



**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI HOTEL LUCK INN SEMARANG**

PROYEK STUDI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni
Program Studi Seni Rupa Konsentrasi Desain Komunikasi Visual

Oleh

HERMAWAN SUSILO

2411412052

JURUSAN SENI RUPA

FAKULTAS BAHASA DAN SENI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Proyek Studi ini telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Ujian
Proyek Studi Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 7 Desember 2016

Panitia Ujian Proyek Studi

Ketua

Prof. Dr. Muhammad Jazuli, M.Hum. (196107041988031003)

Sekretaris

Drs. Onang Murtiyoso, M.Sn (196702251993031002)

Penguji I

Supatmo, S.Pd., M.Hum. (196803071999031001)

Penguji II / Pembimbing Pendamping

Eko Haryanto, S.Pd., M.Ds. (197201032005011002)

Penguji III / Pembimbing Utama

Drs. Moh. Rondhi M.A. (195310031979031002)



Dekan Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Semarang



Prof. Dr. Agus Nuryatin, M.Hum.

NIP. 196008031989011001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa laporan proyek studi yang berjudul “Perancangan *Company Profile* Sebagai Media Promosi Hotel Luck Inn Semarang” dan seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam laporan proyek studi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang,

Penulis



Hermawan Susilo
NIM. 2411412052

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ *Ad Maiora Natus Sum* (Aku terlahir untuk hal-hal yang lebih besar)”

Persembahan :

Proyek Studi ini saya persembahkan untuk :

1. Ibu, Ayah, dan Adik ku tersayang yang selalu mendoakan, dan memberi semangat.
2. Kawan-kawan *Brotherhood* dan Desi Sesar Warhayati yang selalu memberikan semangat dan nasihat.
3. Keluarga besar Bapak Sukasdi, dan Bu Tutik Us Watin.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T atas berkat rahmat serta petunjuk-Nya, sehingga laporan proyek studi dengan judul *“Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Hotel Luck Inn Semarang”* ini dapat diselesaikan.

Laporan proyek studi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.
2. Prof. Dr. H. Agus Nuryatin, M.Hum., Dekan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang yang telah memperlancar penyusunan laporan proyek studi kepada penulis.
3. Ketua Jurusan Seni Rupa Universitas Negeri Semarang, Drs. Syakir M.Sn., yang telah membantu kelancaran administrasi dan perkuliahan.
4. Drs. Moh. Rondhi M.A., Dosen Pembimbing I yang berkenan membimbing dan memberikan pengarahan hingga laporan ini terselesaikan.
5. Eko Haryanto S.Pd, M.Ds., Dosen Pembimbing II yang berkenan membimbing dan memberikan pengarahan hingga laporan ini terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu dosen Seni Rupa yang telah memberikan ilmu-ilmu tentang seni rupa dan desain yang sangat bermanfaat untuk penulis.
7. Ayah dan Ibuku tercinta yang menjadi semangat terbesarku, yang selalu mendoakan, dan memberikan dukungan.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu tersusunnya penulisan laporan proyek studi ini.

Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis ataupun pihak yang memerlukannya.

Semarang,

Penulis



Hermawan Susilo
NIM. 2411412052

SARI

Hermawan Susilo. 2016. *“Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Hotel Luck Inn Semarang”*. Proyek Studi. Seni Rupa. Fakultas Bahasa dan Seni. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I: Drs. Moh. Rondhi M.A., Pembimbing II: Eko Haryanto S.Pd, M.Ds.

Kata kunci: *Company Profile*, Hotel Luck Inn, media promosi

Perancangan proyek studi ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan hotel yang sangat pesat, sehingga persaingan menjadi semakin ketat. Proyek studi ini bertujuan mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari perkuliahan ke dalam bentuk karya yang berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual berupa *company profile*, dan menghasilkan karya berupa *company profile* sebagai upaya mempromosikan Hotel Luck Inn Semarang.

Media yang digunakan dalam berkarya terdiri dari bahan berupa kertas *CTS* dan *Ivory* untuk mencetak *company profile*. Selain itu juga menggunakan peralatan digital seperti Laptop, dan *Software Adobe Indesign, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Bootstrap*, dan *Notepad ++*. Dalam membuat karya, dilakukan beberapa tahapan kerja yang meliputi proses *preliminary* atau tahap awal dalam proses berkarya yang meliputi pencarian ide, riset, pengumpulan data, penetapan tujuan karya, menetapkan target audiens, penentuan konsep, dan strategi perancangan. Kemudian dilanjutkan pada tahap pra produksi yang terdiri dari pemotretan, pemilihan foto, editing foto, *manual rough sketch*, konsultasi pembimbing dan persetujuan klien. Selanjutnya adalah tahap produksi yang terdiri dari proses perancangan logo, *company profile* cetak, *website*, brosur, *stationery*, dan *merchandise*. Dan tahap terakhir adalah proses pasca produksi yang terdiri dari persiapan pameran, pameran, dan penetapan strategi media.

Proyek studi ini menyajikan karya *company profile* dalam bentuk cetak dan *website*. *Company profile* cetak disajikan dalam ukuran A5 menggunakan kertas *cts* untuk isi, dan kertas *ivory* untuk cover. *Company profile* cetak dirancang menggunakan perangkat lunak *Adobe Indesign CS6*. Perancangan *company profile* cetak dirancang dengan menonjolkan unsur daun semanggi sebagai identitas dari Hotel Luck Inn. *Company profile* cetak ini digunakan sebagai aset perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan perusahaan lain seperti jasa *tour and travel*, dan dinas pariwisata. *Website* dirancang menggunakan acuan *one page style* dan *long scrolling*. *Website* ini digunakan sebagai media informasi, dan pemesanan.

Simpulan dari proyek studi ini adalah dapat menghasilkan sebuah karya *company profile* yang digunakan untuk menjalin relasi dengan perusahaan dan instansi yang terkait. Sedangkan *company profile* berbentuk *website* digunakan sebagai promosi dan sarana untuk mengakses informasi dan pemesanan. Proyek studi ini diharapkan dapat membantu mengenalkan dan mengajak masyarakat untuk datang ke Hotel Luck Inn Semarang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PRAKATA	v
SARI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Alasan Pemilihan Tema	1
1.1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya	3
1.2 Analisis Kebutuhan (Analisis SWOT)	5
1.3 Tujuan Proyek Studi	6
1.4 Manfaat Pembuatan Karya	6
BAB 2 LANDASAN KONSEPTUAL	7
2.1 Desain Komunikasi Visual	7
2.2 Definisi Logo	11
2.3 Pemasaran	12
2.3.1 Strategi Pemasaran.....	13
2.4 Promosi	14
2.4.1 Pengertian Promosi	14
2.4.2 Bentuk Promosi	15
2.4.3 Tujuan Promosi.....	15
2.4.4 Bauran Promosi	16
2.5 Media Promosi	17
2.5.1 Pengertian Media Promosi.....	17
2.6 Company Profile	18
2.6.1 <i>Website</i>	21
2.6.1.1 Pengertian <i>Website</i>	21
2.6.1.2 Jenis-Jenis <i>Website</i>	23
2.6.1.3 Manfaat <i>Website</i>	24
2.7 Media Pendukung	24
BAB 3 Metode Berkarya	28
3.1 Media Berkarya	28
3.1.1 Alat	28
3.1.1.1 Perangkat Keras (<i>Hardware</i>)	28

3.1.1.2 Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	28
3.1.2 Bahan	29
3.1.3 Teknik Berkarya	29
3.2 Proses Berkarya	31
3.2.1 Proses <i>Preliminary</i>	31
3.2.1.1 Pencarian Ide	31
3.2.1.2 Riset	31
3.2.1.3 Hasil Pengumpulan Data.....	34
3.2.1.4 Penetapan Tujuan Karya	35
3.2.1.5 Strategi Menetapkan Target Audiens.....	35
3.2.1.6 Penentuan Konsep.....	35
3.2.1.7 Strategi Perancangan.....	35
3.2.2 Pra Produksi.....	36
3.2.2.1 Pemotretan.....	36
3.2.2.2 Pemilihan Foto	36
3.2.2.3 Editing Foto.....	36
3.2.2.4 Manual <i>Rough Sketch</i>	37
3.2.2.5 Proses Konsultasi Pembimbing dan Persetujuan Klien	37
3.2.3 Produksi	38
3.2.3.1 Perancangan Logo.....	38
3.2.3.2 Perancangan <i>Company Profile</i> Cetak	39
3.2.3.3 Perancangan <i>Company Profile Website</i>	40
3.2.3.4 Perancangan <i>Stationery Set</i>	41
3.2.3.5 Perancangan Brosur	42
3.2.3.6 Perancangan <i>Merchandise</i>	43
3.2.4 Pasca Produksi	50
3.2.4.1 Persiapan Pameran	50
3.2.4.2 Pameran.....	50
3.2.4.3 Bagan Proses Perancangan Proyek Studi.....	51
3.2.4.4 Strategi Media	52
3.2.4.4.1 Strategi Distribusi Media	52
BAB 4 ANALISIS KARYA	54
4.1 Logo Hotel Luck Inn	54
4.1.1 Spesifikasi Karya	55
4.1.2 Deskripsi Karya	55
4.1.3 Analisis Karya	56
4.1.3.1 Aspek Teknis.....	56
4.1.3.2 Aspek Estetis	60
4.1.3.3 Aspek Komunikasi	62
4.2 <i>Company Profile</i> Cetak	63
4.2.1 Spesifikasi Karya	63
4.2.2 Deskripsi Karya	63

4.2.3 Analisis Karya	84
4.2.3.1 Aspek Teknis.....	84
4.2.3.2 Aspek Estetis	85
4.2.3.3 Aspek Komunikasi	86
4.3 Company Profile Website	88
4.3.1 Spesifikasi Karya	89
4.3.2 Deskripsi Karya	89
4.3.3 Analisis Karya	92
4.3.3.1 Aspek Teknis.....	92
4.3.3.2 Aspek Estetis.....	93
4.3.3.3 Aspek Komunikasi	95
4.4 Stationery	96
4.4.1 Kartu Nama.....	97
4.4.1.1 Spesifikasi Karya	97
4.4.1.2 Deskripsi Karya.....	97
4.4.1.3 Analisis Karya	98
4.4.1.3.1 Aspek Teknis	98
4.4.1.3.2 Aspek Estetis.....	99
4.4.1.3.3 Aspek Komunikasi.....	99
4.4.2 <i>Letterhead</i>	100
4.4.2.1 Spesifikasi Karya.....	101
4.4.2.2 Deskripsi Karya.....	101
4.4.2.3 Analisis Karya	101
4.4.2.3.1 Aspek Teknis	101
4.4.2.3.2 Aspek Estetis.....	102
4.4.2.3.3 Aspek Komunikasi.....	102
4.4.3 Amplop	103
4.4.3.1 Spesifikasi Karya.....	103
4.4.3.2 Deskripsi Karya.....	103
4.4.3.3 Analisis Karya	104
4.4.3.3.1 Aspek Teknis	104
4.4.3.3.2 Aspek Estetis.....	104
4.4.3.3.3 Aspek Komunikasi.....	104
4.4.4 <i>Name Tag</i>	105
4.4.4.1 Spesifikasi Karya.....	105
4.4.4.2 Deskripsi Karya.....	105
4.4.4.3 Analisis Karya	106
4.4.4.3.1 Aspek Teknis	106
4.4.4.3.2 Aspek Estetis.....	106
4.4.4.3.3 Aspek Komunikasi.....	106
4.5 Brosur	107
4.5.1 Spesifikasi Karya	107

4.5.2 Deskripsi Karya	107
4.5.3 Analisis Karya	112
4.5.3.1 Aspek Teknis	112
4.5.3.2 Aspek Estetis	113
4.5.3.3 Aspek Komunikasi	114
4.6 Merchandise	115
4.6.1 Sabun	115
4.6.1.1 Spesifikasi Karya.....	116
4.6.1.2 Deskripsi Karya.....	116
4.6.1.3 Analisis Karya	116
4.6.1.3.1 Aspek Teknis	116
4.6.1.3.2 Aspek Estetis.....	116
4.6.1.3.3 Aspek Komunikasi.....	117
4.6.2 Sampo	117
4.6.2.1 Spesifikasi Karya.....	117
4.6.2.2 Deskripsi Karya.....	118
4.6.2.3 Analisis Karya	118
4.6.2.3.1 Aspek Teknis	118
4.6.2.3.2 Aspek Estetis.....	118
4.6.2.3.3 Aspek Komunikasi.....	118
4.6.3 <i>Cotton Buds</i>	119
4.6.3.1 Spesifikasi Karya.....	119
4.6.3.2 Deskripsi Karya.....	119
4.6.3.3 Analisis Karya	120
4.6.3.3.1 Aspek Teknis	120
4.6.3.3.2 Aspek Estetis.....	120
4.6.3.3.3 Aspek Komunikasi.....	120
4.6.4 <i>Dental Kit</i>	121
4.6.4.1 Spesifikasi Karya.....	121
4.6.4.2 Deskripsi Karya.....	121
4.6.4.3 Analisis Karya	121
4.6.4.3.1 Aspek Teknis	121
4.6.4.3.2 Aspek Estetis.....	122
4.6.4.3.3 Aspek Komunikasi.....	122
4.6.5 Handuk.....	123
4.6.5.1 Spesifikasi Karya.....	123
4.6.5.2 Deskripsi Karya.....	123
4.6.5.3 Analisis Karya	124
4.6.5.3.1 Aspek Teknis	124
4.6.5.3.2 Aspek Estetis.....	124
4.6.5.3.3 Aspek Komunikasi.....	124
4.6.6 Bolpoin	125

4.6.6.1 Spesifikasi Karya.....	125
4.6.6.2 Deskripsi Karya.....	125
4.6.6.3 Analisis Karya	125
4.6.6.3.1 Aspek Teknis	125
4.6.6.3.2 Aspek Estetis.....	126
4.6.6.3.3 Aspek Komunikasi.....	126
4.6.7 Memo.....	127
4.6.7.1 Spesifikasi Karya.....	128
4.6.7.2 Deskripsi Karya.....	128
4.6.7.3 Analisis Karya	128
4.6.7.3.1 Aspek Teknis	128
4.6.7.3.2 Aspek Estetis.....	129
4.6.7.3.3 Aspek Komunikasi.....	129
4.6.8 Sandal Hotel.....	129
4.6.8.1 Spesifikasi Karya.....	130
4.6.8.2 Deskripsi Karya.....	130
4.6.8.3 Analisis Karya	130
4.6.8.3.1 Aspek Teknis	130
4.6.8.3.2 Aspek Estetis.....	130
4.6.8.3.3 Aspek Komunikasi.....	130
4.6.9 Stiker.....	131
4.6.9.1 Spesifikasi Karya.....	131
4.6.9.2 Deskripsi Karya.....	131
4.6.9.3 Analisis Karya	132
4.6.9.3.1 Aspek Teknis	132
4.6.9.3.2 Aspek Estetis.....	132
4.6.9.3.3 Aspek Komunikasi.....	132
4.6.10 Pin.....	133
4.6.10.1 Spesifikasi Karya.....	133
4.6.10.2 Deskripsi Karya.....	133
4.6.10.3 Analisis Karya	133
4.6.10.3.1 Aspek Teknis	133
4.6.10.3.2 Aspek Estetis.....	134
4.6.10.3.3 Aspek Komunikasi.....	134
4.5.11 Gantungan Kunci	134
4.6.11.1 Spesifikasi Karya.....	134
4.6.11.2 Deskripsi Karya.....	135
4.6.11.3 Analisis Karya	135
4.6.11.3.1 Aspek Teknis	135
4.6.11.3.2 Aspek Estetis.....	135
4.6.11.3.3 Aspek Komunikasi.....	135
4.6.12 Kaos	136

4.6.12.1 Spesifikasi Karya.....	136
4.6.12.2 Deskripsi Karya.....	137
4.6.12.3 Analisis Karya	137
4.6.12.3.1 Aspek Teknis	137
4.6.12.3.2 Aspek Estetis.....	137
4.6.12.3.3 Aspek Komunikasi.....	137
4.6.13 Mug.....	138
4.6.13.1 Spesifikasi Karya.....	138
4.6.13.2 Deskripsi Karya.....	138
4.6.13.3 Analisis Karya	138
4.6.13.3.1 Aspek Teknis	138
4.6.13.3.2 Aspek Estetis.....	139
4.6.13.3.3 Aspek Komunikasi.....	139
BAB 5 PENUTUP.....	140
5.1 Simpulan.....	140
5.2 Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN 1 BIODATA PENULIS.....	146
LAMPIRAN 2 SK DOSEN PEMBIMBING	147
LAMPIRAN 3 KELENGKAPAN PAMERAN.....	148
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI PELAKSANAAN PAMERAN	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	5
Tabel 3.1.....	32
Tabel 3.2.....	33
Tabel 3.3.....	33
Tabel 3.4.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Hotel Luck Inn Semarang	2
Gambar 3.1 Proses Perancangan Logo.....	38
Gambar 3.2 Proses Perancangan <i>Company Profile Cetak</i>	39
Gambar 3.3 Proses Perancangan <i>Company Profile Website</i>	40
Gambar 3.4 Proses Perancangan <i>Company Profile Website</i>	41
Gambar 3.5 Proses Perancangan <i>Stationery</i>	41
Gambar 3.6 Proses Perancangan Brosur	42
Gambar 3.7 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	43
Gambar 3.8 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	44
Gambar 3.9 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	44
Gambar 3.10 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	45
Gambar 3.11 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	45
Gambar 3.12 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	46
Gambar 3.13 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	46
Gambar 3.14 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	47
Gambar 3.15 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	47
Gambar 3.16 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	48
Gambar 3.17 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	48
Gambar 3.18 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	49
Gambar 3.19 Proses Perancangan <i>Merchandise</i>	49
Gambar 4.1 Desain Logo Hotel Luck Inn.....	54
Gambar 4.2 Logo lama dan Logo Baru Hotel Luck Inn	55
Gambar 4.3 Proses Desain Ulang Logo Hotel Luck Inn.....	56
Gambar 4.4 Warna Logo Hotel Luck Inn	58
Gambar 4.5 Font Logo Hotel Luck Inn.....	58
Gambar 4.6 Logo Grid Hotel Luck Inn.....	59
Gambar 4.7 Struktur Logo Hotel Luck Inn	60
Gambar 4.8 Logo Positif dan Diapositif	61
Gambar 4.9 Pembesaran dan Pengecilan Logo.....	62
Gambar 4.10 Cover Depan <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	64
Gambar 4.11 Cover Belakang <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn	65
Gambar 4.12 Halaman Pembuka <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	67
Gambar 4.13 Halaman Isi <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	69
Gambar 4.14 Halaman Isi <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	71
Gambar 4.15 Halaman Isi <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	74
Gambar 4.16 Halaman Isi <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	76
Gambar 4.17 Halaman Isi <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	78
Gambar 4.18 Halaman Isi <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	80
Gambar 4.19 Halaman Isi <i>Company Profile</i> Hotel Luck Inn.....	82
Gambar 4.20 Tampilan <i>Website</i> Hotel Luck Inn Semarang	89

Gambar 4.21 Kartu Nama Hotel Luck Inn.....	97
Gambar 4.22 <i>Letterhead</i> Hotel Luck Inn	100
Gambar 4.23 Amplop Hotel Luck Inn	103
Gambar 4.24 <i>Name Tag</i> Hotel Luck Inn.....	105
Gambar 4.25 Brosur Hotel Luck Inn.....	107
Gambar 4.26 Brosur Hotel Luck Inn.....	108
Gambar 4.27 Brosur Hotel Luck Inn.....	110
Gambar 4.28 <i>Merchandise</i> Sabun Hotel Luck Inn.....	115
Gambar 4.29 <i>Merchandise</i> Sampo Hotel Luck Inn	117
Gambar 4.30 <i>Merchandise Cotton Buds</i> Hotel Luck Inn.....	119
Gambar 4.31 <i>Merchandise Dental Kit</i> Hotel Luck Inn.....	121
Gambar 4.32 <i>Merchandise</i> Handuk Hotel Luck Inn.....	123
Gambar 4.33 <i>Merchandise</i> Bolpoin Hotel Luck Inn.....	125
Gambar 4.34 <i>Merchandise</i> Memo Hotel Luck Inn	127
Gambar 4.35 <i>Merchandise</i> Sandal Hotel Luck Inn.....	129
Gambar 4.36 <i>Merchandise</i> Stiker Hotel Luck Inn	131
Gambar 4.37 <i>Merchandise</i> Pin Hotel Luck Inn	133
Gambar 4.38 <i>Merchandise</i> Gantungan Kunci Hotel Luck Inn	134
Gambar 4.39 <i>Merchandise</i> Kaos Hotel Luck Inn	136
Gambar 4.40 <i>Merchandise</i> Mug Hotel Luck Inn.....	138

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Alasan Pemilihan Tema

Kota Semarang adalah ibukota provinsi Jawa Tengah sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia sesudah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Sebagai salah satu kota paling berkembang di Pulau Jawa, Kota Semarang mempunyai jumlah penduduk mencapai lebih dari 1,5 juta jiwa penduduk. Dalam beberapa tahun terakhir, Kota Semarang berkembang secara pesat ditandai dengan munculnya beberapa pencakar langit di beberapa sudut kota (Bappeda Kota Semarang, 2015: 1).

Jumlah wisatawan yang berkunjung pada tahun 2014 menunjukkan peningkatan sebanyak 3.750.351 wisatawan. Kunjungan ini mengalami kenaikan dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisata tahun 2013 sebanyak 3.157.658 orang wisatawan. Pada tahun 2014 perkembangan sarana dan prasarana penunjang pariwisata di Kota Semarang mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari bertambahnya jumlah hotel sebanyak 32 buah, restoran/rumah makan sebanyak 11 buah dan tempat hiburan sebanyak 76 buah (Bappeda Kota Semarang, 2015: 43).

Pertumbuhan hotel yang pesat membuat persaingan semakin ketat. Persoalan ketatnya persaingan usaha yang dimaksudkan adalah banyak perusahaan-perusahaan yang saling mengungguli di dalam penciptaan nilai lebih melalui sejumlah perbaikan kualitas pada produk atau jasanya. Suatu produk atau

jasa yang memiliki kualitas baik adalah produk atau jasa yang memiliki kehandalan dan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk atau jasa dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang dimiliki dari suatu produk atau jasa yang disajikan oleh perusahaan (Soebekti *et al.*, 2014: 2).

Hotel Luck Inn adalah hotel baru yang terletak di Jalan Imam Bonjol 2 No.10 Semarang. Hotel Luck Inn merupakan anak perusahaan dari Hotel Just Inn. Hotel Luck Inn hadir dengan konsep *home friendly*. Pengunjung akan dibuat merasa nyaman seperti di rumah sendiri. Visi dari Luck Inn adalah memberikan penginapan dengan fasilitas eksklusif, dengan harga yang terjangkau. Sedangkan misinya adalah menjadi penginapan yang memberi kenyamanan seperti di rumah.



Gambar 1.1 Logo Hotel Luck Inn Semarang pada gantungan kunci kamar.

(Sumber: Hotel Luck Inn, 2016).

Sebagai sebuah hotel baru, Hotel Luck Inn membutuhkan sebuah promosi untuk memperkenalkan diri pada konsumen. Untuk mendapatkan semua itu perusahaan perlu memiliki identitas visual yang dapat membantu membangun *image* perusahaan. Perlu hal yang unik dan menonjol untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Peran desainer sangat diperlukan untuk membangun

konsep dan identitas yang dapat menjadi alat penjualan yang handal dan menguntungkan bagi perusahaan.

Selama ini perusahaan belum melakukan strategi promosi atau menciptakan identitas visual secara menyeluruh, disebabkan perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang baru berdiri. Mengingat pentingnya identitas visual untuk membangun citra perusahaan, maka perusahaan tersebut membutuhkan *company profile* untuk membangun citra perusahaan. *Company profile* ini digunakan sebagai aset perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan perusahaan lainnya seperti jasa *tour and travel* dan dinas pariwisata.

1.1.2 Alasan Pemilihan Jenis Karya

Penggunaan media komunikasi visual harus diperhatikan dan diperhitungkan dengan sebaik-baiknya agar media yang dipilih tidak mejadi media yang tidak berguna. Media komunikasi yang tidak dipilih secara baik dapat mengakibatkan pesan yang akan disampaikan ke sasaran menjadi tidak tersampaikan. Media yang cenderung mudah diterima oleh masyarakat adalah media yang sudah akrab dengan masyarakat.

Media promosi yang dipilih adalah *company profile*. Secara umum *company profile* dibuat dalam bentuk buku yang ditata secara baik dengan menggunakan unsur desain komunikasi visual dengan menggunakan perpaduan unsur bentuk, warna, tipografi serta elemen-elemen estetis pendukung lainnya yang tersusun dalam sebuah tatanan komposisi yang dinamis. Selain itu juga dirancang *company profile* berbasis website.

Sebagai perusahaan baru, *company profile* merupakan media yang tepat sebagai media promosi. *Company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya (Maimunah *et al.*, 2012: 284).

Perancangan *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang nantinya dibuat dalam bentuk cetak. Media promosi tercetak merupakan salah satu bentuk promosi yang termasuk dalam media komunikasi visual. Kekuatan utama dari media komunikasi visual adalah jangkauannya yang luas dan tingkat frekuensinya yang tinggi. Media promosi tercetak sangat efektif menjangkau semua segmen dari populasi. Media ini lebih fleksibel secara demografis disebabkan dapat mempromosikan secara detail mengenai perusahaan dan produknya kepada publik.

Di era modern ini arus informasi sangatlah cepat menyebar ke segala penjuru dunia. Informasi dapat diterima oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun. Hal ini disebabkan karena adanya internet. Masyarakat dengan mudah mengakses internet untuk mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan. Informasi disampaikan oleh sebuah portal yang disebut *website*.

Menurut Wibowo (2015: 2) *website* adalah portal yang bisa diakses melalui internet dari mana saja dan kapan saja. Hampir setiap instansi atau lembaga diseluruh dunia sudah mempunyai *website* sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan. Oleh sebab itu selain *company profile* berbasis cetak, juga akan dirancang *company profile* berbasis *website*.

Selain itu juga akan dibuat media pendukung berupa brosur, *stationary*, dan *merchandise*. Media pendukung ini digunakan untuk mempromosikan media utama yaitu *company profile* yang berbentuk cetak dan *website*. Dengan adanya media pendukung ini diharapkan kegiatan promosi dapat lebih maksimal.

1.2 Analisis Kebutuhan (Analisis SWOT)

Analisis kebutuhan atau SWOT digunakan untuk menilai sesuatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif yang menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (Sarwono dan Hary, 2007: 18).

Tabel 1.1 Analisis SWOT

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2016).

<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<ul style="list-style-type: none"> - Hotel dengan fasilitas eksklusif dengan harga yang murah. - Letak strategis dekat dengan Stasiun Poncol dan Stasiun Tawang Semarang. 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum memiliki media promosi yang tepat. - Identitas visual belum mencerminkan citra dari perusahaan.
<i>Opportunity</i> (Peluang)	<i>Threat</i> (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang. 	<ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya hotel-hotel lain yang lebih dahulu berdiri di Kota Semarang.

1.3 Tujuan Proyek Studi

Proyek Studi tentang “Perancangan *Company Profile* sebagai Media Promosi Hotel luck inn Semarang” ini bertujuan:

1. Mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari perkuliahan ke dalam bentuk karya yang berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual berupa *company profile*.
2. Menghasilkan karya berupa *company profile* sebagai upaya mempromosikan Hotel Luck Inn Semarang.

1.4 Manfaat Pembuatan Karya

Manfaat yang diharapkan dari karya proyek studi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis adalah sebagai salah satu sarana untuk menerapkan ilmu-ilmu yang didapat dari perkuliahan dengan permasalahan yang ada pada kejadian sesungguhnya di lapangan.
2. Bagi Hotel Luck Inn Semarang sebagai aset yang dapat digunakan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya. Juga untuk promosi kepada calon konsumen.
3. Bagi almamater dapat menjalin kerja sama antara instansi pendidikan dan perusahaan.

BAB 2

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Desain Komunikasi Visual

Menurut Cenadi (1999: 3) Desain Komunikasi Visual adalah desain yang mengkomunikasikan informasi dan pesan yang disajikan secara visual. Desainer komunikasi visual berusaha untuk mempengaruhi sekelompok pengamat. Mereka berusaha agar kebanyakan orang dalam *target group* (sasaran) tersebut memberikan respon positif kepada pesan visual tersebut. Oleh karena itu desain komunikasi visual harus komunikatif (mudah dipahami), dapat dikenal, dibaca dan dimengerti oleh *target group* tersebut.

Desain Komunikasi Visual memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Kemanapun kita pergi, kita akan menjumpai informasi-informasi yang disajikan secara visual. Tanda-tanda dan rambu-rambu lalu lintas, poster-poster promosi tentang restoran, hotel dan lain sebagainya, semua dapat memberikan informasi kepada pengamatnya yang terdiri dari berbagai kelompok usia dan berasal dari berbagai kalangan dan golongan. Desain komunikasi visual harus bersifat *universal* (dapat dimengerti oleh semua orang).

Seorang desainer komunikasi visual yang profesional harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang luas tentang komunikasi visual. Selain visualisasi dan bakat yang baik dalam berkomunikasi secara visual, ia juga harus mempunyai kemampuan untuk menganalisa suatu masalah, mencari solusi masalah tersebut dan mempresentasikan secara visual. Alat-alat canggih seperti

komputer dan printer yang *up-to-date* hanya berfungsi sebagai sarana untuk meningkatkan produktivitas (Cotton, 1990: 42).

Menurut Cenadi (1999: 4), Desain Komunikasi Visual mempunyai tiga fungsi dasar. Fungsi dasar yang utama dari Desain Komunikasi Visual adalah sebagai sarana identifikasi. Identitas seseorang dapat mengatakan tentang siapa orang itu, atau dari mana asalnya. Demikian juga dengan suatu benda atau produk, jika mempunyai identitas akan dapat mencerminkan kualitas produk itu dan mudah dikenali, baik oleh produsennya maupun konsumennya. Kita akan lebih mudah membeli minyak goreng dengan menyebutkan merek X ukuran Y liter daripada hanya mengatakan membeli minyak goreng saja. Atau kita akan membeli minyak goreng X karena logonya berkesan bening, bersih, dan sehat.

Fungsi Desain Komunikasi Visual yang kedua sebagai sarana informasi, Desain Komunikasi Visual bertujuan menunjukkan hubungan antara suatu hal dengan hal yang lain dalam petunjuk, arah, posisi dan skala; contohnya peta, diagram, simbol dan petunjuk arah. Simbol-simbol yang kita jumpai sehari-hari seperti tanda dan rambu lalu lintas, simbol-simbol di tempat-tempat umum seperti telepon umum, toilet, restoran dan lain-lain harus bersifat informatif dan komunikatif, dapat dibaca dan dimengerti oleh orang dari berbagai latar belakang dan kalangan.

Fungsi Desain Komunikasi Visual yang ketiga adalah sebagai sarana presentasi dan promosi. Desain Komunikasi Visual sebagai sarana presentasi dan promosi bertujuan untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (secara visual) dan membuat pesan tersebut dapat diingat, contohnya

poster. Untuk mencapai tujuan ini, maka gambar dan kata-kata yang digunakan bersifat persuasif dan menarik, karena tujuan akhirnya adalah menjual suatu produk atau jasa.

Sunaryo (2002: 31) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip desain di antaranya: prinsip kesatuan (*unity*) merupakan prinsip pengorganisasian unsur rupa yang paling mendasar. Tidak adanya kesatuan dalam suatu tatanan mengakibatkan kekacauan, ruwet, cerai-berai tak terkoordinasi. Kekacauan yang dapat mengganggu kenyamanan dan mengancam keindahan selalu dihindari dalam suatu tatanan bentuk atau desain yang bernilai.

Prinsip keserasian (*harmony*) merupakan prinsip desain yang mempertimbangkan keselarasan dan keserasian antar bagian dalam suatu keseluruhan sehingga cocok satu dengan yang lain, serta terdapat keterpaduan yang tidak saling bertentangan. Susunan yang harmonis menunjukkan adanya keserasian dalam bentuk raut dan garis, ukuran, warna, dan tekstur. Semuanya berada pada kesatupaduan untuk memperoleh suatu tujuan atau makna. Menurut Graves dalam Sunaryo (2002: 32) keserasian mencakup dua jenis, yakni keserasian fungsi dan keserasian bentuk. Keserasian fungsi menunjukkan adanya kesesuaian di antara obyek-obyek yang berbeda, karena berada dalam hubungan simbol, atau karena adanya hubungan fungsi. Keserasian bentuk merupakan jenis keserasian karena adanya kesesuaian raut, ukuran, warna, tekstur, dan aspek-aspek bentuk lainnya. Untuk mencapai keserasian bentuk, dapat diperoleh dengan cara memadukan unsur-unsur secara berulang, memadukan unsur-unsur yang memiliki kemiripan, atau memadukan unsur-unsur yang berbeda tetapi terdapat suatu unsur

yang mengikat agar perbedaan yang ada tidak tampak bertentangan. Kehadiran unsur pengikat itu menghubungkan kedua unsur yang berbeda, sehingga terdapat hubungan yang bersifat gradual atau beralih. Sebagaimana halnya pada irama yang berulang, keteraturan yang sangat tertib dan terlalu seragam dapat menimbulkan kejemuhan meskipun berada dalam kesatuan yang utuh. Untuk menghindari hal itu ditempuh variasi, agar keserasian yang didapatkan tampak lebih menarik dan hidup.

Prinsip Irama (*rhythm*) merupakan pengaturan unsur atau unsur-unsur rupa secara berulang dan berkelanjutan, sehingga bentuk yang tercipta memiliki kesatuan arah dan gerak yang membangkitkan keterpaduan bagian-bagiannya. Perulangan yang teratur itu dapat mengenai jarak bagian-bagian, raut, warna, ukuran, dan arah yang ditata. Menurut Djelantik (dalam Sunaryo 2002: 35) terulangnya sesuatu secara teratur memberi kesan keterkaitan peristiwa, oleh hukum, sesuatu yang ditaati, sesuatu yang berdisiplin.

Prinsip dominasi adalah pengaturan peran atau penonjolan bagian atas bagian lainnya dalam suatu keseluruhan. Dengan peran yang menonjol pada bagian itu maka menjadi pusat perhatian (*center on interest*) dan merupakan tekanan (*emphasis*), karena itu menjadi bagian yang penting dan yang diutamakan.

Prinsip keseimbangan (*balance*) merupakan prinsip desain yang berkaitan dengan pengaturan bobot akibat gaya berat dan letak kedudukan bagian-bagian, sehingga susunan dalam keadaan seimbang. Tidak adanya keseimbangan dalam suatu komposisi, akan membuat perasaan tak tenang dan kesetuhan

komposisi akan terganggu, sebaliknya keseimbangan yang baik memberikan perasaan tenang dan menarik, serta menjaga keutuhan komposisi.

Prinsip kesebandingan atau proporsi (*proportion*), berarti hubungan antar bagian atau antara bagian terhadap keseluruhannya. Pengaturan hubungan yang dimaksud, bertalian dengan ukuran, yakni besar kecilnya bagian, luas sempitnya bagian, panjang pendeknya bagian, atau tinggi rendahnya bagian. Selain itu kesebandingan juga menunjukkan pertautan ukuran antara suatu obyek atau bagian dengan bagian yang mengelilinginya. Tujuan pengaturan kesebandingan adalah agar dicapai kesatuan dan keseimbangan, sehingga diperoleh kesatuan yang memuaskan.

2.2 Definisi Logo

Agar perusahaan dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat, akan lebih baik jika perusahaan tersebut dapat mengadopsi sifat-sifat *audience* yang akan dituju. Sehingga masyarakat merasa bahwa perusahaan ini merupakan perwakilan mereka dan mencerminkan sifat mereka juga. Dan pada akhirnya tercapailah tujuan untuk menjual produk kepada *audience*. Untuk mencapai semua itu sebuah logo sangat diperlukan untuk dirancang sebaik mungkin karena logo adalah hal pertama yang akan dilihat oleh *audience* dan kemudian dilanjutkan dengan penampilan produknya.

Menurut Monica & Luzar (2013: 59), logo merupakan pencitraan sebuah perusahaan atau dalam istilah lain logo merupakan wajah dari sebuah perusahaan. Logo tidak dapat diciptakan hanya dengan konsep yang dangkal dan tidak matang. Beberapa istilah yang berkaitan dengan logo di antaranya:

Entitas/*entity* adalah objek sebenarnya yang dimaksudkan contohnya Indonesia adalah sebuah entitas yang diwakili oleh bendera merah putih. Entitas dapat berupa objek fisik ataupun non-fisik, contohnya barang dan jasa, organisasi, manusia, tempat, konsep, pengalaman, peristiwa.

Logotype merupakan tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik *lettering* atau memakai jenis huruf tertentu.

Logogram merupakan nama entitas yang diwakilkan oleh simbol atau gambar.

Word mark/Letter mark merupakan elemen tulisan yang ada pada sebuah logo yang juga memiliki elemen lain.

Picture mark merupakan elemen gambar yang ada pada sebuah logo yang juga memiliki elemen lain.

2.3 Pemasaran

Menurut Stanton (1986: 7), pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa. Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Perusahaan harus secara penuh bertanggung jawab tentang kepuasan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, segala aktivitas perusahaan diarahkan untuk memuaskan konsumen yang akhirnya bertujuan untuk mendapatkan laba. Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan.

Menurut Swastha dan Irawan (2003: 10), pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen

merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan utama pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan. Falsafah dalam penjualan adalah memproduksi sebuah produk, kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan konsumen. Konsep pemasaran menyadari bahwa usaha-usaha pemasaran haruslah dikaitkan dengan sasaran yang ingin dicapai perusahaan – bukan sekedar pertumbuhan penjualan saja (Guiltinan dan Paul, 1990: 6).

Dari pengertian-pengertian pemasaran di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan yang dimulai dari perencanaan, menentukan harga, promosi, hingga pendistribusian. Pemasaran bertujuan untuk memuaskan konsumen dengan produk atau jasa yang ditawarkan, sehingga perusahaan mendapat laba/keuntungan.

2.3.1 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menentukan pendekatan yang akan diambil oleh perusahaan untuk memastikan bahwa masing-masing produk memenuhi peranannya. Lebih tegasnya, strategi pemasaran adalah pernyataan tentang dampak yang diharapkan atau akan dicapai dalam hal permintaan pada pasar target tertentu. Pendekatan terinci untuk menerapkan strategi-strategi ini ditentukan lewat program-program pemasaran yang spesifik, seperti program

periklanan, program promosi penjualan, program pengembangan produk, serta program penjualan dan distribusi (Guiltian dan Paul, 1990: 157).

Dalam memilih pasar-pasar target, para manajer mempunyai dua pilihan fundamental. Pertama, mereka dapat mencoba memasarkan produk kepada semua pemakai dalam pasar relevan (biasanya semua pemakai potensial dari bentuk atau kelas produk yang dijual). Kedua, mereka dapat memusatkan pada satu atau sejumlah terbatas segmen pasar di mana mereka percaya bahwa posisi persaingan dapat dikembangkan (Guiltian dan Paul, 1990: 158).

2.4 Promosi

2.4.1 Pengertian Promosi

Menurut Shimp (2000: 111), promosi (*promotion*) adalah upaya untuk memicu transaksi agar konsumen membeli suatu produk atau jasa serta mendorong tenaga penjualan untuk secara agresif menjualnya. Promosi juga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu program pemasaran (Maimunah *et.al.*, 2012: 283). Promosi meliputi insentif (misalnya kupon dan *merchandise*) yang dirancang untuk mendorong konsumen atau pelanggan membeli produk atau jasa dengan lebih cepat, lebih sering, dalam jumlah yang lebih besar.

Insentif-insentif ini (kupon, *merchandise.*) merupakan tambahan – bukan pengganti – atas manfaat dasar yang biasanya diperoleh pembeli ketika membeli produk atau jasa tertentu. Insentif dapat mengubah harga atau nilai merek, tetapi hanya untuk sementara. Dapat dikatakan bahwa insentif promosi penjualan untuk merek tertentu hanya berlaku pada suatu pembelian atau mungkin beberapa

pembelian selama satu periode, tetapi tidak untuk setiap pembelian yang akan dilakukan konsumen selama periode yang lebih lama (Shimp, 2000: 111).

Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Maimunah *et.al.*, 2012: 284).

2.4.2 Bentuk Promosi

Promosi penjualan dipakai secara luas oleh berbagai organisasi termasuk produsen, distributor, pengecer asosiasi dagang dan organisasi non profit sehingga bentuk promosi yang digunakan juga menyesuaikan kepada pihak yang terkait secara tertentu. Bentuk promosi tergolong menjadi tiga sasaran yaitu; promosi untuk konsumen, ini dapat berupa kupon, potongan harga, hadiah atau *merchandise*. Kedua, promosi untuk pedagang, promosi ini dapat berupa potongan harga, subsidi iklan, display dan barang gratis. Ketiga, promosi bisnis dan pramuniaga, misalnya pameran dagang dan kontes untuk pramuniaga.

2.4.3 Tujuan Promosi

Promosi berusaha mengubah tingkah laku dan pendapat yang ada, penjual (sebagai sumber) selalu berusaha menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan. Menurut Stefani dan Mukti (2012: 26) tujuan promosi sebagai berikut :

Memberitahu, kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Dengan memberitahu, maka konsumen akan mengenal produk atau jasa yang ditawarkan.

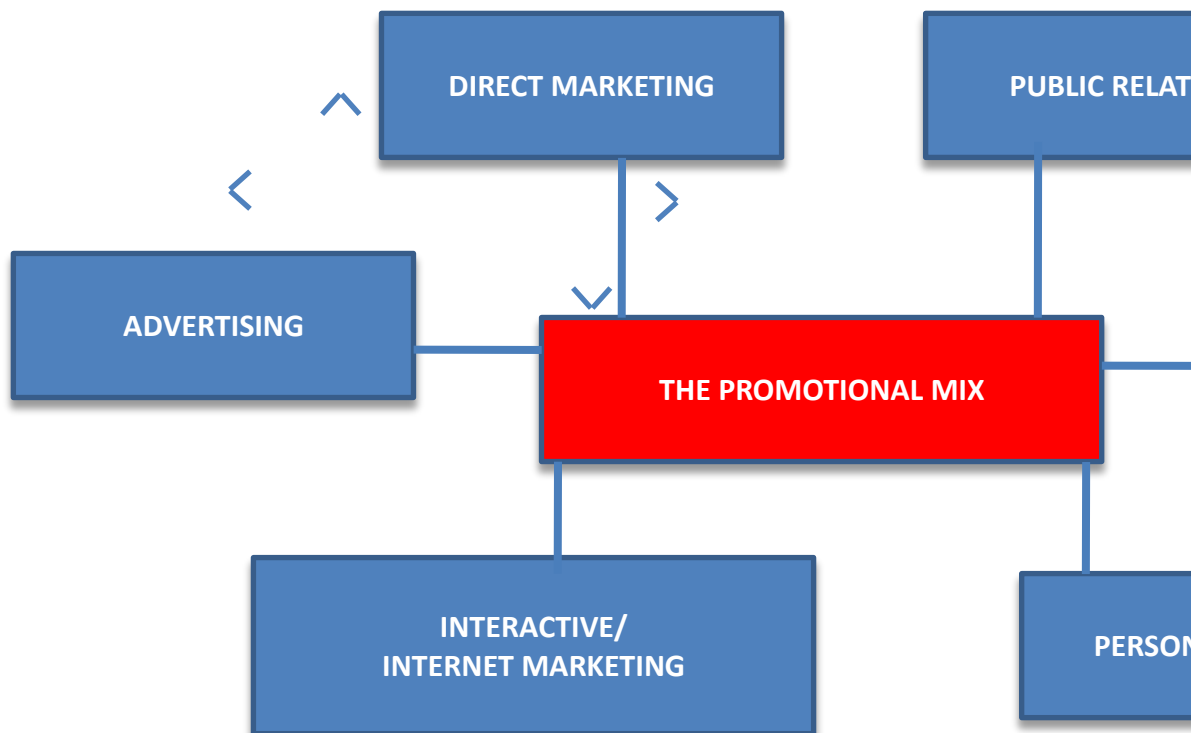
Membujuk, promosi yang sifatnya membujuk atau persuasif diharapkan agar bisa menarik calon pembeli untuk membeli produk atau jasa yang dijual.

Mengingat, promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat agar tetap setia membeli produk yang ditawarkan oleh penjual.

2.4.4 Bauran Promosi

Menurut Stanton yang dikutip Saladin (2016: 172), bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka (*direct marketing*), periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publikasi, dan hubungan masyarakat (*public relation*) yang membantu pencapaian tujuan perusahaan.

Sedangkan menurut Dharmesta & Irawan (2005: 349), *Promotional Mix* atau bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, *personal selling*, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.



Bauran yang digunakan untuk perancangan *company profile* sebagai media promosi diantaranya adalah: Periklanan (*advertising*) yang berupa *company profile* cetak dan brosur. Hubungan masyarakat (*public relation*) yang berupa *stationery*. *Interactive/internet marketing* yang berupa *website* dan promosi penjualan (*sales promotion*) yang berupa hadiah atau *merchandise*.

2.5 Media Promosi

2.5.1 Pengertian Media Promosi

Menurut Sulartopo (2014: 4), media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Sedangkan promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk konsumen agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada suatu produk/jasa yg ditawarkan.

Media promosi adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan yang digunakan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk konsumen agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada suatu produk/jasa yg ditawarkan. Media promosi yang paling tua adalah media dari mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif, tetapi kurang efisien karena kecepatan penyampainanya kurang bisa diukur dan diperkirakan.

Media promosi dapat berupa; brosur, kartu nama, kop surat, souvenir dan sebagainya. Tidak ada satupun media yang sangat tepat. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Artinya, jika hanya menggunakan satu media untuk mempromosikan produk, jelas secara pasti efektivitasnya menjadi terbatas.

2.6 *Company Profile*

Menurut Maimunah *et.al* (2012: 284), *company profile* adalah sebuah aset (modal) suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya.

Sedangkan menurut Lusyani Sunarya (2010 : 45), *company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi baik dan kerjasama dalam lingkup intern perusahaan maupun dengan kolega, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan perusahaan tersebut.

Secara umum identitas yang biasa dipergunakan sebagai tanda pengenal suatu lembaga ataupun perusahaan dalam bentuk sebuah buku yang berisi

mengenai latar belakang perusahaan secara keseluruhan, aset-aset perusahaan, visi-misi perusahaan, struktur organisasi, alur kerja perusahaan secara keseluruhan, serta aset perusahaan secara keseluruhan yang dimuat dalam bentuk buku *company profile*.

Company profile tersebut sebagai aset perusahaan yang dipegang dan dimiliki oleh setiap perusahaan atau lembaga. Dimana *company profile*, selain sebagai aset perusahaan juga berfungsi sebagai tanda atau identitas dari perusahaan dalam menjalin kerjasama atau relasi yang baik dengan perusahaan, lembaga, atau instansi terkait lainnya.

Tujuan utama yang melatar belakangi sebuah pembuatan *company profile* adalah untuk mendekati segmen penting dalam perkembangan bisnis. Berikut 4 hal penting yang harus diperhatikan dalam membuat *company profile* menurut Haryanto & Nugroho (2015: 48-49) sebagai berikut:

1. Tujuan

Tujuan utama dalam membuat *company profile* yang baik adalah untuk mendekati pelanggan potensial dengan memasukan kelebihan perusahaan meliputi kapasitas, kualitas, kebutuhan finansial, pengalaman dan untuk memperlihatkan kemampuan untuk memulai dan mengembangkan bisnis usaha dalam kepercayaan.

Ide yang melatar belakangi dalam pembuatan *company profile* adalah untuk meyakinkan pasar potensial dan memberikan informasi yang relevan sebagai upaya penawaran. *Company profile* dapat meningkatkan perbandingan nilai terhadap competitor dengan mempengaruhi secara positif keputusan

pelanggan potensial untuk memulai sebuah bisnis. Pandangan pelanggan potensial terhadap perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan potensial tersebut.

2. Isi

Sebuah *company profile* atau profil perusahaan harus berisikan pengenalan terhadap perusahaan tentang struktur dan infrastrukturnya. Hal yang paling penting dalam membuat sebuah *company profile* adalah memperkenalkan produk, kualitas, perlengkapan, pengalaman, program jangka pendek dan panjang serta referensi perusahaan dengan jelas serta profesional. Profesional dalam memperkenalkan *company profile* dengan menggunakan pernyataan misi-misi perusahaan. Ada beberapa elemen dasar pada isi suatu *company profile* atau profil perusahaan yang harus dipahami dan dimengerti, yaitu *company profile* dapat digolongkan untuk golongan atau kelompok tertentu, misal *company profile* untuk jajaran direksi tentu berbeda isi dan design bentuknya dengan *company profile* untuk menjaring kelompok atau pelanggan baru. Pada dasarnya inti dari isi dasar seperti visi misi, sejarah dan pencapaian-pencapaian, baik itu dalam waktu dekat atau dalam jangka waktu yang panjang.

3. Kemasan

Company Profile mencerminkan perusahaan, hal tersebut sangat penting untuk dipersiapkan secara profesional. Dalam membuat kemasan (cover) *company profile* yang perlu diperhatikan adalah penataan yang baik, tanpa kesalahan ketik, pencetakan menggunakan kertas berkualitas, serta pemilihan warna dan susunan kemasan/cover. Halaman dalam pembuatan *company profile* bisa berupa 12

halaman atau maksimum 15 halaman, perhatikan bila halaman terlalu banyak atau sedikit akan mempengaruhi pelanggan potensial dalam membaca dan memahami isi *company profile*. Ikuti teori AIDA (*Attention, Interest, Decision, Action*) langkah demi langkah, serta lakukanlah dengan cara yang informatif.

4. Momentum

Kapan mengirimkan sebuah *company profile* kepada pelanggan potensial, waktu menjadi sangat penting. Jangan mengirimkan *company profile* beserta brosur untuk pemberitahuan. Dengan *company profile* anda dapat melakukan pendekatan dengan pasar potensial secara lebih baik, benar dan sopan, dengan kata lain berkontribusi secara positif.

Company profile tidak hanya untuk saat-saat tertentu namun untuk beberapa tahun kedepan. Membuat *company profile* anda *up to date* merupakan hal yang baik dalam bisnis, promosi dan mencitrakan profil perusahaan. *Company profile* juga tidak hanya berbentuk konvensional atau cetak, tapi *company profile* juga dapat berbentuk *interactive* seperti *website*.

2.6.1 Website

2.6.1.1 Pengertian Website

Internet merupakan media utama untuk promosi yang berorientasi konsumen. Penawaran program komunitas, pemberian kupon secara *online*, undian dan kontes melalui internet, serta sampel berdasarkan *web*, sekarang sudah menyebar luas. Selain menyediakan media untuk mendistribusikan promosi kepada konsumen, internet juga menyediakan forum yang ideal untuk menghubungkan para pemasar merek yang sedang berada dalam proses

menciptakan program promosi dengan para pemasok yang mengkhususkan diri dalam mengembangkan program semacam itu (Shimp, 2000: 235).

Website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di dalam internet. Sebuah halaman *web* biasanya berupa dokumen yang ditulis dengan format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang selalu bisa diakses melalui HTTP yaitu sebuah protokol yang menyampaikan informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web* browser (Wibowo, 2015: 2).

Situs *web* perusahaan harus merancang situs *web* yang membentuk atau mencerminkan tujuan mereka, sejarah produk, dan visi. Tantangan kuncinya adalah merancang situs yang menarik orang menonton untuk pertama kalinya dan cukup menarik untuk mendorong kunjungan berulang. Rayport & Jaworski (2003:151) menyatakan bahwa situs yang efektif menampilkan tujuh elemen desain yang disebut 7C. 7C itu adalah:

1. *Context* (Konteks); Tata letak dan desain.
2. *Content* (Konten); Teks, gambar, suara, dan video yang ada dalam situs.
3. *Community* (Komunitas); Bagaimana situs memungkinkan adanya komunitas antar pengguna.
4. *Customization* (Penyesuaian); kemampuan situs untuk menghantarkan dirinya pada berbagai pengguna atau memungkinkan pengguna mempersonalisasikan situs.

5. *Communication* (Komunikasi); Bagaimana situs memungkinkan komunikasi situs dengan pengguna, pengguna dengan situs, atau komunikasi dua arah.
6. *Connection* (Koneksi); Tingkat hubungan situs itu dengan situs lain.
7. *Commerce* (Perdagangan); Kemampuan situs untuk memungkinkan transaksi komersial.

Untuk mendorong kunjungan berulang, perusahaan harus memberikan perhatian khusus pada faktor konteks dan konten serta menerapkan “C” lainnya – *constant change* atau perubahan konstan (Kotler dan Amstrong, 2008: 246).

Pengunjung akan menilai kerja situs berdasarkan kemudahan penggunaan dan daya tarik fisik. Kemudahan penggunaan mempunyai tiga atribut: situs itu dapat diunduh dengan cepat, halaman pertama mudah dipahami, mudah berpindah ke halaman lain yang terbuka dengan cepat. Daya tarik fisik ditentukan oleh faktor-faktor ini: halaman individual bersih dan tidak disesaki dengan konten, bentuk dan jenis huruf mudah dibaca (Kotler dan Keller, 2009: 249).

2.6.1.2 Jenis-Jenis *Website*

Menurut Wibowo (2015: 2), *website* bisa digolongkan menjadi 3 bagian, yaitu:

1. *Website* Statis

Website statis adalah *web* yang mempunyai halaman tidak berubah. Artinya adalah untuk melakukan perubahan pada suatu halaman dilakukan secara manual dengan mengedit kode yang menjadi struktur dari *website* tersebut.

2. *Website* Dinamis

Website dinamis merupakan *website* yang secara terstruktur diperuntukan untuk *update* sesering mungkin. Biasanya selain utama yang bisa diakses oleh user pada umumnya, juga disediakan halaman *backend* untuk mengedit konten dari *website*. Contoh umum dari *website* dinamis adalah *web* berita atau *web* portal yang di dalamnya terdapat fasilitas berita, polling, dan sebagainya.

3. *Website* Interaktif

Website interaktif adalah *web* yang saat ini memang sedang *booming*. Salah satu contoh *website* interaktif adalah blog dan forum. Di *website* ini user bisa berinteraksi dan beragum argumen mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka. Biasanya *website* seperti memiliki moderator untuk mengatur supaya topik yang diperbincangkan tidak keluar jalur.

2.6.1.3 Manfaat *Website*

Wibowo (2015: 2) menjelaskan beberapa alasan mendasar atau utama mengapa perusahaan bahkan individu membuat atau ingin memiliki sebuah *website*, diantaranya adalah:

1. Media tanpa batas, internet adalah media informasi yang tanpa batas. Dengan memiliki *website* berarti kita sama saja memiliki karyawan yang mempromosikan produk kita selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Artinya *website* kita akan memberikan informasi kepada calon pembeli selama 24 jam non stop.
2. Sebagai media promosi, internet merupakan salah satu media promosi yang menawarkan biaya yang relative efisien dikaitkan dengan jangkauan area dengan optimalisasi manfaat terbesar. Internet bisa diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

2.7 Media Pendukung

Dalam mengoptimalkan pemasaran, perlu adanya media pendukung untuk menguatkan promosi. Media pendukung yang digunakan di antaranya adalah: brosur, *stationery*, dan *merchandise*.

