

**PERANCANGAN PROMOSI GRAND ROCKY HOTEL DALAM
BENTUK MEDIA *AUDIO VISUAL***

JURNAL

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

MHD. ILHAM TAHER

1103526/2011

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

JURNAL

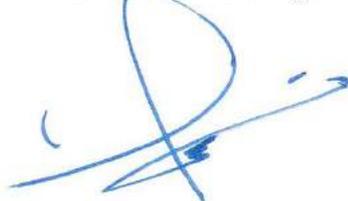
**PERANCANGAN PROMOSI GRAND ROCKY HOTEL
DALAM BENTUK MEDIA AUDIO VISUAL**

MHD. ILHAM

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Mhd. Ilham “Perancangan Promosi Grand Rocky Hotel Dalam Bentuk Media Audio Visual” untuk persyaratan Wisuda Periode September 2018 dan telah diperiksa atau disetujui oleh kedua Pembimbing.

Padang, 1 Agustus 2018

Dosen Pembimbing I



Drs. Syafwan, M.Si.

NIP: 19570101.198103.1.010

Dosen Pembimbing II



San Ahdi, S.Sn. M.Ds.

NIP: 19610722.199103.1.001

Mengetahui:

Ketua Jurusan Seni Rupa



Drs. Syafwan, M.Si.

NIP: 19570101.198103.1.010

Perancangan Promosi *Grand Rocky hotel* Dalam bentuk Media *Audio Visual*

Mhd. Ilham¹, Drs. Syafwan, M.Si. ², San Ahdi, S.Sn. M.Ds. ³
Program Studi Desain Komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Email: ilhamtaher666@gmail.com

ABSTRAK

Seiring dengan majunya perkembangan media dan sistim informasi di era Digital serta dengan melonjaknya para wisatawan di daerah sekitar kota Bukittinggi maka banyak hotel dan penginapan berlomba untuk menarik para wisatawan yang membutuhkan penginapan serta dapat menikmati keindahan alam, sejarah, kuliner maupun budayanya. *Grand Rocky Hotel* memiliki fasilitas yang dengan standar bintang empat untuk sebuah *Hotel* yang berada di daerah *Bukittinggi* walaupun pada beberapa sisi masih terdapat kekurangan, *Rocky Hotel* juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang wisata sehingga sangat cocok untuk para wisatawan yang ingin menikmati objek- objek wisata di sekitar Bukittinggi. Target pemasaran bukan hanya para wisatawan dalam negeri tetapi mencakup wisatawan luar negeri. Pada satu tahun terakhir ini jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi mencapai kurang lebih 500 - 600 ribu wisatawan, diantaranya 75% wisatawan dalam negeri, dan 25% wisatawan luar negeri, sehingga *Grand Rocky Hotel* harus siap bersaing untuk mendapatkan wisatawan yang membutuhkan *Hotel*.

Berdasarkan analisis dan wawancara dengan pengelola hotel maka dibutuhkan media promosi yang menarik untuk penunjang konten promosi *Grand Rocky Hotel* dalam mendapatkan target konsumen. Penulis memilih promosi dalam bentuk media *Audio Visual*, dimana promosi dengan menggunakan *Audio Visual* mampu memperlihatkan informasi fasilitas dan keunggulan *Grand Rocky hotel* hingga dapat di akses pada internet dan media sosial. Selain promosi dalam bentuk media *Audio Visual* digunakan juga beberapa media promosi lainnya, untuk mendukung media utama promosi *Grand Rocky hotel*, yaitu seperti: poster, flyer, Xbanner, t shirt paperbag, mug, pin, cd cover, dan cd label.

Keyword: Perancangan media promosi, video *Grand Rocky hotel*.

¹Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2018

²Pembimbing I, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, Dosen FBS, Universitas Negeri Padang

Grand Rocky hotel promotion design In the form of Audio Visual Media

Mhd. Ilham¹, Drs. Syafwan, M.Si. ², San Ahdi, S.Sn. M.Ds. ³

Visual Communication Design Studies Program

FBS State University of Padang

Email: ilhamtaher666@gmail.com

ABSTRACT

Along with the progress of the development of information media and systems in the Digital era and also soaring tourists in the area around the city of Bukittinggi so many hotels and inns compete to attract tourists who need accommodation and can enjoy the natural beauty, history, cuisine and culture. Grand Rocky Hotel has facilities with a four-star standard for a hotel in the Bukittinggi area on some sides there is still a shortage, Rocky Hotel is also equipped with tourist safety facilities It is suitable for tourists who want to enjoy the tourist objects around Bukittinggi. The target is not only domestic tourists but foreign tourists. In the past year, the number of tourists visiting the city of Bukittinggi reaches approximately 500-600 thousand tourists, including 75% of domestic tourists, and 25% of foreign tourists, Grand Rocky Hotel Rooms must be ready to compete to get tourists who need Hotels.

Using analysis and interviews with media promotion media campaign managers who are interesting to support the promotional content of Grand Rocky Hotel in getting target consumers. The author chose promotion in the form of Audio Visual media, where promotion using Audio Visual was able to bring information and excellence of Grand Rocky hotels to be accessible on the internet and social media. In addition to promotion in the form of Audio Visual media as well as several other promotional media, to support the main media promotion of Grand Rocky hotels, such as posters, flyers, Xbanner, paperbag t shirts, mugs, pins, cd covers, and cd labels.

Keywords: Media promotion set, Grand Rocky Hotel video.

¹Student Writer Final Work Prodi Visual Communication Design for graduation period September 2018

Supervisor I, FBS Lecturer, State University of Padang

Supervisor II, FBS Lecturer, State University of Padang

A. PENDAHULUAN

Grand Rocky Hotel merupakan hotel yang terletak di kota Bukittinggi. Tepatnya di jantung kota Bukittinggi yang dikelilingi edaran bukit barisan, gunung Singgalang dan Marapi. Kawasan ini memiliki keindahan alam yang memikat dan sejuk. Kawasan ini juga terkenal dengan kawasan Wisata Budaya, Sejarah serta kuliner. Bukittinggi merupakan daerah yang tepat untuk penginapan dan berakhir pekan bersama keluarga, teman dan orang tercinta.

Seiring dengan majunya perkembangan media dan sistim penyebaran informasi dengan penggunaan media sosial dengan akses penyaluran informasi yang lebih cepat, maka sangat dibutuhkan konten promosi yang dapat secara fleksibel disalurkan lewat sosial media. Dengan melonjaknya pengunjung di kota Bukittinggi, maka banyak hotel dan penginapan di daerah tersebut berlomba untuk menarik para wisatawan dengan memanfaatkan kemajuan media sosial sebagai akses informasi untuk bersaing mempromosikan tempat penginapan serta dapat menikmati keindahan alam, sejarah, kuliner maupun budayanya.

Grand Rocky Hotel memiliki fasilitas dengan standar bintang empat untuk sebuah *Hotel* yang berada di daerah *Bukittinggi* walaupun pada beberapa sisi *Grand Rocky hotel* masih perlu di lengkapi, dan target pemasaran bukan hanya para wisatawan dalam negeri tetapi mencakup wisatawan luar negeri. Pada satu tahun terakhir ini jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bukittinggi mencapai kurang lebih 500 - 600 ribu wisatawan, diantaranya 75%

wisatawan dalam negeri, dan 25% wisatawan luar negeri, namun dengan banyaknya hotel dan penginapan di kota Bukittinggi berkisar sebanyak 72 unit hotel masing-masing memiliki fasilitas dan metode promosi berbeda yang digunakan untuk menarik konsumen, maka Grand Rocky hotel juga harus siap bersaing dalam promosi dengan konten penunjang yang menarik. (<https://www.traveloka.com/en/hotel/indonesia/city/bukittinggi-101757>).

