

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DI HOTEL GRAND MERCURE BALI SEMINYAK DI BADUNG

Shadam Sahid Fadillah¹, Eldiana Tri Narulita², dan I Nyoman Larry Julianto³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail : Shadamfadillah@gmail.com

Abstrak (12 pt, bold)

Perancangan media promosi ini merupakan proyek yang dipergunakan sebagai media promosi bagi Perusahaan Hotel Grand Mercure Bali Seminyak, adapun metode yang digunakan dalam perancangan desain pada promosi ini yaitu menggunakan metode jenis kualitatif, penulis melakukan analisa dengan mengacu pada unsur 6M dalam manajemen, yaitu man, money, machine, materials, methods, dan market, yang meliputi pemahaman brief proyek yang diberikan perusahaan menentukan riset konsep dan target audience yang sedang trending dan efektif. Dalam proses perancangannya penulis diberikan bimbingan asistensi dalam pengerjaan proyek media promosi oleh pihak perusahaan Hotel Grand Mercure Bali Seminyak. Selain itu adapun tujuan penulis melalui proyek perancangan desain majalah ini untuk mengetahui manajemen dari perusahaan Hotel Grand Mercure Bali Seminyak dalam menangani proyek desain serta untuk menambah skill keterampilan-keterampilan baru bagi penulis dalam merancang proyek desain. Langkah-langkah dalam perancangan proyek desain majalah ini yaitu dimulai dengan brainstorming, mencari ide dan konsep, kemudian dilanjutkan dengan pemilihan rubik, menentukan jumlah halaman dan input materi serta finishing di visualisasikan menjadi desain e-flyer sebagai media promosi perusahaan Hotel Grand Mercure Bali Seminyak.

Kata Kunci: Manajemen, Media Promosi, Desain Grafis, Grand Mercure

Abstrak¹

The design of this promotional media is a project that is used as a promotional media for the Grand Mercure Bali Seminyak Hotel Company, as for the methods used in the design of this promotional design, namely using qualitative type methods, the author analyzes by referring to the 6M elements in management, namely man, money, machine, materials, methods, and market, which includes understanding the project brief given by the company to determine concept research and target audience that is trending and effective. In the design process, the author was given assistance guidance in working on promotional media projects by the company Grand Mercure Bali Seminyak Hotel. In addition, the author's goal through this magazine design project is to find out the management of the Grand Mercure Bali Seminyak Hotel company in handling design projects and to add new skills for the author in designing design projects. The steps in designing this magazine design project are starting with brainstorming, looking for ideas and concepts, then continuing with the selection of rubrics, determining the number of pages and input material and finishing visualized into an e-flyer design as a promotional media for the Grand Mercure Bali Seminyak Hotel company..

Key Word: Manajemen, Media Promosi, Desain Grafis, Grand Mercure

PENDAHULUAN

Semakin sulitnya mendapatkan perkerjaan saat ini erat kaitannya dengan tingginya permintaan tenaga kerja profesional yang berkompeten dalam dunia kerja. Begitu banyak yang menjadi pengangguran akibat tidak terpenuhinya kriteria yang diinginkan perusahaan. Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk keterampilan dan membangun kecakapan seseorang untuk memasuki dunia kerja serta menjadi pertimbangan dasar bagi suatu perusahaan atau instansi untuk menerima calon pekerja. Oleh karena itu pemerintah membentuk suatu kebijakan yang dapat membekali mahasiswa/mahasiswi sebelum menghadapi realita dunia kerja, yakni Program Kampus Merdeka (MBKM)

Program Kampus Merdeka (MBKM) merupakan sebuah program baru yang dibentuk oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbud Ristek). Program ini diberlakukan mulai akhir Januari tahun 2021. Tujuan dari program ialah memberikan bekal pengalaman bagi mahasiswa untuk mendapatkan berbagai keilmuan yang berguna untuk memasuki dunia kerja. Dapat dikatakan bahwa program ini memberikan kesempatan merasakan langsung dunia kerja kepada mahasiswa/mahasiswi guna mengasah kemampuan softskill dan hardskill yang sesuai dengan minat keahliannya masing-masing.

