Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI HOTEL OLIVE

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)

Nama	: Michelle Yulia Gunawan
NIM	: 10120210261
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2014

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Michelle Yulia Gunawan
NIM	:	10120210261
Program Sudi	:	Desain Komunikasi Visual
Fakultas	:	Seni & Desain
Judul Tugas Akhir/Skripsi	:	

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI HOTEL OLIVE

Dengan ini saya menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Juli 2014

Michelle Yulia Gunawan

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan Media Promosi Hotel Olive

Oleh

Nama	: Michelle Yulia Gunawan
NIM	: 10120210261
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Seni & Desain

Tangerang, 17 Juli 2014

Pembimbing

Harifa Ali Albar Siregar, S.Sos.,

Penguji

Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang

Joni Nur Budi Kawulur, S.sn., M.Ds.

Ketua Program Studi

Desi Dwi K., S.Ds.,M.Ds.

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena hanya karena oleh kasih karunianya saja penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Saat ini usaha perhotelan sangat menarik untuk ditekuni dan merupakan peluang usaha yang menguntungkan dan menarik. Pebisnis dan pekerja asing yang mempunyai jam istirahat yang sangat terbatas menuntut sebuah suasana kenyamanan dengan sentuhan kemewahan dari sebuah hotel yang digunakannya.

Hotel Olive yang dapat menjawab kebutuhan targetnya membutuhkan promosi yang dapat menciptakan kesadaran kepada targetnya. Maka dari itu, penulis memilih untuk membuat media promosi hotel Olive. Tujuannya adalah agar hotel Olive dapat dikenal di masyarakat karena hotel ini berkompeten. Kemudian, agar pebisnis dan pekerja asing yang sering melakukan perjalanan bisnis ke Tangerang dapat menikmati kenyamanan dan kemewahan yang ditawarkan hotel Olive. Tujuan berikutnya adalah sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni di Universitas Multimedia Nusantara.

Laporan tugas akhir yang berjudul *Perancangan Media Promosi Hotel Olive* ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak.

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Harifa Ali Albar Siregar, S.Sos. selaku pembimbing yang sudah meluangkan waktunya dan dengan sabar telah membimbing penulis selama ini.
2. Desi Dwi Kristanto., S.Ds.,M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
3. Denny Prijanto selaku pemilik hotel Olive dan Seri Rahayu selaku asisten pemilik hotel Olive yang telah memberikan kesempatan, informasi dan waktu bagi penulis.
4. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds. dan Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds. selaku penguji pra sidang yang telah memberikan banyak masukan.
5. Keluarga penulis atas dukungan dan motivasinya selama ini.
6. Teman-teman terdekat dan seperjuangan penulis atas segala bantuan dan motivasinya, Timothius Arkady, Jessica Setiawan, Angelia Putri Wijaya, Olivia Fransiska, Ariani Pondaag, Yusrika Oktaviani, Miriam Tabitha, Yovita Theresia, Kartini Katherina, Evangeline Naftalia, Ruben Kristianto, Reynaldus Dannish, Nathan Putra, Davin Pradipta, Chyntia Pramitha, Bright Kilapong, Eunike Reviane, Angel, Stefanie Sirapanji, Amanda Sutiono, Kevin Lagona, Irene, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

7. Semua pihak yang telah terlibat dan tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Kiranya laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Tangerang, 17 Juli 2014

Michelle Yulia Gunawan

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

ABSTRAKSI

Laporan tugas akhir ini berisi tentang proses perancangan media promosi yang tepat untuk hotel Olive. Hotel ini berlokasi di Jl. Imam Bonjol 777, Karawaci, Tangerang. Lokasi dari hotel ini dekat dengan kawasan perkantoran dan industri.

Media promosi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah perusahaan atau usaha apalagi untuk sebuah usaha yang baru dibangun. Begitu juga dengan hotel Olive yang juga membutuhkan media promosi dikarenakan usia hotel yang tergolong baru. Akan tetapi butuh strategi khusus dalam pemilihan media yang akan digunakan agar media promosi yang dibuat menarik dan tepat pada sasaran.

Kenyamanan dan sentuhan kemewahan adalah kunci dalam perancangan ini. Harapannya dengan dibuatnya media promosi yang tepat adalah dapat menjangkau targetnya secara spesifik.

Kata kunci : perancangan, media promosi, hotel Olive, Karawaci Tangerang

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

ABSTRACT

This final report describes the process of designing appropriate media campaign for Olive. The hotel is located at Jl. Imam Bonjol 777, Karawaci, Tangerang. The location of this hotel is close to the office area and industry.

The media campaign is very important in a company or business venture especially for a newly constructed. Likewise with Olive hotel is also in need of a media campaign because of the age of the hotel is relatively new. But it took a specific strategy in the selection of media to be used in order to attract media campaigns created and right on target.

Comfort and a touch of luxury is the key of this design. The hope with the establishment of proper media campaign is to reach specific targets.

Keywords: design, media promotion, the hotel Olive, Karawaci, Tangerang

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT ii

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHR iv

KATA PENGANTAR v

ABSTRAKSI viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR TABEL xx

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 3

1.3. Batasan Masalah 4

1.4. Tujuan Perancangan 4

1.5. Manfaat Penelitian 4

1.6. Metode Pengumpulan Data 5

1.7. Metode Perancangan 6

1.8. Sistematika Perancangan 8

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**

2.1. Promosi 12

2.1.1. Promosi Jasa 12

2.1.2. Fungsi Promosi 12

2.1.3. Tujuan Promosi 13

2.1.4. Komponen Promosi 14

2.1.5. Media Promosi 14

2.1.5.1. Iklan Media Cetak 15

2.1.5.2. Flyer 16

2.1.5.3. Brosur 17

2.1.5.4. Kartu Nama 18

2.1.5.5. Spanduk 19

2.1.6. Strategi Promosi 20

2.2. Hotel 21

2.2.1. Hotel Bisnis 21

2.2.1.1. Perilaku Konsumen Hotel 21

2.3. Desain Komunikasi Visual 22

2.3.1. Garis 23

2.3.2. Bidang 23

2.3.3. Warna 24

2.3.3.1. Pembagian Warna 24

2.3.3.2. Psikologi Warna 25

2.3.4. Gelap Terang (Kontras) 26

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

2.3.5. Ukuran 27
2.4. Tipografi 28
2.4.1. Klasifikasi Huruf 28
2.4.2. Desain Tipografi 33
2.5. Layout 36
2.6. Sistem Grid 38
2.7. Fotografi 39
2.7.1. ISO 39
2.7.2. *Diafragma* 40
2.7.3. *Depth of Field* 40
2.7.4. *Shutter Speed* 40

BAB III METODOLOGI 42
3.1. Data Penelitian 42
3.1.1. Sejarah Hotel Olive 42
3.1.2. Data Wawancara 43
3.1.3. Data Kuesioner 49
3.1.4. Analisa SWOT 62
3.1.5. Data Kompetitor 64
3.1.5.1. Hotel Yasmin 64
3.1.5.2. Hotel Paragon 65
3.2. *Mind Maping* 66
3.3. Konsep Kreatif 67

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

BAB IV PERANCANGAN VISUAL 69

4.1. Pengembangan Konsep 69

4.1.1. Brainstorming 69

4.1.2. Strategi Promosi 69

4.1.2.1. Jenis Promosi 70

4.1.2.2. Teknik Promosi 70

4.1.2.3. Pesan Promosi 71

4.1.2.4. Media Promosi 71

4.1.2.5. *Media Plan* 82

4.1.2.6. *Budgeting* 85

4.2. Konsep Perancangan 86

4.2.1 Konsep Foto 86

4.2.2. Konsep Tipografi 87

4.2.3.Warna 90

4.2.4. Garis 92

4.2.5. Layout 92

4.3. Sketsa Perancangan 93

4.4. Aplikasi Kreatif 94

4.4.1. Iklan Cetak Majalah pada Majalah Penerbangan 94

4.4.2. Iklan Cetak Koran 96

4.4.3. Spanduk 97

4.4.4. Brosur 101

4.4.5 Flyer 102

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

BAB V PENUTUP 103

5.1. Kesimpulan 103

5.2 Saran..... 103

DAFTAR PUSTAKA..... xxi

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Bagan Sistematika Perancangan 8

Gambar 2.1. Contoh Iklan Cetak pada Majalah..... 15

Gambar 2.2. Contoh Flyer untuk Media Promosi Hotel 16

Gambar 2.3. Contoh Brosur 17

Gambar 2.4. Contoh Kartu Nama 18

Gambar 2.5. Contoh Spanduk 19

Gambar 2.6. Garis Lurus Bergelombang, Zigzag dan tidak beraturan 23

Gambar 2.7. Lingkaran Warna 28

Gambar 2.8. Besar Kecilnya Ukuran Objek pada *Flyer* 27

Gambar 2.9. Penggunaan Tipografi pada Iklan 28

Gambar 2.10. *Serif* 29

Gambar 2.11. *Old Style* 29

Gambar 2.12. *Transitional* 30

Gambar 2.13. *Modern* 30

Gambar 2.14. *Sans Serif* 31

Gambar 2.15. *Script* 32

Gambar 2.16 Dekoratif 33

Gambar 2.17. Penggunaan *Grid System* pada Suatu Desain 38

Gambar 3.1. Hotel Olive 42

Gambar 3.2. *Sticker* Minibus Hotel Olive 45

Gambar 3.3. Kartu Nama Dan Flyer Hotel Olive 46

Gambar 3.4. *Standing Banner* Hotel Olive 47

Gambar 3.5. Menu *Coffee Shop* Hotel Olive 47

Gambar 3.6. Brosur *Wedding Package* Hotel Olive 48

Gambar 3.7. *Website* Hotel Olive 48

Gambar 3.8. Tampilan Hotel Olive pada agoda*, booking,* dan pegi.*com* 49

Gambar 3.9. Diagram Kelompok Usia Responden 50

Gambar 3.10. Diagram Jenis Kelamin Responden 50

Gambar 3.11. Diagram Tempat Tinggal Responden 50

Gambar 3.12. Diagram Kewarganegaraan Responden 51

Gambar 3.13. Diagram Pekerjaan Responden 51

Gambar 3.14. Diagram Pendapatan Responden Per bulan 52

Gambar 3.15. Diagram Keinginan Responden pada Hotel 52

Gambar 3.16. Diagram Alasan Responden Menggunakana Jasa Hotel 53

Gambar 3.17. Diagram yang Memilih Hotel Ketika Berbisnis 53

Gambar 3.18. Diagram Informasi untuk Memilih Hotel 54

Gambar 3.19. Diagram Intensitas Frekuensi Responden Tangerang 54

Gambar 3.20. Diagram yang Sering Dikunjungi Respoden 55

Gambar 3.21. Diagram yang Membuat Responden Tertarik 55

Gambar 3.22. Diagram Pengetahuan Keberadaan Hotel Olive 56

Gambar 3.23. Diagram Sumber Mengenal Hotel Olive 56

Gambar 3.24. Diagram yang Sudah Mengunjungi Hotel Olive 57

Gambar 3.25. Diagram Kesan akan Hotel Olive 57

Gambar 3.26. Diagram Alasan Mengunjungi Hotel Olive 58

Gambar 3.27. Diagram Pendapat Terhadap Lokasi Hotel Olive 58

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

Gambar 3.28. Diagram Pendapat Media Promosi Hotel Olive.....59

Gambar 3.29. Diagram Pendapat Flyer Hotel yang Ditampilkan 59

Gambar 3.30. Diagram Kesan Pertama Terhadapa Visual Hotel Olive 60

Gambar 3.31. Diagram akan Ketermudahan Dalam Membaca Flyer 60

Gambar 3.32. Diagram Media Promosi yang Diambil Oleh Responden.....61

Gambar 3.33. Diagram Alasan Memilih Media Tersebut 61

Gambar 3.34. Diagram Warna yang menarik bagi Responden 62

Gambar 3.35. Media Promosi Hotel Yasmin 65

Gambar 3.36. Media Promosi Hotel Paragon 66

Gambar 3.37. *Mind Mapping* 67

Gambar 4.1. *Headline* yang Digunakan 71

Gambar 4.2. Contoh Iklan Cetak Majalah 72

Gambar 4.3. Majalah Penerbangan Garuda Indonesia 73

Gambar 4.4. Majalah Penerbangan Lion Air.....74

Gambar 4.5. Majalah Blue Bird.....76

Gambar 4.6. Majalah SWA.....77

Gambar 4.7. Koran *The Jakarta Post* 79

Gambar 4.8. Koran Bisnis Indonesia.....80

Gambar 4.9. Referensi Foto Untuk Perancangan 87

Gambar 4.10. Trajan Pro.....88

Gambar 4.11. Penggunaan *Font* Trajan Pro 89

Gambar 4.12. Century Gothic 89

Gambar 4.13. Warna Hitam.....90

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

Gambar 4.14 Warna Gold 91

Gambar 4.15. Warna Putih 91

Gambar 4.16. Penggunaan Elemen Garis pada Perancangan 92

Gambar 4.17. Penggunaan *Grid System* pada Layout 92

Gambar 4.18. Sketsa perancangan 93

Gambar 4.19. Hasil *Design* yang Dipilih 94

Gambar 4.20. Pengaplikasian Iklan pada Majalah Garuda 96

Gambar 4.21. Iklan Design Cetak Koran Bisnis Indonesia 96

Gambar 4.22. *Design* Iklan Cetak Koran *The Jakarta Post* 97

Gambar 4.23. *Design* Pengaplikasian Spanduk Spot 1 98

Gambar 4.24. *Design* Pengaplikasian Spanduk Spot 2 99

Gambar 4.25. *Design* Pengaplikasian Spanduk Spot 3 100

Gambar 4.26. Tampilan *Design* Brosur Depan dan Belakang 101

Gambar 4.27. Tampilan *Design* Kartu Nama 102

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Proses Perancangan dan Produksi 82

Table 4.2. Proses Penyebaran Media Promosi.....83

Table 4.3. *Budgeting* 85

Perancangan Media..., Michelle Yuha Gunawan, FSD UMN, 2014