

**PERANCANGAN PROMOSI HOTEL GARUDA PADANG MELALUI
MEDIA *WEBSITE***

JURNAL



Oleh :

**BOY HARDI KUMARA
53194/2010**

**PRODI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2017**

PERSETUJUAN JURNAL
PERANCANGAN PROMOSI HOTEL GARUDA PADANG MELALUI
MEDIA *WEBSITE*

Boy Hardi Kumara

Artikel ini disusun berdasarkan laporan karya akhir “Perancangan Promosi Hotel Garuda Padang Melalui Media *Website*” untuk persyaratan wisuda periode September 2017 yang telah diperiksa dan disetujui oleh kedua Dosen Pembimbing.

Padang, Agustus 2017

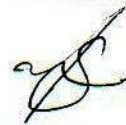
Disetujui dan Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Drs. Ariusmedi, M.Sn.
NIP: 19620602.198903.1.003



Yofita Sandra, S.Pd., M.Pd
NIP: 19790712.200501.2.004

PERANCANGAN PROMOSI HOTEL GARUDA PADANG MELALUI MEDIA WEBSITE

Boy Hardi Kumara¹, Ariusmedi², Yofita Sandra³
Prodi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa,
Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang
Email: grahamandiri165@gmail.com

Abstrak

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, dengan demikian dari berbagai macam jenis hotel yang ada di kota Padang ini tentu mereka mempunyai kelebihan dan daya tarik masing-masing baik dari segi desain, fasilitas maupun dari segi pelayanan, agar para *audience* ingin menggunakan jasa yang mereka tawarkan, dimana tujuan dari hotel tersebut adalah untuk memperoleh keuntungan dan kenyamanan. Tujuan untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi para *audience*. Perusahaan Hotel Garuda berupaya untuk mempromosikan jasa yang diharapkan dapat menjangkau sasaran yang lebih luas, untuk itu diperlukan sebuah 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. Hasil yang ingin dicapai yaitu merancang *web design* Hotel Garuda di kota Padang yang mudah dimengerti dan dipahami oleh target audiens sehingga pesan dapat tersampaikan kepada target audiens.

Kata kunci : Perancangan, Desain Web, Promosi, Hotel Garuda

¹ Mahasiswa Penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual

² Pembimbing I, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

³ Pembimbing II, Dosen FBS Universitas Negeri Padang

Abstract

In the modern world of this hotel we have encountered many in particular in the city of Padang, the number of hotels is because most people travel far from their homes either for business or just go on holiday with family and friends, thus from various types of hotels in Padang city of course they have advantages and attractiveness of each in terms of design, facilities and in terms of service, so that the audience want to use the services they offer, where the purpose of the hotel is to gain profit and convenience. The purpose to provide satisfaction and comfort for the audience. The Garuda Hotel Company seeks to promote services that are expected to reach a broader target, for it needs a media campaign, which is a media used by companies to inform the public about the services offered so that the promotional media can be used in accordance with expectations. The results to be achieved is designing Garuda Hotel web design in Padang city that is easy to understand and understood by the target audience so that the message can be delivered to the target audience.

Keywords : Designing, Web Design, Promotion, Hotel Garuda.

A. Pendahuluan

Hotel sudah banyak ditemui 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, dengan demikian dari berbagai macam jenis hotel yang ada di kota Padang ini tentu mempunyai kelebihan dan daya tarik masing-masing baik dari segi desain, fasilitas maupun dari segi pelayanan, agar para audience ingin menggunakan jasa yang mereka tawarkan, dimana tujuan dari hotel tersebut adalah untuk memperoleh keuntungan dan kenyamanan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Pengawas tgl 10 April 2014 Hotel Garuda Padang ibu Yulianti Marshal, nama Hotel Garuda tersebut diambil dari transportasi udara yang sering di naiki oleh seorang pimpinan Hotel Garuda yakni Pesawat Garuda. Hotel Garuda berdiri pada tahun 1976. Saat ini Hotel Garuda dipimpin oleh Bapak. H. Novirwan Yunus, SE, MM, beliau mengatakan Hotel Garuda memiliki lokasi yang sangat strategis di pusat kota Jl. Permindo No 4 Rt 01, Rw.02 Kel kampung Jao Kec. Padang Barat kota Padang. Kamar tamu dilengkapi dengan AC, televisi, shower (Panas / Dingin), coffee shop, layanan laundry, pemesanan tiket domestik, restoran, dan FreeWi-Fi.

Kurangnya promosi tentang Hotel Garuda baik itu tentang lokasi, sejarah dan letak hotel. Membuat Hotel Garuda kurang bersaing dengan hotel-hotel baru yang ada disekitarnya. Selama ini promosi yang dilakukan oleh Hotel Garuda hanya lewat media cetak seperti brosur dan spanduk.

Hotel Garuda memberi keuntungan kepada pengunjungnya dengan lokasinya yang strategis dekat dengan pusat perbelanjaan Pasar Raya, dan suasananya yang sejuk dan sangat menyenangkan, bangunan hotel yang berbentuk minimalis dan modern. Hotel Garuda selalu memberikan pelayanan yang terbaik dengan tujuan utama adalah kepuasan dan kenyamanan para tamu.

Hotel Garuda memberikan pelayanan akomodasi antar jemput yang menggunakan mobil Suzuki APV untuk penginapan bagi para tamu yang berpergian jauh yang datang dari daerah atau kota, baik itu berpergian untuk masalah pekerjaan, maupun berpergian untuk jalan-jalan bersama keluarga dan teman-teman, untuk melakukan refreasing dan hiburan.

Berdasarkan penjelasan di atas, sebagai perusahaan yang memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi para audience. Perusahaan Hotel Garuda berupaya untuk mempromosikan jasa yang diharapkan dapat menjangkau sasaran yang lebih luas, untuk itu diperlukan media promosi melalui Web Design. yaitu suatu media yang digunakan oleh perusahaan untuk memberitahukan kepada masyarakat mengenai jasa yang ditawarkan sehingga media promosi tersebut dapat digunakan sesuai dengan harapan.

Saat ini Hotel Garuda tidak memfokuskan promosi melalui web, karena di tengah persaingan bisnis di sekitar Hotel Garuda terdapat beberapa Hotel seperti Hotel Jakarta, Pelita, dan Rocky sebagai kompetitor yang telah melakukan promosi melalui internet sehingga Hotel Garuda tertinggal dari Hotel-Hotel yang ada disekitarnya. Maka diperlukan adanya media promosi

khusus berbasis web agar lebih mempopulerkan Hotel Garuda dengan menampilkan informasi yang lebih jelas dan detail. Sesuai perkembangan teknologi komunikasi, promosi dengan media website sangat berpengaruh pada sebuah usaha.

Promosikan Hotel Garuda dipilih media Web Design yang nanti akan berisikan tentang keberadaan Hotel Garuda dan gambaran tentang ruangan dan kamar hotel tersebut. Maka dengan adanya Web Design konsumen yang akan datang ke Hotel Garuda dapat mengakses informasi yang jelas dan mudah tentang Hotel Garuda dengan demikian, judul dari laporan karya akhir ini adalah “**Perancangan Promosi Hotel Garuda dalam Media Web Design**”.

B. Metode Perancangan

1. Analisis Pengumpulan Data

Menurut Al-Bahra Bin Ladjamudin (2005:39), menyebutkan bahwa: ”Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesign sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik.” Berdasarkan definisi di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa perancangan merupakan suatu pola yang dibuat untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh Hotel Garuda.

Al-Bahra Bin Ladjamudin 2005 *Analisis & Desain Sistem Informasi*,
Yogyakarta : Graha Ilmu.

2. Metoda Analisis Data

Perancangan *web design* sebagai media promosi utama Hotel Garuda, kemudian melalui media pendukung lainnya, maka analisis data yang diperlukan melalui 5W+1H. Metode ini diperlukan untuk memperkuat dan menyempurnakan rancangan.

Menurut Yin (2013:14) “penggunaan metode 5W+1H adalah untuk menentukan jawaban yang telah diketahui mengenai suatu topik, agar peneliti dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan yang lebih tajam dan bermakna”. Analisa 5W+1H adalah sebuah analisa yang dikembangkan dari 3W (*What? Why?What of it?*) yang dicetuskan oleh Wilkinson pada tahun 1880-an. Kemudian dari 3W ini dikembangkan dan diabadikan menjadi 5W+1H oleh Kliping dalam bukunya “*Just So Stories*” tahun 1902.

([http://en.wikipedia.org/wiki/Five_W%27s\(online\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Five_W%27s(online)), 08Juli2014).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka metode yang dipakai dalam

“ Perancangan Promosi *Hotel Garuda* Dalam Media *Web Design* “

adalah metode analisis data 5W+1H (*What, Where, When, Who, Why, How*). Yaitu rancangan apa yang dibuat (*What*), kemana ditunjukkan (*Where*), kapan dapat dilihat (*When*), siapa target *audience* (*Who*), mengapa *web design* sebagai media utama (*Why*), dan bagaimana perancangannya (*How*).

