

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Terkait dengan kebudayaan, di Indonesia sendiri memiliki beragam kebudayaan yang berada di masing – masing daerahnya dan tentunya memiliki ciri khas yang berbeda – beda. Karena Indonesia sendiri merupakan negara yang terdiri dari berbagai daerah serta memiliki suku, adat dan ras yang beragam. Sehingga kebudayaan yang terbentuk juga sangat beragam, maka tak heran jika daya tarik Indonesia sendiri adalah karena kebudayaan yang kental dan beragam tersebut di masing – masing daerahnya. Hal tersebut juga menjadi salah satu faktor pendorong yang membuat pariwisata di Indonesia sangat diminati. Pada era seperti sekarang ini yang mana merupakan era serba digital membuat sangat mudah diaksesnya informasi melalui internet tentang apa saja hal yang menarik untuk dikunjungi dan disaksikan pada saat ke Indonesia. Hal tersebut membuat pariwisata di Indonesia kian dikenal karena, banyak wisatawan yang tertarik untuk datang ke Indonesia yang tak hanya untuk menikmati keindahan alamnya namun juga menikmati kekentalan budaya Indonesia yang sangat beragam di masing – masing daerah.

Salah satu kebudayaan daerah Indonesia yang terkenal masih kental dan tentunya sangat menarik untuk didatangi saat ke Indonesia adalah kebudayaan daerah Bali. Pulau Bali merupakan salah satu pulau yang terletak di wilayah

Indonesia bagian tengah yang mana merupakan pulau dengan julukan pulau Dewata atau bisa juga disebut pulau seribu pura karena memang Bali merupakan pulau yang terdiri dari mayoritas penduduk yang menganut keyakinan sebagai umat Hindu. Dalam keyakinan Hindu ini juga terdapat banyak prosesi – prosesi ritual yang mana sangat berkaitan dengan kebudayaan khas daerah Bali. Jika dilihat sangatlah banyak kebudayaan di Pulau Bali ini yang berkembang hingga saat ini dan tentunya sudah menjadi objek pariwisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan lokal.

Beberapa kebudayaan Bali yang terkenal adalah seperti kebudayaan rumah adat yang masih terjaga hingga sekarang, ada juga tradisi mekotek¹ yang berada di daerah Munggu, Badung yang mana dilaksanakan sehari setelah hari Raya Kuningan yang bertujuan untuk menetralkan aura negatif serta sebagai penolak bala, selanjutnya ada kebudayaan di daerah Trunyan, Kintamani Bangli dimana ada tradisi pemakaman mayat orang meninggal secara wajar bernama Mapasah² dimana dalam tradisi ini mayat tersebut tidak akan dikuburkan melainkan hanya diletakkan di atas tanah dan terlihat sangat jelas. Selanjutnya kebudayaan dalam memperingati hari Raya Nyepi³ yaitu sehari sebelum hari Raya Nyepi ada tradisi mengarak ogoh – ogoh keliling desa. Ogoh - ogoh yang merupakan patung yang terbuat dari anyaman bambu berwujudkan tokoh – tokoh jahat yang mana menyimbolkan hal – hal negatif yang nantinya setelah di arak akan dibakar, agar

¹ Mekotek adalah tradisi untuk menolak bala yang dilaksanakan di daerah Desa Munggu, Kec. Mengwi, Badung, Bali

² Mapasah adalah tradisi pemakaman mayat dengan tidak dikuburkan melainkan hanya diletakkan di atas tanah yang dilaksanakan di Desa Trunyan, Kintamani, Bangli, Bali

³ Hari Raya Nyepi adalah hari raya umat Hindu yang dirayakan setiap tahun Baru Saka atau setiap setahun sekali.

aura negatif nantinya dapat dinetralkan. Adapula kebudayaantarian bali yang mana sudah sangat sering dipentaskan dalam berbagai acara dan juga ada pementasan tari bali khusus untuk disaksikan oleh wisatawan yang berkunjung ke pulau Bali. Tarian Bali yang terkenal hingga ke mancanegara seperti tarian Pendet, tarian Kecak, tarian Barong dan masih banyak lagi.

Bahkan kebudayaan Bali yang merupakan sebuah tradisi khas yang masih kental dijadikan sebagai *event* tahunan dimana selain untuk melestarikan kebudayaan juga sebagai salah satu daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Bali dan juga untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas. *Event* kebudayaan yang ada di Bali dimana cukup terkenal dimasyarakat dan merupakan *event* tahunan yang memang setiap tahun diadakan adalah Pesta Kesenian Bali yang merupakan sebuah *event* kebudayaan besar di Bali dan melibatkan seluruh komponen kesenian di Bali, diselenggarakan di gedung Art Centre, Denpasar. Tak hanya itu adapun juga *event* Buleleng *Festival* (Bulfest) yang merupakan *event* tahunan juga seperti Pesta Kesenian Bali, diselenggarakan di daerah Bali Utara tepatnya di Kabupaten Singaraja. Dengan kata lain *event* budaya yang diselenggarakan di pulau Bali ini masih dilaksanakan hingga sekarang dan masih sangat menjunjung tinggi kebudayaan yang ada di Bali.

Selain *event* besar tahunan seperti Pesta Kesenian Bali dan Buleleng *Festival* tersebut ada pula *event* yang bisa dibilang *event* baru yang ada di daerah Br. Bindu Mekar Bhuana dimana cakupan *event* ini masih di sekala kecil yaitu di tingkat desa di Br. Bindu Mekar Bhuana. Dan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis akan mengambil objek penelitian sebuah *event* kebudayaan

Bali yang bernama Bindu Barong Festival (BBF) serta bagaimana cara pengelolaan konsep dari *festival* tersebut sehingga bisa terlaksana dan dapat menjadi *event* tahunan yang rutin dan besar yang berada di daerah Br. Bindu Mekar Bhuana. Bindu Barong Festival ini merupakan sebuah *event* kebudayaan dimana diselenggarakan oleh sanggar yang berada di dalam naungan kelompok karang taruna di Br. Bindu yaitu STT Dharma Yowana pada divisi kesenian yang kelompok karang taruna itu miliki.

Adapun *Event* ini merupakan sebuah *festival* untuk menarikan tarian Barong khas Bali dimana dalam kegiatan ini melombakan sebuah *skill* dalam “Bapang Barong” yang merupakan *skill* dalam menarikan sebuah tarian Barong serta dalam lomba ini juga ikut melombakan *skill* dalam “Makendang Tunggal” yaitu sebuah *skill* dalam memainkan alat musik kendang dimana kendang tersebut merupakan iringan dalam menarikan tarian barong tersebut. Dalam *event* ini melibatkan peserta yang berasal dari berbagai daerah di Bali serta merupakan pemuda – pemudi yang memiliki seni atau bisa disebut seniman muda yang memiliki bakat dalam menarikan sebuah tarian barong serta sebagai instrumen pengiring dalam tarian barong.

Dengan diadakannya sebuah *event* kebudayaan seperti Bindu Barong Festival ini diharapkan tradisi serta kebudayaan yang sangat melekat dengan Bali tetap terlestarian walaupun sudah dibarengi oleh perkembangan jaman yang sangat pesat sehingga pastilah banyak kebudayaan – kebudayaan yang hampir punah karena tidak adanya generasi penerus yang meneruskan tradisi dan kebudayaan agar tetap lestari. Adapun konsep dari Bindu Barong Festival ini ialah

konsep *festival* dimana dalam *festival* ini tak hanya bertujuan untuk melestarikan sebuah warisan kebudayaan yang dimiliki oleh Bali, namun juga untuk memperkenalkan sebuah daerah yang nantinya bisa dikenal dengan sebutan “Desa Wisata” dimana daerah tersebut tak hanya terdukung dari sarana dan prasarana sebagai desa wisata, tetapi juga memiliki *event* yang mengenalkan serta nantinya menjadi ciri khas tersendiri bagi daerah Br. Bindu ini untuk di kenal luas oleh masyarakat baik masyarakat lokal maupun mancanegara.

