

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Utama (2016: 160) Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang dijadikan destinasi wisata oleh para wisatawan lokal maupun mancanegara. Menurut Kemenparekraf, (2019: 1), menyebutkan bahwa kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) ke Provinsi Bali pada Agustus 2019 tercatat sebanyak 1.530.268. kunjungan, dengan wisman yang datang melalui bandara sebanyak 602.457 kunjungan. Dari data tersebut bisa terlihat bahwa Bali sangat diminati sebagai tempat berlibur yang sangat cocok didatangi dengan teman, pasangan, maupun keluarga. Wisatawan yang berlibur ke Bali sangat menikmati budaya-budaya yang ada di Bali. Mulai dari tari-tari tradisional, keberagaman budaya suku asli Bali, dan kesenian yang dibuat oleh seniman seniman Bali sendiri. Bukan hanya budayanya Bali juga terkenal dengan keberagaman wisata alamnya yang sangat bisa memanjakan mata para wisatawan, mulai dari wisata gunung dengan pemandangan yang sangat indah, air terjun yang masih sangat asri dan pastinya yang dicari ke Bali adalah pantai-pantainya yang sangat indah.

Salah satunya adalah pantai Lovina yang ada di Kabupaten Buleleng. Pantai Lovina merupakan salah satu tujuan utama wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke Bali. Pantai yang jaraknya 9 km sebelah barat dari Kota Singaraja ini adalah salah satu menjadi objek wisata utama di bagian Bali Utara. Biasanya tujuan utama wisatawan ke sini adalah untuk melihat lumba-lumba di alam bebas dan menikmati pantainya yang masih alami. Wisatawan lokal baik mancanegara yang berkunjung ke Pantai Lovina sangat antusias ingin melihat lumba-lumba yang berada di alam bebas dengan memanfaatkan fasilitas berupa perahu nelayan. Harga untuk sekali melihat lumba-lumba adalah Rp. 150.000 untuk satu orang dengan kapasitas perahu 5 orang. Setelah melihat lumba-lumba wisatawan bisa mengunjungi beberapa tempat perbelanjaan yang ada di sekitar pantai untuk dijadikan oleh-oleh maupun kenang-kenangan. Selain itu juga banyak rumah makan yang tersedia dari arah jalan menuju Pantai Lovina. Banyak rumah

makan yang menyediakan makanan-makanan khas Bali maupun makanan lainnya di luar makanan khas Bali. Salah satu warung makan yang menyediakan menu makanan yang lengkap adalah rumah makan Warung Ayu.

Warung Ayu ini adalah salah satu rumah makan yang berada di kawasan objek wisata Pantai Lovina. Rumah makan ini menyediakan banyak menu makanan mulai dari makanan Indonesia, makanan Eropa, dan makanan khas Bali. Makanan yang paling khas atau best seller dari rumah makan Warung Ayu ini adalah chicken gordon blue, ayam betutu, dan gado-gado. Makanan-makanan tersebut terdiri dari makanan *western food*, makanan Indonesia dan juga makanan khas Bali.

Rumah makan ini mulai berdiri sejak tahun 2011. Di rumah makan ini juga membuka jasa kursus memasak bagi wisatawan yang ingin mengetahui bagaimana cara memasak masakan khas Bali. Rumah makan Warung Ayu ini sangatlah menjadi rekomendasi tempat makan untuk wisatawan yang berlibur ke Lovina. Tapi kekurangan yang dimiliki Warung Ayu adalah di bagian promosi. Rumah makan ini tidak/belum menerapkan promosi yang maksimal. Tempat yang sangat direkomendasi untuk kebutuhan makan wisatawan ini sangat disayangkan belum memiliki atau menerapkan sistem promosi yang baik. Karena juga persaingan di wilayah tersebut sangatlah ketat karena banyak juga rumah makan yang jaraknya cukup berdekatan.

Rumah makan Warung Ayu ini hanya menggunakan banner, papan nama, dan kartu nama. Di jaman era globalisasi ini, desain grafis atau desain komunikasi visual sangat dimanfaatkan dibidang promosi dan sudah dikenal oleh masyarakat luas. Menurut Sriwitari dan Widnyana (2014: 2) dikutip dari Kusrianto (2007:2) Desain Komunikasi Visual adalah sebuah ilmu yang bertujuan untuk mempelajari media dalam menyampaikan sebuah pesan dengan konsep komunikasi yang berisikan gambar, huruf, komposisi warna serta layout yang nantinya akan diterima oleh orang yang menjadi sasaran penerima pesan. Maka dari itu perancang memilih rumah makan Warung Ayu sebagai objek Tugas Akhir karena sangatlah banyak hal-hal yang berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual yang bisa diterapkan di tempat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan oleh perancang maka, telah ditemukan beberapa masalah yang ada di rumah makan Warung Ayu. Masalah-masalah yang ditemukan meliputi masalah di bagian media promosi, yaitu tidak adanya:

1. Logo
2. Menu Makanan
3. X-Banner
4. Brosur
5. Poster
6. Papan Nama
7. Totebag
8. Video Promosi

1.3 Batasan Masalah

Dari hasil identifikasi dari semua masalah yang ada pada rumah makan tersebut, perancang memilih satu masalah yang akan diangkat sebagai media utama promosi Warung Ayu adalah video promosi. Kenapa saya memilih video promosi ini karena jaman kini semakin maju semua orang bergantung pada media sosial. Disinilah perancang memanfaatkan peluang yang besar lewat video promosi di jejaring media sosial.

Batasan masalah dalam perancangan ini merupakan cara memvisualkan apa yang ada di dalam rumah makan Warung Ayu ini ke dalam video promosi agar terlihat menarik beserta media pendukungnya mulai dari X-Banner, brosur, totebag, menu makanan, logo, poster, dan papan nama.

1.4 Perumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang di atas dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Bagaimana merancang Video Promosi agar bisa terlihat menarik sebagai media promosi utama?

2. Bagaimana merancang media pendukung x-banner, menu makanan, brosur, logo, poster, papan nama, dan totabag agar menarik perhatian pelanggan dan juga inovatif?

1.5 Tujuan Perancangan

Dari rumusan masalah bisa disimpulkan bahwa tujuan perancangan ini adalah mempromosikan rumah makan Warung Ayu dengan menggunakan media-media Desain Komunikasi Visual agar bisa menarik pelanggan dan juga terlihat inovatif.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Manfaat bagi perusahaan

Rumah makan Warung Ayu lebih dikenal oleh masyarakat luas dan adanya daya tarik bagi masyarakat untuk berkunjung.

2. Manfaat bagi masyarakat

Masyarakat luas lebih mengenal rumah makan Warung Ayu dengan informasi yang disediakan secara lengkap dan inovatif

3. Manfaat bagi mahasiswa

Untuk melatih dan juga menambah wawasan mahasiswa tentang strategi promosi melalui media Desain Komunikasi Visual dan juga melatih kreativitas mahasiswa.

1.7 Sasaran Perancangan

Sasaran dari perancangan ini adalah semua kalangan masyarakat umum khususnya wisatawan yang berkunjung ke daerah wisata pantai Lovina.

1.8 Data Visual



Gambar 1.1 Tampak depan Warung Ayu Desa Kalibukbuk Lovina
(dokumentasi pribadi, 2020)



Gambar 1.2 Tampak dalam Warung Ayu Desa Kalibukbuk Lovina
(dokumentasi pribadi, 2020)



Gambar 1.3 Tampak dapur Warung Ayu Desa Kalibukbuk Lovina
(dokumentasi pribadi, 2020)

