

PERANCANGAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA NOVENA HOTEL BANDUNG

Dion Eko Valentino, Yudiansyah¹

Program Studi Manajemen Informatika

Politeknik LP3I Bandung

e-mail: dion.plb@gmail.com, yudidallas@gmail.com¹

Abstrak: Kurang maksimalnya promosi melalui media sosial di Novena Hotel seperti desain promosi di Instagram ataupun media sosial lainnya membuat hotel ini tidak terlalu ramai pengunjung. Dengan banyaknya hotel-hotel di sekitar Bandung membuat persaingan ketat seperti halnya di Novena Hotel Bandung. Untuk mendukung hal tersebut diperlukan sistem promosi yang baik melalui sosial media. Khususnya pada bidang desain grafis. Mulai dari penentuan promosi, perancangan, tujuan sampai tahap proses desain. Maka dari itu Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui implementasi promosi berbasis desain grafis pada media sosial di Novena Hotel Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif yaitu penulis mendeskripsikan hasil observasi dan menganalisis data yang diperoleh di lapangan. Setelah menganalisis dan membahas permasalahan tersebut, penulis sampai pada kesimpulan bahwa implementasi pembuatan desain grafis sebagai media promosi yang dilakukan oleh Divisi Pemasaran Desainer Grafis di Novena Hotel Bandung masih kurang baik.

Kata Kunci : *Desain, Grafis, Promosi*

1. Pendahuluan

Pada saat ini peranan desain grafis dalam bidang usaha sangat dibutuhkan. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya bidang usaha yang memanfaatkan keahlian desainer grafis untuk media promosi. Kebutuhan desain untuk promosi yang sekarang semakin marak di dunia usaha membuat desainer grafis dituntut untuk bisa mengembangkan diri dalam membuat sebuah produk yang bisa menarik minat masyarakat. Contoh media promosi mencakup brosur, poster, *name card*, *billboard*, spanduk, *banner*, dan masih banyak lagi merupakan contoh bahwa peranan desain grafis sangat diperlukan.

Penggunaan Desain Grafis merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan keunggulan pasar dalam sebuah perusahaan biasa maupun berkelas internasional, produk, merk, dan promosi semua di desain agar dapat diterima masyarakat. Desain yang menarik dapat menghasilkan keuntungan pada sebuah perusahaan. Dari pernyataan diatas menunjukkan aspek desain grafis memegang peranan penting dalam sebuah perusahaan, terutama dalam hal marketing.

Novena Hotel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perhotelan yang selalu mengedepankan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dengan banyaknya hotel-hotel di sekitar Bandung membuat persaingan ketat seperti halnya di Novena Hotel Bandung. Untuk mendukung hal tersebut diperlukan sistem promosi yang baik melalui sosial media. Khususnya pada bidang desain grafis. Mulai dari penentuan promosi, perancangan, tujuan sampai tahap proses desain.

Desain grafis ini sangat dibutuhkan dalam menunjang promosi hotel agar hotel lebih dikenal luas di kalangan turis domestik maupun mancanegara. Kurang maksimalnya

promosi melalui media sosial di Novena Hotel seperti desain promosi di Instagram ataupun media sosial lainnya membuat hotel ini tidak terlalu ramai pengunjung.

Untuk menunjang pembuatan desain grafis agar maksimal maka dibutuhkan juga fasilitas yang memadai. Seperti Personal Komputer yang memiliki spesifikasi tertentu yang khusus diperuntukan untuk pembuatan desain grafis, ruangan yang kondusif serta peralatan-peralatan penunjang desain grafis lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, seharusnya menjadi perhatian bagi setiap hotel yang tengah melakukan perbaikan dan pengembangan sistem promosi agar hotel dapat bersaing dengan baik diantara hotel-hotel lainnya, tidak saja melalui sales secara langsung namun juga dengan konten-konten yang menarik dalam promosi di media sosial yang tak terlepas dari peranan desainer grafis.

2. Kajian Pustaka

Perancangan

Pengertian Perancangan menurut Syifaun Nafisah (2003) adalah penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

Al-Bahra Bin Ladjamudin 0 dalam bukunya yang berjudul Analisis & Desain Sistem Informasi menjabarkan bahwa Perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk men-design sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternatif sistem yang terbaik.

Desain Grafis

Pengertian Desain Grafis menurut Adi Kusrianto 0 adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks dan atau gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan”.

M. Suyanto 0 mendefinisikan desain grafis sebagai sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri”

Menurut penuturan Tonny Hidayat 0 Desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan se efektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar, karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang bisa.

Dari ke tiga definisi para ahli diatas maka penulis menyimpulkan bahwa definisi desain grafis adalah bentuk komunikasi visual yang menggunakan teks dan atau gambar untuk menyampaikan informasi se-efektif mungkin untuk selanjutnya berkembang menjadi kebutuhan bisnis dan industri.

