

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata berperan sangat penting selaras dengan kemajuan maupun kontribusi yang sector pariwisata berikan melalui penerimaan devisa, penghasilan daerah, pengembangan wilayah, serta berkontribusi dalam penerimaan investasi, tenaga kerja hingga pendirian usaha yang ada di beragam pelosok wilayah Indonesia (Sowwam, 2018 : 22-23). Pengembangan sektor pariwisata menstimulus pembangunan infrastruktur, menggerakkan kemajuan sector ekonomi lainnya serta mampu memberikan *positive economies of scale* (Yakup, 2019). Sejumlah contoh bidang pariwisata yang berpengaruh pada bidang lainnya misal, *tour and travel* yang mencakup hotel, restoran serta pemandu wisata (Wardhana, Kharisma, & Steveni, 2019). Sejumlah 3,8% telah diberikan bidang pariwisata kepada Produk Domestik Bruto (PDB) di tahun 2012 hingga 9% dari PDB apabila memperhatikan *multiplier effect* dari PDB (Sujai, 2016). Sumbangan di tahun 2017 yaitu 4,50% dari total PDB Indonesia serta naik menjadi 4,80% pada tahun 2018. Hal ini menandakan bahwa sektor pariwisata mempunyai peluang untuk membantu menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Bali sebagai standar kemajuan pariwisata nasional pun ikut merasakan perkembangan yang pesat. Kemajuan pariwisata di Provinsi Bali terus saja mendapatkan peningkatan dengan dilihat dari banyaknya kunjungan wisatawan berbagai negara disertai jumlah akomodasi yang bertambah. Kenyataannya, pertumbuhan investasi pariwisata dapat diamati dari berubahnya bentangan lahan

Pulau Bali yang meningkat. Wilayah pantai, sawah, bantaran sungai, bukit, pegunungan bahkan hingga hutan difungsikan sebagai wilayah resapan air juga tidak terlepas dari lokasi target pembangunan fasilitas pariwisata.

Bali Utara menjadi suatu wilayah tujuan wisata yang mempunyai keunikan tersendiri bagi wisatawan. Meskipun pariwisata di Bali Utara masih minim apabila diperbandingkan dengan Bali selatan dari unsur pengelolaan objek wisata maupun akomodasi. Akan tetapi, Lovina menjadi wilayah populer menjadi kawasan wisata di Bali Utara. Daerah ini mempunyai daya tarik utama berupa area pantai dengan pasir hitam beserta kekayaan laut. Keberadaan ikan lumba-lumba beserta Patung Lumba-lumba sebagai “landmark” di pusat daerah ini menjadi nilai daya Tarik tambahan. Lovina menjadi area yang sangat maju serta pada secara fisik sebab di area ini banyak tersedia sarana akomodasi maupun restoran dan fasilitas pendukung lainnya.

Saat ini sudah banyak berkembang tempat-tempat hiburan untuk para wisatawan seperti restoran dan bar. Salah satu tempat hiburan yang dianggap unik di kawasan ini yang cukup banyak menarik perhatian dan minat wisatawan mancanegara adalah Mentari Lovina Bar and Kitchen. Mentari Lovina Bar and Kitchen berlokasi di Jalan Pantai Pura Subak Banyualit, Kalibukbuk Lovina.

Mentari Lovina Bar and Kitchen mulai dibuka pada 09 September 2018 merupakan tempat yang sangat nyaman untuk menikmati keindahan *sunrise* dan *sunset* pantai lovina serta Mentari Lovina Bar and Kitchen menyediakan fasilitas untuk mengantar para pengunjung melihat lumba-lumba yang menjadi salah satu tujuan wajib para wisatawan local maupun mancanegara. Selain itu, ditempat ini juga kita bisa berkumpul dan bersantai dengan diiringi music akustik dan *disk jockey*

(DJ). Mentari Lovina Bar and Kitchen juga sering menerima untuk mengadakan *event-event party* yang dipesan langsung oleh komunitas-komunitas besar di Singaraja. Pemilik dari Mentari Lovina Bar and Kitchen adalah Bapak Gede Agus Mahendra Pedit yang pengelolaannya dipercayakan kepada kepada Bapak I Made Swastika.

