

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata sebagai industri multidimensi, memiliki karakteristik fisik, sosial, budaya, ekonomi dan politik. Ia merupakan industri terbesar dan tumbuh paling cepat di dunia saat ini. Pariwisata adalah industri terbesar di dunia, “menghasilkan 12% dari Produk Nasional Bruto global dan mempekerjakan sekitar 258 juta orang di seluruh dunia”. Hal ini diperkuat oleh pendapat yang mengatakan bahwa pariwisata telah dikembangkan menjadi salah satu sektor industri di dunia yang paling penting, dan tumbuh dua kali lebih cepat dalam 30 tahun terakhir (sumber: World Travel dan Tourism Council)

Bali yang telah menjadi barometer perkembangan pariwisata nasional, juga mengalami perkembangan kepariwisataan yang pesat. Perkembangan pariwisata di Provinsi Bali ini terus meningkat, yang ditandai antara lain oleh 1) arus kunjungan wisatawan mancanegara dan 2) jumlah akomodasi yang terus meningkat. Pada realitasnya, pertumbuhan investasi pariwisata terlihat dalam perubahan bentang lahan Pulau Bali meningkat secara drastis. Daerah pesisir, persawahan, daerah bantaran sungai, perbukitan dan pegunungan bahkan hutan yang berfungsi sebagai daerah resapan air pun tidak lepas dari sasaran lokasi pembangunan fasilitas pariwisata.

Bali utara merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan sendiri di mata wisatawan. Pariwisata di Bali utara masih jauh tertinggal jika dibandingkan dengan pariwisata di Bali selatan dari segi pengelolaan objek wisata dan akomodasi pariwisata. Salah satu kawasan wisata yang mulai banyak dilirik wisatawan adalah desa Pedawa. Sebelum bernama Pedawa ada sejumlah nama yang melekat.

Pada nama desa ini yaitu desa Gunung Tangleg dan Gunung Sari. Menurut cerita warga desa Pedawa nama Gunung Tangleg, berasal dari kata Gunung dan Tangleg, Tangleg berarti bodoh atau lugu, nama tersebut berhubungan dengan pemikiran warga desa yang masih sederhana. Kemudian dalam sejarah perkembangan berikutnya dikenal dengan nama Gunung Sari, nama tersebut berhubungan dengan kehidupan masyarakat di sini sebagai penyadap nira yang diolah menjadi gula. Harga produk gula pedawa memiliki nilai jual yang tinggi. Ia bisa dijadikan sebagai pelengkap kegiatan pariwisata yang memiliki ciri khas Desa Pedawa.

Kemasan Gula Merah Pedawa belum mempunyai media promosi oleh sebab itu saya sebagai desainer mempunyai ide untuk membuat dan mengembangkan lagi media promosi untuk Gula Merah Pedawa.

Sebagaimana dikemukakan oleh hoiriyah, dkk (2015: 107) Berdasarkan hasil analisis apabila warna, desain, material fisik dan informasi dalam label yang diberikan semakin meningkat menimbulkan pengaruh positif terhadap minat pembelian ulang di tiga kelurahan kecamatan sampan kabupaten sampan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi yang dilakukan, perancang berhasil mengidentifikasi beberapa masalah yang terkait dengan Gula Merah Pedawa. Masalah penting tersebut adalah belum adanya media promosi yang lengkap serta memerlukan perbaikan desain media promosi yang telah dimiliki seperti.

1. Logo
2. Pamflet
3. X-Banner
4. Tote bag
5. T-shirt
6. Video promosi
7. Kemasan
8. Stiker

1.3 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah Gula Merah Pedawa sebagai produk pelengkap pariwisata Buleleng, perancang memilih kemasan sebagai media promosi utama. Kemasan dijadikan media promosi utama karena saat ini kekuatan kemasan sangat bisa diandalkan untuk menarik perhatian masyarakat luas.

Sebagai batasan masalah dalam perancangan Tugas Akhir ini adalah bagaimana memvisualisasikan Gula Merah Pedawa ke dalam kemasan, disertai media pendukung informatif seperti *X-Banner*, stiker, Tshirt, totebag, pamflet, video promosi, dan terakhir adalah logo dari Gula Merah Pedawa.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut.

- 1) Bagaimana proses pembuatan rancangan video promosi Gula Merah Pedawa
- 2) Bagaimana proses pembuatan rancangan *x-banner*, stiker, totebag, Tshirt, video promosi, pamflet, kemasan, dan logo yang menarik untuk media promosi

pendukung Gula Merah Pedawa ?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disusun tujuan dari perancangan media promosi ini adalah sebagai berikut.

1. Merancang video promosi Gula Merah Pedawa
2. Merancang *x-banner*, stiker, tote bag, Tshirt, pamflet, kemasan, dan logo yang menarik untuk media promosi pendukung Gula Merah Pedawa

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat dari perancangan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1. Bagi Produsen Gula Merah Pedawa Gula Merah Pedawa dapat lebih dikenal wisatawan dan membuat wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berkunjung ke desa Pedawa.
2. Bagi Masyarakat
Dengan adanya media promosi ini , masyarakat bisa mendapatkan sumber memberi informasi tentang pembuatan Gula Merah Pedawa. Diharapkan selanjutnya akan membuka lapangan kerja untuk masyarakat Pedawa.
3. Bagi Mahasiswa
Mendapatkan pengetahuan tentang perancangan berbagai bentuk Desain Komunikasi Visual serta bertumbuhnya ide-ide kreatif yang inovatif

1.7 Sasaran/Target Perancangan

Target utama hasil perancangan ini adalah:

Wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin berlibur di Bali terutama Bali Utara bisa mendapatkan informasi tentang keberadaan Gula Pedawa dan selanjutnya diharapkan mereka ingin merasakan gula merah khas desa Pedawa tersebut.