

**PERANCANGAN PROMOSI
CAREDEK HOTEL DI KOTA SOLOK
MELALUI MEDIA IKLAN TELEVISI**

JURNAL



Oleh:

DWI OKTAVIANI

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Wisuda Periode Maret 2015

PERSETUJUAN JURNAL

PERANCANGAN PROMOSI CAREDEK HOTEL DI KOTA SOLOK MELALUI MEDIA IKLAN TELEVISI

DWI OKTAVIANI

Artikel ini disusun berdasarkan Laporan Karya Akhir "Perancangan Promosi Caredek Hotel di Kota Solok Melalui Media Iklan Televisi" untuk persyaratan wisuda periode Maret 2015 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Mei 2015

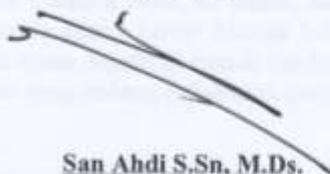
Disetujui oleh,

Pembimbing I



Dra. Zubaidah, M. Sn.
NIP. 19570425.198602.2.001

Pembimbing II



San Ahdi S.Sn, M.Ds.
NIP. 19791216.200812.1.004

PERANCANGAN PROMOSI CAREDEK HOTEL DI KOTA SOLOK MELALUI MEDIA IKLAN TELEVISI

Dwi Oktaviani¹, Dra, Zubaidah M.Sn², San Ahdi, S.Sn. M.Ds³

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Pendidikan Seni Rupa

FBS Universitas Negeri Padang

Email : dewi.oktaviani31.do@gmail.com

Abstrak

Caredek Hotel merupakan salah satu hotel yang ada di kota solok yang berlokasi di jalan Dt. Perpatih Nan Sebatang (Air Mati) Kota Solok, Sumatera Barat. Caredek Hotel didirikan pada tanggal 29 November 1986, dan dipimpin oleh bapak H. Adjis Mi'in. Selama hotel didirikan, belum pernah dipromosikan dalam bentuk media apapun.

Untuk itu, maka dibuatlah perancangan promosi Caredek Hotel di kota Solok melalui media iklan televisi. Iklan televisi merupakan, sebuah media untuk mempromosikan suatu produk, dibuat berupa video yang berdurasi 30 detik dan di tambah dengan gambar dan audio dilengkapi dengan pesan yang singkat dan tepat. Iklan televisi dipilih sebagai media utama karena teknologi dan informasi seperti ini begitu mudah ditemukan.

Berdasarkan dari data yang diperoleh mengenai Caredek Hotel, yang menjadi kekuatan dari hotel ini adalah lokasi hotelnya yang strategis karena berada diantara pusat kota dan pusat perbelanjaan kota Solok. Namun ada beberapa kelemahan pada perusahaan Caredek Hotel yaitu dari segi *Room Rate* (tarif kamar), harganya tidak sebanding dengan hotelnya karena hotel ini merupakan hotel kelas melati, jadi masih ada hotel kelas melati lainnya yang lebih murah sehingga menjadi ancaman bagi Caredek Hotel.

Yang menjadi peluang dari perusahaan Caredek Hotel ini adalah dari segi fasilitasnya yang lengkap dengan disediakannya ruang kamar khusus keluarga, pelayanannya yang ramah dan memuaskan terasa seperti di rumah sendiri serta disediakan fasilitas ruang rapat bagi para tamu yang sedang melakukan perjalanan bisnis keluar kota.

Pada zaman kini, teknologi dan informasi sangat mudah ditemui sehingga dapat dimanfaatkan untuk promosi Caredek Hotel dalam bentuk iklan televisi. Didukung oleh media lain yaitu Poster, *X-Banner*, Kotak CD, *Label CD*, Kartu Nama, *Mug*, *Handbook*, Kalender, Handuk, Kemeja.

Kata kunci : Promosi, Iklan Televisi, Video, Caredek Hotel.

