



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Wakil Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran di Indonesia dilansir dari www.msn.com (2017, diakses pada tanggal 28 Februari 2018) mengatakan bahwa pada tahun 2016 – 2017 wisatawan baik mancanegara maupun domestik Indonesia mengalami peningkatan. Meskipun mengalami peningkatan wisatawan, namun para konsumen hotel mengalami penurunan, hal tersebut terjadi dikarenakan pada saat ini semakin banyak hotel baru yang bermunculan. Maka dari itu, meskipun wisatawan meningkat namun tidak sebanding dengan pertumbuhan hotel di Indonesia.

Memasuki era *modern* saat ini karena persaingan yang kompetitif, maka perusahaan termasuk perhotelan dituntut untuk mengemas perusahaannya agar lebih menarik dan memiliki keunikan satu sama lainnya agar mudah dikenali, diingat dan menjadi pilihan utama oleh masyarakat, namun menurut Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2016 – 2017 menyatakan terdapat 432 hotel di Jakarta dan 79 hotel di Jakarta Barat. Maka dari itu untuk menjadikan sebuah perusahaan yang memiliki keunikan, tampil menarik dan mudah dikenali, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan merancang ulang identitas visual. Wheeler (2013) menyatakan bahwa *brand identity* merupakan sebuah aset yang dimiliki perusahaan sebagai faktor pembeda yang sangat penting antar *brand* (hlm.28).

Hotel Mega Anggrek merupakan hotel berbintang 3 yang merupakan salah satu hotel di Jakarta Barat, berdiri sejak tahun 2003 dimana seiring berjalannya waktu selama 15 tahun bisnis yang dilalui Hotel Mega Anggrek mulai menurun dikarenakan pertumbuhan hotel-hotel baru khususnya di daerah Jakarta Barat. Dari pengamatan penulis sejauh ini masyarakat di Jakarta Barat mengetahui Hotel Mega Anggrek, namun hotel tersebut belum tentu menjadi sebuah pilihan untuk melakukan pekerjaan bisnis disana. Hal tersebut terjadi karena setelah penulis melakukan riset melalui observasi melalui situs 'Agoda' dan menghitung pengalaman dari respon para pengunjung Hotel Mega Anggrek menilai hotel tersebut cenderung banyak mengarah negatif terkait dengan fasilitas yang buruk serta merasa hotel sudah cukup tua. Melalui riset dengan *perceived quality* terhadap gambaran identitas visual Hotel Mega Anggrek para masyarakat menyangka bahwa hotel tersebut seperti toko emas dan kuno. Dari hal-hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa *problem* yang ingin dibangun Hotel Mega Anggrek menjadi cenderung negatif di masyarakat dimana pengalaman mereka tidak tertarik kepada hotel tersebut karena dinilai seperti toko emas, tidak seperti hotel yang nyaman, menyenangkan dan berfasilitas baik. Maka dari itu diperlukan suatu pembaharuan, dimana melalui hasil wawancara penulis kepada Ibu Listiana selaku *Front Office Manager* Hotel Mega Anggrek bahwa rencana hotel tersebut adalah ingin meningkatkan kelasnya menjadi bintang 4, sehingga diperlukan perubahan *image* dan perubahan *identity* ke arah yang lebih baik dengan konsep baru dan dengan *standard* hotel bintang 4.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana merubah *brand image* Hotel Mega Anggrek sebagai hotel bintang 4 dengan melakukan *rebranding* hotel melalui perancangan ulang identitas visual?
2. Bagaimana perancangan identitas visual Hotel Mega Anggrek yang baru melalui sebuah perancangan logo dan *Graphic Standards Manual*?

1.3. Batasan Masalah

Ruang lingkup dari pembahasan Tugas Akhir ini akan dibatasi dengan: Perancangan dibatasi untuk perancangan logo, *Graphic Standards Manual* dan beberapa pengaplikasian lainnya meliputi *collateral, stationary, guest amenities*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari Perancangan Tugas Akhir ini antara lain:

1. Merubah *brand image* Hotel Mega Anggrek sebagai hotel bintang 4 dengan melakukan *rebranding* hotel melalui perancangan ulang identitas visual.
2. Perancangan identitas visual Hotel Mega Anggrek yang baru melalui sebuah perancangan logo dan *Graphic Standards Manual*.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Bagi Hotel Mega Anggrek
Hotel Mega Anggrek akan menjadi referensi hotel di Jakarta dan perusahaan akan semakin maju.

2. Bagi Penulis

Dengan adanya Tugas Akhir ini, maka menambah pengetahuan dan mengasah kemampuan penulis dalam melakukan perancangan *rebranding* melalui identitas visual suatu *brand* yaitu Hotel Mega Anggrek.

3. Bagi Universitas

Untuk melihat penulis bagaimana ilmu yang sudah diberikan dari Universitas telah diterapkan dan dapat menjadi sebuah referensi untuk mahasiswa yang menjalani Tugas Akhir.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA