



### **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

Industri pariwisata semakin menjadi idola di Indonesia. Hal ini terlihat dari performanya yang semakin meningkat setiap tahun. Pariwisata juga merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level paling bawah masyarakat (Cahyu, 2016).

Meningkatnya pariwisata Indonesia berdampak positif terhadap wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia Agustus 2018 naik 8,44 persen dibanding jumlah kunjungan pada Agustus 2017, yaitu dari 1,39 juta kunjungan menjadi 1,51 juta kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2018).

Jumlah wisatawan yang meningkat berdampak pada tingkat penghunian kamar. Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel klasifikasi bintang di Indonesia pada Agustus 2018 mencapai rata-rata 60,01 persen atau naik 2,01 poin dibandingkan dengan TPK Agustus 2017 yang tercatat sebesar 58,00 persen. Rata-rata lama menginap tamu asing dan Indonesia pada hotel klasifikasi bintang selama Agustus 2018 tercatat sebesar 1,94 hari, terjadi penurunan 0,03 poin jika dibandingkan keadaan Agustus 2017 (Badan Pusat Statistik, 2018).

Dengan meningkatnya kebutuhan hotel, maka dirasa penting untuk meningkatkan kualitas hotel yang ada saat ini. Kebanyakan dari wisatawan

memilih hotel yang letaknya dekat dengan bandara untuk memudahkan akomodasi dan transportasi. Salah satunya adalah Hotel Permata Bandara. Hotel yang terletak di dekat bandara ini adalah hotel yang beroperasi dengan *image* hotel transit konvensional. Hotel ini menjadi favorit bagi jamaah umroh yang hanya transit melakukan perjalanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Supri, Hotel Permata Bandara juga berniat meningkatkan kualitas pelayanannya menjadi kelas hotel bintang 2. Hotel Permata Bandara berniat mempresentasikan visi misi Hotel yang menjadikan Hotel ini sebagai Hotel Transit yang menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun asing. Walaupun sudah berdiri sejak 2001, namun menurut Bapak Supri tingkat ketertarikan dan juga awareness masyarakat terhadap Hotel Permata Bandara masih minim terutama soal logo hotel. Dan citra Hotel Permata sendiri adalah hotel jamaah Umroh, padahal Hotel Permata Bandara terbuka untuk semua kalangan bukan hanya Jamaah umroh saja. Hotel Permata Bandara mempunyai moto Ramah, Rapih, Bersih. Dari hasil angket/kuisisioner yang dilakukan penulis, sebanyak 71% orang menganggap logo Hotel Permata Bandara sebagai logo maskapai penerbangan dan sisanya seperti logo toko perhiasan dan rumah makan. Ini sangat disayangkan karena Hotel Permata Bandara sendiri merupakan hotel yang cukup bagus dan letaknya pun strategis seharusnya bisa menjadi pilihan bagi wisatawan lokal maupun asing. Dan pihak pengelola Hotel Permata sendiri berniat untuk merubah nama Hotel yang sudah lebih 18 tahun dipakai dengan alasan nama "Permata" sendiri sudah sangat banyak dipakai oleh Hotel lain sehingga membuat calon tamu kebingungan saat mencari nama maupun alamat

hotel. Perubahan nama hotel diharapkan dapat menambah value lebih dan mampu bersaing lebih lagi dengan para kompetitornya.

Oleh karena itu, perancangan *rebranding* Hotel Permata Bandara dibutuhkan guna membangun citra perusahaan yang sesuai dengan visi misi Hotel Permata Bandara. Dengan adanya perancangan *rebranding* Hotel Permata Bandara yang baru diharapkan Hotel Permata Bandara dapat memiliki nilai kredibilitas dan meingkatkan Hotel Permata Bandara, baik oleh wisatawan lokal maupun asing, sehingga Hotel Permata Bandara mampu bersaing dengan hotel lain yang sekelas dengan tersebut. Berdasarkan masalah di atas penulis membuat laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *ReBranding* Hotel Permata Bandara“

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang *rebranding* menaikan *awarenesss* Hotel Permata Bandara sehingga dapat menjangkau wisatawan lokal maupun asing melalui GSM dan media sekunder.

## **1.3. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, mendalam dan optimal maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

Perancangan hanya dibatasi dengan perancangan logo, *Graphic Standart Manual* (GSM) dan berbagai aplikasi perancangan dan penerapannya dalam identitas visual.

1. Demografi : laki – laki dan perempuan berusia berusia 30 - 40 tahun, berkebangsaan Indonesia, dengan strata ekonomi sosial ( SES ) B
2. Geografi : DKI Jakarta dan Tangerang.
3. Psikografis : masyarakat yang mempunyai hobi jalan – jalan dengan menginap di hotel yang murah dan terjangkau.

#### **1.4. Tujuan Tugas Akhir**

1. Tujuan dari perancangan rebranding ini adalah memvisualisasikan niat Hotel Permata Bandara untuk melebarkan sayapnya menjangkau wisawatan lokal maupun asing.
2. Menciptakan sebuah brand sebagai sara informasi yang menarik, efektif, komunikatif, dan diharapkan mepau menjangkau wisatawan lokal mauun asing menginap di Hotel Permata Bandara

#### **1.5. Manfaat Tugas Akhir**

1. Penulis
  - a) Mengembangkan ide dan kreativitas, menciptakan desain komunikasi visual yang sederhana, bagus, dan mudah dipahami oleh masyarakat luas
  - b) Menerapkan ilmu yang sudah dipelajari di bangku perkuliahan dan mengaplikasikannya di masyarakat.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

2. Universitas Multimedia Nusantara

- a) Memberikan kontribusi kepada Universitas Multimedia Nusantara tentang perancangan *Branding* sehingga dapat dijadikan sebagai bahan acuan yang mampu menambah ilmu pengetahuan khususnya desain komunikasi visual.

3. Orang lain

- a) Memberikan wawasan pengenalan masyarakat supaya lebih mengenal Hotel Permata Bandara.
- b) Memberikan edukasi kepada masyarakat tentang identitas visual dan memberikan informasi tentang media yang efektif dan efisien melalui konsep perancangan visual untuk mengenalkan hotel yang bagus dan terjangkau yang bernama Hotel Permata Bandara.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA