



### **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

Dunia perhotelan di negara Indonesia diawali dengan dibukanya Hotel Indonesia dengan konsep *modern hotel* pada tahun 1962 di kota Jakarta. Bisnis perhotelan ini mulai berkembang saat bidang kepariwisataan di Bali sedikit demi sedikit mendapatkan perhatian serius, sampai pada akhirnya dibangunlah Hotel Bali Beach pada tahun 1963. Tidak hanya di Bali, kehidupan bisnis dalam bidang kepariwisataan dan perhotelan pada berbagai kota Indonesia juga ikut bangkit, seperti di Bandung, Semarang, Surabaya, dan tak terkecuali kota Jakarta sebagai ibukota negara Indonesia dan kota terpadat di pulau Jawa. Berdasarkan Sensus Penduduk Indonesia pada tahun 2010, jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta menempati peringkat pertama terpadat dibandingkan Provinsi lainnya, yakni sebanyak 9.809.857 jiwa. Tingkat kepadatan penduduk serta lahan bisnis yang terus berkembang di kota Jakarta membuat bisnis perhotelan semakin bertumbuh subur di kota Jakarta.

Hotel 678 dibangun pada tahun 2005 di daerah Kemang oleh Suntoso Jacob, Direktur Utama dari PT. Pondoktirta Sentosa. Dengan perkembangan bisnis yang signifikan, PT. Pondoktirta Sentosa akhirnya membangun kembali sebuah Hotel 678 pada tahun 2012 yang terletak di daerah Cawang, dibawah tanggung jawab PT. 678 Jaya Sentosa, yang merupakan anak perusahaan dari PT. Pondoktirta Sentosa. Hotel 678 ini telah melewati masa penilaian dan evaluasi

oleh Direktorat Jendral Pariwisata, dan diklasifikasikan sebagai hotel berbintang 3 baik dari jumlah kamar, fasilitas, dan pelayanan yang tersedia.

Berdasarkan *interview* dengan *Managing Director* Hotel 678, Ibu Rita menjelaskan bahwa pada awalnya Hotel 678 ini dibangun dengan konsep Hotel *Family & Transit* dimana rata-rata jangka waktu konsumen menginap adalah sekitar 12 jam sampai waktu maksimal 2 hari, hotel ini juga ditujukan untuk para keluarga yang ingin mengadakan syukuran/pernikahan. Seiring berjalannya waktu, PT. 678 Jaya Sentosa melihat peluang untuk merubah *positioning* dari Hotel 678 ini menjadi sebuah hotel *Conventional* dan *Business*, yang memiliki target utama klien yaitu para eksekutif dan pe-bisnis. Upaya *positioning* ini bertujuan untuk mengembangkan Hotel 678 baik dari strategi pemasaran hingga profit secara efektif, upaya tersebut dibantu dengan lokasi dari Hotel 678 yang terletak strategis karena dekat dengan pusat aktifitas bisnis dari kota Jakarta, dan juga dengan proses perbaikan infrastruktur dan interior, penambahan fasilitas, serta renovasi beberapa spot hotel dan penambahan beberapa *cottage* untuk kelas *Suite* dan *Business* dari Hotel 678.

Perubahan *positioning* dari Hotel 678 ini akan memiliki konsep dan pelayanan yang lebih modern dan profesional, dengan harga yang tetap ekonomis bagi kalangan menengah keatas. Hal diatas melatarbelakangi kebutuhan akan sebuah logo yang baru bagi Hotel 678 yang dapat memberikan persepsi dan citra yang baru sebagai wajah utama dari Hotel 678. David Airey dalam bukunya yang berjudul *Logo Design Love* menjelaskan pentingnya sebuah logo, dimana kecenderungan konsumen untuk memilih sebuah produk atau jasa adalah

berdasarkan kesan pertama yang mereka dapatkan dari produk tersebut dibandingkan dengan nilai yang sesungguhnya (2010, 8). Sebagai wajah utama dari suatu *brand* tentunya keberadaan sebuah logo yang ada dapat menentukan kesan pertama yang akan didapat oleh konsumen dan calon konsumen.