Menurut Sora dalam blognya di <http://www.pengertianku.net/2014/10/definisi-atau-pengertian-brosur-dan-fungsinya-lengkap.html>, brosur adalah suatu alat publikasi resmi dari perusahaan yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya, yang ditujukan kepada pasar sasaran. Cara menyampaikannya di bagikan secara gratis kepada pelanggan atau masyarakat dengan tujuan untuk memperkenalkan secara lebih jelas dan rinci mengenai produk, layanan, program dan sebagainya untuk membantu upaya pemasaran.

Brosur memiliki fungsi yaitu sebagai media informatif, sebagai alat iklan atau promosi, dan sebagai identifikasi. Sebagai media informatif brosur biasanya dipakai untuk menginformasikan kepada para konsumen potensial berkaitan dengan perusahaan. Informasi ini berkaitan dengan produk baru atau layanan perusahaan yang ingin ditawarkan, ataupun perubahan terbaru dalam nama perusahaan, dan lain-lain.

Lalu yang kedua adalah brosur sangatlah penting sebagai alat iklan atau alat promosi, yang menarik dan juga memungkinkan untuk mempromosikan satu atau lebih produk maupun jasa. Dan yang ketiga, fungsi identifikasi adalah brosur dapat menjadi sebuah identitas perusahaan dengan desain yang mencerminkan citra perusahaan.

Stationery set, menurut Vorbies dalam blognya <http://moncy-art.blogspot.co.id/2013/01/arti-stationary-desain-grafis.html>, *stationery set* adalah peralatan kantor yang dicetak dan didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. contoh: kartu nama, kop surat atau *letterhead*, amplop, tanda pengenal atau *id card*.

Kartu nama juga merupakan media promosi berukuran kecil. Biasanya kartu nama berukuran kecil yaitu 9x5,5cm. Kartu nama berisi perkenalan tentang seseorang. Informasinya bisa berisi nama, alamat, nomor kontak, institusi, dan lain sebagainya. Pada kartu nama sering pula disisipi gambar atau foto. Kartu nama dibuat dengan sederhana dan informatif pada media yang cukup tebal (100-400 gram) agar tidak mudah rusak ketika dimasukkan ke dalam dompet atau tempat kartu nama. Memang tujuan pembuatan kartu nama agar si penerima dapat menyimpannya dan sesekali menggunakannya apabila membutuhkan informasi yang digunakan untuk menghubungi si pemilik kartu nama.

Letterhead atau biasa disebut dengan kepala surat. Terletak di paling atas dari sebuah surat. Baik surat resmi untuk pemerintah atau perusahaan. Kepala surat tersebut berisikan nama perusahaan, alamat perusahaan, nomor telepon, *email* perusahaan, *website* perusahaan, logo perusahaan.

Amplop adalah sebuah bungkus dari surat atau benda yang dikirimkan perpos. Sebuah amplop biasanya terbuat dari kertas yang dipotong berbentuk belah ketupat dan dilipat sedemikian rupa. Di muka amplop pada sebelah kanan bawah ditulis nama dan alamat penerima, sementara biasanya nama dan alamat pengirim ditulis di sebelah kanan atas atau di belakang bagian amplop. Sebuah amplop bisa

langsung ditutup karena biasanya memiliki perekat. Amplop terdapat dalam berbagai jenis dan ukuran. Beberapa jenis amplop memiliki jendela (tembus pandang) sehingga nama dan alamat penerima bisa ditulis dalam surat sendiri.

ID Card adalah kartu yang tidak hanya sebagai kartu identitas karyawan perusahaan, tetapi memberi arti tersendiri dalam mendukung formalitas dan nilai atau *image* perusahaan. Fungsi *ID Card* diantaranya: Mempermudah seseorang mengenal dan meminta bantuan kepada karyawan sesuai dengan divisi dan nama pada kartu *ID*, membedakan dan memisahkan secara tegas antara karyawan dan non karyawan untuk menjaga keamanan, penyusupan, dan hal-hal yang tidak diinginkan. Selain itu *ID Card* juga dapat menjadi alat promosi keluar apabila karyawan berkunjung ke perusahaan lain. Dengan memakai *ID Card* perusahaan lain akan mudah mengenal perusahaan kita.

Media pendukung lainnya adalah *merchandise* atau hadiah promosi. *Merchandise* sangat berguna untuk menempatkan logo perusahaan di depan klien atau publik yang potensial. Dalam lingkungan bisnis saat ini, satu-satunya tujuan utama adalah meraih keuntungan dan mengembangkan perusahaan. Mendistribusikan hadiah promosi atau *merchandise* adalah salah satu metode yang paling hemat biaya untuk mencapai tujuan tersebut. Pemberian *merchandise* juga dapat menjaga layanan perusahaan agar tetap berada di hati pelanggan. *Merchandise* dapat berupa *sticker*, pin, gantungan kunci, kaos, dan sebagainya.

BAB 3

METODE BERKARYA

3.1 Media Berkarya

Media berkarya merupakan alat, bahan dan teknik yang digunakan dalam proses berkarya. Perkembangan teknologi berperan dalam menciptakan sebuah desain. Sebelum adanya komputer dan perangkat yang memudahkan desainer membuat desain, desainer membuatnya secara manual. Di era saat ini semua bisa dilakukan dengan teknologi komputer, dengan tambahan *software* yang dirancang untuk memudahkan pekerjaan desainer. Berikut ini adalah alat dan bahan yang digunakan dalam proses berkarya.

3.1.1 Alat

3.1.1.1 Perangkat Keras (*Hardware*)

1. *Notebook Lenovo G40, LCD 14.0", Processor AMD A6- 6310 APU with Radeon R4 Graphics 1.80 GHz, Hardisk 500 GB, RAM 2 GB DDR3.*
2. *Optical Mouse* merek Votre.
3. Kamera DSLR Canon 1200D.

3.1.1.2 Perangkat Lunak (*Software*)

Perangkat Lunak yang digunakan merupakan *Windows 8.1 64-bit* dengan program grafisnya :

1. *Adobe Indesign CS 6*, yang digunakan untuk menata *layout*.
2. *Adobe Photosop CS 6*, yang digunakan untuk mengedit dan mengolah foto.
3. *Adobe Illustrator CS 6*, yang digunakan untuk membuat grafis.

4. *Corel Draw X4*, yang digunakan untuk membuat grafis.
5. *Notepad ++*, yang digunakan untuk menulis *script website*.
6. *Bootstraps*, yang digunakan untuk membuat *website responsive*.

3.1.2 Bahan

Bahan yang digunakan dalam proses pembuatan media promosi Hotel Luck Inn Semarang terdiri dari beberapa jenis bahan. Dalam penggunaannya material yang digunakan telah disesuaikan dengan kebutuhan jenis media yang digunakan sehingga diharapkan dapat menghasilkan media promosi yang memiliki bahan yang sesuai. Selain itu penggunaan bahan yang sesuai bertujuan untuk lebih mengefektifkan waktu dalam pembuatan media promosi ini. Kertas yang digunakan adalah kertas yang biasa digunakan untuk mensket gambar. Kertas ini memiliki beberapa keunggulan. Kertas ini memiliki kelebihan dari segi tekstur kerapatan kertas yang cukup tinggi, nyaman digunakan untuk menggambar dengan *drawing-pen* dan spidol.

3.1.3 Teknik Berkarya

Teknik yang digunakan dalam pembuatan karya perancangan ini adalah dengan cara membuat sket kasar sebagai patokan dasar dalam perancangan bentuk dan grafis, kemudian diolah menggunakan komputer melalui media perangkat lunak *Corel Draw X4* atau *Adobe Illustrator* dan mengolah pencahayaan foto yang diambil menggunakan kamera DSLR Canon 1200D menggunakan media perangkat lunak *Adobe Photoshop*, setelah itu melakukan *layouting* menggunakan *Adobe Indesign*. Dan menggunakan *Notepad ++* untuk menulis *script website*. Beberapa teknik yang digunakan sebagai berikut:

1. *Minus Front*

Minus Front adalah fasilitas khusus yang terdapat pada *software Adobe Illustrator* yang berfungsi untuk menyeleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan.

2. *Power Clip*

Power Clip adalah fasilitas khusus yang terdapat pada *software Corel Draw* yang berfungsi untuk memasukan sebuah obyek ke dalam obyek lainnya. Fungsi ini sangat penting untuk memanipulasi sebuah obyek.

3. *Action Script*

Action Script merupakan bahasa kode ataupun bahasa pemrograman yang digunakan dalam pembuatan *website* melalui *software notepad*, *script* berfungsi untuk mengendalikan dan, memberikan perintah navigasi, serta membuat interaktif.

4. *Paragraph Style*

Paragraph Style adalah teknik dasar dalam *Adobe Indesign*. *Paragraph Style* digunakan untuk membuat *custom* format penulisan mulai dari jenis huruf, ukuran huruf, *alignment*, dan sebagainya.

5. *Digital Imaging*

Digital Imaging adalah teknik mengolah foto dalam *Adobe Photoshop*. Dengan teknik *digital imaging* ini, dapat menambahkan, mengurangi, atau menggabungkan dua objek foto agar terlihat menarik sesuai yang diinginkan.

3.2 Proses Berkarya

Dalam membuat karya, dilakukan membuat beberapa tahapan kerja yang meliputi:

3.2.1 Proses *Preliminary*

Proses *preliminary* proses ini merupakan tahap awal dalam proses berkarya. Proses ini dilakukan sebelum proses perancangan karya dimulai. Proses *preliminary* menentukan langkah yang tepat dalam perancangan karya dengan sumber-sumber yang tepat tersedia untuk memenuhinya. Proses *preliminary* ini meliputi:

3.2.1.1 Pencarian Ide

Proses pencarian ide diawali dengan mencari dan mengumpulkan data yang sesuai dengan masalah yang terjadi dengan mencari solusi melalui data sesuai dengan literatur, buku serta data.

Selain pengumpulan data, pencarian ide dilanjutkan penyimpulan latar belakang dan tujuan dari perancangan *company profile* sebagai media promosi ini. Kemudian dilakukan eksplorasi diri melalui referensi. Pencarian ide ini dapat dilakukan dengan pengembangan diri dengan melihat serta mengembangkan ide yang telah ada sebagai inspirasi.

3.2.1.2 Riset

Riset merupakan kegiatan untuk lebih mengenal perusahaan dari berbagai sisi, hal ini dilakukan guna memperoleh data dan informasi yang dapat membantu dalam pembuatan karya.

1) Wawancara

Kegiatan wawancara dilakukan untuk lebih mengetahui perusahaan secara mendetail. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada pemilik Hotel Luck Inn Semarang.

Tabel 3.1 Wawancara
(Sumber: Dokumentasi penulis, 2016).

No	Tanggal	Narasumber	Materi yang ditanyakan
1	5 Januari 2011	Budi Rahardjo	<ul style="list-style-type: none"> - Profil perusahaan (visi misi perusahaan). - Konsep perusahaan (<i>home friendly</i>).
2	11 Januari 2011	Budi Rahardjo	<ul style="list-style-type: none"> - Kebutuhan perusahaan. - Target audiens. - Promosi yang pernah dilakukan. - Identitas yang digunakan perusahaan. - Tarif per kamar. - Fasilitas yang disediakan.

2) Observasi

Observasi dilakukan untuk mengetahui keadaan pasar dan apa yang dibutuhkan perusahaan. Observasi dilakukan dengan cara wawancara secara langsung terhadap pemilik perusahaan tersebut yang berlokasi di Jalan Imam Bonjol 2 No.10 Semarang. Observasi juga dilakukan dengan mengunjungi situs *online*

pemesanan hotel untuk mengetahui ulasan dari para konsumen yang pernah mengunjungi Hotel Luck Inn Semarang.

Tabel 3.2 Observasi

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2016).

Tanggal	Lokasi Observasi	Materi Observasi
6 April 2016	Jl. Imam Bonjol 2 No.10, Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Mengamati lokasi perusahaan. - Mengamati fasilitas perusahaan.
30 Juli 2016	Situs <i>online</i> pemesanan hotel. (Traveloka, Tripadvisor, Booking, Pegipegi, Agoda).	<ul style="list-style-type: none"> - Mengamati ulasan konsumen yang pernah mengunjungi Hotel Luck Inn Semarang.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari catatan-catatan yang tersimpan atau mendokumentasikan kejadian dilapangan menggunakan kamera. Kegiatan ini dilakukan untuk melengkapi referensi yang dibutuhkan.

Tabel 3.3 Dokumentasi

(Sumber: Dokumentasi penulis, 2016).

Tanggal	Sumber	Materi
6 April 2016	Hotel Luck Inn Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Foto bangunan perusahaan. - Foto fasilitas perusahaan.

4) Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data untuk menambah serta melengkapi referensi dalam pembuatan sebuah karya proyek studi. Pencarian referensi mengenai *company profile* dengan cara mencari informasi melalui *website*, buku desain grafis, artikel, jurnal, maupun laporan skripsi yang berkaitan dengan tema proyek studi.

3.2.1.3 Hasil Pengumpulan Data

Berdasarkan kegiatan pengumpulan data di atas dapat dianalisis yang nantinya dapat dibuat konsep perancangan pada proyek *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang.

1) Profil Hotel Luck Inn Semarang

Hotel Luck Inn adalah hotel baru yang terletak di Jalan Imam Bonjol 2 No.10 Semarang. Hotel Luck Inn merupakan anak perusahaan dari Hotel Just Inn. Hotel Luck Inn hadir dengan konsep *home friendly*. Pengunjung akan dibuat merasa nyaman seperti di rumah sendiri. Visi dari Luck Inn adalah memberikan penginapan dengan fasilitas eksklusif, dengan harga yang terjangkau. Sedangkan misinya adalah menjadi penginapan yang memberi kenyamanan seperti di rumah.

2) Promosi yang Pernah Dilakukan

Promosi yang pernah dilakukan oleh Hotel Luck Inn Semarang awalnya masih sebatas promosi dari mulut ke mulut. Luck Inn mengandalkan Just Inn yang masih satu kepemilikan Bapak Budi Rahardjo. Pengunjung Just Inn yang tidak mendapat kamar di Just Inn, kemudian akan dialihkan menuju Luck Inn. Selain itu Luck Inn juga bekerja sama dengan situs pencarian hotel seperti Traveloka dan Tripadvisor.

3.2.1.4 Penetapan Tujuan Karya

Proses penetapan tujuan karya yang dihasilkan adalah untuk mengangkat tema perancangan *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang. Tahap ini merupakan proses yang menghubungkan proses tujuan dan hasil akhir karya. Tahap ini dilakukan dengan diskusi dengan dosen pembimbing, dosen pembimbing memberikan arahan yang nantinya diharapkan bisa didapatkan hasil akhir sesuai dengan tujuan perancangan proyek studi.

3.2.1.5 Strategi Menetapkan Target Audiens

Hasil observasi memberikan kesimpulan bahwasannya target audiens membutuhkan sebuah media alternatif yang memudahkan dalam pencarian dan pemesanan. Hal ini dikarenakan target audiens merupakan wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang singgah di Kota Semarang untuk satu malam. Sehingga target audiens membutuhkan media yang mudah diakses.

3.2.1.6 Penentuan Konsep

Citra yang akan dibangun untuk identitas perusahaan Hotel Luck Inn Semarang adalah citra elegan dan bersahabat. Karena Hotel Luck Inn Semarang menawarkan hotel dengan fasilitas eksklusif dengan harga yang murah. Selain itu konsep dari Hotel Luck Inn adalah *home friendly*, pengunjung dibuat merasa nyaman seperti di rumah sendiri.

3.2.1.7 Strategi Perancangan

1) Jenis Pesan

Jenis pesan yang digunakan pada karya *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang ini adalah pesan informatif dan persuasif.

Pesan informatif berisikan informasi mengenai Hotel Luck Inn Semarang mulai dari profil perusahaan, harga kamar, fasilitas, alamat, nomor telepon, dan alamat *website*.

2) Daya Tarik Pesan

Daya tarik pesan yang digunakan pada karya *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang ini adalah berupa identitas daun semanggi yang merupakan simbol dari Hotel Luck Inn Semarang, dan foto-foto mengenai Hotel Luck Inn Semarang yang dapat menarik target audiens.

3.2.2 Pra Produksi

Tahap ini merupakan tahap perencanaan karya, meliputi:

3.2.2.1 Pemotretan

Pada tahap memotret langkah yang akan dilakukan adalah menentukan obyek yang akan dipotret dengan pertimbangan waktu dan cuaca agar foto yang dihasilkan lebih baik.

3.2.2.2 Pemilihan Foto

Seleksi ini dilakukan untuk memilih beberapa foto yang akan diterapkan pada *company profile* cetak, *website*, dan brosur.

3.2.2.3 Editing Foto

Pada tahap editing foto ini, hasil foto yang telah direduksi kemudian diedit kembali dengan menggunakan *software Adobe Photoshop*. Hal ini dilakukan agar nantinya ketika diterapkan kedalam berbagai media, foto-foto tersebut dapat terlihat baik, baik dari sisi pencahayaan maupun komposisi. Foto-foto tersebut akan diterapkan pada media brosur, *company profile* cetak, dan *website*.

3.2.2.4 *Manual Rough Sketch*

Dalam tahap ini media promosi yang telah ditentukan dibuat *sket* terlebih dahulu terutama logo. Selain logo, media promosi lainnya seperti *company profile*, dan *website* juga perlu dibuat *sket* layoutnya terlebih dahulu. Pembuatan sketsa merupakan tahapan untuk menjelaskan secara garis besar rancangan karya. Proses ini juga merupakan panduan untuk mendesain perancangan *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang dalam proses komputerisasi.

3.2.2.5 Proses Konsultasi Pembimbing dan Persetujuan Klien

Setelah mendapatkan pengesahan judul dari ketua prodi, ditentukanlah dosen pembimbing untuk perancangan *company profile* Hotel Luck Inn Semarang. Peran dosen pembimbing dalam perancangan *company profile* Hotel Luck Inn Semarang ini adalah sebagai pemberi arahan dan masukan dalam proses perancangan *company profile* ini. Dengan adanya proses ini menjadikan perancangan *company profile* Hotel Luck Inn Semarang dapat dibuat dengan maksimal dan memenuhi syarat sebagai media untuk mempromosikan Hotel Luck Inn Semarang.

Selain proses bimbingan dengan dosen, proses perancangan juga dilakukan dengan persetujuan klien. Persetujuan klien dilakukan diawal saat riset, yang dilakukan dengan wawancara perihal kebutuhan klien.

3.2.3 Produksi

Proses produksi *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang memiliki beberapa tahapan, yaitu:

3.2.3.1 Perancangan Logo



Gambar 3.1 Proses Perancangan Logo

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

Logo ini dibuat dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Logo ini menggunakan warna biru yang memiliki arti persahabatan seperti konsep perusahaan yaitu *home friendly*. Logo ini memiliki bentuk daun semanggi yang memiliki arti **keberuntungan** seperti nama perusahaan “**Hotel Luck Inn**”. Di tengah daun semanggi tadi terdapat huruf “L” yang juga merupakan inisial dari nama perusahaan itu sendiri “**Hotel Luck Inn**”. Penggunaan font pada teks Luck Inn menggunakan jenis *font Fira Sans*. Logo dibuat sederhana dengan kesan elegan tanpa banyak hiasan-hiasan. Hotel Luck Inn merupakan hotel yang sederhana tetapi memberikan fasilitas eksklusif dengan harga yang terjangkau.

Proses perancangan logo dimulai dengan membuat sket kasar di kertas, dengan berbagai macam bentuk alternatif. Setelah mendapatkan bentuk yang sesuai, kemudian dilanjutkan dengan komputerisasi dengan *software Adobe Illustrator* dengan teknik *tracing*. Setelah itu dikembangkan bentuknya dan diberi warna.

3.2.3.2 Perancangan *Company Profile* Cetak

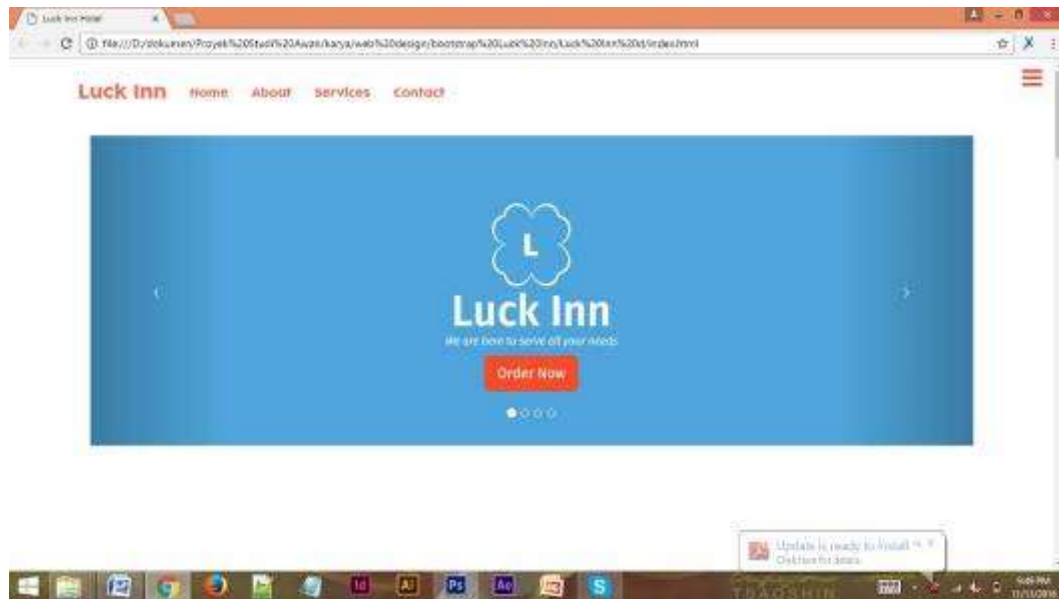


Gambar 3.2 Proses Perancangan *Company Profile* Cetak

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

Company profile ini dirancang menggunakan *Adobe InDesign*. *Company profile* ini terdiri dari 6 halaman isi, yang terdiri dari: Profil perusahaan, tarif dan jenis kamar, serta fasilitas yang ada. Selain sebagai media promosi, *company profile* cetak ini bertujuan untuk menjalin kerja sama dengan instansi-instansi terkait.

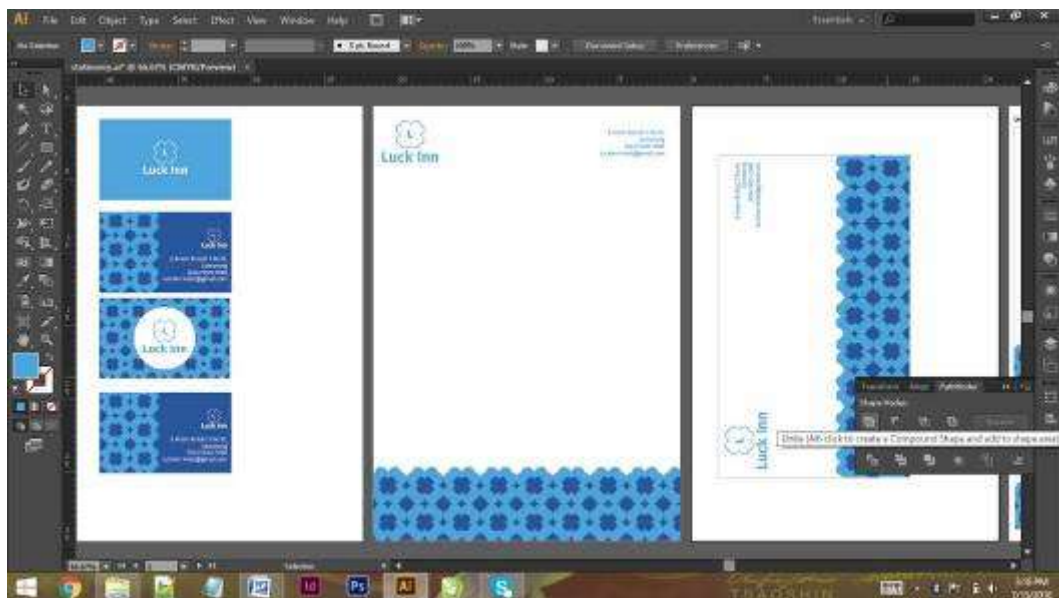
Perancangan *company profile* cetak pertama dilakukan dengan melayout di kertas, dan merancang isi yang akan disajikan pada *company profile*. Setelah mendapatkan data, kemudian dieksekusi secara komputerisasi menggunakan *software Adobe InDesign*.



Gambar 3.4 Proses Perancangan *Company Profile Website*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

3.2.3.4 Perancangan *Stationery*

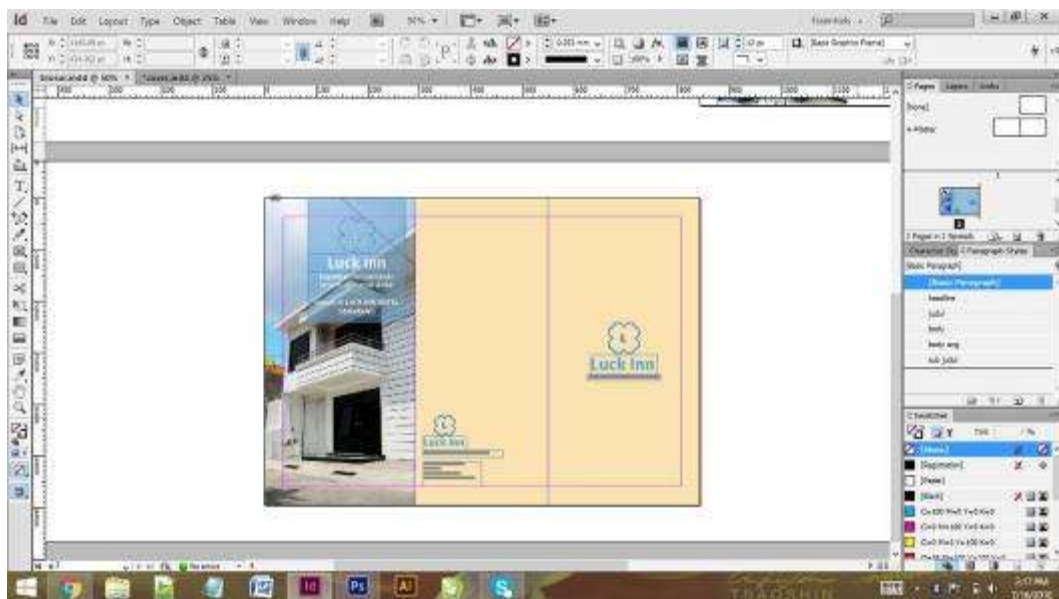


Gambar 3.5 Proses Perancangan *Stationery*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

Perancangan *stationery* menggunakan *software Adobe Illustrator*. *Stationery* digunakan untuk keperluan surat menyurat perusahaan seperti mengirim proposal kerja sama. *Stationery* yang dirancang adalah kartu nama, *letter head*, amplop, dan *name tag*. Proses perancangan menggunakan teknik *minus front*. *Minus front* ini digunakan untuk menyeleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan. Apabila pada *Corel Draw*, teknik ini sama halnya dengan menggunakan *power clip*, yaitu memasukan objek ke dalam objek.

3.2.3.5 Perancangan Brosur



Gambar 3.6 Proses Perancangan Brosur

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

Perancangan brosur menggunakan *software Adobe Indesign*. Brosur ini memiliki 3 lipatan atau yang biasa disebut *trifold*. Pada tampilan depan menampilkan logo Hotel Luck Inn, lalu di dalam menampilkan informasi berupa profil perusahaan, jenis dan tarif kamar, dan fasilitas yang ada di Hotel Luck Inn.

3.2.3.6 Perancangan *Merchandise*

Perancangan *merchandise* menggunakan *software Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator* dengan cara menempelkan gambar yang dirancang ke dalam *mock up* berbentuk *psd*. *Merchandise* yang dirancang di antaranya adalah mug, kaos, dan handuk, dan sebagainya. *Merchandise* didesain dengan warna dasar putih lalu diberi logo Hotel Luck Inn.



