BAB I
PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Kota Bandung adalah ibu kota provinsi Jawa Barat. Kota ini pada zaman dahulu dikenal sebagai Paris Van Java (bahasa Belanda) atau " Paris dari Jawa". Karena terletak di dataran tinggi, Bandung dikenal sebagai tempat yang berhawa sejuk. Hal ini menjadikan Bandung sebagai salah satu kota tujuan wisata,. Bandung merupakan kota wisata yang sangat berpotensial, dari wisata kuliner, fashion, alam semua ada di Bandung.ada beberapa tempat wisata di daerah bandung terutama di Bandung utara, seperti Gunung Tangkuban Perahu, kebun teh, Kampung Gajah, air terjun Maribaya, D'ranch wisata kuda pegunungan dan rumah makan yang memiliki ciri khas tersendiri terlebih banyak pula hotel yang berdiri di Bandung dari hotel berbintang sampai hotel menengah. yang sering dikunjungi oleh wisatawan yang akan menikmati pemandangan kota Bandung (Bandung Overview,2009) . selain tempat wisata kota Bandung pun di jadikan untuk dijadikan penilitain , dan pelatihan di bidang pendidikan, terutama di Universitas Pendidikan Indonesia.

Karena tujuan wisata dan penelitian maka di perlukan sarana penginapan bagi para pengunjung salah satunya ada adalah Hotel Isola Resort, hotel ini selain di kunjungi oleh wisatawan yang ingin berwisata sering juga digunakan oleh tamu yang sedang berkunjung ke UPI, dan digunakan beberapa kegiatan yang khususnya di bidang pendidikan.Dari segi bangunan hotel ini cukup besar dan bisa dikatakan hotel berbintang, namun ada kendala hotel ini kurang diketahui oleh masyarakat luas, dikarenakan aktifias promosi kurang efektif begitupun mahasiswa di lingkungan kampus, banyak yang tidak mengetahui keberadaan hotel ini.

Untuk saat ini pihak Hotel Isola Resort kurang melakukan promosi dan beriklan seperti di media cetak, billboard di karenakan kurangnya strategi pemasaran dari

pihak isola resort, sedangkan usaha yang dilakukan dalam upaya meningkatkan pelanggan adalah jalan menjalin kerjasama dengan perusahaan-perusahaan tertentu seperti Jawa Pos, Arta Boga, dan Biro perjalan dengan memberikan harga khusus. padahal untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru di butukan kegiatan beriklan dan promosi, selain itu juga untuk menunjukan potensi yang dimiliki dari Hotel Isola Resort.

Banyak pihak beranggapan bahwa kegiatan beriklan dan promosi hanya menghabiskan dana dan waktu saja, apalagi jika produk tersebut sudah laku sesuai harapan maka dianggap tidak perlu beriklan. Tetapi anggapan terserbut adalah salah, karena tujuan beriklan bukan saja untuk memperkenalkan suatu produk tetapi juga bertujuan mengingatkan, menginformasikan, dan memposisikan suatu produk di hati konsumen.

Dalam hal ini yang akan menjadi obyek karya desain grafis adalah produk jasa Hotel Isola Resort. karena setalah diperhatikan lebih lanjut amat disayangkan kegiatan iklan dan promosi Hotel Isola Resort kurang diperhatikan, dibandingkan dengan hotel persainganya seperti Hotel Banana Inn yang gencar melakukan kegiatan iklan dan promosi

Identifikasi masalah

1. Media promosi masih kurang mencitrakan konsep dari hotel tersebut,
2. Hotel Isola Resort terletak di kawasan kampus Universitas Pendidikan Indonesia
3. kurangnya kegiatan promosi hotel Isola Resort

1.1 Fokus Masalah

Sesuai dengan Identifikasi masalah di atas, maka fokus masalah penelitian ini. Bagaimana membuat media promosi yang tepat yang sesuai dengan visi misi dan konsep Hotel Isola Resort, dan bagaimana cara mempromosikan media promosi yang tepat dengan mengubah citra hotel isola resort sebagai hotel bisnis.

1.4 Tujuan Perancangan

Maksud dari tujuan yang ingin dicapai adalah mengubah citra Hotel Isola Resort yang sesuai dengan visi misi dan konsep Hotel Isola Resort yaitu Sebagai Hotel yang modern, bisnis,. Dan merancang media promosi yang menjadi semangat bagi Hotel Isola Resort untuk meningkatkan kualitas Hotel yang dapat mendukung strategi pemasaran sesuai target audiancenya.