Permasalahan diatas melatarbelakangi kebutuhan PT. 678 Jaya Sentosa akan perancangan ulang logo yang sesuai bagi Hotel 678, juga sebagai solusi untuk mengatasi dan menjawab kebutuhan perusahaan akan logo tersebut.

### 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana cara merancang ulang sebuah logo yang sesuai bagi Hotel 678.

### 1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi oleh beberapa batasan yakni sebagai berikut:

1. Perancangan ini dibatasi pada pembuatan *brand identity* Hotel 678 dengan hasil akhir berupa logo dan *Graphic Standard Manual (GSM)*.

2. Segmentasi:

a. Demografis:

*Kelas Sosial* : kelas pekerja, menengah, menengah atas.

*Usia* : 22-50 tahun.

*Jenis Kelamin* : pria, wanita.

*Status* : lajang, menikah.

*Pekerjaan* : PNS, pengusaha, karyawan, dll.

*Kewarganegaraan* : Indonesia, Amerika, Korea, dll.

b. Psikografis:

*Gaya Hidup* : stabil, santai, profesional, dinamis.

c. Geografis

Secara geografis, Hotel 678 membidik pasar dengan dua kelompok, yaitu wisatawan mancanegara, dan masyarakat Indonesia baik dari dalam maupun luar kota Jakarta.

3. *Targeting*:

Berdasarkan segmentasi yang telah dibuat, target utama dari Hotel 678 meliputi: Pria dan wanita, berusia 25-50 tahun. Memiliki pekerjaan seperti karyawan dan pengusaha. Memiliki gaya hidup dan pola pikir yang stabil, santai, dinamis, profesional. Memiliki kepentingan untuk melakukan pertemuan bisnis bagi karyawan/pengusaha, beristirahat, dan juga untuk berelaksasi setelah melakukan pertemuan bisnis dari dalam maupun luar kota Jakarta.

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

Tujuan tugas akhir dengan judul *Perancangan Ulang Logo Hotel 678* adalah:

1. Membuat strategi perancangan yang tepat untuk mempresentasikan logo baru Hotel 678 melalui *Graphic Standard Manual (GSM)*.

2. Membuat aplikasi-aplikasi *brand identity* yang sesuai dengan rancangan logo baru Hotel 678.

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

Manfaat dari perancangan ini adalah memberikan logo yang dapat merefleksikan citra yang ingin dibangun oleh PT. 678 Jaya Sentosa terhadap Hotel 678 dan mencerminkan kualitas Hotel 678, sehingga meningkatkan keberadaan Hotel 678 di dalam persaingan bisnis.

### **1.6. Metode Pengumpulan Data**

Metode ini didasari oleh respon atau reaksi pada bentuk-bentuk dan verbal oleh pelihat atau khalayak sasaran (Yongky, 2006, hal.4). Penelitian dan perancangan ulang logo yang akan dilaksanakan ini dilengkapi dengan proses-proses pengumpulan data yang didasari kepada beberapa metode kualitatif yang dinilai sesuai, antara lain:

#### **1.6.1. Studi Literatur**

Studi literatur menjadi awal landasan penelitian secara teoritis serta menjadi titik tumpu perencanaan metode perancangan yang sesuai untuk mendapati tujuan utama dalam membuat perancangan ulang logo bagi Hotel 678. Tahap ini dilakukan dengan membaca literatur dengan tema perhotelan, *branding*, desain, dan logo.

#### **1.6.2. Wawancara**

Wawancara akan dilakukan kepada *Managing Director* dari Hotel 678 dan PT. 678 Jaya Sentosa, Ibu Rita sebagai sumber informasi data primer yang

relevan. Pihak lainnya yang bersangkutan seperti konsumen maupun pemilik entitas sejenis juga akan digunakan sebagai sumber informasi tambahan untuk mendapatkan informasi yang lebih lanjut.

