

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK MENANGKAT CITRA NYAMAN
BAGI APARTEMEN DAN HOTEL
COMFORT SUITES YOGYAKARTA**



KARYA DISAIN

Oleh :

NATALIA HASTI LUMENTA

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
1998**



**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK MENGANGKAT CITRA NYAMAN
BAGI APARTEMEN DAN HOTEL
COMFORT SUITES YOGYAKARTA**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
INV.	2646/415/09	
KLAS		
TERIMA	24-03-09	TTD.



KARYA DISAIN

Oleh :

NATALIA HASTI LUMENTA



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
1998**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
UNTUK MENGANGKAT CITRA NYAMAN
BAGI APARTEMEN DAN HOTEL
COMFORT SUITES YOGYAKARTA**



KARYA DISAIN

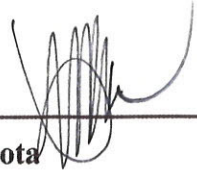
Oleh :

NATALIA HASTI LUMENTA

9310673023

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang studi
Disain Komunikasi Visual
1998**

Tugas Akhir Karya Disain ini diterima oleh Tim Penguji
Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta,
pada November 1998.


Drs. Lasiman, MS

Pembimbing I/ Anggota


Drs. Pawitra

Pembimbing II/ Anggota


Drs. Wardoyo Sugianto

Cognate/ Anggota


Drs. Baskoro Suryo Banindro

Ketua Program Studi

Disain Komunikasi Visual/ Anggota


Drs. M. Umar Hadi, MS

Ketua Jurusan Disain/Ketua/Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Drs. Sun Ardi, S.U.

NIP. 130 321 410



DAFTAR ISI

Halaman judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar isi.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Perancangan.....	3
C. Tujuan Perancangan.....	3
D. Langkah-langkah Perancangan.....	4
E. Skema Perancangan.....	6
BAB II IDENTIFIKASI	
A. Identifikasi Data.....	7
1. Data Jasa	
a. Nama Jasa.....	7
b. Pengelola.....	7
c. Lokasi.....	8
d. Potensi Jasa.....	9
2. Data Pemasaran	
a. Potensi Pasar.....	12
b. Jasa yang dipasarkan.....	14
c. Tarif Sewa.....	16
d. Bentuk Fisik Bangunan.....	16
e. Posisi Jasa.....	16
f. Pesaing.....	18
g. Sarana Komunikasi visual yang telah ada.....	18
B. Analisis Data	
1. Analisis Data.....	20
2. Kesimpulan Analisis.....	22

BAB III KONSEP DISAIN

A. Sintesis.....	23
1. Tujuan dan Strategi Pemasaran.....	23
a. Tujuan Pemasaran.....	23
b. Strategi Pemasaran	24
2. Tujuan dan Strategi Promosi.....	26
a. Tujuan Promosi.....	26
b. Strategi Promosi	26
3. Tujuan Komunikasi.....	29
B. Konsep Media.....	30
1. Tujuan Media.....	30
2. Strategi Media.....	31
a. Khalayak sasaran.....	31
b. Paduan Media.....	33
3. Program Media.....	39
4. Biaya Media.....	41
C. Konsep Kreatif.....	48
1. Tujuan Kreatif.....	48
2. Strategi Kreatif.....	48
a. Isi pesan.....	48
b. Bentuk pesan.....	49
1) Verbal.....	49
2) Visual.....	50
3) Strategi visual.....	50
3. Penyajian.....	54
4. Program Kreatif.....	55
5. Biaya Kreatif.....	65

BAB IV LAY OUT

A. Lay Out Alternatif	67
1. Alternatif Disain Iklan Majalah.....	68
2. Alternatif Disain Iklan Surat Kabar.....	69
3. Alternatif Disain Poster.....	70
4. Alternatif Disain Iklan Layanan Masyarakat.....	71

5. Alternatif Disain Billboard	72
6. Alternatif Disain Folder	73
7. Alternatif Disain Postcard.....	74
8. Alternatif Disain Stofmap.....	75
9. Alternatif Disain Kertas Surat.....	76
10. Alternatif Disain Amplop.....	77
11. Alternatif Disain Kartu Nama.....	78
12. Alternatif Disain Kalender.....	79
13. Alternatif Disain Leaflet Event.....	80
14. Alternatif Disain Piring Makan.....	81
15. Alternatif Disain Mug.....	82
16. Alternatif Disain Jam Dinding.....	83
17. Alternatif Disain Sticker.....	84
18. Alternatif Disain Souvenir I.....	85
19. Alternatif Disain Souvenir II.....	86
20. Alternatif Disain Packaging.....	87
B. Lay Out Disain Terpilih	
1. Disain Iklan Majalah.....	89
2. Disain Iklan Surat Kabar.....	90
3. Disain Poster.....	91
4. Disain Iklan Layanan Masyarakat.....	92
5. Disain Billboard	93
6. Disain Folder	94
7. Disain Postcard.....	95
8. Disain Stofmap.....	96
9. Disain Kertas Surat.....	97
10. Disain Amplop dan Kartu Nama	98
11. Disain Kalender.....	99
12. Disain Leaflet Event.....	100
13. Disain Piring Makan.....	101
14. Disain Mug dan Sticker.....	102
15. Disain Jam Dinding.....	103