1) *What?* (rancangan apa yang dibuat)

Media informasi Hotel Garuda kepada konsumen.

2) *Where?* (kemana ditunjukkan)

Perancangan promosi berupa *web design* mencakup seluruh dunia karena dapat dengan mudah diakses tanpa batas waktu baik pria maupun wanita.

3) *When?* (kapan dapat dilihat)

Web design Hotel Garuda dapat dilihat dan diakses kapan saja tanpa batas waktu untuk informasi hotel.

4) *Who?* (siapa target *audience*)

Target perancangan *web design* Hotel Garuda ini adalah kalangan umum dari berbagai daerah (dalam dan luar negeri) baik pria ataupun wanita yang bisa mengakses internet, khususnya para wisatawan.

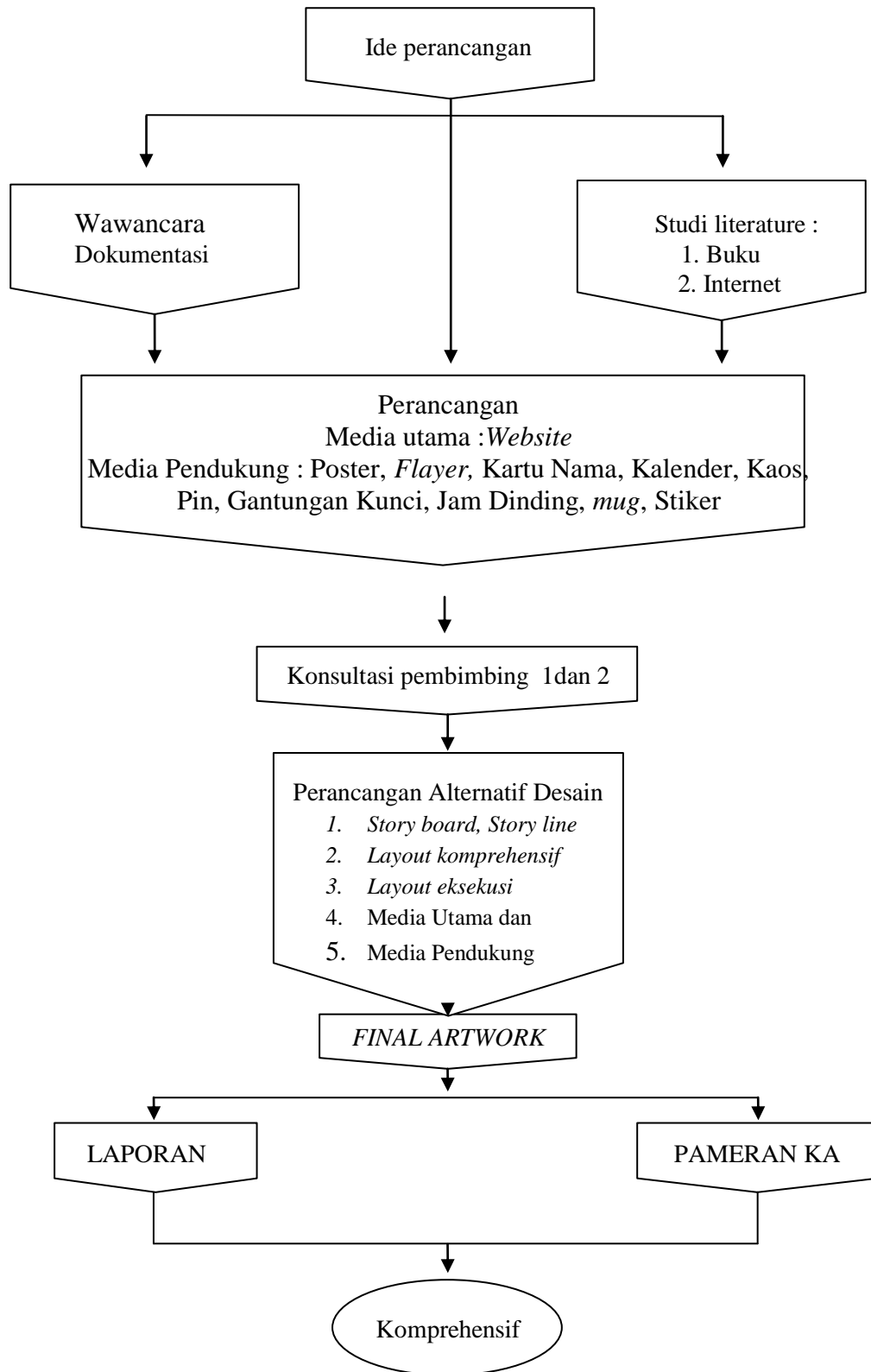
5) *Why?* (mengapa *web design* sebagai media utama)

Perancangan *web design* bertujuan untuk meningkatkan promosi perhotelan di Indonesia yang diproduksi oleh Hotel Garuda. Karena semakin canggihnya transformasi sistem informasi, *website* memiliki informasi yang lebih rinci, lengkap dan tampilan lebih menarik.

6) *How?* (bagaimana perancangannya)

Web design dirancang semenarik mungkin sesuai dengan konsep desain komunikasi visual agar menarik minat para konsumen sehingga dapat mencapai tujuan yaitu meningkatnya penginapan sendiri di tengah ketatnya persaingan bisnis dengan pesaing. Desain web ini akan memasukkan gambaran tentang kelebihan yang ada pada Hotel Garuda.

C. Kerangka Konseptual



D. Pembahasan

1. Media Utama

Media utama yang digunakan dalam promosi Hotel Garuda adalah desain *website*. *Website* merupakan salah satu alat komunikasi *online* menggunakan internet yang bersifat statis dan dinamis dihubungkan dengan *hyperlink*. “*Website* merupakan suatu layanan didalam jaringan internet yang berupa ruang informasi. Dengan adanya *Web*, *user* dapat memperoleh atau menemukan informasi yang diinginkan dengan cara mengikuti *link (hyperlink)* yang disediakan didalam dokumen yang ditampilkan oleh aplikasi *webbrowser*”(Raharjo, 2011:2).

Keunggulan *website* yang utama adalah murah, cepat diperbaharui, dan memberi kebebasan kepada *audience* untuk memperbanyak dan mencetaknya sendiri, didukung dengan kajian Budijanto, (2006:3). Dalam promosi Hotel Garuda ini berisikan informasi dan keterangan mengenai Hotel Garuda, galeri foto-foto Hotel Garuda, pelayanan yang ditawarkan Hotel Garuda, jenis-jenis ruangan yang ditawarkan Hotel Garuda alamat serta *contact* Hotel Garuda itu sendiri.

Ukuran	: 1280x720
Warna	: Biru, kuning, putih, hitam, coklat
Frekuensi	: Selama 6 bulan
Biaya pembuatan	: Rp 1.000.000
Registasi <i>Domain</i>	: Rp 150.000
<i>Server Hosting</i>	: Rp 150.000
Total	: Rp 1.300.000

2. Media Pendukung

a. *Poster*

Poster merupakan pengumuman atau iklan yang berbentuk gambar atau tulisan yang ditempelkan di dinding, tembok atau tempat-tempat umum yang strategis agar mudah diketahui banyak orang.

Ukuran	: A2 (42 x 59.4 cm)
Warna	: <i>Full Colour</i>
Bahan	: Kertas Art Carton
Jumlah	: 1 buah
Teknis Media	: <i>Print out digital</i>
Harga	: Rp 160.000

b. *Flyer*

Flyer merupakan selembar kertas berukuran kecil yang bertujuan untuk mempromosikan sesuatu. Hal yang dipromosikanpun beraneka ragam, mulai dari prodak dan jasa hingga even.

Ukuran	: A5
Warna	: <i>Full colour</i>
Bahan	: <i>Art Paper</i>
Jumlah	: 10 buah
Harga	: Rp 50.000

c. **Kartu Nama**

Kartu nama merupakan sebuah kartu yang menyampaikan informasi tentang sebuah perusahaan atau pun individu yang disampaikan sebagai pengingat dalam sebuah perkenalan formal. Pada umumnya kartu nama berisi tentang nama perusahaan (termasuk logo perusahaan) dan alamat pos, nomor telepon, nomor fax, dan *email*.

Ukuran	: 5,5 x 9 cm
Warna	: <i>Full colour</i>
Bahan	: <i>Art carton</i>
Jumlah	: 100 eksemplar
Harga	: Rp 100.000

d. Kalender

Suatu kalender adalah sebuah sistem untuk memberi nama pada sebuah periode waktu. Nama-nama ini dikenal sebagai tanggal kalender.