Fasilitas serta objek wisata sekitar *Grand Rocky Hotel* merupakan daya tarik bagi para wisatawan untuk berkunjung dan menginap. *Grand Rocky Hotel* juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang wisata sehingga sangat cocok untuk para wisatawan yang ingin menikmati objek-objek wisata dan melihat peninggalan budaya kota Bukittinggi.

Menurut *General Manager* dalam wawancara pada tanggal 4 november 2017, Neni Anita "target konsumen dari *Grand Rocky Hotel* adalah para wisatawan yang mengunjungi daerah wisata yang berada disekitar kota Bukittinggi, tetapi banyak hotel yang harus siap bersaing dalam menarik minat pelanggan untuk memilih tempat menginap, dan pada era media sosial saat ini yang dengan cepat menyalurkan informasi, maka harus disiapkan konten yang menarik untuk promosi". Adapun target konsumen dari *Grand Rocky Hotel* tersebut adalah orang-orang yang berusia 25 tahun keatas, dan memiliki perekonomian menengah keatas yang tanggap akan konten informasi dari media sosial dan internet. *Grand Rocky Hotel* ditujukan untuk para wisatawan mancanegara dan dalam negeri dengan berbagai fasilitas yang disediakan serta

dekat dengan objek wisata dengan *tag line The Best Choice Hotel in West Sumatera.*

Strategi promosi sebelumnya yang digunakan oleh *Grand Rocky Hotel* berupa promosi yang menggunakan *web* dan agen *online travel*, namun menurut pengelola *Grand Rocky Hotel*, promosi yang digunakan sebelumnya masih kurang menarik dan belum lengkap untuk mencapai secara luas target konsumen yang diinginkan pada era media sosial. Pengelola hotel merasa butuh menambahkan suatu media *Audio visual* (Media yang bisa menyajikan gambar dan suara) Oviona dan Yeyen 2012. yang menarik dan profesional agar bisa menjadi konten penunjang promosi. Minat yang diharapkan dari target konsumen dapat tercipta dengan dilakukannya promosi melalui media sosial karena dapat langsung di akses pada *gadget* para target konsumen yang akan disebarkan melalui media sosial seperti *youtube,web* hotel dan sosial media lain. Alasan penulis menggunakan *Audio Visual* agar informasi dapat dilihat secara menarik dengan menampilkan informasi layanan hotel dan gambaran pada bagian-bagian luar maupun dalam *hotel* secara menarik dan informatif, sehingga target *audience* tertarik untuk berkunjung.

Pemilihan media *Audio Visual Grand Rocky Hotel* kepada target konsumen dan nantinya dapat menjadi sarana promosi utama yang disertai dengan berbagai media pendukung lain seperti *Poster, Flyer, X - Banner dll* untuk tambahan konten promosi *Grand Rocky Hotel* itu sendiri. Oleh sebab itu penulis akan merancang tugas akhir yang berjudul:

"Perancangan Promosi Grand Rocky Hotel Dalam bentuk Media *Audio Visual*".

B. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan merupakan cara menyesuaikan rumusan masalah dan tujuan perancangan hingga menghasilkan suatu produk (hasil rancangan). Metode perancangan mampu memudahkan perancang dalam proses perancangan.

Menurut Rido Rumarta, 2017 metode perancangan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak.

1. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Melakukan pengamatan langsung ke *Grand Rocky* hotel dan web untuk mendapatkan data yang diperlukan seperti, foto dan informasi lainnya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan cara bertanya langsung baik sepihak maupun kedua belah pihak yang dikerjakan dengan sistematis sehingga memperoleh data yang akurat tentang *Grand Rocky* hotel.

c. Dokumentasi

Memperoleh informasi mengenai dan menanyakan serta meminta dokumentasi tentang apa saja media promosi sebelumnya sebagai pembandingan ide baru dan hasil media yang lama sehingga media *audio visual* yang baru ini untuk mempromosikan lebih menarik dan lebih meningkatkan motivasi para *audience* untuk mengetahui tentang *Grand Rocky* hotel.

