

**PERANCANGAN PROMOSI D'DHAVE HOTEL
MELALUI RE-DESAIN BROSUR**

JURNAL



DESMEMI

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode September 2014**

PERSETUJUAN JURNAL

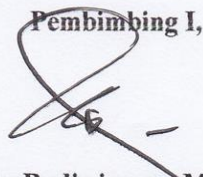
**PERANCANGAN PROMOSI D'DHAVE HOTEL
MELALUI RE-DESAIN BROSUR**

DESMEMI

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir "*Perancangan Promosi d'Dhave Hotel Melalui Re-Desain Brosur*" untuk persyaratan wisuda periode September 2014 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua dosen pembimbing.

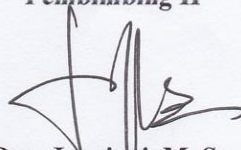
Padang, Juni 2014

Pembimbing I,



Dr. Budiwirman, M. Pd
NIP. 19590417.198903.1.001

Pembimbing II



Dra. Jupriani, M. Sn
NIP. 19631008.199003.2.003

PERANCANGAN PROMOSI D'DHAVE HOTEL MELALUI RE-DESAIN BROSUR

Desmemi¹, Dr. Budiwirman, M.Pd², Drs. Jupriani, M.Sn³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Pendidikan Seni Rupa

FBS Universitas Negeri Padang

Email : m3my_cq@yahoo.co.id

Abstrak

d'Dhave hotel berdiri sejak tanggal 9 Oktober 2010 yang beralamat di Jl. Purus 1v No. 12 A Padang. d'Dhave hotel telah pernah melakukan promosi melalui media brosur, kartu nama, kop surat dan media sosial seperti *facebook*. setelah melihat media promosi dalam bentuk brosur yang dimiliki oleh d'Dhave hotel maka penulis tertarik untuk me re-desain brosur sebelumnya kerana kurang lengkapnya informasi yang ada pada brosur yang dibutuhkan oleh konsumen.

Tujuan perancangan untuk menginformasikan kepada target audience mengenai keberadaan d'Dhave hotel, fasilitas, pelayanan dan lain sebagainya serta merancang media yang baik yang mudah dimengerti dan dipahami oleh target audience.

Analisis data yang digunakan yaitu metode analisis SWOT di mana kegunaan analisis SWOT adalah mengamati dan menganalisis sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada perusahaan tersebut.

Hasil yang dicapai yaitu merancang media promosi yang baik dan efektif sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa dipahami dan dimengerti oleh target audience, serta menginformasikan mengenai keberadaan d'Dhave hotel supaya target audience dapat menggunakan jasa yang ditawarkan oleh hotel tersebut.

Kata kunci : Perancangan, Promosi, d'Dhave Hotel, Brosur

¹Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode September 2014

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

ABSTRACT

d'Dhave hotel established on October 9, 2010 is located at Jl. No. 1v Purus. 12 A Padang. d'Dhave hotel has been doing media promotion through brochures, business cards, letterheads and social media such as facebook. after seeing a media campaign in the form of a brochure which is owned by the hotel d'Dhave the authors are interested in me re-design before brochure because they lack the full information contained in this brochure required by consumers.

The purpose of the design to give inform the target audience about the existence d'Dhave hotels, facilities, services, etc., and designing the good medium that is easy to understand and be understood by the target audience.

the method analysis Data used in which the usefulness of SWOT analysis SWOT analysis is to observe and analyze the extent to which strengths, weaknesses, opportunities and threats that exist in the company.

The results achieved are designing a good media campaign and effectively so that the message can be understood by the target audience, as well as informing about the existence d'Dhave hotels so that the target audience can use the services offered by the hotel

Keywords: Design, Promotion, d'Dhave Hotel, Brochure

A. Pendahuluan

Dalam dunia modern ini hotel sudah banyak kita temui khususnya di kota Padang, banyaknya hotel tersebut karena masyarakat kebanyakan bepergian jauh dari rumah mereka baik untuk urusan bisnis atau sekedar pergi berlibur bersama keluarga dan teman-teman. Salah satunya d'Dhave hotel. d'Dhave hotel berdiri sejak tanggal 9 Oktober 2010 yang beralamat di Jl. Purus 1v No. 12 A Padang. d'Dhave hotel telah pernah melakukan promosi melalui media brosur, kartu nama, kop surat dan media sosial seperti *facebook*.

