

Penerapan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Pada Hotel Galuh Prambanan Yogyakarta

Tasya Amalia Vista^{1*}, Ricky Widyananda Putra², Jeanie Annissa³

^{1,2}Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Desain Komunikasi Visual, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

²Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif, Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}tasyavista@gmail.com, ²rickywidyanandaputra@budiluhur.ac.id, ³jeanie.annissa@budiluhur.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak—Hotel Galuh Prambanan adalah Hotel Resort yang terletak di Prambanan, tepatnya Jl. Manisrenggo KM. 1, Desa Tlogo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Hotel ini menawarkan berbagai paket dengan harga terjangkau. Agar dapat bersaing dan terus eksis, serta mempertahankan pangsa pasar dari hotel-hotel sekitar yang ada. Disini kami mendapatkan bentuk permasalahan terkait dengan media promosi yang belum maksimal dalam menyampaikan informasi kepada para pengunjungnya. Dengan permasalahan tersebut maka kami mendapatkan ide awal untuk mengembangkan media promosi pada Hotel Galuh Prambanan Yogyakarta. Dengan melakukan perancangan ulang (*redesign*) pada media promosi, dengan tujuan agar dapat mengoptimalkan media promosi. *Redesign* adalah kegiatan untuk mengubah dan menyegarkan identitas suatu merek atau produk agar tetap berada di depan para pesaing. *Redesign* diperlukan untuk membuat sebuah *brand* atau produk mencapai *level* yang lebih tinggi. Teknik pengumpulan data dalam laporan ini diperoleh melalui observasi dan wawancara. Program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membangun *brand* dan digunakan sebagai media promosi jangka panjang yang akan meningkatkan minat masyarakat, pengunjung dan calon pengunjung.

Kata Kunci: Redesign, Desain Komunikasi Visual, Media Promosi, Hotel Galuh Prambanan

Abstract— *Hotel Galuh Prambanan is a Resort Hotel located in Prambanan, Jl to be exact. Manisrenggo KM. 1, Tlogo Village, Prambanan District, Klaten Regency, Central Java. This hotel offers various packages at affordable prices. In order to be able to compete and continue to exist, as well as maintain market share from the existing surrounding hotels. Here we get a form of problems related to media promotions that have not been maximized in conveying information to their visitors. With these problems, we got the initial idea to develop promotional media at Hotel Galuh Prambanan Yogyakarta. By redesigning the promotional media, with the aim of optimizing promotional media. Redesign is an activity to change and refresh the identity of a brand or product in order to stay ahead of competitors. Redesign is needed to make a brand or product reach a higher level. Data collection techniques in this report were obtained through observation and interviews. This community service program is expected to be able to build a brand and be used as a long-term promotional medium that will increase the interest of the public, visitors and potential visitors.*

Keywords: Redesign, Visual Communication Design, Promotional Media, Galuh Prambanan Hotel

1. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal yang sangat esensial dalam hubungan interaksi kehidupan manusia. Melalui komunikasi, seseorang dapat menyampaikan pesan berupa gagasan, nilai dan bentuk-bentuk emosi yang dapat dipahami oleh manusia ataupun khalayak ramai. Kemampuan yang dimiliki seseorang dalam berkomunikasi mampu membuka potensi diri yang dimiliki sehingga mampu, mengkomunikasikan semua pesan baik dalam lingkungan internal maupun eksternalnya termasuk dalam bidang pekerjaan (Annissa, 2021).

Salah satu bentuk komunikasi dengan menggunakan Bahasa visual yang saat ini lebih dikenal dengan Desain Komunikasi Visual. Pengertian dari Desain Komunikasi Visual merupakan proses kreatif yang memadukan seni dan teknologi untuk menyampaikan suatu ide (Putra, 2021). Sedangkan Desain Komunikasi Visual mempunyai tiga fungsi dasar, yaitu sebagai sarana identifikasi, sebagai sarana informasi dan instruksi, dan yang terakhir sebagai sarana presentasi dan promosi (Setioningtyas, 2020). Promosi merupakan arus informasi yang bersifat persuasif dan satu arah yang dibuat guna mengarahkan individu atau kelompok kepada tindakan yang menyebabkan pertukaran dalam aktivitas pemasaran (Salsabi, 2021). Adapun tujuan promosi adalah sebagai berikut: (1.) Memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas dalam hal hasil riset menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen masih belum mengetahui keberadaan perusahaan.

(2.) Mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan jika hasil riset menunjukkan sebagian besar khalayak pengguna atau konsumen belum memahami manfaat produk yang dihasilkan perusahaan. (3.) Mengubah citra perusahaan di mata khalayak karena adanya produk atau kegiatan baru jika hasil riset menunjukkan khalayak belum mengetahui bahwa perusahaan telah menghasilkan produk baru atau kegiatan baru (Rahmantari, 2022).

Bentuk media promosi sangat erat kaitannya dengan industri wisata, salah satu pendukung industri wisata dengan hadirnya tempat-tempat penginapan seperti hotel. Salah satu hotel yang menggunakan media promosi ialah Hotel Galuh Prambanan, hotel ini merupakan *Hotel Resort* yang terletak di Prambanan tepatnya Jl. Manisrenggo KM. 1, Desa Tlogo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Suasana di Hotel Galuh Prambanan masih didominasi area persawahan dan berdekatan dengan situs purbakala Candi Prambanan, Candi Boko, Candi Plaosan, Candi Ijo, dan Candi Sojiwan. Target market Hotel Galuh selain tamu individu adalah instansi baik dari pemerintah maupun swasta dan Lembaga Swadaya Masyarakat untuk meeting ataupun seminar dan anak-anak sekolah yang ingin melakukan wisata di daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Untuk lebih mengangkat keberadaan Hotel Galuh Prambanan sebagai tempat penginapan ataupun wisata, maka kami memiliki ide dasar untuk merancang media komunikasi visual hotel Galuh sebagai media promosi dengan pengembangan program sebagai berikut: (1) *Redesign*, (2) Optimalisasi Media promosi.

Dalam mengembangkan bentuk media komunikasi visual, maka kami menerapkan pendekatan dalam bentuk desain grafis. Pengertian dari desain grafis merupakan kegiatan untuk membuat gambaran dasar dari suatu media cetak sebelum medianya diproduksi atau diperbanyak dengan mempertimbangkan berbagai aspek baik fungsi maupun estetikanya untuk mengantisipasi terjadinya kesalahan apabila bendanya sudah diproduksi atau diperbanyak. Ruang lingkup pekerjaan desain grafis diantaranya adalah industri penerbitan, ilustrasi, desain barang berharga, desain identitas atau logo. Iklan media cetak, komik atau cergam serta desain kemasan (Putra, 2021).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan tema atau topik dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah Bagaimana Penerapan Desain Komunikasi Visual Pada Hotel Galuh Prambanan Sebagai Media Promosi. Dari rancangan program yang kami buat, tujuan yang diharapkan yaitu dapat terhubungnya dengan target market dari Hotel Galuh Prambanan, sehingga dapat membangun *brand*, meningkatkan pengunjung, dan menarik trafik situs *website*. Untuk lebih mengangkat keberadaan Hotel Galuh dengan membuat konten berisi informasi, konten seputar tempat wisata untuk mendapat dukungan dari publik agar dapat mendorong trafik baik media sosial maupun *website*.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Profile Sasaran

Pengelola Hotel Galuh Prambanan yang terletak di Prambanan tepatnya Jl. Manisrenggo KM. 1, Desa Tlogo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. Suasana di Hotel Galuh Prambanan masih didominasi area persawahan dan berdekatan dengan situs purbakala Candi Prambanan, Candi Boko, Candi Plaosan, Candi Ijo, dan Candi Sojiwan.



Gambar 1. Logo Hotel Galuh Prambanan Yogyakarta



Gambar 2. Lobby Luar Hotel Galuh Prambanan Yogyakarta



Gambar 3. Tampilan Hotel Galuh Prambanan Yogyakarta

Struktur organisasi Hotel Galuh Prambanan menerapkan bentuk organisasi lini dan staf, dimana dalam melancarkan tugas pimpinan, mereka dibantu oleh para staf. Dalam struktur tersebut, pemilik Hotel Galuh Prambanan dipegang oleh Minggoe M, dibawahnya terdapat *Genaral Manager* yang dipegang oleh Purwadi S.Pd dan *Operational Manager* oleh Sutomo, S.E. Selanjutnya terdapat sembilan pembagian Manajer yang meliputi: Manager Keuangan oleh Sutomo, S.E, Manager Personalia oleh Yulia ID, Manager ME oleh Ngatiyar, Manager Marketing oleh Gunawan W, Manajer FB oleh Sugiyanto, Manager Umum oleh Ngabani, Manager FO oleh Purwadi S.Pd, Manager HK oleh Purwaningsih, dan Manager Security oleh Haryanto. Kesembilan manager tersebut dibantu oleh *supervisor* dan juga para staf.

2.2. Metode

Metode yang digunakan untuk kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Survey dan wawancara. Survey dilakukan untuk melihat kondisi lokasi secara langsung dan mendata

kemungkinan tiap permasalahan yang ditemui. Kemudian wawancara dilakukan kepada para pengelola (pimpinan dan Staff) Hotel Galuh Prambanan yang akan menjadi target pelaksanaan program pengabdian masyarakat, guna mengetahui kebutuhan yang akan dilakukan dalam menerapkan bentuk desain komunikasi visual sebagai media promosi. Kemudian studi Pustaka digunakan untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan tema atau konsep dalam pengabdian masyarakat ini. Dengan mencari referensi literatur terkait dengan perancangan ulang (*redesign*), komunikasi visual dan media promosi. Kegiatan ini dirancang memberikan wawasan serta penerapan bentuk desain komunikasi visual pada media promosi yang ada di Hotel Galuh Prambanan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Sebelum mengerjakan proses *redesign*, kami melakukan diskusi dan konsultasi dengan pimpinan pengelola Hotel Galuh Prambanan yakni Bapak Purwadi untuk mendapatkan *brief* terkait perancangan ulang bentuk visual agar sesuai dengan konsep yang sudah ditentukan. Kemudian dilanjutkan dengan mencari referensi dan merancang sketsa kasar. Kemudian dari sketsa kasar kami olah kedalam perangkat lunak digital agar mendapatkan hasil desain sesuai dengan tema dan konsep yang di inginkan.



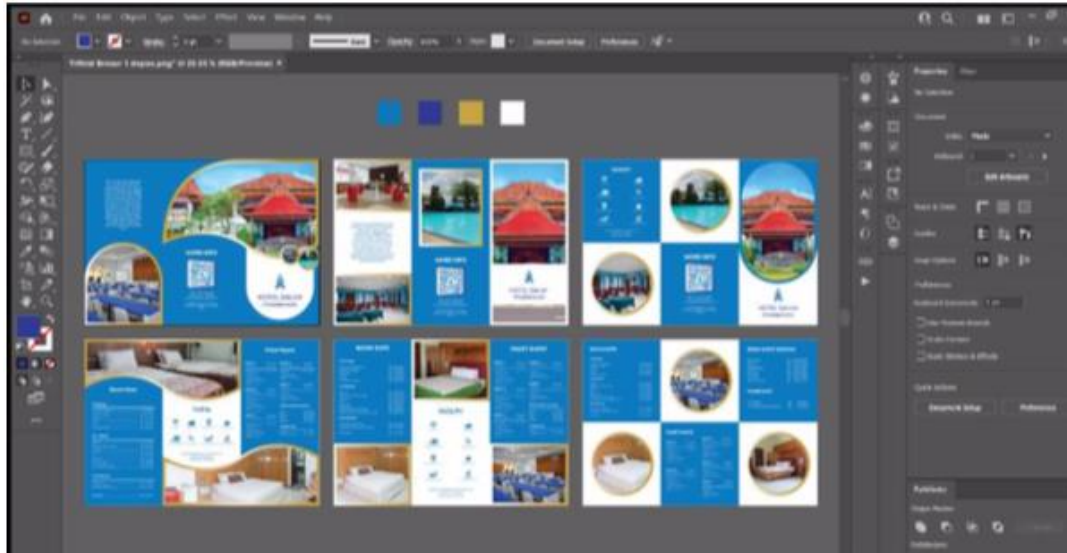
Gambar 4. Wawancara Dengan Pengelola Hotel Galuh Prambanan Yogyakarta

Kemudian kami melakukan produksi *redesign* pada *sign system* dan *trifold* brosur Hotel Galuh Prambanan. Selanjutnya membuat desain alternatif brosur Hotel Galuh Prambanan, kalender meja, *leaflet* brosur (Paket *Room Rate* dan Paket Rapat), *Hotel Regulation*. *Redesign* pada Kartu Nama Hotel Galuh Prambanan dan juga melakukan *redesign* pada daftar menu *room service*, *coffee bar*, *redesign leaflet* brosur paket wisata religi dan *trifold* brosur Tirtonirmolo Galuh Waterpark. Kegiatan pasca produksi yang meliputi pembuatan laporan serta evaluasi bersama General Manager Hotel dan para staff.

3.2 Pembahasan

Dalam pembahasan ini kami memulai memproduksi desain alternatif untuk brosur Hotel Galuh Prambanan. Untuk desain pertama kami mencoba untuk membuatnya terlihat *classic* namun modern, sedangkan untuk alternatifnya, kami membuatnya dengan kesan lebih *simple* dan elegan, alternatif kedua dengan tampilan persegi panjang sedangkan alternatif ketiga dengan tampilan kotak dengan gambar yang disajikan melingkar. Pada alternatif ketiga, kami mencoba mengubah sedikit susunannya karena adanya keterbatasan dalam ruang desain yang mana pada lembaran muka diisi

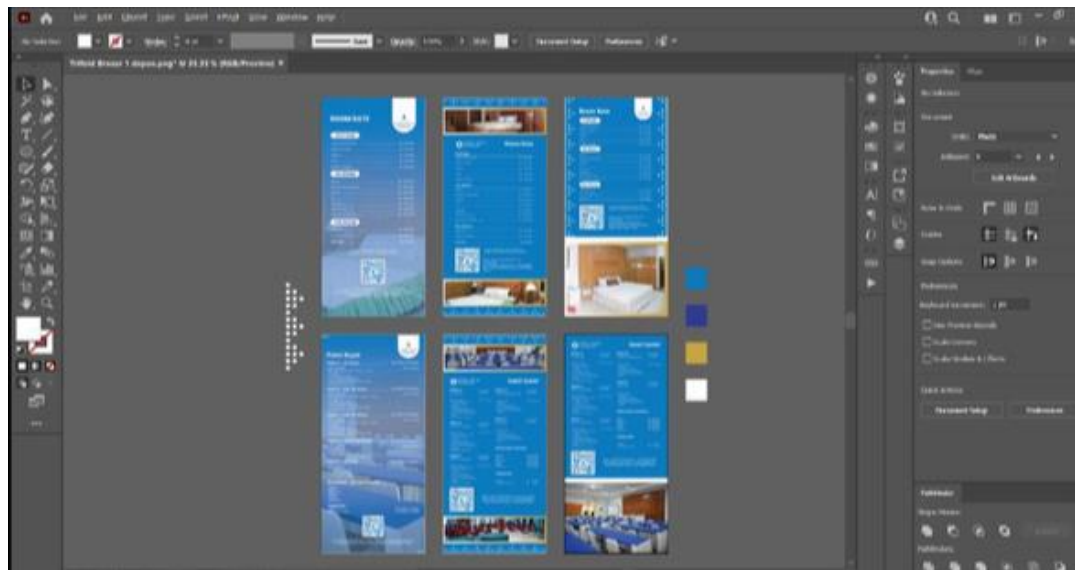
dengan fasilitas pelayanan hotel dan informasi kontak, sedangkan di lembaran belakangnya diisi dengan paket *room rate* dan paket rapat.