Seperti jenis komunikasi lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan (mendesain) atau pun produk yang dihasilkan (desain / rancangan). Desain grafis pada awalnya diterapkan untuk media-media statis, seperti buku, majalah, dan brosur. Sebagai tambahan, sejalan dengan perkembangan zaman, desain grafis juga diterapkan dalam media elektronik yang sering kali disebut sebagai "desain interaktif" (*interactive design*), atau "desain multimedia (*multimedia design*)” 0.

Desain Logo dalam perusahaan dapat diibaratkan sebagai wajah dari perusahaan itu sendiri, Logo dari Novena harus mendapatkan perhatian khusus dalam pembuatan konsep dan proses penciptaan, sehingga logo bisa menjadi alat pencitraan dari perusahaan (Eko Valentino, 2018).

Promosi

Menurut Hamdani dan Sunyoto 00, menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Sedangkan William Shoel dalam Alma 0, menyatakan bahwa yang dimaksud dengan promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi atau perasaan audiens.

Didih Suryadi 0 menyatakan bahwa promosi adalah serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar dia mengakui kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut juga mengikat pemikiran dan perasaan dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk.

Dari tiga pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud promosi adalah suatu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar produk yang mereka tawarkan dapat dikenal luas dengan melalui usaha yang dilakukan oleh marketer.

Menurut Ririn dan Mastuti 0, menjelaskan bahwa Bauran Pemasaran (Marketing Mix) merupakan tools bagi marketer yang berupa program pemasaran yang mempertajam segmentasi, targeting, dan positioning agar sukses.

Bentuk Media Promosi

Menurut Kusrianto 0 bahwa media promosi memiliki bentuk bentuk yang beragam diantaranya:

a. *Booklet*

Bahan cetak yang terdiri dari beberapa halaman yang dijilid sehingga menyerupai buku. Biasanya *booklet* berukuran lebih kecil daripada buku pada umumnya.



Gambar 1. *Booklet*
 Sumber : pinterest.com

b. Katalog

Sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk atau layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar.



Gambar 2. Katalog
Sumber : uebdesign.com

c. Poster (selebaran)

Lembaran kertas yang tercetak, berbentuk dua dimensi dan biasanya dipasang di tempat-tempat strategis atau pusat keramaian.



Gambar 3. Poster
Sumber : pinterest.com

d. *Self talker*

Media cetak yang mempromosikan suatu produk dengan menempatkan secara langsung di rak.



Gambar 4. *Selftalker*
Sumber : pinterest.com

e. *Folder*

Lembaran bahan cetak yang dilipat menjadi dua, seperti map atau buku agar mudah dibawa.



Gambar 5. Folder
Sumber : tatabejana.com

Metode Promosi

Menurut Bruce J. Walker dalam Sunyoto 0 membagi metode promosi menjadi 5 bagian yakni:

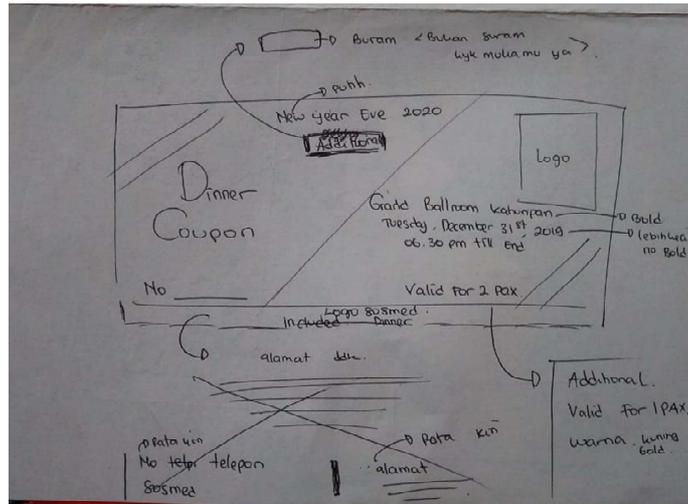
- a. Penjualan Tatap Muka
Penjualan Tatap Muka atau penjualan pribadi adalah suatu penyajian suatu produk kepada konsumen akhir yang dilakukan oleh tenaga penjual perusahaan yang representatif.
- b. Periklanan
Periklanan adalah suatu bentuk penyajian promosi yang bukan dengan orang pribadi, dengan pembayaran oleh sponsor tertentu.
- c. Promosi Penjualan
Promosi penjualan adalah suatu perencanaan untuk membantu atau melengkapi koordinasi periklanan dan penjualan pribadi.
- d. Publisitas
Publisitas adalah semacam periklanan yang dilakukan dengan sejumlah komunikasi untuk merancang permintaan.
- e. Hubungan Masyarakat
Hubungan masyarakat adalah dengan melakukan usaha terencana oleh suatu organisasi untuk mempengaruhi sikap atau golongan.

