

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surfing merupakan olahraga ekstrem air yang dapat dilakukan di berbagai tempat seperti kolam, danau, sungai dan laut (Islad, 2024). Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kesehatan jasmani dari orang yang menjalankannya. Di Indonesia, olahraga air di pantai juga didukung karena Indonesia memiliki garis panjang pantai terpanjang kedua di dunia setelah Kanada seperti yang diungkapkan Prasetya (2022). Maka itu banyak masyarakat Indonesia yang mulai menyenangi olahraga surfing ini, terutama di pulau Bali.

Peningkatan akan minat pada olahraga ekstrem *surfing* ini juga dikarenakan jumlah turis yang meningkat setiap tahunnya, dan negara yang paling berkontribusi dengan meningkatnya turis ini ialah Australia. Data BPS menunjukkan peningkatan wisatawan pada 7 bulan pertama tahun 2024 meningkat sebesar 22,18% dari 7 bulan pertama di tahun 2023. Seperti yang dilansir pada kima surf camp pada websitenya, bulan-bulan terbaik untuk berselancar adalah bulan Mei hingga September. Hal ini memperlihatkan bahwa rata-rata wisatawan yang datang ke Bali pada bulan-bulan tersebut memiliki minat *surfing* yang tinggi.

Setelah pandemi, jumlah wisatawan ke Bali meningkat pesat. Hal ini memicu para pebisnis lokal, termasuk produsen papan selancar, untuk terus memperkenalkan produk mereka. Salah satunya adalah Erik Wijhe, yang mendirikan merek Kayu Surfboard. Beliau terinspirasi oleh potensi olahraga selancar yang terus berkembang sekaligus ingin mengusung tema kelestarian alam dengan menggunakan material kayu balsa sebagai ciri khas produknya.

Kayu Surfboard mengusung tema *sustainable product* dengan menggunakan kayu balsa sebagai material utama untuk papan selancar mereka. Material ini ramah lingkungan dan mudah terurai secara alami. Selain itu, Kayu Surfboard menanam sendiri kayu balsa yang digunakan, memastikan kualitas papan yang kuat. Mereka bahkan menawarkan garansi seumur hidup bila papan patah atau

rusak akibat ombak, pelanggan akan mendapatkan penggantian unit baru. Kayu balsa ini dikenal ringan, kuat, dan mudah mengapung. Karena sifat-sifat tersebut, kayu balsa sering digunakan untuk membuat model pesawat, model kapal, kerajinan tangan, papan selancar, dan berbagai produk lainnya (Adijaya, 2023). Namun, sebagian besar papan selancar masih terbuat dari foam yang lebih mudah dibentuk dan lebih murah, tetapi sulit terurai di lautan (Muhiddin, 2022).

Meskipun memiliki keunikan dengan penggunaan kayu balsa, *brand* Kayu Surfboard masih kurang dikenal. Hal ini disebabkan oleh minimnya media promosi, baik *offline* maupun *online*, yang dapat menjangkau target pasar mereka. Akibatnya, tingkat kesadaran terhadap brand ini masih tergolong rendah.

Kayu Surfboard telah berdiri selama kurang lebih 7 tahun, namun sempat terhenti selama 3 tahun akibat pandemi. Kondisi ini menyebabkan Kayu Surfboard menghentikan aktivitas penjualan dan promosi, sehingga mereka harus memulai kembali untuk memperkenalkan dan mempublikasikan merek mereka kepada target utama, yaitu wisatawan mancanegara, mengingat harga produk mereka yang cukup tinggi. Saat ini, Kayu Surfboard belum menjalankan aktivitas promosi secara aktif karena, pasca-pandemi, mereka belum menetapkan anggaran khusus untuk media promosi.

Oleh karena itu, media promosi yang tepat dapat meningkatkan visibilitas *brand* Kayu Surfboard sekaligus menarik minat beli masyarakat lokal maupun wisatawan mancanegara di Bali. Hal ini didukung oleh tingginya jumlah wisatawan yang datang ke Bali untuk menikmati olahraga selancar, yang menjadi salah satu daya tarik utama daerah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis menemukan permasalahan sebagai berikut:

1. Masalah lapangan: Kayu Surfboard yang masih belum banyak dikenali oleh banyak orang dan membutuhkan media promosi. Kayu Surfboard juga sempat tutup selama pandemi, sehingga tidak ada aktivitas penjualan, bahkan promosi selama pandemi. Setelah pandemi pun Kayu Surfboard belum memiliki media

promosi yang aktif karena mereka belum menetapkan *budget* untuk media promosi karena masih fokus untuk perpindahan *store* baru.

2. Masalah desain: *brand* Kayu Surfboard masih membutuhkan publikasi, dan masih kurang dalam hal media promosi. Kayu Surfboard belum mempunyai media promosi *offline* yang berada di sekitar *store*, dan sosial media Kayu Surfboard juga masih baru dimulai lagi tahun 2024 awal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalahnya adalah: Bagaimana perancangan media promosi yang dapat meningkatkan *awareness* dari *brand* Kayu Surfboard?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam perancangan ini adalah seperti di bawah ini.

1. Objek Perancangan: Objek media promosi yang akan dilakukan melingkupi perancangan konten media sosial, media kolateral, iklan media cetak dan media online.
2. Target STP: Target dalam perancangan ini adalah turis dengan semua jenis kelamin, usia 20-30 tahun yang sudah bekerja, dengan pendidikan minimal SMA, SES A, dan yang sedang berkunjung ke Bali.
3. Konten Perancangan: *Brand* yang akan diangkat adalah *brand* lokal Kayu Surfboard.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Setelah mengidentifikasi permasalahan dari *brand* Kayu Surfboard ini, banyak peluang yang dapat dilakukan penulis untuk meningkatkan *awareness* dari *brand* Kayu Surfboard.

Maka, berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan tugas akhir ini adalah merancang Media Promosi untuk Brand Kayu Surfboard.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari perancangan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya dalam perancangan media promosi, sehingga memudahkan penelitian yang akan mendatang untuk mengidentifikasi permasalahan promosi dan juga mendapatkan solusi untuk permasalahan tersebut.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan menjadi inspirasi bagi yang ingin merancang media promosi yang dibuat untuk mempromosikan *brand* lokal, sehingga yang melakukan penelitian tersebut bisa mengambil banyak manfaat dan juga masukan bagi yang ingin mengambil topik yang sama dengan penelitian ini.