2. Metode Analisa Data

Setelah mendapatkan data-data dari *Grand Rocky* hotel untuk memecahkan masalah yang ada, maka dari data diatas penulis menggunakan analisa SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) Hendratman, Hendi 2008. Dengan menggunakan analisa SWOT, penulis dapat membandingkan kekurangan dan kelebihan yang ada pada *Grand Rocky* hotel tersebut.

Metode pemecahan masalah dalam perancangan promosi *Grand Rocky* hotel berdasarkan teori SWOT ("*strength*" / kekuatan, "kelemahan"/*weaknesses*, "peluang"/*opportunities*, dan "ancaman"/*threats*) Daniel Start dan Ingie Hovland 2010: mengatakan "Analisis SWOT adalah instrument perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka

kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrument ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi. Instrumen ini menolong para perencana apa yang bisa dicapai, dan hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh mereka”.

C. PEMBAHASAN

1. Konsep Perancangan

Dalam perancangan promosi ini adalah untuk mengenalkan kepada para wisatawan yang berkunjung ke Kota Bukittinggi, bahwa *Grand Rocky* hotel menyediakan penginapan dengan berbagai fasilitas yang memadai dan juga dekat dengan objek wisata di sekitar kota Bukittinggi yang menjadi daya tarik bagi para target *audience*.

2. Unsur Verbal

Perancangan promosi *Grand Rocky* hotel penulis mencoba membuat *video* yang bagus, menarik, menunjukkan ciri khas fasilitas *Grand Rocky* hotel dengan tujuan produk yang dijual bisa tersampaikan dan dicerna langsung bagi wisatawan yang melihat video promosi *Grand Rocky* hotel.

3. Visual

Pesan yang berisi gambaran tentang *Grand Rocky* hotel, dimana gambar tersebut menceritakan keunggulan yang terdapat di *Grand Rocky* hotel tersebut, mulai dari fasilitas yang ada dan juga *view* atau pemandangan alam wisata *Grand Rocky* hotel itu sendiri sehingga

target *audience* dari *Grand Rocky* hotel dapat tercapai. Penerapan pada media utama berupa pesan visual yang berisi gambar, foto, ilustrasi dengan cara efek *motion* dan *sound* pada *video* yang ditampilkan.

Adapun pada media pendukung pesan yang ditonjolkan untuk mempromosikan *Grand Rocky* hotel, dengan pemberian warna penggunaan *tipografi* yang tepat dan juga memasukkan elemen-elemen lainnya, yang sesuai dengan kriteria dan prinsip-prinsip desain pada umumnya, agar pesan yang disampaikan komunikatif dan mewakili tujuan dari *Grand Rocky* hotel.

4. Tipografi

Jenis *font* yang digunakan untuk media pendukung perancang promosi *Grand Rocky* hotel yang pilih lebih jelas dan mudah dibaca oleh para target *audience*. Adapun *font* yang digunakan adalah *Mongolian Baiti*, *Achend Bold*, *Perpetua*, *Centuri Gotikh*, dan *Thinking of beti*.

D. DESAIN AKHIR

1. Media Utama

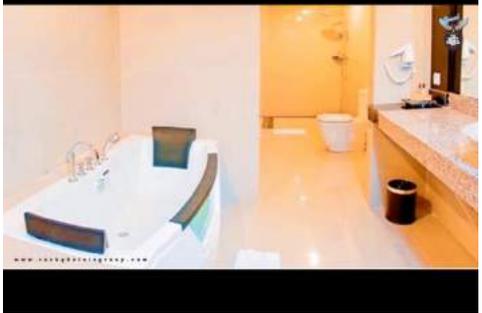
Pada perancangan media utama ini menjelaskan kepada target *audience* fasilitas yang ada pada *hotel*, interior *hotel*, dan poin fasilitas *traveling hotel*.

