



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 III

METODOLOGI

3.1. PT. 678 Jaya Sentosa

Perusahaan 678 Jaya Sentosa yang didirikan oleh Suntoso Jacob ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata seperti hotel, spa, dan *conventional hall*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2012 dan merupakan cabang dari PT. Pondoktirta Sentosa, perusahaan pertama yang mendirikan Hotel 678 pada tahun 2005 di daerah Kemang. Hotel yang dibangun oleh PT. 678 Jaya Sentosa ini merupakan hotel yang memiliki fasilitas dan konsep hotel setaraf bintang tiga, dan sampai saat ini sudah memiliki 2 cabang, berlokasi di jalan D.I. Panjaitan, Lingkar Cawang No. 1B, Jakarta Timur, dan di jalan Kemang Selatan Raya 125A, Jakarta Selatan.



Gambar 3.1. Logo Hotel 678
(Sumber:<http://678hotel.co.id>)

PT. 678 Jaya Sentosa membangun sebuah Hotel 678 dengan segmentasi *target market* menengah keatas. Desain logo yang sesuai bagi kebutuhan Hotel 678 akan dapat dihasilkan bila telah didapatkan gambaran yang lengkap mengenai informasi dan kebutuhan dari perusahaan itu sendiri. Penelitian secara langsung untuk mendapatkan data lebih jauh akan dilakukan terhadap *Managing Director*

dari PT. 678 Jaya Sentosa yang merupakan akar perusahaan yang membangun Hotel 678.

3.1.1. Data Lapangan

Pengumpulan data pertama kali yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data berdasarkan studi dan observasi lapangan. Observasi ini dilakukan dengan pencarian data-data sekunder dari berbagai sumber dan penelitian langsung terhadap Hotel 678 saat ini.

Luas secara keseluruhan dari Hotel 678 termasuk bangunan utama, *parking lot*, *Conventional Hall*, dan *cottages* yaitu sekitar 1,2 hektar atau 12.000 meter persegi. Bangunan utama dari Hotel 678 merupakan bangunan berlantai 5, memiliki 24 kamar tidur, 16 ruangan khusus Spa, *meeting room* dengan kapasitas kursi dan ruangan cukup sampai 100 orang, dan juga tempat *fitness*. Selepas dari bangunan utama, Hotel 678 memiliki 14 *cottages* yang setiap *cottages* nya memiliki luas sekitar 40-50 meter persegi, dan juga *Conventional Hall* seluas 40x25 meter atau 1000 meter persegi.

Selama kurang lebih 9 tahun Hotel 678 sejak pertama kali berdiri, berbagai kegiatan perusahaan terhadap Hotel 678 membutuhkan pengorbanan penuh, tidak saja dalam bentuk materi tetapi juga dalam bentuk tenaga, pikiran, bahkan waktu untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen. Banyaknya kunjungan dari berbagai perusahaan maupun para klien mendorong perusahaan untuk meningkatkan mutu kerja, baik dari manajemen, administrasi, sampai pelayanan yang diberikan. Tenaga-tenaga profesional sesuai dengan bidangnya

dididik dan dilatih secara tegas dan disiplin baik secara keterampilan, moral, *manner*, maupun mental. Upaya ini tidak sia-sia, hal ini terbukti atas dibangunnya cabang kedua Hotel 678 di daerah Cawang, yang membuktikan berkembangnya usaha perhotelan dari PT. 678 Jaya Sentosa. Hotel ini telah melewati masa penilaian dan evaluasi dari Direktorat Jendral Pariwisata dalam pengklasifikasiannya ke dalam hotel berbintang tiga baik dari jumlah kamar, fasilitas, maupun pelayanan yang tersedia, hal ini dibuktikan dengan sertifikat resmi sesuai dengan surat keputusan menteri perhubungan No.PM.10/P.V.301/pht/77 tanggal 22 Desember 1977 tentang peraturan industri perhotelan.



Gambar 3.2. *Preview Kamar Tipe Superior*
(Sumber:<http://678hotel.co.id>)

Adapun sebagai berikut rincian dari berbagai jenis kamar yang ditawarkan oleh Hotel 678, antara lain:

Jenis Kamar	Luas Kamar	Harga
Standard	3,85 x 5,30 m ²	Rp. 340.000,-/net
Deluxe/Twin	4,85 x 5,40 m ²	Rp. 360.000,-/net
Superior	5,85 x 5,40 m ²	Rp. 400.000,-/net
Family	7,85 x 4,85 m ²	Rp. 500.000,-/net
VIP	5,30 x 6,85 m ²	Rp. 500.000,-/net
Suite	8 x 7,80 m ²	Rp. 750.000,-/net

Tabel 3.1. Daftar Kamar dan Harga

<i>Other Package</i>	Fasilitas	Harga
<i>Conventional Hall</i>	-Luas :1000 m ² (40x25 meter) -Kapasitas 1000 orang untuk Standing Party -Toilet 2 ruangan -Panggung Utama 73,5 m ² -Kursi & Listrik & Full AC -Sound System	Siang (Pk. 11.00-13.00 WIB) : Rp.15.000.000,- Malam (Pk. 19.00-21.00 WIB) : Rp.17.000.000,- Overtime: Rp.800.000,-/Jam
<i>Meeting Room</i>	Min 15 orang. <i>Coffee Break/Lunch/Dinner</i> <i>Sound System, Mic.</i> <i>WIFI</i> <i>Projector</i>	Half Day : Rp.125.000,-/orang Full Day : Rp. 175.000,-/orang

	<i>Flipchart</i> <i>Mineral Water</i>	All Day : Rp. 265.000,-/orang
Spa	<i>Hot Stone</i> <i>Aroma Therapy</i> <i>Fitness</i>	Room VIP : Rp. 350.000,-/120min Room Suite : Rp. 430.000,-/120min Fitness Only : Rp.50.000,-/hari Rp.1.500.000,-/thn

Tabel 3.2. Fasilitas Hotel 678



Gambar 3.3. Pemakaian *Conventional Hall* untuk Pameran
(Sumber:<http://678.hotel.co.id>)

Secara umum, pengunjung yang datang ke Hotel 678 dapat dikelompokkan menjadi 4 kategori umum, yaitu untuk pertemuan acara kantor/bisnis/*meeting*, beristirahat, acara pernikahan, atau kegiatan lainnya, seperti *fitness*, spa, atau *lunch/dinner*.

3.1.2. Hasil Analisa SWOT

Analisa ini dilakukan untuk mengetahui *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (Ancaman) yang berhubungan dengan Hotel 678. Hasil analisa ini diperoleh melalui wawancara yang dilakukan dengan pihak manajer dari Hotel 678 dan kuisisioner yang diberikan kepada klien/calon klien. Hasil observasi/analisa Hotel 678 memberikan hasil antara lain:

1. Kekuatan (*Strength*):

- a. *Accessible*, karena hotel ini terletak di daerah perkotaan dan mudah dijangkau karena posisi hotel yang terletak di pinggir jalan tol.
- b. *Valuable Price*, dengan fasilitas yang sama, Hotel 678 berani membuka harga dibawah rata-rata hotel setaraf bintang 3 lainnya. Hotel 678 membuka harga start Rp. 340.000,-/night, sedangkan rata-rata harga kamar standar Hotel Bintang 3 menurut *Agoda.com* (situs pencarian hotel yang cukup ternama di Indonesia) adalah sekitar Rp. 547.505,-/night.

Jakarta hotels – average rate per night

★★★★★ 5 star hotel	★★★★ 4 star hotel	★★★ 3 star hotel
IDR 1,540,793	IDR 977,661	IDR 547,505

Gambar 3.4. *Price Rate* setiap hotel Jakarta
(Sumber:<http://Agoda.com/city/jakarta>)

c. Poin *strength* diatas membantu proses perubahan klasifikasi dan *positioning* dari Hotel 678, dan membantu latar belakang dalam pembuatan logo baru bagi Hotel 678.

2. Kelemahan (*Weakness*):

- a. *Awareness* Rendah, baik dari *brand* maupun logo tidak terlalu dikenal oleh masyarakat apalagi diluar kota Jakarta.
- b. *Image* logo yang lama tidak sesuai dengan

3. Peluang (*Opportunity*):

- a. Harga, pelayanan, dan lokasi yang baik menciptakan nilai tambah bagi PT. 678 Jaya Sentosa sebagai perusahaan yang maju dan mampu bersaing dengan para kompetitor lainnya
- b. Dengan *strength* dan status dari Hotel 678, memudahkan proses perubahan *positioning* dan klasifikasi Hotel 678 dari hotel transit dan keluarga menjadi hotel bisnis dan konvensional.

