BAB III
PROMOSI HOTEL KARANG SETRA SPA AND *COTTAGES*

III.1 Strategi Perancangan

Strategi adalah cara yang ditetapkan untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi perancangan yang akan dilakukan untuk membuat media promosi meliputi :

1. **Materi pesan**
   a. Hotel Karang Setra merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan.
   b. Pelayanan pada konsumen ramah.
   c. Salah satu hotel berbintang di Bandung.
   d. Memiliki fasilias *spa* yang membuat pelanggan tertarik.
2. **Tujuan perancangan komunikasi**
   a. Memberikan sebuah visual untuk masyarakat agar dikenal banyak kalangan masyarakat awam.
   b. Memberikan kesan bahwa hotel tersebut memiliki fasilitas yang cukup baik.
3. **Tema/Pesan Utama**

   Pesan utama dalam perancangan promosi hotel Karang Setra adalah menyampaikan kepada masyarakat atau konsumen bahwa Karang Setra adalah salah satu hotel yang terkenal di Bandung.
4. **Positioning**

   Untuk dapat menempatkan produk jasa perusahaan di benak masyarakat sebagai target sasaran merupakan suatu hal yang penting karena ini berhubungan dengan kelangsungan perusahaan tersebut. Karena tempatnya yang jauh dari perkotaan, Maka diperlukan promosi untuk meningkatkan pelanggan hotel.

III.1.1 Pendekatan komunikasi

III.1.1.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan promosi hotel Karang Setra dengan menampilkan *tagline, headline, sub headline, bodycopy* dan beberapa kata pendukung dengan menggunakan bahasa Indonesia formal dan informal yang dipadukan, hal ini dikarenakan target konsumen dari perancangan redesain promosi adalah kalangan masyarakat yang belum begitu tahu akan keberadaan hotel Karang Setra ini.

III.1.1.2 Pendekatan Visual

Dilakukan perancangan yang dapat mewakili semua pesan utama secara singkat padat dan dapat dimengerti oleh target sasaran. Dengan menggunakan unsur grafis seperti garis dan latar belakang agar desain terlihat lebih menarik. Ilustrasi juga digunakan sebagai gambaran pesan yang tak terbaca, namun bisa mengurai cerita sehingga pesan dapat lebih berkesan.

III.1.2 Strategi Kreatif

Untuk menghasilkan desain promosi hotel Karang Setra yang lebih baik maka rancangan disesuaikan dengan target konsumen dengan menggunakan strategi kreatif yang pas dan tepat sasaran pertama-tama membuat sebuah *tageline* atau slogan yang akan ada pada selebaran promosi.

Hal ini juga dikarenakan target konsumen berdasarkan masyarakat yaitu yang suka berwisata ke berbagai tempat wisata yang ada di Indonesia. Sedangkan untuk headline dipilih berdasarkan keunggulan dari hotel Karang Setra yang bermaksud untuk mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Karang Setra sangat ramah dan kekeluargaan sehingga konsumen merasakan kenyamanan seperti pada saat dirumahnya sendiri. Selain memunculkan kata-kata tadi pada media promosi juga akan memunculkan sebuah tokoh ilustrasi yang dapat mewakili hotel Karang Setra. Selain itu akan ditambahkan beberapa elemen visual lainnya untuk *background* agar media promosi terlihat lebih menarik.

III.1.3 Strategi Media

1. Media Utama

Adapun media utama yang akan digunakan dalam perancangan media promosi hotel Karang Setra ini adalah *brosur*.

Brosur adalah bahan informasi tertulis mengenai suatu masalah yang di susun secara bersistem. Brosur juga bisa di artikan cetakan yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa di jilid.

2. Media Pendukung

Media pendukung merupakan suatu media tambahan atau media promosi yang dibuat oleh sebuah perhotelan untuk mempromosikan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, maka media pendukungnya meliputi :

1. *flyer*

   Sebagai media pendukung yang disebarkan kepada orang yang berjalan di sekitar permukiman kecil atau daerah yang jauh dari kondisi perkotaan.

2. Video TV

   Media tampilan untuk menginformasikan kepada masyarakat luas.

3. *X-Banner*

   Media yang digunakan sebagai informasi hotel Karang Setra beserta fasilitasnya.

4. Kartu identitas hotel

   Merupakan salah satu media yang berisikan identitas hotel, alamat dan keterangan lainnya.

5. Poster

   Poster adalah sarana promosi yang penempatannya dengan di tempel pada dinding atau tempat-tempat strategis lainnya guna menarik perhatian orang agar menerima pesan yang di sampaikan.

6. Iklan Majalah

   Iklan berarti berita pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang/jasa yang di tawarkan. Majalah berarti surat yang terbit mingguan atau bulanan.Iklan majalah berarti berita/ pesan yang terbit mingguan untuk mendorong masyarakat ramai agar tertarik pada barang/jasa yang ditawarkan.

7. Post Card

kartu artinya kertas tebal, berbentuk persegi panjang untuk berbagai keperluan, hampir sama dengan karcis. Kartu pos adalah pos kartu yang digunakan untuk surat-menyurat melalui pos. Publisitas yang bermanfaat bisa didapat dengan menghadiahkan kartu pos (pos card) yang menarik kepada konsumen. Hal itu sudah umum dilakukan oleh manajement hotel, maskapai penerbangan, dan cafe-cafe.

8. Katalog

Daftar yang berisi rincian jenis produk, katalog merupakan sejenis brosure yang berisi rincian jenis produk/layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar.

9.P amflet

Famplet di artikan selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang perusahaan atau organisasi.

10. Leaflet

Leaflet di artikan selebaran yang hampir sama dengan famplet berisi keterangan singkat, tetapi ukuran dan informasinya agak lebih kecil dari ukuran famplet.

11. Pin Bros

Adalah Cindera mata yang di gunakan sebagai media promosi, yang berbentuk lingkaran kecil yang hanya menampilkan gambar dan logo saja.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasanya, sehingga produk tersebut dapat sampai ketangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, pada waktu diperlukan, dan ditempat yang tepat.

Berikut ini adalah jadwal strategi distribusi yang akan dilakukan :

Bulan/Tahun	Media	Venue	Objektif
September-Oktober 2012	1. Brosur 2. Leaflet 3. Pamflet 4. Post Card 5. Poster 6. Kartu identitas hotel 7. Flyer 8. Pin Bros	Kota besar di jawa barat	Menginformasikan, memberitahukan kualitas dan fasilitas hotel Karang Setra.
November-Desember 2012	1. Iklan Majalah 2. Katalog	Kota besar di jawa barat	Membujuk target audien supaya mengetahui hotel tersebut.
Januari-februari 2013	X-Banner dan Video	Kota besar di jawa barat	Memperlihatkan kepada pelanggan hotel.

Tabel III.1 Strategi Distribusi

Brosur dan media lainnya diluncurkan pada bulan-bulan yang terdapat liburan seperti libur hari raya Idul Adha, Natal dan tahun baru dimaksudkan agar pada saat liburan akan banyak orang biasanya mengisi liburan dengan menginap di hotel. Dengan melihat beberapa media promosi tersebut konsumen akan melihat pelayanan yang diberikan hotel Karang Setra dan juga konsumen dalam memilih dan menimbang dalam menentukan hotel yang akan digunakan.

Iklan Majalah Katalog di sebarkan pada bulan November-Desember, karena juga terdapat liburan yaitu: Natal, dimana pada liburan Natal ini akan banyak ibu-ibu dan bapak-bapak untuk mengisi liburan dan mengisi hari Natalnya dengan bepergian ke daerah perkotaan, maka akan mudah untuk membagikan media ini ini kepada calon konsumen.

X-Banner dan Video dibuat pada awal tahun 2013 agar pada saat pengunjung yang datang merasakan keserasian dengan bergantinya tahun, maka berganti pula berbagai fasilitas hotel yang baru.

III.2 Konsep Visual

Konsep visual adalah ide untuk mengklasifikasi objek-objek yang biasanya dinyatakan dalam suatu istilah kemudian dituangkan ke dalam contoh.

Depan



Belakang



Gambar III.I (Konsep Visual Desain).

III.2.1 Format Desain

Format desain yang digunakan dalam perancangan Hotel Karang Setra ini adalah dengan membuat suatu media promosi dengan menggunakan brosur.

Alasan mengapa media yang diambil adalah sebuah brosur, karena dengan dibuatnya sebuah brosur , maka masyarakat awam akan lebih mudah untuk mengetahui keberadaaan hotel ini. Karena kebanyakan masyarakat Bandung maupun diluar kota Bandung mengenal Karang Setra ini dengan kolam renang yang indah.

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain *lanscape*, simetris dan komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media berupa ilustrasi, logo hotel, tipografi yang terdiri dari *tagline*, *headline*, dan keterangan pendukung.

III.2.2 Tata Letak *(layout)*

Layout atau tata letak adalah merangkai unsur-unsur tertentu (gambar, tulisan, warna dan unsur-unsur lainnya) menjadi susunan yang menarik sehingga mencapai tujuan. Penerapan elemen-elemen serta prinsip-prinsip dalam proses desain dengan maksud agar dapat menghasilkan suatu karya grafis yang menarik, enak dipandang, tampil menyolok dan memiliki kesan tersendiri. Dimana secara keseluruhan dapat membentuk sebuah keserasian yaitu susunan berbagai macam bentuk, bangun warna, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu susunan komposisi yang utuh agar enak dipandang.