### **1.6.3. Studi Lapangan**

Studi lapangan akan dilakukan untuk mengetahui kondisi yang berkaitan dengan tema perancangan. Studi lapangan ini meliputi perbandingan antara perusahaan Hotel 678 dengan entitas lainnya yang sejenis, juga penelitian tentang interaksi antara Hotel 678 dengan konsumen.

## **1.7. Metode Perancangan**

Metode perancangan akan dilakukan secara bertahap, untuk mendapatkan hasil penelitian dan perancangan yang maksimal dan tersusun rapi. Tahap-tahap ini terdiri dari:

### **1.7.1. Riset Pendahuluan**

Tahap penelitian dimulai dengan melakukan eksplorasi tema yang tersedia dan menjalankan riset pendahuluan atas tema yang sudah dipilih.

### **1.7.2. Latar Belakang**

Penelitian dilanjutkan dengan pembuatan latar belakang atas tema yang dipilih. Proses ini menjelaskan tentang proses pemilihan tema dan alasan pemilihan serta masalah yang melatarbelakangi perancangan ini.

### **1.7.3. Perumusan Masalah**

Setelah pembuatan latar belakang dilalui, hal yang menjadi pokok permasalahan diidentifikasi bagaimana permasalahan tersebut dapat dipecahkan.

### **1.7.4. Tujuan Perancangan**

Tahap perumusan masalah akan menjadi dasar ditentukannya tujuan perancangan yang akan menentukan arah penelitian dan perancangan. Setiap langkah penelitian dan perancangan bertujuan untuk hasil karya akhir yaitu logo baru yang sesuai bagi Hotel 678.

### **1.7.5. Tinjauan Pustaka**

Tahap ini merupakan tahapan penulis melakukan riset kepustakaan guna menjadi landasan teoritis dari karya yang nantinya dibuat. Solusi atas permasalahan yang akan dicari membutuhkan teori-teori dari para ahli yang relevan.

### **1.7.6. Analisa Lapangan**

Tahap ini dilakukan secara langsung kepada berbagai pihak yang relevan. Analisa lapangan ini dilakukan dengan cara wawancara, survei, observasi kompetitor sejenis, observasi konsumen, dan berbagai cara lainnya.

### **1.7.7. Konsep Kreatif**

Landasan teori yang relevan dan data yang dicari berdasarkan analisa lapangan akan mendukung dasar perancangan karya yang akan dibuat. Tahap ini akan dilakukan dengan pembuatan *mindmapping* untuk

melakukan eksplorasi konsep. Konsep yang ada akan disesuaikan dengan pihak perusahaan maupun konsumen sebagai dasar pembuatan logo.

#### **1.7.8. Sketsa Awal**

Pada tahap ini akan dilakukan pengembangan ide lewat visual, berupa sketsa-sketsa kasar pensil atau bolpen yang dilakukan secara manual. Eksplorasi sketsa dasar logo dibuat menjadi beberapa alternatif, dan beberapa logo yang paling berpotensi akan dipilih pada tahap ini.

#### **1.7.9. Digitalisasi**

Tahap berikutnya, beberapa logo yang berpotensi dipindahkan ke komputer, untuk digambar ulang dengan menggunakan *software*.

#### **1.7.10. Eksplorasi Bentuk, Warna, dan Tipografi**

Logo yang telah digambar ulang, dibuat beberapa alternatif dari eksplorasi bentuk, warna, serta tipografi. Pada tahap ini bagian-bagian logo sudah menjadi satu kesatuan untuk dipilih yang paling sesuai untuk pembuatan logo final.