Media promosi yaitu suatu media yang digunakan oleh perusahaan untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai jasa yang ditawarkan

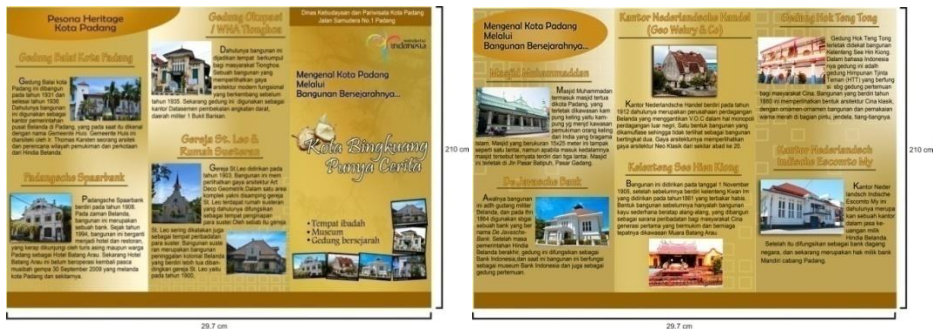
sehingga media promosi tersebut dapat digunakan sesuai dengan harapan. adapun media promosi yang penulis rancang adalah dalam bentuk re-desain brosur.

Menurut Ray, Michel dalam Morissan (2008:420) “koordinasi dan seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun sebagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan”

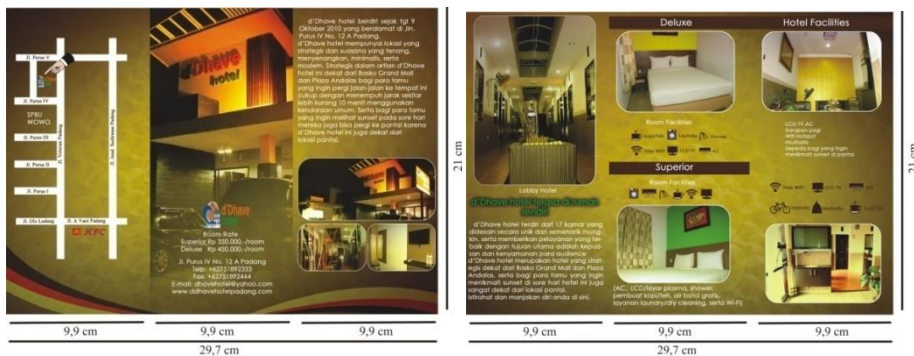
“Brosur mempunyai kelebihan sebagai berikut: merupakan media yang mampu menawarkan dan menginformasikan produk dengan terperinci, mudah dibawa kemana-mana dan mudah disimpan. Informasi yang termuat dalam brosur juga bertahan dalam jangka waktu yang lama” (Yudha, 2013:19).

Banyak pertimbangan mengenai media promosi apa yang akan digunakan saat ingin mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan , mulai dari tujuan promosi, media yang digunakan, *target audience*, gaya hidup *target audience*, biaya promosi, bagai mana pementasan media itu sendiri dan lain-lain. Semua itu harus dipertimbangkan dengan baik oleh desainer supaya media promosi yang dirancang bisa sampai dan bisa dipahami oleh *target audience*, sehingga bisa menjadi nilai jual bagi perusahaan sehingga *target audience* mau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Sehingga telah lahir rumusan masalah sebagai berikut : **Bagaimana mempromosikan d'Dhave hotel melalui re-desain brosur?**



Gambar 1
a. Karya rujukan
Brosur bangunan bersejarah di Kota Padang
Oleh Elfi Tika Sari
Tahun 2013



Gambar 2
b. Karya penulis
Brosur d'Ohave hotel
oleh Desmmei
Tahun 2014

Brosur yang penulis rancang menggunakan warna coklat, dan menggunakan baground warna kuning keemasan yang bagroundnya benar-benar ada pada hotel tersebut. Serta pada brosur yang penulis rancang menggunakan icon mengenai fasilitas yang ada pada hotel supaya pesan yang ingin disampaikan mudah dimengerti dan dipahami oleh *target audience*. Juga menggunakan lambang marawa yang mengartikan bahwa hotel tersebut berada di minang kabau.

Surianto (2009:103)
fungsi brosur adalah sebagai berikut sebagai media publisitas produk/service/acara, dan lain-laiian. Ukuran:

sangat bervariasi, baik dengan lipatan atau tanpa lipatan variasi lipatnya pun sangat beraneka ragam. Elemen: memuat lebih banyak elemen layout karena tersedia cukup ruang. Elemen teks yang terutama ada pada flier. Selain bisa menggunakan elemen layout lebih banyak, brosur juga lebih dapat didesain dengan kreatif dan prinsip-prinsip layout lebih dapat didesain dengan kreatif dan prinsip-prinsip layout lebih dapat diterapkan dengan baik.

“Brosur hampir mirip dengan *Flyer*. Perbedaannya *flyer* dengan brosur adalah terdapat pada bentuknya. Brosur berbentuk seperti buku dan mempunyai beberapa halaman. Brosur berbentuk lembaran kemudian dilipat dengan pola tertentu. *Flyer* berbentuk selebaran kertas *flyer* berukuran tidak lebih dari A5” (Yudha, 2013:18).

B. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis data atau metode pemecahan masalah yang dipakai adalah metode analisis SWOT.

(Sarwono dan Lubis, 2007:18) menjelaskan sebagai berikut: Analisis SWOT diperlukan untuk menilai dan menilai ulang (*reevaluasi*) suatu hal yang ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi negatif yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil.

Kegunaan analisis swot adalah membuka segala kelebihan, menutupi segala kekurangan, dan mencari peluang dalam menutupi segala kekuarangan.

Analisis ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu:

a) *Strength* (kekuatan)

Berdasarkan dari data yang diperoleh mengenai d'Dhave hotel, kekuatan dari hotel tersebut adalah hotelnya strategis, minimalis, strategis dalam artian hotel ini berada diantara pusat perbelanjaan

Basko grand mall dan Plaza andalas serta hotel ini dekat dari lokasi pantai.

b) Kelemahan (*Weakness*)

Adapun kelemahannya adalah begitu banyak hotel-hotel dalam kelas melati lainnya yang ada di kota Padang yang menjadi daya saing bagi perusahaan d'Dhave hotel ini.

c) Peluang (*Opportunity*)

Adapun peluang yang didapat dari d'Dhave hotel ini adalah selain dari pelayanan karyawannya yang ramah, serta hotel ini seperti terasa berada di rumah sendiri, dan hotel ini juga menyediakan fasilitas sepeda bagi para tamu yang ingin menikmati *sunset* di Sore hari.

d) Ancaman (*threat*)

Ancaman dari hotel ini adalah dari segi *room rate* (tarif kamar), biayanya tidak sebanding dengan hotelnya karena hotel ini masih melati, jadi masih ada hotel kelas melati lainnya yang lebih murah sehingga akan menjadi ancaman bagi d'Dhave hotel ini.

