

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mendengar kata Bali tentu sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat umum. Bali merupakan salah satu wilayah yang terkenal dengan kearifan lokal dan budayanya yang menjadikan Bali memiliki daya tarik tersendiri, selain itu Bali juga terkenal dengan teknik pengobatan tradisional yang sering disebut dengan *usada* Bali. Menurut Ida Bagus Suatama (2021:25-26) dalam buku “Usada Bali Modern” *Usada* Bali adalah seluruh pengetahuan tentang sistem pengobatan tradisional Bali untuk memecahkan berbagai masalah kesehatan masyarakat (Nala, 1993). Semakna dengan itu, Sukartha (2014) mendefinisikan *usada* Bali sebagai ilmu pengobatan tradisional Bali yang bersumber dari Ayurveda dan lontar-lontar *usada*.

Bali juga kental dengan spiritual. Menurut Ary Ginanjar Agustian (2000:8) dalam buku “Kecerdasan Spiritual” Menegaskan Spiritual adalah kecerdasan jiwa. Ia adalah kecerdasan yang dapat membantu kita menyembuhkan dan membangun diri kita secara utuh. Hal tersebut menjadikan wisatawan mendapatkan pengalaman yang berbeda ketika berkunjung ke Bali. Di Bali tepatnya di Desa Wanagiri, Sukasada, Buleleng terdapat wisata spiritual dengan nama Puri Mahakerti Sri Satvika Nanda yang sangat ikonik dengan menekankan konsep *usada* Bali dalam pengobatannya. Berdasarkan wawancara dalam observasi yang telah dilakukan bersama pengelola taman wisata tersebut yaitu Bapak Ketut Sumanta menuturkan disana juga terdapat ratusan jenis tanaman obat seperti tanaman *ikut lutung*, *naga sari*, *ketapang*, dan ada banyak lagi jenis lainnya. Di tempat wisata ini selain para wisatawan diperlihatkan berbagai jenis tanaman obat wisatawan juga difasilitasi tempat kemah yang dimanjakan dengan *view* hutan nan eksotis, bangunan disini juga mencirikan Bali dengan ukiran khas Balinya.

Sayangnya disini masih kurangnya media promosi online maupun cetak untuk memperkenalkan lebih luas Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda, dari wawancara

yang telah dilakukan mendapatkan informasi bahwa taman wisata tersebut belum banyak mendapat pengunjung. Semua keindahan Bali tersebut belum banyak bisa dinikmati oleh wisatawan baik asing maupun lokal karena minimnya media promosi yang ada di Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda. Dalam hal ini media promosi sangat penting menjadi sebuah strategi yang dilakukan untuk memberi informasi dan mempengaruhi target wisatawan agar berkunjung ke tempat wisata yang ditawarkan. Melakukan promosi akan dapat mempengaruhi hasil kunjungan di suatu tempat khususnya di Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda.

Berdasarkan paparan tersebut dan hasil dari wawancara yang telah dilakukan dengan pengelola wisata Bapak Ketut Sumanta, desainer berkeinginan membuat media promosi yang bisa mendukung agar lebih dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat pada tugas akhir ini adalah bagaimanakah perancangan media promosi Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda?

1.3 Batasan Masalah

Melihat luasnya cakupan media komunikasi visual yang berkaitan dengan media promosi, oleh karena itu pada tugas akhir ini desainer memberikan batasan agar penangan perancangan ini dapat terlaksana sesuai dengan target yang dicapai :

- 1) Perancangan ini akan mengenalkan Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda secara lebih luas, target pertama untuk perancangan ini yaitu membuat Video Promosi yang dikemas dalam video berdurasi sekitar 5-8 menit.
- 2) Selain menggunakan video promosi untuk memperkenalkan secara lebih meluas, target kedua dengan merancang Logo, Brosur, Baliho, Papan Nama, Social Media Post (FeedIG), T-shirt, Plang Nama Tanaman Obat, Tote Bag, Kartu Nama.

1.4 Tujuan Perancangan

- a. Tujuan Umum ; Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan perancangan adalah untuk merancang media promosi Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda.
- b. Tujuan Khusus ; Perancangan media promosi dengan media utama yaitu video promosi dan media pendukungnya seperti Logo, Brosur, Baliho, Papan Nama, Social Media Post (FeedIG), T-shirt, Plang Nama Tanaman Obat, Tote Bag, Kartu Nama.

1.5 Manfaat Perancangan

1. Manfaat Bagi Masyarakat:
Mendapatkan informasi yang jelas mengenai Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda , dan mendapatkan informasi mengenai perancangan media promosi.
2. Manfaat Bagi Pengembangan Keilmuan:
Hasil dari proposal ini, diharapkan mampu menambah wawasan bagi para civitas akademika, khususnya dalam hal pengetahuan tentang media promosi untuk Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda, dan diharapkan juga, proposal ini mampu menjadi pedoman bagi orang lain untuk membuat proposal tentang tempat wisata.
3. Manfaat Bagi mahasiswa
Mahasiswa mendapat wawasan dan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah dalam merancang media promosi Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda.

1.6 Sasaran/Target Perancangan

Adapun sasaran atau target dari perancangan media promosi dari Puri Maha-Kerti Sri Satvika Nanda yaitu masyarakat lokal hingga wisatawan domestik pria atau wanita yang berminat dengan wisata spiritual dengan rentan usia 15 – 60 tahun ke atas.

1.7 Pengertian Judul

1. Perancangan merujuk pada kbbsi memiliki arti proses, perbuatan merancang.
2. Media merujuk pada kbbsi memiliki arti alat atau sarana komunikasi
3. Promosi merujuk pada kbbsi memiliki arti pengenalan (dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya); reklame:
4. Taman merujuk pada kbbsi memiliki arti kebun yang ditanami dengan bunga-bunga dan sebagainya (tempat bersenang-senang)
5. Wisata merujuk pada kbbsi memiliki arti piknik
6. Spiritual merujuk pada kbbsi memiliki arti berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan (rohani, batin)
7. “Puri Maha-Kerti Sri satvika Nanda” merupakan nama tempat wisata
8. Desa wanagiri merupakan nama desa