Gambar 5. Penerapan Desain Komunikasi Visual Pada Brosur Hotel Galuh Prambanan

Selanjutnya membuat leaflet brosur *room rate* dan paket rapat beserta alternatifnya. Untuk menghemat waktu, kami mendesain tiga *template* yang kemudian disesuaikan dengan isi konteksnya. Pada desain pertama kami melakukannya dengan meletakkan foto yang sudah diturunkan *opacity*-nya dibelakang teks. Pada paket *room rate*, menggunakan *emphasis* pada logo dan tipe kamar hotel, sedangkan pada paket rapat, kami hanya memberikan *emphasis* pada logo dan menambahkan sedikit *dot pattern* pada ujung desain. Untuk alternatif keduanya, kami mencoba untuk meletakkan gambar serta membuat *dot pattern* pada bagian atas dan bawah desain. Untuk alternatif ketiganya kami membuat gambar berada dibawah sedangkan teks berada diatasnya. Untuk paket *room rate*, kami menambahkan elemen *dot pattern* pada bagian sisi kiri dan kanannya, disertai dengan penekanan pada tipe kamar dan logo hotel.

Pada tahap berikutnya kami memproduksi *Hotel Regulation*. Disini kami membuat dua alternatif pada desain, yang pertama desain dibuat seperti bentuk papan jalan sedangkan desain yang kedua terdapat pemisahan antara logo, judul dan isi teks, tetapi memberikan *emphasis* pada logo dan isi teks. Untuk *background*-nya dengan memberikan motif bunga agar terkesan *classic* dan juga *dot pattern* sebagai dekorasi tambahan. Kami juga mulai membuat daftar menu untuk *room service* dan *coffee bar*. Untuk *Room Service Menu*, desain pertama saya memberikan background warna putih dengan pinggiran berwarna biru yang digunakan dalam peletakan gambar/ foto sehingga menghasilkan kesan desain yang terang. Sedangkan desain alternatifnya, kami membuatnya lebih gelap dengan warna biru sebagai *background*-nya, disertai dengan pinggiran berwarna biru gelap pada bagian atasnya. Saya pun juga membuat foto makanan dan minuman dalam bentuk kolase pada desain alternatif. Dalam kedua desain tersebut, kami memberikan garis putus-putus serta warna yang berbeda pada teks menu makanan sebagai *emphasis*. Untuk desain *Coffee Bar Menu*, menggunakan konsep minimalis pada desain pertama, dimana foto berada di kiri dan teks di sebelah kanan. Kami juga menggunakan bentuk *curve* berwarna biru agar desain tidak terlalu kosong. Untuk desain alternatifnya, saya membuat desain dengan ilustrasi minuman kopi di sebelah kiri dan teks berada di kanan. Dengan menggunakan ilustrasi cipratan kopi agar desain terlihat semakin menarik.