Tabel 9.Final Desain Media utama

No	Video	Angle	Shot	Warna
1		<i>Low Angle</i>	<i>Extreme Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
2		<i>Low Angle</i>	<i>Extreme Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
3		<i>Normal Angle</i>	<i>Extreme Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
4		<i>Normal Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>

5		<i>Low Angle</i>	<i>Medium Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
6		<i>High Angle</i>	<i>Exxtrem shot</i>	<i>Cold Steel</i>
7		<i>Normal Angle</i>	<i>Medium Close up</i>	<i>Cold Steel</i>
8		<i>Normal Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>

9		<i>Normal Angle</i>	<i>Medium Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
10		<i>Medium Angle</i>	<i>Medium Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
11		<i>Medium Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
12		<i>Medium Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>

13		<i>Medium Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
14		<i>Medium Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
15		<i>Medium Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
16		<i>Low Angle</i>	<i>Medium Shot</i>	<i>Cold Steel</i>

17		<i>Medium Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
18		<i>High Angle</i>	<i>Extreme Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>
19		<i>Medium Angle</i>	<i>Long Shot</i>	<i>Cold Steel</i>

2. Media Pendukung

a. Poster



Gambar 49
Final Desain Poster

Pada poster dipilih alternatif 2 karena pada alternatif 2 tata letak yang digunakan sangat cocok dengan konsep yang simpel dan tidak terlalu banyak gambar.

b. *Flyer*

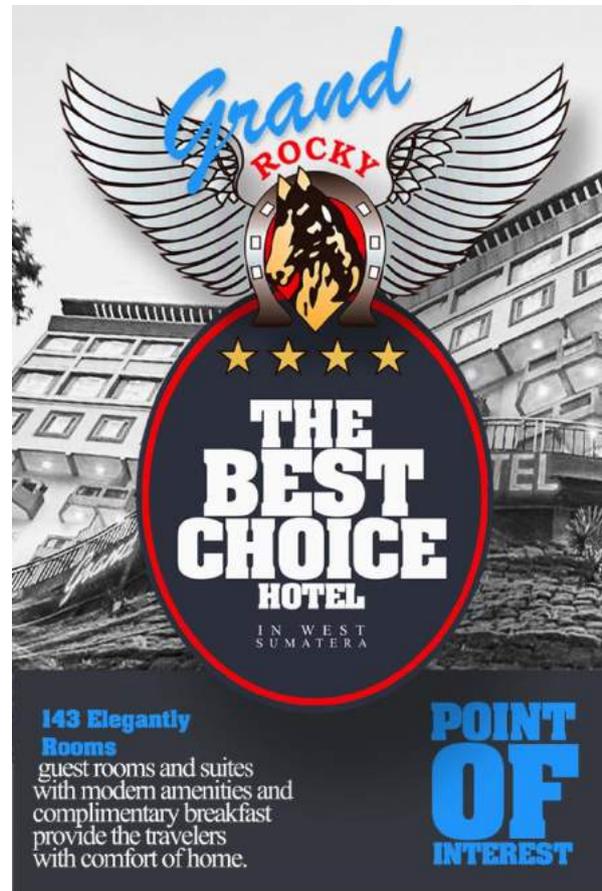


Gambar 50

Final Desain *Flyer*

Alternatif 2 pada perancangan flyer dipilih karena komposisi pada penempatan logo dan tagline serta penempatan visual yang seimbang menjadi tampak lebih menarik.

c. *X Banner*



Walking distance to Jam Gadang (The City Landmark).
Walking distance to dutch Fort de Kock, Museum & Zoo.
Walking distance to Japanese Tunnel and Sianok Canyon.
10 minutes drives to Bukit Ambacang Circuit and New Panorama.
30 minutes drives from "Pandai Sikek" quality songket, silk and gold thread traditional weaving.
60 minutes drives from Lake Maninjau and Puncak Lawang



Grand Rocky Hotel Bukittinggi
Jalan Yos Sudarso No.29,
Kayu Kubu, Guguk Panjang,
Kota Bukittinggi,
Sumatera Barat 26136