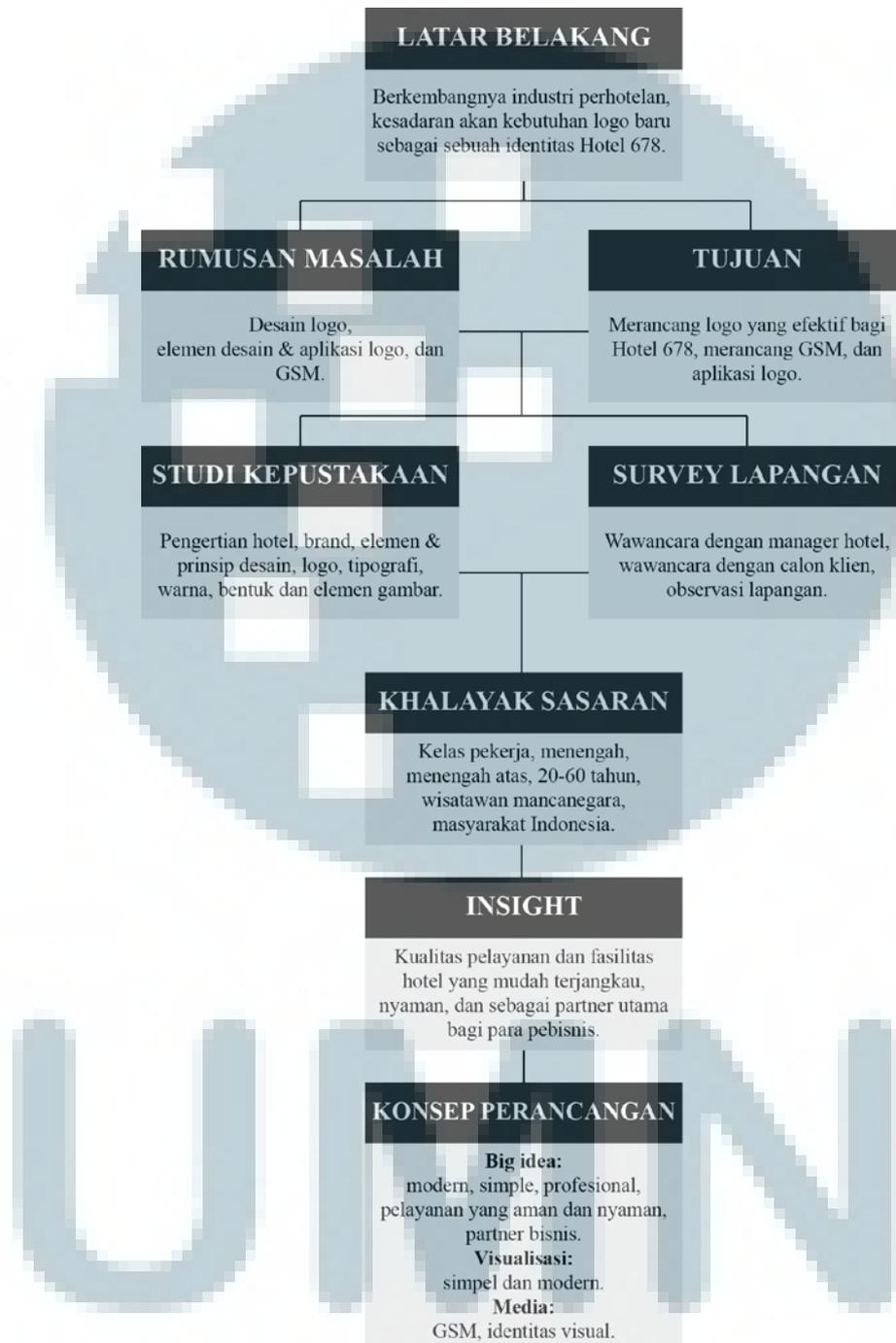
#### **1.7.11. Aplikasi Logo**

Logo yang telah dipilih di tahap yang sebelumnya, akan diuji coba dalam berbagai aplikasi baik secara digital maupun cetak. Tahap ini bertujuan agar logo tersebut matang dan layak dipublikasikan.

#### **1.7.12. Karya Akhir**

Permasalahan logo yang sudah diperbaiki setelah tahap percobaan aplikasi membuktikan bahwa logo baru sudah siap digunakan.

## 1.8. Skematika Perancangan



Bagan 1.1. Skematika Perancangan