

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
MEDIA GRAFIS SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI
AMBARRUKMO PALACE HOTEL**



KARYA SENI

Oleh :

EDDY KURNIAWAN

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1995**

AUTO-01

PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
Inv.	903	H 1196
Klas	skr	
Terima	ty-96	A.



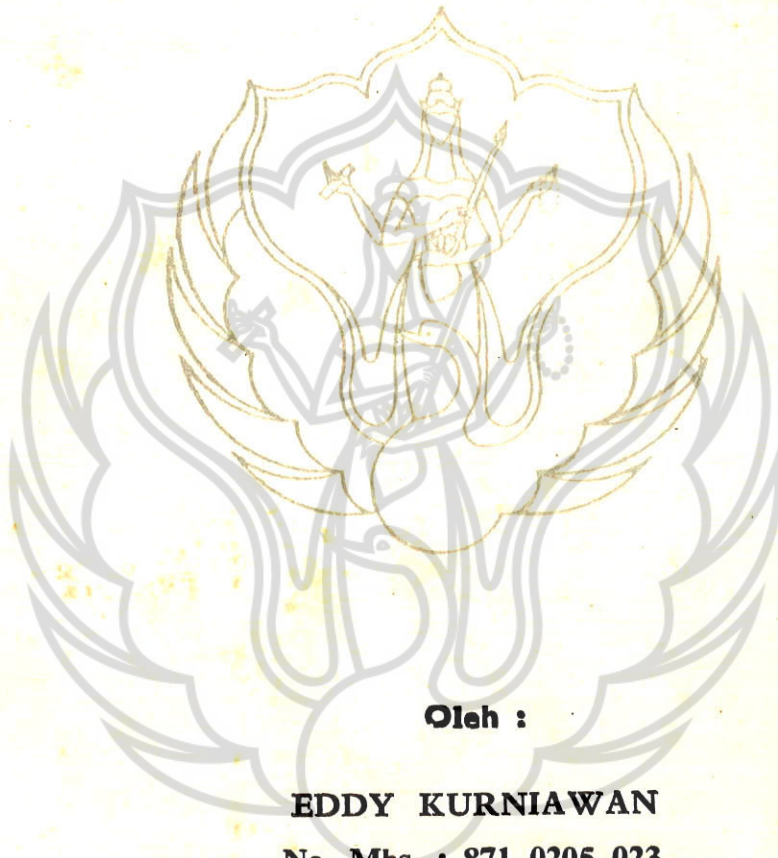
**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
MEDIA GRAFIS SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI
AMBARRUKMO PALACE HOTEL**



EDDY KURNIAWAN

**Tugas Akhir Program Studi Disain Komunikasi Visual
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta
1995**

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
MEDIA GRAFIS SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI
AMBARRUKMO PALACE HOTEL**



Oleh :

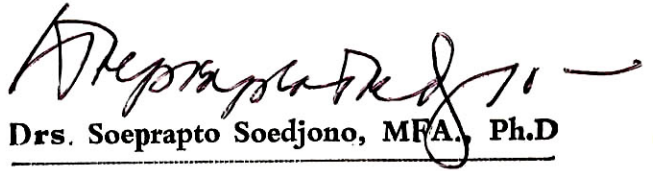
EDDY KURNIAWAN

No. Mhs. : 871 0205 023

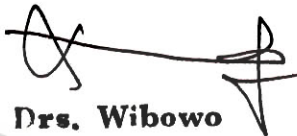
**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana dalam bidang
Disain Komunikasi Visual**

1995

**Tugas Akhir ini telah diterima oleh Tim Penguji
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta pada tanggal : 30 Juni 1995**


Drs. Soeprapto Soedjono, MFA, Ph.D

Pembimbing I/Anggota


Drs. Wibowo

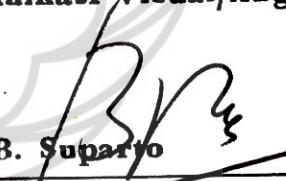
Pembimbing II/Anggota

Drs. Antonius Hendro Purwoko

Cognate/Anggota


Drs. M. Umar Hadi, MS

**Ketua Program Studi Disain
Komunikasi Visual/Anggota**


Drs. B. Suparto

**Ketua Jurusan Disain/Ketua/
Anggota**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**


Drs. Sun Ardi, S.U.

NIP. 130 321 410

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur atas rahmat yang diberikan Tuhan Yang Maha Esa, penulis telah dapat menyelesaikan penyusunan laporan Tugas Akhir ini. Laporan ini merupakan hasil penelitian dan pengamatan penulis pada Harto Art Shop, sehingga dapat konsep Perencanaan dan perancangan komunikasi visual ini dapat terselesaikan.

Laporan Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kurikulum semester VII pada Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis juga menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak RM Sudarsono, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Sun Ardi, SU., selaku dekan Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
3. Bapak Drs. B. Suparto, selaku Ketua Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa ISI Yogyakarta.
4. Bapak Drs. M. Umar Hadi, MS., selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta.
5. Bapak Drs. Soeprapto Soedjono, MFA. Ph.d., selaku Dosen Pembimbing I untuk penyusunan laporan ini.
6. Bapak Drs. Wibowo, selaku Dosen Pembimbing II.
7. Bapak St. Soedarman, selaku Marketing Manager pada Ambarukmo Palace Hotel.
8. Semua pihak yang telah membantu baik moril maupun spirituil dalam penyelesaian laporan Tugas Akhir ini.

Harapan penulis, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amien.

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	1
C. Rumusan Masalah	2
D. Batasan Masalah	3
E. Tujuan Perancangan	6
F. Pola Pemikiran dan Pemecahan Masalah	7
BAB II. PERSIAPAN	8
A. Data Produk	8
1. Sejarah Perusahaan	8
2. Letak Geografis	11
3. Status	11
4. Fasilitas	12
5. Pelayanan	12
6. Media Promosi	13

B. Data Lapangan	16
1. Promosi	16
2. Public Relation	17
3. Media	19
4. Data Pasar	23
C. Ketetapan	30
1. Pemasaran	30
2. Tujuan Periklanan	34
3. Strategi Periklanan	35
BAB III. PERENCANAAN	36
A. Perencanaan Media	36
1. Tujuan Media	36
2. Strategi Media	37
3. Program Media	44
4. Biaya Media	49
B. Perencanaan Kreatif	51
1. Tujuan Kreatif	51
2. Strategi Kreatif	51
3. Program Kreatif	56
BAB IV. PERANCANGAN	63
BAB V. KESIMPULAN	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Layout Surat Penawaran 1	64
Gambar 2. Layout Surat Penawaran 2.....	65
Gambar 3. Layout Folder 1	66
Gambar 4. Layout Booklet 1	67
Gambar 5. Layout Booklet 2	68
Gambar 6. Layout Poscard 1	69
Gambar 7. Layout Poscard 2	70
Gambar 8. Layout Greeting Card 1	71
Gambar 9. Layout Greeting Card 2	72
Gambar 10. Layout Kalender 1	73
Gambar 11. Layout Kalender 2	74
Gambar 12. Layout Poster	75
Gambar 13. Layout Isi Booklet 1	76
Gambar 14. Layout Isi Booklet 2	77
Gambar 15. Layout isi Booklet 3	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Konsultasi

Lampiran 2. Final Desain

Lampiran 3. Katalog





BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL

PERENCANAAN DAN PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA GRAFIS SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI AMBARRUKMO PALACE HOTEL

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan arus wisatawan asing yang datang ke Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan kenaikan, walaupun dalam prosentase yang tidak begitu besar. Indikasi semacam ini menumbuhkan harapan di masa mendatang dan membangkitkan etos bagi para pengusaha perhotelan untuk menjaring wisatawan baik asing maupun domestik sebanyak mungkin.

Selain menimbulkan optimisme bagi para pengusaha perhotelan serta usahawan lain di bidang pariwisata, hal tersebut juga menyebabkan semakin runcingnya persaingan antar pengusaha perhotelan dalam memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, memasang tarif yang bersaing serta bentuk-bentuk promosi lainnya. Bahkan akhir-akhir ini mulai banyak dibangun hotel-hotel baru khususnya di daerah kunjungan wisata tak terkecuali Yogyakarta.

Ambarrukmo Palace Hotel sebagai salah satu sarana penunjang program pembangunan khususnya dengan mendatangkan devisa dari sektor pariwisata yang merupakan aset nasional ini, menghadapi masalah yang tidak ringan. Selain harus mempertahankan prestasinya dan melakukan pembenahan-pembenahan, Ambarrukmo Palace Hotel juga harus ikut mendukung perkembangan dunia pariwisata dengan memelopori terciptanya dunia usaha pariwisata yang sehat.

C. RUMUSAN MASALAH

Sebagai perusahaan jasa yang sangat berkaitan dengan dunia pariwisata, bisnis perhotelan merupakan mata rantai yang amat penting untuk merangsang agar orang melakukan perjalanan wisata. Karena fungsi jasa perhotelan tidak hanya menyediakan fasilitas kamar untuk menginap, tetapi juga menyediakan tempat untuk acara-acara tertentu, misalnya : konferensi, pesta pernikahan, pergelaran upacara adat, pertunjukan kesenian dan berbagai acara hiburan lainnya.

Persaingan bisnis di antara perusahaan jasa perhotelan terlihat semakin ketat. Turis yang datang-pun meningkat jumlahnya. Paket-paket khusus dan berbagai fasilitas menarik banyak ditawarkan.

Menghadapi situasi semacam ini, Ambarrukmo Palace Hotel memandang perlu adanya evaluasi dan perencanaan kembali program promosinya. Karena selain dituntut untuk menjaga prestasi dan meningkatkan kualitas jasanya, kegiatan promosi yang teratur dan terencana melalui media yang ada sangat penting peranannya.

Dalam rangka menunjang program promosi tersebut, perlu dibuat perancangan komunikasi visual yang terencana. Hal ini diperlukan agar jasa yang ditawarkan dapat memenuhi keinginan pengguna maupun calon pengguna jasanya.

D. BATASAN MASALAH

Dari berbagai media promosi tercetak yang telah tersebar, perlu diadakan evaluasi pada aspek perancangan maupun aspek komunikasinya. Hal ini perlu dilakukan agar tercapai kesesuaian dengan tujuan medianya.

Media promosi yang cukup potensial khususnya dalam menyampaikan informasi tentang paket-paket khusus yang ditawarkan oleh Ambarrukmo Palace Hotel adalah *leaflet* dan *direct mail*. Karena media ini mempunyai kelebihan antara lain bentuknya praktis, reproduksi baik, memungkinkan menyampaikan informasi khusus dan pembacanya selektif.

Pembatasan masalah pada kedua media tersebut berdasar pada karakteristik media dan strategi pencapaian sasaran kualitatif sebagaimana tertulis dalam *Marketing Plan 1994 Ambarrukmo Palace Hotel Yogyakarta* sebagai berikut :

Sasaran kualitatif tersebut di atas akan dicapai dengan berbagai cara diantaranya :

- Menciptakan paket-paket baru yang menarik, baik yang ditujukan untuk konsumsi wisatawan murni (*pleasure travellers, conventioners, maupun vacationers*) seperti Paket Ruwatan, *Royal Wedding Dinner*, Peragaan Busana Jawa yang dikaitkan dengan *meals, Go Native Package*, Paket Khitanan, *Golf*, Paket Ziarah, Paket Ramayana.
- Melaksanakan *direct-mail campaign*, tidak hanya kepada *whole-sellers* tetapi juga ke *retailers* dan juga Lembaga Pendidikan, Universitas, BUMN, dan Instansi lainnya yang terkait dengan *function* dan konvensi.¹

Bentuk media yang dapat dikategorikan sebagai *direct mail* menurut Soehardi Sigit adalah *folder, booklet, kalender, kartu pos, surat edaran* dan sebagainya.²

Mengamati beberapa *leaflet* dan *direct mail* sebagai *promo material* Ambarrukmo Palace Hotel, nampak satu hal yang kurang menguntungkan pada segi

1.Hamami Amiek, *Marketing Plan 1994 Ambarrukmo Palace Hotel Yogyakarta* (Yogyakarta : Ambarrukmo Palace Hotel, 1994), p. 98.

2.Soehardi Sigit, *Marketing Praktis*, (Yogyakarta : Armurrita, 1982), p. 6.

komunikasinya yakni pada aplikasi warna logo Ambar-rukmo Palace Hotel yang terbukti tidak konsisten dan akibatnya menimbulkan kesan yang rancu tentang warna yang baku dari logo Ambarrukmo Palace Hotel. Dan akhirnya menimbulkan dampak yang kurang menguntungkan di bidang pemasarannya.

Mengingat logo adalah simbol/jati diri bagi sebuah produk, jasa ataupun perusahaan yang menyandangnya, maka perancangan dan aplikasinya dalam berbagai media komunikasi visual adalah sangat penting, terlebih lagi media promosinya. Hal ini ditegaskan oleh seorang pakar periklanan David E. Carter :

"Seorang pembuat logo, acapkali lupa tentang kiat ini. Mereka lebih melihat logo sebagai karya seni. Padahal logo harus mampu menangkap dan mencerminkan *corporate identity*. Dan harus diingat, *corporate identity* bukanlah semata-mata persoalan seni, melainkan sebuah *marketing project*. Seni disini hanyalah alat dan perangkat untuk memvisualkan konsep besar dibaliknya..."³

Mengingat pada contoh kasus di atas serta efektifitas media dan situasi jaringan usaha Ambar-rukmo Palace Hotel yang cukup luas, maka perancangan ulang media ini harus dilakukan. Selain sebagai langkah untuk menghadapi kompetisi pemasarannya, hal

3. David E. Carter - Pakar periklanan, KOMPAS, Jum'at 11 November 1994.

ini juga merupakan langkah untuk mempertahankan dan membangun citra yang baik sebagai sebuah hotel berbintang yang cukup prestisius di Yogyakarta.

E. TUJUAN PERANCANGAN

Perencanaan dan perancangan komunikasi visual media *leaflet* dan *direct mail* Ambarukmo Palace Hotel mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menyampaikan informasi kepada *customer* maupun calon *customer* tentang pelayanan dan fasilitas maupun program atau paket-paket yang diselenggarakan oleh Ambarukmo Palace Hotel.
2. Untuk menciptakan komunikasi visual yang spesifik dan efisien yang mampu mewakili citra dari sebuah hotel berbintang yang mempunyai prestasi tinggi.
3. Memberikan alternatif perancangan *leaflet* dan *direct mail* sebagai media penunjang promosi pada tahap persaingan.

F. POLA PEMIKIRAN DAN PEMECAHAN MASALAH