Gambar 51
Final Desain X Banner

Pada perancangan *X banner* alternatif yang dipilih yaitu alternatif 3 karena perancangan *X banner* pada alternatif 3 penempatan *tagline* disusun dengan menarik dan simpel.

d. T Shirt



Gambar 52
Final Desain T Shirt

Pada perancangan *T Shirt* alternatif yang dipilih adalah alternatif 1 karena perpaduan antara tataletak warna dan *logo* sangat terlihat menarik.

e. *Mug*



Gambar 53
Final Desain *Mug*

Mug yang digunakan pada final desain diambil dari alternatif 2 dimana penempatan *tagline* dan logo disusun dengan baik.

f. Paperbag



Gambar 54
Final Desain Paperbag

Alternatif yang dipilih untuk *paperbag* menggunakan alternatif 1 dimana unsur visual yang terdapat disusun agar terlihat menarik.

g. Pin



Gambar 55
Final Desain Pin

Alternatif yang dipilih untuk media pendukung pin merupakan alternatif 1 karena penyesuaian tataletak yang menjadikan pin lebih menarik.

h. Cover Cd



Gambar 56
Final Desain Cover Cd

Alternatif yang dipilih yaitu alternatif 1 penggabungan dan tataletak logo, *tagline*, dan teks sehingga membuat *cover Cd simpel* dan menarik.

i. *CD Label*



Gambar 57
Final Desain Cd *Label*

Alternatif yang dipilih untuk *Cd Label* merupakan alternatif 3 karena penggabungan unsur visual dengan tata letak yang disesuaikan menjadikan *Cd Label* lebih menarik.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan video promosi *Grand Rocky* hotel, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut: perancangan video promosi *Grand Rocky* hotel diharapkan dapat membantu *Grand Rocky* hotel agar konsumen atau target *audience* dapat menjadikan *Grand Rocky* hotel sebagai tujuan utama sebagai tempat Menginap yang tepat bagi para pasangan dan juga wisatawan yang berada disekitar kota Bukittinggi, dan menikmati keindahan alam yang terdapat disekitar kawasan *Grand Rocky* hotel. Target konsumen diharapkan dapat menjadi lebih tertarik untuk berkunjung dan menginap di *Grand Rocky* hotel dengan disugahi fasilitas hotel dan juga objek wisata di sekitaran *Grand Rocky* hotel.

Dalam pencapaian perancangan video promosi *Grand Rocky* hotel, selain menggunakan media utama dalam bentuk video promosi, perancang juga menggunakan media pendukung seperti Poster, *Flyer*, *X Banner*, *T Shirt*, *Mug*, *Paperbag*, *Pin*, *Cover Cd*, *Cd Label*. Media pendukung ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membuat *target audience* semakin tertarik mengunjungi *Grand Rocky* hotel.

2. Saran

Diharapkan dalam perancangan iklan sebuah perusahaan atau lembaga hal yang pertama dilakukan adalah melakukan *survey* langsung ke perusahaan atau lembaga agar data-data yang didapatkan nyata. Selain itu hendaknya dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada dan dapat menghubungkan masalah tersebut dengan media yang akan digunakan, sehingga masalah tersebut dapat dipecahkan.

DAFTAR PUSTAKA

Daniel Start dan Ingie Hovland dalam <http://subliyanto.wordpress.com/2012/12/13/analisis-swot/>.

<https://www.traveloka.com/en/hotel/indonesia/city/bukittinggi-101757> di akses 12 Agustus 2017.

Hendratman, Hendi. 2008. *Tips n Trix Computer Graphics Design*.

Rido Rumarta. 2017, M. Nasrul Kamal, Riri Trinanda, Jurnal Google Scholar. Perancangan ILM (iklan layanan masyarakat) pelestarian ikan Bilih danau Singkarak dalam media luar ruang.

Ovioana, Yeyen.2012. Perancangan Audio Visual “*Corporate Promotion*” Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Bumi Asih Jaya. Tugas akhir, Padang: Program Sarjana UNP Padang.