

**PERANCANGAN PROMOSI CAREDEK HOTEL DI KOTA SOLOK
MELALUI MEDIA IKLAN TELEVISI**

KARYA AKHIR

***Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual***



Oleh:

**DWI OKTAVIANI
57791/2010**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2015**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Akhir

PERANCANGAN PROMOSI CAREDEK HOTEL DI KOTA SOLOK
MELALUI MEDIA IKLAN TELEVISI

Nama : Dwi Oktaviani
NIM : 57791/2010
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, Februari 2015

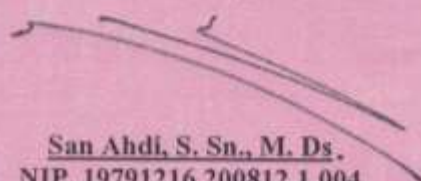
Disetujui dan Disahkan oleh,

Pembimbing I



Dra. Zubaidah, M. Sn.
NIP. 19570425.198602.2.001

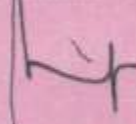
Pembimbing II



San Ahdi, S. Sn., M. Ds.
NIP. 19791216.200812.1.004

Mengetahui:

Ketua Jurusan Seni Rupa



Dr. Yahya, M. Pd.
NIP. 19640107.199001.1.001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Karya Akhir
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul: Perancangan Promosi Caredek Hotel Di Kota Solok Melalui Media Iklan
Televisi

Nama : Dwi Oktaviani
NIM : 57791/2010
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

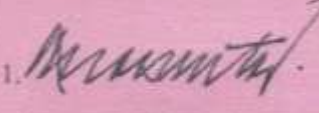
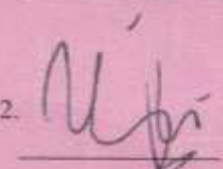
Padang, Februari 2015

Tim Penguji,

Nama / NIP

Tanda Tangan

1. Ketua : Drs. Muzni Ramanto
NIP. 19441209.196711.1.001
2. Sekretaris : Drs. Ariusmedi, M. Sn.
NIP. 19620602.198903.1.003
3. Anggota : Drs. M. Nasrul Kamal, M.Sn.
NIP. 19630202.199303.1.002

1. 
2. 
3. 

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA AKHIR**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dwi Oktaviani

NIM : 57791/2010

Jurusan : Seni Rupa Prodi Desain Komunikasi Visual FBS Universitas Negeri Padang

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya akhir saya, yang berjudul **"Perancangan Promosi Caredek Hotel di Kota Solok Melalui Media Iklan Televisi"** adalah benar-benar hasil kerja saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan, jiplakan, pinjaman, koleksi atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau karya sendiri.

Dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, Februari 2015

Saya yang menyatakan



Dwi Oktaviani

NIM. 57791.2010

ABSTRAK

Dwi Oktaviani 2014. “Perancangan Promosi Caredek Hotel di Kota Solok Melalui Media Iklan Televisi”.

Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual,
Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas
Negeri Padang.

Caredek Hotel merupakan salah satu hotel yang ada di kota solok yang berlokasi di jalan Dt. Perpatih Nan Sebatang (Air Mati) Kota Solok, Sumatera Barat. Caredek Hotel didirikan pada tanggal 29 November 1986, dan dipimpin oleh bapak H. Adjis Mi'in. Selama hotel didirikan, belum pernah dipromosikan dalam bentuk media apapun.

Untuk itu, maka dibuatlah perancangan promosi Caredek Hotel di kota Solok melalui media iklan televisi. Iklan televisi merupakan, sebuah media untuk mempromosikan suatu produk, dibuat berupa video yang berdurasi 30 detik dan ditambah dengan gambar dan audio dilengkapi dengan pesan yang singkat dan tepat. Iklan televisi dipilih sebagai media utama karena teknologi dan informasi seperti ini begitu mudah ditemukan.

Berdasarkan dari data yang diperoleh mengenai Caredek Hotel, yang menjadi kekuatan dari hotel ini adalah lokasi hotelnya yang strategis karena berada diantara pusat kota dan pusat perbelanjaan kota Solok. Namun ada beberapa kelemahan pada perusahaan Caredek Hotel yaitu dari segi *Room Rate* (tarif kamar), harganya tidak sebanding dengan hotelnya karena hotel ini merupakan hotel kelas melati, jadi masih ada hotel kelas melati lainnya yang lebih murah sehingga menjadi ancaman bagi Caredek Hotel.

Yang menjadi peluang dari perusahaan Caredek Hotel ini adalah dari segi fasilitasnya yang lengkap dengan disediakannya ruang kamar khusus keluarga, pelayanannya yang ramah dan memuaskan terasa seperti di rumah sendiri serta disediakan fasilitas ruang rapat bagi para tamu yang sedang melakukan perjalanan bisnis keluar kota.

Pada zaman kini, teknologi dan informasi sangat mudah ditemui sehingga dapat dimanfaatkan untuk promosi Caredek Hotel dalam bentuk iklan televisi. Didukung oleh media lain yaitu Poster, *X-Banner*, Kotak CD, *Label CD*, Kartu Nama, *Mug*, *Handbook*, Kalender, Handuk, Kemeja.

Kata kunci : Video, Iklan Televisi, Promosi, Caredek Hotel.

KATA PENGANTAR

Tiada Tuhan selain Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Alhamdulillahirobbil a'lamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang masih memberikan kesehatan jasmani dan rohani kepada penulis, kesempatan dalam menyelesaikan karya akhir yang berjudul **“Perancangan Promosi Caredek Hotel di Kota Solok Melalui Media Iklan Televisi”**. Salawat beriringan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam kegelapan sampai ke alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat ini.

Karya akhir ini untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan masa perkuliahan S1 program studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

Dalam menyelesaikan karya akhir ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, yang diantaranya penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Yahya, M.Pd. dan Drs. Ariusmedi, M.Sn. selaku ketua dan sekretaris Jurusan Seni Rupa.
2. Bapak Drs. Yusron Wikarya, M.Pd. selaku Penasehat Akademik yang telah memberi bimbingan dan arahan dari awal masuk kuliah sampai menyelesaikan kuliah.
3. Ibu Dra. Zubaidah, M.Sn. dan Bapak San Ahdi, S.Sn., M.Ds. selaku pembimbing I dan pembimbing II dalam menyelesaikan laporan karya akhir

ini yang telah membimbing, menunjukan, mengarahkan dan meluangkan waktunya untuk penulis.

4. Bapak Drs. Syafwandi, M.Sn. selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang yang telah memberikan arahan, bimbingan, nasehat terhadap penulis.
5. Bapak dan ibu dosen jurusan Seni Rupa dan prodi Desain komunikasi Visual beserta para staf.
6. Kedua orang tua dan keluarga. Ibu dan Bapak yang selalu memberikan doa, kepercayaan, motivasi sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan maksimal.
7. Bapak Irdam Adjis dan bapak Adjis Mi'in selaku pemilik Caredek Hotel yang telah memberikan kemudahan dalam mendapatkan data-data dan informasi lainnya tentang Caredek Hotel.
8. Para sahabat, teman-teman dan seorang yang terdekat yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari laporan Karya Akhir ini masih banyak kekurangan, untuk itu penulis membutuhkan saran dan kritikan yang bersifat membangun. Semoga laporan karya akhir ini memberikan manfaat bagi yang membacanya. Atas saran dan kritikan yang diberikan, penulis ucapkan terimakasih.

Padang, Februari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Orisinalitas	6
F. Tujuan Perancangan.....	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Praktis.....	8
1. Hotel.....	8
2. Data Visual.....	11
B. Kajian Teoritis.....	15
1. Pengertian Komunikasi.....	15
2. Desain Komunikasi Visual.....	16
a. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	17
3. Pengertian Promosi	20
4. Pengertian Iklan	22
a. Jenis-jenis Iklan.....	23
5. Audio Visual	26
6. Iklan Televisi.....	26
7. Strategi Merancang Iklan Televisi	28
a. Menetapkan Target Sasaran	28

b. Penetapan Tujuan dan Anggaran Periklanan <i>Outdoor</i>	29
c. Mencari Keunggulan Produk yang di Pasarkan.....	30
d. Strategi Kreatif Merancang Pesan Iklan Televisi.....	31
e. Strategi Merancang Slogan, Logo, dan Simbol	32
f. Strategi Perancangan Naskah dan <i>Storyboard</i>	33
8. <i>Teory Lighting</i>	35
C. Karya Relevan.....	36
D. Kerangka Konseptual	38

BAB III. METODE PERANCANGAN

A. Metode Pengumpulan Data	39
1. Data Primer	39
2. Data Sekunder	39
B. Metode Analisis Data	40
1. Metode Pemecahan Masalah.....	40
a. <i>Strength</i> (Kekuatan)	40
b. <i>Weakness</i> (Kelemahan)	40
c. <i>Opportunity</i> (Peluang).....	41
d. <i>Threat</i> (Ancaman)	41
C. Pendekatan Kreatif.	42
1. Target <i>Audience</i>	43
a. Demografis.....	43
b. Psikografis.....	44
c. Geografis	44
d. <i>Behaviouristis</i>	44
2. Tujuan Kreatif	44
3. Strategis Kreatif	45
a. Khalayak Sasaran	45
b. Isi Pesan	45
c. Bentuk Pesan	46
1. Pesan Herbal.....	46

2. Pesan Visual	46
4. Program Kreatif.....	47
5. Media Pendukung	47
D. Estimasi Rencana Anggaran Biaya	48
1. Media Utama	48
2. Media Pendukung	49
E. Jadwal Kerja.....	50
BAB IV. PERANCANGAN VISUAL	
A. Teori Media	51
1. Media Utama	51
a. Iklan Televisi.....	51
2. Media Pendukung	51
a. Poster.....	51
b. <i>X-banner</i>	52
c. <i>Cover CD</i>	52
d. <i>Label CD</i>	52
e. Kartu Nama	52
f. <i>Mug</i>	52
g. <i>Hand Book</i>	52
h. Kalender	52
i. Handuk	52
j. Kemeja	52
B. Program Kreatif.....	53
1. Pembahasan Media Utama	53
a. Tahap Pra Produksi	53
b. Tahap Produksi	54
1. <i>Storyline</i>	55
2. Skenario.....	55
3. <i>Storyboard</i>	56

c. Tahap Pasca Produksi	58
1. <i>Editing</i>	58
a. <i>Capture</i>	58
b. Editing Video	58
c. Musik	59
d. <i>Mastering</i> atau <i>Render</i>	59
2. <i>Font</i>	59
3. Warna	60
a. Teknik Warna <i>RGB</i>	60
b. Teknik Warna <i>CMYK</i>	61
d. Proses Penayangan Iklan	62
2. Pembahasan Media pendukung	62
C. <i>Lay Out</i>	64
1. <i>Lay Out</i> Kasar.	65
2. <i>Lay Out</i> Eksekusi	75
3. <i>Lay Out</i> Komprehensif	87
4. <i>Final Artwork</i>	94

BAB V. PENUTUP

A. Simpulan	99
B. Saran	99

DAFTAR RUJUKAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Tampak depan Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014.....	11
2. <i>Manager</i> Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014.....	12
3. <i>Reception</i> Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014	12
4. <i>Meeting Room</i> Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014.....	13
5. <i>Lobby</i> Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014	13
6. Ruang kamar Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014.....	14
7. Area parkir Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014.....	14
8. Mushola Caredek Hotel Foto oleh Dwi Oktaviani Tahun 2014	15
9. <i>Bumper</i> Grand Rocky Hotel Bukittinggi Dipublikasikan tanggal 21 Juni 2014.....	36
10. Tampak Luar Grand Rocky Hotel Bukittinggi Dipublikasikan tanggal 21 Juni 2014.....	37
11. Ruang Kamar Grand Rocky Hotel Bukittinggi Dipublikasikan tanggal 21 Juni 2014.....	37
12. Kerangka Konseptual	38
13. <i>Lay Out</i> Kasar Poster Alternatif 1	65
14. <i>Lay Out</i> Kasar Poster Alternatif 2.....	65
15. <i>Lay Out</i> Kasar Poster Alternatif 3.....	65
16. <i>Lay Out</i> Kasar <i>X-banner</i> Alternatif 1.....	66
17. <i>Lay Out</i> Kasar <i>X-banner</i> Alternatif 2.....	66
18. <i>Lay Out</i> Kasar <i>X-banner</i> Alternatif 3.....	66
19. <i>Lay Out</i> Kasar <i>Cover-CD</i> Alternatif 1	66
20. <i>Lay Out</i> Kasar <i>Cover-CD</i> Alternatif 2	67
21. <i>Lay Out</i> Kasar <i>Cover-CD</i> Alternatif 3	67
22. <i>Lay Out</i> Kasar <i>Label CD</i> Alternatif 1	67
23. <i>Lay Out</i> Kasar <i>Label CD</i> Alternatif 2	68
24. <i>Lay Out</i> Kasar <i>Label CD</i> Alternatif 3	68
25. <i>Lay Out</i> Kasar Kartu Nama Alternatif 1	69