3. Metode Penelitian

Tahap Awal Desain

Perancangan desain grafis tentunya tidak bisa dibuat dengan cepat, apalagi deadline yang dipakai perusahaan diharuskan pembuatan desain cepat dan tepat waktu serta menghasilkan desain yang maksimal. Persoalan seperti ini dapat diatasi dengan cara yang familiar di kalangan desainer grafis, yakni dengan teknik ATM (Amati, Tiru, Modifikasi). Seorang desainer besar pun selalu melakukan cara ini.

Perancangan pembuatan desain grafis di Novena Hotel Bandung, disesuaikan dengan keinginan perusahaan. Perancangan awal ini dibuat sketsa atau gambar terlebih dahulu di atas kertas HVS untuk kemudian penulis tuangkan dalam aplikasi.



Gambar 6. Rancangan awal desain grafis

Beberapa cara sederhana yang ditunjukkan untuk pembuatan desain agar lebih elegan, menarik dan menjadi ciri khas hotel diantaranya:

- a. Memberi pewarnaan yang sesuai dengan tema atau warna dari logo perusahaan.
- b. Memberi sentuhan brush khusus.
- c. Mengatur gradient overlay
- d. Memberi efek shadow
- e. Mengatur opacity

Pemilihan Font

Dalam pembuatan desain grafis di Novena Hotel Bandung, pemakaian font yang akan digunakan pada semua unsur desain harus terlebih dahulu oleh divisi marketing. Berikut ini merupakan beberapa jenis font yang digunakan:

No	Nama Font	Contoh
1	Freestyle Script	<i>Weekend</i>
2	Futura MD BT	ROOM RATES
3	Calibri light	welcome drink upon arrival
4	Arial	Gudang Kahuripan Lembang
5	Miraculous&Christmas	<i>Happy New Year</i>
6	Cristalistic Script	<i>Coupon</i>

Gambar 7. Jenis Font Desain Grafis di Novena Hotel

Pemilihan dan Penetapan Warna

Jenis warna yang ditetapkan dan dipilih untuk pembuatan desain, lebih kepada warna utama logo perusahaan yakni, warna ungu, putih dan hitam. Berikut beberapa warna yang telah ditentukan menggunakan kode Hex Color RGB.

Data Kode Warna Novena Hotel



Penomoran	Ket	Kode Warna	Warna
1	Warna utama N	#8F2883	
2	Gradasi 1 (paling tua)	#551955	
3	Gradasi 2	#5F285F	
4	Gradasi 3	#6C3167	
5	Gradasi 4	#7C4273	
6	Gradasi 5	#8A4E81	
7	Gradasi 6	#9B5F92	
8	Gradasi 7	#B26FA5	
9	Gradasi 8	#C17EB4	
10	Gradasi 9 (paling muda)	#C68ABD	
	Hitam	#000000	
	Putih	#FFFFFF	

Gambar 8. Daftar kode warna utama desain Novena Hotel Bandung

Pembuatan Icon-icon Pendukung Desain Grafis

Penulis membuat beberapa icon-icon yang nantinya akan dipakai hampir disetiap desain perusahaan seperti Poster, Banner, Konten Insragram dll. Maka pembuatan icon-icon ini akan mempermudah pembuatan semua desain grafis (hanya tinggal di drag and drop) pada aplikasi. Penulis membuat icon-icon kecil diantaranya:

a. Logo Novena Hotel

Logo Novena Hotel dibuat dari jenis JPG menjadi PNG dengan beberapa varian warna tulisan dibawahnya seperti warna hitam, putih dan ungu.



Gambar 9. Logo Novena Hotel dengan berbagai warna tulisan

b. *Icon Social Media*

Sama seperti logo Novena Hotel pembuatan icon sosial media juga dibuat dalam bentuk PNG dengan gabungan beberapa logo sosial media seperti instagram, website dan facebook. Dibuat dalam beberapa warna seperti hitam, putih dan ungu. Icon-icon sosial media tersebut telah disusun sedemikian rupa agar menjadi salah satu ciri khas dalam setiap desain Novena Hotel.



Gambar 10. Logo sosial media dalam beberapa warna

c. *Icon* Alamat Hotel

Icon alamat hotel ini terdiri dari kombinasi teks alamat dengan menggunakan font arial, teks novena yang diambil dari logo dan beberapa icon media sosial seperti logo whatsapp dan instagram yang dibuat dalam photoshop dan di import menjadi icon dengan format PNG.

