

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENUNJANG KAMPANYE AYODYA HOTEL**



Oleh :

IBNOE MARSANTO

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

PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
Inv.	506 /PSBD/ H /1995	
Klas	CRR	
Terima	Amc 95	P



**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
PENUNJANG KAMPANYE AYODYA HOTEL**



Oleh :

IBNOE MARSANTO

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

Tugas Akhir ini diterima oleh Tim Penguji

**Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
pada tanggal, 17 Januari 1995**



Drs. Sadjiman

Pembimbing I/Anggota



Drs. Baskoro S.B

Pembimbing II/Anggota



Drs. B. Suparto

Cognate/Anggota



Drs. 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 memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan baik, sebagai syarat menyelesaikan studi S-1 pada Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Fakultas Seni Rupa, Jurusan Disain, Program Studi Disain Komunikasi Visual.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa Tugas Akhir ini terwujud karena adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini pula penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. Sun Ardi, SU Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. B. Suparto, selaku Ketua Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Yogyakarta.
3. Bapak Drs. Umar Hadi, MS, selaku Ketua Program Studi, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia.
4. Bapak Drs. Sadjiman, selaku dosen pembimbing I, yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan serta dukungan moril dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Drs. Baskoro S.B, selaku dosen pembimbing II, yang telah banyak pula memberikan bimbingan, penyerahan serta dukungan moril dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Drs. B. Suparto, selaku cognate yang telah banyak

menambah kekurangan-kekurangan untuk mencapai kesempurnaan Tugas Akhir ini.

7. Bapak Heru, sebagai direktur AYODYA HOTEL yang telah banyak memberikan bantuan berupa data yang diperlukan.
8. Bapak dan Ibu, kakak, serta adik, yang telah memberikan bantuan moril dan materiil selama menempuh studi di Studi di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
9. Keluarga Bapak Mudjadi, Pandega Marta, yang telah banyak memberikan dorongan moril dan materiil. Sehingga dapat terselesainya Tugas Akhir ini.
10. Marsudi dan kelompok Panic yang telah banyak membantu sebelumnya terimakasih sekali kepada pak Adam, Pak Budi, Peyijitek yang dengan setia menemani jaga malam.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal atas bantuan yang telah penulis terima. Akhirnya semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi Program Studi Disain Komunikasi Visual.

Yogyakarta, Januari 1995

IBNOE MARSANTO

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. JUDUL.....	1
B. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
C. RUMUSAN MASALAH.....	3
D. TUJUAN PERANCANGAN.....	3
E. SISTEMATIKA ISI LAPORAN.....	4
BAB II	
INVENTARISASI DAN IDENTIFIKASI DATA	
A. DATA PERUSAHAAN	
1. Posisi Produk.....	5
2. Karakteristik Produk.....	6
3. Tinjauan Sekilas Pasar Produk.....	7
B. ANALISIS	
1. Strength (kekuatan).....	8
2. Weakness (kelemahan).....	8
3. Opportunities (kesempatan).....	8
4. Threats (ancaman).....	8
C. PERUMUSAN	
1. Umum	8
2. Khusus.....	9

D. PENETAPAN – PENETAPAN	
1. Tujuan Pemasaran.....	9
2. Tujuan Periklanan.....	9
3. Biaya Periklanan.....	10
BAB III	
PERENCANAAN	
A. PERENCANAAN MEDIA	
1. Tujuan Media.....	11
2. Strategi Media.....	11
3. Program Media.....	12
4. Biaya Media dan Kreatif.....	14
B. PERENCANAAN KREATIF	
1. Tujuan Kreatif.....	14
2. Strategi Kreatif.....	15
3. Program Kreatif.....	17
BAB IV	
PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	28
B. SARAN.....	29
DAFTAR PUSTAKA	

B A B I

P E N D A H U L U A N

A. JUDUL

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL

PENUNJANG KAMPANYE AYODYA HOTEL

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Menyadari potensi tersebut, pemerintah berupaya meningkatkan pengembangan pariwisata melalui program-program, salah satunya adalah Visit Indonesia Year 1991. Program yang dilaksanakan pemerintah pada dasarnya dimaksudkan untuk memperoleh manfaat yang sebesar-besarnya sebagaimana yang dapat dihasilkan dibidang pariwisata.