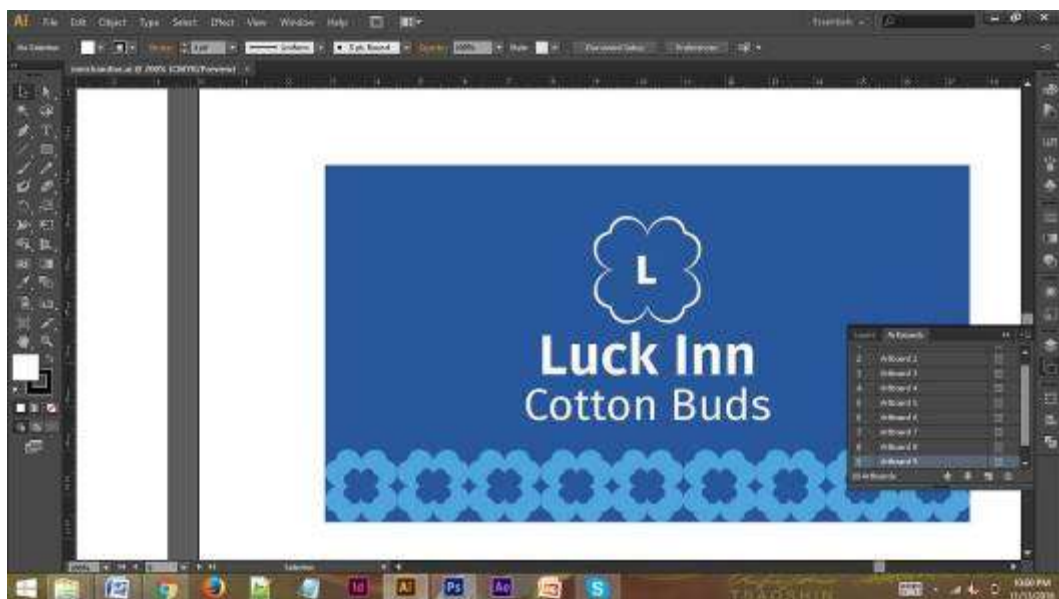
Gambar 3.7 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



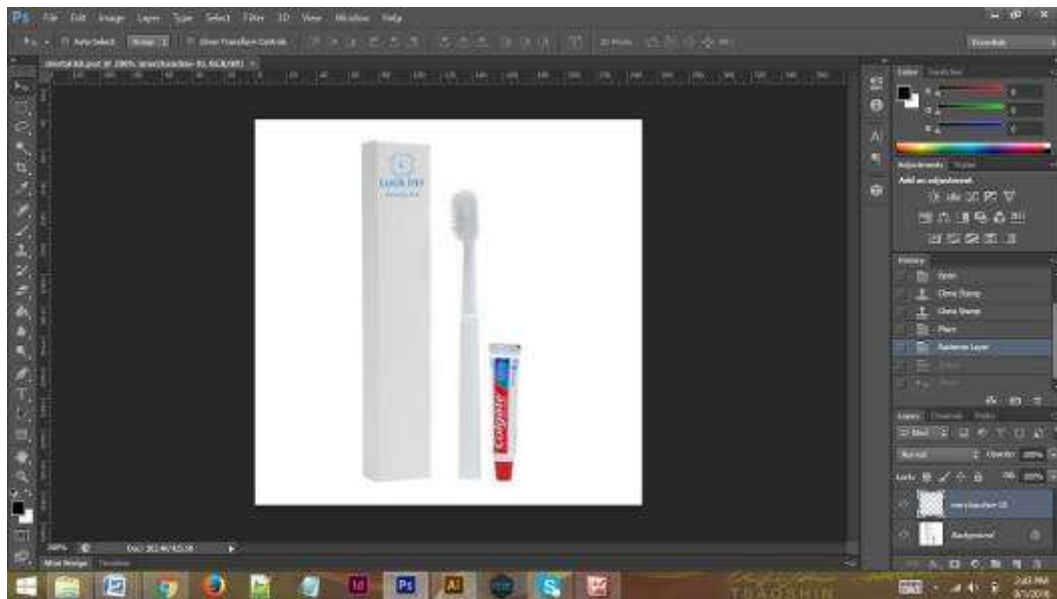
Gambar 3.8 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



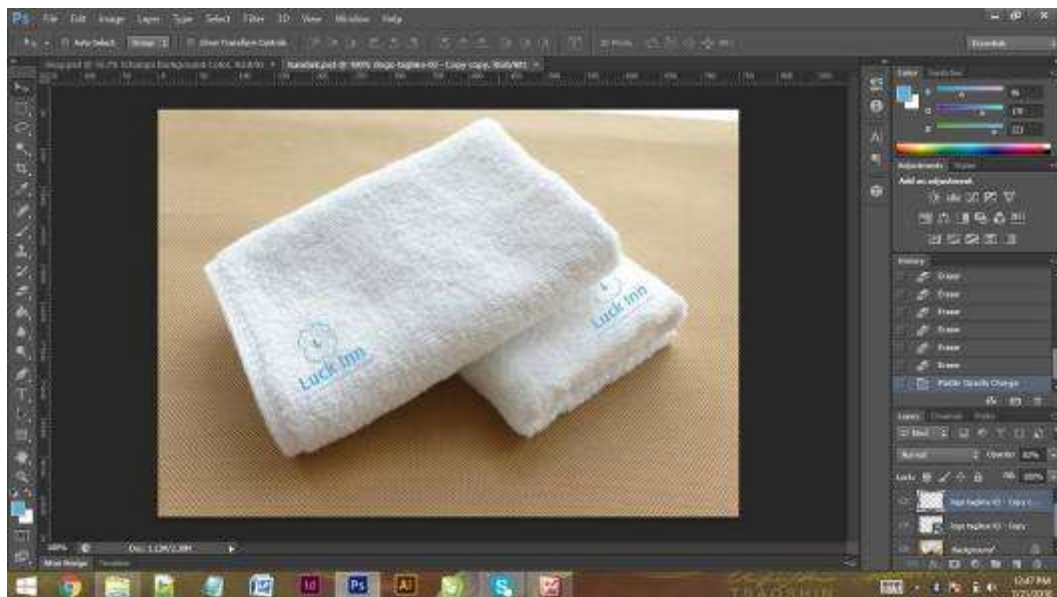
Gambar 3.9 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



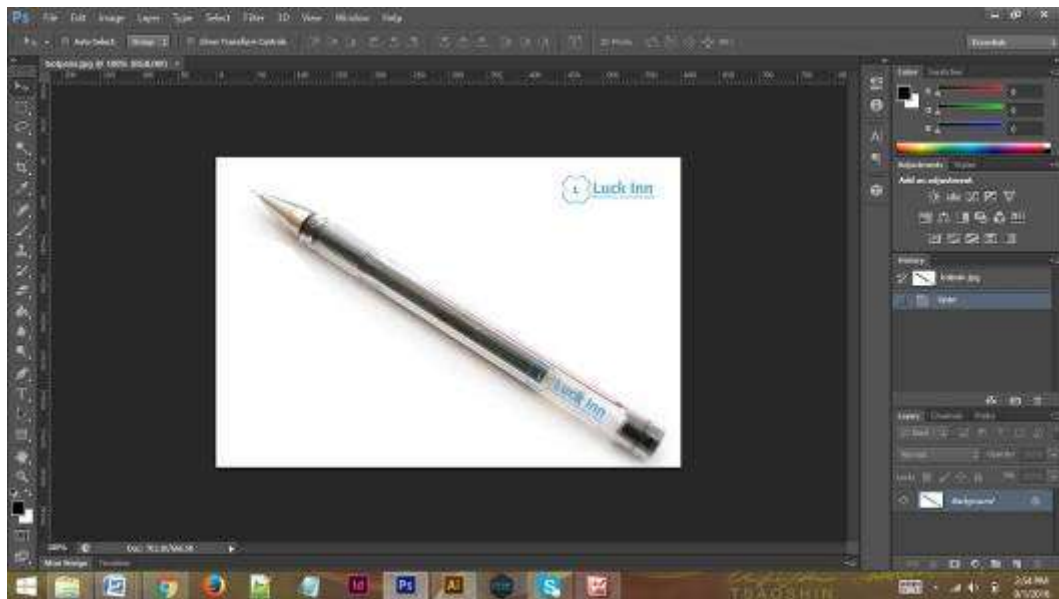
Gambar 3.10 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



Gambar 3.11 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



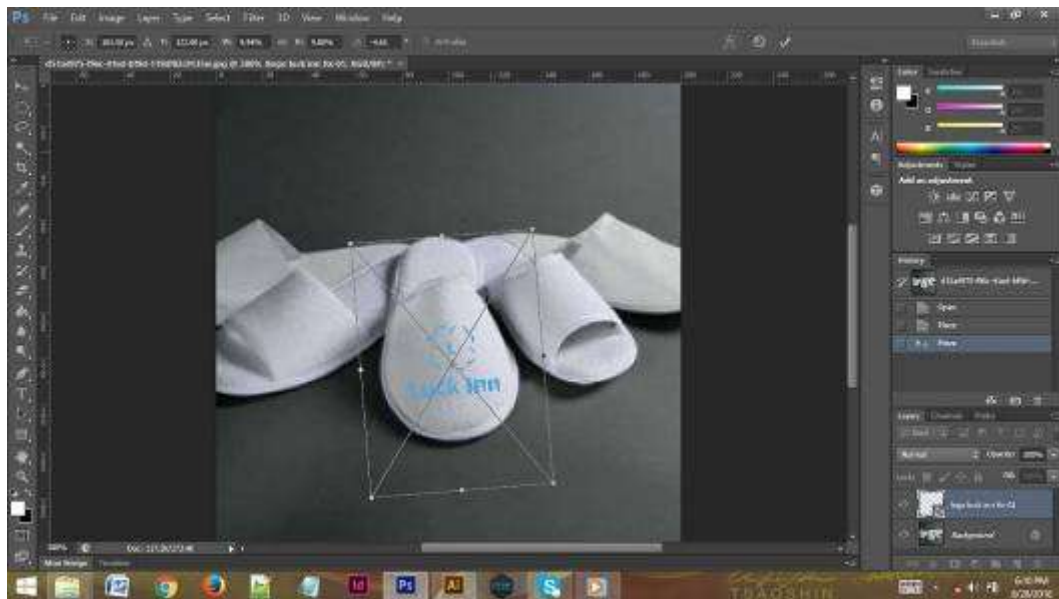
Gambar 3.12 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



Gambar 3.13 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



Gambar 3.14 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



Gambar 3.15 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



Gambar 3.16 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



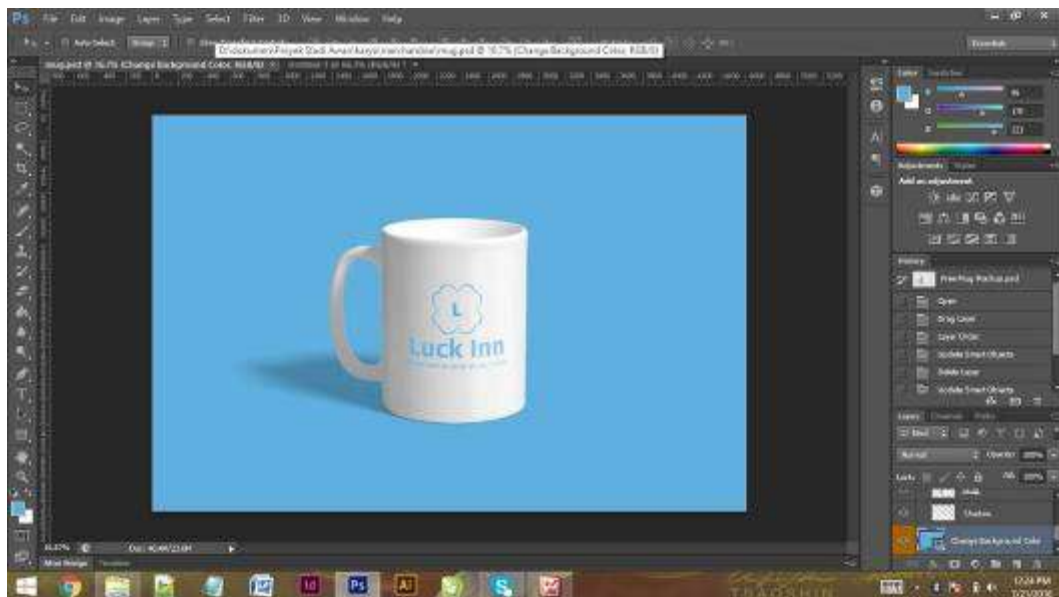
Gambar 3.17 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



Gambar 3.18 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)



Gambar 3.19 Proses Perancangan *Merchandise*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

3.2.4 Pasca Produksi

3.2.4.1 Persiapan Pameran

Langkah pertama yang dilakukan dalam persiapan pameran adalah perancangan media pendukung. Hal tersebut bertujuan untuk melengkapi produk *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang, diantaranya adalah:

1. Pembuatan stiker pameran
2. Pembuatan *x-banner* Pameran
3. Pembuatan poster pameran
4. Pembuatan undangan pameran

Kemudian tahap selanjutnya adalah tahap pra Pameran. Berikut adalah tahapannya:

1. Penentuan hari, dan tanggal.
2. Pengurusan perizinan tempat pameran
3. Penyebaran Undangan
4. Perancangan *display* karya
5. Perancangan susunan acara
6. Konsumsi
7. Publikasi
8. *Display* karya

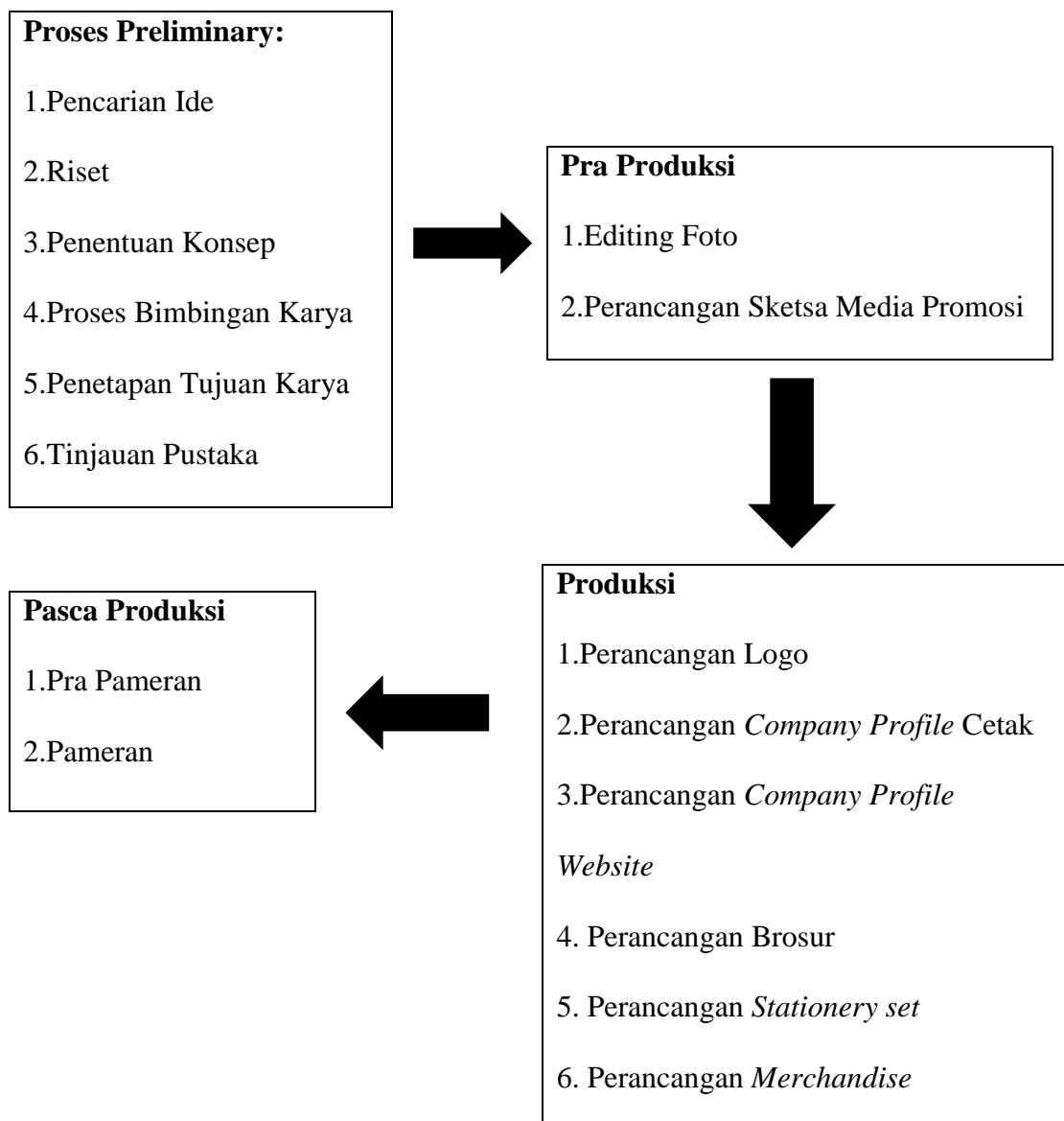
3.2.4.2 Pameran

Kegiatan pameran merupakan akhir dari perjalanan penciptaan karya. Tujuan dari pameran sebuah karya adalah untuk memperoleh apresiasi yang

nantinya akan dapat memperluas pemahaman untuk perbaikan. Dalam proses ini juga, sebuah karya disampaikan kepada khalayak untuk pertama kalinya.

3.2.4.3 Bagan Proses Perancangan Proyek Studi

Proses perancangan *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang memiliki beberapa proses, yaitu:



3.2.4.4 Strategi Media

3.2.4.4.1 Strategi Distribusi Media

Strategi Distribusi Media merupakan sebuah tahap lanjutan agar karya tersebar luas pada khalayak sasaran. Berikut distribusi media Hotel Luck Inn Semarang:

Tabel 3.4 Strategi Distribusi Media
(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016.)

Jenis Media	Tempat/Lokasi Sebaran	Waktu Sebaran	Keterangan
<i>Company Profile</i> Cetak	Digunakan untuk menjalin kerja sama dengan instansi terkait seperti Dinas Pariwisata, dan jasa <i>tour and travel</i> .	Dalam satu tahun.	Disebarkan pada saat banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Kota Semarang seperti: Libur lebaran, libur panjang, libur akhir tahun.
<i>Company Profile</i> <i>Website</i>	Digunakan sebagai media promosi, informasi, dan pemesanan.	Dalam satu tahun.	Disertai dengan bekerja sama dengan situs pencarian hotel seperti: Traveloka, Pegipegi, Booking, Agoda, Tripadvisor.
Brosur	Diletakan pada tempat-tempat potensial seperti stasiun kereta api, bandara, dan tempat pariwisata.	Dalam satu tahun.	-

<i>Stationery</i>	Digunakan untuk administrasi secara legal dan sebagai identitas perusahaan Hotel Luck Inn Semarang.	Dalam satu tahun.	<ul style="list-style-type: none"> - Kartu nama - <i>Letterhead</i> - Amplop - <i>ID Card</i>
<i>Merchandise</i>	Diberikan untuk pengunjung Hotel Luck Inn Semarang.	Dalam satu tahun.	<ul style="list-style-type: none"> - Stiker - Sabun - Sampo - <i>Cotton buds</i> - <i>Dental kit</i> - Handuk - Sandal
	Dijual sebagai <i>souvenir</i> Hotel Luck Inn Semarang	Dalam satu tahun.	<ul style="list-style-type: none"> - Pin - Gantungan kunci - Memo - Bolpoin - Mug - Kaos

BAB 4

ANALISIS KARYA

Tahap analisis karya merupakan tahap untuk menelusuri sebuah karya berdasarkan struktur formal atau aspek-aspek pembentuknya, tata cara pembuatannya serta aspek-aspek yang ingin dikomunikasikan kepada khalayak sasaran. Pada tahap ini, dijelaskan aspek-aspek pembentuk dalam sebuah karya seni atau desain. Aspek-aspek analisis tersebut meliputi aspek teknis, aspek estetis, dan aspek komunikasi. Dalam tahap analisis ini akan didapat fakta untuk ditafsirkan makna aspek-aspek pembentuk karya tersebut. Pada dasarnya tahap analisis adalah mengkaji kualitas unsur-unsur pendukung subjek yang telah dihimpun dalam data deskripsi karya. Deskripsi dan analisis setiap karya yang telah dirancang adalah sebagai berikut :

4.1 Logo Hotel Luck Inn



Gambar 4.1 Desain Logo Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.1.1. Spesifikasi Karya

Judul : Logo Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.



Gambar 4.2. Logo lama (kiri) dan logo baru (kanan) Hotel Luck Inn.

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.1.2 Deskripsi Karya

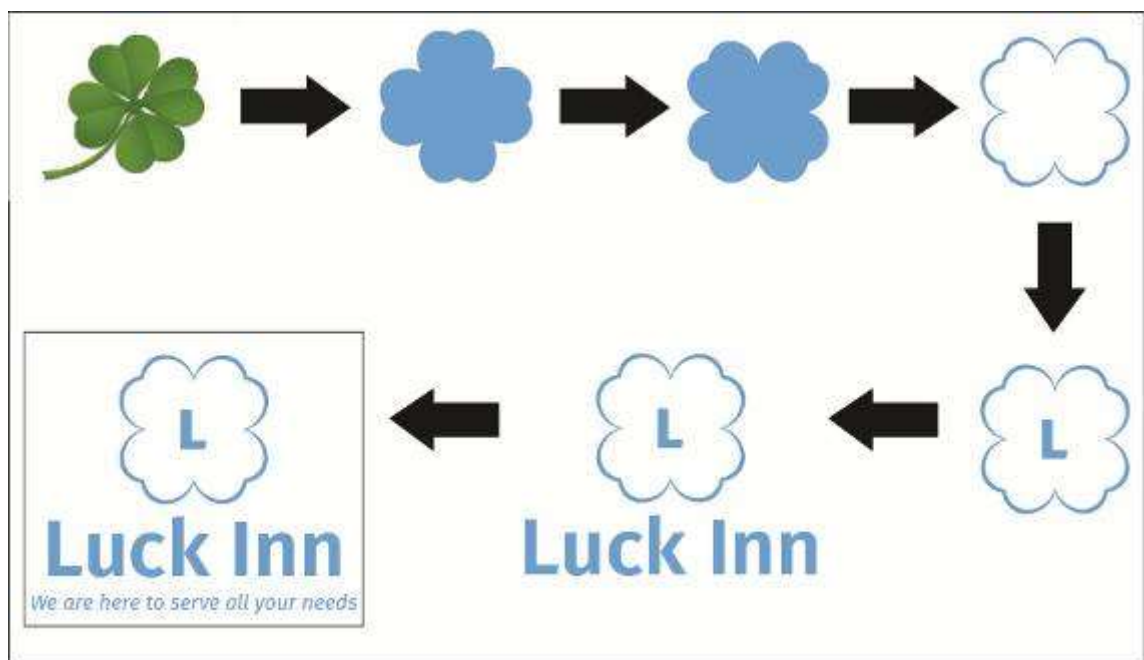
Logo ini dirancang sebagai pengganti logo lama Hotel Luck Inn. Konsep desain logo baru Hotel Luck Inn memiliki dua kata kunci, yaitu *elegant* dan *friendly*. Logo baru Luck Inn ini berbentuk gabungan dari *logotype* dan *logogram*. *Logogram* adalah sebuah logo yang terdiri dari sebuah gambar atau bentuk. Sedangkan *logotype* adalah logo yang dibentuk hanya oleh huruf. Logo Hotel Luck Inn ini berbentuk daun semanggi, dengan huruf L di tengahnya sebagai *logogram*, dan terdapat *logotype* berupa nama perusahaan (Luck Inn). Di bawahnya terdapat tagline berbunyi “*we are here to serve all your needs*”. Bentuk daun semanggi merupakan hasil penyederhanaan dari bentuk asli daun semanggi, agar tampilan logo mudah diingat oleh yang melihat dan mudah diaplikasikan ke dalam media promosi. Logo ini memiliki satu warna yaitu berwarna biru.

Logo merupakan komponen yang sangat penting dalam membangun sebuah brand. Karena logo merupakan identitas dari perusahaan. Melalui logo, konsumen dapat mengenali suatu produk atau jasa. Logo juga sangat penting karena logo diaplikasikan pada media-media promosi terkait seperti pada kemasan, brosur, dan *merchandise*.

4.1.3. Analisis Karya

4.1.3.1. Aspek Teknik

Desain logo Hotel Luck Inn ini adalah sebuah karya vektor yang dibuat dengan software *Adobe Illustrator CS6*. Mode warna CMYK, dan format gambar JPEG. Berikut adalah proses perancangan desain logo, diagram warna, logo grid, dan jenis huruf yang digunakan logo Hotel Luck Inn:

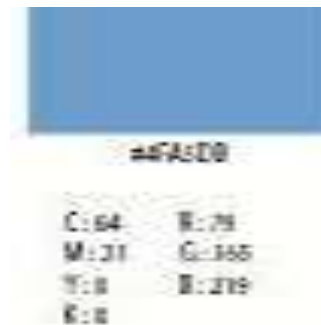


Gambar 4.3. Proses desain ulang logo Hotel Luck Inn.

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Logo ini terinspirasi dari daun semanggi yang melambangkan keberuntungan. Beruntung dalam bahasa Inggris disebut *Luck*, Luck merupakan nama dari Hotel Luck Inn. Awalnya dalam perancangan logo ini adalah membuat sketsa di kertas, kemudian setelah terpilih bentuk yang sesuai pengerjaan dilanjutkan dengan komputerisasi. Pada proses komputerisasi dibuat terlebih dahulu bentuk *vector* daun semanggi pada software *Adobe Illustrator CS6*. Setelah bentuk *vector* daun semanggi terbentuk, kemudian ditentukan kemiringan yang sesuai agar bentuk daun semanggi ini terasa nyaman ketika dilihat. Setelah itu bentuk *vector* daun semanggi tadi di-*copy dan paste in place* untuk mendapatkan duplikasi dari bentuk *vector* daun semanggi tadi. Setelah itu duplikasi bentuk *vector* daun semanggi tadi dikecilkan ukurannya dan diletakan pada posisi yang center. Kemudian menggunakan teknik *minus front*. *Minus Front* adalah fasilitas khusus yang terdapat pada *software Adobe Illustrator* yang berfungsi untuk menseleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan. Langkah selanjutnya adalah penempatan huruf L di tengah objek daun semanggi. Lalu penempatan teks “Luck Inn” di bawah logo.

Setelah itu pemberian warna dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0 dan kode warna ini adalah #4FA5DB. Tampilan dari logo ini menggunakan warna biru, warna biru yang terdapat pada logo ini dimaksudkan untuk memberikan kesan kekeluargaan dan kepercayaan. Dipilihnya warna biru ini karena arti dari warna biru sendiri adalah menenangkan dan profesional, warna ini dinilai cocok digunakan pada logo ini karena sesuai dengan konsep Hotel Luck Inn yaitu *home friendly*.



Gambar 4.4. Warna yang digunakan logo Hotel Luck Inn.

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

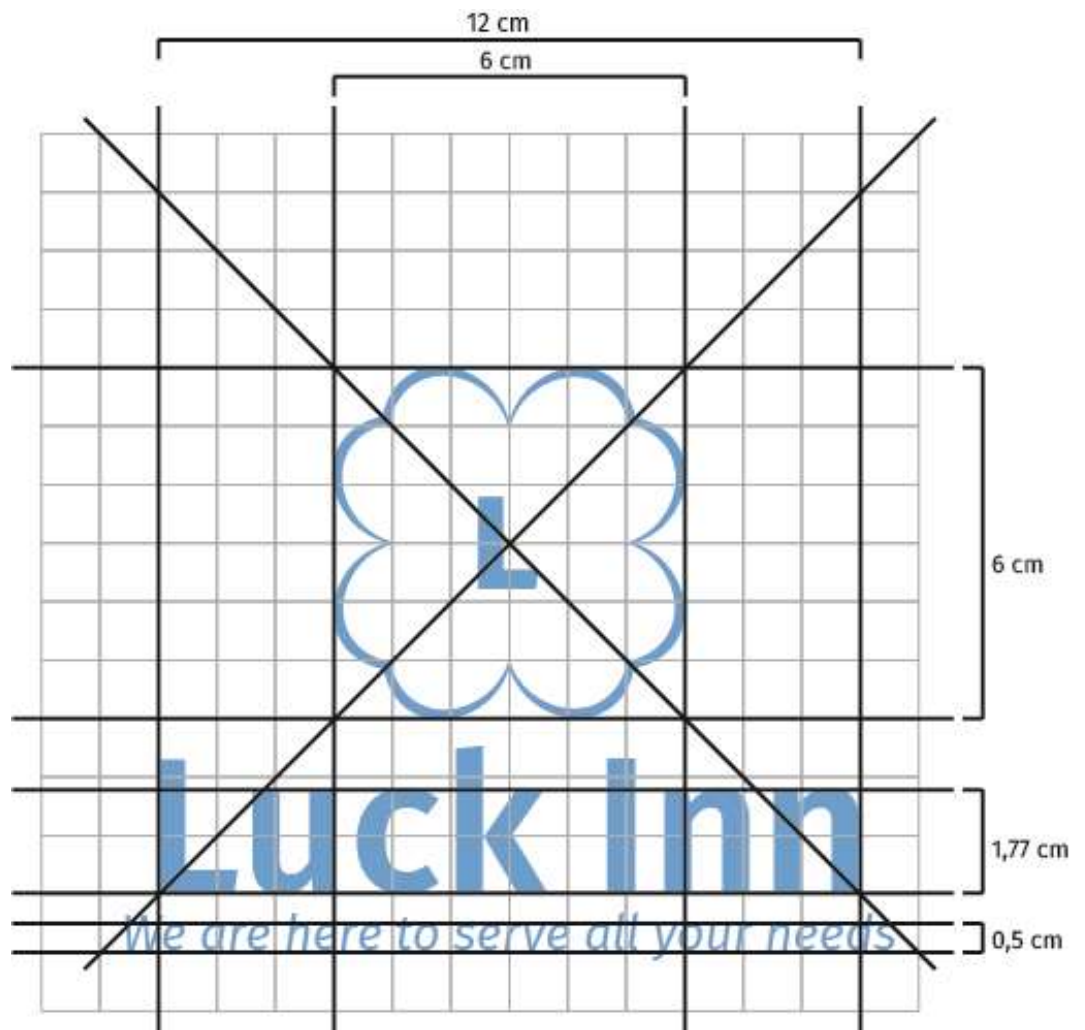
Jenis font yang digunakan pada logo Hotel Luck Inn adalah untuk teks “Luck Inn” menggunakan jenis font *Fira Sans* dengan *style semi bold*, sedangkan untuk tagline yaitu “*We are here to serve all your needs*” menggunakan jenis font *Fira Sans*, dengan *style italic*. Font ini dipilih karena bentuknya yang jelas dan lugas.



Gambar 4.5 Font Logo Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Setelah perancangan logo telah selesai, logo disesuaikan dengan grid. Grid adalah susunan kerangka yang dibangun atas garis dengan posisi vertikal dan horizontal, grid dipergunakan sebagai alat bantu untuk menyusun atau mengatur objek dalam konteks perencanaan dalam ruang gambar dua dimensi. Hal ini dimaksudkan agar ukuran dan tata letak logo tidak berubah.



Gambar 4.6 Logo Grid Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.1.3.2. Aspek Estetis

Jenis logo yang dirancang adalah penggabungan antara *logogram* dan *logotype*. Pada bagian *logogram*, terdapat bentuk daun semanggi. Daun semanggi merupakan lambang keberuntungan. Beruntung dalam bahasa Inggris disebut *Luck*, *Luck* merupakan nama dari Hotel Luck Inn. Selain itu dalam logo ini juga terdapat *logotype* yang berupa nama perusahaan “Luck Inn”.

Pada bagian *logotype*, jenis font yang digunakan pada logo Hotel Luck Inn adalah jenis font *Fira Sans* dengan *style semi bold*, sedangkan untuk tagline yaitu “*We are here to serve all your needs*” menggunakan jenis font *Fira Sans*, dengan *style italic*. Font ini dipilih karena bentuknya yang jelas dan lugas.

Pemberian warna biru pada logo ini karena arti dari warna biru sendiri adalah menenangkan dan profesional, warna ini dinilai cocok digunakan pada logo ini karena sesuai dengan konsep Hotel Luck Inn yaitu *home friendly*. Penggunaan warna yang hanya menggunakan satu warna ini bertujuan agar logo mudah diingat dan mudah diaplikasikan ke dalam media promosi lainnya.



Gambar 4.7 Struktur Logo Hotel Luck Inn

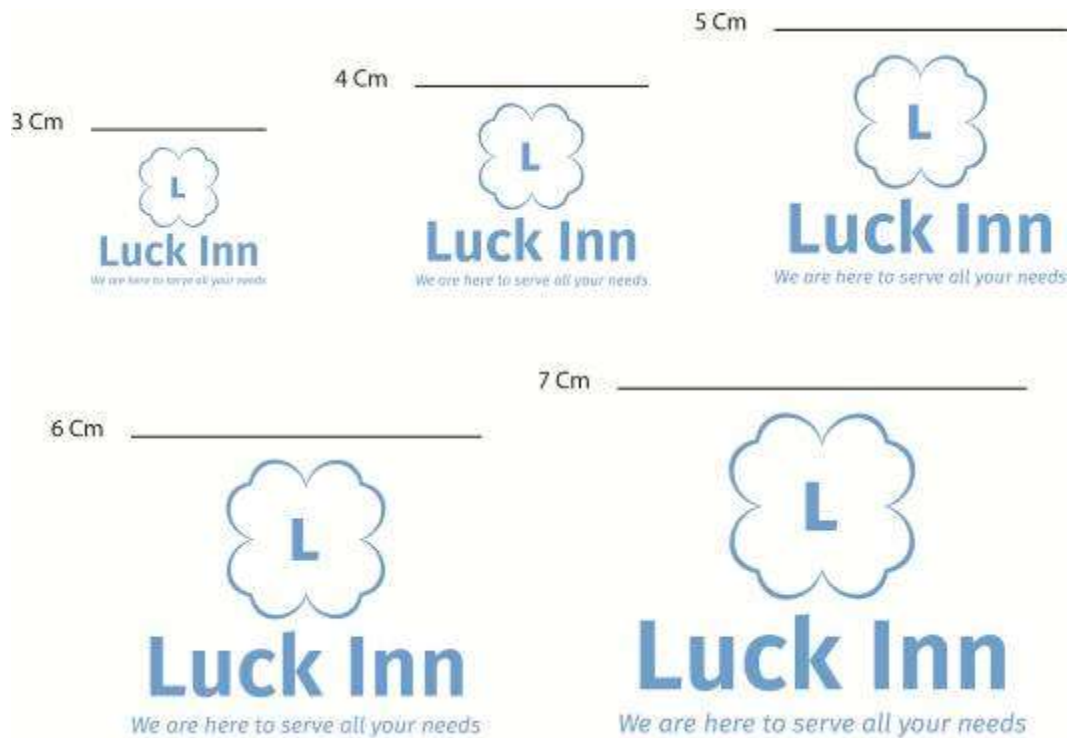
(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).



Gambar 4.8 Logo Positif dan Diapositif Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Ketika menempatkan logo pada gambar, warna, atau pola tertentu, perlu dipastikan bahwa logo cukup kontras dengan latar belakang yang digunakan. Sehingga logo masih jelas terlihat tidak menyatu dengan warna *background*. Logo Hotel Luck Inn dengan warna orisinal biru hanya digunakan pada latar belakang berwarna putih dan hitam dengan opasitas 10% saja. Untuk latar belakang berwarna gelap, digunakan logo dengan warna putih.



Gambar 4.9 Pembesaran dan Pengecilan Logo Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Ukuran minimum ditentukan untuk memastikan bahwa logo masih cukup jelas terbaca dan mudah dikenali saat digunakan dalam ukuran yang lebih kecil.

4.1.3.3. Aspek Komunikasi

Pemilihan daun semanggi sebagai simbol keberuntungan yang dalam bahasa Inggris adalah Luck merupakan nama dari Luck Inn. Secara garis besar logo ini ingin mengkomunikasikan kepada target audience bahwa logo ini merupakan logo brand untuk Hotel Luck Inn. Penggunaan warna biru sendiri sebagai warna utama dari logo ini adalah untuk memberikan kesan kekeluargaan dan kepercayaan. Dipilihnya warna biru ini karena arti dari warna biru sendiri adalah menenangkan dan profesional, warna ini dinilai cocok digunakan pada logo ini karena sesuai dengan konsep Hotel Luck Inn yaitu *home friendly*. Objek

daun semanggi merupakan identitas dari Hotel Luck Inn. Logo Hotel Luck Inn menggunakan teks “Luck Inn”. Pada bagian bawah logo tersebut terdapat sebuah tagline yang menggunakan Bahasa Inggris yaitu “*we are here to serve all your needs*” yang memiliki arti “kami disini untuk melayani semua kebutuhan Anda.

4.2 Company Profile Cetak

Company profile cetak atau konvensional selain bertujuan sebagai media promosi, juga digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya.

4.2.1 Spesifikasi Karya

Judul : Company Profile Cetak Hotel Luck Inn.

Ukuran : 14.8 cm x 21 cm

Software : *Adobe Indesign CS6*.

Tahun : 2016.

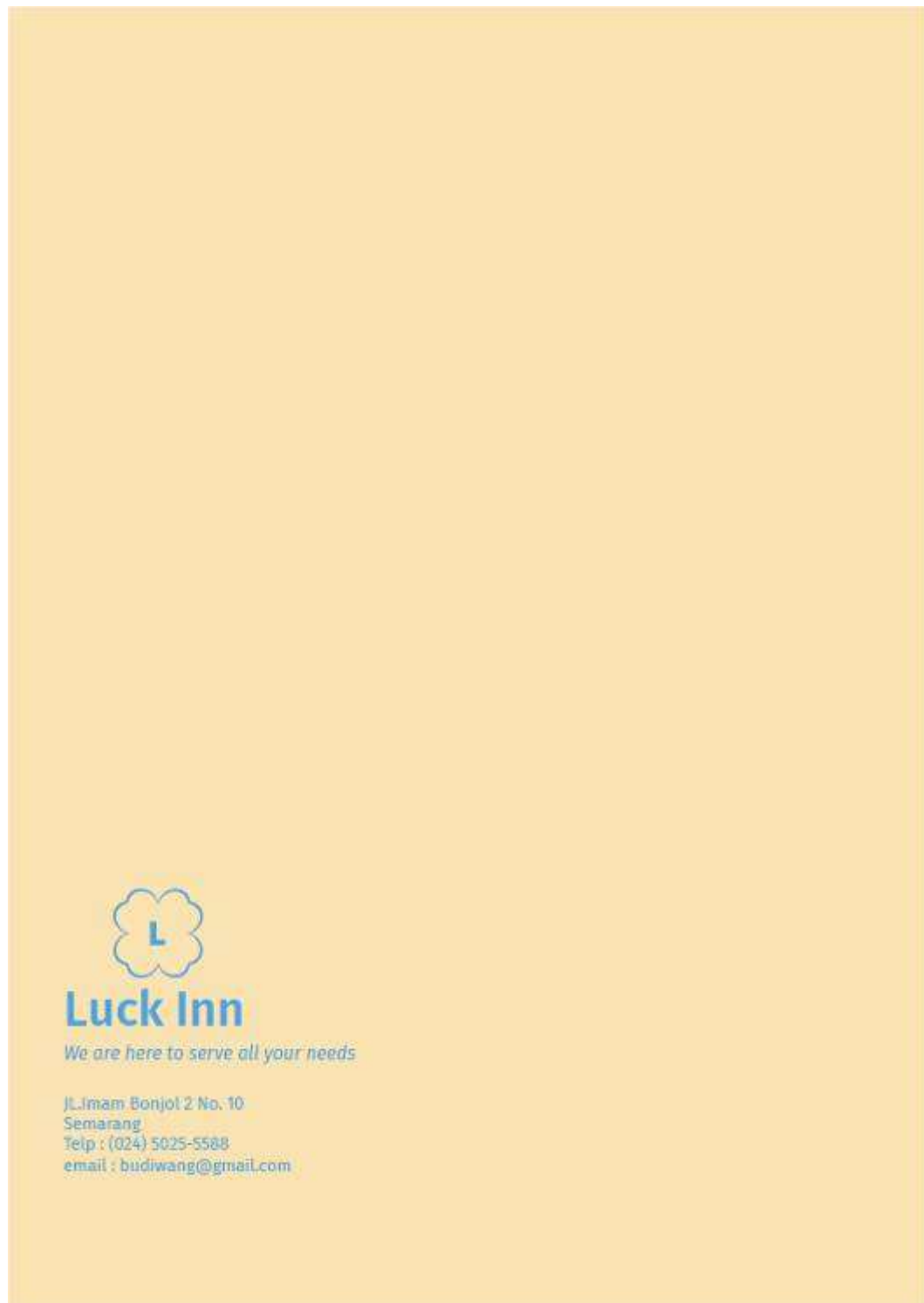
4.2.2 Deskripsi Karya

Company profile cetak ini berukuran 14,8x21cm, dan terdiri dari halaman *cover*, halaman pembuka, dan empat halaman isi. Halaman *cover* depan memiliki *background* berwarna *crem* dengan komposisi warna C=2, M=9, Y=34, K=0. Pada cover depan *company profile* ini terdapat objek logo Luck Inn berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0 dengan kode #4FA5DB dengan bentuk daun semanggi dan huruf L di tengahnya. Di bawah logo terdapat tagline berbunyi “*we are here to serve all your needs*”. Logo dan tagline ini terletak di tengah halaman.



Gambar 4.10 Cover Depan *Company Profile* Hotel Luck Inn

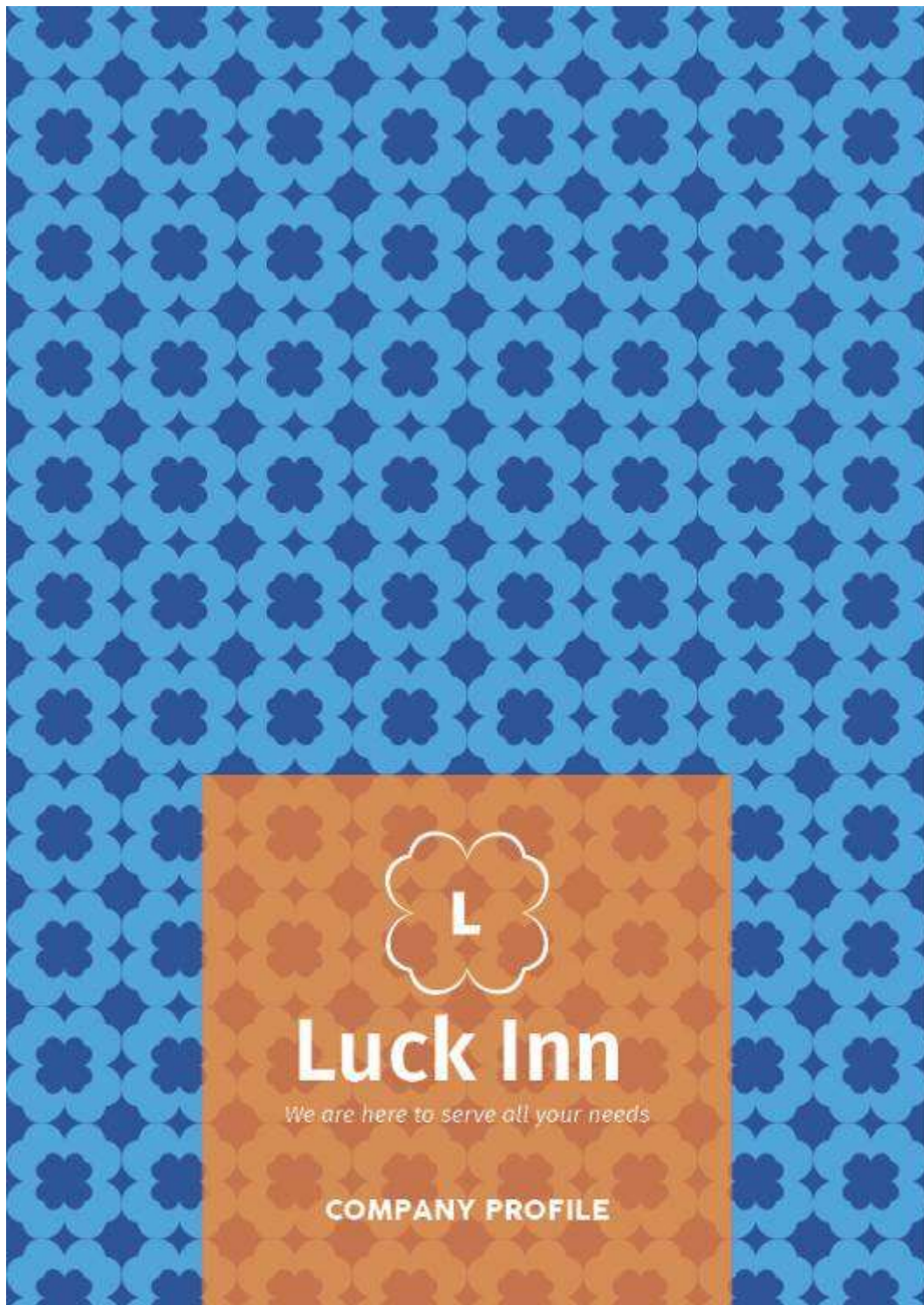
(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).



Gambar 4.11 Cover Belakang *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

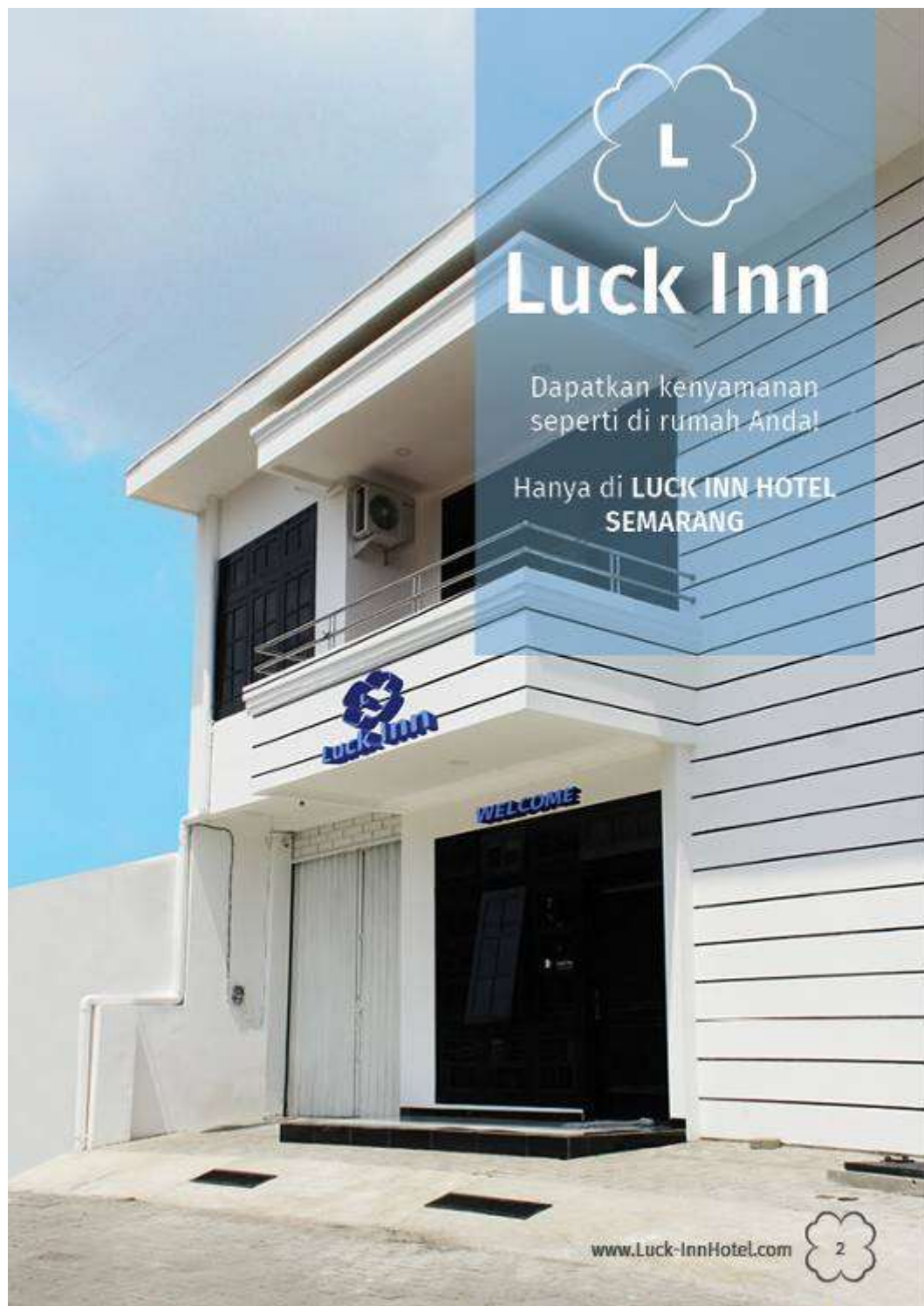
Cover belakang *company profile* juga berwarna *crem* dengan komposisi warna C=2, M=9, Y=34, K=0. Pada cover belakang terdapat logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dan huruf L di tengahnya dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0 dengan kode #4FA5DB. Di bawah logo terdapat tagline yang berbunyi “*we are here to serve all your needs*”. Di bawah logo dan tagline terdapat alamat, nomor telepon, dan *email*. Teks tersebut berbunyi “JL.Imam Bonjol 2 No. 10 Semarang, Telp : (024) 5025-5588, email : luckinn.hotel@gmail.com”. Logo dan teks tersebut terletak di sebelah kiri bawah dari halaman.



Gambar 4.12 Halaman Pembuka *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Setelah *cover*, terdapat halaman pembuka. Halaman pembuka merupakan halaman pemisah antara cover dengan isi. Pada halaman pembuka ini terdiri dari objek berbentuk daun semanggi dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Dengan *background* warna biru tua dengan komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1. Objek daun semanggi berwarna biru disusun dengan pengulangan seirama dan keseimbangan simetris, sehingga pemotongan kanan dan kiri seimbang, atas dan bawah juga seimbang. Pada bagian tengah bawah terdapat objek persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0 dengan *opacity* 75% sehingga terlihat transparan. Pada objek persegi berwarna oren tersebut terdapat logo Luck Inn berwarna putih, berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengah. Di bawah logo terdapat teks “Luck Inn”, dan di bawahnya terdapat tagline dengan teks “*we are here to serve all your needs*”. Di bawah tagline terdapat teks “Company Profile” berwarna putih.



Gambar 4.13 Halaman Isi *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Halaman isi dimulai dengan gambar yang menampilkan bangunan Hotel Luck Inn tampak depan. Pada gambar tampak depan ini menampilkan bangunan Hotel Luck Inn yang berwarna putih dengan warna pintu dan jendela berwarna hitam. Di atas pintu masuk terdapat tulisan “WELCOME” dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Pada dinding balkon terdapat logo Luck Inn bergambar daun semanggi dengan huruf L di tengahnya dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bagian atas kanan halaman terdapat objek persegi berwarna biru dengan *opacity* 49%. Pada objek persegi biru tersebut terdapat logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya dengan warna biru. Dengan teks “Luck Inn” di bawahnya. Di bawah logo juga terdapat teks yang berbunyi “Dapatkan kenyamanan seperti di rumah Anda! Hanya di LUCK INN HOTEL SEMARANG”. Teks tersebut berwarna putih. Di bagian pojok kanan bawah terdapat penomoran (nomor 2) dengan bingkai berbentuk daun semanggi seperti logo Hotel Luck Inn dengan warna hitam. Di sebelah kiri penomoran terdapat teks “www.Luck-InnHotel.com”.

ABOUT LUCK INN HOTEL SEMARANG

Sebelumnya kami ingin mengucapkan terima kasih atas kepercayaan Anda, pelanggan setia Just Inn, sekarang Luck Inn hadir dalam rangka untuk memenuhi permintaan pelanggan ke kamar kami yang sering penuh, dengan lokasi yang strategis di pusat kota Semarang.

Luck Inn berada 600 meter dekat Stasiun Poncol Semarang dan 2 km dari Stasiun Tawang. Dilalui oleh Bus Trans Semarang memungkinkan pelanggan untuk berkeliling ke seluruh area Semarang. Selain itu Luck Inn juga dekat dengan Paragon Mall, Pasaraya Sri Ratu, Pasar Johar, Pasar Mini, Bank, Spa, dan Culinary Center.

Kami menyediakan sarapan, wifi, tv kabel, film bioskop, air hangat, kebugaran, dapur bersama, laundry, dan area bermain. Ada juga Paket Tour Semarang dengan harga preferensial. Motto kami, "Kami di sini untuk melayani semua kebutuhan Anda" kami akan berusaha untuk melayani Anda dengan semua kekuatan dan hati kita.

Previously we would like to thank you for your trust, loyal customers of Just Inn, now Luck Inn is present in order to meet customer demand to our rooms that are often full, with a location that is strategic in the city center of Semarang.

Luck Inn is near Station Poncol Semarang, just within 600 meters, and 2 km from Tawang Station, well traversed by Bus Trans Semarang allows customers to get around to all areas of Semarang. Besides Luck Inn is also close to the Paragon Mall, Pasaraya Sri Satu, Johar Market, Mini Market, Bank, Spa, and Culinary Center.

We provide breakfast, wifi, cable tv, movie theaters, warm water, fitness, kitchen, laundry, and play area. There is also Tour Packages Semarang at preferential prices. Our motto, "We are here to serve all your needs" we will strive to serve you with all our strength and our hearts.

VISI & MISI

Visi misi dari Luck Inn adalah memberi penginapan mewah, harga murah dengan konsep *home friendly*. Sehingga tamu dapat saling berkomunikasi, menambah teman dan wawasan, juga merasa nyaman seperti di rumah.

Vision and mission of Luck Inn is to provide luxury accommodation, cheap rates with friendly home concept. So that guests can communicate, adding friends and insight, as well as comfortable like home.

www.Luck-InnHotel.com



Gambar 4.14 Halaman Isi *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Halaman berikutnya berisikan profil perusahaan Hotel Luck Inn. Di bagian paling atas terdapat objek persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0. Di sebelahnya terdapat teks “ABOUT HOTEL LUCK INN SEMARANG” berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat *body text* yang bertuliskan “Sebelumnya kami ingin mengucapkan terima kasih atas kepercayaan Anda, pelanggan setia Just Inn, sekarang Luck Inn hadir dalam rangka untuk memenuhi permintaan pelanggan ke kamar kami yang sering penuh, dengan lokasi yang strategis di pusat kota Semarang. Luck Inn berada dekat Stasiun Poncol Semarang, hanya dalam 600 meter, dan 2 km dari Stasiun Tawang, baik dilalui oleh Bus Trans Semarang memungkinkan pelanggan untuk berkeliling ke seluruh area Semarang. Selain itu Luck Inn juga dekat dengan Paragon Mall, Pasaraya Sri Satu, Pasar Johar, Pasar Mini, Bank, Spa, dan Culinary Center. Luck Inn dilengkapi dengan sebuah hotel melebihi standar yang eksklusif. Kami menyediakan sarapan, unlimited teh & kopi, wifi, tv kabel, bioskop, air hangat, kebugaran, dapur, laundry, dan area bermain. Ada juga Shuttle Gratis dan Paket Tour Semarang dengan harga preferensial. Motto kami, “Kami di sini untuk melayani semua kebutuhan Anda” kami akan berusaha untuk melayani Anda dengan semua kekuatan kita dan hati kita.” dengan warna teks berwarna hitam.

Di sebelahnya terdapat teks berbahasa Inggris yang berbunyi “*Previously we would like to thank you for your trust, loyal customers of Just Inn, now Luck Inn is present in order to meet customer demand to our rooms that are often full, with a location that is strategic in the city center of Semarang. Luck Inn is near*

Station Poncol Semarang, just within 600 meters, and 2 km from Tawang Station, well traversed by Bus Trans Semarang allows customers to get around to all areas of Semarang. Besides Luck Inn is also close to the Paragon Mall, Pasaraya Sri Satu, Johar Market, Mini Market, Bank, Spa, and Culinary Center. Luck Inn is equipped with a standard exceeding exclusive hotel. We provide breakfast, unlimited tea & coffee, wifi, cable tv, movie theaters, warm water, fitness, kitchen, laundry, and play area. There is also a Free Shuttle and Tour Packages Semarang at preferential prices. Our motto, “We are here to serve all your needs” we will strive to serve you with all our strength and our hearts.”

Di bawahnya terdapat sub bab dengan teks bertuliskan “VISI & MISI” berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawah sub bab terdapat *body text* bertuliskan “Visi misi dari Luck Inn adalah memberi penginapan mewah, harga murah dengan konsep home friendly. Sehingga tamu dapat saling berkomunikasi, menambah teman dan wawasan, juga merasa nyaman seperti di rumah.”

Di sebelah kanan terdapat teks bahasa Inggris yang bertuliskan “*Vision and mission of Luck Inn is to provide luxury accommodation, cheap rates with friendly home concept. So that guests can communicate, adding friends and insight, as well as comfortable like home.*”

Di bagian pojok kanan bawah terdapat penomoran (nomor 3) dengan bingkai berbentuk daun semanggi seperti logo Hotel Luck Inn dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di sebelah kiri penomoran terdapat teks “www.Luck-InnHotel.com”.

OUR RATE & SERVICE



VIP ROOM

Queen Size Spring Latex Bed (160cm)

Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.

www.Luck-InnHotel.com



Gambar 4.15 Halaman Isi *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Halaman selanjutnya menjelaskan tentang jenis kamar beserta fasilitasnya. Di bagian paling atas terdapat objek persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0. Di sebelahnya terdapat teks “OUR RATE & SERVICE” berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat sebuah foto bergambarkan spring bed berukuran besar dengan dua bantal di atasnya. Di bawah foto tersebut terdapat sebuah foto sebuah meja yang diletakan di samping pintu, dan terdapat handuk berwarna merah di atasnya. Di dekat meja terdapat kursi, tong sampah, dan televisi yang menempel pada dinding. Di sebelah kanan foto tersebut terdapat teks bertuliskan “VIP ROOM” berwarna biru. Di bawah teks VIP ROOM, terdapat teks “Quenn Size Spring Latex Bed (160cm). Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.” Di bagian pojok kanan bawah terdapat penomoran (nomor 4) dengan bingkai berbentuk daun semanggi seperti logo Hotel Luck Inn dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di sebelah kiri penomoran terdapat teks “www.Luck-InnHotel.com”.



VVIP ROOM

King Size Spring Latex Bed (180cm) + Single Spring Bed (100cm)

Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.

www.Luck-InnHotel.com

5

Gambar 4.16 Halaman Isi *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Halaman selanjutnya menjelaskan tentang jenis kamar beserta fasilitasnya. Di bawahnya terdapat sebuah foto bergambarkan spring bed berukuran besar menghadap ke sebuah televisi dan di bawahnya terdapat sebuah foto

bergambarkan spring bed berukuran besar dengan dua bantal di atasnya, dan spring bed berukuran kecil dengan satu bantal di sebelahnya. Di kolom sebelah kanan terdapat teks bertuliskan “VVIP ROOM” berwarna biru. Di bawah teks VVIP ROOM, terdapat teks “King Size Spring Latex Bed (180cm) + Single Spring Bed (100cm). Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.”

Di bagian pojok kanan bawah terdapat penomoran (nomor 5) dengan bingkai berbentuk daun semanggi seperti logo Hotel Luck Inn dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di sebelah kiri penomoran terdapat teks “www.Luck-InnHotel.com”.

GALLERY



Gallery menampilkan foto-foto yang menggambarkan suasana ruang keluarga di Luck Inn Hotel.

Gambar 4.17 Halaman Isi *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Halaman berikutnya berisikan kumpulan foto suasana di Hotel Luck Inn. Di bagian paling atas sebelah kiri terdapat objek persegi berwarna oren dengan komposisi warna $C=0$, $M=60$, $Y=100$, $K=0$. Di sebelahnya terdapat teks “GALLERY” berwarna biru dengan komposisi warna $C=64$, $M=21$, $Y=0$, $K=0$. Di bawahnya terdapat dua foto. Foto pertama menggambarkan sebuah kursi dengan warna hitam putih motif garis-garis di sebelah kanan, dan sebuah sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis di sebelah kiri di dekat pintu kamar. Di ujung lorong tersebut terdapat meja dan kursi. Terdapat teks bertuliskan “Ruang keluarga” dengan warna putih dengan bidang berwarna biru di bagian bawah foto.

Foto di bawahnya bergambar sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis, dan lima buah bantal sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis. Di bagian pojok kanan bawah terdapat penomoran (nomor 6) dengan bingkai berbentuk daun semanggi seperti logo Hotel Luck Inn dengan warna biru dengan komposisi warna $C=64$, $M=21$, $Y=0$, $K=0$. Di sebelah kiri penomoran terdapat teks “www.Luck-InnHotel.com”.



Fasilitas Gym



Box Office Movie



Balkon Lantai 2

Gallery menampilkan foto-foto yang menampilkan fasilitas di Luck Inn Hotel. Fasilitas gym, box office movie, dan balkon di lantai 2 untuk menikmati udara segar sambil bercengkrama dengan pengunjung lain.

www.Luck-InnHotel.com



Gambar 4.18 Halaman Isi *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Halaman berikutnya berisikan kumpulan foto suasana di Hotel Luck Inn. Di bawahnya terdapat tiga foto. Foto pertama bergambar peralatan kebugaran, di bawah foto terdapat teks bertuliskan “Fasilitas Gym” dengan warna putih dengan bidang berwarna biru di bagian bawah foto.

Di bawahnya sebelah kiri terdapat foto bergambar televisi dengan speaker di kanan dan kirinya. Di bawah foto terdapat teks bertuliskan “Box Office Movie” dengan warna putih dengan bidang berwarna biru di bagian bawah foto.

Di sebelah kanannya terdapat foto bergambar sebuah meja berbentuk silinder berwarna coklat dan di atasnya terdapat kaca sebagai alas dengan bentuk oval, serta dua buah bangku berbentuk silinder berwarna coklat. Dua bangku tersebut letaknya mengapit meja, dan lantai berwarna oren.

Di bagian pojok kanan bawah terdapat penomoran (nomor 7) dengan bingkai berbentuk daun semanggi seperti logo Hotel Luck Inn dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di sebelah kiri penomoran terdapat teks “www.Luck-InnHotel.com”.

| Review Hotel

*"Ini mungkin penginapan yang terbaik di kota!
Kami tiba di rumah yang nyaman saat fajar dan staf masih menyambut kami dengan senyum lebar, menjelaskan ini dan itu, mengawal kami ke kamar.
Secara keseluruhan itu adalah pengalaman yang sangat menyenangkan. Dua jempol untuk kebersihan. Pasti akan tinggal di sini untuk perjalanan berikutnya ke Semarang!"*

-Vina S-

"Comfortable room with modern decoration, Nice bathroom, good breakfast and good wifi."

-Emmanuelle (france)-

*"Homestay baru yang luar biasa, bersih dan nyaman.
Tempat yang sangat murah dengan kualitas yang sangat baik.
Lokasi dekat Mall dan stasiun kereta api Poncol.
Mereka juga memiliki rental motor. Begitu mudah .."*

-Jean Sitohang-

"Not much options in semarang with hot water and decent private room. Good wifi."

-Albert (spain)-

www.Luck-InnHotel.com



Gambar 4.19 Halaman Isi *Company Profile* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Halaman berikutnya berisikan kumpulan rewiw atau testimoni dari para pengunjung Hotel Luck Inn. Halaman ini berwarna biru tua, di bagian paling atas sebelah kiri terdapat objek persegi berwarna kuning dengan komposisi warna C=0, M=0, Y=100, K=0. Di sebelahnya terdapat teks “Review Hotel” berwarna kuning dengan komposisi warna C=0, M=0, Y=100, K=0.

Di bawahnya terdapat teks “ini mungkin penginapan yang terbaik di kota! Kami tiba di rumah yang nyaman saat fajar dan staf masih menyambut kami dengan senyum lebar, menjelaskan ini dan itu, mengawal kami ke kamar. Secara keseluruhan itu adalah pengalaman yang sangat menyenangkan. Dua jempol untuk kebersihan. Pasti akan tinggal di sini untuk perjalanan berikutnya ke Semarang! -Vina S-“. “Comfortable room with modern decoration, Nice bathroom, good breakfast and good wifi. -Emmanuelle (France)-“. “Homestay baru yang luar biasa, bersih dan nyaman. Tempat yang sangat murah dengan kualitas yang sangat baik. Lokasi dekat Mall dan stasiun kereta api Poncol. Mereka juga memiliki rental motor. Begitu mudah.-Jean Sitohang-“. “Not much options in semarang with hot water and decent private room. Good wifi.-Albert (Spain)-“.

Di bagian pojok kanan bawah terdapat penomoran (nomor 8) dengan bingkai berbentuk daun semanggi seperti logo Hotel Luck Inn dengan warna kuning dengan komposisi warna C=0, M=0, Y=100, K=0. Di sebelah kiri penomoran terdapat teks “www.Luck-InnHotel.com”.

4.2.3 Analisis Karya

4.2.3.1 Aspek Teknis

Perancangan *company profile* cetak awalnya adalah dengan menentukan rencana rancangan, konsep, dan konten layout tiap-tiap halaman. Setelah itu dilakukan perancangan secara komputerisasi.

Company profile dirancang menggunakan *Adobe Indesign CS6* dengan teknik *paragraph style*. *Paragraph Style* adalah teknik dasar dalam *Adobe Indesign*. *Paragraph Style* digunakan untuk membuat *custom* format penulisan mulai dari jenis huruf, ukuran huruf, dan *alignment*. Penomoran halaman menggunakan *master*. *Master* adalah layer pada *Indesign* yang berfungsi sebagai pedoman tiap-tiap halaman yang lainnya. Hal ini sangat efisien dilakukan karena tidak perlu melakukan penomoran satu per satu pada tiap halaman.

Pada halaman pembuka terdapat bentuk objek daun semanggi. Pembentukan bentuk objek daun semanggi ini awalnya menggunakan *software Adobe Illustrator CS6* dengan teknik *minus front*. *Minus Front* adalah fasilitas khusus yang terdapat pada *software Adobe Illustrator* yang berfungsi untuk menyeleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan. Sehingga akan terbentuk sebuah bentuk vector daun semanggi berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0 yang di tengah objek tersebut kosong sehingga akan kontras dengan warna objek di belakangnya. Hal ini dikarenakan efek dari teknik *minus front* tadi yang memotong objek. Setelah itu objek tadi di-*import* pada *software Indesign*. Di *software Indesign* objek tadi ditata agar memenuhi halaman dengan background berwarna biru tua dengan

komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1. Penataan menggunakan keseimbangan simetris sehingga pemotongan antara kanan dan kiri, atas dan bawah seimbang. Di bagian bawah terdapat bidang persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0 dengan *opacity 75%* sehingga terlihat transparan.

Pada halaman isi, konten halaman yang berupa foto diedit menggunakan *software Adobe Photoshop CS6*. Halaman isi diawali dengan gambar bangunan Hotel Luck Inn tampak depan dengan teks “Dapatkan kenyamanan seperti di rumah Anda”. Teks ini diletakan di atas bidang persegi berwarna biru dengan *opacity 75%* agar background halaman tetap terlihat.

4.2.3.2 Aspek Estetis

Pada cover depan ditampilkan logo Hotel Luck Inn untuk menampilkan identitas Hotel Luck Inn. Cover depan dirancang dengan warna dasar *crem* dengan logo Luck Inn di tengahnya. Perancangan cover ini dimaksudkan agar cover terlihat simple dan elegan. Juga agar fokus pada logo Luck Inn di tengah halaman. Cover belakang berisi logo Luck Inn dan informasi berupa alamat, email, dan nomor telepon. Informasi ini disusun dengan ukuran yang lebih kecil dan diletakan di bagian kiri halaman agar tidak terlihat dominan.

Halaman pembuka dirancang dengan memasukan objek berbentuk daun semanggi. Susunan objek daun semanggi yang berulang ini terlihat seperti batik yang bermotif daun semanggi. Daun semanggi menggunakan warna biru muda dengan background berwarna biru tua. Pemberian warna oren ini menerapkan prinsip dominasi. Karena warna oren sangat kontras terhadap warna biru. Tujuannya adalah agar pembaca fokus terhadap konten yang ada pada objek

persegi oren ini, yaitu logo Hotel Luck Inn. Pada halaman isi juga dirancang agar terlihat simple dan elegan dengan memasukan konten gambar dan informasi berupa teks yang diperlukan. Pada halaman isi terdapat nomor halaman di pojok kanan bawah dengan bingkai berbentuk daun semanggi sebagai identitas Hotel Luck Inn. Penomoran menggunakan warna biru dengan warna background putih, dan menggunakan warna hitam dengan background gambar, dan warna kuning dengan background biru tua. Hal ini bertujuan agar penomoran tetap dapat terbaca.

4.2.3.3 Aspek Komunikasi

Pada cover depan ditampilkan logo Hotel Luck Inn untuk menampilkan identitas Hotel Luck Inn. Dan di cover belakang terdapat informasi berupa alamat, nomor telepon, dan email dari Hotel Luck Inn. Hal ini memberikan informasi mengenai Hotel Luck Inn.

Setelah cover depan terdapat halaman pembuka dengan objek berbentuk daun semanggi. Daun semanggi merupakan identitas visual dari Hotel Luck Inn, karena daun semanggi memiliki arti keberuntungan, seperti nama dari hotel ini, Luck Inn. Susunan objek daun semanggi yang berulang ini terlihat seperti batik yang bermotif daun semanggi. Batik merupakan budaya bangsa Indonesia, dan daun semanggi merupakan identitas dari Hotel Luck Inn. di bagian bawah terdapat bidang persegi berwarna oren dengan *opacity* 75% sehingga terlihat transparan. Pemberian warna oren ini menerapkan prinsip dominasi. Karena warna oren sangat kontras terhadap warna biru. Tujuannya adalah agar pembaca fokus terhadap konten yang ada pada objek persegi oren ini, yaitu logo Hotel Luck Inn.

Halaman isi diawali dengan gambar bangunan Hotel Luck Inn tampak depan dengan teks “Dapatkan kenyamanan seperti di rumah Anda”. Teks ini bertujuan mengajak calon konsumen untuk menginap di Hotel Luck Inn.

Halaman selanjutnya berisikan profil perusahaan dan visi misi perusahaan. *Layout* pada halaman ini terbagi menjadi dua kolom. Kolom sebelah kiri berisikan teks dengan bahasa Indonesia, dan sebelah kanan berisikan teks bahasa Inggris. Untuk membedakan antara penulisan dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, penulisan bahasa Inggris menggunakan *font style italic* atau huruf miring. Halaman berikutnya berisikan jenis kamar, fasilitas, dan harga tiap kamarnya. Pada VIP Room, spring bed yang disediakan hanya satu buah, tetapi pada VVIP Room terdapat satu spring bed extra.

Halaman berikutnya berisikan suasana dan fasilitas Hotel Luck Inn. Foto yang menggambarkan sebuah kursi dengan warna hitam putih motif garis-garis di sebelah kanan, dan sebuah sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis di sebelah kiri di dekat pintu kamar. Di ujung lorong tersebut terdapat meja dan kursi. Terdapat teks bertuliskan “Ruang keluarga” dengan warna putih dengan bidang berwarna biru di bagian bawah foto. Dan foto di bawahnya bergambar sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis, dan lima buah bantal sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis. Kedua foto ini menggambarkan suasana ruang keluarga di Hotel Luck Inn. Pengunjung dapat bercengkrama dengan pengunjung lain disini.

Foto bergambar peralatan kebugaran, di bawah foto terdapat teks bertuliskan “Fasilitas Gym” dengan warna putih dengan bidang berwarna biru di

bagian bawah foto. Menunjukkan adanya fasilitas berupa alat kebugaran untuk pengunjung. Foto bergambar televisi dengan speaker di kanan dan kirinya. Di bawah foto terdapat teks bertuliskan “Box Office Movie” dengan warna putih dengan bidang berwarna biru di bagian bawah foto menunjukkan fasilitas bahwa pengunjung dapat menonton film-film box office.

Foto bergambar sebuah meja berbentuk silinder berwarna coklat dan di atasnya terdapat kaca sebagai alas dengan bentuk oval, serta dua buah bangku berbentuk silinder berwarna coklat. Dua bangku tersebut letaknya mengapit meja, dan lantai berwarna oren. Gambar Sebuah meja berbentuk silinder berwarna coklat dan di atasnya terdapat kaca sebagai alas dengan bentuk oval, serta dua buah bangku berbentuk silinder berwarna coklat. Dua bangku tersebut letaknya mengapit meja, dan lantai berwarna oren. Gambar ini menggambarkan suasana di balkon Luck Inn untuk pengunjung menikmati udara luar sambil bercengkrama dengan pengunjung lainnya.

Company profile cetak ini diaplikasikan sebagai aset perusahaan yang dipegang dan dimiliki oleh perusahaan. Selain sebagai aset perusahaan juga berfungsi dalam menjalin kerjasama atau relasi yang baik dengan perusahaan, lembaga, atau instansi terkait lainnya.

4.3 *Company Profile Website*

Hampir setiap instansi atau lembaga diseluruh dunia sudah mempunyai *website* sebagai sarana komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan. Oleh sebab itu selain *company profile* berbasis cetak, juga akan dirancang *company*

profile berbasis *website*. *Website* mampu diakses oleh siapa saja, dimana saja, dan kapan saja.

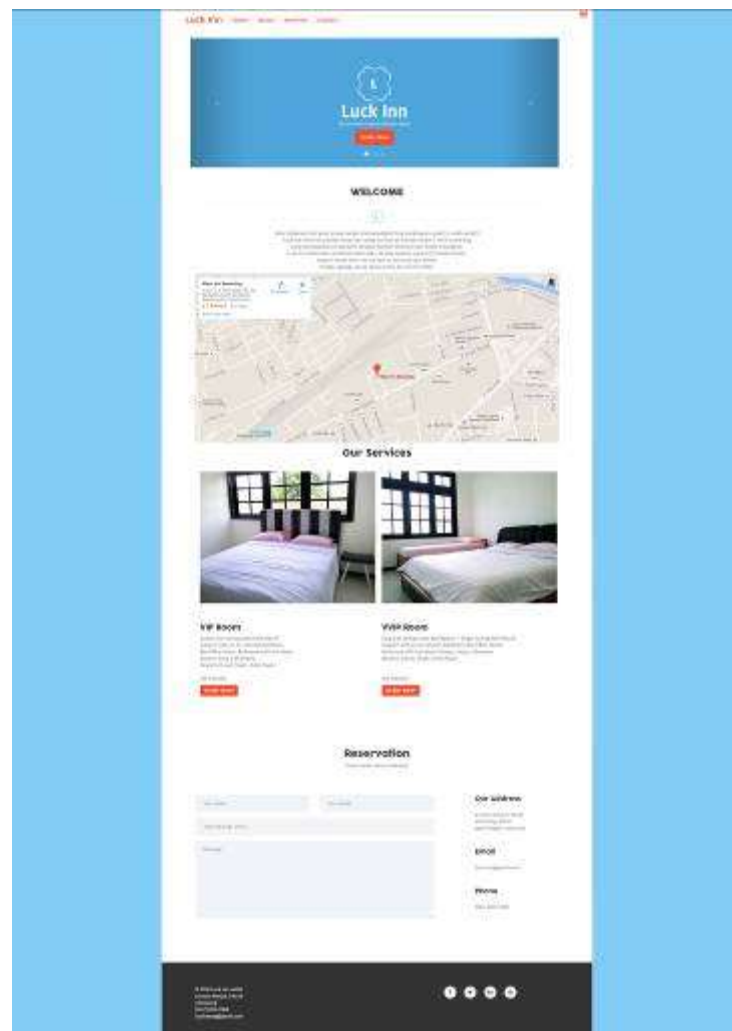
4.3.1 Spesifikasi Karya

Judul : Company Profile Webiste Hotel Luck Inn.

Software : *Notepad ++*, *Framework Bootstrap*.

Tahun : 2016.

4.3.2 Deskripsi Karya



Gambar 4.20 Tampilan *website* Hotel Luck Inn Semarang

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

Website Hotel Luck Inn memiliki 4 tombol navigasi, yaitu Home, About, Service, dan Contact. Pada halaman home *background* adalah *slider* gambar/foto yang menampilkan 1. Background biru dengan logo Hotel Luck Inn, 2. Foto Luck hotel Inn tampak depan dengan teks “Luck Inn Hotel, Pesan kamar di hotel kami sekarang Dan dapatkan diskon hingga 20%”, 3. Foto kamar di Hotel Luck Inn, dan 4. Foto suasana dan fasilitas di Hotel Luck Inn. Di tiap *slider* terdapat objek persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0. Pada objek persegi berwarna oren tersebut terdapat teks bertuliskan “Order Now!” berwarna putih.

Halaman kedua adalah halaman About. Halaman ini menampilkan data tentang profil Hotel Luck Inn. Judul halaman ini bertuliskan “WELCOME” berwarna hitam. Dan di bawahnya terdapat logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawah logo itu terdapat teks bertuliskan “Libur beberapa hari akan terasa sangat menyenangkan bila penginapan seperti rumah sendiri. Hotel Luck Inn merupakan hotel baru yang terletak di Jl.Imam Bonjol 2 No.10 Semarang yang menawarkan penginapan dengan fasilitas eksklusif dan harga terjangkau. Luck Inn Hotel akan membuat Anda akan merasa nyaman seperti di rumah sendiri. Seperti motto kami, *we are here to serve all your needs*. Tunggu apalagi, pesan kamar kamu di Hotel Luck Inn”.

Di bawah profil Hotel Luck Inn, terdapat peta/map yang menunjukkan letak/posisi dari Hotel Luck Inn. Di halaman berikutnya, Service adalah halaman yang menampilkan gambar tentang jenis kamar, fasilitas tiap kamar, dan harga per

kamar di Hotel Luck Inn. Halaman ini ditandai dengan teks “Our Services” berwarna hitam. Kemudian di bawahnya terbagi menjadi dua kolom kanan dan kiri. Di sebelah kiri terdapat sebuah foto bergambarkan spring bed berukuran besar dengan dua bantal di atasnya. Di sebelah kanan terdapat sebuah foto bergambarkan spring bed berukuran besar dengan dua bantal di atasnya, dan spring bed berukuran kecil dengan satu bantal di sebelahnya. Di bawah foto sebelah kiri, terdapat teks bertuliskan “VIP ROOM” berwarna hitam. Di bawah teks VIP ROOM, terdapat teks “Queen Size Spring Latex Bed (160cm). Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.” Setelah itu terdapat teks “IDR 238.000,-“. Di bawahnya terdapat bidang persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0 dengan teks “Order Now!” berwarna putih.

Di kolom sebelah kanan terdapat teks bertuliskan “VVIP ROOM” berwarna biru. Di bawah teks VVIP ROOM, terdapat teks “King Size Spring Latex Bed (180cm) + Single Spring Bed (100cm). Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.” Setelah itu terdapat teks “IDR 338.000,-“. Di bawahnya terdapat bidang persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0 dengan teks “Order Now!” berwarna putih.

Halaman selanjutnya adalah Contact, yang ditandai dengan teks “Reservation” berwarna hitam dan “Pesan kamar kamu sekarang!” berwarna abu-

abu. Di bawahnya terdapat *form reservation* untuk calon pengunjung. *Form reservation* terdiri dari lima kolom. Kolom pertama bertuliskan “Your Name”, kolom disebelahnya bertuliskan “Your Email”. Di bawahnya terdapat kolom bertuliskan “Type Message Here...” dan di bawahnya terdapat kolom bertuliskan “Message”. Keempat kolom ini berwarna abu-abu. Di bawahnya terdapat kolom bertuliskan “SEND” dengan warna kolom berwarna oren. Di sebelah *form reservation* terdapat teks “Our Address Jl.Imam Bonjol 2 No.10 Semarang, 60234 Jawa Tengah, Indonesia Email luck.inn@gmail.com Phone (024) 5025-5588” berwarna hitam.

Di bawah halaman Contact terdapat *footer*. *Footer* berwarna hitam 80% dengan teks “© 2016 Luck Inn Hotel Jl.Imam Bonjol 2 No.10 Semarang (024) 5025-5588 luck.inn@gmail.com. Sedangkan di sebelah kanan bawah terdapat icon facebook, twitter, beehance, dan pinterest.

4.3.3 Analisis Karya

4.3.3.1 Aspek Teknis

Website Hotel Luck Inn didesain menggunakan perangkat lunak *Adobe Photoshop* untuk desain dengan foto, dan *Adobe Illustrator* untuk desain vector. Kemudian dilanjutkan proses *koding* dengan menggunakan *software Notepad ++*. Adapun langkah-langkah pembuatannya sebagai berikut. Desain tampilan *website* nya terlebih dahulu dengan menggunakan *Adobe Photoshop*:

- a. Membuat kanvas kosong untuk di layout.
- b. Membuat blok layout untuk *navigasi*, *slider*, konten, dan *footer*.
- c. Menyiapkan foto ilustrasi untuk slider.

- d. Menyiapkan foto konten sesuai dengan ukuran yang digunakan.
- e. Membuat baris *footer* untuk informasi tambahan mengenai Hotel Luck Inn.

Proses desain di *Adobe Photoshop* digunakan hanya untuk *slicing asset* gambar seperlunya, sisanya dikerjakan lewat proses pemrograman. Penggabungan desain kode dengan kode *website* dibuat dengan bantuan *software Notepad ++* dan *Google Chrome*. *Notepad ++* digunakan sebagai *software* pengetikan baris kode (*script*), sedangkan *Google Chrome* digunakan untuk *realtime view* tampilan *website* serta mengedit tampilan *website* secara *live view*.

Proses pembuatan halaman *website* Hotel Luck Inn antara lain:

- a. Menyiapkan asset *bootstrap CSS Framework* untuk memudahkan proses pemrograman web.
- b. Membuat file *index.html*.
- c. Membuat file *style.css* untuk *styling* tampilan *website*.
- d. Mengetikan kode di dalam file *index* dengan bahasa pemrograman *HTML 5* dan *CSS* dengan *framework bootstrap*, serta menambahkan *class* untuk *styling* di file *style.css*.

4.3.3.2 Aspek Estetis

Website Hotel Luck Inn dirancang dengan acuan *one page style* dan *long scrolling*. *One page style* adalah gaya yang hanya menampilkan satu halaman *website*, dan dalam satu halaman tersebut memuat beberapa konten. Sedangkan *long scrolling style* adalah *website* ini tidak berpindah halaman, tetapi untuk menuju konten lain dengan *scroll* dari atas ke bawah.

Website ini juga memiliki keunggulan yaitu *website yang responsive*, yaitu *website* ini dapat menyesuaikan ukuran layar. Sehingga saat ukuran layar dkecilkan, konten *website* tidak akan terpotong tetapi konten akan menyesuaikan dengan ukuran layar yang dkecilkan. Begitu juga saat membuka *website* melalui handphone/smartphone, konten *website* akan menyesuaikan dengan ukuran layar handphone/smartphone.

Pada halaman home, terdapat *slider* yang berisi foto-foto mengenai Luck Inn dan terdapat teks di foto slider 2 “Pesan kamar di hotel kita sekarang Dan dapatkan diskon hingga 20%”. Di setiap slider terdapat objek persegi berwarna oren dengan teks bertuliskan “Order Now!” berwarna putih di bawahnya merupakan tombol yang memudahkan pengunjung untuk langsung melakukan pesanan. Dengan menekan tombol tersebut, halaman *website* secara otomatis akan langsung turun ke bawah ke dalam *form reservation*. Menu navigasi dibuat dengan *style mixed navigation*. Yang membuat navigasi tetap berada di atas ketika web diturunkan ke bawah.

Pada halaman about terdapat logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya berwarna biru, hal ini bertujuan sebagai identitas bahwa profil perusahaan yang dijelaskan pada halaman about adalah tentang Hotel Luck Inn. Di bawahnya terdapat map yang akan membimbing pengunjung untuk menemukan lokasi dari Hotel Luck Inn.

Pada halaman Service, menjelaskan fasilitas dan harga tiap kamarnya. Objek persegi berwarna oren dengan teks bertuliskan “Order Now!” berwarna putih di bawahnya merupakan tombol yang memudahkan pengunjung untuk

langsung melakukan pemesanan. Dengan menekan tombol tersebut, halaman *website* secara otomatis akan langsung turun ke bawah ke dalam *form reservation*.

Pada halaman Reservation, *form reservation* digunakan untuk melakukan pemesanan kamar. Pengunjung diharuskan mengisi nama, alamat email, jenis pesan (*reservation*), dan pesan (jenis kamar, tanggal *check in-check out*). Jika semua data sudah diisi pengunjung hanya tinggal menekan tombol pesan, maka pesan akan langsung masuk ke dalam akun admin Hotel Luck Inn.

Di bawahnya adalah *footer* yang berisi data Luck Inn (alamat, nomor telepon, dan alamat email). Di sebelah tersebut terdapat icon-icon seperti facebook, twitter, behance, dan pinterest yang apabila pengunjung menekan masing-masing icon tersebut, akan langsung terhubung pada alamat situs sesuai dengan icon.

4.3.3.3 Aspek Komunikasi

Desain *website* dibuat slider dengan harapan ketika pengunjung melihat *website* Luck Inn untuk pertama kali, pengunjung merasa tertarik untuk menjelajah lebih dalam *website* Luck Inn. Sehingga pengunjung akan *menscroll* tampilan *website* ke bawah menemukan profil singkat Luck Inn, dan ke bawah lagi peta lokasi Luck Inn untuk memudahkan menemukan lokasi Hotel Luck Inn. Dan di bawahnya lagi terdapat foto dan fasilitas yang ditawarkan.

Pengunjung juga dapat melakukan reservasi melalui *website*. Terdapat tombol “Order Now!” pada slider, dan halaman service. Ketika pengunjung menekan tombol tersebut, maka *website* secara otomatis mengarahkan pengunjung menuju *form reservation*. Pada *form reservation* pengunjung diminta untuk mengisi data seperti nama, email, subjek pesan, dan pesan pemesanan yang

diinginkan. Email ini akan terhubung langsung kepada email Hotel Luck Inn yang akan segera merespon reservasi yang dilakukan.

Website ini menggunakan *one page style* dan *long scrolling* yang dapat menghemat data internet pengunjung. *Website* ini juga bersifat *responsive* sehingga nyaman diakses menggunakan *smartphone*. Selain itu *website* ini menggunakan *fixed navigation*, sehingga pengunjung ketika mengakses *website* ini tidak perlu bingung mencari tombol navigasi.

4.4 Stationery

Stationery adalah peralatan kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. Contoh: kartu nama, kop surat, letter head, amplop, ID card dll.

4.4.1 Kartu Nama



Gambar 4.21 Kartu Nama Hotel Luck Inn

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2016.)

4.4.1.1 Spesifikasi Karya

Judul : Kartu nama Hotel Luck Inn.

Ukuran : 9 cm x 5.5 cm

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.4.1.2 Deskripsi Karya

Desain kartu nama ini berukuran 9 cm x 5,5 cm, memiliki dua bagian muka, tampilan depan dan tampilan belakang. Pada bagian depan kartu nama ini memiliki gambar batik bermotif daun semanggi berwarna biru muda dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Sedangkan warna *background* berwarna biru tua, dengan komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1. Pada

tampilan depan terdapat lingkaran berwarna putih di tengah dengan logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dan huruf L di tengahnya. Sedangkan bagian belakang juga memiliki gambar batik bermotif daun semanggi tetapi hanya sebagian dari bidang kartu nama. Kemudian logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya berapada pada bagian kanan atas berwarna putih. Di bawah logo terdapat teks “Jl.Imam Bonjol 2 No.10, Semarang (024) 5025-5588 luckinn.hotel@gmail.com”.

4.4.1.3 Analisis Karya

4.4.1.3.1 Aspek Teknis

Desain kartu nama menggunakan *software Adobe Illustrator*. Perancangan kartu nama awalnya adalah menentukan isi yang akan ditampilkan pada kartu nama, setelah itu membuat bidang persegi, kemudian membuat objek daun semanggi. Setelah daun semanggi terbentuk, dilakukan *copy-paste* untuk mendapatkan dua objek daun semanggi. Kemudian salah satu daun semanggi tadi dikecilkan, dan menggunakan teknik *minus front*. *Minus front* ini digunakan untuk menyeleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan. Setelah selesai menyeleksi motif batik disesuaikan dengan ukuran kartu nama, agar mendapat potongan yang pas antar sebelah kanan-kiri, dan atas-bawah. Kemudian dibuatlah objek lingkaran berwarna putih dan diletakan logo Luck Inn di tengahnya.

Sama halnya pada bagian depan, pada bagian belakang juga menggunakan teknik *minus front* untuk menyeleksi motif batik agar sesuai dengan ukuran kartu nama. Tetapi pada bagian belakang ini motif batik tidak penuh satu persegi,

melainkan hanya setengahnya. Dan setengah lainnya diisi dengan logo Luck Inn dan teks berupa alamat, nomor telfon, dan alamat email. Teks untuk kartu nama ini menggunakan *font Fira Sans* dengan *style light*.

4.4.1.3.2 Aspek Estetis

Perancangan kartu nama Hotel Luck Inn ini menggunakan keseimbangan simetris, sehingga potongan kanan-kiri, atas-bawah seimbang. Pewarnaan menggunakan warna biru muda dan biru tua dimaksudkan karena merupakan warna dari logo Hotel Luck Inn.

4.4.1.3.3 Aspek Komunikasi

Perancangan kartu nama menonjolkan unsur dari daun semanggi. Hal ini diharapkan saat seseorang mengambil kartu nama ini, seseorang tersebut akan mengenali bahwa kartu nama itu adalah kartu nama Hotel Luck Inn. Unsur semanggi menjadi identitas Hotel Luck Inn, dan kartu nama ini dapat dijadikan salah satu media promosi dengan cara berpindah tangan dari satu orang ke orang yang lain.

4.4.2 Letter Head



Gambar 4.22 *Letter Head* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.4.2.1 Spesifikasi Karya

Judul	: <i>Letterhead</i> Hotel Luck Inn.
Ukuran	: 21 cm x 29.7 cm
Software	: <i>Adobe Illustrator CS6</i> .
Tahun	: 2016.

4.4.2.2 Deskripsi Karya

Letterhead ini memiliki ukuran 21 cm x 29.7 cm. Pada bagian pojok kiri atas terdapat logo Luck Inn, di bawahnya terdapat teks “Jl.Imam Bonjol 2 No.10, Semarang (024) 5025-5588 luckinn.hotel@gmail.com”. Pada bagian bawah memiliki gambar batik bermotif daun semanggi berwarna biru muda dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Sedangkan warna *background* berwarna biru tua, dengan komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1.

4.4.2.3 Analisis Karya

4.4.2.3.1 Aspek Teknis

Desain *letterhead* menggunakan *software Adobe Illustrator*. Perancangan *letterhead* menggunakan teknik *minus front*. *Minus front* ini digunakan untuk menseleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan. Logo dan teks di sebelah kiri atas ini berguna sebagai kop surat. Dan motif batik berbentuk daun semanggi merupakan salah satu identitas dari Hotel Luck Inn. *Letterhead* digunakan untuk keperluan surat menyurat perusahaan seperti mengirim prosposal kerja sama.

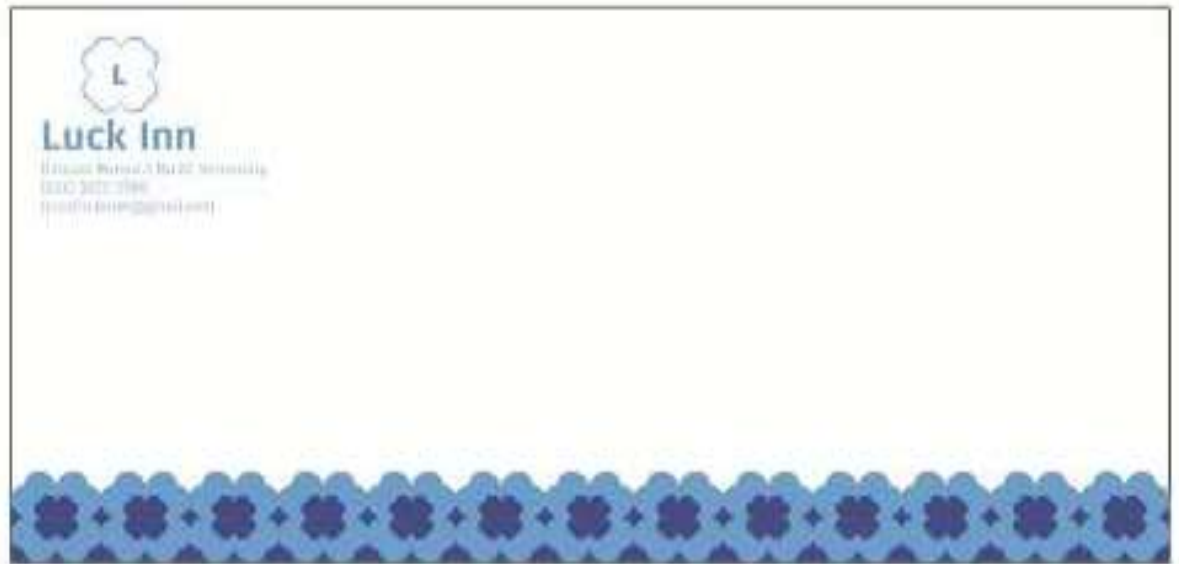
4.4.2.3.2 Aspek Estetis

Perancangan *letterhead* Hotel Luck Inn ini menggunakan keseimbangan simetris pada bagian unsur daun semanggi di bagian bawah, sehingga potongan kanan-kiri, atas-bawah seimbang. Pewarnaan menggunakan warna biru muda dan biru tua dimaksudkan karena merupakan warna dari logo Hotel Luck Inn.

4.4.2.3.3 Aspek Komunikasi

Perancangan *letterhead* menonjolkan unsur dari daun semanggi. Hal ini diharapkan saat Luck Inn mengirim sebuah surat/proposal, seseorang atau instansi tersebut akan mengenali bahwa surat itu adalah surat dari Hotel Luck Inn. Unsur semanggi menjadi identitas Hotel Luck Inn, dan surat ini dapat dijadikan salah satu media promosi saat proses surat menyurat dilakukan.

4.4.3 Amplop



Gambar 4.23 Amplop Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.4.3.1 Spesifikasi Karya

Judul : Amplop Hotel Luck Inn.

Ukuran : 11 cm x 23 cm

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.4.3.2 Deskripsi Karya

Amplop ini memiliki ukuran 11 cm x 23 cm. Pada bagian pojok kiri atas terdapat logo Luck Inn, di bawahnya terdapat teks “Jl.Imam Bonjol 2 No.10, Semarang (024) 5025-5588 luckinn.hotel@gmail.com”. Pada bagian bawah memiliki gambar batik bermotif daun semanggi berwarna biru muda dengan

komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Sedangkan warna *background* berwarna biru tua, dengan komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1.

4.4.3.3 Analisis Karya

4.4.3.3.1 Aspek Teknis

Desain amplop menggunakan *software Adobe Illustrator*. Perancangan amplop menggunakan teknik *minus front*. *Minus front* ini digunakan untuk menseleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan. Logo dan teks di sebelah kiri atas ini berguna sebagai kop. Dan motif batik berbentuk daun semanggi merupakan salah satu identitas dari Hotel Luck Inn. Amplop digunakan untuk menaruh surat dan keperluan surat menyurat perusahaan seperti mengirim prosposal kerja sama.

4.4.3.3.2 Aspek Estetis

Perancangan amplop Hotel Luck Inn ini menggunakan keseimbangan simetris, sehingga potongan kanan-kiri, atas-bawah seimbang. Pewarnaan menggunakan warna biru muda dan biru tua dimaksudkan karena merupakan warna dari logo Hotel Luck Inn.

4.4.3.3.3 Aspek Komunikasi

Perancangan amplop menonjolkan unsur dari daun semanggi. Hal ini diharapkan saat Luck Inn mengirim sebuah surat/proposal, seseorang atau instansi tersebut akan mengenali bahwa amplop surat itu adalah dari Hotel Luck Inn. Unsur semanggi menjadi identitas Hotel Luck Inn, dan amplop surat ini dapat dijadikan salah satu media promosi saat proses surat menyurat dilakukan.

4.4.4 Name Tag



Gambar 4.24 *Name Tag* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.4.4.1 Spesifikasi Karya

Judul : Logo Hotel Luck Inn.

Ukuran : 8 cm x 12 cm

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.4.4.2 Deskripsi Karya

Name tag berukuran 8 cm x 12 cm. *Name tag* memiliki gambar batik bermotif daun semanggi berwarna biru muda dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Sedangkan warna *background* berwarna biru tua, dengan komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1. Di sisi atas terdapat objek berwarna putih dengan teks "Foto 3x4". Di bawah pas foto merupakan nama pegawai Hotel

Luck Inn. Di pojok kanan atas terdapat logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dengan huuf L di tengahnya dengan teks “Luck Inn” di bawahnya berwarna putih.

4.4.4.3 Analisis Karya

4.4.4.3.1 Aspek Teknis

Desain *name tag* menggunakan *software Adobe Illustrator*. Perancangan *name tag* menggunakan teknik *minus front*. *Minus front* ini digunakan untuk menseleksi dua objek agar mendapatkan potongan sesuai yang diinginkan.

4.4.4.3.2 Aspek Estetis

Perancangan *name tag* Hotel Luck Inn ini menggunakan keseimbangan simetris, sehingga potongan kanan-kiri, atas-bawah seimbang. Pewarnaan menggunakan warna biru muda dan biru tua dimaksudkan karena merupakan warna dari logo Hotel Luck Inn.

4.4.4.3.3 Aspek Komunikasi

Motif batik berbentuk daun semanggi merupakan salah satu identitas dari Hotel Luck Inn. *Name tag* digunakan sebagai tanda pengenal pegawai Hotel Luck Inn. *Name tag* juga dapat menjadi alat promosi keluar apabila karyawan berkunjung ke perusahaan lain. Dengan memakai *Name tag* perusahaan lain akan mudah mengenal perusahaan kita.

4.5 Brosur

4.5.1 Spesifikasi Karya

Judul : Brosur Hotel Luck Inn.

Ukuran : 21 cm x 29.7 cm (dicetak dua muka, lipat 3.)

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.5.2 Deskripsi Karya



Gambar 4.25 Brosur Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).



Gambar 4.26 Brosur Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Brosur ini berukuran A4 (21 x 29,7 cm) dan memiliki 3 lipatan atau biasa yang disebut *trifold*. Dengan 3 lipatan ini brosur memiliki 6 panel, 3 panel di depan, 3 panel di belakang. Panel pertama sebelah kanan memiliki background berwarna crem dengan komposisi warna C=2, M=9, Y=34, K=0. Di tengah terdapat objek logo Luck Inn berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0 dengan kode #4FA5DB dengan bentuk daun semanggi dan huruf L di tengahnya. Di bawah logo terdapat tagline berbunyi “*we are here to serve all your needs*”.

Panel kedua sebelah tengah, juga berwarna crem dengan komposisi warna C=2, M=9, Y=34, K=0. Terdapat logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dan huruf L di tengahnya dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21,


Y=0, K=0 dengan kode #4FA5DB. Di bawah logo terdapat tagline yang berbunyi “*we are here to serve all your needs*”. Di bawah logo dan tagline terdapat alamat, nomor telepon, dan email. Teks tersebut berbunyi “JL.Imam Bonjol 2 No. 10 Semarang, Telp : (024) 5025-5588, email : luckinn.hotel@gmail.com”. Logo dan teks tersebut terletak di sebelah tengah bawah dari halaman.

Panel ketiga sebelah kiri menampilkan bangunan Hotel Luck Inn tampak depan. Pada gambar tampak depan ini menampilkan bangunan Hotel Luck Inn yang berwarna putih dengan warna pintu dan jendela berwarna hitam. Di atas pintu masuk terdapat tulisan “WELCOME” dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Pada dinding balkon terdapat logo Luck Inn bergambar daun semanggi dengan huruf L di tengahnya dengan warna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bagian atas kanan halaman terdapat objek persegi berwarna biru dengan opacity 49%. Pada objek persegi biru tersebut terdapat logo Luck Inn berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya dengan warna biru. Dengan teks “Luck Inn” di bawahnya. Di bawah logo juga terdapat teks yang berbunyi “Dapatkan kenyamanan seperti di rumah Anda! Hanya di LUCK INN HOTEL SEMARANG”. Teks tersebut berwarna putih.

ABOUT LUCK INN HOTEL SEMARANG


Luck Inn berada 600 meter dekat Stasiun Poncol Semarang dan 2 km dari Stasiun Tawang. Dilalui oleh Bus Trans Semarang memungkinkan pelanggan untuk berkeliling ke seluruh area Semarang. Selain itu Luck Inn juga dekat dengan Paragon Mall, Pasaraya Sri Ratu, Pasar Johar, Pasar Mini, Bank, Spa, dan Culinary Center.

Luck Inn dilengkapi dengan standar melebihi hotel eksklusif. Kami menyediakan sarapan, unlimited teh & kopi, wifi, tv kabel, bioskop, air hangat, kebugaran, dapur, laundry, dan area bermain. Ada juga Shuttle Gratis dan Paket Tour Semarang dengan harga preferensial. Motto kami, "Kami di sini untuk melayani semua kebutuhan Anda" kami akan berusaha untuk melayani Anda dengan semua kekuatan kita dan hati kita.



Balcony Lantai 2 Ruang Keluarga Ruang Keluarga

OUR RATE & SERVICE




VIP ROOM

Queen Size Spring Latex Bed (160cm)

Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.

IDR 285.000,-

IDR 238.000,- PROMO!



VVIP ROOM

King Size Spring Latex Bed (180cm) + Single Spring Bed (100cm)

Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.

IDR 405.000,-

IDR 338.000,- PROMO!

Gambar 4.27 Brosur Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

Panel keempat sampai keenam berada di sisi lain dari halaman. Panel keempat yang dimulai dari kiri berisikan berisikan profil perusahaan Hotel Luck Inn. Di bagian paling atas terdapat objek persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0. Di sebelahnya terdapat teks “ABOUT LUCK INN HOTEL SEMARANG” berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat body text yang bertuliskan “Luck Inn berada dekat Stasiun Poncol Semarang, hanya dalam 600 meter, dan 2 km dari Stasiun Tawang, baik dilalui oleh Bus Trans Semarang memungkinkan pelanggan untuk berkeliling ke seluruh area Semarang. Selain itu Luck Inn juga dekat dengan Paragon Mall, Pasaraya Sri Satu, Pasar Johar, Pasar Mini, Bank, Spa, dan Culinary Center. Luck Inn dilengkapi dengan sebuah hotel melebihi standar yang

eksklusif. Kami menyediakan sarapan, unlimited teh & kopi, wifi, tv kabel, bioskop, air hangat, kebugaran, dapur, laundry, dan area bermain. Ada juga Shuttle Gratis dan Paket Tour Semarang dengan harga preferensial. Motto kami, “Kami di sini untuk melayani semua kebutuhan Anda” kami akan berusaha untuk melayani Anda dengan semua kekuatan kita dan hati kita.” dengan warna teks berwarna hitam.

Di bawah teks terdapat 3 foto suasana di Hotel Luck Inn. Foto pertama sebelah kiri menggambarkan sebuah meja berbentuk silinder berwarna coklat dan di atasnya terdapat kaca sebagai alas dengan bentuk oval, serta dua buah bangku berbentuk silinder berwarna coklat. Dua bangku tersebut letaknya mengapit meja, dan lantai berwarna oren. Di sebelahnya, foto kedua terdapat foto bergambarkan sebuah kursi dengan warna hitam putih, dan sebuah meja yang juga berwarna hitam putih. Di atas meja terdapat sebuah bunga dengan warna merah muda. Di bawahnya, foto ketiga terdapat foto bergambarkan sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis, dan lima buah bantal sofa berwarna hitam putih dengan motif garis-garis.

Panel kelima berisi tentang jenis kamar beserta fasilitas dan harganya. Di bagian paling atas terdapat objek persegi berwarna oren dengan komposisi warna $C=0, M=60, Y=100, K=0$. Di bawahnya terdapat teks “OUR RATE & SERVICE” berwarna biru dengan komposisi warna $C=64, M=21, Y=0, K=0$. Di bawahnya terdapat sebuah foto bergambarkan spring bed berukuran besar dengan dua bantal di atasnya. Di kolom sebelah kanan terdapat teks bertuliskan “VIP ROOM” berwarna biru. Di bawah teks VIP ROOM, terdapat teks “Queen Size Spring

Latex Bed (160cm). Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.” Setelah itu terdapat teks “IDR 285.000,-“ dengan garis merah melintang menutupi teks tersebut. Di bawahnya terdapat teks “IDR 238.000,-“. Di sebelahny terdapat bidang persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0 dengan teks “PROMO!” berwarna putih.

Panel keenam juga berisi tentang jenis kamar beserta fasilitas dan harganya. Terdapat sebuah foto bergambarkan spring bed berukuran besar dengan dua bantal di atasnya, dan spring bed berukuran kecil dengan satu bantal di sebelahny. Di bawahny terdapat teks bertuliskan “VVIP ROOM” berwarna biru. Di bawah teks VVIP ROOM, terdapat teks “King Size Spring Latex Bed (180cm) + Single Spring Bed (100cm). Support with an AC, Smooth Bedsheet, Box Office Movie, Bathroom with Hot Water Shower, Soap and Shampoo, Western Closet, Towel, Toilet Paper.” Setelah itu terdapat teks “IDR 405.000,-“ dengan garis merah melintang menutupi teks tersebut. Di bawahny terdapat teks “IDR 338.000,-“. Di sebelahny terdapat bidang persegi berwarna oren dengan komposisi warna C=0, M=60, Y=100, K=0 dengan teks “PROMO!” berwarna putih.

4.5.3 Analisis Karya

4.5.3.1 Aspek Teknis

Brosur mulany dirancang di atas kertas untuk menentukan berupa jumlah lipatan dan masing-masing data yang akan ditampilkan kemudian brosur dirancang secara digital. Brosur ini dirancang menggunakan *Adobe Indesign*

dengan teknik *paragraph style*. *Paragraph Style* adalah teknik dasar dalam *Adobe Indesign*. *Paragraph Style* digunakan untuk membuat *custom* format penulisan mulai dari jenis huruf, ukuran huruf, dan *alignment*.

4.5.3.2 Aspek Estetis

Panel satu merupakan cover depan dari brosur. Pada panel satu ditampilkan logo Hotel Luck Inn untuk menampilkan identitas Hotel Luck Inn.

Panel dua merupakan cover belakang yang terdapat informasi berupa alamat, nomor telepon, dan email dari Hotel Luck Inn. Sehingga calon pengunjung dapat mencari alamat atau menghubungi Hotel Luck Inn.

Panel ketiga terdapat gambar bangunan Hotel Luck Inn tampak depan dengan teks “Dapatkan kenyamanan seperti di rumah Anda”. Teks ini bertujuan mengajak calon konsumen untuk menginap di Hotel Luck Inn, karena di Hotel Luck Inn memberikan kenyamanan selayaknya di rumah sendiri.

Panel keempat berisikan profil perusahaan. Pada panel ini menjelaskan tentang profil Hotel Luck Inn dan di bawahnya terdapat foto yg menggambarkan suasana di Hotel Luck Inn.

Panel kelima dan keenam berisikan jenis kamar, fasilitas, dan harga tiap kamarnya. Pada VIP Room, spring bed yang disediakan hanya satu buah, tetapi pada VVIP Room terdapat satu spring bed extra. Penulisan harga yang disebelahnya terdapat teks promo, memiliki arti bahwa harga tersebut merupakan harga promosi. Promosi dilakukan dengan cara memberikan potongan harga atau diskon. Hal itu ditunjukkan dengan harga di atasnya yang dicoret dengan garis berwarna merah.

4.5.3.3 Aspek Komunikasi

Perancangan brosur diharapkan ketika seseorang melihat brosur Hotel Luck Inn ini, orang akan merasa penasaran dan membuka brosur ini. Ketika brosur ini dibuka, diharapkan orang akan menjadi semakin tertarik membacanya dengan adanya foto-foto dan penawaran menarik yang tertera pada brosur. Dan terakhir, diharapkan orang tersebut akan mencari tahu lebih dalam dan atau langsung menghubungi Hotel Luck Inn melalui nomor telfon, *website*, email, atau alamat yang tertera pada brosur Hotel Luck Inn. Brosur ini dapat ditempatkan di tempat-tempat yang banyak terdapat wisatawan seperti stasiun kereta api, bandara, tempat wisata, biro *tour and travel*.

4.6 *Merchandise*

Merchandise sangat berguna untuk menempatkan logo perusahaan di depan klien atau publik yang potensial. Pemberian *merchandise* juga dapat menjaga layanan perusahaan agar tetap berada di hati pelanggan. *Merchandise* tidak hanya diberikan secara cuma-cuma atau gratis, tapi *merchandise* juga dapat dijual sebagai souvenir yang dapat menguntungkan perusahaan. *Merchandise* juga beraneka ragam, tidak hanya berupa souvenir, tapi peralatan kantor (alat tulis), peralatan kamar mandi juga dapat dijadikan *merchandise*. Lengkapnya *merchandise* mulai dari peralatan kamar mandi, alat tulis kantor, *free gift* ini untuk melengkapi kebutuhan pengunjung. Seperti tagline Luck Inn, “*we are here to serve all your needs*”.

4.6.1 Sabun



Gambar 4.28 *Merchandise* Sabun Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.1.1 Spesifikasi Karya

Judul : Sabun Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.1.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa sabun memiliki botol berbentuk *tube*, dengan tutup *fliptop*. Memiliki warna dasar putih, dengan label berwarna biru bergambar logo Luck Inn berbentuk daun semanggi berwarna putih. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”, dan di bawahnya lagi terdapat teks “BODY SOAP”. Botol sabun memiliki ukuran tinggi 11,5 cm, lebar atas 5,3 cm, dan diameter tutup 3,6 cm.

4.6.1.3 Analisis Karya

4.6.1.3.1 Aspek Teknis

Label botol sabun didesain menggunakan *software Adobe Illustrator*. Label botol sabun didesain dengan warna dasar berwarna biru dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna putih. Pemberian teks “BODY SOAP” agar mempermudah dalam membedakan dengan botol yang lain. Label dicetak menggunakan sticker berbahan *vinyl*.

4.6.1.3.2 Aspek Estetis

Pemberian warna biru muda merupakan warna dasar dari logo Hotel Luck Inn. Label terkesan elegan dengan menampilkan logo Hotel Luck Inn dan teks “Body Soap”, hal ini dimaksudkan agar sabun mudah dikenali.

4.6.1.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa sabun ini diharapkan saat sabun dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa sabun tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan sabun ini dapat menjadi salah satu media promosi.

4.6.2 Sampo



Gambar 4.29 *Merchandise* Sampo Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.2.1 Spesifikasi Karya

Judul : Sampo Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.2.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa sampo memiliki botol berbentuk *tube*, dengan tutup *fliptop*. Memiliki warna dasar putih, dengan label berwarna biru tua bergambar logo Luck Inn berbentuk daun semanggi berwarna putih. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”, dan di bawahnya lagi terdapat teks “Shampoo”. Botol sabun memiliki ukuran tinggi 11,5 cm, lebar atas 5,3 cm, dan diameter tutup 3,6 cm.

4.6.2.3 Analisis Karya

4.6.2.3.1 Aspek Teknis

Label botol sampo didesain menggunakan *software Adobe Illustrator*. Label botol sampo didesain dengan warna dasar berwarna biru dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna putih. Pemberian teks “Shampoo” agar mempermudah dalam membedakan dengan botol yang lain. Label dicetak menggunakan sticker berbahan *vinyl*.

4.6.2.3.2 Aspek Estetis

Pemberian warna biru tua bertujuan membedakan dari warna sabun, dan biru tua merupakan salah satu warna dalam unsur daun semanggi yang merupakan simbol dari Hotel Luck Inn. Label terkesan elegan dengan menampilkan logo Hotel Luck Inn dan teks “Shampoo”, hal ini dimaksudkan agar sampo mudah dikenali.

4.6.2.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa sampo ini diharapkan saat sampo dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa sampo tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih

banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan sampo ini dapat menjadi salah satu media promosi.

4.6.3 *Cotton Buds*



Gambar 4.30 *Merchandise Cotton Buds* Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.3.1 Spesifikasi Karya

Judul : *Cotton buds* Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.3.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa *cotton buds* memiliki botol berbentuk silinder. Label tempat *cotton buds* memiliki warna dasar putih, dengan gambar berupa daun semanggi seperti logo Luck Inn berwarna biru. Di tengahnya terdapat teks “Cotton Buds”.

4.6.3.3 Analisis Karya

4.6.3.3.1 Aspek Teknis

Label *cotton buds* didesain menggunakan *software Adobe Illustrator*. Label *cotton buds* didesain dengan warna dasar berwarna biru dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna putih. Label dicetak menggunakan sticker berbahan *vinyl*.

4.6.3.3.2 Aspek Estetis

Label *cotton buds* memiliki warna dasar biru tua dengan unsur daun semanggi berwarna biru muda. Unsur daun semanggi ini merupakan identitas atau simbol dari Hotel Luck Inn.

4.6.3.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya merchandise berupa *cotton buds* ini diharapkan saat *cotton buds* dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa *cotton buds* tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan *cotton buds* ini dapat menjadi salah satu media promosi.

4.6.4 *Dental Kit*



Gambar 4.31 *Merchandise Dental Kit Hotel Luck Inn*

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.4.1 Spesifikasi Karya

Judul : *Dental Kit Hotel Luck Inn.*

Software : *Adobe Illustrator CS6.*

Tahun : 2016.

4.6.4.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa *dental kit* memiliki *packaging* berbentuk balok. Label tempat *cotton buds* memiliki warna dasar putih, dengan gambar logo Luck Inn berbentuk daun semanggi berwarna biru. Di tengahnya terdapat teks “Luck Inn”, dan di bawahnya lagi terdapat teks “Dental Kit”.

4.6.4.3 Analisis Karya

4.6.4.3.1 Aspek Teknis

Packaging dental kit ini dirancang menggunakan *software Adobe Illustrator*. Langkah awal adalah menentukan ukuran dan bentangan dari

packaging. Setelah bentangan selesai, kemudian memasukan unsur daun semanggi pada *packaging*. *Packaging* dicetak menggunakan kertas *ivory* 260 gram.

4.6.4.3.2 Aspek Estetis

Packaging dental kit memiliki warna dasar putih dengan unsur daun semanggi berwarna biru muda. Unsur daun semanggi ini merupakan identitas atau simbol dari Hotel Luck Inn.

4.6.4.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa *dental kit* ini diharapkan saat *dental kit* dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa *dental kit* tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan *dental kit* ini dapat menjadi salah satu media promosi.

4.6.5 Handuk



Gambar 4.32 *Merchandise* Handuk Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.5.1 Spesifikasi Karya

Judul : Handuk Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.5.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa handuk memiliki warna dasar putih, dengan gambar logo Hotel Luck Inn berwarna biru yang berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”. Handuk ini berukuran 30 x 70 cm.

4.6.5.3 Analisis Karya

4.6.5.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*.

Handuk didesain dengan warna dasar berwarna putih dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna biru. Penempatan logo pada handuk menggunakan bordir.

4.6.5.3.2 Aspek Estetis

Logo didesain di atas handuk berwarna putih, dengan logo berwarna biru. Desain handuk ini terkesan elegan. Logo pada handuk ini menjadi identitas dari Hotel Luck Inn.

4.6.5.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa handuk ini diharapkan saat handuk dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa handuk tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan handuk ini dapat menjadi salah satu media promosi.

4.6.6 Bolpoin



Gambar 4.33 *Merchandise* Bolpoin Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.6.1 Spesifikasi Karya

Judul : Bolpoin Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.6.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa bolpoin memiliki warna hitam, dengan gambar logo Hotel Luck Inn berwarna putih yang berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya. Dengan teks “Luck Inn” di sebelah kanannya. Penempatan logo ini berada di ujung bolpoin tempat memegang bolpoin.

4.6.6.3 Analisis Karya

4.6.6.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Photoshop*. Logo dirancang menggunakan *software Adobe Illustrator*, setelah itu logo ditempelkan pada bolpoin menggunakan *software Adobe Photoshop*. Logo yang ditempelkan pada bolpoin dicetak menggunakan sticker bening/transparan.

4.6.6.3.2 Aspek Estetis

Logo didesain di atas bolpoin berwarna bening, dengan logo berwarna biru. Desain bolpoin ini terkesan elegan. Logo pada bolpoin ini menjadi identitas dari Hotel Luck Inn.

4.6.6.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa bolpoin ini diharapkan saat bolpoin dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa bolpoin tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan bolpoin ini dapat menjadi salah satu media promosi. Bolpoin ini dapat dibawa pulang oleh pengunjung dengan membeli satu set dengan memo.

4.6.7 Memo



Gambar 4.34 *Merchandise* Memo Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.7.1 Spesifikasi Karya

Judul : Memo Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.7.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa memo memiliki ukuran 15 x 9,5 cm dengan cover depan bergambar daun semanggi berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0 dengan *background* berwarna biru tua dengan komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1. Di tengahnya terdapat lingkaran berwarna putih dengan gambar logo Hotel Luck Inn berwarna biru yang berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”.

Halaman isi berupa kertas folio bergaris, dengan logo Luck Inn di pojok kanan atas. Di bawahnya terdapat gambar berupa daun semanggi berwarna biru dengan *background* berwarna biru tua.

Cover belakang juga memiliki gambar berupa daun semanggi berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0 dengan *background* berwarna biru tua dengan komposisi warna C=91, M=74, Y=9, K=1.

4.6.7.3 Analisis Karya

4.6.7.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Objek daun semanggi berwarna biru disusun dengan pengulangan seirama dan keseimbangan simetris, sehingga pemotongan kanan dan kiri seimbang, atas dan bawah juga seimbang. Daun semanggi merupakan identitas dari Hotel Luck Inn.

4.6.7.3.2 Aspek Estetis

Perancangan memo Hotel Luck Inn ini menggunakan keseimbangan simetris pada bagian unsur daun semanggi di bagian bawah, sehingga potongan kanan-kiri, atas-bawah seimbang. Pewarnaan menggunakan warna biru muda dan biru tua dimaksudkan karena merupakan warna dari logo Hotel Luck Inn.

4.6.7.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa memo ini diharapkan saat memo dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa memo tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan memo ini dapat menjadi salah satu media promosi. Memo ini dapat dibawa pulang oleh pengunjung dengan membeli satu set dengan bolpoin.

4.6.8 Sandal Hotel



Gambar 4.35 *Merchandise* Sandal Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.8.1 Spesifikasi Karya

Judul : Sandal Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.8.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa sandal hotel memiliki warna dasar putih, dengan gambar logo Hotel Luck Inn berwarna biru yang berbentuk daun semanggi dengan huruf L di tengahnya. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”. Penempatan logo Luck Inn pada sandal ini terletak pada tengah dari punggung sandal.

4.6.8.3 Analisis Karya

4.6.8.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Sandal didesain dengan warna dasar berwarna putih dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna biru. Proses penempelan logo pada sandal menggunakan sablon digital.

4.6.8.3.2 Aspek Estetis

Logo didesain di atas sandal berwarna putih, dengan logo berwarna biru. Desain sandal ini terkesan elegan. Logo pada sandal ini menjadi identitas dari Hotel Luck Inn.

4.6.8.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa sandal ini diharapkan saat sandal dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa sandal tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih

banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan sandal ini dapat menjadi salah satu media promosi.

4.6.9 Sticker



Gambar 4.36 *Merchandise* Sticker Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.9.1 Spesifikasi Karya

Judul : Sticker Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.9.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa sticker memiliki ukuran 4 x 4 cm, dengan warna dasar putih dengan gambar berupa logo Hotel Luck Inn berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn” dan *tagline* “*we are here to serve all your needs*”.

4.6.9.3 Analisis Karya

4.6.9.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Sticker didesain dengan warna dasar berwarna putih dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna biru. Sticker dicetak menggunakan kertas berbahan *vinyl*.

4.6.9.3.2 Aspek Estetis

Perancangan sticker Hotel Luck Inn ini menggunakan keseimbangan simetris pada bagian unsur daun semanggi di bagian bawah, sehingga potongan kanan-kiri, atas-bawah seimbang. Pewarnaan menggunakan warna biru muda dan biru tua dimaksudkan karena merupakan warna dari logo Hotel Luck Inn.

4.6.9.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa *sticker* ini diharapkan saat *sticker* dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa *sticker* tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan *sticker* ini dapat menjadi salah satu media promosi. *Sticker* ini diberikan kepada pengunjung secara gratis.

4.6.10 Pin



Gambar 4.37 *Merchandise* Pin Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.10.1 Spesifikasi Karya

Judul : Pin Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.10.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa pin memiliki ukuran 4 x 4 cm, dengan warna dasar putih dengan gambar berupa logo Hotel Luck Inn berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat teks "Luck Inn".

4.6.10.3 Analisis Karya

4.6.10.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Pin didesain dengan warna dasar berwarna putih dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna biru. Pin dicetak dengan bahan doff.

4.6.10.3.2 Aspek Estetis

Logo didesain di atas pin berwarna putih, dengan logo berwarna biru. Desain pin ini terkesan elegan. Logo pada pin ini menjadi identitas dari Hotel Luck Inn.

4.6.10.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa pin ini diharapkan saat pin dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa pin tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan pin ini dapat menjadi salah satu media promosi. Pin ini didapatkan dengan cara membelinya.

4.6.11 Gantungan Kunci



Gambar 4.38 *Merchandise* Gantungan kunci Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.11.1 Spesifikasi Karya

Judul : Gantungan Kunci Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.11.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa gantungan kunci memiliki ukuran 3 x 3 cm, dengan warna dasar putih dengan gambar berupa logo Hotel Luck Inn berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”.

4.6.11.3 Analisis Karya

4.6.11.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Gantungan kunci didesain dengan warna dasar berwarna putih dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna biru. Gantungan kunci dicetak menggunakan bahan *acrylic*.

4.6.11.3.2 Aspek Estetis

Logo didesain di atas gantungan kunci berwarna putih, dengan logo berwarna biru. Desain pin ini terkesan elegan. Logo pada gantungan kunci ini menjadi identitas dari Hotel Luck Inn.

4.6.11.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa gantungan kunci ini diharapkan saat gantungan kunci dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa gantungan kunci tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan gantungan kunci ini dapat menjadi salah satu media promosi. Gantungan kunci ini didapatkan dengan cara membelinya.

4.6.12 Kaos



Gambar 4.39 *Merchandise* Kaos Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.12.1 Spesifikasi Karya

Judul : Kaos Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.12.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa kaos memiliki warna dasar putih dengan gambar berupa logo Hotel Luck Inn berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”. Logo diletakan pada bagian kiri atas kaos.

4.6.12.3 Analisis Karya

4.6.12.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Kaos didesain dengan warna dasar berwarna putih dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna biru. Proses penempelan logo ke dalam kaos menggunakan *mock up* berformat psd.

4.6.12.3.2 Aspek Estetis

Logo didesain di atas kaos berwarna putih, dengan logo berwarna biru. Desain pin ini terkesan elegan. Logo pada kaos ini menjadi identitas dari Hotel Luck Inn.

4.6.12.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa kaos ini diharapkan saat kaos dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa kaos tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan kaos ini dapat menjadi salah satu media promosi. Kaos ini didapatkan dengan cara membelinya.

4.6.13 Mug



Gambar 4.40 *Merchandise* Mug Hotel Luck Inn

(Sumber : Dokumentasi penulis, 2016).

4.6.13.1 Spesifikasi Karya

Judul : Mug Hotel Luck Inn.

Software : *Adobe Illustrator CS6*.

Tahun : 2016.

4.6.13.2 Deskripsi Karya

Merchandise berupa mug memiliki warna dasar putih dengan gambar berupa logo Hotel Luck Inn berwarna biru dengan komposisi warna C=64, M=21, Y=0, K=0. Di bawahnya terdapat teks “Luck Inn”.

4.6.13.3 Analisis Karya

4.6.13.3.1 Aspek Teknis

Merchandise didesain dengan menggunakan *software Adobe Illustrator*. Mug didesain dengan warna dasar berwarna putih dengan ditempelkan logo Luck Inn berwarna biru.

4.6.13.3.2 Aspek Estetis

Perancangan mug Hotel Luck Inn ini menggunakan keseimbangan simetris pada bagian unsur daun semanggi di bagian atas dan bawah, sehingga potongan kanan-kiri, atas-bawah seimbang. Pewarnaan menggunakan warna biru muda dan biru tua dimaksudkan karena merupakan warna dari logo Hotel Luck Inn.

4.6.13.3.3 Aspek Komunikasi

Dengan adanya *merchandise* berupa mug ini diharapkan saat mug dibawa pulang oleh pengunjung, keluarga atau kerabat yang melihat akan mengetahui bahwa mug tersebut dari Hotel Luck Inn. Dengan begitu akan lebih banyak orang yang akan mengenal Hotel Luck Inn. Dan mug ini dapat menjadi salah satu media promosi. Mug ini didapatkan dengan cara dibeli.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan dari proyek studi perancangan *company profile* sebagai media promosi Hotel Luck Inn Semarang adalah dapat menghasilkan sebuah karya *company profile* yang dapat digunakan sebagai aset untuk menjalin kerja sama dengan instansi terkait. *Company profile* yang dirancang berbentuk cetak dan *website*. Proyek studi ini diharapkan dapat membantu mengenalkan dan mengajak masyarakat untuk datang ke Hotel Luck Inn Semarang.

Sebagai sebuah hotel baru, Hotel Luck Inn membutuhkan media promosi untuk mampu bersaing dengan hotel-hotel lain yang terlebih dahulu berdiri di Kota Semarang. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengenal Hotel Luck Inn Semarang. Selain itu juga untuk menarik perhatian calon konsumen menggunakan jasa Hotel Luck Inn Semarang.

Company profile merupakan media yang tepat sebagai media promosi. *Company profile* adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu *image* atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya. *Company profile* yang dirancang dalam bentuk cetak dan *website*. *Company profile* cetak berguna untuk menjalin relasi dengan perusahaan dan instansi yang terkait. Sedangkan *company profile* berbentuk *website* digunakan

sebagai promosi dan sarana untuk mengakses informasi. Karena di zaman modern ini, informasi dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun.

Warna logo Hotel Luck Inn adalah biru. Biru merupakan warna yang menenangkan dan professional. Selain itu warna biru melambangkan kepercayaan, dan kekeluargaan. Hal ini sesuai dengan konsep Hotel Luck Inn, “*home friendly*”. Tipografi dalam perancangan media promosi Hotel Luck Inn adalah *Fira Sans*. *Font* ini dipilih karena bentuknya yang jelas dan lugas.

Perancangan media promosi tersebut merupakan sebuah gagasan pengaplikasian pengalaman serta pengetahuan selaman menempuh program studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Seni Rupa Universitas Negeri Semarang. Penerapan pengalaman studi seperti komputer grafis, desain grafis web, tata letak dan perwajahan sangat membantu dalam proses perancangan proyek studi ini. Melalui pengembangan dari mata kuliah komputer grafis dalam hal ini adalah komputer grafis berbasis *vector* maupun *bitmaps*, sehingga dapat menghasilkan sebuah rancangan media promosi serta pembuatan ilustrasi-ilustrasi pendukung dalam tampilan *company profile* Hotel Luck Inn. Pengembangan yang didapat dari mata kuliah desain grafis web sehingga dapat menghasilkan sebuah rancangan *website* yang *responsive* dan menarik untuk mempromosikan Hotel Luck Inn Semarang. Selain itu juga pengembangan mata kuliah tata letak dan perwajahan yang sangat berguna dalam menata tampilan (*layout*) *company profile* Hotel Luck Inn Semarang. Juga pengalaman selama praktik kerja lapangan, sangat berguna dalam merancang *company profile* sebagai media promosi ini. Pengembangan dari praktik kerja lapangan ini diantaranya adalah pengetahuan

mengenai *company profile* yang kemudian dapat direalisasikan dalam proyek studi ini.

5.2 Saran

Bagi Hotel Luck Inn perancangan proyek studi ini dapat digunakan sebagai identitas perusahaan dan media promosi. Sehingga masyarakat dapat mengenal akan adanya hotel baru ini, dan tertarik untuk menggunakan jasa Hotel Luck Inn. Saran untuk Hotel Luck Inn adalah agar terus menjaga konsistensi sesuai konsep Hotel Luck Inn “*home friendly*” yang akan membuat pengunjung merasa nyaman seperti di rumah sendiri.

Bagi penulis semoga lebih bisa menyelaraskan teori yang didapat di perkuliahan dan aplikasi di lapangan, sehingga karya desain komunikasi visual yang dihasilkan lebih bermanfaat dan tepat. Terkait dengan perancangan media promosi, keakuratan data yang diobservasi sangat menentukan keberhasilan dari hasil perancangan tersebut. Oleh karena itu, kedekatan dengan klien dan objektivitas dalam mengumpulkan data sangatlah diperlukan. Media promosi bukan hanya dilihat secara estetika dan teknik saja, tetapi juga dari aspek komunikasi. Selain itu media promosi harus bisa diaplikasikan oleh klien.

Dengan ini juga diharapkan Hotel Luck Inn mampu bersaing dengan hotel-hotel lainnya yang lebih dahulu berdiri di Semarang. Sehingga para wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara merasa senang dan nyaman untuk berkunjung ke Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Kota Semarang. 2015. *Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kota Semarang Tahun 2016*. Peraturan Walikota. Semarang.
- Cenadi, C.S. 1999. Elemen-Elemen Dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Nirmana*.
- Cotton, B. 1990. *The New Guide to Graphic Design*. Oxford: Phaidon.
- Dharmesta & Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern* (2nd ed.). Yogyakarta: Liberty.
- Djelantik, A.M. 1999. *Estetika Sebuah Pengantar*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- Graves, M. 1951. *The Art of Color And Design*. McGraw-Hill Book Company.
- Guiltiman, J.P. & G.W. Paul. 1990. *Strategi Dan Program Manajemen Pemasaran*. Translated by Ir. Agus Maulana MBA. Jakarta: Erlangga.
- Haryanto, T. & S. Nugroho. 2015. Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Perusahaan Pada PT. Propan Raya ICC Semarang. *Jurnal Komputer Grafis*, 8(1) : 48 - 49.
- Kotler, P. & G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & K. L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Translated by Bob Sabran, M.M. Jakarta: Erlangga.
- Maimunah, L. Sunarya, & Suharnianti. 2012. Desain Company Profile CD Interaktif Sebagai Media Informasi dan Promosi. *Jurnal CCIT*, 5(3) : 284.

- Monica & Luzar, L.C. 2013. Perancangan Logo Dalam Dunia Desain. *Jurnal Humaniora*, 4(1):508-517.
- Rayport, J. F. & Jaworski, B. J. 2003. *Introduction to E-Commerce* (2nd ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Saladin, D. 2003. *Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Marketing*. Bandung: Linda Karya.
- Sarwono, J. & Hary L. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Shimp, T.A. 2000. *Periklanan Promosi* (5th ed.). Translated by Dr. Dwi Kartini Yahya, S.E. M.M. 2003. Jakarta: Erlangga.
- Soebekti, N.D., W. Hidayat, & Widiartanto. 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel Santika Premiere Semarang. *Jurnal UNDIP*.
- Sora, N. 2014. Definisi atau Pengertian Brosur dan Fungsinya Lengkap. Tersedia di <http://www.pengertianku.net/2014/10/definisi-atau-pengertian-brosur-dan-fungsinya-lengkap.html> (diakses 29-10-2016).
- Stanton, W. 1986. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Stefani, L. & A.B. Mukti. 2012. Operasional Konsep Bauran Promosi Di Hotel Amaris Pemuda Semarang. *Dinamika Kepariwisataaan*, 11(2) : 24 - 26.
- Sulartopo, M. 2014. Perancangan Media Promosi dan Informasi Berbasis Multimedia Interaktif. *Jurnal Skripsi*. Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer STEKOM Semarang.

- Sunarya, L., Radiyanto, & E. Susanti. 2103. Enriching Company Profile Sebagai Penunjang Media Informasi Dan Promosi Pada Perguruan Tinggi Raharja. *Diktat Mata Kuliah Desain Karakter Modeling*, 7(1) : 77 - 79.
- Sunaryo, A. 2002. *Nirmana I*. Semarang: Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang.
- Swastha, B. & Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Vorbies, A. 2013. Arti Stationery (Desain Grafis). Tersedia di <http://moncy-art.blogspot.co.id/2013/01/arti-stationary-desain-grafis.html> (diakses 29-10-2016).
- Wibowo, W.T. 2015. *Analisis Dan Perancangan Company Profile Berbasis Web Sebagai Sarana Promosi Pada CV.Oak Merch Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Teknik Informatika STMIK AMIKOM.

LAMPIRAN 1

BIODATA PENULIS



Nama : Hermawan Susilo
NIM : 2411412052
Prodi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni
Universitas : Universitas Negeri Semarang
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 16 Juni 1994
Alamat : Jl.Menanggal 3/20 Surabaya, Jawa Timur
No. HP : 089678441714
Email : hermawan.dkv@gmail.com
Nama Orang Tua :
 -Ayah : Sukasdi
 -Ibu : Tutik Us Watin
Riwayat Pendidikan :
 - SD Negeri Menanggal 601 Surabaya
 - SMP Negeri 22 Surabaya
 - SMK Negeri 3 Surabaya

LAMPIRAN 2

SK DOSEN PEMBIMBING



**KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

Nomor: 571/FBS/2016

Tentang
**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER
GASAL/GENAP
TAHUN AKADEMIK 2015/2016**

- Menimbang** : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan/Prodi Seni Rupa/Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan Dosen-dosen Jurusan/Prodi Seni Rupa/Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni UNNES untuk menjadi pembimbing.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Tambahan Lembaran Negara RI No.4301, penjelasan atas Lembaran Negara RI Tahun 2003, Nomor 78)
2. Peraturan Rektor No. 21 Tahun 2011 tentang Sistem Informasi Skripsi UNNES
3. SK. Rektor UNNES No. 164/O/2004 tentang Pedoman penyusunan Skripsi/Tugas Akhir Mahasiswa Strata Satu (S1) UNNES;
4. SK Rektor UNNES No.162/O/2004 tentang penyelenggaraan Pendidikan UNNES;
- Menimbang** : Usulan Ketua Jurusan/Prodi Seni Rupa/Seni Rupa Tanggal 29 Februari 2016

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
PERTAMA :

Menunjuk dan menugaskan kepada:

1. Nama : Drs. Moh. Rondhi, M.A.
NIP : 195310031979031002
Pangkat/Golongan : IV/a
Jabatan Akademik : Lektor Kepala
Sebagai Pembimbing I
2. Nama : EKO HARYANTO, S.Pd, M.Ds
NIP : 197201032005011002
Pangkat/Golongan : III/c
Jabatan Akademik : Lektor
Sebagai Pembimbing II

Untuk membimbing mahasiswa penyusun skripsi/Tugas Akhir :

Nama : HERMAWAN SUSILO
NIM : 2411412052
Jurusan/Prodi : Seni Rupa/Seni Rupa
Topik : Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Luck Inn Hotel Semarang

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Tembusan
1. Pembantu Dekan Bidang Akademik
2. Ketua Jurusan
3. Peninggal



DIPAKAN DI : SEMARANG
TANGGAL : 2 Maret 2016

Prof. Dr. Agus Nuryatin, M.Hum.
NIP 196008031989011001

2411412052

FM-03-AKD-24 Rev. 00

LAMPIRAN 3

KELENGKAPAN PAMERAN



Desain Undangan Pameran



Desain Poster Pameran



Desain x-banner Pameran



Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat serta petunjuk-Nya, sehingga laporan proyek studi dengan judul "Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Luck Inn Hotel Semarang" ini dapat diselesaikan.

Terima kasih untuk Ayah, Ibu dan Adik yang selalu mendoakan dan mendukung. Terima kasih Bapak Ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya. Terima kasih kawan-kawan seni rupa 2K12 dan Brotherhood. Terima kasih juga untuk Dewi Sesar W. yang tak pernah lelah memberi semangat. Sehingga proyek studi ini dapat bermanfaat.

KATALOG PAMERAN

PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI LUCK INN HOTEL SEMARANG



Luck Inn
We are here to serve all your needs

34 - 30 Oktober 2016
Ruang Galeri, Gedung B9
Taman Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Semarang

KONSEP BERKARYA

Konsep berkarya dalam perancangan company profile sebagai media promosi Luck Inn Hotel Semarang melibatkan pada sebuah rancangan yang bersifat informatif dan persuasif, dengan menampilkan citra eksklusif dan berkualitas.

Media company profile dipilih karena sebagai perusahaan baru, Luck Inn Hotel membutuhkan sebuah aset untuk menjual kerja sama dengan instansi terkait, dan juga sebuah media promosi agar dapat dikenal dan dapat mengajak calon pengunjung untuk menginap di Luck Inn Hotel.



Desain Katalog Pameran

PROFIL

LUCK INN HOTEL





Luck Inn

We are here to serve all your needs

Luck Inn Hotel adalah hotel baru yang terletak di jalan raya Kipud 2 8010 Semarang. Luck Inn Hotel merupakan salah satu destinasi wisata di hotel. Luck Inn Hotel hadir dengan konsep dan fasilitas yang inovatif dan berkualitas. Fasilitas yang ditawarkan adalah kamar-kamar yang nyaman, dengan konsep yang estetik, di area yang strategis. Luck Inn Hotel juga menyediakan layanan kamar-kamar yang nyaman, dengan konsep yang estetik, di area yang strategis. Luck Inn Hotel juga menyediakan layanan kamar-kamar yang nyaman, dengan konsep yang estetik, di area yang strategis.

KONSEP BERKARYA

Konsep berkarya dalam perancangan company profile sebagai media promosi Luck Inn Hotel Semarang melibatkan pada sebuah rancangan yang bersifat informatif dan persuasif, dengan menampilkan citra eksklusif dan berkualitas. Media company profile dipilih karena sebagai perusahaan baru, Luck Inn Hotel membutuhkan sebuah aset untuk menjual kerja sama dengan instansi terkait, dan juga sebuah media promosi agar dapat dikenal dan dapat mengajak calon pengunjung untuk menginap di Luck Inn Hotel. Sehingga, dengan demikian, dapat mengajak calon pengunjung untuk menginap di Luck Inn Hotel.

Profil Perusahaan, Konsep Berkarya ukuran A2

LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI PELAKSANAAN PAMERAN



