

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN KOMUNIKASI GRAFIS
PENUNJANG KAMPANYE PERIKLANAN
QUEEN OF THE SOUTH
YOGYAKARTA**

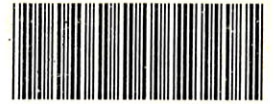


KARYA SENI

Oleh :

SYARIF T.Y. KATILI

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1994**



KT009785

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN KOMUNIKASI GRAFIS
PENUNJANG KAMPANYE PERIKLANAN
QUEEN OF THE SOUTH
YOGYAKARTA**



SYARIF T. Y. KATILI

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1994**

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN KOMUNIKASI GRAFIS
PENUNJANG KAMPANYE PERIKLANAN
QUEEN OF THE SOUTH
YOGYAKARTA**



Oleh :

SYARIF T. Y. KATILI

No. Mhs. : 861 0154 023

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang
Disain Komunikasi Visual**

1 9 9 4

Tugas Akhir ini diterima oleh Tim Penguji
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 18 Februari 1994



Drs. Sadjiman

Dosen Pembimbing I/Anggota



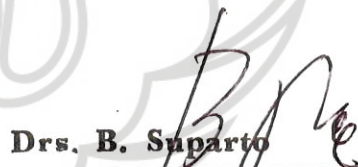
Drs. Parsuki

Dosen Pembimbing II/Anggota



Ir. Merdah HS., MS

Cognate/Anggota



Drs. B. Suparto

**Ketua Jurusan Disain/Ketua/
Anggota**



Drs. Asnar Zacky

**Ketua Program Studi Diskomvis/
Anggota**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Sun Ardi, S.U

NIP. 130321410

KATA PENGANTAR

Dengan ditetapkannya Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata Utama karena potensi wisata yang dimiliki Yogyakarta memenuhi syarat dan memiliki daya tarik yang tinggi, maka diharapkan kepada seluruh lapisan masyarakat untuk mendukung kebijaksanaan pemerintah dan mengambil manfaat yang sebesar-besarnya guna meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat. Salah satu penunjang program pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Queen of the South Hotel yang terletak di Parang Tritis.

Pertama-tama kami mengucapkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkah dan rahmat-Nya dapat terselesaikannya Tugas Akhir ini dengan lancar. Disamping itu kami juga menyadari bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan karena bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini tidak lupa kami mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak drs. Sun Ardi, S.U selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia.
2. Bapak Drs. Sukarman selaku Pembantu Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia.
3. Bapak drs. B. Suparto sebagai Ketua Jurusan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia.
4. Bapak drs. Wibowo selaku Sekertaris Jurusan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia.
5. Bapak drs. Asnar Zacky selaku Ketua Program Studi

Disain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa,
Institut Seni Indonesia

6. Bapak Drs. Sadjiman selaku Dosen Pembimbing I,
atas pembinaan dan pengarahannya yang diberikan
selama dalam pengerjaan karya tugas akhir ini.
7. Bapak Drs. Parsuki selaku Dosen Pembimbing II,
atas pembinaan dan pengarahan yang diberikan selama
pengerjaan karya tugas akhir ini.
8. Ayah ,Ibu dan adik-adik terkasih, atas dukungan
dan dorongan moril dalam pengerjaan karya tugas
akhir ini.
9. Bapak Roesbanu sebagai pemilik dari Queen of The
South atas petunjuk yang diberikan.
10. Teman-teman antara lain : Sigit, Adnyana, Bambang
yang telah banyak membantu secara langsung maupun
tidak langsung dalam penyelesaian karya tugas akhir
ini. Serta teman-teman yang lain yang telah banyak
membantu kelancaran tugas akhir ini.

Akhir kata, kami menyadari sepenuhnya bahwa karya
tugas akhir ini jauh dari sempurna, kami mengharapkan semo-
ga karya tugas akhir ini dapat berguna bagi semua pihak
yang membutuhkannya.

Syarif T. Y. Katili

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN PERMASALAH.....	2
C. TUJUAN PERANCANGAN.....	3
D. METODE PERANCANGAN.....	3
E. SISTIMATIKA PERANCANGAN.....	4
BAB II. INVENTARISASI DAN IDENTIFIKASI DATA	
A. PENGUMPULAN DATA.....	6
a. Data Perusahaan dan Produk.....	6
b. Data Lapangan.....	9
B. PENGOLAHAN DATA.....	11
a. Analisa Data.....	11
b. Kesimpulan.....	15
C. PENETAPAN-PENETAPAN.....	16
BAB III. KONSEP PERANCANGAN	
A. PERENCANAAN MEDIA.....	18
1. Tujuan Media.....	18
2. Strategi Media.....	20

B. PERENCANAAN KREATIF.....	30
1. Tujuan Kreatif.....	30
2. Strategi Kreatif.....	30
3. Konsep Visual.....	31
4. Program Kreatif.....	31
BAB IV. PENUTUP.....	36
DAFTAR PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN.....	38



DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
I. Jadwal Pemunculan Media.....	25



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pada Pola Dasar Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta dengan melihat potensi daerah yang dimilikinya telah menetapkan Pengembangan Pariwisata sebagai alternatif pemecahan untuk meningkatkan penerimaan pendapatan daerah, melalui peningkatan kesempatan kerja dan berusaha, peningkatan pendapatan masyarakat.

Dengan ditetapkannya Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata Utama karena potensi wisata yang dimiliki Yogyakarta memenuhi syarat dan memiliki daya tarik yang tinggi, maka diharapkan kepada seluruh lapisan masyarakat untuk mendukung kebijaksanaan pemerintah dan mengambil manfaat yang sebesar-besarnya guna meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat. Salah satu dari penunjang program pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Queen of The South, yang terletak di Parang Tritis.

Queen of The South Hotel mulai didirikan oleh bapak Roesbanu pada tahun 1988, dan mulai dibuka pada tanggal 5 April 1992. Hotel ini memiliki 38 buah kamar yang terdiri dari 22 kamar standart, 14 kamar superior dan 2 kamar suite. Ini semua juga ditunjang dengan fasilitas-fasilitas lainnya seperti bar, kolam renang, lapangan tennis, dan sebagainya. Yang merupakan daya tarik dari

hotel ini adalah lokasi yang menarik dan jauh dari keramaian sehingga para tamu dapat bebas menikmati liburnya tanpa terikat formalitas sehari-hari.

Didieraah Istimewa Yogyakarta memang sudah banyak terdapat hotel-hotel, baik yang berbintang maupun yang biasa. Maka persaingan hotel-hotel tersebut semakin ketat dan keras, guna menarik para wisatawan domestik maupun manca negara. Usaha-usaha yang dilakukan oleh para menejer hotel-hotel tersebut dapat berupa potongan harga, promosi melalui surat kabar, poster dan sebagainya yang menonjolkan kelebihan dari masing-masing pihak. Sehingga dirasa perlu oleh pihak Queen of the South untuk menemukan cara yang unik guna meningkatkan jumlah tamu sebanyak 25 % dari yang ada pada saat ini.

B. RUMUSAN PERMASALAHAN

Selama ini pihak Queen of The South Hotel telah melakukan upaya promosi melalui berbagai usaha, antara lain promosi melalui brosur, stiker dan billboard. Namun usaha tersebut hanya menjangkau sebahagian kecil dari pangsa pasar Queen of The South

Untuk mencapai tujuan pemasaran , yaitu meningkatkan jumlah para tamu yang menginap sebanyak 25 persen dari jumlah yang ada saat ini .Dalam hal ini, permasalahan pokoknya adalah :

Bagaimana menciptakan strategi kreatif dan strategi media yang dapat mendukung tujuan pemasaran dari Queen of the South ?

C. TUJUAN PERANCANGAN

1. Menyusun konsep komunikasi pemasaran Queen of The South Hotel melalui media-media komunikasi grafis sehingga dapat meningkatkan jumlah para tamu sesuai dengan tujuan pemasaran dari pihak Queen of The South Hotel.
2. Mengembangkan kreativitas secara maksimal dalam olah komunikasi grafis untuk mendukung tujuan pemasaran perusahaan, dengan memberikan rancangan-rancangan sampai dengan tahap disain jadi (fixed design).

D. METODE PERANCANGAN

Prosedur dari tahap ke tahap adalah sebagai berikut :

1. Pada bagian pendahuluan akan dibahas mengenai latar belakang masalah yaitu : meningkatkan jumlah konsumen sebanyak 25 % dari yang ada pada saat ini.
2. Menentukan rumusan masalah sebagai berikut : bagaimana mendukung tujuan pemasaran dari Queen of the South ?
3. Menentukan tujuan perancangan yaitu :
 - a. Menyusun konsep komunikasi pemasaran Queen of the South melalui media komunikasi grafis sehingga dapat meningkatkan jumlah tamu.
 - b. Mengembangkan kreativitas dalam olah komunikasi grafis untuk mendukung tujuan pemasaran.
4. Menentukan data produk yang dikampanyekan :

Nama produk : Queen of the South

Lokasi : Parang Tritis

5. Ditentukan keputusan-keputusan, yang berupa tujuan pemasaran, tujuan promosi, tujuan kreatif.
6. Setelah menentukan tujuan-tujuan tersebut maka sampai pada bagian perancangan media, yaitu menentukan khalayak sasaran, menentukan media yang akan digunakan.
7. Pada perencanaan kreatif akan dibahas tentang tema tema, bahasa verbal, bahasa visual.
8. Setelah menentukan perencanaan media dan perencanaan kreatif, maka akan sampai pada perencanaan visual yaitu menentukan jenis huruf yang akan digunakan, tehnik ilustrasi, momentum.
9. Pada bagian terakhir, yaitu bagian disain merupakan proses menvisualisasikan kedalam bentuk-bentuk media komunikasi visual dari lay out hingga ke finishing art work.

F. SISTIMATIKA PERENCANAAN

Bab I : Pendahuluan

- a. Latar belakang masalah.
- b. Rumusan masalah.
- c. Tujuan perancangan.
- d. Metodologi perancangan.

Bab II : Inventarisasi dan identifikasi data.

- a. Pengumpulan data.
- b. Pengolahan data.
- c. Penetapan-penetapan.

Bab III : Konsep perancangan.

- a. Perencanaan media.
- b. Perencanaan kreatif.

Bab IV : Penutup.

Daftar pustaka.



BAB II

INVENTARISASI DAN IDENTIFIKASI DATA

A. PENGUMPULAN DATA

a. Data Perusahaan dan Produk

1. Nama Perusahaan :

QUEEN OF THE SOUTH Beach Resort

2. Alamat :

Parang Tritis

YOGYAKARTA

Telephone (0274) 67186

Fax (0274) 67197

Pada tahun 1988 mulai didirikan Hotel Queen of the South yang terletak di daerah wisata Parang Tritis, Yogyakarta. Usaha yang dirintis oleh Bapak Roesbanu ini mulai dioperasikan dengan soft opening pada tanggal 5 April 1992, hingga sekarang. Queen of The South Hotel memiliki 38 kamar, yang dibagi atas 22 kamar standart, 14 kamar superior dan 2 kamar suite. Fasilitas-fasilitas lainnya seperti : kolam renang, lapangan tenis, restoran, dan lain sebagainya juga disediakan oleh pihak Queen of The South Hotel. Yang merupakan daya tarik tersendiri dari Queen of The South Hotel ini adalah lokasi yang sangat menarik, di mana Hotel tersebut lokasinya terletak diatas karang yang sangat terjal, sedangkan dipinggir karang bagian

bawah langsung terdapat laut selatan. Hotel ini masih akan di kembangkan sesuai dengan denah utama, yaitu dengan penambahan kamar dan pengembangan yang lainnya.

3. Produk dan Harga

Harga kamar di Queen of The South Hotel dikelompokkan menjadi :

1. Kamar Standart (fan)US \$ 64.00.
2. Kamar Superior (AC)US \$ 67.00.
3. Family Suite (AC)US \$ 140.00.

Untuk extra bed dikenakan tambahan sebesar US \$ 12.50 bagi setiap orang.

Untuk sarapan pagi digolongkan menjadi 3, yaitu :

1. Continental Breakfast.....US \$ 5.50.
2. Indonesian Breakfast.....US \$ 5.50.
3. American Breakfast.....US \$ 7.50.
4. Indonesian Lunch Buffet.....US \$ 7.50.

Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pihak Queen of The South adalah :

1. Parang Suko Lounge :

Tempat untuk bersantai dengan menikmati kopi, teh, juga disediakan makanan kecil khas Jawa.

2. Parang Kencono Dining Room :

Restoran terbuka yang menyediakan berbagai masakan laut, daging panggang, masakan oriental dan masakan-masakan Jawa.

3. Parang Samudra Pool Bar :

Tempat untuk menikmati minuman-minuman segar.

Untuk fasilitas-fasilitas olah raga disediakan

1. Kolam renang.
2. Lapangan tenis.
3. Tempat billiard.
4. Taman untuk berjalan-jalan.
5. Menunggang kuda.
6. Menelusuri gua.

Sedangkan untuk fasilitas-fasilitas tamu hotel disediakan :

1. Facsimile dan telephone untuk international.
2. Service laundry.
3. Persewaan mobil.
4. Service room 24 jam.
5. Transportasi dari dan menuju ke bandara udara dan stasiun kereta api.

4. Posisi Pasar .

Posisi Queen of The South jika dikaitkan dengan jenis dari produk dapat digolongkan dalam jenis services, sedang pada konsepsi Produk Live Cycle berada dalam tahap Product Introduction.

Melihat harga yang ditetapkan oleh pihak Queen of The South maka jelas bahwa sasaran yang dituju adalah masyarakat golongan menengah keatas. Adapun perincian Target Audience yang ditetapkan oleh Queen of The South adalah :

a. Geografis :

Yogyakarta

b. Demografis :

- Pria dan wanita.
- 25 tahun keatas.
- Keluarga dan perorangan
- Tingkat ekonomi menengah keatas.
- Wisatawan domestik dan mancanegara yang sedang berlibur di Yogyakarta.

5. Potensi Pasar

Yogyakarta adalah merupakan daerah tujuan wisata ke dua setelah Bali, dan merupakan pasar produk yang potensial. Dengan digalakkannya program pariwisata yang dicanangkan oleh pemerintah adalah merupakan lahan yang tidak akan habis digarap.

6. Pesaing

Persaingan dalam bisnis perhotelan di Yogyakarta saat ini sudah sangat tajam, hal ini terjadi karena perhotelan di Daerah Istimewa Yogyakarta sudah sangat banyak. Yang membedakan adalah tempat atau lokasi hotel tersebut sendiri. Dapat dikatakan bahwa semua usaha perhotelan yang mempunyai tarif yang hampir setara dengan Queen of The South adalah merupakan pesaing, namun jika dilihat dari lokasi hotel maka Queen of The South tidak memiliki saingan di daerah Parang Tritis.

b. Data Lapangan

. Dari pengamatan yang dilakukan, diperoleh data-data penting yang selanjutnya diklasifikasi-

kan dalam dua kategori yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

1. Data Primer

- a. Letak lokasi yaitu di daerah pariwisata Parang Tritis di sebelah selatan Yogyakarta. Tepatnya 5 kilometer setelah tempat parkir bis.
- b. Di Parang Tritis sendiri banyak terdapat motel-motel kecil yang jika dilihat dari target audiencenya bukan merupakan pesaing dari Queen of The South. Oleh karena itu praktis Queen of The South tidak memiliki saingan di daerah Parang Tritis.

2. Data Sekunder

a. Faktor Penghambat

1. Queen of The South merupakan hotel yang baru dikembangkan di Yogyakarta. Tanggapan masyarakat saat ini masih dalam tahap Unawareness atau tidak sadar akan adanya produk.
2. Letak dari Queen of The South yang jauh dari pusat kota dan pusat keramaian.
3. Belum mengaktifkan periklanan.

b. Faktor Pendukung

1. Tidak ada pesaing yang setara di kawasan Yogyakarta Selatan.

2. Lokasi hotel yang terletak di daerah wisata Parang Tritis, yang merupakan daerah wisata yang cukup potensial.

c. Usaha Yang Telah Dilakukan

1. Mengadakan usaha periklanan melalui media outdoor, stiker - stiker pada taksi dan pembuatan folder-folder.
2. Mengikuti pameran pariwisata yang diselenggarakan oleh Dirjen Pariwisata di Surabaya.

d. Kendala

Sampai saat ini tidak dijumpai kendala yang dapat mengganggu kelancaran pengembangan Queen of The South.

B. PENGOLAHAN DATA

a. Analisa Data

Untuk menganalisa data yang masuk digunakan metode analisa kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang ada. Menurut Prof. Dr. Sukanto Reksohadiprodjo, M.Com :

Analisa kekuatan dan kelemahan dilakukan orang dalam rangka analisa kesempatan dan penentuan strategi perusahaan.¹⁾

Untuk membahas seberapa kuat atau lemah perusahaan, perlu ukuran tertentu. Selanjutnya setelah dilakukan analisa kekuatan dan kelemahan badan usaha,

¹⁾ Prof. Dr. Sukanto Reksohadiprodjo, M.Com, Dr. T. Hani Handoko, M.B.A., Drs. Siswanto, M.Sc., Kebijakan Perusahaan, (Yogyakarta : BPFE, 1992), hal.29

maka dapat diberikan kesempatan berusaha dan ancaman atau hambatan apa saja yang mungkin muncul dan dihadapi perusahaan.

Pembahasan kekuatan dan kelemahan perusahaan menyangkut segi operasional serta segi manajerial, dibawah ini akan diperlihatkan sistematika segi operasional.

1. Segi operasional

a. Aspek Pemasaran

1. Segi produk

a. Pengembangan produk baru.

Untuk jangka waktu yang agak panjang mungkin tidak akan dilakukan pengembangan perusahaan.

b. Siklus hidup produk (*produk life cycle*).

Siklus hidup perusahaan (PLC) berada dalam tahap pengenalan produk (*produk introduction*) yang mempunyai ciri-ciri :

Karakteristik :

- penjualan rendah.
- keuntungan sedikit.
- arus kas negatif.
- langganan inovatif.
- pesaing sedikit.

Reaksi :

- perhatian perluasan pasar.
- biaya pemasaran tinggi.
- distribusi seadanya.

c. Campuran produk (*produk mix*)

Untuk mengisi tenaga kerja, pihak Queen of the South mengambil kebijaksanaan untuk mengambil tenaga kerja dari daerah sekitar Parang Tritis. Sebelum memulai kerja, diberikan dahulu training.

2. Segi Manajerial

Pihak Queen of the South menggunakan struktur organisasi divisional, dimana presiden di rektur merupakan pemilik.

a. Kekuatan

1. Queen of The South merupakan satu-satunya hotel yang bertaraf nasional yang terdapat di daerah wisata Parang Tritis.
2. Lokasi Queen of the South yang sangat menarik.
3. Fasilitas-fasilitas penunjang yang memadai.

b. Kelemahan

1. Queen of The South merupakan hotel yang baru saja dikembangkan dan belum banyak dikenal masyarakat luas.
2. Jauh dari pusat keramaian dan pusat kota.
3. Lokasi yang tidak terjangkau oleh kendaraan angkutan umum.
4. Belum melakukan kegiatan promosi secara maksimal.

c. Kesempatan

1. Meningkatnya wisatawan domestik maupun mancanegara yang berlibur ke Daerah Istimewa Yogyakarta

ta.

2. Kejenuhan masyarakat terhadap hotel-hotel yang terletak dikota-kota besar, karena selain terikat oleh formalitas-formalitas tertentu para tamu juga tidak dapat menikmati kebebasannya.

d. Ancaman

1. Persaingan pasar yang semakin tajam.
2. Tumbuhnya grup menuju era konglomerasi yang berskala internasional yang mengancam pertumbuhan hotel-hotel yang tidak bergabung dalam grup tertentu.

b. Kesimpulan

Dari analisa data yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Umum

1. Ketidak sadaran masyarakat akan keberadaan dari Queen of The South disebabkan belum adanya hubungan komunikasi yang efektif dan meluas pada seluruh Target Market.
2. Usaha promosi yang dilakukan belum mencukupi sebagai langkah awal dari kegiatan promosi, sehingga perlu ditambah dengan perencanaan yang matang serta sarana komunikasi yang lainnya.

b. Khusus

1. Promosi mutlak diperlukan untuk menunjang keberhasilan pemasaran.

2. Perlunya diambil suatu kebijaksanaan untuk mendekatkan produk pada konsumen melalui media berkala.

C. PENETAPAN - PENETAPAN

Dari kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh, maka dapat dirumuskan penetapan-penetapan sebagai berikut :

1. Tujuan Pemasaran

Menambah jumlah tamu yang menginap 25 % dari jumlah yang tamu saat ini.

Wisatawan asing sebanyak 270 orang per tahun.

Wisatawan domestik sebanyak 630 orang per tahun.

2. Strategi Pemasaran

Mengonsentrasikan pada periklanan.

5. Tujuan Periklanan

a. Menarik khalayak sasaran untuk menginap di Queen of The South.

b. Menanamkan citra bahwa di Queen of The South para tamu bebas dari segala formalitas sehari-hari.

6. Strategi Periklanan

a. Jumlah khalayak sasaran yang akan dipengaruhi sejumlah 900 orang per tahun, yaitu wisatawan asing sebanyak 270 orang dan wisatawan domestik sebanyak 630 orang. Sedangkan daerah khalayak sasarannya adalah Yogyakarta.

b. Bauran periklanan melalui perencanaan media dan kreatif yang akan dibahas pada bab III.

7. Biaya Periklanan dan Promosi

Untuk biaya periklanan dan promosi Queen of The

South disesuaikan dengan perencanaan kampanye, karena anggaran promosi yang disediakan sesuai dengan kebutuhan tanpa batasan.



BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. PERENCANAAN MEDIA

Menurut Wells, Burnet dan Moriarty perencanaan media adalah :

Media planning is a problem solving process that translates marketing objectives into a series of strategic decisions. The ultimate goal is to place the advertising message before a target audience. The planning decisions involved : which audiences to reach, where (geographic emphasis), when (timing), for how long (campaign length), and how intense (frequent) the exposure should be.²⁾

Pernyataan diatas dapat diterjemahkan sebagai berikut : Perencanaan media adalah suatu proses pemecahan masalah yang menterjemahkan tujuan pemasaran kedalam sebuah serial pengambilan keputusan yang strategis. Tujuan utamanya adalah menempatkan pesan-pesan iklan sebelum khalayak sasaran. Keputusan perencanaan media meliputi : jenis pembaca yang ingin dijangkau (khalayak sasaran), dimana (daerah utama), kapan (waktu), dan seberapa sering (frekwensi). Dibawah ini akan dibahas komponen-komponen tersebut.

1. Tujuan Media

a. Khalayak sasaran

Khalayak sasaran dapat dikategorikan menjadi 3 kategori, yaitu demografis, psikologis, kebiasaan menggunakan produk (*produk use habit*).

²⁾ William Wells, John Burnett, Sandra Moriarty, Advertising Principles and Practice, (Englewood Cliff, NJ : Prentice Hall, Inc, 1992) hal. 268.

1. Demografis

Jenis kelamin : pria dan wanita
 Usia : 25 tahun keatas
 Status pernikahan : perorangan dan keluarga
 Status golongan : wisatawan domestik dan mancanegara yang sedang berlibur dan berkunjung ke Yogyakarta

2. Psikologis

Gaya hidup : cenderung moderen dan sibuk
 Jenis pekerjaan : pekerjaan didalam ruangan atau berhubungan dengan orang banyak, sehingga menuntut selalu bersikap dan berpakaian formal.
 Tempat tinggal : di kota-kota besar.

3. Kebiasaan Penggunaan Produk

Selalu mencoba penggunaan produk baru dan jenuh terhadap lingkungan sehari-hari yang menuntut untuk bersikap dan bertingkah laku formal.

b. Daerah Sasaran

Daerah yang menjadi sasaran utama adalah daerah Yogyakarta, sedangkan daerah yang juga menjadi sasaran adalah daerah-daerah Bali, Surabaya dan Jakarta.

c. Menentukan media yang cepat mendapat tanggapan dari pasar sasaran.

dalam 3 jenis yakni iklan baris, display dan suplemen.³

Iklan baris umumnya terdiri dari pesan-pesan komersial yang berhubungan dengan kebutuhan pengiklan, seperti jual beli kendaraan, iklan lowongan pekerjaan, dan sebagainya. Sedangkan iklan display adalah iklan yang ukurannya bervariasi, tetapi biasanya minimal 2 kolom. Suplemen sendiri adalah brosur iklan atau poster yang disisipkan pada lembaran koran.

Kekuatan dari iklan surat kabar adalah sebagai berikut :

- Dapat menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai dengan cakupannya.
- Keuntungan kebiasaan konsumen membawa surat kabar sebagai referensi untuk memilih barang sewaktu berbelanja.
- Konsumen umumnya memandang surat kabar memuat hal-hal aktual yang perlu segera diketahui khalayak pembacanya.
- Pengiklan dapat bebas memilih pasar mana yang akan diprioritaskan.

³) Rhenald Kasali, Manajemen Periklanan, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1992) hal. 106

2. Iklan Majalah

Majalah telah menspesialisasikan produknya untuk menjangkau konsumen tertentu. Setiap majalah umumnya mempunyai pembaca tertentu yang lebih sedikit daripada pembaca surat kabar, namun memiliki pasar yang lebih mengelompok.

Kekuatan dari majalah adalah :

- Kemampuan menjangkau segmen pasar yang lebih terspesialisasikan.
- Kualitas visual majalah yang sangat prima.
- Majalah mempunyai usia edar yang panjang.

3. Folder

Folder umumnya digunakan untuk memberikan informasi secara lengkap dan rinci mengenai suatu produk kepada khalayak. Bentuk folder yang berupa lipatan-lipatan memudahkan orang untuk membawanya.

Keuntungan folder adalah :

- Kemampuannya menjangkau segmen pasar yang lebih terspesialisasi.
- Dapat membuat ilustrasi produk dalam warna
- Dapat menjelaskan produk secara rinci.

4. Brosur

Brosur adalah suatu bentuk edaran yang dicetak diatas suatu media, dan digunakan untuk memberitahukan sekaligus menjelaskan suatu produk kepada khalayak. Penyebarannya

dapat dilakukan dengan cara membagikannya langsung kepada khalayak sasaran ataupun dengan cara menyisipkan kedalam media lain seperti surat kabar.

Keuntungan penggunaan brosur adalah :

- Kemampuannya menjangkau segmen pasar yang lebih terspesialisasi.
- Dapat membuat ilustrasi produk dalam warna
- Dapat menjelaskan produk secara rinci.

2. Prioritas Media

Prioritas media diperlukan untuk lebih memberikan titik berat kepada kampanye periklanan yang dilakukan. Dalam kegiatan pemasaran dikenal 2 cara berpromosi yaitu melalui media utama dan media penunjang. Setelah memperhatikan kriteria pemilihan media dan tujuan media sebagai pedoman maka prioritas media ditentukan sebagai berikut :

a. Media Utama

1. Iklan Surat kabar

b. Media penunjang utama

1. Iklan Majalah
2. Brosur
3. Folder

c. Media penunjang

1. Map
2. Bungkus sabun
3. Bungkus gula

3. Penjadwalan Media

Penjadwalan media ini meliputi penempatan dan jangka waktu pemunculan media iklan. Penjadwalan tersebut ditentukan pada bulan-bulan Januari, Agustus, September, Oktober dan Desember. Pemilihan waktu-waktu tersebut berdasarkan pertimbangan pada bulan-bulan tersebut adalah bulan -bulan liburan, dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

a. Media Utama : Iklan Surat kabar

Pemunculan : 4 x / minggu

Jumlah : 2 buah iklan 6 kolom x 150 mm

2 buah iklan 4 kolom x 240 mm

b. Media penunjang utama

1. Iklan Majalah

Pemunculan : 1 x / bulan

Jumlah : 2 buah iklan ukuran 230 x 268 mm.

2. Brosur

Pemunculan : 4 x / minggu

Jumlah : 250 buah untuk setiap pemunculan.

3. Folder

Pemunculan : 7 x / minggu

Jadwal pemunculan iklan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Januari

Minggu	I							II							III							IV						
Hari ke	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Folder	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ikl.Koran 1	■													■					■									■
Ikl.Koran 2		■							■							■											■	
Ikl.Koran 3			■					■													■					■		
Ikl.Koran 4				■							■							■							■			
Ikl.Majalah				■																								
Ikl.Majalah							■																					
Bungkus Sb	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Bungkus G1	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Brosur	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Map	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Agustus

Minggu	I							II							III							IV						
Hari ke	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Folder	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Ik1.Koran 1	•													•					•									•
Ik1.Koran 2		•							•							•												•
Ik1.Koran 3			•					•													•					•		
Ik1.Koran 4					•						•							•							•			
Ik1.Majalah				•																								
Ik1.Majalah							•																					
Bungkus Sb	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Bungkus Gl	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Brosur	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•
Map	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•	•

September

Minggu	I							II							III							IV						
Hari ke	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Folder	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ikl.Koran 1	■													■					■									■
Ikl.Koran 2		■							■							■											■	
Ikl.Koran 3			■						■												■						■	
Ikl.Koran 4					■						■							■								■		
Ikl.Majalah				■																								
Ikl.Majalah							■																					
Bungkus Sb	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Bungkus Gl	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Brosur	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Map	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Desember

Minggu	I							II							III							IV						
Hari ke	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
Folder	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ikl.Koran 1	■													■					■									■
Ikl.Koran 2		■							■							■											■	
Ikl.Koran 3			■					■													■					■		
Ikl.Koran 4				■							■							■							■			
Ikl.Majalah				■																								
Ikl.Majalah							■																					
Bungkus Sb	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Bungkus Gl	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Brosur	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Map	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

B. PERENCANAAN KREATIF

Pokok-pokok dari perencanaan kreatif adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Kreatif

- a. Menciptakan pesan visual berupa penggambaran yang dapat menarik minat masyarakat untuk mencoba menginap di Queen of the South.
- b. Menciptakan pesan verbal yang berupa rangkaian kalimat yang dapat membangkitkan dan mendorong keinginan konsumen untuk mencoba menginap di Queen of the South.

2. Strategi Kreatif

Pada bagian ini akan dibahas paduan kreatif yaitu :

a. Isi

Pesan yang akan disampaikan dalam rancangan ini disusun menurut struktur sebagai berikut :

1. Janji yang diungkapkan dalam headline adalah "Free from form".
2. Memberitahukan kepada masyarakat terutama kepada khalayak sasaran mengenai keuntungan jika menginap di Queen of the South, yaitu bebas dari formalitas.

b. Bahasa Verbal

Untuk menyampaikan bahasa verbal, memerlukan rangkaian kata-kata yang dapat menggugah minat khalayak. Bentuk pesan bahasa verbal yang akan digunakan adalah metode persuasif dengan menonjolkan janji,

sedangkan bentuk dari pokok verbalnya adalah :
"Free from form".

c. Bahasa Visual

Metode penyajian yang akan digunakan dalam bahasa visual ini adalah *realistic illustration*, yaitu menvisualkan secara langsung dari isi pesan yang diterakan, seperti menggambarkan orang dalam keadaan santai.

3. Konsep Visual

Sedangkan pengerjaannya sendiri menggunakan tehnik fotografi, karena foto lebih menimbulkan kepercayaan dibandingkan dengan ilustrasi tanpa menggunakan foto. Ini guna lebih mendukung kepercayaan calon konsumen terhadap janji yang diberikan. Dan pada ilustrasi nantinya akan digunakan foto-foto menggunakan model dan latar belakang pemandangan daerah disekitar Parang Tritis. Model yang digunakan akan memakai celana pendek dan sandal, ini untuk menggambarkan bahwa para tamu bebas dari segala formalitas. Sedangkan komposisi dari foto-foto untuk kampanye iklan, akan digunakan komposisi yang menggambarkan keluasan latar balakang. Ini dimaksudkan para tamu dapat merasa bebas, baik dari kebisingan maupun dari ke jenuhan .

4. Program Kreatif

Program kreatif bertujuan untuk memperjelas gambaran dari strategi kreatif, yang meliputi penya-

jian visual . Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat sebagai berikut :

a. Disain Iklan Surat Kabar

Media : Surat kabar
 Ukuran : 4 kolom x 240 mm
 Posisi : Vertikal
 Warna : Full color
 Headline : Free from form
 Closing : Logo dan alamat
 Typografi : Script dan Courier
 Jenis ilustrasi : Realistic
 Teknik ilustrasi : Fotografi
 Obyek ilustrasi : Orang sedang berenang menggunakan ban dan topi

b. Disain Iklan Surat Kabar

Media : Surat kabar
 Ukuran : 4 kolom x 240 mm
 Posisi : Vertikal
 Warna : Hitam putih
 Headline : Free from form
 Closing : Logo dan alamat
 Typografi : Script dan Courier
 Jenis ilustrasi : Realistic
 Teknik ilustrasi : Fotografi
 Momentum : Kaki orang sedang menggunakan celana pendek dan sandal dan sedang berada di

pantai.

c. Disain Iklan Surat Kabar

Media : Surat kabar
 Ukuran : 6 kolom x 150 mm
 Posisi : Horisontal
 Warna : Hitam putih
 Headline : Free from form
 Closing : Logo dan alamat
 Typografi : Script dan Courier
 Jenis ilustrasi : Realistic
 Teknik ilustrasi : Fotografi
 Obyek ilustrasi : Orang sedang menikmati pemandangan di Parang Kusumo dengan kemeja terbuka dan menggunakan celana pendek serta sandal.

d. Disain Iklan Surat Kabar

Media : Surat kabar
 Ukuran : 6 kolom x 150 mm
 Posisi : Horisontal
 Warna : Full color
 Headline : Free from form
 Closing : Logo dan alamat
 Typografi : Script dan Courier
 Jenis ilustrasi : Realistic
 Teknik ilustrasi : Fotografi
 Obyek ilustrasi : Orang sedang berenang memakai ban dan topi.

e. Disain Iklan Majalah

Media : Majalah
 Ukuran : 230 mm x 268 mm
 Posisi : Vertikal
 Warna : Full color
 Headline : Free from form
 Typografi : Script dan Courier
 Closing : Logo dan alamat
 Jenis ilustrasi : Realistic
 Teknik ilustrasi : Fotografi
 Momentum : Kaki orang sedang menggunakan celana pendek dan sandal dan sedang berada di pantai.

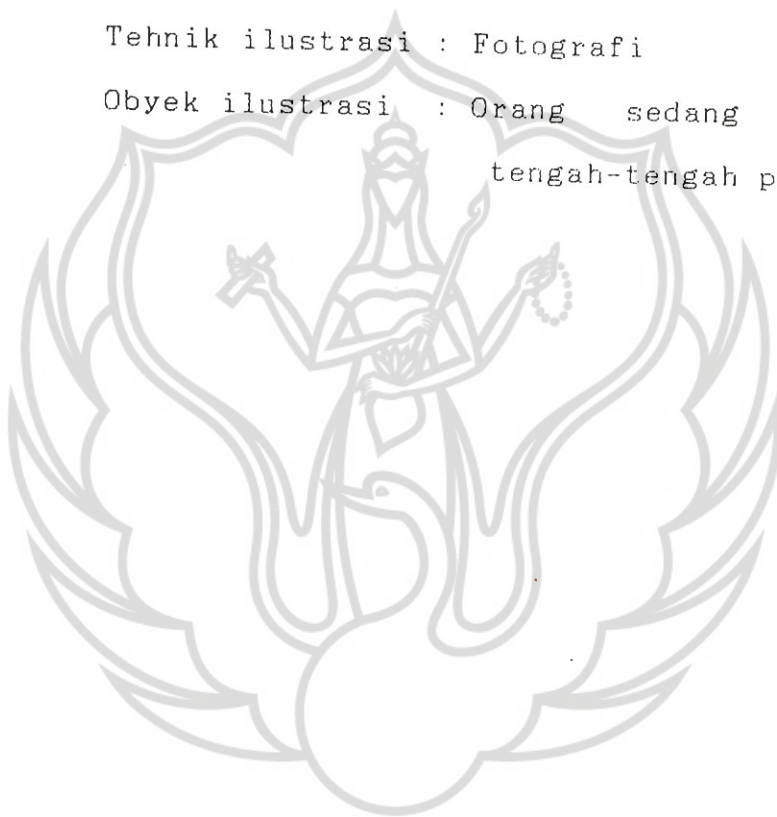
f. Disain Iklan Majalah

Media : Majalah
 Ukuran : 230 mm x 268 mm
 Posisi : Vertikal
 Warna : Full color
 Headline : Free from form
 Closing : Logo dan alamat
 Typografi : Script dan Courier
 Jenis ilustrasi : Realistic
 Teknik ilustrasi : Fotografi
 Obyek ilustrasi : Orang sedang menikmati pemandangan di Parang Kusumo.