26. <i>Lay Out Kasar Kartu Nama Alternatif 2</i>	69
27. <i>Lay Out Kasar Kartu Nama Alternatif 3</i>	69
28. <i>Lay Out Kasar Mug Alternatif 1</i>	70
29. <i>Lay Out Kasar Mug Alternatif 2</i>	70
30. <i>Lay Out Kasar Mug Alternatif 3</i>	70
31. <i>Lay Out Kasar Hand Book Alternatif 1</i>	71
32. <i>Lay Out Kasar Hand Book Alternatif 2</i>	71
33. <i>Lay Out Kasar Hand Book Alternatif 3</i>	71
34. <i>Lay Out Kasar Kalender Alternatif 1</i>	72
35. <i>Lay Out Kasar Kalender Alternatif 2</i>	72
36. <i>Lay Out Kasar Handuk Alternatif 1</i>	73
37. <i>Lay Out Kasar Handuk Alternatif 2</i>	73
38. <i>Lay Out Kasar Handuk Alternatif 3</i>	73
39. <i>Lay Out Kasar Kemeja Alternatif 1</i>	74
40. <i>Lay Out Kasar Kemeja Alternatif 2</i>	74
41. <i>Lay Out Kasar Kemeja Alternatif 3</i>	74
42. <i>Lay Out Eksekusi Poster Alternatif 1</i>	74
43. <i>Lay Out Eksekusi Poster Alternatif 2</i>	74
44. <i>Lay Out Eksekusi Poster Alternatif 3</i>	76
45. <i>Lay Out Eksekusi X-Banner Alternatif 1</i>	76
46. <i>Lay Out Eksekusi X-Banner Alternatif 2</i>	76
47. <i>Lay Out Eksekusi X-Banner Alternatif 2</i>	76
48. <i>Lay Out Eksekusi Cover CD Alternatif 1</i>	77
49. <i>Lay Out Eksekusi Cover CD Alternatif 2</i>	77
50. <i>Lay Out Eksekusi Cover CD Alternatif 3</i>	77
51. <i>Lay Out Eksekusi Label CD Alternatif 1</i>	78
52. <i>Lay Out Eksekusi Label CD Alternatif 2</i>	78
53. <i>Lay Out Eksekusi Label CD Alternatif 3</i>	78
54. <i>Lay Out Eksekusi Kartu Nama Alternatif 1</i>	79
55. <i>Lay Out Eksekusi Kartu Nama Alternatif 2</i>	79
56. <i>Lay Out Eksekusi Kartu Nama Alternatif 3</i>	79

57. <i>Lay Out</i> Eksekusi <i>Mug</i> Alternatif 1	80
58. <i>Lay Out</i> Eksekusi <i>Mug</i> Alternatif 2	80
59. <i>Lay Out</i> Eksekusi <i>Mug</i> Alternatif 3	80
60. <i>Lay Out</i> Eksekusi <i>Hand Book</i> Alternatif 1.....	81
61. <i>Lay Out</i> Eksekusi <i>Hand Book</i> Alternatif 2.....	81
62. <i>Lay Out</i> Eksekusi <i>Hand Book</i> Alternatif 3.....	81
63. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kalender Alternatif 1	82
64. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kalender Alternatif 1	82
65. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kalender Alternatif 1	82
66. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kalender Alternatif 1	83
67. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kalender Alternatif 1	83
68. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kalender Alternatif 1	83
69. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kalender Alternatif 1	84
70. <i>Lay Out</i> Eksekusi Handuk Alternatif 1	84
71. <i>Lay Out</i> Eksekusi Handuk Alternatif 2	84
72. <i>Lay Out</i> Eksekusi Handuk Alternatif 3	85
73. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kemeja Alternatif 1	85
74. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kemeja Alternatif 2	86
75. <i>Lay Out</i> Eksekusi Kemeja Alternatif 3	86
76. Pada Poster dipilih Alternatif 1	87
77. Pada <i>X-Banner</i> dipilih Alternatif 1	88
78. Pada <i>Cover CD</i> dipilih Alternatif 1.....	89
79. Pada <i>Label CD</i> dipilih Alternatif 2	90
80. Pada Kartu Nama dipilih Alternatif 3	90
81. Pada <i>Handbook</i> dipilih Alternatif 1	91
82. Pada Kalender dipilih Alternatif 7	92
83. Pada Handuk dipilih Alternatif 3	92
84. Pada Kemeja dipilih Alternatif 1	93
85. <i>Final Atwork</i> Poster	94
86. <i>Final Atwork X-Banner</i>	94
87. <i>Final Atwork Cover CD</i>	95

88. <i>Final Atwork Label CD</i>	95
89. <i>Final Atwork Kartu Nama</i>	96
90. <i>Final Atwork Handbook (buku kecil)</i>	96
91. <i>Final Atwork Kalender</i>	97
92. <i>Final Atwork Handuk</i>	97
93. <i>Final Atwork Kemeja</i>	98

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan zaman, akomodasi tidak hanya sekedar sebagai sarana tempat tinggal sementara bagi orang yang berpergian, tetapi sudah berkembang ke arah pemenuhan kebutuhan lainnya seperti makan, minum, rekreasi, sport dan lain sebagainya. Perkembangan ini mempengaruhi jenis dan banyaknya fasilitas yang disediakan oleh setiap pengusaha akomodasi yang salah satunya terdapat pada hotel. Berdasarkan SK Menteri Perhubungan No: Pm 10/Pw 301 / Phb 77 dijelaskan bahwa hotel adalah suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial, disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan dan penginapan berikut makan dan minum. Selanjutnya berdasarkan hukum, dalam Darminto dan Suryo (1997:7) mengatakan bahwa “hotel adalah penginapan yang diwajibkan memenuhi aturan yang berlaku dalam menawarkan penginapan, makanan, dan perlindungan atas barang bawaan para tamunya”. Kemudian Rumekso (2002:2) menjelaskan bahwa “hotel adalah bentuk bangunan yang menyediakan kamar-kamar untuk menginap para tamu, makanan dan minuman, serta fasilitas-fasilitas lain yang diperlukan, dan dikelola secara professional untuk mendapatkan keuntungan (*profit*)”.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa hotel adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa akomodasi dengan

menyediakan kamar-kamar menginap untuk para tamu, pelayanan makanan dan minuman, beserta fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan dan dikelola secara professional oleh pemiliknya untuk mendapatkan keuntungan (*profit*).

Kabupaten Solok merupakan salah satu wilayah di Sumatera Barat yang memiliki udara yang sejuk dan alam yang indah. Kabupaten Solok kaya akan budaya, tradisi, kuliner, dan juga kaya akan panorama alam yang luar biasa indahnya. Selain itu, Solok juga mempunyai destinasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi, topografinya juga bervariasi antara dataran dan berbukit. Arosuka sebagai ibukota kabupaten solok ini terletak di pinggang gunung talang, merupakan gabungan dari dua nagari yaitu nagari Kayu Aro dan Sukarami, Taman kota merupakan slogan dari Arosuka. Tidak jauh dari Arosuka terdapat perkebunan teh yang sangat luas dengan danau kembar berlatarkan Gunung Talang, selain itu sekitaran gunung talang juga terkenal sebagai penghasil bunga krisan, sayur mayur dan umbi umbian. Untuk para wisatawan yang ingin mengunjungi semua destinasi wisata, dari hasil observasi di kabupaten Solok sudah ada beberapa hotel dengan kategori hotel kelas melati dan penginapan.

Salah satunya yaitu Caredek Hotel berlokasi di jalan Dt. Perpatih Nan Sebatang, daerah ini biasa disebut dengan Air Mati. Lokasi Caredek Hotel sangat strategis, karena berlokasi dekat dengan pusat kota, taman kota dan dekat dengan pusat perbelanjaan kota Solok. Caredek Hotel merupakan hotel yang pertama kali didirikan di kota Solok, melalui Caredek Hotel dapat

dinikmati gunung talang dengan pemandangan alam seperti sawah, lembah-lembah dan perbukitan yang masih alami.

Berdasarkan hasil informasi dari manager hotel Irdam Adjis (23 September 2013), pemilik Caredek Hotel ini bernama Adjis Mi'in, disamping sebagai pemilik juga sekaligus sebagai komisaris perusahaan terhadap hotel yang dikelolanya. Keberadaan Caredek Hotel ini diresmikan pada tanggal 29 November 1986 oleh Sudharmono, S.H, waktu itu menjabat sebagai Ketua Umum DPP Golkar. Nama Caredek Hotel berasal dari nama beras yang terkenal di kota Solok yaitu beras Caredek, sampai sekarang hotel ini pada umumnya sudah dikenal oleh masyarakat kabupaten Solok.

Informasi dari manager hotel Irdam Adjis (8 Maret 2014) yaitu, pada awalnya Caredek Hotel menyediakan dua puluh delapan ruang kamar yang terdiri atas sebelas ruang kamar utama (*VIP*), empat ruang kamar keluarga (*Family Room*), sembilan ruang kamar Super Ekonomi, dan empat ruang kamar Ekonomi. Kemudian pada tahun 2007 s/d 2012 Caredek Hotel ini melakukan pengembangan pembangunan menjadi tiga puluh sembilan ruang kamar yang dibagi menjadi lima tipe ruang kamar. Masing-masing terdiri atas *type Suite Room*, yaitu ruang kamar yang disediakan untuk keluarga dengan tarif Rp.575.000,-/malam, *type* ruang kamar ini tersedia empat ruang kamar. *Type* yang kedua yaitu *Super Duluxe* dengan Rp.465.000,- tarif permalam, tersedia enam ruang kamar. Ketiga *type VIP* dengan tarif Rp.399.000,- permalam, tersedia lima belas ruang kamar. Ke empat *type Standar* dengan tarif Rp. 299.000,- permalam, dengan jumlah sepuluh ruang kamar. *Type*

ruang kamar yang ke lima *type* Ekonomi dengan tarif Rp.210.000,- permalam, ruang kamar *type* ekonomi dengan jumlah empat ruang kamar. Selain itu Caredek Hotel juga menyediakan berbagai fasilitas lainnya seperti ruang tamu/*lobby*, ruang rapat/*meeting room*, mushola, dan parkir khusus roda dua dan roda empat.

Masing-masing ruang kamar untuk tamu di lengkapi dengan berbagai fasilitas seperti AC, televisi *LCD*/layar plasma, satu set meja makan (*type Suite Room*), meja dan kursi santai, meja makan, lemari pakaian, meja rias, pemanas air, air mineral. Untuk kamar mandi, dilengkapi dengan *shower* dan air panas/*hot water*. Selain itu disediakan pelayanan untuk sarapan pagi/*breakfast*, layanan *laundry/dry cleaning*, *snack shop*, pelayanan kamar dan *Wi-Fi*.

Agar para tamu yang menginap merasa nyaman dan tenang untuk beristirahat, kamar dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan agar tamu merasakan bagaikan tinggal di rumah sendiri. Caredek Hotel memiliki visi dan misi yaitu memberikan kenyamanan dan kepuasan pelayanan yang terbaik untuk para tamu. Bagi para tamu yang akan menginap di hotel ini dapat dengan mudah memboking kamar melalui pelayanan sistem *boxing* melalui telepon, *fax* maupun Internet.