Lokasi Mentari Lovina Bar and Kitchen yang cukup strategis serta berjarak 10 kilometer dari pusat kota Singaraja serta fasilitas yang dimilikinya cukup lengkap. Namun, dalam persaingan usaha dunia pariwisata yang cukup ketat serta situasi pandemi Covid-19 yang kurang menguntungkan diperlukan upaya promosi agar Mentari Lovina Bar and Kitchen lebih dikenal oleh masyarakat luas, khususnya para wisatawan dalam negeri maupun manca negara. Sementara ini Mentari Lovina Bar and Kitchen hanya memiliki logo serta kartu nama yang disebar di social media. Dengan hanya menggunakan kartu nama dan logo usaha dianggap kurang memberikan dampak yang besar untuk promosi. Di era digital saat ini sangat diperlukan branding yang baik untuk bisa mendapatkan tempat di hati masyarakat. Seperti yang kita ketahui, media promosi saat ini sangat berdampak bagi suatu usaha. Selain itu, media promosi juga harus mampu mengikuti perkembangan dan memberikan identitas diri untuk usaha yang sedang dijalankan. Mentari Lovina Bar and Kitchen belum menasar ke kalangan remaja di luar Kota Singaraja, sehingga diperlukan branding yang baik sebagai media promosi. Maka dari itu, pada proyek Tugas akhir ini, penulis memilih perancangan branding Mentari Lovina Bar and Kitchen sebagai media promosi. Branding tersebut berupa, logo, video promosi, kartu nama, pamflet, brosur, stiker, x-banner, dan buku menu.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi yang dilaksanakan, ditemukan beberapa masalah yang teridentifikasi di Mentari Lovina Bar and Kitchen. Permasalahan utama ini yakni tidak tersedianya media promosi dan perlu perbaikan desain media promosi yang telah ada sebelumnya, yakni:

1. Logo
2. Pamflet
3. Kartu nama
4. X-Banner
5. Brosur
6. Stiker
7. Video promosi
8. Buku menu

1.3 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di Mentari Lovina Bar and Kitchen, permasalahan yang diangkat yakni media promosi dimana media yang dipergunakan yakni video promosi. Video promosi ini dipakai media promosi utama sebab video promosi mempunyai kekuatan yang bisa dimanfaatkan dalam menarik minat masyarakat.

Maka, pembatasan masalah Tugas Akhir ini yaitu bagaimana memvisualisasikan Mentari Lovina Bar and Kitchen ke dalam video promosi, diikuti dengan media penunjang misalnya logo, *x-banner*, stiker, kartu nama, pamflet, buku menu serta brosur dari Mentari Lovina Bar and Kitchen. Penulis memilih media pendukung seperti di atas dikarenakan suatu promosi memerlukan suatu media pendukung yang dapat mendeskripsikan dan memberikan identitas

kepada konsumen melalui desain-desain yang ditampilkan dari media pendukung tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang maupun identifikasi masalah, susunan rumusan masalah yakni:

1. Bagaimana merancang video promosi yang menarik untuk *membranding* Mentari Lovina Bar and Kitchen sebagai tempat minum dan makan termuka bagi wisatawan Lovina?
2. Bagaimana membuat rancangan logo, *x-banner*, stiker, kartu nama, pamphlet, buku menu, dan brosur yang menarik untuk project pendukung Mentari Lovina Bar and Kitchen ?

1.5 Tujuan Perancangan

Dari perumusan masalah tersebut, adapun tujuan pendesainan media promosi ini ialah:

1. Merancang video promosi yang menarik untuk *membranding* Mentari Lovina Bar and Kitchen sebagai tempat minum dan makan termuka bagi wisatawan Lovina
2. Untuk membuat logo, *x-banner*, stiker, kartu nama, pamphlet, buku menu, dan brosur menarik sebagai media promo pendukung Mentari Lovina Bar and Kitchen

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan tugas akhir bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Mentari Lovina Bar and Kitchen

Mentari Lovina Bar and Kitchen dapat memiliki media promosi utama dan pendukung yang lebih baik sehingga mampu menarik minat wisatawan local hingga mancanegara agar berkunjung.

2. Bagi Masyarakat

Melalui media promosi, masyarakat diharapkan lebih mudah menguasai maupun mengetahui informasi terkait Mentari Lovina Bar and Kitchen.

3. Bagi Mahasiswa

Diharapkan tugas akhir ini memberikan pengetahuan terkait rancangan beragam bentuk Desain Komunikasi Visual yang menumbuhkan ide kreatif maupun inovatif.

1.7 Sasaran/Target Perancangan

Sasaran utama dari desain ini yakni wisatawan local ataupun mancanegara yang berkeinginan menikmati keindahan sunrise dan sunset pantai Lovina.