h. Disain Iklan Brosur

Media : Brosur

Ukuran : 147 mm x 215 mm
Posisi : Horizontal
Warna : Full color
Headline : Free from form
Closing : Logo dan alamat
Typografi : Script dan Courier
Jenis ilustrasi : Realistic
Teknik ilustrasi : Fotografi
Obyek ilustrasi : Orang sedang berdiri di
tengah-tengah padang pasir.



BAB III

PENUTUP

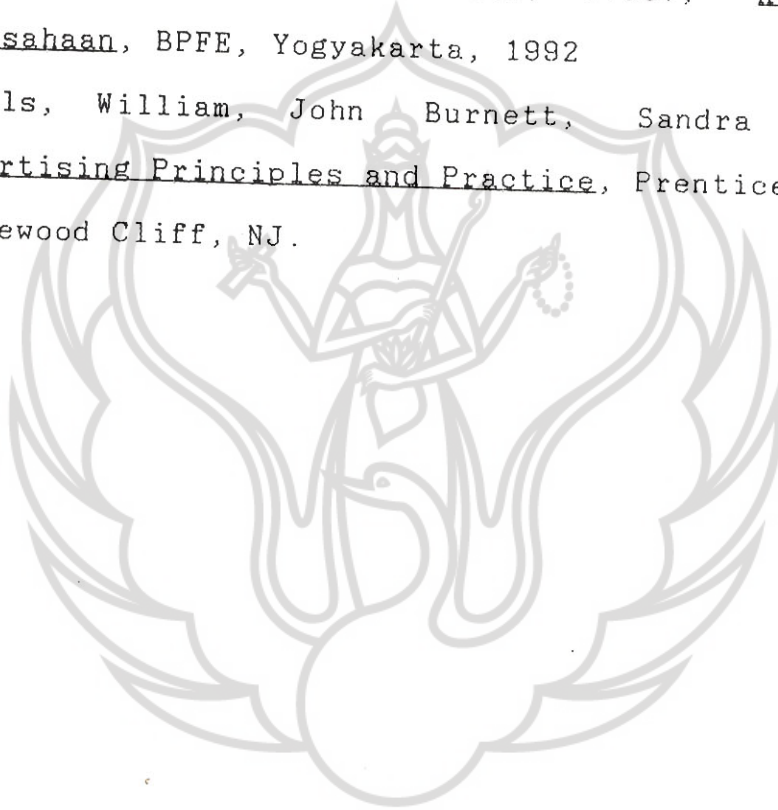
Pada bagaian penutup ini akan diberikan kesimpulan-kesimpulan yang berhubungan dengan kampanye iklan Queen of the South dapat diambil kesimpulan sebagai berikut Kampanye iklan yang dilakukan oleh Queen of the South masih belum memadai dan harus dikembangkan lagi. Dan diharapkan setelah pemunculan kampanye iklan yang baru dapat menunjang program atau tujuan pemasaran dari Queen of the South hotel.

Adapun saran-saran untuk Queen of the South adalah :

1. Meningkatkan mutu pelayanan terhadap para konsumen.
2. Menambah jumlah kamar sehingga dapat menampung para tamu yang telah jauh-jauh datang ke Queen of the South.
3. Memperbaiki jalan menuju ke Queen of the South.

DAFTAR PUSTAKA

1. Kasali, Rhenald , Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia Pustaka Utama Grafiti, Jakarta 1992.
2. Reksohadiprodjo, Prof. Dr. Sukanto, M. Com, Dr. T. Hani Handoko, M.B.A, Drs. Siswanto, M.Sc., Kebijakan Perusahan, BPFE, Yogyakarta, 1992
3. Wells, William, John Burnett, Sandra Moriarty, Advertising Principles and Practice, Prentice Hall Inc. Englewood Cliff, NJ.



LAMPIRAN





Free from form

DI QUEEN OF THE SOUTH ANDA DAPAT MENINGGALKAN SEGALA FORMALITAS DAN KECEMASAN ANDA. KAMI AKAN MENYAMBEUT ANDA DENGAN SENYUM DAN PELAYANAN, DAN ANDA DAPAT MENIKMATI SEMUA FASILITAS YANG ADA DITEMPAT KAMI TANPA HARUS TERGANGGU OLEH FORMALITAS SEHARI-HARI.



ParangTritis, Yogyakarta, Indonesia

IKLAN KORAN VERTIKAL HITAM PUTIH



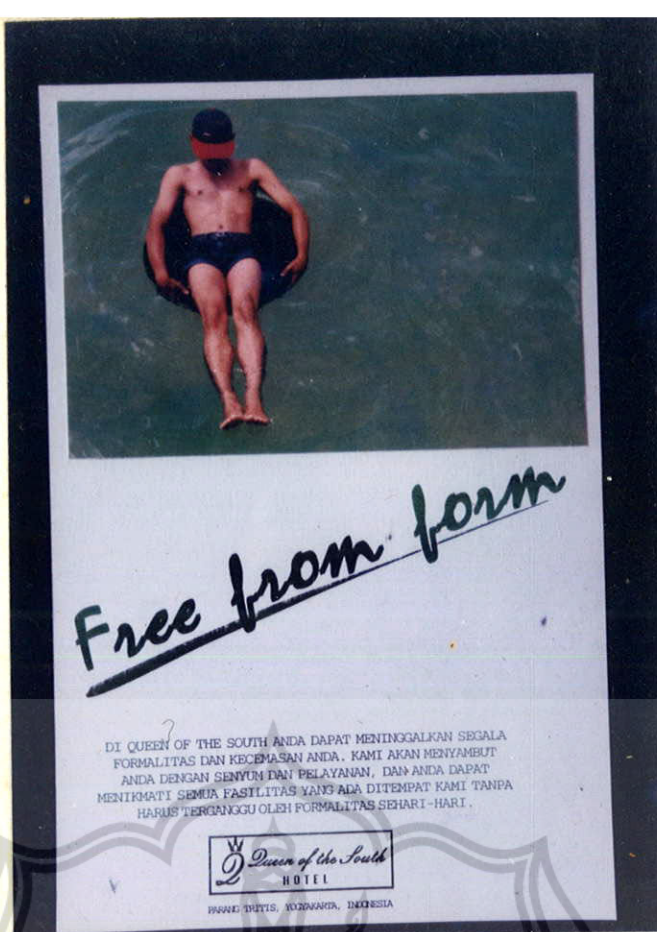
Free from form

Kami menyadari jika anda sedang berlibur, anda tentu ingin lepas dari segala formalitas yang sehari-hari mengurung anda. Maka di Queen of the South kami akan membebaskan anda dari segala formalitas tersebut. Anda dapat menikmati liburan anda dengan santai sambil menikmati fasilitas-fasilitas yang kami sediakan. Untuk keterangan lebih lanjut hubungi Queen of the South, Tel. (0274) 67186 atau Fax. (0274) 67197.