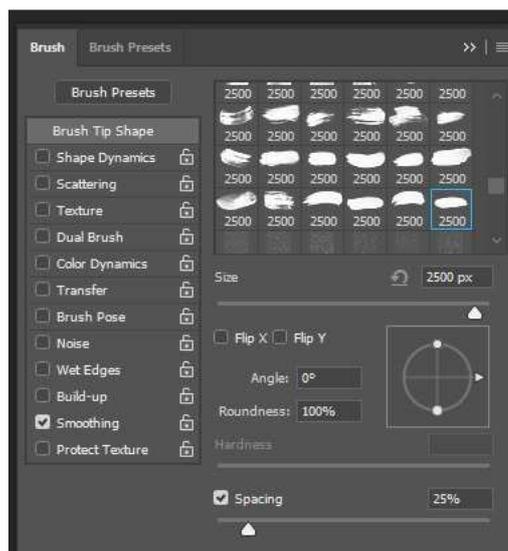


Gambar 11. *Icon* Alamat dalam bentuk PNG

Pemilihan Brush Untuk Adobe Photoshop

Ada beberapa brush khusus yang digunakan untuk pembuatan desain grafis. Penggunaan brush khusus ini bertujuan untuk membuat sentuhan desain agar lebih indah dan menarik. Bruhs-brush ini mudah didapat di situs-situs internet seperti prefix.com. Beberapa brush yang dipakai diantaranya:

- a. Painter PS Brushes abr



Gambar 12. Jenis varian Painter PS Brushes abr

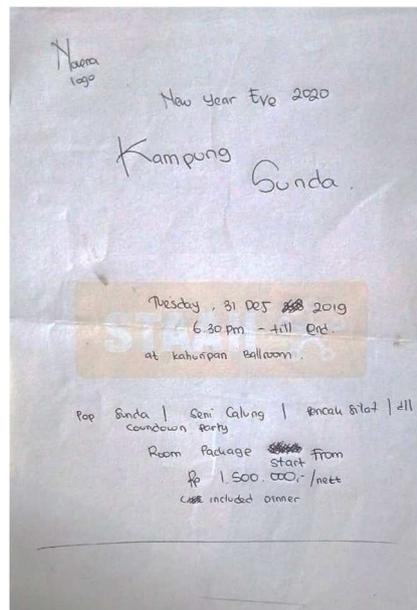
- b. Paint_Splatter_Photoshop_Brushes_3
- c. Painter_Photoshop_Brushes_3

4. Analisis dan Perancangan

Pembuatan Poster

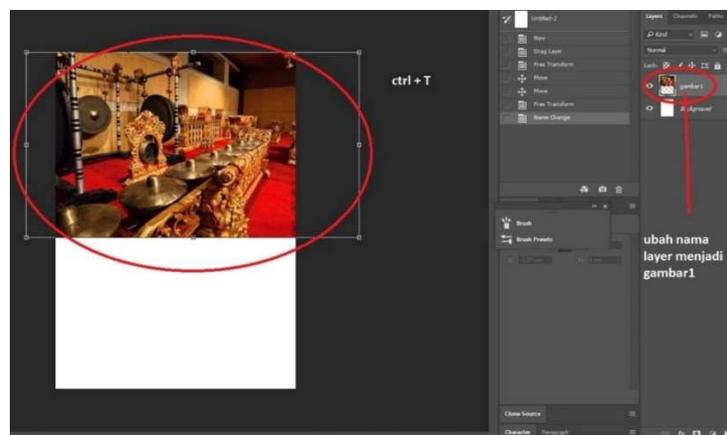
Salah satu media promosi di Novena Hotel adalah dengan menggunakan poster. Dalam pembuatan poster tentunya dibutuhkan sebuah desain yang dapat menarik minat konsumen untuk mengunjungi hotel tersebut. Pembuatan desain poster di hotel biasanya dibuat pada saat adanya event-event tertentu seperti hari besar dan promosi bulanan. Dibawah ini merupakan contoh pembuatan desain poster yang akan digunakan sebagai media promosi pergantian tahun.

- a. Pembuatan sketsa dan rancangan awal

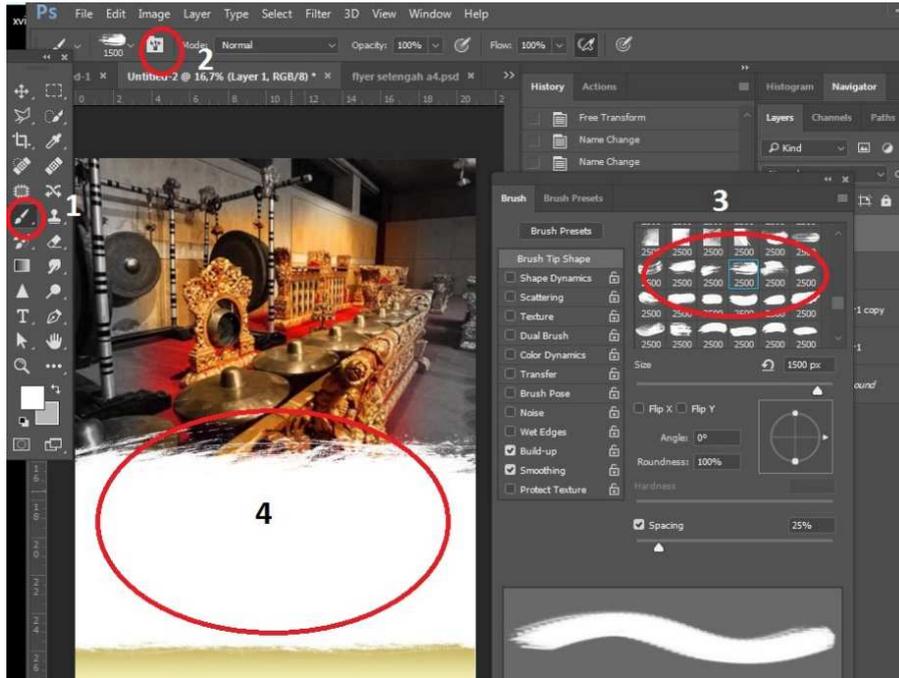


Gambar 13. Pola Sketsa Pembuatan Poster

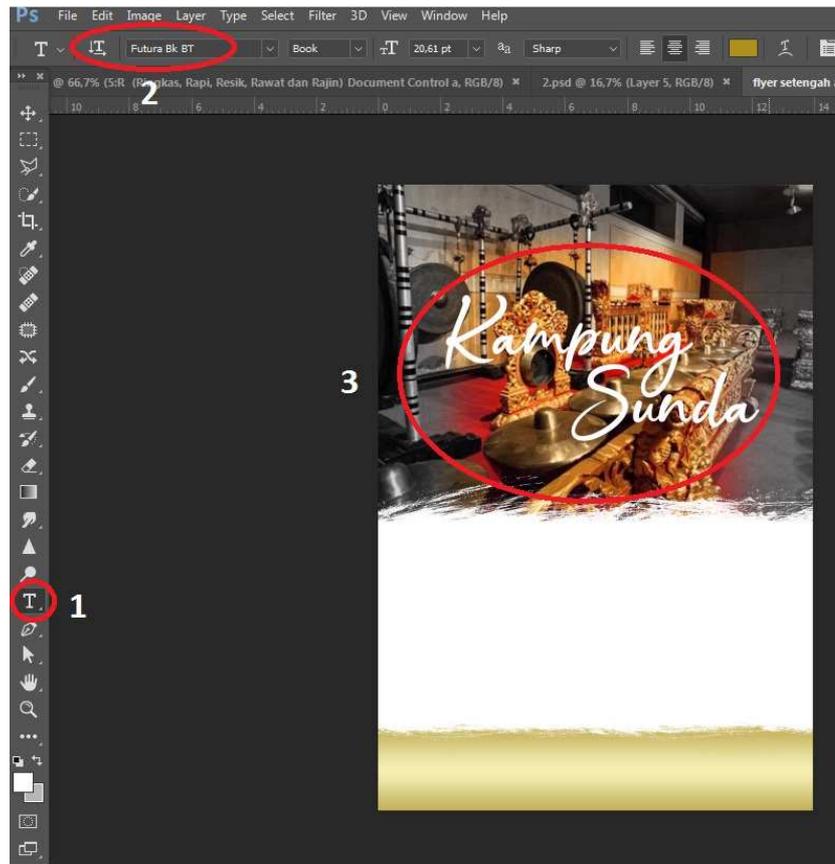
- b. Melakukan Manipulasi Gambar



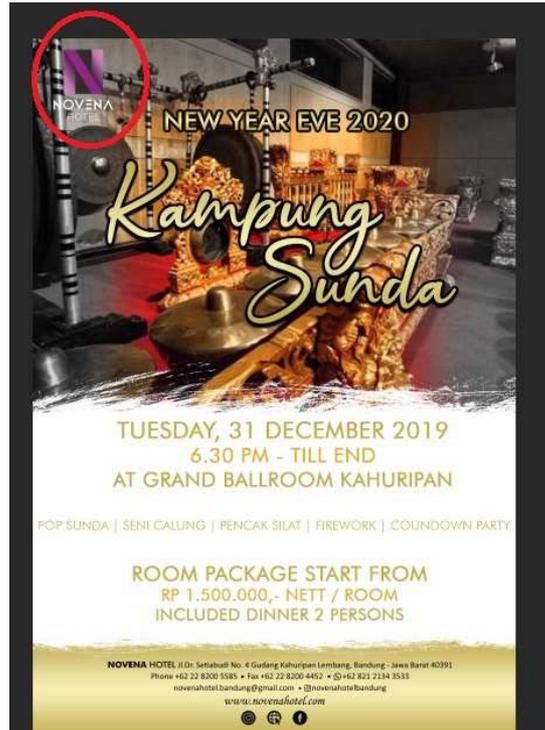
Gambar 14. Memasukan *Background* yang digunakan pada poster



Gambar 15. Pemberian *Effect Brush*



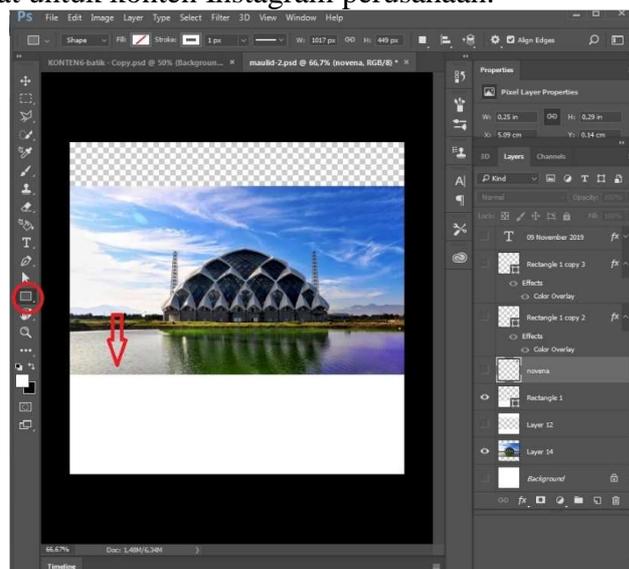
Gambar 16. Menambahkan *Font*



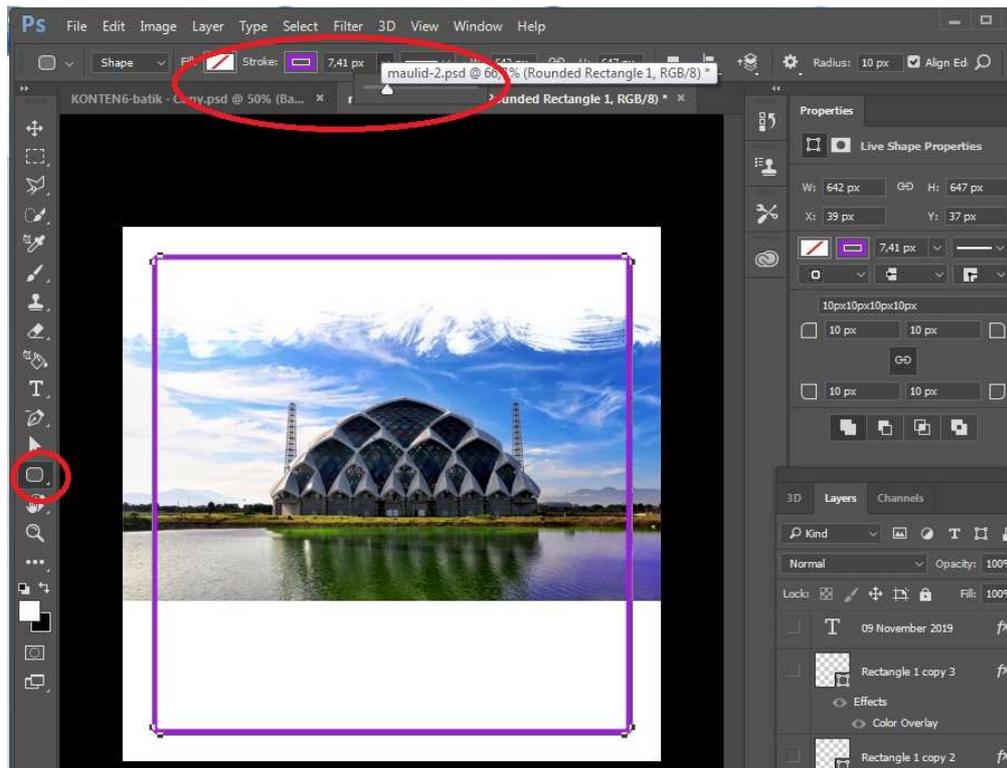
Gambar 17. Penambahan Logo Perusahaan Sebagai Identitas

