

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Solok merupakan salah satu kota yang berada di provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani yang memproduksi beras dengan kualitas paling baik di Sumatera Barat. Karena letaknya yang strategis, kota ini juga ingin menjadi kota perdagangan dan jasa. Lokasi Solok terletak pada persimpangan jalan antar provinsi dan antar kabupaten/kota. Dari arah Selatan jalur lintas dari Provinsi Lampung, Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi Jambi, kota ini merupakan titik persimpangan untuk menuju Kota Padang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Barat yang jaraknya hanya sekitar 64 Km saja. Bila ke arah utara akan menuju Kota Bukittinggi yang berjarak sekitar 71 Km untuk menuju kawasan Sumatera Bagian Utara. Dulunya Kota Bukittinggi ini merupakan Ibu kota Kabupaten Solok.

Kabupaten ini banyak memiliki objek wisata alam maupun budaya yang sangat eksotis dan terkenal hingga mendunia, salah satunya adalah adanya ajang sepeda bergengsi dunia yaitu *Tour de Singkarak* pada tanggal 3-11 Oktober 2015. Dimana Singkarak ini merupakan nama salah satu danau yang ada di Kabupaten Solok, Sumatera Barat.

Selain Danau Singkarak, Solok juga memiliki beberapa tujuan wisata alam yang menakjubkan, diantaranya Danau Kembar di Alahan Panjang kabupaten Solok, Danau Talang di Kenagarian Kampuang Batu Dalam kabupaten Solok, Kebun Teh Alahan Panjang Solok, Bukit Cambai di perbatasan Kecamatan Lembah Gumanti dan Kecamatan Danau Kembar, dan Pemandian Air Panas Bukik Gadang di Talang kabupaten Solok. Bagi yang gemar berwisata kuliner, Solok juga memiliki beberapa destinasi kuliner yang khas dan beragam. Semua destinasi wisata tersebut tentu merupakan sebuah potensi yang dimiliki Solok dalam bidang pariwisata.

Dengan potensi wisata yang tinggi, pariwisata Solok masih belum

menjadi pilihan destinasi wisata yang menarik wisatawan baik dalam negeri maupun mancanegara. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan hal ini, salah satunya adalah minimnya penyedia layanan penginapan di Solok. Seiring dengan berjalannya waktu, beberapa badan usaha swasta mulai membuka layanan penginapan di Solok dalam bentuk unit bisnis hotel. Salah satunya adalah PT. BUMP.

PT. BUMP (Berkat Usaha Mami Papi) adalah sebuah perusahaan berkembang yang berdiri di kota Solok, Sumatera Barat. PT. BUMP memiliki beberapa unit bisnis yang terhubung dalam jaringan Mami Groups, yaitu Mami Catering, Mami Event & Wedding Organizer, Mami Pusat Oleh-oleh, dan Mami Tours & Travel. Melihat potensi perkembangan pariwisata di kota Solok, PT. BUMP menemukan sebuah peluang bisnis. Hal itu diwujudkan dengan cara membuka unit bisnis baru di jaringan Mami Groups dalam layanan penginapan, dengan nama Mami Hotel.

Sebagai pendatang baru dalam dunia perhotelan, tentu Mami Hotel membutuhkan identitas visual. Identitas visual membentuk suatu *image* yang sangat diperlukan oleh perusahaan untuk tetap menarik perhatian pelanggan atau pembelinya dalam pasar yang memiliki pesaing. Terlebih lagi di era globalisasi yang memungkinkan meluasnya penyampaian informasi diberbagai belahan dunia, sehingga sangatlah diperlukan diciptakannya suatu *image* untuk melambungkan identitas perusahaan agar tetap bisa bertahan dalam persaingan bisnis yang keras. Hal tersebut juga dibutuhkan karena Mami Hotel akan bersaing dengan beberapa hotel yang sudah terlebih dahulu berdiri di kota Solok. Selain itu, Mami Hotel juga membutuhkan strategi marketing untuk meningkatkan *visibility* sebagai salah satu hotel yang berada di Solok.

Untuk itu perlu adanya strategi yang tepat dengan langkah berkesinambungan, dalam bentuk perancangan identitas visual Mami Hotel. Dengan dibuatnya perancangan identitas visual Mami Hotel ini diharapkan dapat menumbuhkan *brand awareness* Mami Hotel di masyarakat serta dapat menanamkan *brand image* Mami Hotel itu sendiri. Sehingga pada akhirnya Mami Hotel dapat beroperasi secara sehat dan menjadi alternatif

utama hotel bagi masyarakat dan pengunjung yang memilih Solok sebagai destinasi wisata mereka.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang diatas, dapat diidentifikasi masalah tersebut sebagai berikut:

1. Solok memiliki potensi pariwisata yang tinggi.
2. Mami Hotel merupakan hotel baru.
3. Mami Hotel belum memiliki identitas visual.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari identifikasi masalah tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan berupa sebuah pertanyaan sebagai berikut:

Bagaimana merancang identitas visual Mami Hotel agar diketahui oleh masyarakat dan wisatawan sebagai salah satu alternatif pilihan hotel di Solok?