16. Disain Souvenir I.....	104
17. Disain Souvenir II.....	105
18. Disain Packaging.....	106

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	107
B. Saran	108

ABSTRAKSI.....	109
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Foto Karya Disain Jadi (Master)
2. Foto Suasana Pameran
3. Katalog Pameran
4. Surat Keterangan survey dan pemotretan



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kondisi kepariwisataan Indonesia pada tahun 1997 mengalami penurunan dengan rusaknya sebagian potensi wisata alam akibat kebakaran hutan dan adanya permasalahan-permasalahan dalam negeri lainnya. Meskipun kondisinya relatif sudah membaik tetapi karena kurangnya informasi mengenai hal tersebut menyebabkan banyak wisatawan mancanegara membatalkan kunjungannya ke Indonesia.

Angka kamar hotel di Yogyakarta pada akhir tahun 1997 adalah sejumlah 9221 kamar dengan tingkat hunian 44,8 %, itupun telah mengalami penurunan sebesar 3% dari tahun sebelumnya. Dengan kondisi seperti saat ini diperkirakan angka tersebut sulit ditingkatkan lagi hingga tahun 2000 jika tanpa adanya strategi baru di bidang pariwisata. (sumber : Arwan Tuti Artha dan Ronny S. Vico, *Laporan Pariwisata Akhir Tahun, 1998: Bangkit Tak Boleh Nglokro*, Harian Kedaulatan Rakyat Edisi 22 Desember 1997, Kedaulatan Rakyat, 1997)

Melimpahnya jumlah kamar dan kecilnya pertumbuhan kunjungan wisatawan tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan tak sehat, yaitu adanya perang tarif antar hotel di Yogyakarta.

Comfort Suites Yogyakarta sebagai akomodasi pariwisata pertama di Yogyakarta yang berjenis apartemen hotel (Apartel), berada di bawah nama besar Choice Hotels International. Sejak didirikan pada tahun 1995 sudah dihadapkan

pada persaingan seperti tersebut di atas. Keistimewaan apartel Comfort Suites Yogyakarta jika dibandingkan dengan akomodasi hotel adalah tersedianya unit kamar hotel yang memiliki fasilitas layaknya rumah tinggal sejumlah 130 unit, masing-masing dengan fasilitas 2 kamar, 3 kamar dan 4 kamar. Semua unit dilengkapi dengan kamar pribadi, ruang tamu/ruang keluarga, ruang makan, dapur dan teras belakang/balkoni. Selain itu juga tersedia fasilitas lain seperti ; fitness center, kolam renang, massage, sauna dan sebagainya. Jadi keuntungan yang diperoleh bagi penyewa unit kamar hotel di Comfort Suites Yogyakarta adalah dengan tarif yang relatif sama dengan hotel lain (yang berkelas setara) didapatkan lebih dari satu ruang kamar tidur. Apa yang didapatkan oleh wisatawan yang menginap di sini bukan hanya sekedar menumpang tidur melainkan adanya suasana kescharian yang bisa dinikmati layaknya tinggal di rumah sendiri serta adanya prioritas kenyamanan di segala aspek pelayanannya.

Sayangnya, hingga saat ini Apartel Comfort Suites Yogyakarta yang berlokasi di jalan Pringgodani nomor 22 tersebut belum mampu menembus persaingan dengan jenis penginapan lain secara maksimal.

Tampaknya keberadaan pelayanan jasa di Comfort Suites Yogyakarta yang berbeda dengan penginapan lain ini masih kurang didukung oleh sarana promosi yang digarap secara maksimal. Pemanfaatan media yang dipilih masih belum menjangkau khalayak sasaran sesuai dengan peluang yang ada. Yang terpenting adalah belum terungkapnya *image* “**comfort**” (nyaman) sebagai identitas Apartel Comfort Suites Yogyakarta yang membedakannya dengan penginapan-penginapan lain.

Faktor-faktor tersebut menjadi permasalahan yang perlu untuk dicoba dipecahkan dalam wujud perancangan komunikasi visual dengan memberikan alternatif-alternatif disain baru.

B. RUMUSAN MASALAH PERANCANGAN

Bagaimanakah rancangan komunikasi visual yang efektif dan efisien dalam menentukan strategi kreatif dan pemilihan media yang tepat untuk menyampaikan informasi tentang keberadaan Comfort Suites Yogyakarta dengan kelangkaan jasa yang ditawarkannya beserta image “*comfort*” yang akan dibangunnya di benak khalayak sasaran ?

C. TUJUAN PERANCANGAN

1. Menentukan konsep untuk membangun citra “*comfort*” (nyaman) dalam setiap pesan di media komunikasi apartel Comfort Suites Yogyakarta yang disampaikan ke khalayak sasaran, sehingga keberadaan apartel tersebut kian tersebar luas.
2. Menentukan pemilihan media yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesannya kepada khalayak sasaran.
3. Menciptakan alternatif disain baru yang lebih tepat daripada disain yang sudah ada sebelumnya sebagai visualisasi dari konsepnya.

D. LANGKAH-LANGKAH PERANCANGAN

1. Pada bagian pendahuluan , dijelaskan mengenai hal-hal berikut :

- a. Latar Belakang Masalah mengemukakan alasan-alasan apa saja yang menyebabkan perlunya pengkajian permasalahan perancangan Comfort Suites Yogyakarta
- b. Rumusan Masalah adalah penentuan masalah utama yang harus dipecahkan dalam perancangan komunikasi visual.
- c. Tujuan Perancangan menjelaskan tentang apa yang bisa diharapkan dengan adanya perancangan tersebut.

2. **Identifikasi** yaitu data jasa Comfort Suites Yogyakarta, meliputi; data perusahaan dan data jasa yang ditawarkannya

3. **Konsep Perancangan** meliputi tahap Perencanaan Media dan Perencanaan Kreatif , masing-masing menentukan tujuan, strategi program dan biayanya.

Perancangan Kreatif dengan rancangan disain:

- a. Iklan majalah dan iklan surat kabar
- b. *Direct mail* berupa *folder* dan *leaflet*
- c. Poster
- d. *Billboard / signboard*
- e. *Office Amenities* :

- Stofmap
- Kertas surat

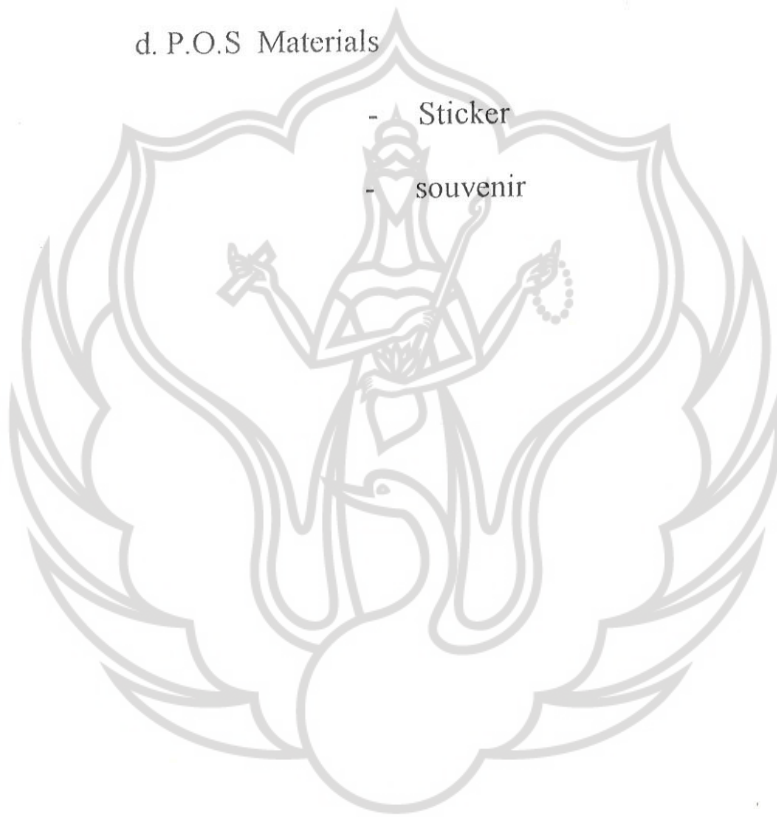
- Amplop surat
- *Postcard*
- Kalender
- Kartu nama

d. *Gimmicks* :

- Peralatan makan (piring makan dan mug)
- Jam dinding

d. P.O.S Materials

- Sticker
- souvenir



E. SKEMA PERANCANGAN

