

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pantai atau pesisir adalah sebuah bentuk geografis yang terdiri dari pasir, dan terdapat di daerah pesisir laut (wikipedia, 2021). Pantai menjadi salah satu pilihan sebagai tempat liburan bagi masyarakat lokal ataupun mancanegara. Di pantai banyak hal yang dapat dilakukan seperti berenang, bermain pasir, bermain kano, melakukan olahraga, berjemur, dan masih banyak lagi. Tak mengherankan jika pantai menjadi salah satu opsi tempat liburan sekolah atau tempat pelarian menghilangkan stres dikala rutinitas sehari-hari.

Bali pulau kecil yang memiliki banyak pantai indah di setiap daerah dengan keunikannya masing-masing. Salah satunya di daerah Kabupaten Buleleng, Kecamatan Buleleng, Desa Kalibubuk terdapat sebuah pantai terkenal yang bernama Pantai Lovina. Menyinggung sejarah Pantai Lovina, tidak bisa lepas dengan sosok Anak Agung Panji Tisna. Nama Panji Tisna adalah keturunan ke-11 dari dinasti raja Buleleng di Bali Utara, Anglurah Pandji Sakti. Sekitar 1950-an, Anak Agung Panji Tisna, pernah melakukan perjalanan ke beberapa negara di Eropa dan Asia. Ada sesuatu yang menarik perhatiannya terutama adalah kehidupan masyarakat di India. Dia tinggal beberapa minggu di Bombay. Cara hidup dan kondisi penduduk di sana, serta merta mempengaruhi cara pikir dan wawasan beliau ke depan untuk Bali, terutama pembangunan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Buleleng. Berbagai pro kontra terhadap penggunaan kata Lovina inipun pernah terjadi sampai akhirnya nama Lovina ini di pakai karena nama ini sudah terkenal di mancanegara, “Love” dan “Ina” oleh masyarakat diartikan sebagai “Love Indonesia”, Pengertian seperti itu tidak sesuai dalam konteks Panji Tisna. Istilah “INA” secara umum sudah dikenal sebagai singkatan untuk kontingen atau rombongan atlet Indonesia untuk “Asian Games 1963”. Sedangkan, “Lovina” didirikan pada tahun 1953. Menurut Panji Tisna, “Lovina” memiliki makna filosofis, campuran dua suku kata “Love” dan “Ina”. Kata “Love” dari bahasa Inggris berarti “kasih” yang tulus dan “Ina” dari bahasa Bali atau bahasa daerah

yang berarti “ibu”. Menurut pengagasnya, Anak Agung Panji Tisna, arti “Lovina” adalah “Cinta Ibu” atau arti luhurnya adalah “Cinta Ibu Pertiwi” (Dinas Kebudayaan Kabupaten Buleleng, 2021).

Di Pantai Lovina wisatawan dapat menyaksikan atraksi lumba-lumba ke tengah laut dengan menyewa perahu milik masyarakat lokal di sana dengan biaya sekitar Rp.60.000–Rp.100.000 sekali berangkat untuk melihat lumba-lumba. Jika ingin melihat lumba-lumba sebaiknya datang ketika musim kemarau ketika gelombang air laut tenang dan waktu yang tepat untuk menyaksikan atraksi lumba-lumba sekitar pukul 06.00 – 09.00 WITA. Di Pantai Lovina wisatawan juga bisa melakukan aktivitas lainnya seperti: memancing, *snorkling*, berjemur, dan menikmati *sunset* ketika sore hari.

Menurut data Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng jumlah wisatawan di Pantai Lovina mengalami penurunan yang sangat signifikan pada tahun 2021 sampai bulan agustus hanya mencapai 6.532 wisatawan (Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng, 2021). Hal ini tidak luput dari dampak pandemi covid-19. Namun saat ini kasus covid-19 sudah mengalami penurunan, karena itu Pantai Lovina harus siap kembali menyambut wisatawan. Maka perancangan ini saya membuat desain maskot untuk memperkuat identitas visual Pantai Lovina, dengan tujuan agar menarik wisatawan berkunjung kembali ke Pantai Lovina.