ParangTritis, Yogyakarta, Indonesia

IKLAN KORAN HORIZONTAL HITAM PUTIH



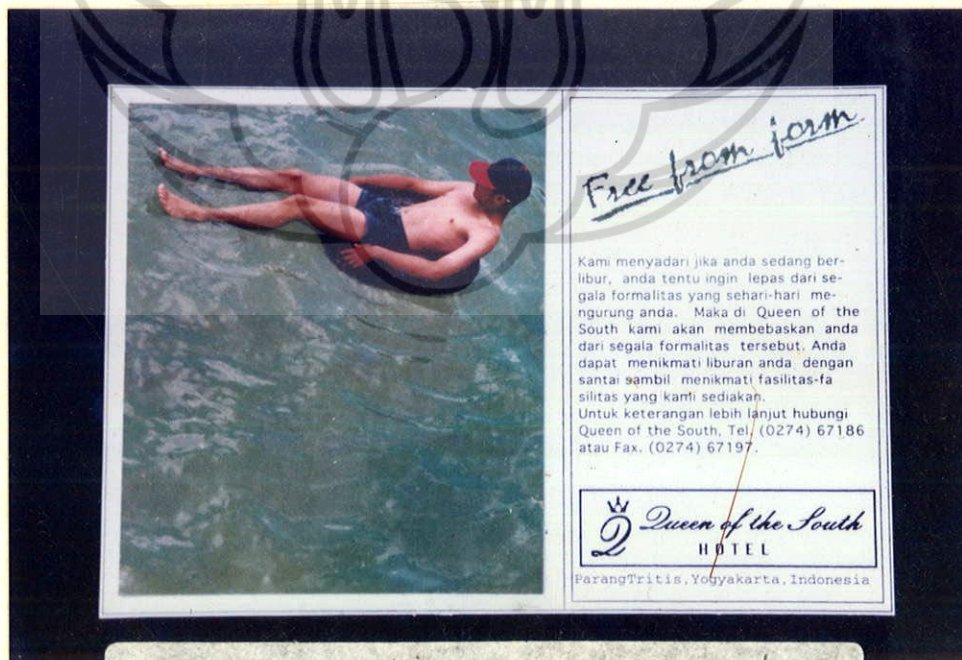
Free from form

DI QUEEN OF THE SOUTH ANDA DAPAT MENINGGALKAN SEGALA FORMALITAS DAN KECEMASAN ANDA. KAMI AKAN MENYAMBUT ANDA DENGAN SENYUM DAN PELAYANAN, DAN ANDA DAPAT MENIKMATI SEMUA FASILITAS YANG ADA DITEMPAT KAMI TANPA HARUS TERBANGGU OLEH FORMALITAS SEHARI-HARI.


HOTEL
PARANGTRITIS, YOGYAKARTA, INDONESIA

IKLAN KORAN VERTIKAL

WARNA



Free from form

Kami menyadari jika anda sedang berlibur, anda tentu ingin lepas dari segala formalitas yang sehari-hari menungkur anda. Maka di Queen of the South kami akan membebaskan anda dari segala formalitas tersebut. Anda dapat menikmati liburan anda dengan santai sambil menikmati fasilitas-fasilitas yang kami sediakan.

Untuk keterangan lebih lanjut hubungi Queen of the South, Tel. (0274) 67186 atau Fax. (0274) 67197.


HOTEL
ParangTritis, Yogyakarta, Indonesia

IKLAN KORAN HORIZONTAL

WARNA

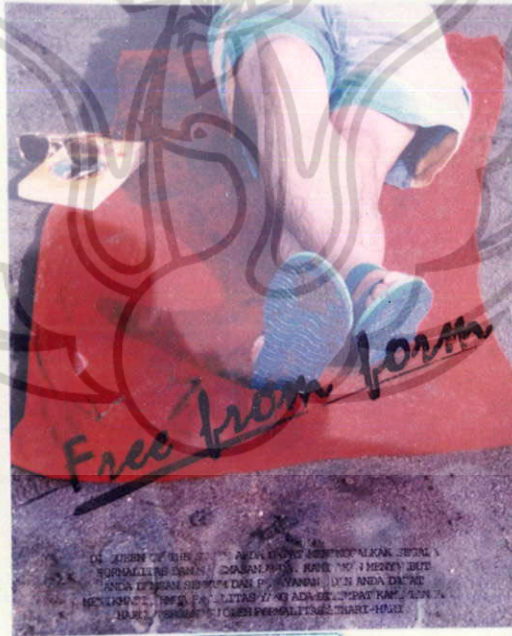


Free from form

DI QUEEN OF THE SOUTH ANDA DAPAT MENINGGALKAN SEGALA FORMALITAS DAN KETEMASAN ANDA. KAMI AKAN MENYAMBUT ANDA DENGAN SENYUM DAN PELAYANAN, DAN ANDA DAPAT MENIKMATI SEMUA FASILITAS YANG ADA DITEMPAT KAMI TANPA HARUS TERGANGGU OLEH FORMALITAS SEHARI-HARI.



PANGLOSS TRITIC, YOGYAKARTA, DEKORASI



Free from form

DI QUEEN OF THE SOUTH ANDA DAPAT MENINGGALKAN SEGALA FORMALITAS DAN KETEMASAN ANDA. KAMI AKAN MENYAMBUT ANDA DENGAN SENYUM DAN PELAYANAN, DAN ANDA DAPAT MENIKMATI SEMUA FASILITAS YANG ADA DITEMPAT KAMI TANPA HARUS TERGANGGU OLEH FORMALITAS SEHARI-HARI.



PANGLOSS TRITIC, YOGYAKARTA, DEKORASI

IKLAN MAJALAH WARNA




Free from form

PARANG TRITIS, YOGYAKARTA, INDONESIA



Be my queen pleaded Sultan Senopati in the traditional way. Within a flash, NyiLoro Kibul, Goddess of the South Seas appeared, an enchantress of alluring beauty, she promised to multiply his treasures manifold provided he kept his word.

We are delighted to continue the legendary rituals of serving all of our guests with the same traditional royal courtesy at Parang Tritis.



Kindly contact your travel agent. Or write us.



PARANG TRITIS, YOGYAKARTA, Indonesia.
Tel : (0274) 67196
Fax : (0274) 67197



Selamat Datang

Welcome to Yogyakarta : gracious culture, rich heritage and tranquil surroundings. Welcome to Queen of the South hotel where you can leave former cares and worries thousands miles away. Our friendly staff is ready with service and smiles, but we will not let those pleasant things interfere with the comfort and privacy. We know you want to enjoy during your stay on Cultural City of Yogyakarta



Nestled upon an idyllic cliff facing the infinite blue ocean with its surging tides and natural greenery, are 38 rooms we are proud to offer you a very personalized service



We offers you a holiday where you only have to think about....holidays and recreation



The Queen of the South swimming pool with a children area is not to be neglected either. You will not only feel like fish in the water but also enjoy an exotic tropical drink or a tasteful snack of Parang Samudra Pool Bar.