Dalam penelitian ini hal menarik yang penulis temukan sehingga penelitian tentang *event* kebudayaan Bindu Barong Festival menarik untuk diteliti ialah bagaimana konsep awal dalam pencetusan ide dalam membuat sebuah *festival* dimana awal dari *festival* ini bermula dari daerah, yang mana ingin menjangkau segmentasi peserta hingga ke seluruh Bali. Dan hal tersebut sebenarnya merupakan tahap awal dalam melakukan sebuah teknik *branding* terhadap daerah Br. Bindu Mekar Bhuana tersebut dengan memakai *event* Bindu Barong Festival ini sebagai salah satu sarana memperkenalkan desa ini sebagai desa wisata yang layak untuk dikunjungi karena mereka memiliki sebuah *event* kebudayaan yang tentunya menarik untuk dikunjungi saat datang ke Bali terurama ke Br. Bindu Mekar Bhuana. Tak hanya *branding* dari daerah Br. Bindu saja yang dilakukan dengan *event* Bindu Barong Festival ini tetapi ada *branding* terhadap *eventnya* itu sendiri serta *branding* terhadap sanggar yang dinaungi oleh kelompok karang taruna STT Dharma Yowana agar diketahui dan dikenal oleh masyarakat luas serta tercipta ciri khas yang melekat dalam benak masyarakat pada saat berkunjung ke Br. Bindu serta mendengar *event* Bindu Barong Festival.

Fokus utama dari penelitian ini ialah bagaimana pesan yang ingin disampaikan melalui *branding* yang diterapkan dalam *event* Bindu Barong Festival ini sehingga *event* ini dapat *membranding* tempat, *event* dan juga sanggar yang dimiliki oleh STT Dharma Yowana, serta dapat dikenal oleh masyarakat luas dan dapat menjadi salah satu *brand* image terhadap daerah Br. Bindu Mekar Bhuana yang nantinya dapat lebih dikenal sebagai desa wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara yang akan berkunjung ke pulau Bali. Tak hanya itu dalam penelitian ini juga akan meneliti bagaimana kaitannya dengan kajian komunikasi tentang promosi yang digunakan dalam menyebarluaskan informasi kepada masyarakat luas sehingga dapat diketahui bahwa ada *event* Bindu Barong Festival.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Analisis *Branding* Bindu Barong Festival sebagai *Event* Budaya di Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui bagaimana *branding* yang dilakukan dan gambaran tentang *event* budaya Bindu Barong Festival
2. Untuk mengetahui siapa saja yang terlibat dalam kegiatan *event* budaya Bindu Barong Festival

3. Untuk menyampaikan pesan tentang bagaimana keistimewaan *event* budaya Bindu Barong Festival ini sehingga bisa diketahui oleh masyarakat luas

D. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis :

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi dalam pengembangan penelitian di ranah ilmu komunikasi terutama di bidang konsentrasi marketing communication dalam pengkajian konsep *branding event* budaya Bindu Barong Festival di Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali

- b. Manfaat Praktis :

Diharapkan agar penelitian ini dapat menjadi sebuah kontribusi untuk pihak – pihak yang termasuk di dalam penelitian ini terutama pihak – pihak dari karang taruna STT Dharma Yowana serta daerah Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali yang mana merupakan penyelenggara *event* budaya Bindu Barong Festival

E. Metode Penelitian

a. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis. Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam – dalamnya. Pendekatan ini tidak mementingkan jumlah populasi

dan sampling, bahkan sampel terbatas, agar data yang didapat bisa lebih mendalam⁴. Penelitian juga merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan data dengan kata – kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh sebuah simpulan dari sebuah penelitian tersebut.

b. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono yang mendefinisikan objek penelitian dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif sebagai berikut:

“Objek penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya”⁵

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebelum memilih variabel untuk diteliti harus melakukan pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan diteliti sehingga permasalahan yang akan dirancang dapat diketahui. Di dalam suatu penelitian, objek penelitian tersebut merupakan suatu kondisi yang menggambarkan atau menerangkan situasi dari objek yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu penelitian. Pada penelitian ini subjek yang akan diteliti ialah Karang Taruna STT Dharma Yowana, Sanggar Barong serta Br. Bindu Merkar Bhuana, Bali yang mana subjek tersebut yang berperan

⁴ Kriyantono, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Grup, 2002 (hal 56)

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, 2012, Bandung : Alfabeta

langsung dalam kegiatan Bindu Barong Festival yang merupakan sebuah *event* budaya daerah di Bali.

