BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini daerah Lembang berkembang beberapa bidang usaha bisnis yang memadukan antara Resort dan Spa. Dengan potensi alam yang dimilikinya menjadikan wilayah ini sangat tepat dalam mengembangkan usaha tersebut. Resort sendiri memiliki arti yaitu tempat wisata atau rekreasi yang sering dikunjungi orang dimana pengunjung datang untuk menikmati potensi alamnya (Hornby, 1974). Resort juga dilengkapi dengan fasilitas khusus untuk kegiatan bersantai dan berolah raga. Selain itu pengunjung resort juga dapat menikmati keindahan alam sekitar resort dengan berkeliling baik mengendarai kendaraan khusus resort maupun dengan angkutan hewan (Pendit, 1999). Sedangkan istilah Spa berasal dari kota Spa di Belgia. Secara tradisional spa digunakan untuk menunjuk sebuah tempat dimana air yang diyakini memiliki sifat menyehatkan, biasanya sebuah pemandian air panas atau mineral. Saat ini Spa tidak hanya terbatas pada mandi dalam air panas atau air mineral saja, melainkan berkembang menjadi suatu perawatan kecantikan dan kesehatan dengan menggunakan berbagai jenis gelombang air, uap atau sauna yang disertai dengan perawatan lainnya misalnya aromaterapi, pijat, pemberian nutrisi, latihan-latihan, meditasi dan sebagainya. Sehingga khasiat spa tidak hanya untuk penyembuhan tetapi juga untuk perawatan, kebugaran, relaksasi dan kecantikan.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Resort dan Spa ini adalah Gracia Resort & Spa yang beralamat di Blok Dawuan, Cikondang, Kecamatan Ciater. Perusahaan ini memiliki potensi yang besar untuk bersaing dengan perusahaan jasa sejenis lainnya yang bergerak di bidang pariwisata. Villa merupakan potensi unggulan yang menjadi daya tarik untuk pengunjung. Namun potensi tersebut tidak begitu saja dapat menarik minat pengunjung untuk datang ke tempat ini. Hal ini disebabkan karena hampir sebagian besar wilayah Lembang berdiri tempat penginapan dan spa yang menawarkan fasilitas yang sama membuat persaingan semakin sulit.

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, Gracia Resort & Spa harus pandai dalam menarik pelanggan agar perusahaan tersebut bisa bersaing dengan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama.Dengan kondisi tersebut diatas Gracia Resort & Spa saat ini ingin membenahi sarana pengenalan identitasnyasebagai usaha meningkatkan citra sehingga mudah dikenal oleh masyarakat dengan mempromosikan perbedaan ciri-ciri yang tidak dimiliki oleh Resort & Spa lainnya.

Oleh karena itu pihak pengelola mengadakan usaha untuk memperkenalkan jasa yang ditawarkan dengan membuat kembali media promosi yang dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk datang. Pihak Gracia Resort & Spa perlu melakukan suatu usaha kreatif agar dapat tetap sukses dan menumbuhkan citra yang bagus dimasyarakat serta lebih dikenal lagi di masyarakat. Untuk itu, diperlukan strategi komunikasi visual untuk memperkenalkan Gracia Resort & Spa terutama dengan penggunaan media audio visual.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dari Gracia Resort & Spa adalah :

1. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata membuat Gracia Resort & Spa belum dikenal luas oleh masyarakat.
2. Promosi Gracia Resort & Spa masih kurang dan belum tepat sasaran.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka rumusan masalahyaitu bagaimana perancangan video profil Gracia Resort and Spa.

1.4 Batasan Masalah

Permasalahan akan dibatasin pada fasilitas dan keunggulan yang ada di Gracia Resort and Spa. Adapun batasan masalahnya yaitu perancangan video profil untuk memperkenalkanGracia Resort & Spa.

1.5 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan video profil Gracia Resort & Spa adalah menginformasikan Gracia Resort & Spa agar bisa dikenal oleh masyarakat luas.