tabel Kunjungan Pada Tahun 2013  
**Sumber :** (<https://ministerioturismotl.wordpress.com>)

Untuk mencapai *Brand Awareness* (top of mind), maka Cristo Rei memiliki 4 (empat) urutan yang penting dalam membangun *brand awareness*nya antara lain sebagai berikut :

1. *Point Of Mind* (puncak)
2. *Brand Recall* (mengingat kembali).
3. *Brand Recognition* (pengenalan)
4. *Unaware of Brand* ( tidak mengetahui akan merek )



**Tabel 1.3 Tabel Piramida *Brand Awareness***

**Sumber :**(<http://boentialoe.blogspot.com>)

Cristo Rei berada pada bagian *brand recognition* (Pengenalan) yaitu para konsumen baru mengenal sebuah merek dan masih membutuhkan alat bantu untuk bisa mengingat merek tersebut. Untuk mencapai brand awareness point of mind, maka salah satu caranya adalah dengan melakukan media promosi dalam bentuk apapun.

Promosi pariwisata adalah suatu proses kegiatan yang bertujuan agar para konsumen mengetahui (*aware*) adanya produk dan jasa yang ditawarkan kemudian membelinya dan menjadikannya pelanggan yang setia.

Pariwisata mempunyai banyak manfaat bagi negara dan terutama untuk masyarakat, bahkan manfaat pariwisata dapat dilihat dari berbagai aspek yaitu budaya, lingkungan hidup, sosial, ilmu pengetahuan, peluang dan kesempatan kerja.

Dengan perancangan yang telah di konsepskan untuk memenuhi *brand awareness* dari Cristo Rei, maka pemerintah dengan sepenuhnya mempunyai wewenang untuk membantu merealisasikannya agar *brand awareness* Cristo Rei menuju *Top Of Mind*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian singkat yang telah dibahas pada latar belakang maka adapula rumusan masalah yang di dapat :

"Bagaimana merancang logo dan media promosi Cristo Rei berbasis religi untuk meningkatkan *brand awareness* wisata kota dili ".

## 1.3 Batasan Masalah

Adanya suatu batasan masalah agar dalam proses pengerjaan perancangan media promosi Cristo Rei dapat fokus pada satu permasalahan yang diangkat dan pemecahan masalah dapat dijalankan dengan efektif dan tepat sasaran, maka diperlukan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

- a. Hanya berfokus pada pembuatan logo dan media promosi Cristo Rei yang meliputi kawasan Kota Dili dan Cristo Rei seperti poster, brosur, x banner iklan majalah dan merchandise.
- b. Teknik pembuatan media promosi dan media-media yang di hasilkan hanya berfokus pada perancangan media promosi Cristo Rei berbasis religi, yaitu: dengan memanfaatkan bangunan-bangunan yang ada di sekitar patung Cristo Rei yang berlatar belakang sejarah religi Umat Khatolik.

## 1.4 Tujuan

Dari uraian singkat yang telah di bahas pada latar belakang sampai dengan perumusan masalah, maka dalam perancangan ini memiliki tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk merancang logo dan media promosi Cristo Rei berbasis Religi untuk meningkatkan *brand awareness* Wisata kota dili.
- b. Untuk mengimplementasikan logo dan media promosi poster, brosur, x banner iklan majalah dan merchandise.

## 1.5 Manfaat

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian dan perancangan ini memiliki manfaat praktis dan teoritis.

### 1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Dapat membantu dalam proses pembelajaran mahasiswa sebagai bantuan konsep dan ilmu terutama dalam merancang logo.
- b. Menjadi buku refensi bagi semua kalangan dan menjadi buku panduan pembuatan media promosi misalnya kunjungan yang berbasis religi.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Perancangan logo dan media promosi diharapkan dapat menyumbangkan solusi terhadap pemecahan masalah yang akurat terhadap pembuatan logo dan media promosi tempat wisata Cristo Rei.
- b. Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar Cristo Rei dan juga



perekonomian negara.

