

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang Penelitian**

Identitas visual sebuah bisnis melibatkan sejumlah elemen, seperti logo, warna, tipografi, grafik, dan gambar yang digunakan secara konsisten dalam berbagai materi pemasaran. Elemen-elemen ini bekerja bersama-sama untuk menciptakan kesan yang konsisten, membangun pengenalan merek, dan mengkomunikasikan nilai-nilai kepada audien target. Menurut Wanda (2011: 240) Identitas visual dapat membangun kepercayaan masyarakat, memposisikan perusahaan, serta dapat memberikan perbedaan dan keunikan antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Dalam lingkungan bisnis yang padat, memiliki identitas visual yang kuat dapat membantu bisnis menonjol dan menjadi lebih mudah dikenali oleh pelanggan potensial. Identitas visual yang konsisten dan terkenal juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, karena mencerminkan profesionalisme, kualitas, dan keseriusan bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam era digital yang semakin maju, identitas visual juga berperan dalam membangun kehadiran online yang kuat. Logo, warna, dan elemen visual lainnya yang konsisten dapat membantu merek dikenali dan diingat oleh pengguna internet di berbagai platform, termasuk situs web, media sosial, dan iklan online.

Dalam industri perhotelan yang kompetitif saat ini, menciptakan identitas yang kuat dan mengesankan sangat penting bagi keberhasilan sebuah hotel. Identitas visual yang baik dapat membantu hotel untuk membedakan diri dari pesaing, menarik minat calon tamu, dan membangun hubungan emosional yang kuat dengan para pelanggan. Identitas visual juga berperan penting dalam menciptakan persepsi merek yang positif. Desain logo dan elemen citra merek hotel dapat mempengaruhi pengenalan merek dan tingkat kesan yang diberikan kepada tamu. Selain itu, konsistensi identitas visual di seluruh berbagai saluran komunikasi hotel, seperti media sosial, materi pemasaran, dan desain interior/eksterior, sangat penting.

Konsistensi yang baik dalam penggunaan elemen-elemen identitas visual akan memperkuat kesan merek yang diinginkan dan meningkatkan kepercayaan tamu terhadap hotel.

Alexander Hotel Tegal merupakan hotel berbintang 3. Memiliki lokasi yang strategis yaitu di pusat Kota Tegal, dekat dengan pusat perbelanjaan, pusat bisnis, dan sarana transportasi yang lengkap mulai dari terminal bus hingga stasiun kereta api. Alexander Hotel Tegal menjadi pertimbangan wisatawan ketika mengunjungi Kota Tegal baik untuk melakukan pariwisata atau sekedar transit, karena Alexander Hotel Tegal menjadi salah satu hotel terbaik. Lokasinya yang berada di daerah pantura dan memiliki beragam pariwisata disekitarnya menjadikan Alexander Hotel Tegal sebagai tempat terbaik untuk bermalam apabila melewati Kota Tegal ataupun akan melakukan kegiatan pariwisata di Kota Tegal dan sekitarnya. Memiliki pelayanan dengan moto "*Service by Heart*" menambah minat wisatawan untuk menginap di Alexander Hotel Tegal.

Sebagai hotel dengan keunggulan tersebut, identitas visual sangat membantu Alexander Hotel untuk menciptakan pembeda dirinya dengan pesaing. Identitas visual yang memikat akan mudah diingat, membantu hotel supaya menonjol dan dapat menarik perhatian konsumen. Identitas visual adalah representasi visual dari merek dan citra perusahaan. Citra yang baik dan konsisten akan membangun kepercayaan, kesetiaan konsumen, dan memperkuat kesan positif tentang perusahaan. Namun permasalahan yang terjadi adalah, Alexander Hotel mengalami kesulitan dalam menemukan identitas visual yang tepat. Sejak berdirinya Alexander Hotel identitas visual yang ada hanyalah logo, tidak adanya elemen pendukung visual lainnya. Tidak meratanya penerapan identitas visual yang ada ke semua media dan fasilitas yang terdapat pada hotel. Sehingga hal tersebut berdampak pada kurangnya kepercayaan konsumen terhadap kredibilitasnya karena terlihat kurang profesional. Identitas visual yang lemah dapat merusak reputasi dan citra perusahaan di mata khalayak. Citra yang buruk atau tidak meyakinkan dapat menyebabkan kepercayaan konsumen menurun dan berdampak negatif pada pertumbuhan bisnis. Identitas visual yang diterapkan hanya terdapat pada beberapa