¹Mahasiswa penulis Laporan Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2015

²Pembimbing I, dosen FBS Universitas Negeri Padang

³Pembimbing II, dosen FBS Universitas Negeri Padang

A. Pendahuluan

Sejalan dengan perkembangan zaman, akomodasi tidak hanya sekedar sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi orang yang berpergian, tetapi sudah berkembang ke arah pemenuhan kebutuhan lainnya seperti makan, minum, rekreasi, sport dan lain sebagainya. Perkembangan ini mempengaruhi jenis dan banyaknya fasilitas yang disediakan oleh setiap pengusaha akomodasi yang salah satunya terdapat pada hotel. Berdasarkan SK Menteri Perhubungan No: Pm 10/Pw 301 / Phb 77 dijelaskan bahwa hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum. Selanjutnya berdasarkan hukum, dalam Darminto dan Suryo (1997:7) mengatakan bahwa “hotel adalah penginapan yang diwajibkan memenuhi aturan yang berlaku dalam menawarkan penginapan, makanan, dan perlindungan atas barang bawaan para tamunya”.

Kabupaten Solok merupakan salah satu wilayah di Sumatera Barat yang memiliki udara yang sejuk dan alam yang indah. Kabupaten Solok kaya akan budaya, tradisi, kuliner, dan juga kaya akan panorama alam yang luar biasa indahnya. Selain itu, Solok juga mempunyai destinasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, topografinya juga bervariasi antara dataran dan berbukit. Untuk para wisatawan yang ingin mengunjungi semua destinasi wisata, dari hasil observasi di kabupaten

Solok sudah ada beberapa hotel dengan kategori hotel kelas melati dan penginapan.

Salah satunya yaitu Caredek Hotel berlokasi di jalan Dt. Perpatih Nan Sebatang, daerah ini biasa disebut dengan Air Mati. Lokasi Caredek Hotel sangat strategis, karena berlokasi dekat dengan pusat kota, taman kota dan dekat dengan pusat perbelanjaan kota Solok.

Berdasarkan hasil informasi dari manager hotel Irdam Adjis (23 September 2013), pemilik Caredek Hotel ini bernama Adjis Mi'in, disamping sebagai pemilik juga sekaligus sebagai komisaris perusahaan terhadap hotel yang dikelolanya. Keberadaan Caredek Hotel ini diresmikan pada tanggal 29 November 1986 oleh Sudharmono, S.H, waktu itu menjabat sebagai Ketua Umum DPP Golkar. Nama Caredek Hotel berasal dari nama beras yang terkenal di kota Solok yaitu beras Caredek, sampai sekarang hotel ini pada umumnya sudah dikenal oleh masyarakat kabupaten Solok.

Pada awalnya Caredek Hotel menyediakan dua puluh delapan ruang kamar yang terdiri atas sebelas ruang kamar utama (*VIP*), empat ruang kamar keluarga (*Family Room*), sembilan ruang kamar Super Ekonomi, dan empat ruang kamar Ekonomi. Kemudian pada tahun 2007 s/d 2012 Caredek Hotel ini melakukan pengembangan pembangunan menjadi tiga puluh sembilan ruang kamar yang dibagi menjadi lima tipe ruang kamar. Masing-masing terdiri atas *type Suite Room*, yaitu ruang kamar yang disediakan untuk keluarga dengan tarif Rp.575.000,-/malam,

type ruang kamar ini tersedia empat ruang kamar. *Type* yang kedua yaitu *Super Duluxe* dengan Rp.465.000,- tarif permalam, tersedia enam ruang kamar. Ketiga *type* VIP dengan tarif Rp.399.000,- permalam, tersedia lima belas ruang kamar. Ke empat *type* Standar dengan tarif Rp. 299.000,- permalam, dengan jumlah sepuluh ruang kamar. *Type* ruang kamar yang ke lima *type* Ekonomi dengan tarif Rp.210.000,- permalam, ruang kamar *type* ekonomi dengan jumlah empat ruang kamar. Selain itu Caredek Hotel juga menyediakan berbagai fasilitas lainnya seperti ruang tamu/*lobby*, ruang rapat/*meeting room*, mushola, dan parkir khusus roda dua dan roda empat.

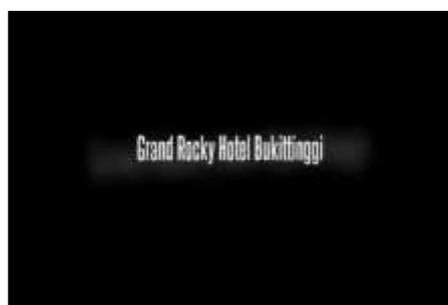
Masing-masing ruang kamar untuk tamu di lengkapi dengan berbagai fasilitas seperti AC, televisi *LCD*/layar plasma, satu set meja makan (*type Suite Room*), meja dan kursi santai, meja makan, lemari pakaian, meja rias, pemanas air, air mineral. Untuk kamar mandi, dilengkapi dengan *shower* dan air panas/*hot water*. Selain itu disediakan pelayanan untuk sarapan pagi/*breakfast*, layanan *laundry/dry cleaning*, *snack shop*, pelayanan kamar dan *Wi-Fi*.

Hasil informasi dengan manager Irdam Adjis (5 Juli 2013), bahwa Caredek Hotel sejak pertama kali didirikan belum pernah dipromosikan dalam bentuk media apapun karena kurangnya pengetahuan tentang manfaat dari media promosi. Disisi lain terdapat hotel-hotel dalam kelas melati lainnya yang ada di kota Solok yang menjadi daya saing bagi perusahaan Caredek Hotel seperti Taufina Hotel, Ullly Hotel dan Terang

Hotel. Walaupun hanya dari mulut ke mulut Caredek Hotel sudah dikenal oleh sebagian masyarakat Sumatera Barat, namun diharapkan bisa menjangkau sasaran yang lebih luas lagi misalnya di Sumatera.

Berdasarkan harapan pemilik hotel (Adjis Mi'in) ingin meningkatkan bisnis hotelnya dengan membuat sebuah media promosi. Untuk itu diperlukan media iklan melalui televisi. Kekuatan media iklan televisi memiliki daya jangkau luas, mampu menarik pusat perhatian audien. Iklan televisi mampu mencakup suatu wilayah tertentu, mampu memberikan sentuhan secara personal kepada target audien melalui audio visual dan mempromosikan produknya dalam waktu bersamaan dalam suatu wilayah bahkan keseluruhan wilayah yang lebih luas. Dalam perancangan promosi Caredek Hotel ini juga didukung dengan media pendukung seperti Poster, *X-banner*, *Cover CD*, *Label CD*, *Handbook*, Kartu Nama, *Mug*, Kalender, Handuk, Kemeja. Dengan demikian dapat merumuskan masalah sebagai berikut: **Bagaimana Mempromosikan Caredek Hotel di Kota Solok Melalui Iklan Televisi.**

