

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pengertian Spa yang dikenal masyarakat umum adalah tempat dimana orang dapat memperoleh perawatan untuk badan atau tubuh. Arti Spa¹ adalah sumber air mineral atau tempat pemandian air panas. Dalam perkembangannya, selain tempat pemandian air panas, di sebuah Spa biasanya diberikan layanan pijat serta sauna. Rawatan terapi dalam Spa sebenarnya telah dikenal sejak lama diberbagai belahan dunia. Konon, sejarah Spa berasal dari Spau, sebuah desa dekat Liege di Belgia yang terkenal sejak abad 16 dengan air mineralnya. Di tempat itu dulunya ada sumber air yang bisa menyembuhkan berbagai penyakit. Selama berabad abad, kolam di desa Spau menjadi kegemaran golongan para raja dan bangsawan. Ada juga yang mengatakan Spa berasal dari bahasa Yunani yang merupakan singkatan dari Solus per aqua yang artinya penyembuhan lewat air. Hippocrates, tokoh pengobatan yang terkenal di Yunani pernah mempraktekkan cara perawatan tersebut dan kemudian menulis perihal hidroterapi, keajaiban dan kehebatan rawatan pemandian ini yang kemudian disebarkan oleh golongan Roma ke seluruh Eropa dan akhirnya tersebar ke seluruh dunia.

Saat ini di Indonesia perawatan Spa tengah digemari oleh masyarakat. Spa yang berada di perkotaan menyediakan perawatan menyeluruh dari ujung rambut sampai ke kaki yang berfungsi untuk kecantikan dan kebugaran. Hal ini membuat masyarakat berpikir bahwa Spa itu berfungsi untuk memperbaiki penampilan, sedangkan arti Spa yang sebenarnya adalah terapi pengobatan, menggunakan elemen air yang berfungsi lebih untuk kesehatan. Di Ciater Spa Resort terapi pengobatan dengan air ini dimunculkan kembali, bisa dilihat di Pusat Rehabilitasi Medis Ciater Spa Resort (PRMCSR) yang terletak di Ciater, Kabupaten Subang,

¹ kamus Inggris-Indonesia yang diterbitkan PT Gramedia

Jawa Barat, yang memanfaatkan air panas alami dari kawah G. Tangkuban Perahu.

Sebenarnya semua perusahaan atau bidang usaha apa pun memiliki citra yang merupakan gambaran umum perusahaan; seperti merek atau *image* yang ingin disampaikan dan agar dikenal oleh masyarakat atau konsumen.

Menurut Wikipedia Indonesia, ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia, Citra atau gambar atau bayangan atau imaji (dari Bahasa Inggris *image*, dan Bahasa Latin *imago*) adalah benda yang dihasilkan atas upaya manusia dalam mereproduksi kemiripan dari suatu obyek—biasanya obyek-obyek fisik/nyata.

Citra yang ingin disampaikan Ciater Spa Resort adalah ingin menjadi tempat medical Spa yang simpel dan elastis. Simpel maksudnya adalah sederhana, semua orang bisa datang dan menikmati fasilitas yang telah tersedia; sedangkan elastis maksudnya dengan berpusat atau basic medis Spa ini bisa dikembangkan ke berbagai segi seperti contohnya tidak hanya untuk kesehatan saja tetapi bisa juga untuk kecantikan dan kebugaran.

Dalam menyampaikan citra ini ke tengah masyarakat, pihak Ciater Spa Resort telah menerapkannya di berbagai media seperti brosur, radio, televisi, pameran/*exhibition*, travel, dan pemerintah (mendapat tugas dari departemen pariwisata dan kesehatan untuk mengawasi kegiatan Spa di Indonesia). Setelah melakukan survey di sana, penulis menarik kesimpulan bahwa upaya yang telah pihak Ciater Spa Resort lakukan dalam hal menyampaikan citra ke konsumen, belum efektif. Masih banyak masyarakat yang belum mengenal akan keunggulan dari fasilitas yang telah di tawarkan oleh Ciater Spa Resort.