Hasil informasi dengan manager Irdam Adjis (5 Juli 2013), bahwa Caredek Hotel sejak pertama kali didirikan belum pernah dipromosikan dalam bentuk media apapun karena kurangnya pengetahuan tentang manfaat dari media promosi. Disisi lain terdapat hotel-hotel dalam kelas melati lainnya yang ada di kota Solok yang menjadi daya saing bagi perusahaan Caredek

Hotel seperti Taufina Hotel, Uly Hotel dan Terang Hotel. Walaupun hanya dari mulut ke mulut Caredek Hotel sudah dikenal oleh sebagian masyarakat Sumatera Barat, namun diharapkan bisa menjangkau sasaran yang lebih luas lagi misalnya di Sumatera. Berdasarkan harapan pemilik hotel (Adjis Mi'in) ingin meningkatkan bisnis hotelnya dengan membuat sebuah media promosi.

Berdasarkan harapan dari pimpinan hotel diperlukan media iklan untuk mempromosikan Caredek Hotel ini. Untuk itu diperlukan media iklan melalui televisi. Kekuatan media iklan televisi memiliki daya jangkauan luas, mampu menarik pusat perhatian audien. Iklan televisi mampu mencakup suatu wilayah tertentu, mampu memberikan sentuhan secara personal kepada target audien melalui audio visual. Hal ini dimungkinkan karena pada umumnya orang sudah memiliki pesawat televisi saat ini. Oleh karena daya jangkauannya yang luas ini sangat memungkinkan para produsen untuk memperkenalkan dan mempromosikan produknya dalam waktu bersamaan dalam suatu wilayah bahkan keseluruhan wilayah yang lebih luas.

Dengan demikian penulis mengangkat judul karya akhir, yaitu **“Perancangan Promosi Caredek Hotel di Kota Solok Melalui Iklan Televisi”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Caredek Hotel belum pernah di promosikan dalam bentuk media apapun, jika tidak dipromosikan maka harapan pemilik hotel untuk meningkatkan

bisnis hotelnya dalam menjangkau sasaran yang lebih luas tidak dapat tercapai.

2. Penyebarannya hanya dari mulut ke mulut sehingga diperlukan media iklan televisi untuk menjangkau sasaran yang lebih luas.
3. Banyak hotel-hotel dalam kelas melati lainnya yang ada di kota Solok yang menjadi daya saing bagi perusahaan Caredek Hotel ini.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah disimpulkan di atas, maka penulis dapat membatasi masalah yaitu merancang media promosi Caredek Hotel dalam bentuk iklan televisi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu, bagaimana perancangan dan visualisasi iklan televisi pada Caredek Hotel di Kota Solok.

E. Orisinalitas

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan pada latar belakang di atas, Caredek Hotel perlu dipromosikan karena Caredek Hotel belum pernah di promosikan dalam bentuk media apapun dan penyebarannya hanya dari mulut ke mulut. Disisi lain terdapat banyak hotel-hotel dalam kelas melati lainnya yang ada di kota Solok yang menjadi daya saing bagi perusahaan Caredek Hotel ini.

Iklan televisi mengenai Caredek Hotel yang dirancang, akan menampilkan audio visual dari hotel. Yang akan di isi dengan menampilkan

keberadaan hotel serta beberapa fasilitas yang telah disediakan di hotel itu sendiri seperti: berbagai tipe kamar, ruang tamu/*lobby*, ruang rapat/*meeting room*, ruang sarapan/*breakfast*, dan parkir khusus roda empat agar pesan yang ingin disampaikan bisa dipahami dan menarik perhatian target *audience*.

Perancangan ini merupakan perancangan yang orisinalitas dari penulis, tidak ada unsur penjiplakan dan karya yang akan ditampilkan merupakan karya baru yang dirancang penulis serta belum pernah ditayangkan sebelumnya.

F. Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan karya ini antara lain:

1. Agar harapan pemilik hotel untuk meningkatkan bisnis hotelnya dalam menjangkau sasaran yang lebih luas dapat tercapai.
2. Untuk memberitahukan keberadaan, fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh perusahaan Caredek Hotel di kota Solok.