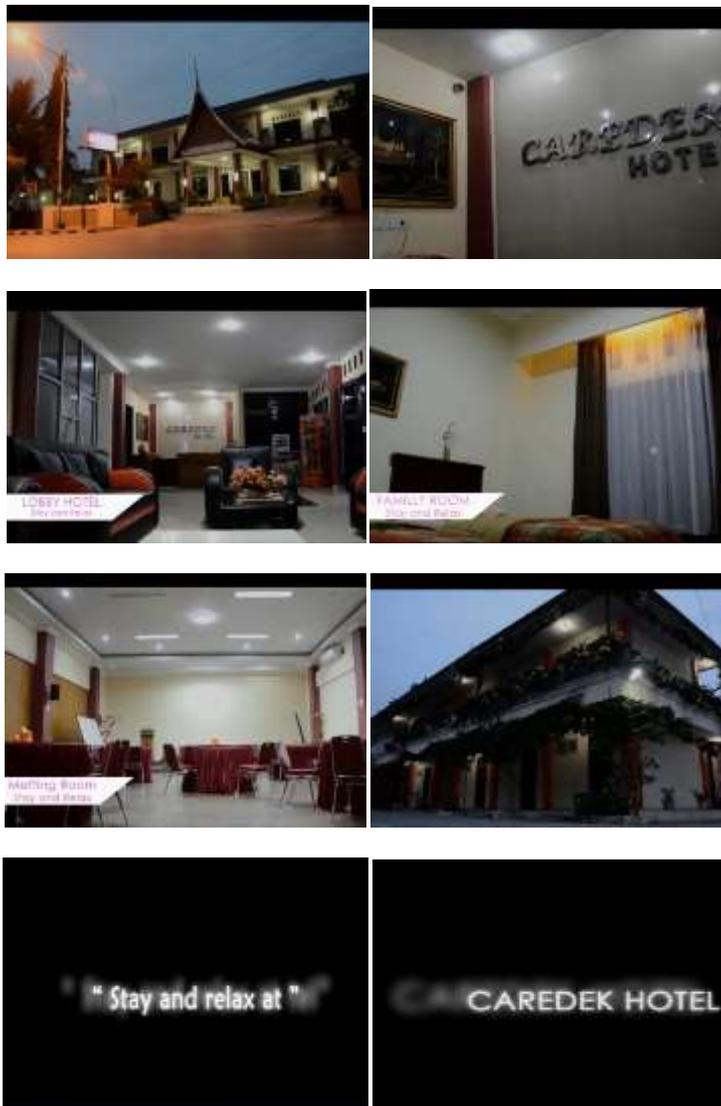
Karya Relevan





Gambar 1
Tampilan iklan televisi Grand Rocky Hotel Bukittinggi
Download Internet
2014

Media Utama Video Iklan Televisi



Gambar 2
Tampilan iklan Caredek Hotel di Kota Solok
Dwi Oktaviani
2015

B. Iklan Televisi

Bungin (2008:111) mengatakan "Iklan televisi adalah salah satu dari iklan lini atas (*above-the-line*). Umumnya iklan televisi terdiri atas iklan *sponsorship*, iklan layanan masyarakat, iklan spot, *promo Ad*, dan iklan politik".

Iklan televisi biasanya menggunakan durasi yang singkat, setiap gambar dan suara biasanya berisikan ajakan dan persuasi. Iklan televisi mampu mendorong satu *trend* berbahasa, pesan yang disampaikan mudah diingat, karena bentuk pesan yang disampaikan singkat dan jelas.

Berdasarkan bentuknya, menurut Karyadi (29-32) iklan televisi dikelompokkan menjadi:

- a. *Live action*, klip iklan yang melibatkan unsur gambar, suara dan gerak secara bersama. Gambar yang diperlihatkan beragam, meliputi cuplikan kehidupan, tempat-tempat dan segala yang berkaitan dengan *live action*.
- b. *Animation*, merupakan iklan yang dibangun berdasarkan gambar animasi, baik dua dimensi maupun tiga dimensi. Animasi merupakan Suatu kumpulan pergerakan yang dilakukan secara berurutan dari suatu rangkaian *frame-frame*. Animasi pada multimedia biasanya terdiri dari gambar atau *image*.
- c. *stop action*, biasanya merupakan paduan antara teknik *live action*, gambar kehidupan sehari-hari, dengan teknik animasi untuk memberi efek dramatik iklan, sehingga ilustrasi yang rumit tergambarkan dengan baik dan menarik.
- d. *Still*, iklan televisi yang disampaikan dengan tidak menampilkan unsur gambar gerak, melainkan gambar diam (beku).
- e. *Music*, iklan televisi yang disampaikan melalui musik sebagai media penyampaian pesan.
- f. *Superimposed*, bentuk iklan televisi dalam bentuk gambar iklan yang dimunculkan dalam gambar lain pada sebuah program televisi.

C. Metode Analisis Data

Setelah mendapatkan data-data mengenai Caredek Hotel, selanjutnya dilakukan analisis berdasarkan dari masukan data-data tersebut. Pada perancangan promosi Caredek Hotel ini ada metode analisis data atau metode pemecahan masalah yang dipakai adalah metode analisis SWOT. Kegunaan analisis SWOT adalah untuk memaksimalkan segala kelebihan, meminimalkan kekurangan, dan mencari peluang dalam menutupi segala kekurangan. Analisis ini terbagi atas empat komponen dasar yaitu:

a. *Strength* (Kekuatan)