Adapun objek dari penelitian ini yaitu sesuai judul dari penelitian yang berjudul “Analisis Konsep *Branding Event* Budaya Bindu Barong Festival di Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali”. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan pengumpulan data mengenai konsep *branding* dari *event* budaya sehingga dapat terlaksana. Penelitian ini akan dilaksanakan di Br. Bindu Mekar Bhuana dengan melakukan suatu wawancara kepada informan serta menganalisis data – data pendukung yang di dapat.

c. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian terdapat fase terpenting yang dilakukan yaitu pada proses pengumpulan data. Dimana proses pengumpulan data ini merupakan pengadaan data untuk keperluan kegiatan penelitian. Di dalam penelitian ini penulis menggunakan tehnik pengumpulan data dengan wawancara mendalam (*Depth Interview*) yaitu sebuah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi yang lengkap dan detail dari informan. Pada wawancara mendalam peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap respon informan, artinya informan bebas memberikan jawaban.⁶ Wawancara ini dilakukan kepada narasumber yang diteliti yaitu ketua pelaksana dan perwakilan anggota dari panitia *event* budaya Bindu Barong Festival serta jika diperlukan

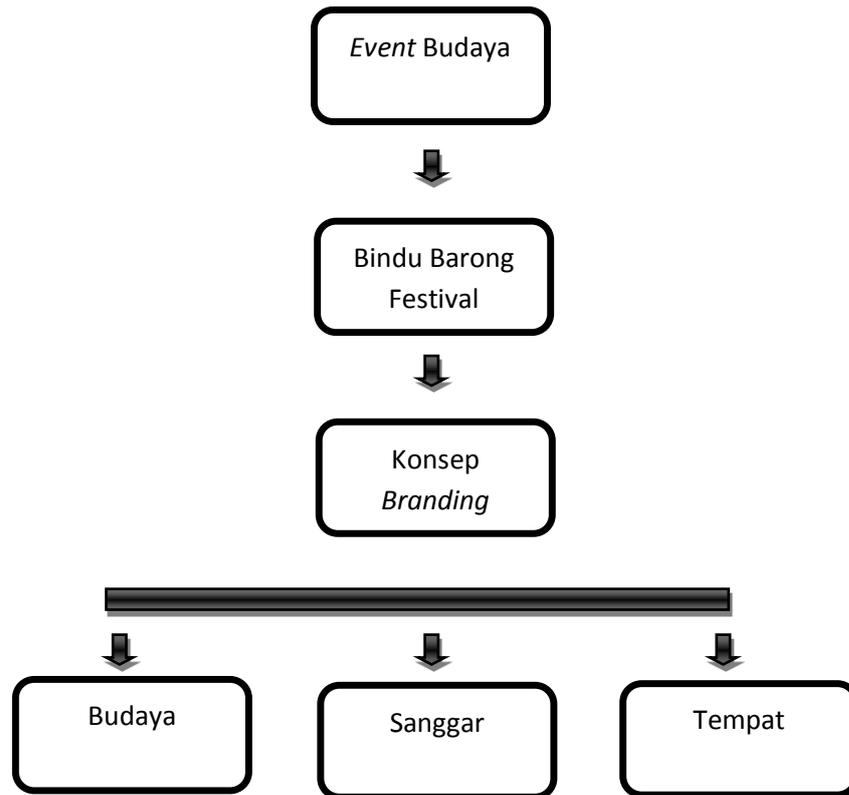
⁶ Kriyantono , Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Grup, 2002 (hal 93)

akan menggunakan data primer berupa wawancara mendalam dengan perwakilan masyarakat di Br. Bindu Mekar Bhuana serta menggunakan referensi dari penelitian terdahulu yang menyerupai.

Selain menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, penulis juga akan memakai teknik dokumentasi dimana penulis tidak hanya memperoleh data berupa wawancara tetapi juga melalui dokumentasi yang berguna untuk mendukung data – data primer yang didapat sehingga dapat diolah menjadi analisis dalam penelitian yang dilakukan.