Ukuran	: A2
Warna	: <i>Full Colour</i>
Bahan	: Kertas Art Carton
Jumlah	: 1 (bingkai)
Teknis Media	: <i>Print out digital</i>
Harga	: Rp 160.000

e. Kaos

Kaos merupakan pakaian sederhana dan ringan untuk tubuh bagian atas, biasanya berupa lengan pendek karena bentuknya.

Ukuran	: M
Material	: <i>Cotton</i>
Warna	: <i>Full colour</i>
Teknis Media	: <i>Print out digital</i>
Jumlah	: 2 buah
Harga	: Rp 160.000

f. Pin

Pin merupakan salah satu aksesoris yang biasa digunakan untuk promosi. Karena pin ini mempunyai bentuk yang simple dan tampilannya sangat menarik.

Ukuran	: 5 cm
Material	: <i>Dove</i>
Warna	: <i>Full colour</i>
Teknis Media	: <i>Print out digital</i>
Jumlah	: 5 buah
Harga	: Rp 50.000

g. Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan sebuah alat yang digunakan untuk menggantungkan atau menyangkutkan kunci.

Ukuran	: 5 cm
Warna	: <i>Full colour</i>
Material	: <i>Dove</i>
Warna	: <i>Full colour</i>
Teknis Media	: <i>Print out digital</i>
Jumlah	: 5 buah
Harga	: Rp 50.000

h. Jam dinding

Jam dinding merupakan jam yang difungsikan secara letak, atau biasanya dipajang didinding.

Ukuran	: 20x20
Warna	: <i>Full colour</i>
Bahan	: <i>Sticker Ritrama</i>
Jumlah	: 1 buah
Harga	: Rp 50.000

i. Mug

Mug merupakan tipe alat minum sejenis cangkir yang umumnya digunakan untuk meminum minuman panas atau dingin.

Ukuran	: 20 x 8 cm
Material	: Tinta <i>sublim</i> dan kertas <i>sublim</i>
Warna	: <i>Full colour</i>
Teknis Media	: <i>Sablon digital mug</i>
Jumlah	: 3 buah
Harga	: Rp 150.000

j. Stiker

Stiker merupakan media promosi yang aplikasinya ditempelkan pada prodak sebagai identitas sebuah merek agar mudah dikenali oleh target market dan membedakan dengan pesaing.

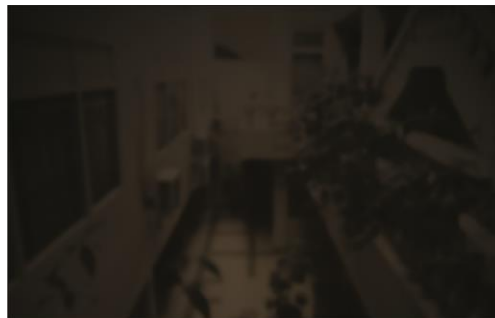
Ukuran	: 5x10 cm
Warna	: <i>Full Colour</i>
Bahan	: Stiker <i>Ritrama ecosolvent</i>
Teknis media	: <i>print out digital</i>
Harga	: Rp 25.000

3. Ide Kreatif

Konsep yang digunakan dalam perancangan *web design* Hotel Garuda adalah desain minimalis. Desain web yang minimalis hanya menggunakan komponen-komponen penting, dan tidak menggunakan banyak warna. Mengacu pada desain *interior* Hotel Garuda yang menampilkan kesan sederhana.



Gambar 9
Hotel Garuda Padang
foto oleh Boy Hardi Kumara (2014)



Gambar 10
Background Website
Hotel Garuda



Gambar 11
Logo dan Icon Visual
Hotel Garuda

Perancangan *Web Design* Hotel Garuda penulis menerapkan *layout* yang sederhana dengan menggunakan gambar dan *font* yang mendukung. Ilustrasi yang digunakan diambil dari desain *interior* Hotel Garuda.

Font yang digunakan pada media media yang dipakai yaitu *Pegasus* dan *Verdana*. Selain sebagai media dalam menyampaikan informasi, *font* juga berperan untuk memberi rasa dan mengesankan gaya tertentu dalam sebuah desain. *Pegasus* pada keterangan dan petunjuk (*home, about, gallery, location, contact*) yang memberikan kesan minimalis dan tegas. *Font Verdana* pada informasi dan keterangan memberikan sentuhan sederhana, klasik, kesan menarik dan sesuai.

Pegasus

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ




Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890




Desain promosi Hotel Garuda ini tidak menggunakan banyak warna. Warna dominan yang digunakan adalah putih yang menggambarkan kesederhanaan dan elegan mengacu pada desain bangunan Hotel Garuda yang minimalis dan terkesan simple . Warna-warna yang digunakan dalam promosi Hotel Garuda ini mampu memberikan kesan elegan namun sederhana karena tidak banyak perpaduan warna lain yang dipakai pada desain promosinya. Pemilihan warna biru dan merah pada desain logo Hotel Garuda memberikan kesan kesejukan namun kuat. Serta pemilihan font dan toolbar pada web yang didominasi warna kuning dan biru memberikan kesan ceria, sejuk, luas dan santai pada desain web yang di rancang untuk promosi Hotel Garuda ini.

Warna RGB

Tabel 3 Teknik warna RGB desain *web* Hotel Garuda

Warna	R (Red)	G (Green)	B (Blue)
	15	36	83
	225	225	225
	225	206	20

Warna *CMYK*Tabel 4. Teknik Warna *CMYK* desain *web* Hotel Garuda

warna	C (Cyan)	M (Magenta)	Y (Yellow)	K (Key/Black)
	100	97	61	42
	0	0	0	0
	0	22	93	0

4. Paduan Bentuk Kreatif

Pada perancangan *web design* Hotel Garuda bahasa yang digunakan beragam. Ada bahasa Indonesia dan ada juga bahasa Inggris, bahasa Indonesia digunakan pada informasi utama dan bahasa Inggris pada *tagline* dengan gaya bahasa sedikit formal namun mudah dipahami. Sedangkan bahasa visual yang digunakan yaitu minimalis. Minimalis menggambarkan desain *interior* Hotel Garuda yang simple tidak banyak ornament dan tertata rapi.

5. Layout

Layout atau tata letak mempengaruhi keindahan desain. Pada suatu halaman web layout merupakan tampilan gambar dan teks yang tersusun sehingga enak dibaca dan menarik perhatian. Pengerjaan layout ada beberapa langkah, yaitu layout kasar, layout eksekusi, hingga layout komprehensif.

E. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Dari hasil perancangan *web design* Hotel Garuda di Kota Padang Sumatera Barat ini, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut: Dalam perancangan promosi Hotel Garuda melalui media *web* ini diharapkan akan dapat membantu promosi Hotel Garuda lebih luas lagi, menjangkau para konsumen atau *target audience* yang tadinya belum mengenal Hotel Garuda bisa mengetahui dan mengunjungi, sehingga nantinya akan menjadi konsumen tetap (pelanggan) di Hotel Garuda. Konsumen atau *target audience* dapat mengetahui info lebih banyak tentang Hotel Garuda melalui media website. Promosi ini juga didukung oleh media-media pendukung seperti, *Flayer*, stiker, kaos, mug, jam dinding, pin, gantungan kunci, poster, kartu nama dan kalender. Dengan media-media promosi ini diharapkan agar Hotel Garuda dapat kembali membangun *image* sebagai Hotel yang khusus menyediakan Pelayanan terbaik yang di dukung oleh media yang terbaik.

2. Saran

Berdasarkan hasil perancangan *web design* Hotel Garuda disarankan agar pihak Hotel Garuda untuk dapat lebih memperhatikan promosi melalui media-media, karena dengan promosi menggunakan media akan lebih tersampaikan apa yang ingin dipromosikan dan para konsumen atau *target audience* untuk mengunjungi Hotel Garuda yang minimalis dan keberadaannya sangat strategis ini.

DAFTAR RUJUKAN

Al-Bahra Bin Ladjamudin 2005 *Analisis & Desain Sistem Informasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Budijanto, Andreas Agus. 2006. *Desain Grafis dengan Adobe InDesign CS dan CS2*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Raharjo, Budi. 2011. *Belajar Pemrograman Web*. Jakarta: CV Andi Offset.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Five_W%27s\(online\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Five_W%27s(online)). Diakses pada 08 Juli 2014

<http://jayaweb.com/artikel/desain-web/108-beberapa-keunggulan-website.html>. Diakses pada 25 Agustus 2014.

<http://musliadipnl.wordpress.com/2012/04/25/pengertian-promosi/>. Diakses pada 22 Mei 2014.

(<http://blogbintang.com/pengertian-dan-sejarah-hotel>) diakses 12 April 2014)

www.edupaint.com. diakses pada tanggal 18 Oktober 2014.

[<http://deeyaan.blogspot.com/>]