4. Ancaman (*Threat*):

- a. Pesatnya perkembangan jumlah bisnis perhotelan khususnya di kota Jakarta membuat masing-masing hotel bersaing demi mendapatkan pelanggan/konsumen.
- b. Cukup banyak kompetitor hotel berbintang lainnya yang menyediakan fasilitas yang lebih mewah dan menarik dibandingkan Hotel 678 lainnya.
- c. Wajah *brand* (logo) dari Hotel 678 yang tidak merepresentasikan konsep hotel itu sendiri, sedangkan banyak *brand* kompetitor lainnya yang tersusun baik dan profesional.

3.1.3. Wawancara

Wawancara dilakukan penulis untuk mendapatkan informasi dan data-data tentang Hotel 678, serta untuk mendapatkan alasan yang tepat dan akurat tentang perancangan ulang logo Hotel 678. Wawancara ini dilakukan terhadap Ibu Rita selaku manajer dan pengelola dari Hotel 678, wawancara pun dilakukan terhadap para klien dan calon klien untuk mendapatkan gambaran lebih jauh mengenai bisnis layanan jasa perhotelan dan kebutuhan perusahaan ini secara umum saat ini.

Menyadari bisnis perhotelan ini sebagai lahan baru yang demikian cerah, maka bermunculan pula perhotelan sejenis sebagai kompetitor dari Hotel 678. Ibu Rita menjelaskan, sejak Hotel 678 pertama kali dibangun dan diresmikan pada tahun 2005 di daerah Kemang, persaingan hotel sejenis masih bisa dihitung jari, dan rata-rata klien saat itu hanya menanyakan fasilitas ataupun harga yang ditawarkan pada saat ingin menggunakan jasa hotel itu sendiri.

Sekarang ini, bisnis perhotelan semakin meningkat dan tersebar dengan jumlah ratusan khususnya di kota Jakarta dan sekitarnya. Ibu Rita menyadari bahwa sekarang ini tidak hanya dibutuhkan fasilitas dan harga yang bersaing dikarenakan terlalu banyak hotel serupa yang memiliki fasilitas dan harga yang serupa pula, melainkan dibutuhkan sebuah *branding* yang sesuai dengan konsep ataupun visi misi dari perusahaan itu sendiri, karena fungsi dari *branding* itu sendiri adalah untuk menonjolkan karakter dari perusahaan dari segi kelebihan maupun konsep yang ditawarkan, hal tersebut menjadikan *brand* sebagai sebuah pembeda sebuah perusahaan dengan kompetitor lainnya.

Dengan kondisi tahun 2005 tersebut, Ibu Rita menjelaskan bahwa logo Hotel 678 pada saat itu diciptakan hanya sebagai sebuah keharusan untuk membangun hotel tersebut, hal tersebut menyimpulkan bahwa logo yang digunakan Hotel 678 dari tahun 2005 sampai sekarang masih belum dibangun secara profesional dalam arti logo tersebut tidak mencerminkan konsep yang ditawarkan Hotel 678 sebagai hotel bagi para profesional, nyaman, dan modern.

3.1.4. Kuisisioner

Penulis membuat kuisisioner yang berhubungan dengan logo dari hotel 678. Kuisisioner tersebut disebar ke daerah perkantoran sekitar Gading Serpong, dan bertujuan untuk menarik kesan atau gambaran pertama dari para audiens ketika melihat logo Hotel 678 sekarang ini. Setelah kuisisioner disebar dan dikumpulkan kembali, hasil yang didapatkan menyimpulkan bahwa bagi para karyawan/wiraswasta yang tidak mengenal atau mengunjungi Hotel 678, 60% audiens menyebutkan logo Hotel 678 saat ini terlihat seperti logo Hotel Melati,

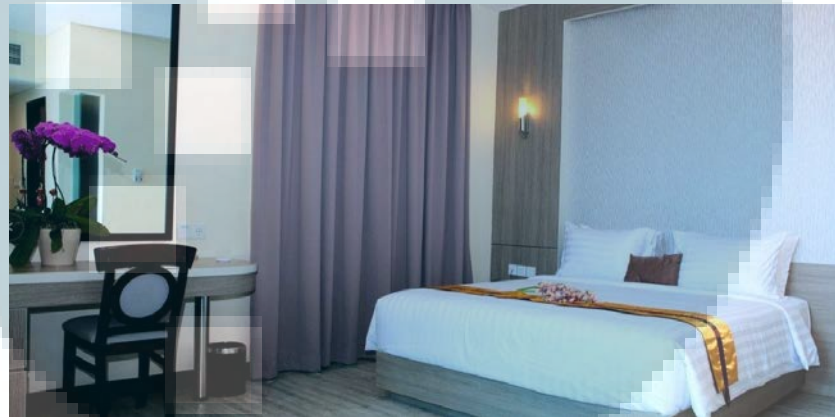
16% menyebutkan logo tersebut terlihat seperti logo hotel *resort* dan pondok penginapan, sisanya menyebutkan logo tersebut terlihat seperti logo Hotel Ekonomis/*Budget*. Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebar, ditarik kesimpulan bahwa untuk dapat memaksimalkan kekuatan dan kesempatan yang dimiliki oleh Hotel 678 serta menarik para calon klien baru yakni para eksekutif dan pengusaha, dibutuhkan sebuah desain logo baru yang sesuai dan efektif sebagai sebuah wajah dan identitas *positioning* yang baru, yang menjadi ujung tombak dan memegang peranan penting dalam kelangsungan bisnis perusahaan Hotel 678.

3.1.5. Kompetitor dan Entitas Sejenis

Hotel 678 sebagai penyedia jasa perhotelan bintang tiga di kota Jakarta tentunya memiliki pesaing-pesaing yang sejenis dengan target market dan jenis penawaran layanan yang hampir sama. Beberapa kompetitor tersebut antara lain: Hotel Artotel, Hotel Oria, dan Hotel All Seasons, yang juga terletak di sekitar perkotaan Jakarta. Penelitian lebih lanjut juga menunjukkan tingginya tingkat harga beberapa kompetitor tersebut, dimulai dari harga sekitar Rp.450.000,- sampai harga Rp.700.000,- untuk kamar tipe standar, sedangkan hotel 678 mematok harga awal sekitar Rp.340.000,- untuk sebuah kamar standar dengan fasilitas yang hampir sama. Dengan beberapa keunggulan dari Hotel 678 seperti harga yang ditawarkan cukup ekonomis, para tamu dapat menikmati kemudahan akses untuk menikmati Kota Jakarta, pelayanan yang baik, dengan atmosfir Hotel 678 yang damai dan harmonis, membuat Hotel 678 untuk membangun relasi dan *image* yang positif di mata klien untuk membangun *brand loyalty*.



Gambar 3.5. Oria Hotel
(Sumber: <http://oriahotel.com>)