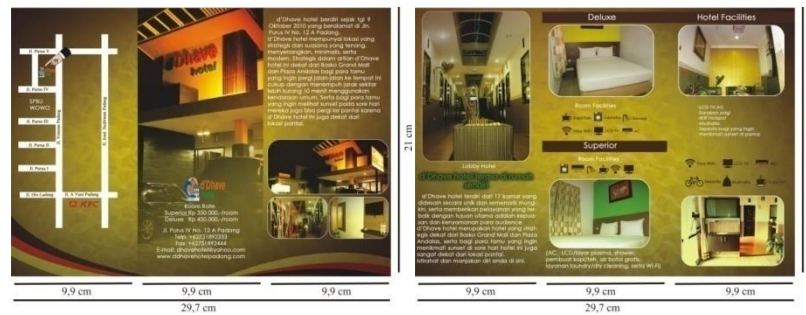
C. Pembahasan

Dari berbagai proses di atas maka muncullah sebuah karya dengan judul sebagai berikut : *Re-desain brosur, desain poster, desain stiker, desain note book, desain kalender, desain kartu nama, desain id card, desain pin, desain mug, desain handuk, desain sarung bantal*

1. Media utama

a. Brosur

Media utama yang dipilih adalah alternatif 1 karena desainnya lebih menarik seimbang dan terperinci juga warna bagrouwndnya selain menggunakan warna bagrouwnd yang ada dihotel juga menggunakan warna coklat karena psikologi warna coklat ini cocok dengan prinsip hotel ini serta menggunakan lambang marawa yang artinya hotel ini berada di minang kabau.



Gambar 3
Alternatif 1
Brosur d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

2. Media Pendukung

a. Poster

poster yang terpilih adalah alternatif 2 karena desainnya lebih seimbang dan menarik serta mencerminkan karakteristik dari hotel tersebut.



42 cm

29,7 cm

Gambar 4
 Alternatif 2
 Poster d'Dhave hotel
 Oleh Desmemi
 Tahun 2014

b. Stiker

Desain stiker yang terpilih adalah alternatif 2 karena lebih

terlihat simple serta terlihatnya karakteristik dari hotel tersebut yaitu

minimalis serta modern.



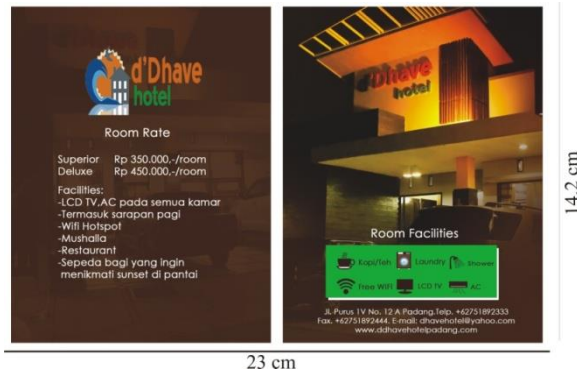
5 cm

15 cm

Gambar 5
 Alternatif 2
 Poster d'Dhave hotel
 Oleh Desmemi
 Tahun 2014

c. *Note book*

Desain notebook yang terpilih adalah alternatif 3 karena desain tersebut lebih terperinci dan mudah dipahami.

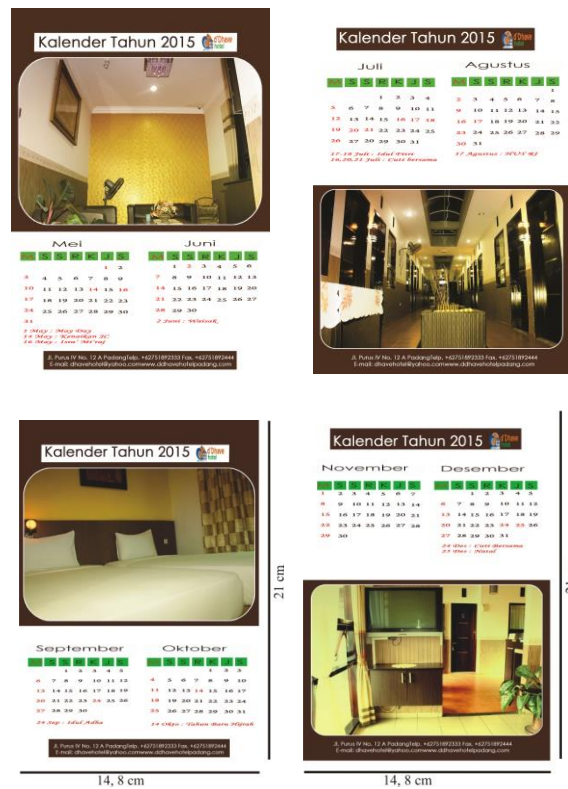


Gambar 6
Alternatif 3
Note book d’Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

d. *Kalender*

Desain kalender yang terpilih adalah alternatif 2 karena komposisi elemen-elemen yang seimbang atau simetris.