media/fasilitas saja, seperti, pada pintu kaca menuju lobi, kemudian pada mobil operasional, seragam staff & karyawan, dan pada fasad bagian depan bangunan hotel. Akan tetapi identitas visual yang diterapkan memiliki keberagaman yang menciptakan ketidakkonsistenan dalam penerapannya. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pedoman tentang penggunaan identitas visual seperti GSM (*Graphic Standard Manual*), sehingga Alexander Hotel tidak memiliki petunjuk yang jelas tentang aturan penggunaan elemen identitas visual yang ada. Salah satu tantangan yang sering dihadapi dalam industri perhotelan adalah penerapan yang kurang optimal terhadap identitas visual yang dimiliki. Identitas visual yang tidak diaplikasikan dengan baik dapat mengakibatkan ketidakjelasan dalam pesan yang ingin disampaikan kepada tamu, serta dapat mengurangi daya tarik dan kepercayaan terhadap hotel itu sendiri. Oleh karena itu, evaluasi mendalam terhadap identitas visual dan penerapannya dalam Alexander Hotel menjadi sangat penting guna memastikan bahwa identitas tersebut memenuhi tujuan yang diinginkan dan memberikan dampak positif pada hotel.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka teridentifikasi masalah yang didapatkan sebagai berikut:

- a. Penerapan logo yang belum menyeluruh ke semua media/fasilitas yang terdapat pada Alexander Hotel akan mengurangi kepercayaan dan terlihat kurang profesional di mata pengunjung. Hanya beberapa media/fasilitas yang sudah dilengkapi logo hotel diantaranya pintu kaca yang berada pada lobi, pamflet menu/promosi, seragam staff & karyawan, mobil operasional dan fasad pada bagian depan hotel.
- b. Tidak adanya pedoman identitas visual seperti GSM (*graphic standar manual*), menyebabkan Alexander Hotel tidak mempunyai petunjuk yang jelas tentang aturan penggunaan elemen identitas visual dalam hal ini adalah logo yang diterapkan pada hotel berbeda di tiap medianya.
- c. Sejak berdirinya Alexander Hotel hanya memiliki identitas visual sebuah logo saja. Dalam penerapannya, identitas visual tersebut kurang menarik sehingga

mengakibatkan ketidakjelasan dalam pesan yang ingin disampaikan kepada tamu, serta dapat mengurangi daya tarik dan kepercayaan terhadap Alexander Hotel.

### **I.3 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah

1. Bagaimana implementasi elemen identitas visual pada Alexander Hotel? Bagaimana tingkat konsistensi dan keterpaduan dalam penerapan elemen-elemen identitas visual pada Alexander Hotel?
2. Bagaimana tingkat konsistensi dalam implementasi elemen-elemen identitas visual di Alexander Hotel? Apakah penggunaannya konsisten dan terintegrasi di berbagai aspek, seperti media sosial, berbagai sudut hotel, detail-detail pada aksesoris pada kamar hotel dan materi promosi hotel?
3. Sejauh mana implementasi identitas visual di Alexander Hotel terintegrasi secara menyeluruh di berbagai aspek komunikasi? Bagaimana kurangnya terpadu dan integrasi mempengaruhi kesan yang ditangkap oleh tamu terhadap konsistensi dan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh Alexander Hotel?

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan tentang elemen identitas visual pada Alexander Hotel diantaranya adalah:

1. Mengumpulkan data tentang Alexander Hotel terkait elemen-elemen visual yang digunakan dalam berbagai aspek keseluruhan hotel, maupun media promosi baik fisik atau digital.
2. Melakukan identifikasi terhadap identitas visual Alexander Hotel yang telah diterapkan di berbagai media yang terdapat pada hotel dan saluran komunikasi, seperti brosur, media sosial, dan lainnya.

3. Menganalisis data elemen identitas visual pada Alexander Hotel untuk kemudian dilakukan evaluasi mengenai penerapannya dan mengidentifikasi ketidaksesuaian dalam implementasi elemen identitas visual Alexander Hotel.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

1. Penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pengembangan teori identitas visual, terutama dalam konteks industri perhotelan. Dari temuan yang diperoleh, dapat membantu untuk mengenali faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan identitas visual dan dampaknya pada persepsi merek.
2. Penelitian ini akan memperdalam pemahaman tentang peran identitas visual dalam membentuk persepsi pelanggan dan pengalaman tamu. Ini akan membantu memperkaya literatur terkait pemasaran dan branding.

### **b. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini akan memberikan pandangan yang lebih dalam tentang bagaimana identitas visual dapat diterapkan untuk meningkatkan pengalaman tamu. Ini akan membantu Alexander Hotel dalam mengidentifikasi area-area perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan tamu.
2. Melalui evaluasi dan rekomendasi Anda, Alexander Hotel dapat memperbaiki dan mengoptimalkan identitas merek mereka. Ini akan membantu mereka dalam membangun citra merek yang lebih kuat dan kohesif.
3. Dengan perbaikan dalam penerapan identitas visual dan pengembangan citra merek yang lebih kuat, Alexander Hotel dapat mencapai keunggulan persaingan dalam industri perhotelan yang kompetitif.

