



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Hotel New Mirah ialah sebuah hotel bintang satu dengan luas bangunan mencapai 1283 m persegi, memiliki jumlah kamar yaitu 55 kamar dan memiliki fasilitas-fasilitas yang setara dengan hotel bintang dua. Konsep awal dari hotel ini ialah hotel keluarga yang kemudian karena adanya pergantian pemilik maka konsep hotel ini menjadi hotel transit.



Hotel New Mirah

Gambar 3.1. Logo

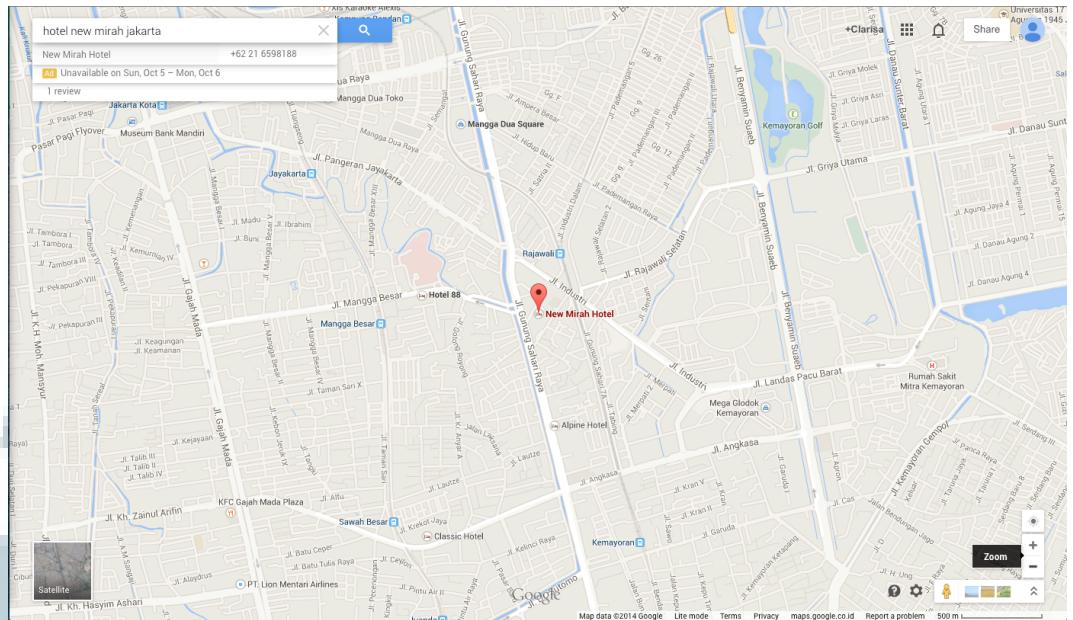
(Sumber: Pribadi)



Gambar 3.2. Hotel

(Sumber: Pribadi)

Hotel New Mirah ini memiliki lokasi yang strategis karena hotel ini dekat dengan pusat-pusat perbelanjaan di Jakarta seperti Mangga Dua, JIEXPO dan Pasar Baru. Hotel ini terletak di Jalan Gunung Sahari No.12, Sawah Besar, Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10710, Indonesia.



Gambar 3.3. Peta

(Sumber: <https://www.google.com/maps/place/New+Mirah+Hotel/@-6.149248,106.835844,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0x4d1f41e7f0c683cf>)

Hotel New Mirah memiliki misi yaitu, menjadikan Hotel New Mirah sebagai salah satu hotel terbaik di kelasnya. Dan visi dari Hotel New Mirah ialah ‘menjadikan semua potensi sumber daya manusia yang ada sebagai salah satu asset untuk mencapai mutu pelayanan atau *service* yang memuaskan’.

Hotel New Mirah memiliki ‘SERVICE’ yang dipegangnya untuk menjalankan hotel ini yaitu:

S= Smile for everyone

E= Excellence in everything we do

R= Reaching out to every guest with hospitality

V= Viewing every guest as a special person

I= Inviting guest to come back again

C= Creating a warm atmosphere

E= Eye contact is showing us that we care

Berikut ialah daftar rincian harga dari rate kamar Hotel New Mirah

VIP	Rp. 430.000,- Nett
EXECUTIVE	Rp. 390.000,- Nett
SUPERIOR	Rp. 330.000,- Nett
BUSINESS+	Rp. 300.000,- Nett
BUSINESS	Rp. 280.000,- Nett

Tabel 3.1. Rincian Harga

Secara umum, pengunjung yang datang ke Hotel New Mirah ini dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu, pedagang atau wiraswasta yang datang ke Jakarta untuk urusan bisnis di daerah Mangga Dua, Pasar Baru dan Kemayoran. Dan wisatawan, baik wisatawan asing maupun lokal yang berwisata dengan gaya backpacker. Keduanya berada pada tingkat SES C dan SES B.

3.1.1. Sejarah

Hotel New Mirah awalnya bernama Hotel Mirah. Hotel ini sudah berdiri sejak tahun 1996 dengan konsep awal ialah hotel keluarga. Dengan kamar tidur sebanyak 35 kamar. Kemudian pada tahun 2012, hotel ini berganti kepemilikan menjadi milik Bapak Adrian Mulia. Semenjak saat itu, Hotel Mirah pun berganti nama menjadi Hotel New Mirah. Dan disertai dengan pergantian konsep hotel ini menjadi hotel transit.

Nama Mirah diambil dari nama sebuah batu suci yaitu batu Mirah atau sering disebut batu Ruby. Batu Mirah dipilih sebagai nama dari hotel tersebut karena batu Mirah dianggap sebagai simbol pengabdian, keberanian, semangat dan cinta abadi. Dalam bahasa Sansekerta kuno, batu Mirah disebut sebagai raja batu permata. Hal ini disebabkan karena batu Mirah memiliki warna merah yang murni. Dan warna merah murni merupakan warna yang paling berharga untuk sebuah permata.

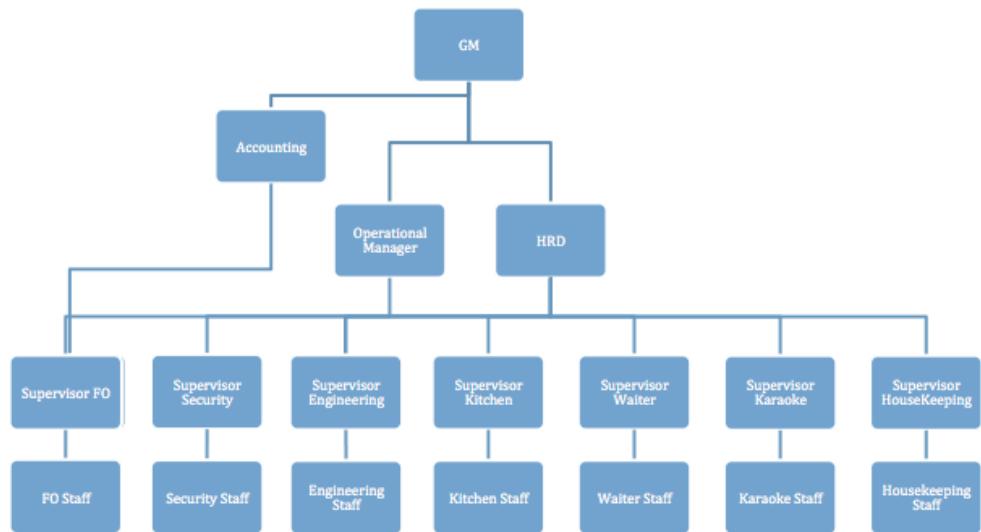
Hotel New Mirah kemudian mengadakan renovasi secara bertahap, pertama-tama dengan penambahan fasilitas umum seperti restoran, karaoke dan ruang *meeting*. Hotel ini juga menambahkan unit kamar yang dimilikinya sehingga saat ini Hotel New Mirah memiliki 55 unit kamar.



Gambar 3.4. Fasilitas

(Sumber: Pribadi)

3.1.2. Hierarki



Tabel 3.2. Hierarki

3.2. Hasil Penelitian

Berikut ialah hasil penelitian yang telah penulis lakukan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan untuk merancang ulang logo Hotel New Mirah.

3.2.1. Wawancara

Wawancara ini merupakan sumber utama penulis dalam mendapatkan data mengenai Hotel New Mirah. Dan juga alasan yang tepat dan akurat untuk merancang ulang logo hotel ini. Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Adrian Mulia selaku *owner* dari Hotel New Mirah dan Ibu Wanti selaku *manager* dari Hotel New Mirah.

Mereka mengatakan bahwa alasan utama Hotel New Mirah untuk mengganti logonya karena adanya pergantian konsep hotel dan dirasa logo yang sekarang tidaklah menggambarkan Hotel New Mirah. Dan terjadinya kenaikan bintang dari Hotel New Mirah

Hotel New Mirah terletak di lokasi yang sangat strategis karena dekat dengan pusat pusat perbelanjaan seperti Mangga Dua, Pasar Baru dan Kemayoran. Karena itulah banyak hotel yang dibangun di area Hotel New Mirah ini. Dan logo yang sekarang sangatlah tidak mendukung.

3.2.2. Kuesioner

Penulis membuat kuesioner sehubungan dengan pembuatan logo Hotel New Mirah ini. Kuesioner ini disebarluaskan kepada 58 orang target market yang sesuai dengan Hotel New Mirah ini. Pembagian kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui pendapat masyarakat mengenai logo Hotel New Mirah yang sekarang ini.

Dari hasil pembagian kuesioner yang telah dilakukan, mendapatkan hasil bahwa hanya 24% yang menganggap bahwa logo tersebut merupakan logo hotel transit, sedangkan sisanya menyebutnya dengan logo hotel melati, hotel keluarga, dan hotel ekslusif. Dan 70% menganggap bahwa logo tersebut tidak cocok dengan gambaran Hotel New Mirah yang sekarang.

3.2.3. Kompetitor

Berikut ialah dua kompetitor dari Hotel New Mirah. Kompetitor ini merupakan kompetitor menurut daerah yaitu di daerah mangga besar dan kesamaan bintang dengan Hotel New Mirah yaitu hotel bintang satu

3.2.3.1. WOW Hotel Jakarta

Hotel ini berdiri tahun 2011, merupakan hotel bintang satu yang berdiri untuk keperluan hotel bisnis dan wisata. WOW Hotel berlokasi di jalan Mangga Besar 7 No.1 Jakarta, Indonesia. Lokasi hotel ini berdekatan dengan Gereja Sion, Plaza Gajah mada, dan Pasar Baru.

WOW Hotel memiliki 19 kamar yang berfasilitas kamar mandi dan toilet, AC, minibar, TV, binatu, *safety box*, *wi-fi*.



Gambar 3.5. Hotel WOW

(Sumber: <http://www.agoda.com/wow-hotel/hotel/jakarta>)



Gambar 3.6. Hotel WOW

(Sumber: <http://www.agoda.com/wow-hotel/hotel/jakarta>)



Gambar 3.7. Hotel WOW

(Sumber: <http://www.agoda.com/wow-hotel/hotel/jakarta>)

3.2.3.2. Twins Hotel Mangga dua

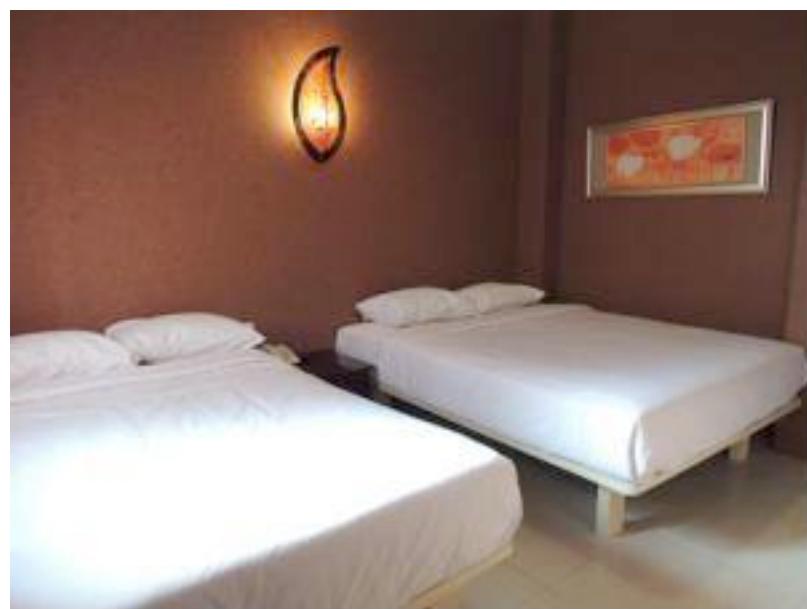
Hotel ini berdiri tahun 2013, merupakan hotel bintang dua. Terletak di Jalan Mangga Dua Raya No.24 Jakarta, Indonesia. Letak ini sangat dekat dengan kawasan wisata Kota Tua.

Twins Hotel menyediakan 45 Kamar hotel yang memiliki fasilitas keamanan 24 jam, sarapan, *wi-fi*, TV *cable*, kamar mandi dengan air panas, AC dan berankas.



Gambar 3.8. Hotel TWINS

(Sumber: <http://www.agoda.com/twins-hotel/hotel/jakarta>)



Gambar 3.9. Hotel TWINS

(Sumber: <http://www.agoda.com/twins-hotel/hotel/jakarta>)



Gambar 3.10. Hotel TWINS

(Sumber: <http://www.agoda.com/twins-hotel/hotel/jakarta>)

3.2.4. Analisis SWOT

a. Strength

1. Lokasi yang strategies. Lokasi Hotel New Mirah ini sangatlah strategies karena berada ditengah tengah pusat perbelanjaan seperti Mangga Dua, JIEXPO dan Pasar Baru. Hotel ini juga dekat dengan fasilitas transportasi umum seperti Stasiun Mangga Dua.
2. Tingkat kebersihan kamar tinggi karena *cleaning service* tersedia 24 jam
3. Staff terlatih dan professional, memiliki pelajaran untuk hotel bintang dua

4. Konsep hotel yang modern dan dinamis, karena baru saja di renovasi tahun 2012.

b. Weakness

1. Rate hotel tidak kompetitif
2. Tempatnya terpencil, harus masuk gang terlebih dahulu
3. Exterior hotel tampak tua

c. Opportunity

1. Pembesaran jalan. Hotel New Mirah terletak disebuah gang yang memiliki jalan kecil, sehingga membuat hotel ini menjadi terpencil. Namun jalanan gang didepan hotel tersebut akan diperbesar karena adanya pembangunan mall sehingga mempermudah akses menuju Hotel New Mirah.
2. Sudah melakukan renovasi interior dan penambahan jumlah kamar.

d. Threats

1. Terlalu banyak kompetitor. Untuk daerah perbelanjaan yang sangat strategis, pastilah banyak dibangun hotel hotel baru. Karena itu semakin banyak kompetitor di daerah sekitar hotel yang memiliki perkembangan yang pesat

3.2.5. Artefak Disain



Hotel Mirah

Analisis SWOT terhadap logo Hotel Mirah

a. Strength :

1. Simbol batu mirah sangat kuat, terlihat dari gambar batu mulia yang berwarna merah.
2. Logotype membantu mengkomunikasikan produk yang diwakilkan

b. Weakness:

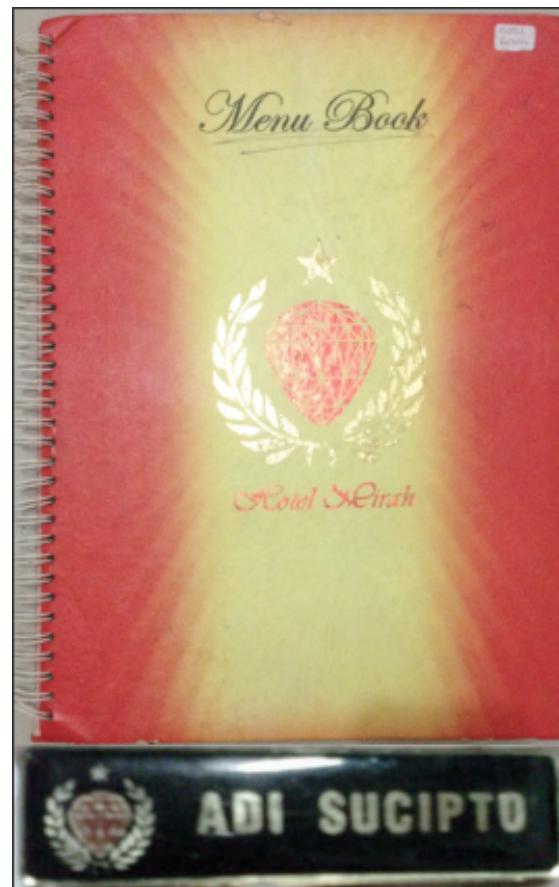
1. Tingkat keterbacaan logotype rendah, sulit terbaca
2. Logo terlihat kuno, tidak timeless
3. Logo tidak simple sehingga sulit diingat

c. Opportunity

Bentuk batu mirah pada logo masih bisa diperbaharui

d. Threats

Logo harus diperbaharui agar mewakilkan produk yang sekarang

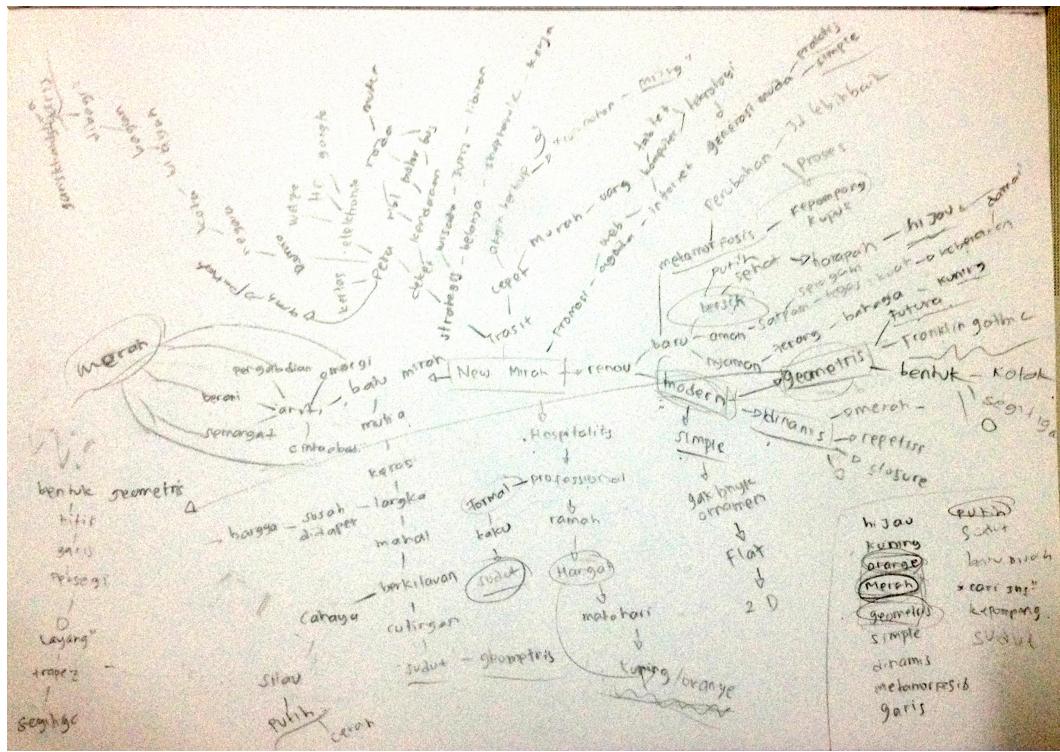


Gambar 3.11. Artefak Desain

(Sumber: Pribadi)

3.3. Mind Mapping

Perancangan ulang logo Hotel New Mirah ini dimulai dari pembuatan *mind mapping* yang bertujuan untuk mencari kata kunci yang dirasa pas untuk mewakili Hotel New Mirah dan menjadi acuan dalam perancangan ulang logo tersebut. Kata kunci yang berhasil didapat ialah “batu mirah” dan “modern”.



Gambar 3.12. Mind Mapping

(Sumber: Pribadi)

3.4. Konsep Kreatif

Konsep kreatif yang ingin digambarkan berasal dari proses *mind mapping* di atas, menghasilkan kata kunci “batu mirah”, “modern” dan “nyaman”. Kata kunci tersebut didapatkan dari penjabaran mengenai produk dan pelayanan yang diberikan oleh Hotel New Mirah.

Kata “batu mirah” berasal dari nama hotel itu sendiri, yaitu Hotel New Mirah. Dengan demikian batu mirah tersebut menjadi sebuah identitas bagi hotel ini yang membedakannya dengan hotel lainnya.

Kata “modern” mengacu kepada perubahan renovasi yang dilakukan oleh hotel tersebut agar dapat bersaing dengan para kompetitornya. Sehingga Hotel New Mirah yang dulu terkesan kuno, kini menjadi modern dan siap bersaing. Karena itulah tampilan logo harus berkesan modern.

Kata “nyaman” mengacu pada tujuan dari misi Hotel New Mirah sendiri yaitu service yang memuaskan demi menjamin rasa nyaman yang dirasakan oleh tamu.