

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini, tren atau gaya penampilan sangat menjadi perhatian utama di kalangan remaja, khususnya di kalangan pria remaja hingga dewasa. Salah satu tren yang sedang hits sekarang ini adalah tren gaya rambut yang kekinian.

Di Kabupaten Buleleng, sangat banyak terdapat tempat pangkas rambut atau tempat cukur rambut bagi kaum pria namun kurang menghasilkan style rambut yang menarik. Oleh karena itu, untuk mengikuti perubahan orientasi tentang penampilan rambut sangat diperlukan tempat cukur khusus yang bermode dan berkelas. Tujuannya agar kaum pria pada jaman sekarang bisa berpenampilan stylish.

Maka untuk tampil *stylish* dengan tatanan rambut yang kreatif didirikanlah sebuah Barbershop yang bernama Genjek Barbershop. Barbershop ini berdiri dari tahun 2004 yang bertempat di Buleleng, Lovina Jalan Damai Desa Kalibukbuk, Kec. Buleleng, Kabupaten Buleleng, Bali. Genjek Barbershop ini buka setiap hari, mulai dari pukul 10.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB.

Genjek Barbershop ini sangatlah berpotensi untuk dikenal oleh masyarakat yang lebih luas. Karena Barbershop ini mampu bersaing dengan Barbershop elit lainnya, dia mampu menerapkan model – model rambut jaman sekarang atau yang lebih dikenal oleh anak muda jaman sekarang yaitu *style* rambut kekinian.

Namun, Barbershop yang mampu bersaing dengan Barbershop elit yang ada di Buleleng ini belum terlalu dikenal oleh masyarakat Buleleng, khususnya oleh anak muda yang ada di Buleleng. Hal ini disebabkan karena kurang adanya promosi sehingga tidak terlalu banyak yang tahu tentang tempat ini dan model – model rambut yang bisa didapatkan jika memotong rambut di tempat ini. Disinilah saya ingin mempromosikan Barbershop ini, agar lebih dikenal oleh kalangan masyarakat yang lebih luas yang tentu saja sasaran utamanya adalah kalangan remaja hingga pria dewasa.

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana caranya membuat media promosi deskomvis yang menarik bagi Genjek Barbershop agar lebih dikenal oleh masyarakat?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media hanya dapat digunakan untuk mempromosikan produk yang sudah direncanakan sebelumnya.
2. Perancangan media promosi Genjek Barbershop mempromosikan 8 media promosi.

1.4 Tujuan Perancangan

Untuk merancang media promosi deskomvis yang menarik bagi Genjek Barbershop agar lebih dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Perusahaan: Mempromosikan usaha yang dikembangkannya ke masyarakat yang lebih luas.
2. Manfaat Bagi Masyarakat:
 - a. Masyarakat dapat mengenal Genjek Barbershop menjadi Barbershop yang terjangkau namun dengan kualitas atau hasil *style* kekinian.
 - b. Masyarakat dapat mengetahui *style* rambut apa saja yang bisa didapatkan jika beralih ke Genjek Barbershop.
3. Manfaat Bagi Mahasiswa: Untuk melatih kreativitas mahasiswa dalam mengembangkan sebuah media promosi deskomvis.

1.6 Sasaran

Target utama dari usaha Barbershop ini adalah masyarakat luas khususnya kaum pria dari kalangan anak kecil, remaja hingga dewasa.