## **I.6 Pembatasan Masalah**

Dalam melakukan penelitian tentunya banyak hal yang tercakup, namun waktu, tempat serta sumber informasi yang diperlukan tentu tidak singkat. Untuk itu, peneliti memberi batasan pada penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian difokuskan pada identitas visual Alexander Hotel, sebuah hotel berbintang tiga yang terletak di Jalan Jendral Sudirman, Pekauman, Kota Tegal. Pengamatan dan analisis akan berfokus pada bagaimana identitas visual hotel ini diterapkan, serta evaluasi terhadap konsistensi, integrasi, dan keberlanjutan penerapannya.
2. Penelitian dilakukan dalam rentang waktu dari bulan Februari hingga Juni 2023. Rentang waktu ini dipilih untuk memberikan periode yang cukup untuk melakukan pengamatan, analisis, serta evaluasi mendalam terhadap penerapan identitas visual Alexander Hotel.
3. Lokasi penelitian adalah Alexander Hotel, yang terletak di wilayah Pantura Kota Tegal, tepatnya di Jalan Jendral Sudirman No. 30 Pekauman, Kecamatan Tegal Barat, Kota Tegal, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi ini berdasarkan komparasi dengan beberapa hotel lain di sekitarnya atas kebutuhan identitas visualnya. Fokus penelitian pada hotel ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam terkait implementasi identitas visual dalam industri perhotelan khususnya Alexander Hotel.

### **I.7 Hipotesis/Asumsi**

Konsistensi yang kurang dalam penerapan identitas visual dapat menyebabkan kehilangan kesan yang kuat dan melekat pada tamu yang berpotensi mempengaruhi daya tarik merek Alexander Hotel, yang secara langsung berdampak pada tingkat loyalitas dan pengulangan tamu untuk kembali berkunjung. Ketidakterpaduan dalam penggunaan elemen identitas visual pada berbagai aspek dan media komunikasi Alexander Hotel akan mempengaruhi pengalaman keseluruhan tamu, menghasilkan kesan yang kurang profesional dan terstruktur serta membingungkan mengenai karakteristik unik dan kualitas dari Alexander Hotel.

### **I.8 Sistematika Penulisan**

Dalam perjalanannya penulisan penelitian ini melewati beberapa proses dan melibatkan sejumlah langkah yang sistematis. Berikut adalah sistematika penulisan pada penelitian ini:

- **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini memperkenalkan topik penelitian tentang elemen identitas visual Alexander Hotel. Latar belakang penelitian menjelaskan konteks industri perhotelan dan pentingnya identitas visual dalam branding hotel. Rumusan masalah dan tujuan penelitian diberikan untuk mengarahkan penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan manfaat penelitian bagi industri perhotelan dan membatasi ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan.

- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menyajikan ringkasan literatur yang relevan dengan penelitian. Teori branding dan identitas visual digunakan sebagai dasar teoritis. Penelitian terdahulu dan studi kasus dari hotel-hotel lain yang relevan dengan identitas visual dalam industri perhotelan juga dipaparkan. Tinjauan pustaka ini memberikan pemahaman lebih mendalam tentang konsep dan tantangan dalam manajemen identitas visual.

- **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab data penelitian, peneliti menjelaskan tentang desain penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, pendekatan, dan metode pengumpulan data yang dilakukan. Peneliti juga menjelaskan tentang populasi dan sampel penelitian, serta prosedur pengambilan sampel yang digunakan untuk memilih hotel dan responden yang relevan. Selain itu, bab ini juga mencakup teknik pengumpulan data yang digunakan, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Bagian ini menekankan pentingnya validitas dan reliabilitas data yang dilakukan untuk memastikan akurasi dan keabsahan hasil penelitian.

- **BAB IV ANALISIS DATA**

Bab analisis data berisi presentasi hasil penelitian yang telah dikumpulkan dari data penelitian. Peneliti melakukan analisis mendalam terhadap data untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Hasil analisis data disajikan dalam bentuk grafik, tabel, atau ilustrasi lainnya untuk mempermudah pemahaman dan interpretasi. Selain itu, bab ini juga berisi interpretasi dan pembahasan hasil analisis data dengan merujuk kembali pada teori-teori dari tinjauan pustaka. Peneliti membahas

temuan penelitian yang relevan dengan tujuan penelitian dan menjelaskan implikasi dari hasil penelitian terhadap Alexander Hotel.

- **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini merangkum hasil penelitian dan jawaban dari rumusan masalah dan tujuan penelitian. Peneliti memberikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data dan membahas temuan penelitian yang paling relevan dengan tujuan penelitian. Saran dan rekomendasi diberikan bagi Alexander Hotel untuk meningkatkan manajemen identitas visual mereka, berdasarkan temuan penelitian.