Gambar 7
Alternatif 2
Kalender d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

e. Kartu nama
Desain yang terpilih adalah alternatif 2 karena komposisi dan elemen-elemennya lebih seimbang serta simple sesuai dengan konsep desainnya.



Gambar 8
Depan belakang
Alternatif 2
Kartu nama d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

f. *Id card*

Desain yang terpilih adalah alternatif 3 karena desainnya simple tetapi lebih menarik serta elemen dan komposisinya lebih seimbang dan tidak monoton.



Gambar 9
Alternatif 3
Id card d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

g. Pin

Desain yang terpilih adalah alternatif 2 karena lebih simple dan lebih jelas keterbacaannya.



Gambar 10
Alternatif 2
Id card d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

h. Mug

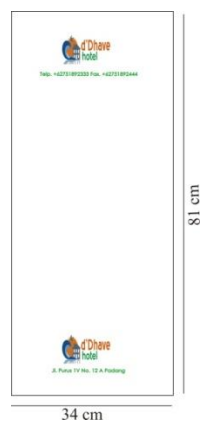
Desain yang terpilih adalah alternatif 1 karena desainnya simple seimbang dan juga terdapat warna background yang ada pada dinding hotel tersebut.



Gambar 11
Alternatif 1
Mug d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

i. Handuk

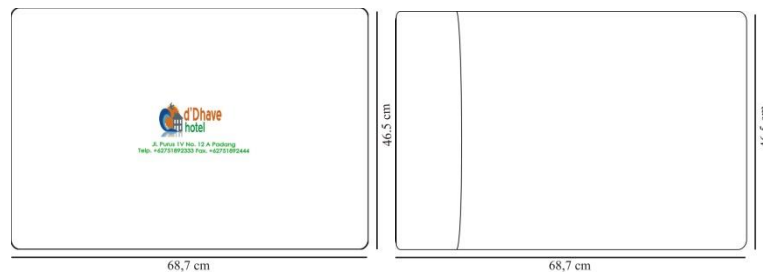
Desain yang terpilih adalah alternatif 2 karena lebih menarik dan lebih terperinci dan jelas



Gambar 12
Alternatif 2
Handuk d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

j. Sarung bantal

Desain yang terpilih adalah alternatif 2 karena penempatan desainya seimbang dan tidak monoton.



Gambar 13
Depan belakang
Alternatif 2
Sarung bantal d'Dhave hotel
Oleh Desmemi
Tahun 2014

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan promosi d'Dhave hotel melalui media brosur, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Melalui perancangan promosi d'Dhave hotel dalam media brosur ini penulis berharap supaya kedepannya d'Dhave hotel ini lebih bisa diketahui dan dikenal oleh para masyarakat dan *target audience*. Serta bisa mengajak para *target audience* yang belum mengetahui d'Dhave hotel ini supaya mereka mau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh d'Dhave hotel ini.

2. Saran

Berdasarkan hasil perancangan promosi d'Dhave hotel melalui media desain brosur ini terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pihak d'Dhave hotel supaya bisa menggunakan media promosi yang efektif supaya pesan yang ingin disampaikan mudah dimengerti dan dipahami oleh konsumen atau target *audience* sehingga target *audience* ingin menggunakan jasa yang ditawarkan oleh d'Dhave hotel tersebut.
2. Kepada para konsumen atau *target audience* supaya bisa mendatangi dan menggunakan jasa yang di tawarkan oleh d'Dhave hotel karena d'Dhave hotel ini memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsusmen dan juga berada didalam hotel terasa berada dirumah sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Ardy, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik* Yogyakarta: PT. Macananjaya Cemerlang
- Morissan, 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Fajar Interpratama Offset
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta.