

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah hotel adalah bangunan yang dikelola untuk menyediakan tempat menginap bagi para tamu dalam jangka pendek dengan imbalan uang. Fitur dan layanan yang disediakan untuk para tamu biasanya bervariasi antara satu hotel dengan hotel yang lainnya. Pemilik hotel umumnya bertujuan menarik pelanggan pada segmentasi tertentu melalui model penetapan harga dan strategi pemasaran atau melalui berbagai layanan yang ditawarkan. Pengunjung hotel pun biasanya adalah pasangan, pekerja kantoran, atau orang-orang yang hanya sekedar datang untuk beristirahat sejenak. Berbeda halnya dengan *resort*, fitur dan layanan yang disediakan bervariasi, namun mereka lebih mengedepankan untuk mempromosikan pemandangan alam kepada target pasar mereka. Tidak hanya menyuguhkan pemandangan alam, pengemasan atribut pada *resort* lebih dibuat dengan gaya yang tradisional, dan banyak menggunakan barang yang ramah lingkungan. Hotel dan *resort* memiliki karakteristik dan jenis pelayanan yang berbeda namun tetap memiliki satu tujuan yang sama, yaitu menyediakan tempat penginapan yang nyaman.

Puncak Bogor sudah menjadi destinasi wajib masyarakat di ibukota untuk berlibur dan berwisata, dikarenakan lokasi daerahnya yang strategis dan dekat dengan perkotaan. Puncak dikenal dengan daerah yang dingin dan memiliki suasana alam yang indah dan sejuk, disamping itu juga terdapat kebun teh, Cimory Riverside, dan kebun binatang Taman Safari sebagai destinasi wisata. Itulah mengapa banyak hotel, villa, dan guesthouse yang hadir dengan berbagai macam fasilitas yang ditawarkan demi menunjang kebutuhan konsumen yang ingin berlibur di Puncak. Salah satu hotel yang ingin hadir untuk menunjang kebutuhan tersebut adalah hotel Citra Cikopo.

Citra Cikopo adalah sebuah hotel yang berlokasi di puncak Bogor, Jawa Barat, sudah berdiri sejak tahun 1997 yang dikemas dengan tipe hotel dan *resort* khusus untuk liburan keluarga. Seiring berkembangannya kebutuhan pasar dan karakteristik konsumen, konsep untuk tempat liburan keluarga berubah menjadi tempat liburan untuk karyawan kantoran atau group corporate untuk berkumpul (*meeting*) dan berekreasi, sehingga konsep dan strategi promosi hotel pun berubah. Hotel Citra Cikopo memiliki akomodasi penginapan yang tenang dan nyaman dengan menyuguhkan pemandangan gunung pangrango dan memiliki 32 kamar hotel dengan gaya *cottage* yang berbeda setiap kelasnya, diantaranya *Mini Studio*, *Standard Cottage*, *Superior Cottage*, *Standard Mountain View Cottage*, *Deluxe Cottage*, *Mountain View Cottage*, dan *President Suite Cottage*. Dan fasilitas lainnya seperti Restoran, *citra family karaoke & billiard*, *jogging track*, *play ground*, *fitness center*, kolam renang, dan spa.

Hotel Citra Cikopo merupakan hotel bintang empat yang memiliki akomodasi dan fasilitas yang memadai, disamping itu mereka juga memiliki media promosi cetak maupun *online*. Media cetak diantaranya pamflet, spanduk, banner, dan flyer, media *online* diantaranya poster digital, instagram, facebook, dan situs resmi hotel. Hotel Citra Cikopo juga sudah terdaftar di berbagai website agensi *travel*, wisata, dan penginapan yang secara tidak langsung sudah membantu hotel dalam mempromosikan dan membantu perkembangan ekonomi hotelnya.

Setiap hari desain akan selalu berubah dikarenakan munculnya masalah-masalah baru dalam desain yang membuat para desainer untuk berfikir kritis dan menghasilkan inovasi-inovasi baru dalam desain yang diimplementasikan dalam berbagai media fisik maupun non-fisik, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Kini masyarakat membutuhkan informasi desain yang lebih *to-the-point*, singkat, dan jelas, Hal itu yang sudah banyak diterapkan oleh hotel - hotel di indonesia, sebagai bentuk pendekatan mereka terhadap target konsumen. Dalam pendekatan yang efektif terhadap konsumen, sebuah perusahaan harus memiliki identitas merek, yang dimana didalamnya terdapat identitas visual, yang berfungsi untuk memposisikan perusahaan

di lapangan. Identitas visual juga berfungsi sebagai pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan juga untuk membedakan target pasar yang ingin di dituju. Dari terbentuknya identitas visual, perusahaan akan lebih mudah dalam mengkomunikasikan pesan dengan gaya penyampaian dan gaya visual yang sesuai dengan target pasar yang dituju.

Hotel Citra Cikopo sudah memiliki identitas merek, namun identitas tidak pernah diperbarui sesuai dengan perkembangan kebutuhan konsumen dan gaya visual saat ini yang menyebabkan hotel menjadi terlihat kuno. Selain itu penerapan identitas visual pada setiap media promosi hotel yang masih kurang konsisten dan efektif, bertabrakan dengan gaya visual modern dan gaya visual klasik, seperti gaya visual desain pada media cetak yang masih menggunakan gaya visual klasik dan media *online* yang menggunakan gaya visual modern, yang menimbulkan kurangnya keserasian pada keseluruhan media promosi hotel. Faktor kurangnya pemahaman tentang ilmu desain dari internal perusahaan pun juga dapat berpengaruh terhadap penerapan identitas visual pada media promosi perusahaan, yang menyebabkan konsumen atau target pasar bingung dengan karakteristik yang ingin dikomunikasikan oleh perusahaan.

Pada kesempatan ini, penulis akan menganalisa hotel Citra Cikopo dari segi identitas perusahaan, logo, tipografi, media promosi cetak, maupun media *online*. Tahap selanjutnya adalah melakukan wawancara dan observasi lapangan, untuk mencari tanggapan internal tentang perusahaan. Dari hasil tersebut, penulis akan merancang ulang identitas visual perusahaan berdasarkan data analisis wawancara, dan observasi lapangan yang didukung dengan teori tentang identitas visual. Hasil akhir dari rancangan nantinya dapat digunakan sebagai identitas perusahaan yang baru, dan dapat digunakan sebagai media promosi yang cocok dengan target pasar dan dapat meningkatkan angka penjualan hotel.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

- Hotel Citra Cikopo sudah memiliki identitas merek, namun identitas tidak pernah diperbarui.
- Kurangnya konsistensi dan efektifitas dalam menerapkan identitas visual pada media promosi hotel.

1.2.2 Rumusan Masalah

Dari hasil identifikasi masalah diatas, yang dapat dijadikan rumusan masalah pada laporan tugas akhir ini adalah “Bagaimana perancangan ulang identitas visual dan cara mengimplementasikannya pada media promosi hotel Citra Cikopo?”.

1.3 Ruang Lingkup

- Penulis melakukan perancangan ulang identitas visual sebagai tampilan hotel citra cikopo yang baru, serta menerapkannya pada media promosi hotel.
- Target sasaran dari perancangan adalah pelajar/mahasiswa, keluarga, pekerja kantor, *corporate*, dan komunitas di indonesia, khususnya di daerah perkotaan dari kalangan muda dewasa – dewasa, umur 21 – 50 tahun wanita dan pria.
- Memfokuskan penelitian pada hotel Citra Cikopo yang berlokasi di Jalan Arion III No.17 km.77 Cisarua, Jawa Barat.
- Perancangan tugas akhir ini akan dilakukan di bulan Oktober sampai Desember 2021.

- Perancangan dilakukan dan diterapkan sebagai tampilan baru pada media promosi atau pada perusahaan itu sendiri.

1.4 Tujuan Perancangan

Dari penjabaran latar belakang diatas, tujuan dari perancangan ini adalah merancang ulang identitas visual untuk hotel Citra Cikopo serta mengimplementasikannya di setiap media promosi hotel, sebagai pengganti dari tampilan visual hotel yang terdahulu.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan untuk memenuhi dan melengkapi data pada perancangan tugas akhir ini adalah :

a. Primer

1. Observasi

Metode observasi yang akan dilakukan penulis adalah dengan datang langsung ke lokasi hotel Citra Cikopo berada, dengan mengambil gambar lokasi *cottage*, *signange*, *flyer*, dan media promosi lainnya.

2. Wawancara

Penulis akan mewawancarai manager hotel Citra Cikopo dengan percakapan yang santai namun tetap mendapatkan jawaban yang dibutuhkan kelengkapan data penelitian.

3. Kuesioner

Penulis akan memberikan beberapa pertanyaan, terkait hotel Citra Cikopo kepada *audience* yang berada di daerah perkotaan sebagai target *audience* dari penelitian.

b. Skunder

1. Studi Pustaka (*Offline & Online*)

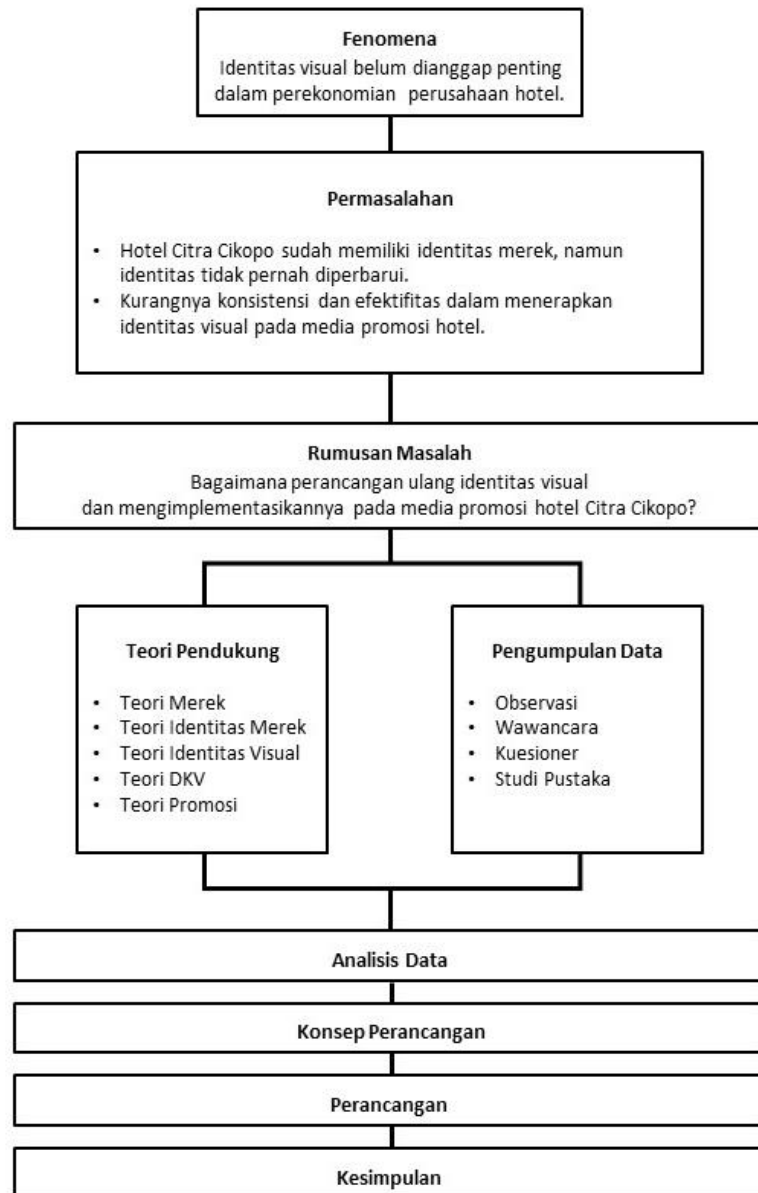
Penulis akan melakukan pencarian data dan teori pendukung sebagai acuan penelitian melalui sumber – sumber terpercaya seperti jurnal, artikel, *e-book*, dan internet.

1.6 Metode Analisis Data

1. Analisis Matriks

Analisis berikut dilakukan dengan cara membandingkan antara 2 – 4 perusahaan sejenis dalam sebuah tabel, lalu memaparkan seluruh kelebihan dan kekurangan dari masing-masing perusahaan. Kemudian penulis akan merangkum kelebihan dan kekurangan dari perusahaan yang diteliti, sehingga penulis dapat memfokuskan penelitian pada beberapa objek yang dapat dikembangkan, sebagai kelebihan dari perusahaan.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan
Sumber : Data Pribadi

1.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini merupakan penjabaran dari latar belakang, identifikasi masalah, dan rumusan masalah yang menjadi dasar pembahasan laporan serta tujuan perancangan, metode pengumpulan data, metode analisis, kerangka perancangan, dan sistematika penulisan sebagai tahapan penelitian.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Penjelasan beberapa teori yang relevan dengan masalah yang diangkat, yang nantinya menjadi dasar dan acuan dari penelitian. Teori yang penulis gunakan diantaranya adalah teori identitas visual, teori logo, teori desain komunikasi visual, dan teori promosi.

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Hasil data yang sudah siap diuraikan secara terstruktur seperti data aspek imaji, hasil wawancara, hasil kuesioner, analisis visual, analisis matriks perbandingan, serta penarikan kesimpulan.

BAB IV HASIL PERANCANGAN

Presentasi hasil perancangan yang terdiri dari konsep kreatif, konsep visual, konsep komunikasi, dan konsep media.

BAB V PENUTUP

Penarikan kesimpulan dari hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan serta saran untuk hasil perancangan laporan tugas akhir.