Dengan fasilitas dan terapi pengobatan yang sebagus ini sangat disayangkan apabila tidak dikenal oleh masyarakat, oleh karena itu penulis ingin meningkatkan citra Ciater Spa Resort ini ke tengah konsumen melalui pemilihan media promosi yang mendukung penyampaian citra ini.

1.2. Identifikasi Masalah

Ciater Spa Resort memiliki Air Belerang yang berasal langsung dari Gunung Tangkuban Perahu. Dengan pemandangan yang dikelilingi pegunungan, disertai udara yang sejuk menjadikan Ciater Spa Resort merupakan salah satu sarana kesehatan yang alami karena mampu menyegarkan kembali tubuh dan pikiran, terutama masyarakat kota yang telah jenuh dengan rutinitasnya (kalau dibiarkan, lama-kelamaan akan menimbulkan berbagai macam penyakit diantaranya stres) atau yang ingin mencari suasana baru yang berbeda.

Dalam upaya menyampaikan citranya, pihak Ciater telah memasukkan diberbagai media namun ternyata kurang mengenai sasaran. Sangat disayangkan jika fasilitas yang sebaik ini tidak banyak yang mengetahuinya oleh karena itu penulis memilih Ciater Spa Resort sebagai topik dalam tugas akhir.

1.3. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, penulis akan merumuskan pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dalam karya ilmiah ini. Dalam meningkatkan pengenalan akan citra Ciater Spa Resort melalui media DKV, terdapat beberapa *point* masalah yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Bagaimana cara meningkatkan citra Ciater Spa Resort?
2. Bagaimana cara menyampaikan perubahan atau peningkatan citra Ciater Spa ini melalui media grafis?

1.4. Tujuan Pembahasan

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, penulis akan memaparkan secara garis besar hasil-hasil pokok yang ingin dicapai dalam pembahasan, sebagai berikut :

1. Menjelaskan cara meningkatkan citra Ciater Spa Resort.
2. Menjelaskan cara menyampaikan peningkatan citra Ciater Spa ini melalui media grafis

1.5. Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam meningkatkan citra sebuah perusahaan memerlukan waktu yang cukup lama. Perusahaan harus di kenal dahulu dan memiliki image baik dibenak konsumennya. Oleh karena itu dibutuhkan perubahan dari dalam yaitu Identitas Perusahaan dan yang ke luar berupa Media Promosi.

Coorporate Identity dimulai dari re-desain logo, membuat stasionary, cap/stempel, id.card, member card, transportasi, seragam, sign system, dan stiker.

Untuk Media Promosi penulis membuat iklan yang dimasukkan ke dalam majalah Femina dan Dewi, tabloid Aura, koran PR, Bandung Infomedia, billboard dan sign system. Selain itu dibuat juga direct mail, brosur, web site, dan event.

1.6. Sumber Data

Dalam penulisan ini penulis mendapatkan sumber data yang berasal dari buku yang berisi tentang bagaimana cara membangun Citra Perusahaan, majalah SPA dan artikel mengenai SPA.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara langsung dengan terapis Ciater serta survey ke Ciater SPA Resort untuk mendapatkan tambahan data yang akurat. Untuk melengkapi data, penulis melakukan reseach melalui situs web mengenai lokasi Ciater SPA Resort dan mengenai kegiatan SPA itu sendiri.

1.7. Metode dan Teknik Penelitian

1.7.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam makalah ini adalah metode eksplanasi untuk memecahkan masalah dengan cara menjabarkan, menjelaskan, dan menguraikannya. Metode analisis deskriptif juga digunakan untuk menjawab permasalahan berdasarkan gambaran umum yang diperoleh di lapangan.

1.7.2 Teknik Penelitian

Proses pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (internet, buku, majalah, Koran, dan tabloid) dan studi kasus (wawancara dengan terapis Ciater) untuk mendapatkan data secara akurat.

Dalam proses penyusunan laporan pengantar, strategi dan media kreatif, serta konsep dan visualisasi desain, penulis menjadikan kerangka berpikir (mind mapping) berikut sebagai landasan dasar :