Bidang desain komunikasi visual (DKV) dalam situasi sulit seperti saat pandemi ini, perlu menyadari perannya untuk tidak hanya membuat masyarakat mengetahui suatu informasi, melainkan juga peduli. Marc Gobe pakar branding menyebutkan hal ini sebagai “branding yang menyentuh secara emosional” (Gobe, 2009). Selain segala media visual (statis) wajib seperti poster, brosur, dan spanduk, salah satu hal krusial yang perlu diciptakan untuk membangun koneksi emosional dengan masyarakat adalah melalui maskot (Ardi dan Wiratama, 2018). Krusialitas maskot didukung oleh ciri-ciri desain maskot yang diuraikan oleh Tyas (2014:4-5) yaitu desain visual yang berfungsi sebagai lambang korporasi dan merupakan bagian dari branding, karena sekaligus berfungsi dalam promosi; obyek maskot dapat berupa binatang nyata atau fantasi; bentuknya dapat berupa 2 dimensi atau 3 dimensi (bentuk maskot 3 dimensi berupa: boneka, manekin, patung, sovenir); dan

19 bagi perusahaan, maskot dapat membawa visi misi karena diharapkan mampu membawa keuntungan secara materi atau spiritual bagi perusahaan.

Dari hasil obesrvasi perancang terhadap keberadaan maskot tentang Pantai Lovina, hingga saat ini Pantai Lovina belum memiliki desain maskot sebagai identitas visualnya. Padahal ditinjau dari uraian di atas, desain maskot sangat penting untuk membantu menambah ikonik dari sebuah objek wisata seperti Pantai Lovina. Dengan adanya desain maskot ini diharapkan dapat meningkatkan image Pantai Lovina sebagai salah satu tempat wisata di Bali dan dapat membangun pandangan masyarakat terhadap pentingnya desain maskot untuk branding objek wisata ini.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimanakah merancang desain maskot Pantai Lovina yang menarik dan ikonik untuk memperkuat identitas visualnya sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan berkunjung pasca pandemi covid-19 ini?.

1.3. Batasan Masalah

Agar perancangan ini lebih terarah, terfokus, dan menghindari perancangan yang berlebihan dan tidak efektif dalam perancangan desain maskot Pantai Lovina maka saya akan menetapkan kriteria sederhana, surprise, dan komunikatif. Konsep rancangan maskot ini akan mengajukan tiga alternatif desain yang bergaya *flat design*. *Flat* berarti datar dan *design* berarti desain atau rancangan. Secara singkat *flat design* diartikan sebagai desain datar (Anindita & Riyanti, 2016). Banyak desain maskot yang menggunakan gaya *flat design* ini, dikarenakan gaya *flat design* ini menggunakan warna dan bayangan yang sangat minimal untuk memberikan kesan estetika yang menyenangkan secara visual. Dengan menggunakan gaya flat design sangat cocok untuk menciptakan desain maskot yang menarik dan mudah digunakan di berbagai media.

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan Desain Maskot Pantai Lovina ini adalah untuk memperkuat identitas visual Pantai Lovina agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pasca surutnya pandemic covid 19.

1.5. Manfaat Perancangan

1. Bagi Pantai Lovina

Manfaat perancangan maskot ini bagi Pantai Lovina adalah semakin memperkuat identitas visual yang dimiliki dan sebagai salah satu cara membantu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang datang.

2. Manfaat bagi masyarakat/wisatawan

Kehadiran maskot ini menjadi sarana informasi untuk mengenal Pantai Lovina.

3. Manfaat bagi Mahasiswa

Melalui proses kreatif perancangan maskot ini, mahasiswa mendapatkan pengalaman dan pemahaman mengenai perancangan desain maskot.

1.6. Sasaran

Target sasaran perancangan ini adalah wisatawan yang ingin berwisata ke Bali utara baik lokal maupun mancanegara.