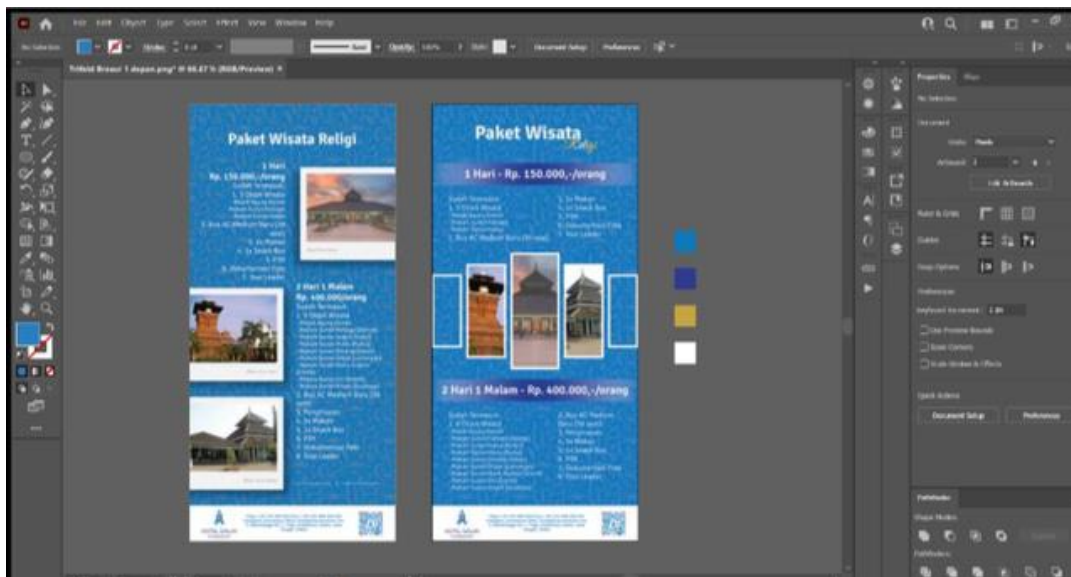


Gambar 6. Desain *Leaflet* Brosur



Gambar 7. Desain *Hotel Regulation* Beserta Alternatif

Kami juga membuat *leaflet* brosur paket wisata religi. Disini kami membuat dua desain alternatif pada brosur tersebut. Untuk desain pertama dengan konsep minimalis, kami meletakkan gambar pada kanan atas dan kiri bawah, sedangkan teks diletakan sebaliknya. Untuk desain alternatifnya, kami membuatnya dengan lebih modern, dimana gambar berada di tengah dan teks berada diatas dan bawah gambar. Dalam daftar paket tersebut, saya memberikan semacam shape untuk menciptakan *emphasis*. Tulisan pada “Religi” sengaja saya bedakan untuk menghasilkan desain yang lebih elegan. Pada kedua desain tersebut, untuk *background*nya, kami menggunakan corak *ethnic flower* untuk membuatnya sedikit lebih *classic*, dan dibawahnya terdapat *emphasis* untuk memberikan informasi kontak Hotel Galuh Prambanan.



Gambar 8. Leaflet Brosur Paket Wisata Religi

4. KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa, bentuk permasalahan terkait dengan media promosi yang belum maksimal dalam menyampaikan informasi kepada para pengunjungnya. Dengan permasalahan tersebut maka untuk mengembangkan media promosi dapat dilakukan dengan perancangan ulang (*redesign*) pada media promosi, agar dapat mengoptimalkan media promosi. *Redesign* diperlukan untuk membuat sebuah *brand* atau produk mencapai level yang lebih tinggi. Program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membangun *brand* dan digunakan sebagai media promosi jangka panjang yang akan meningkatkan minat masyarakat, pengunjung dan calon pengunjung.

REFERENCES

- Jeanie Annissa, Ricky Widyandana Putra, (2021), Pelatihan Public Speaking Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa PKBM Bakti Asih Ciledug Tangerang, BERNAS, 2 (2), 619-623.
- Ni Luh Rahmantari, Ni Komang Mela Tri Utari, Made Putri Ariasih (2022), Implementasi Sosial Media Marketing Pada UMKM Bata Press UD Intan Desa Pejaten Kabupaten Tabanan, Jurnal AMMA, 1 (9), 1128-1132.
- Putra, Ricky W, (2021), Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan. Yogyakarta: ANDI
- Ricky Widyandana Putra, Rini Lestari, Taqwa Putra (2021), Penerapan Visual Identity Pada Produk Bank Sampah Universitas Budi Luhur, Jurnal Artinara, 1 (1), 34-38.
- Salsabi, Reyhan dan Siswanto, Rizky A, (2021), Perancangan Ulang Sistem Identitas Visual Dan Media Promosi Pasar Kampoenng Osing Banyuwangi. Vol.8 (6) Universitas Telkom. 3385- 3393.
- Setioningtyas, Widhayani P, Dwiarta, I Made B, Waryanto, R. Bambang D, dan Arianto, Bisma, (2020), Pemanfaatan Multimedia Sebagai Media Promosi Destinasi Wisata dan Produk Oleh-Oleh Desa Wisata Di Desa Kebontunggul Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Vol.1 (1) Jurnal Ekobis Abdimas.