1.3 Ruang Lingkup

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, ruang lingkup dari penelitian dan perancangan kampanye sosial ini adalah:

1. Apa
Perancangan identitas visual dan implementasinya pada “Mami Hotel”.
2. Bagaimana
Perancangan identitas visual berupa logo, stationary, media sosial, marketing sosial, dan media promosi beserta implementasinya.
3. Siapa

Segmen dari perancangan identitas visual ini yaitu wisatawan (*primary prospect*) baik dalam maupun luar negeri karena merupakan konsumen utama dalam layanan hotel. Kemudian instansi-instansi pemerintahan maupun unit bisnis swasta sebagai *secondary prospect* yang ingin mengadakan seminar maupun pelatihan di Solok. Selain itu *positioning* yang diambil adalah kalangan menengah sampai keatas.

4. Dimana

Perancangan identitas visual dilakukan di Solok dan Bandung. Dengan menyesuaikan dengan keperluan pengumpulan data yang harus dilaksanakan *onsite*, dan yang bisa dikerjakan secara *remote* dari Bandung.

5. Kapan

Pengumpulan data *onsite* dilakukan antara bulan Maret-April untuk dokumentasi visual, serta wawancara dengan *owner* dan masyarakat Solok. Sedangkan perancangan *output* desain dilakukan antara bulan April-Juni secara *remote* di Bandung.

1.4 Tujuan Perancangan

Merancang identitas visual Mami Hotel agar diketahui oleh masyarakat dan wisatawan sebagai salah satu alternatif pilihan hotel di Solok.

1.5 Cara Pengumpulan Data & Analisis Data

1.5.1 Pengumpulan Data

1. Sumber Data Primer

- Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sutrisno Hadi dan Sugiyono, 2013:145).

Observasi atau pengamatan dilakukan langsung terhadap Mami Hotel di Solok.

- Wawancara yaitu tanya jawab secara langsung (tanpa perantara) secara bertatap muka (*personal face to face interview*) dengan sumber data (Abdurrahman dan Muhidin, 2011:89). Jenis wawancara yang dilakukan yaitu:

- o Wawancara terstruktur yaitu wawancara dengan pertanyaan kepada responden yang mana kemungkinan jawaban responden telah disiapkan oleh pewawancara sehingga responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah dibuat (Abdurrahman dan Muhidin, 2011: 91).

Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan *owner* Mami Hotel, Riano Oskar ST. Wawancara juga dilakukan terhadap wisatawan yang sedang berkunjung ke Solok.

2. Sumber Data Sekunder

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan/menggunakan studi dokumen ini (Sugiyono, 2008; 83). Studi dokumen dilakukan dengan cara studi pustaka dari *textbook*, jurnal dan internet guna mendapatkan teori, panduan, informasi lainnya yang menunjang.

1.5.2 Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan dalam perancangan Tugas Akhir ini untuk menjadi panduan dalam pengkajian analisis, di antaranya:

1. Analisis Matriks adalah sebuah kolom dan baris yang menjadi pembanding berupa konsep atau kumpulan analisis,

membandingkan dengan cara menjajarkan atau *juxtaposition*. Menjajarkan dan menilai obyek visual menggunakan satu tolak ukur yang sama untuk mendapatkan pembandingan obyek satu dengan obyek lainnya, (Widiatmoko, 2013:50).