Ukuran kertas yang digunakan adalah A4 yang di buat sedemikian rupa karena untuk menyesuaikan isi promosi hotel Karang Setra.



Gambar III.2 (Layout Desain)

III.2.3 Tipografi

Huruf yang digunakan adalah huruf-huruf yang tidak terlalu tegas agar dapat menjangkau semua kalangan. Walaupun huruf yang akan digunakan tidak terlalu tegas namun tetap mencerminkan kekokohan sehingga timbul kesan pelayanan yang baik pada hotel Karang Setra.

Huruf-huruf tersebut antara lain adalah :

1. tipe huruf Calibri karena dilihat dari setiap jenis huruf ini mencerminkan karakter promosi Hotel lebih mudah dibaca.

Contoh tipografi Calibri :

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

,./?><:;”’!@#$%^&*()_+{}

2. MV Boli

Contoh tipografi MV Boli :

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

1234567890

,./?><:;”’!@#$%^&()_+{}*

III.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan desain ini yaitu sebuah ruangan hotel yang bersusun yang berarti hotel Karang Setra ini selalu memberikan pelayanan yang rapi dan memuaskan untuk pelanggan.

III.2.5 Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan. Warna yang digunakan warna yang

mencolok karena dapat menarik audiens untuk melihatnya. Warna yang digunakan adalah warna seperti kuning, merah, dan lain-lain.

a. **Kuning**

Memberikan kesan cahaya atau penerangan. Warna kuning dalam promosi ini dominan karena warna kuning warna yang mencolok yang dapat menarik perhatian audiens.

b. Putih

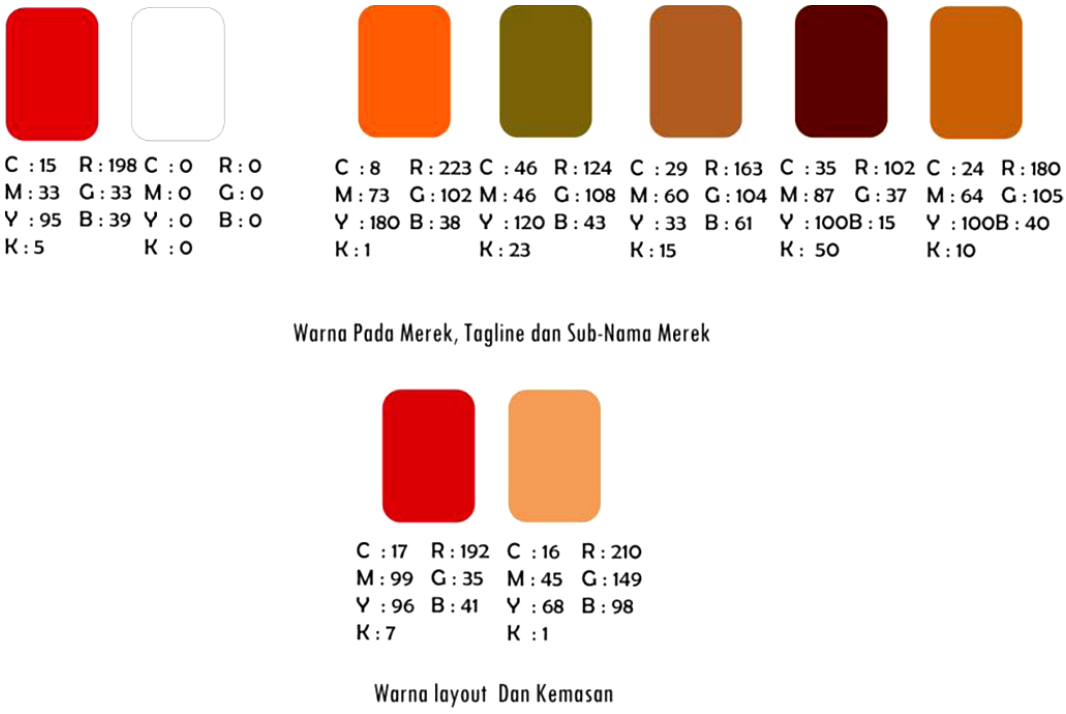
Memberikan kesan bersih dan suci.

c. Hijau

Warna Hijau merupakan warna dari logo atau warna yang mewakili warna logo perhotelan tersebut.

d. Coklat

Warna di ambil dari logo atau warna yang mewakili warna logo perhotelan tersebut.



Gambar. III.3 (warna)