BROSUR



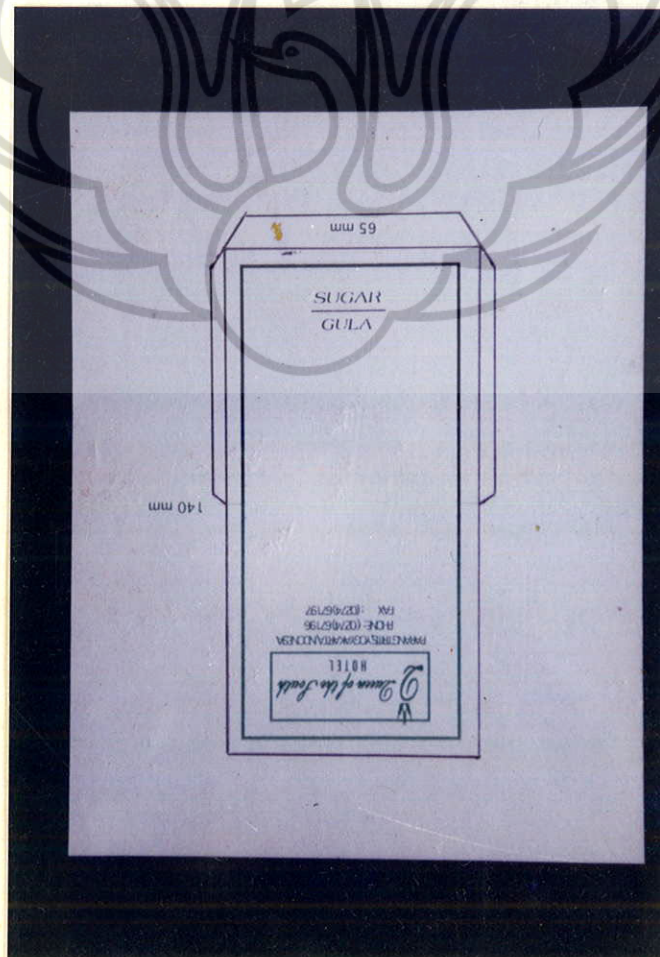
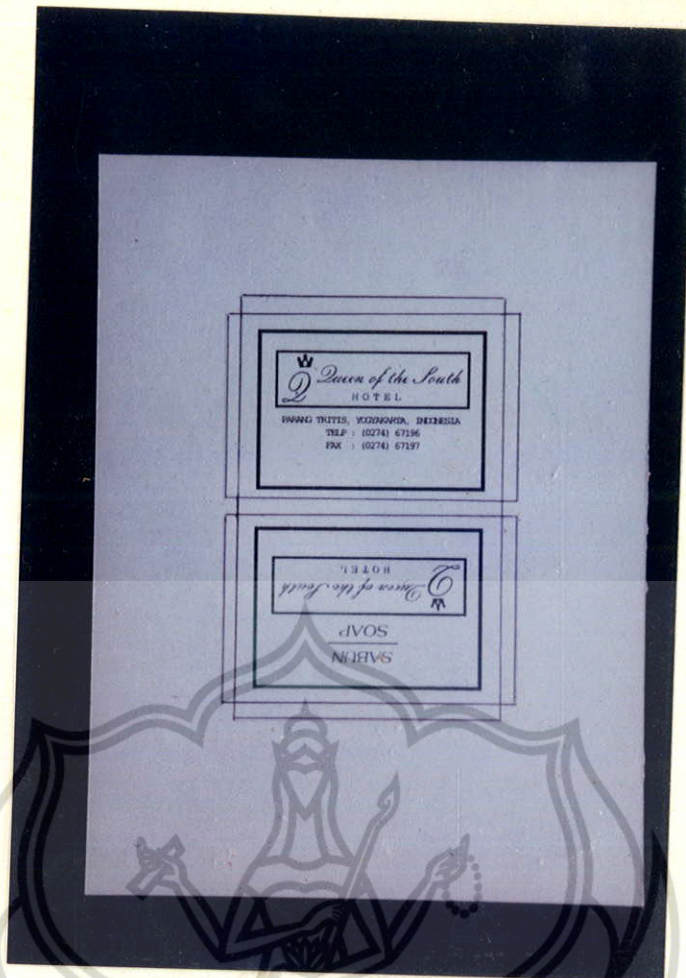


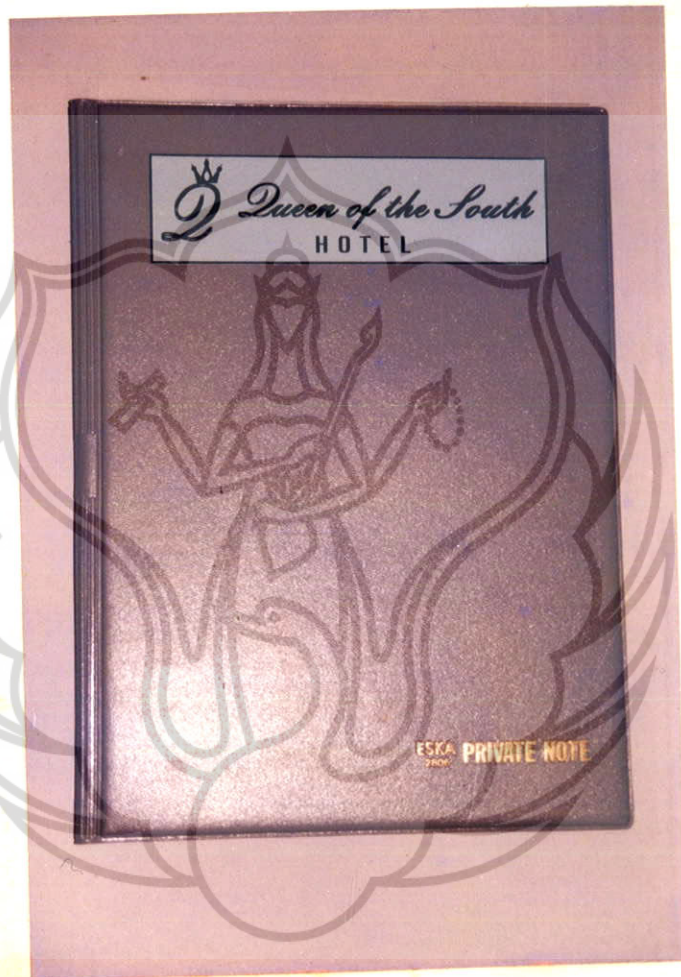
**Queen of the South
HOTEL**

PARANG TRITIS, YOGYAKARTA, INDONESIA

NIK MATILAH LIRIHAN ANDA
SESUAI DENGAN KEMUNGKINAN ANDA
UNTUK KETERANGAN LEBIH LANJUT
HUBUNGI
QUEEN OF THE SOUTH HOTEL
PARANG TRITIS, YOGYAKARTA, INDONESIA
TEL: 0274 167196 FAX: 0274 167197

FOLDER





**SYARIF
KATILI**

**Pameran IUGAS
AqalR**

PERENCANAAN DAN
PERANCANGAN
KOMUNIKASI GRAFIS
PENUNJANG KAMPANYE
PERIKLANAN
QUEEN OF THE SOUTH HOTEL
YOGYAKARTA

TANGGAL 19 JANUARI - 24 JANUARI 1994