Berdasarkan dari data yang diperoleh mengenai Caredek Hotel, kekuatan dari hotel tersebut adalah lokasi hotelnya strategis, luas, fasilitas lengkap. Strategis dalam arti hotel ini berlokasi dekat dengan Pusat kota, taman kota dan pusat perbelanjaan serta hotel ini dekat dengan pemandangan alam seperti sawah, lembah-lembah dan gunung.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Beberapa kelemahan yang ada pada Caredek hotel antara lain:

- 1) Nama Caredek Hotel belum banyak diketahui keberadaannya oleh target *audience*.
- 2) Perlu promosi media iklan televisi untuk memperkuat pesan promosi agar lebih berdampak pada target *audience*.
- 3) Kelemahan dari hotel ini adalah dari segi *room rate* (tarif kamar), biayanya tidak sebanding dengan hotelnya karena hotel ini masih

kelas melati, jadi masih ada hotel kelas melati lainnya yang lebih murah sehingga akan menjadi ancaman bagi Caredek hotel ini.

c. Opportunity (Peluang)

Yang menjadi peluang dari perusahaan Caredek Hotel ini adalah:

- 1) Iklan televisi merupakan media promosi yang baru dan belum begitu banyak digunakan pada masyarakat Solok.
- 2) Dengan adanya iklan televisi, masyarakat lebih mengetahui keberadaan serta fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh Caredek Hotel ini secara jelas.
- 3) Caredek Hotel selain dari pelayanan karyawannya yang ramah, hotel ini seperti terasa berada di rumah sendiri dengan disediakan ruang kamar khusus keluarga, dan hotel ini juga menyediakan fasilitas ruang rapat bagi para tamu yang sedang melakukan perjalanan bisnis keluar kota.

d. Threat (Ancaman)

Tantangan yang dimiliki perusahaan Caredek Hotel yaitu:

- 1) Caredek Hotel harus dapat mempertahankan berbagai keunggulan-keunggulan yang nantinya dapat menarik perhatian pengunjung.
- 2) Begitu banyak hotel-hotel dalam kelas melati lainnya yang ada di kota Solok yang menjadi daya saing dan ancaman bagi perusahaan Caredek Hotel ini.

Metode analisis SWOT menjelaskan tentang beberapa penjelasan didalam suatu tersebut seperti: kekuatan atau keunggulan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada perusahaan tersebut.

D. Pembahasan

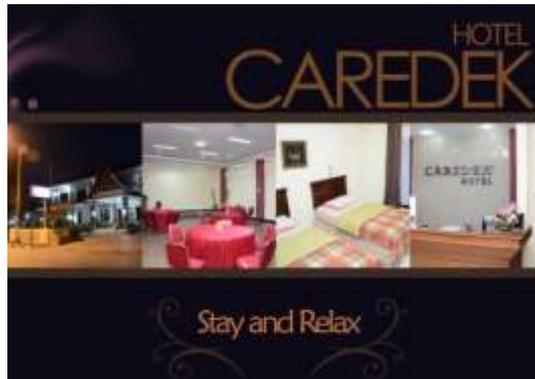
1. Media Utama

Iklan Televisi

Media utama yang digunakan untuk mempromosikan Caredek Hotel adalah media iklan televisi. Iklan televisi merupakan salah satu iklan lini atas (*above-the-line*), sesuai karakteristiknya iklan televisi memiliki unsur suara, gambar, dan gerak sehingga pesan yang disampaikan dapat menarik perhatian target *audience* karena setiap gambar dan suara biasanya berisikan ajakan dan persuasi. Iklan televisi mampu mendorong satu *trend* berbahasa, pesan yang disampaikan mudah diingat, karena bentuk pesan yang disampaikan singkat dan jelas.

2. Media Pendukung

- a. Poster**, merupakan media cetak dari hasil karya desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf yang diaplikasikan di atas kertas berukuran besar. Publikasinya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin.



Gambar 3

- b. *X-banner*, merupakan media promosi yang berbentuk persegi panjang yang di desain dengan menonjolkan keunggulan dari perusahaan, sebagai media pendukung yang bertujuan menginformasikan perusahaan Caredek Hotel kepada masyarakat luas.



Gambar 4

- c. **Cover CD**, merupakan media untuk pelindung CD yang berupa kotak, sehingga diberi cover agar mudah mencari CD.



Gambar 5

- d. **Label CD**, merupakan desain yang ada di depan ring CD.



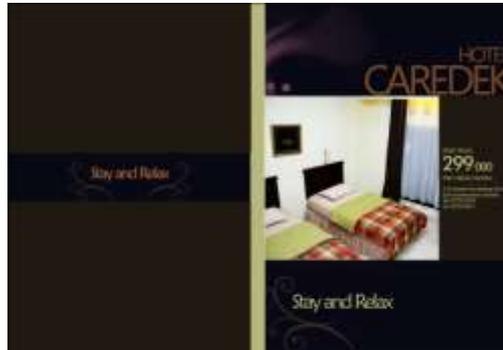
Gambar 6

- e. **Kartu nama**, adalah sebuah media promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan di dalam kartu nama tersebut terdapat alamat, No telp, E-mail dan lain sebagainya.



Gambar 7

- f. **Handbook**, adalah buku kecil yang akan digunakan untuk mencatat hal hal penting.



Gambar 8

- g. **Kalender**, berguna untuk petunjuk tanggal dan hari, dengan desain yang komunikatif sehingga mudah dipahami oleh masyarakat.



Gambar 9

- h. **Handuk**, adalah salah satu alternatif yang jarang digunakan pada media promosi, tetapi efektif sebagai salah satu media yang digunakan pada promosi sebuah perusahaan di bidang jasa terutama hotel sebagai alat yang digunakan untuk mengeringkan badan setelah mandi.



Gambar 10

- i. **Kemeja**, merupakan media promosi yang efektif karena saat kemeja tersebut dikenakan, target audien dapat dengan mudah membacanya.



Gambar 11

E. Simpulan dan saran

a. Simpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan promosi Caredek Hotel di kota Solok melalui media iklan televisi, maka perancang menyimpulkan :

Di harapkan dapat membantu Caredek Hotel agar target *audience* dapat menjadikan Caredek Hotel sebagai tujuan utama saat membutuhkan penginapan dan menciptakan kenyamanan dibenak target *audience* terhadap Caredek Hotel. Dengan adanya iklan televisi diharapkan target *audience* dapat menjadi lebih tertarik untuk menginap ke Caredek Hotel.

Dalam penyelesaian perancangan promosi Caredek Hotel di kota Solok, selain menggunakan media utama dalam bentuk iklan televisi, juga menggunakan media pendukung seperti Poster, *X-Banner*, *Cover CD*, *Label CD*, Kartu nama, *Mug*, *Handbook* (buku kecil), Kalender, Handuk dan Kemeja. Dengan adanya media pendukung ini diharapkan dapat memberikan informasi dan membuat target *audience* lebih tertarik terhadap Caredek Hotel.

b. Saran

Berdasarkan hasil perancangan promosi Caredek Hotel di kota Solok melalui iklan televisi ini terdapat beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Kepada pihak Caredek Hotel untuk dapat lebih memperhatikan promosi melalui media-media, karena dengan promosi

menggunakan media akan lebih tersampaikan apa yang ingin dipromosikan dan dapat inovasi baru dalam dunia berbisnis.

- 2) Diharapkan dalam perancangan media promosi pada sebuah perusahaan dapat menampilkan perancangan yang lebih kreatif dan efisien serta diaplikasikan sesuai teori-teori yang ada.

Daftar Rujukan

Bungin, Burhan. 2008. *Kontruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
Darminto, Prastowo Dwi & Suryo, Aji. 1997. *Analisis Laporan Keuangan Hotel*.
Yogyakarta: Andi.

Karyadi, Yatno. *Pengantar Periklanan*. STSi Padang Panjang: Jurusan Televisi

<http://archmaxter.blogspot.com/2013/11/pembagian-kelas-hotel-berdasarkan-sk-menteri-perhubungan.html>

<https://www.youtube.com/watch?v=GENIOcP0BnE>

.