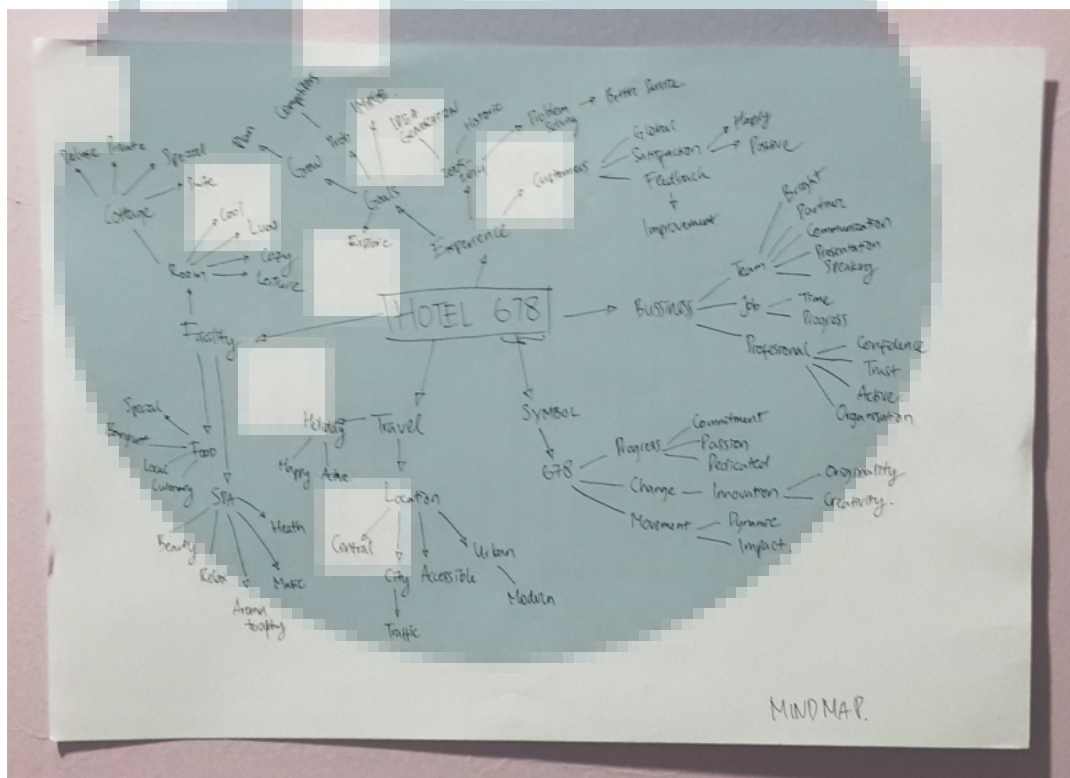
Gambar 3.6. *Preview Kamar* Oria Hotel
(Sumber: <http://oriahotel.com>)



Gambar 3.7. *Preview Meeting Room* Oria Hotel
(Sumber: <http://oriahotel.com>)

3.2. Mind Mapping

Pembuatan desain karya logo akan dimulai dengan perencanaan konsep kreatif. Perencanaan konsep kreatif ini diawali dengan pembuatan *mind map* sebagai penjabaran pola pikir untuk mendapatkan gambaran umum dari topik/judul yang akan dibahas.



Gambar 3.8. Mindmap
(Sumber:Penulis)

Proses mindmap Hotel 678 dimulai dari poin-poin dasar, karakteristik, serta kelebihan yang dimiliki, ataupun ingin ditonjolkan Hotel 678. Berdasarkan mindmap yang telah dibuat dapat diidentifikasi beberapa kata kunci utama yang cukup penting sebagai dasar konsep desain logo. Beberapa kata kunci yang terutama dalam perancangan ini adalah seperti *progress*, *symbol*, dan profesional.

Kata kunci ini secara keseluruhan melambangkan Hotel 678 sebagai partner bisnis yang profesional dan dapat dipercaya, dan juga simbolisasi perusahaan 678 sebagai perusahaan yang terus berkembang (*progress*) dan terus berinovasi. Di samping beberapa kata kunci dasar yang menjadi pertimbangan utama, juga ditemukan beberapa kata kunci lainnya seperti *modern*, *flexible*, dan *global*.

3.3. Konsep Kreatif

Sketsa *mindmap* yang telah dibuat diatas membantu penulis dalam menentukan gambaran konsep kreatif yang akan digunakan dalam perancangan ulang desain logo dari Hotel 678. Pertimbangan akan penggunaan poin-poin kunci yang telah ditemukan dalam proses penjabaran pola pikir (*mindmapping*) menghasilkan sebuah konsep kreatif yaitu bagaimana menghasilkan sebuah desain logo sebagai identitas utama dari Hotel 678 yang dapat mencerminkan citra profesional, melambangkan perkembangan (*progress*) dan pengalaman dari PT. 678 Jaya Sentosa, dan Hotel 678 sebagai *partner* bisnis yang terpercaya, dengan tetap memberikan citra nyaman, fleksibel, dan modern. Pemilihan font akan digunakan tipe serif/sans-serif yang mencerminkan sisi tegas dari poin bisnis dan profesionalisme, pemilihan warna pun menyesuaikan dengan konsep yang telah dijabarkan di *mindmap* dimana akan digunakan warna-warna seperti coklat, *neutral gray*, putih, ataupun *silver*.