F. Kerangka Konsep

Konsep dari peneliti pada penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana sebuah *event* terutama *event* budaya dapat digunakan sebagai media *branding* sebuah budaya. Dengan lebih rincinya ialah bagaimana sebuah *event* budaya Bindu Barong Festival ini dapat menjadi sebuah wujud komunikasi yang disampaikan kemasyarakat luas bahwa *event* budaya ini ada di Br. Bindu Merkar Bhuana, Bali dan hal tersebut secara tidak langsung dapat mem*branding* berbagai hal seperti *branding* terhadap *event*nya sendiri, *branding* terhadap sanggar serta *branding* terhadap tempat diselenggarakannya sebuah *event* tersebut.



Tabel 1.1
Kerangka Konsep

Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti tentang bagaimana konsep *branding event* budaya Bindu Barong *Festival* di Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali. Dalam penelitian ini adapun objek penelitian ini adalah *event* budaya dimana *event* budaya yang diteliti merupakan sebuah *event* budaya lokal daerah yang berada di Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali. Adapun *event* budaya tersebut bernama Bindu Barong *Festival* yang merupakan sebuah *event* yang melombakan sebuah *skill* dalam “Bapang Barong” yang merupakan *skill* dalam menarik barang serta *skill* “Makendang tunggal” yaitu sebuah *skill* dalam memainkan alat musik kendang sebagai pengiring tarian barong. Sedangkan subjek dari penelitian ini

adalah orang – orang yang terlibat di dalam kepanitian *event* budaya Bindu Barong *Festival*.

Kerangka konsep penelitian ini peneliti susun dengan cara mengaitkan serta menurunkan konsep – konsep dari yang masih umum hingga ke khusus atau lebih spesifik membahas topik yang diangkat dari penelitian ini. Mulai dari objek penelitian ini yaitu sebuah *event* budaya yang mana *event* budaya sendiri merupakan sebuah kegiatan yang diadakan sebagai wadah untuk pelestarian budaya yang ada dimasing – masing daerah dimana *event* budaya sendiri merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan dan mengandung unsur kebudayaan didalam *event* yang diselenggarakan tersebut. Dalam kerangka konsep ini *event* budaya itu sendiri diturunkan ke sebuah *event* budaya yang bernama Bindu Barong *Festival* dimana Bindu Barong Festival merupakan sebuah *event* tentang kebudayaan diamana kebudayaan yang terkandung adalah kebudayaan menarikan barong ket dan makendang tunggal yang berada di pulau Bali khususnya di Br. Bindu Mekar Bhuana yang mana merupakan sebuah wadah yang bertujuan untuk melestarikan budaya tarian barong tersebut dengan menyasar seniman – seniman muda di Bali untuk ikut dalam lomba yang diadakan tersebut.

Selanjutnya behubung peneliti mengangkat tentang *event* budaya yang sesuai judul yaitu *Branding Event* Budaya Bindu Barong *Festival* di Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali maka peneliti menurunkan serta dikaitkan dengan konsep – konsep *branding* yang dilakukan *event* budaya Bindu Barong *Festival* ini sehingga sebuah *event* budaya ini dapat diadakan secara berkelanjutan dan dapat

menjadi sebuah media promosi sehingga dapat mem*branding* Bindu Brong *Festival*, sanggar serta daerah Br. Bindu Mekar Bhuana, Bali bisa dikenal oleh masyarakat Bali serta masyarakat luas sehingga *event* Bindu Barong *Festival* ini bisa dilaksanakan tiap tahun dan memiliki banyak peminat dan penonton sehingga nantinya juga dapat mendongkrak pariwisata daerah Br. Bindu Mekar Bhuana Bali.

Konsep *branding* yang ditulis dalam kerangka konsep tersebut lalu diturunkan menjadi tiga konsep – konsep yaitu konsep *branding* budaya dengan mengaitkan dengan teori – teori konsep *branding* sebuah *event* budaya tersebut sehingga dengan teori konsep *branding* tersebut sebuah *event* budaya tersebut melekatkan *brand* image serta *brand* awareness terhadap sanggar serta tempat yang menjadi pergelaran *event* Bindu Barong *Festival* tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti membahas melalui pembahasan yang mengenai bagaimana konsep *branding event* budaya tersebut dengan menjabarkan definisi *branding* serta fungsi – fungsi *branding*. Namun peneliti disini tidak membatasi untuk pembahasan hasil penelitian karena dikaitkan dengan pembahasan tambahan ketika nanti telah mendapat data di lapangan.

G. Definisi Operasional

Kerangka Konsep	Definisi Operasional
Event Budaya	<p><i>Event</i> didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal – hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.⁷</p> <p>Maka event budaya sendiri merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan dan mengandung unsur kebudayaan</p>
Bindu Barong Festival	<p>Bindu Barong Festival ini merupakan sebuah <i>event</i> kebudayaan dimana diselenggarakan oleh sanggar yang berada di dalam naungan kelompok karang taruna di Br. Bindu yaitu STT Dharma Yowana pada divisi kesenian yang kelompok karang taruna itu miliki. Adapun <i>event</i> ini dilaksanakan pertama kali pada tahun 2016.</p> <p>Adapun <i>Event</i> ini merupakan sebuah <i>festival</i> untuk menarikan tarian Barong khas Bali dimana</p>

⁷ Any, Noor. 2009. *Management Event*. Bandung : Alfabeta. 7

	<p>dalam kegiatan ini melombakan sebuah <i>skill</i> dalam “Bapang Barong” yang merupakan <i>skill</i> dalam menarikan sebuah tarian Barong serta dalam lomba ini juga ikut melombakan <i>skill</i> dalam “Makendang Tunggal” yaitu sebuah <i>skill</i> dalam memainkan alat musik kendang dimana kendang tersebut merupakan iringan dalam menarikan tarian barong tersebut. Dalam <i>event</i> ini melibatkan peserta yang berasal dari berbagai daerah di Bali serta merupakan pemuda – pemudi yang memiliki seni atau bisa disebut seniman muda yang memiliki bakat dalam menarikan sebuah tarian barong serta sebagai instrumen pengiring dalam tarian barong.</p>
--	--

<p>Konsep Branding</p>	<p>Konsep <i>Branding</i> atau permerekan merupakan instrumen yang dapat mengatasi dalam menerapkan strategi pemasaran. <i>Branding</i> adalah salah satu strategi yang tidak terpisahkan dalam dunia marketing. Meskipun pada mulanya diterapkan pada produk atau jasa, akan tetapi dengan perkembangannya sekarang menjadi semakin umum dilakukan oleh beberapa institusi, <i>corporate branding, event branding, personal branding</i>, dan juga suatu tempat (<i>place/ nation/ region/ city branding</i>) sebagai promosi yang komprehensif, mengikuti keberhasilan yang diraih sebuah produk dengan merek terkenal. ⁸</p> <p>1. <i>Branding</i> budaya ini adalah branding <i>event</i> budaya bernama Bindu Barong <i>Festival</i> yang merupakan sebuah <i>event</i> yang melombakan sebuah <i>skill</i> dalam “Bapang Barong” yang merupakan <i>skill</i> dalam menarikan barong serta <i>skill</i> “Makendang tunggal” yaitu sebuah <i>skill</i> dalam memainkan alat musik kendang</p>
------------------------	--

⁸ Philip Kloter, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2006), eds.I, (hal 8)

	<p>sebagai pengiring tarian barong.</p> <p>2. <i>Branding</i> sanggar yakni suatu branding yang dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan sanggar Satya Wacana dimana sanggar ini berada pada naungan kelompok karang taruna STT Dharma Yowana Br. Bindu sebagai sebuah sanggar yang juga ikut berpartisipasi terhadap event budaya Bindu Barong Festival.</p> <p>3. <i>Branding</i> Tempat yakni sebuah branding yang dilakukan terhadap tempat atau daerah yaitu Br. Bindu Mekar Bhuana dimana merupakan tempat berlangsungnya event Bindu Barong Festival. Selain itu juga branding tempat Br. Bindu Mekar Bhuana ini bertujuan untuk mengenalkan ke masyarakat atau khalayak luas Br. Bindu Mekar Bhuana ini sebagai desa wisata di pulau Bali.</p>
--	--