

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pulau Bali merupakan sebuah pulau yang berada diantara Pulau Jawa dan Nusa Tenggara yang pertumbuhan ekonominya bergantung pada sektor pariwisata. Pulau Bali memang selalu menjadi primadona diantara destinasi di Nusantara baik karena faktor geografisnya maupun demografisnya bagi wisatawan lokal atau mancanegara. Ada daya tarik tersendiri yang ditawarkan oleh Bali sebagai destinasi dunia yang terbagi menjadi 8 faktor yang dilakukan berdasarkan analisis faktor yaitu budaya, keindahan alam, keramahan penduduk setempat, biaya produk wisata, atraksi di pantai, kenyamanan, relaksasi, dan citra atau reputasi (Suradnya, 2005).

Tingginya daya tarik Pulau Bali tentunya mengundang arus mobilisasi ke Bali untuk berkunjung. Mengutip dari data yang diperoleh Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa pada bulan Mei 2022 sudah tercatat ada sebanyak 115.611 kunjungan wisatawan mancanegara belum termasuk dari arus lokalnya. Dari pernyataan Handy Heryudhitiawan selaku *General Manager* Angkasa Pura 1 bahwa sepanjang tahun 2022 sudah melayani 770.007 penumpang domestik dan 236.665 penumpang internasional yang masuk ke Bali. Besarnya angka pengunjung yang berdatangan dari waktu ke waktu mendorong usaha perhotelan atau yang bersangkutan dengan akomodasi menjadi bisnis yang menjanjikan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sejauh ini di Provinsi Bali pada tahun 2021 ada sebanyak 403 hotel yang beroperasi meliputi seluruh kelas dari bintang 1 hingga 5. Jumlah tersebut merupakan catatan positif pertama untuk industri perhotelan Bali semenjak pandemi dengan pertumbuhan sebanyak 6 persen dari yang semula 380 hotel. Komitmen Pemerintah yang juga mendukung *Digital Nomad Tourism* dimana pada era pandemi sendiri terdapat 65.000 ekspatriat menjadikan Bali sebagai *workcation* menyebabkan masa tinggal

wisatawan menjadi jangka panjang. Hal ini memperkuat alasan betapa pentingnya peran akomodasi di Bali dan potensi yang dimiliki oleh industri perhotelan. Salah satu hotel yang masih beroperasi itu adalah Puri Mesari Hotel.

Puri Mesari Hotel adalah sebuah hotel berbintang 3 yang berada di kawasan Sanur, Kota Denpasar. Hotel ini dibangun pada tahun 1997 dan mulai beroperasi penuh pada tahun 1998 hingga sekarang. Gaya arsitektur hotel mengikuti bangunan khas Bali yaitu menggunakan perpaduan material batu, kayu, bata merah, beserta ornamen-ornamen ukiran. Memiliki konsep layaknya perumahan ala Bali dengan penataan tata letak kamar yang terpisah secara bangunan. Letak kolam renang yang menjadi pusat dalam kompleks hotel dikelilingi oleh setiap kamar memungkinkan untuk menjadi titik kumpul para tamu untuk mendorong interaksi dan bersosialisasi satu sama lain. Secara tata letak bangunan, Puri Mesari Hotel menawarkan pengalaman menginap yang unik.

Nilai plus lain yang bisa ditawarkan oleh Puri Mesari Hotel adalah lokasinya yang secara aksesibilitas sangat mudah karena berdekatan dengan Jalan Tol Bali Mandara lalu dekat juga dengan Pantai Sanur yang berjarak kurang lebih 8 menit. Dari analisis mobilitas orang di Bali dari *Medium.com* oleh Datains (2020) mendapatkan hasil melalui *Heat Map Human Daily Activities* (HDA), Kabupaten Tabanan adalah titik yang menunjukkan paling banyak pergerakan massa bersama dengan Kota Denpasar yang mencakup Sanur. Diantara keunggulan-keunggulan tersebut ada juga kekurangan seperti minimnya brand awareness publik akan hotel serta lokasi yang cukup berjarak dari tempat-tempat makan di area Sanur sehingga menimbulkan kesulitan untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Selama 25 tahun berjalan, Puri Mesari Hotel pernah menutup sementara operasi mereka sebanyak 2 kali yaitu pada 2017 karena menurunnya jumlah pengunjung akibat erupsi Gunung Agung dimana kemudian dimanfaatkan untuk renovasi besar. Lalu yang kedua kali tutup selama 2 tahun pada periode 2020-2021 untuk menghindari kerugian besar akibat pandemi. Sebenarnya pada tahun 2018 hingga 2019 dikatakan bahwa kondisi arus pengunjung mulai

membalik dengan tingkat okupansi hotel sebanyak 30 persen sampai akhirnya kembali parah ketika dihantam pandemi.

Pada era ini, bisnis perhotelan bukan hanya tentang menyediakan tempat beristirahat dan pelayanan tetapi juga hiburan, menyediakan tempat bersosialisasi, dan menjual pengalaman. Hotel-hotel baru yang terus bermunculan di Bali juga dapat menimbulkan ancaman bagi bisnis perhotelan lama karena adanya *trend* yang diciptakan. Selain itu dari sisi desain, permasalahan yang ada adalah tidak adanya kecerdasan khasanah dari Puri Mesari Hotel yang digunakan dalam tampilan visual promosi yang cenderung hanya menggunakan foto apa adanya dan belum adanya *copywriting* yang mendukung. Tampilan visual yang digunakan hanya sebatas menggunakan hasil potret dari *handphone* yang kemudian diunggah di media sosial tanpa melalui proses *editing* ataupun ditambahkan elemen pendukung untuk memperindah sekaligus memberikan perbedaan dari tampilan visual promosi yang dilakukan oleh hotel lainnya. Oleh karena itu diperlukan adanya aksi untuk mengencangkan promosi disertai dengan desain yang representatif agar dapat meningkatkan *exposure* dan nilai jual hotel di segala lintas platform media serta dapat terus bertahan dalam ketatnya kompetisi industri perhotelan di Bali.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah pada latar belakang diatas, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan promosi untuk Puri Mesari Hotel di Sanur?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan promosi Puri Mesari Hotel ini akan dilakukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Demografis
 - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - Usia : 35 – 45 tahun
 - Pendidikan : Min. SMA

- SES : A (pendapatan >Rp 6.000.000/bln)
- 2. Geografis
WNI dengan domisili Jabodetabek
- 3. Psikografis
 - Memiliki gaya hidup sederhana, memiliki karakter yang menikmati ketenangan dan privasi, serta dapat menikmati ruang terbuka.
 - *Traveler* dengan orientasi keluarga, pasangan, atau teman (*travel buddy*).

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Mengikuti pada rumusan masalah, tujuan tugas akhir ini adalah untuk merancang promosi Puri Mesari Hotel dengan harapan dapat membantu aktifitas promosi pihak hotel kedepannya.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1). Bagi Penulis

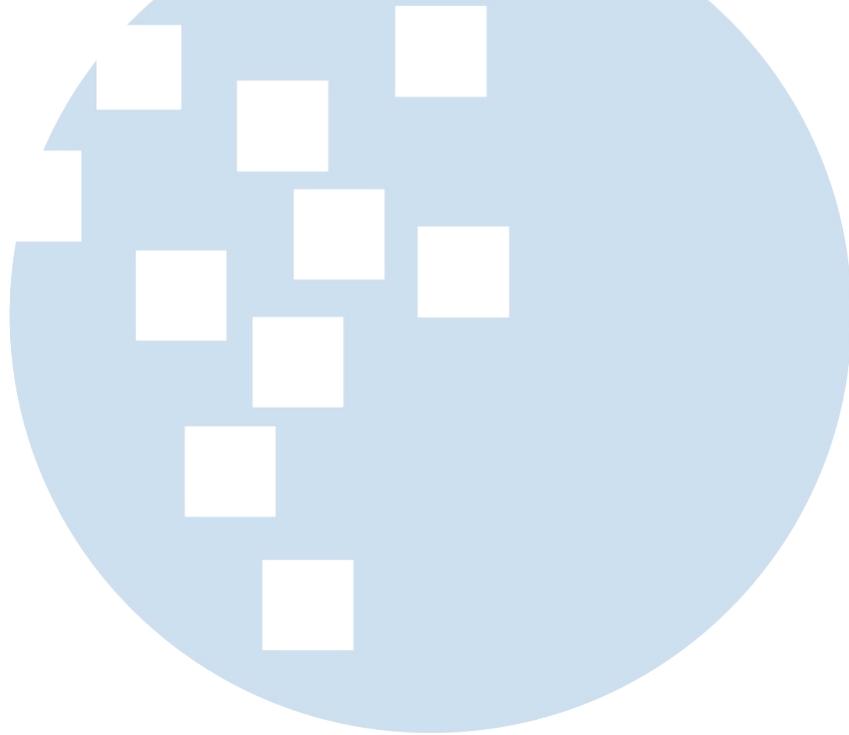
Dengan menyelesaikan tugas akhir ini, penulis dapat memenuhi persyaratan untuk lulus dari program studi. Penulis juga dapat kesempatan untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dan mendapatkan modal ilmu untuk pengerjaan rancangan desain di masa depan berdasarkan pengalaman di lapangan.

2). Bagi Puri Mesari Hotel

Perancangan promosi yang telah dikerjakan oleh penulis dapat diteruskan dan disempurnakan lagi oleh pihak Puri Mesari Hotel untuk kebutuhan promosi hotel sehingga dapat meningkatkan engagement publik dengan Puri Mesari di tahun-tahun berikutnya.

3). Bagi Universitas

Perancangan tugas akhir ini dapat digunakan oleh Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dengan jurusan Desain Komunikasi Visual sebagai referensi perancangan media promosi dengan topik serupa.



UMMN

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