Pembuatan Konten Media Sosial Instagram

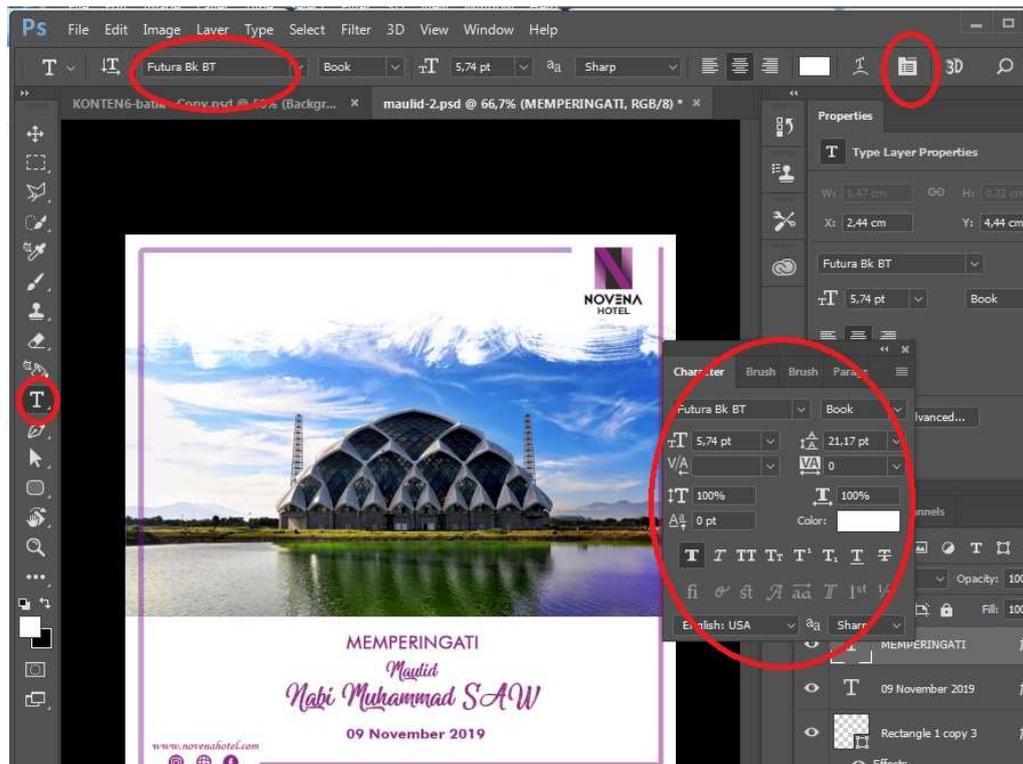
Konten-konten instagram yang monoton dan tidak terlalu diperhatikan oleh perusahaan, menjadi perhatian bagi penulis untuk meningkatkan kualitas promosi di media sosial melalui akun instagram Novena Hotel Bandung. Dalam hal ini penulis membuat desain khusus untuk konten-konten pengisi di instagram dengan memperhatikan masa atau *season* template itu sendiri. Penulis membuat template dengan membagi jangka waktu 4 bulan sekali untuk pergantian jenis desain template. Dibawah ini merupakan salah satu contoh desain yang dibuat untuk konten Instagram perusahaan.



Gambar 18. Memasukan *Background*



Gambar 19. Penambahan Bingkai / Frame



Gambar 20. Finishing Karya

Hasil Karya Desain Lainnya

a. Desain Kupon



Gambar 21. Desain Kupon



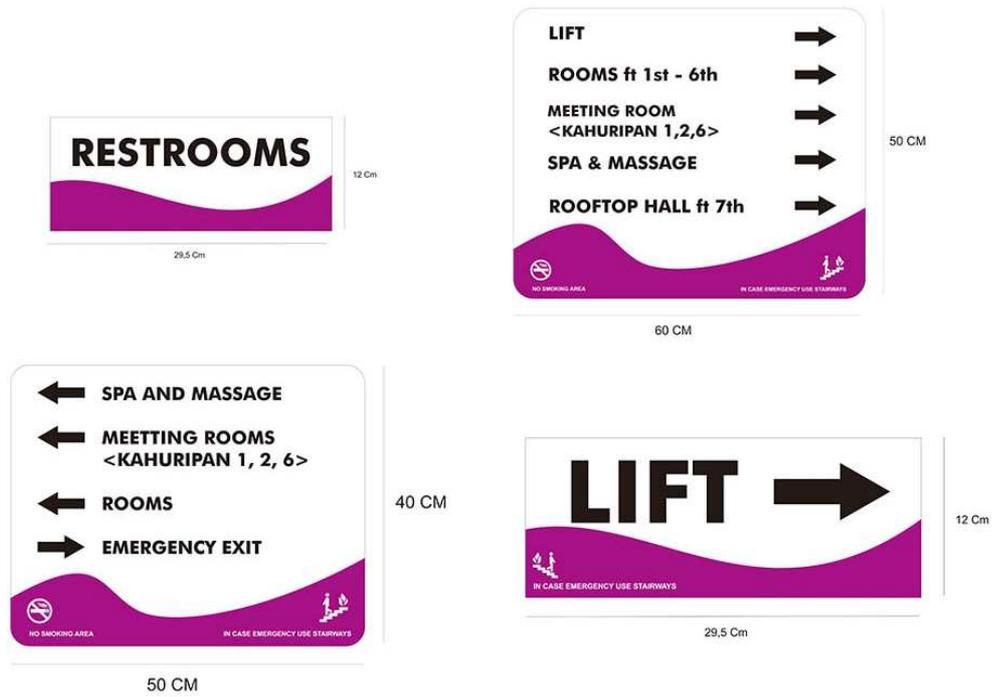
Gambar 22. Desain kupon berwarna emas

b. Desain Tent Card



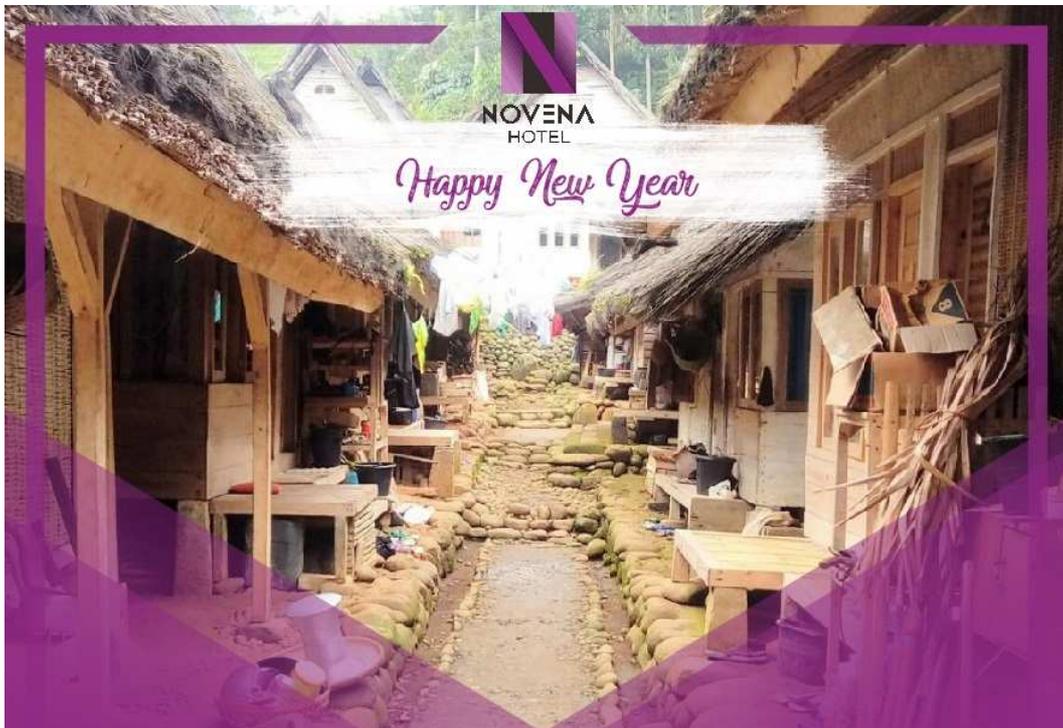
Gambar 23. Desain Tent Card menggunakan coreldraw

c. Desain *Sign Area*



Gambar 24. Beberapa desain *sign area*

d. Desain *Photo Booth*



Gambar 25. Desain *photobooth*

e. Desain Mug



Gambar 26. Manipulasi Mug

f. Desain *Meal Ticket*

MEAL TICKET	
ROOM NO.	ROOM NO.
DATE	:
PLACE	:
NAME	: Mr / s
MEAL	: Breakfast one person
AGENT	: HOTEL.....
PAYMENT	: Include Room
	CLERK,

Gambar 27. *Meal Ticket*

g. *Desain Lunch Box*



Gambar 28. Rancangan *Lunch Box*

h. *Desain Name Card*



Gambar 29. *Name Card Depan*



Gambar 30. *Name Card Belakang*

i. Desain *Calendar Event*



Gambar 31. Desain *Calendar Event*

j. Desain *Backdrop*



Gambar 32. *Backdrop*

k. Desain *Spanduk*



Gambar 33. *Spanduk*

1. Desain Logo untuk Instastori instagram



Gambar 34. Desain Logo untuk *instastory* Instagram

5. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis ambil dari penelitian: ini adalah sebagai berikut :

- Desain grafis di Novena Hotel Bandung cenderung monoton, sehingga desain grafis yang sebelumnya dibuat terkesan tidak menarik, maka penulis membuat desain-desain baru untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dengan memberi sentuhan dan style baru yang lebih menarik.
- Dalam pembuatan desain grafis yang berlangsung ternyata tidak ada SOP yang ditentukan untuk seorang desainer grafis, sehingga semua departemen meminta desain grafis langsung pada seorang desainer tanpa izin terlebih dahulu melalui marketing.
- Fasilitas yang ada tidak sesuai dengan kebutuhan seorang desainer grafis dan tidak ada peralatan desain grafis yang memadai, maka penulis harus sebisa mungkin menyesuaikan diri dengan lingkungan perusahaan dan didukung dengan menyediakan alat-alat desain grafis pribadi.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Danang, Sunyoto. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. PT Buku Seru.
- Didih Suryadi. (2011). *Promosi Efektif Menggugah Minat & Loyalitas Pelanggan*, PT. Suka Buku, Jakarta.
- Eko Valentino, D. (2018). Perancangan Logo Brand Identity Sandpiper sebagai Upaya Peningkatan Brand. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 5(2), 40-53. <https://doi.org/10.38204/tematik.v5i2.158>
- Hendratman, Hendi. (2015). *Computer Graphics Design*. Bandung. Informatika Bandung.
- Hidayat, Tonny. (2019). *Komputer Grafis*. Jakarta. Kiblat.
- Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Ladmadujin, Bin Al-Bahra. (2005). *Analisis dan Sistem Informasi*. Jakarta. Balai Pustaka
- M. Suyanto. (2004). *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Ghalia Indonesia
- Sitepu, Vinsensius. (2014). *Panduan Mengenal Desain Grafis*.

Syifaun, Nafisah. (2003). *Komputer Grafik*. Yogyakarta. Grahsa ilmu.