

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion memiliki beragam aksesoris pendukung, salah satunya yaitu seni kuku. Pada saat ini, penciptaan desain dan kemajuan teknologi menjadi hal yang sangat penting. Berbagai bahan kuku dan trend terbaru disebarkan melalui media massa. Seni kuku memiliki dua unsur yaitu *manucure* dan *pedicure*. *Manicure* merupakan perawatan untuk kuku jari tangan sedangkan *pedicure* merupakan perawatan untuk jari kaki. *Nail art* merupakan proses pelapisan cat diatas permukaan kuku dengan mengintegrasikan keterampilan melukis dan menghias kuku. *Nail art* bukan sekedar kegiatan memotong kuku tangan dan kaki, tetapi juga dimasukkan ke dalam genre seni yang menambahkan kesan unik. Pigment cat kuku digunakan untuk menyembunyikan warna alami pada kuku. *Nail art* bertujuan untuk memperindah kuku dari aspek bentuk dan warna. Banyak orang yang memilih *nail art* yang sederhana namun mewah, seperti hanya mengaplikasikan batu kecil yang ditempelkan dan kemudian dilapisi dengan glitter. Terdapat berbagai macam cat kuku yang dapat dipakai untuk menciptakan seni kuku seperti *gel kuku*, *cat kuku* dan *akrilik kuku*. Proses seni kuku dimulai dengan penerapan base coat, yaitu lapisan awal yang berfungsi untuk mempertahankan kelembapan kuku dan mempermudah proses pelapisan pada kuku.

Masyarakat Cina memakai bunga mawar dan anggrek sebagai sumber pewarnaan. Namun, proses ini memakan waktu yang cukup lama saat diaplikasikan pada kuku. Pada periode selanjutnya, cat kuku mengalami perubahan yang mencolok, seperti penemuan warna emas dan perak. Hanya golongan bangsawan yang menggunakan warna tersebut menandakan perbedaan status sosial.

Di Kuta Bali berbagai usaha seni menghias kuku dapat ditemukan yang dijalankan oleh penduduk local dan ditunjukkan kepada wisatawan asing. Usaha ini kemudian ramai dilakukan di salon-salon sekitar tahun 2006 dan konsumennya bukan saja dari turis asing melainkan ada dari orang lokal. Usaha ini kemudian menyebar ke hampir semua daerah di Bali dari pusatnya di Kuta. Para pelaku bisnis

kecantikan di Bali mengenali kesempatan ini dan mulai menawarkan layanan seni kuku di salon-salon mereka. Di Bali, *nail art* telah berevolusi dari sekedar dekorasi sederhana menjadi bentuk seni yang lebih rumit dengan berbagai metode seperti melukis dengan tangan serta pemakaian aksesoris kecil. Dengan bertambahnya kursus kecantikan yang menyediakan pelatihan khusus untuk *nail art*, kemampuan ini menjadi semakin mudah dijangkau oleh banyak orang di Bali.

Salah satu usaha *nail art* yang ada di Bali tepatnya di Kota Singaraja yaitu bernama “Garvita.beauty”. Usaha “Garvita.beauty” didirikan pada pertengahan bulan juli tahun 2023. Nama “Garvita.beauty” berasal dari *garvita* dengan arti rasa syukur dan *beauty* berarti kecantikan. Kesimpulannya “Garvita.beauty” yang artinya agar bisnis ini terus berjalan dengan rasa syukur. Usaha ini menghandle jasa kecantikan yaitu *nails*, *makeup* dan *hairdro*. Sebelum usaha *nail art* di didirikan *owner* dari “Garvita.beauty” belajar kursur di *Hels.beauty* selama 2 hari. *Ownernya* sendiri atas nama Made Ayu Anindya Widya Pramesti, usaha ini didirikan karena dari Anindya sendiri suka berjualan dan bisa mengatur bisnisnya sendiri.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Bagaimanakah merancang media utama berupa logo untuk promosi usaha “Garvita.beauty”?
2. Bagaimanakah merancang media pendukung untuk promosi usaha “Grvita.beauty”?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini akan mengenalkan usaha *nail art* ”Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng agar dapat dikenal oleh masyarakat luas, dengan fokus pertama yaitu membuat desain logo usaha yang dapat menjadi cerminan usaha dari “Garvita.beauty”. Karena dengan adanya sebuah logo maka sebuah usaha akan lebih mudah untuk dikenal oleh masyarakat luas dan menjadikannya sebagai identitas visual dari sebuah usaha yaitu usaha *nail art* ”Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng.

1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan yang ingin penulis berikan dalam perancangan media promosi usaha “Garvita.beauty” ini antara lain:

1. Untuk merancang media utama berupa logo promosi usaha “Garvita.beauty”.
2. Untuk merancang media pendukung promosi usaha “Garvita.beauty”.

1.5 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan media promosi usaha “Garvita.beauty” sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Masyarakat

Masyarakat mendapatkan informasi tentang adanya usaha *nail art* “Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng dan mendapatkan informasi mengenai perancangan visual *branding* usaha *nail art* “Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng.

1.5.2 Bagi Pengembangan Keilmuan

Dari hasil tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan wawasan lebih kepada civitas akademika terutama mengenai aspek visual *branding* usaha *nail art* “Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng. Selain itu, tugas akhir ini juga bisa menjadi acuan bagi orang lain dalam Menyusun tugas akhir terkait visual *branding* khususnya untuk usaha *nail art*.

1.5.3 Bagi Mahasiswa

Mahasiswa mendapatkan wawasan dan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah dalam perancangan visual *branding* khususnya di usaha *nail art* “Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng.

1.5.4 Bagi Penulis

Penulis dapat pengalaman dan ilmu dalam pemecahan masalah pada perancangan visual *branding* khususnya pada usaha *nail art* “Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng.

1.6 Sasaran/ Target

Dalam perancangan visual *branding* usaha *nail art* “Garvita.beauty”, Singaraja, Kabupaten Buleleng memiliki target sasaran yaitu para wanita dari kalangan remaja dan dewasa yang ada dikawasan Singaraja dan sekitarnya.