Yogyakarta sebagai kota pelajar, budaya, sekaligus sebagai kota pariwisata, cukup mendapat perhatian dari para wisatawan, baik wisatawan manca negara maupun wisatawan dalam negeri. Hal ini menjadikan Yogyakarta perlu membenahi diri sebagai penyandang nama tersebut. Tidak lepas pula dari unsur-unsur yang menunjang diantaranya : peranan travel agent, perhotelan dan masih banyak lagi faktor penunjang lainnya. Melihat perkembangan jumlah kedatangan wisatawan yang semakin meningkat, dibarengi pula dengan adanya berbagai program pemerintah dalam bidang pariwisata, maka pertumbuhan sarana akomodasi

perhotelanpun semakin meningkat pula. Akomodasi perhotelan ini sangat penting karena merupakan fasilitas utama dalam industri pariwisata, baik untuk wisatawan manca negara maupun wisatawan dalam negeri. Hal ini disebabkan, setiap wisatawan membutuhkan tempat untuk berteduh atau tempat bernaung dimana dia bisa tidur atau beristirahat setelah melakukan serangkaian perjalanan.

Kebutuhan akan akomodasi hotel dewasa ini semakin dirasakan, sehubungan dengan semakin berkembangnya industri pariwisata yang sudah memasuki apa yang disebut dengan istilah "*mass - tourism*". Pada masa ini orang tidak lagi melakukan perjalanan sendiri-sendiri, melainkan secara berombongan (*group*). Hal ini sejalan pula dengan perkembangan penerbangan borongan (*charter flight*) dan tersedianya akomodasi dalam jumlah kamar yang relatif banyak. Di samping itu, saat ini juga berkembang suatu jenis pariwisata yang pasaran potensialnya adalah orang-orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan konferensi, seminar, simposium, lokakarya, munas dan kegiatan lain semacamnya yang tentu membutuhkan fasilitas dan sarana yang lengkap.

Dengan semakin banyaknya bermunculan hotel-hotel, baik itu hotel berbintang maupun yang tidak. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, berakibat semakin ketatnya persaingan di dalam bisnis perhotelan, dalam memperebutkan pangsa pasar yang ada. AYODYA HOTEL, sebagai usaha keluarga yang berbentuk CV, berdiri 21 Desember 1993, yang

dalam bidang perhotelan. Dalam umur yang masih muda, untuk meningkatkan daya saingnya, AYODYA HOTEL masih terus mengadakan penambahan dan pembenahan serta mempergencar usaha promosi. Sedangkan ditinjau letak geografisnya, AYODYA HOTEL mendapatkan saingan yaitu terdapat banyaknya Guest House di daerah jalan Prawirotaman.

C. RUMUSAN MASALAH

Dalam mengkampanyekan AYODYA HOTEL sebagai sarana akomodasi perhotelan yang memberikan jasa pelayanan penginapan adalah :

- Bagaimana agar usaha-usaha periklanan AYODYA HOTEL dapat menuju khalayak sasaran dengan tepat.
- Bagaimana usaha-usaha mengenalkan, bahwa AYODYA HOTEL sebagai hotel yang memiliki ciri tersendiri sehingga para pengunjung tertarik untuk menginap.

D. TUJUAN PERANCANGAN

- Memilih media yang tepat dalam menunjang usaha periklanan, guna memperkenalkan keberadaan ADODYA HOTEL agar dapat langsung diterima atau menuju khalayak sasaraannya.
- Selain memilih media yang tepat juga memilih pesan dan isi pesan yang akan digunakan sehingga akan dapat mempengaruhi khalayak sasaran untuk tertarik menggunakan AYODYA HOTEL sebagai tempat bersinggah selama di Yogyakarta.