Pada program Magang / Praktik Kerja MBKM ini mahasiswa memilih Hotel Grand Mercure Bali Seminyak sebagai tempat praktik kerja/magang karena mahasiswa ingin belajar dan mencari pengalaman mengenai dunia desain didalam perusahaan hospitality. Mahasiswa diberikan kepercayaan dalam mengerjakan sebuah desain promosi untuk menghidupkan hotel, serta menaikkan kualitas perusahaan dari para pesaing dalam hal Promosi. Saat ini, Hotel Grand Mercure Bali Seminyak masih berada di bawah pesaingnya, terlihat dari lonjakan jumlah pelanggan yang lebih memilih pesaing karena telah memiliki reputasi dan pengalaman yang mapan, kemitraan yang luas, serta nama yang sudah terkenal di perusahaan tersebut. Oleh karena itu, Hotel Grand Mercure Bali Seminyak perlu melakukan suatu perancangan Promosi yang dilakukan supaya menghasilkan daya tarik baru, dapat mencerminkan visi misi, agar perusahaan lebih dikenal oleh para calon konsumen, dan bisa lebih menunjukkan ciri khas identitas perusahaan sesuai dengan klasifikasi nya.

Selain melakukan perancangan melalui media Interaktif , penulis juga ingin mempelajari bagaimana sistem manajemen perusahaan, meliputi struktur organisasi, alur kerja sama, sarana dan prasarana dan mengetahui bagaimana proses bekerja dari Hotel Grand Mercure Bali Seminyak tersebut.

METODE

Dalam perancangan komuikasi visual untuk desain promosi Hotel, Proyek ini difokuskan untuk menghasilkan desain promosi yang sesuai untuk digunakan oleh brand Grand Mercure Bali Seminyak u78 untuk menciptakan hasil yang maksimal, perancangan proyek harus dilengkapi oleh data yang akan digunakan selama proses perancangan, Data tersebut berupa data primer dan data sekunder. Adapun sumber dari data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (interview) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang di wawancarai (interviewee) melalui komunikasi langsung (yusuf, 2014). Dalam proses pelaksanaan praktik kerja lapangan atau magang ini penulis mewawancarai langsung Marcom Executive di Grand Mercure Bali Seminyak mengenai proyek yang harus di kerjakan, dari segi style desain, fungsi dan tujuan.

b. Observasi

Selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif. Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan (Semiawan, 2010). Sedangkan menurut Zainal Arifin dalam buku (Kristanto, 2018) observasi adalah suatu proses yang didahului dengan pengamatan kemudian pencatatan yang

bersifat sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang sebenarnya, maupun situasi buatan. Dalam tahap ini penulis melakukan pengamatan atau observasi langsung mengenai media yang akan di buat dengan menyesuaikan fungsi dan kegunaannya.

PROSES Pengerjaan

Adapun proses perancangan media promosi berupa Flyer dengan beberapa tahapan dan memperhatikan beberapa detail seperti :

1. Photoshoot produk

Tahapan Photoshoot atau pengambilan gambar produk sangat penting dalam sebuah perancangan promosi karena foto produk merupakan visualisasi yang menggambarkan suatu barang untuk di tampilkan kepada konsumen. Setiap proses dan Teknik pengambilan foto produk juga sangat berpengaruh terhadap hasil agar menarik, oleh karena itu pemilihan Teknik pengambilan gambar yang tepat dapat mempengaruhi persepsi di benak calon konsumen.



Selain itu ada beberapa hal yang harus di perhatikan dalam proses foto produk ini. Apakah produk tersebut berupa makanan, minuman, barang ataupun jasa. Dalam pengambilan foto produk berupa makanan, dapat memperhatikan bagaimana visual makanan tersebut mulai dari plating dan warna makanan tersebut. Penambahan property pendukung seperti peralatan makan, bahan baku produk makanan tersebut juga dapat menambah unsur estetika dalam pengambilan foto produk tersebut.

Dalam proses pengambilan foto produk

berupa makanan, minuman, barang atau jasa juga memperhatikan ruang kosong pada foto untuk penempatan teks informasi pada flyer, oleh karena itu fokus produk tidak terganggu oleh penempatan informasi yang ada, seperti foto produk minuman dan makanan ini.

2. Mencari referensi

Setelah melakukan sesi foto produk selanjutnya adalah proses mencari referensi yang di gunakan untuk menambah ide atau referensi dalam mengolah flyer yang akan di buat. Pencarian referensi dapat di lakukan dengan menggunakan aplikasi Pinterest atau Freepik yang di dalamnya terdapat berbagai macam desain yang dapat di jadikan sebagai referensi untuk mengeksekusi flyer yang akan di buat.

3. Membuat Desain Flyer

Setelah mendapatkan referensi atau ide untuk mengolah flyer yang akan di buat maka proses selanjutnya adalah mendesain flyer. Dalam melaksanakan praktik kerja di Grand Mercure Bali Seminyak untuk perancangan segala kebutuhan desain biasanya menggunakan Adobe Photoshop, dan sesekali juga menggunakan Adobe Illustrator sebagai aplikasi pendukung. Dalam perancangan flyer di Grand Mercure Bali Seminyak menggunakan konsep luxury dan simple yang mengacu pada Branding Guideline pada Hotel Grand Mercure Bali Seminyak dan di buat dalam workspace berukuran A4. Adapun detail yang harus di perhatikan adalah

a. Gambar Produk

Gambar produk yang dapat menarik perhatian, berkomunikasi secara emosi dan membantu mendefinisikan tentang produk tersebut. Maka dari itu harus menggunakan gambar yang dan objektif, sederhana dalam komposisi dan mampu memberitahu atau menonjolkan identitas produk dengan cara yang otentik dan menggugah pikiran. Proses editing dalam gambar adalah hal yang sangat penting dalam sebuah perancangan media promosi, dengan tetap memperhatikan warna produk agar tetap menarik di mata konsumen. Selain itu penempatan atau layout gambar juga dapat menambah estetika agar terlihat menarik dalam sebuah flyer.

b. Headline

Headline adalah unsur yang sangat penting untuk membuat judul pokok dalam sebuah informasi yang dapat menggambarkan topik yang di bahas, headline ini dapat mempengaruhi minat

baca atau ketertarikan seseorang terhadap produk yang disajikan. Headline dapat di buat dengan menggunakan kata kata menarik yang mewakili produk atau sebagai judul produk. Penggunaan font yang baik dan benar juga dapat mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk melihat media yang di buat.

c. Informasi Produk

Informasi produk dalam sebuah flyer juga sangat penting apalagi dalam promosi sebuah resort yang menawarkan banyak sekali produk, barang, jasa, fasilitas dan juga aktivitas yang tersedia. Oleh karena itu isi dari informasi haruslah jelas dan mudah di mengerti, seperti informasi mengenai produk, barang, jasa, fasilitas atau aktivitas yang tersedia, harga, syarat dan ketentuan serta CTA atau call to action yang berisi informasi mengenai kontak yang dapat di hubungi jika konsumen benar – benar tertarik atau penasaran dengan promosi yang di tawarkan. CTA ini bisa berupa nomer telepon, alamat website, email, dan lain sebagainya.

d. Font

Dalam Branding Guideline Grand Mercure Bali Seminyak font utama yang di gunakan adalah font serif yaitu Cinzel dan Discover. Dalam perancangan sebuah media promosi di Grand Mercure Bali Seminyak mahasiswa hanya berpatok pada 2 font itu, yang dimana lisensi dan Guide Line untuk seluruh hotel Grand Mercure. Untuk headline biasanya menggunakan font Serif yaitu Cinzel, dan untuk isi menggunakan font san serif yaitu Discover.



e. Warna

Salah satu hal terpenting dalam sebuah perancangan media promosi adalah warna, warna dapat di sesuaikan dengan produk yang di tawarkan ke konsumen. Grand Mercure Bali Seminyak memiliki palet warna tersendiri yang dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat sebuah media promosi apapun. Selain itu penggunaan warna yang tepat dapat mempengaruhi minat konsumen untuk tertarik melihat media promosi mengenai produk, barang, jasa, fasilitas maupun aktivitas yang tersedia.

f. Logo

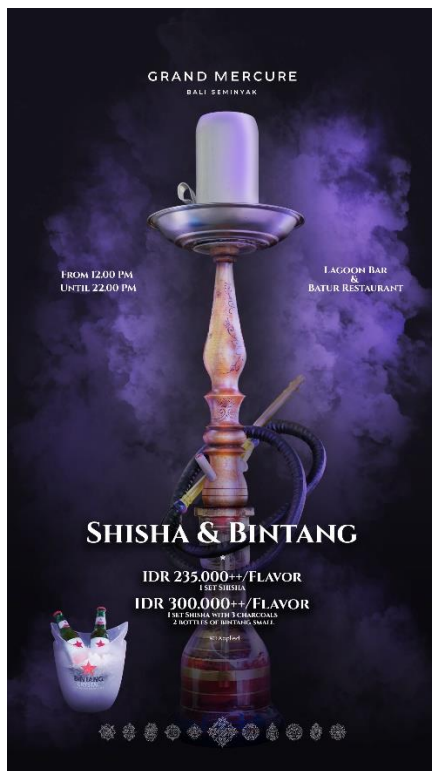
Logo adalah sebuah identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang dapat di aplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas termasuk dalam sebuah media promosi. Logo juga berfungsi sebagai trademark yang berfungsi sebagai lambang identitas sebuah perusahaan. Dalam pembuatan media promosi di Grand Mercure Bali Seminyak juga harus mencantumkan logo utama yaitu logo perusahaan, juga Grand Mercure memiliki Motif tersendiri yang dipakai oleh Grand Mercure seluruh Indonesia.

4. Tahap approval

Jika perancangan desain sudah selesai, selanjutnya akan dilaksanakan proses Approval atau meminta persetujuan kepada leader department yang memiliki promosi tersebut. Jika leader department tersebut sudah menyetujui desain yang di buat selanjutnya akan meminta approval kepada General Manager jika sudah di berikan sign maka desain tersebut siap di sebarluaskan.

5. Finishing

Pada tahap ini desain yang di buat sudah mendapatkan approval maka desain tersebut dapat di buat dengan ukuran yang berbeda sesuai dengan kebutuhan. Biasanya desain yang sudah mendapatkan Approval akan di buat lagi menjadi 3 ukuran yaitu A2, A4, A5, dan dengan rasio 1080 x 1920 px portrait dan landscape. Ukuran A2, A4 dan A5 biasanya akan di cetak dan di letakkan pada titik tertentu yang terlihat oleh wisatawan sedangkan untuk ukuran dengan rasio 1080 x 1920 px akan di buat menjadi promosi digital yang di letakkan pada Social Media Hotel Grand Mercure Bali Semnyak dan TV yang terletak di Lobby, Bar dan Kamar sebagai sarana pemasaran digital.



Diatas adalah hasil desain final dari E-flyer sebagai Desain Promosi untuk Hotel Grand Mercure Bali Seminyak. Dari segi visual sangat mendukung dengan konsep minialis dan tetap luxury agar terjual mahal. Warna ungu gelap yang menjadi warna dominan. Warna dari tulisannya dominan putih, menyesuaikan dengan kondisi background. Hasil desain ini juga sudah merepresentasikan image dari brand Grand Mercure Bali Seminyak itu sendiri yaitu simple dan Luxury.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa sistem manajemen di Hotel Grand Mercure Bali Seminyak memiliki beberapa keunggulan yang mendukung efisiensi dan efektivitas operasional. Dalam pengelolaan sumber daya manusia, hotel ini menerapkan pendekatan yang berorientasi pada karyawan, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Sistem manajemen hotel juga menekankan pada penggunaan teknologi untuk meningkatkan pelayanan dan pengalaman tamu. Walau demikian, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti perluasan kapasitas dan peningkatan fleksibilitas sistem.

Penelitian ini juga memberikan informasi dengan cermat proses perancangan strategi kreatif promosi Hotel Grand Mercure Bali Seminyak melalui media interaktif. Temuan menunjukkan bahwa project ini berhasil meningkatkan penjualan dan interaksi pelanggan. Integrasi media interaktif, seperti sosial media menjadi responsif, telah memberikan peluang untuk berkomunikasi secara lebih efektif dengan target pasar.

DAFTAR RUJUKAN

- Kaplan, K. (2016). Brand Is Experience in the Digital Age. Diakses pada 16 Maret 2023 melalui <https://www.Nngroup.com/articles/brand-experience-ux/>
- W. Putra, Ricky. 2021. Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Briggs, Leslie, J., 1979. Instruksional Design: Principles and Application. Educational. Technology Publications: Englewood Cliffs, N.J.
- Fathmi dan Adriati, 2004. Katalogisasi : Bahan Ajar Diklat Calon Pustakawan Tingkat Ahli. Jakarta : Perpustakaan Nasional RI.
- Cenadi, Christine Suharto. Elemen-Elemen Desain Komunikasi Visual. Jakarta : Makalah Jurusan Desain Komunikasi Visual. Universitas Kristen Petra. 1(1) : 1- 11.1999.
- Adithya, G. R., Dewi, A. K., dan Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 9 di Florito Studio, Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 04(01), 68-75