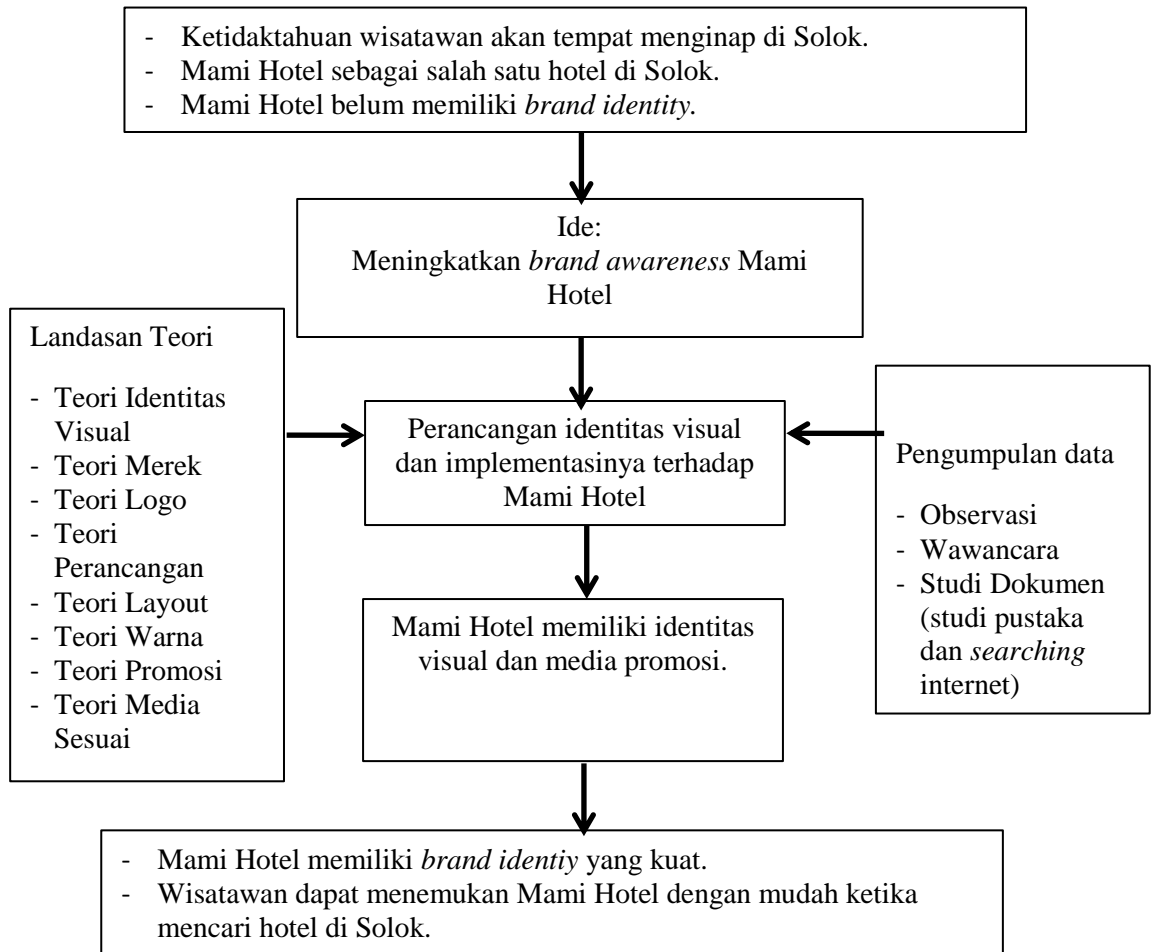
Perancangan identitas visual Mami Hotel dilakukan dengan menggunakan pembandingan sebagai salah satu acuan visual dari beberapa hotel yang sudah terlebih dahulu berdiri di Solok.

2. Analisis SWOT adalah penilaian terhadap suatu perusahaan, produk, atau obyek yang di teliti dalam pengumpulan data menggunakan faktor internal yang terdiri dari *strength* dan *weakness* serta faktor luar yang terdiri dari *opportunity* dan *threat*, (Widiatmoko, 2013:50).

Analisis SWOT akan dilakukan kepada Mami Hotel, yang bertujuan untuk memberikan gambaran situasi dan juga kondisi Mami Hotel yang bersifat deskriptif.

3. STP
Segmenting, Targetting, Positioning. Analisis ini digunakan untuk melihat target pasar dari perusahaan SCS. Sehingga dapat meninjau dan merancang strategi apa yang harus dilakukan dengan target pasar tersebut.

1.6 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1. Kerangka Perancangan
Sumber : Data Pribadi

1.7 Pembabakan

1. Bab I: Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjabarkan gambaran umum tentang masalah yang diangkat melalui fenomena yang terjadi, dan juga menjelaskan fokus permasalahan dengan rumusan dan batasan masalah serta tujuan perancangan. Pada bab ini juga dijelaskan metode pengumpulan data yang akan dilakukan, bagaimana kerangka perancangan yang digunakan sebagai acuan untuk proses penelitian, serta gambaran singkat setiap bab.

2. Bab II: Dasar Pemikiran

Menjelaskan teori yang relevan yang digunakan sebagai panduan dalam merancang.

3. Bab III: Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data yang telah didapatkan dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner serta menjelaskan hasil analisis dari data yang telah didapatkan dan dengan menggunakan teori yang telah dijabarkan pada Bab II untuk strategi perancangan.

4. Bab IV: Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media dan konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media.

5. Bab V: Penutup

Menjelaskan saran dan masukan pada waktu sidang.