

PERANCANGAN VISUAL BRAND BANQUET GUMAYA TOWER HOTEL

Farihatul Munifah, Abi Senoprabowo

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro

Jl. Nakula 5 - 11, Semarang, 50131, 024-3517261

Jl. Hasanudin, Satria Barat II H. No. 314 kel. Pelombokan Semarang Utara, Semarang, 50171,
081990985647

E-mail : farihatulmunifah.eva@gmail.com¹, abi.senoprabowo@dsn.dinus.ac.id²

Abstrak

Banquet Gumaya Tower Hotel Semarang merupakan usaha yang bergerak dalam bidang Hospitality yang berada dibawah naungan Gumaya Tower Hotel. Tidak adanya visual brand sebagai identitas, mengakibatkan masyarakat tidak mengetahui identitas Banquet Gumaya Tower Hotel serta peran dari banquet. Banquet Gumaya Tower Hotel mengandalkan logo utama dari Gumaya sehingga mengakibatkan missperception dimasyarakat. Visual brand merupakan upaya untuk membangun identitas dibenak audiens mengenai peran dan citra dari Banquet Gumaya Tower Hotel. Yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan merancang visual brand yang sesuai dengan karakter dan citra dari Banquet Gumaya Tower Hotel, dengan tujuan untuk mengkomunikasikan kepada target audiens melalui logo dan media yang tepat. Perancangan visual brand ini dibuat melalui perancangan efektif menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data berupa literatur, dokumentasi, dan observasi. Kemudian data dianalisis menggunakan analisis SWOT dan grup brainstorming untuk menyessuaikan visi dan misi serta karakter perusahaan untuk menentukan strategi analisis yang menghasilkan kata kunci yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan. Kemudian didapatkan hasil yaitu logotype, hospitality, asimetris, gold, hitam, elegant, eksklusif, modern, dekoratif dan ramah tamah. Media yang digunakan merupakan media lini bawah berupa logo dan GSM sebagai media utama, dan bussines stationery, brosur, serta napkin sebagai media pendukung. Melalui perancangan visual brand ini Banquet Gumaya Tower Hotel dapat memperkuat identitas yang dimiliki serta meminimalisir terjadinya kesalahan persepsi di masyarakat.

Kata Kunci: Banquet, Gumaya, Visual Brand

Abstract

Gumaya Tower Hotel Semarang Banquet is a business that is engaged in the Hospitality field under the auspices of the Gumaya Tower Hotel. The absence of a visual brand as an identity resulted in people not knowing the identity of the Gumaya Tower Hotel Banquet and the role of the banquet. The Gumaya Tower Hotel Banquet relies on the main logo of Gumaya resulting in misperception in the community. The visual brand is an effort to build the identity of the audience's mind about the role and image of the Gumaya Tower Banquet Hotel. What is done to overcome these problems is to design a visual brand that is in accordance with the character and image of the Gumaya Tower Hotel Banquet, with the aim of communicating to the target audience through the right logo and media. This visual brand design is made through effective design using qualitative descriptive methods by collecting data in the form of literature, documentation, and observation. Then the data were analyzed using SWOT analysis and brainstorming group to adjust the vision and mission and the character of the company to

determine the analysis strategy that produces keywords that will later be used as a reference in the design. Then the results are logotype, hospitality, asymmetrical, gold, black, elegant, exclusive, modern, decorative and suave. The media used are lower line media in the form of logos and GSM as the main media and business stationery, brochures, and napkin as supporting media. Through the visual design of this brand, the Gumaya Tower Hotel Banquet can strengthen its identity and minimize misperceptions in the community.

Keywords : *Banquet, Gumaya, Visual Brand*

1. PENDAHULUAN

Semakin kondusifnya iklim bisnis yang ada di Kota Semarang menyebabkan tumbuhnya kawasan perkantoran dan perdagangan dalam upaya regionalisasi dan keperluan tata ruang wilayah berkembang dikawasan bisnis terpadu atau CBD (*central bussiness districk*) di Kota Semarang yang diperuntukkan untuk kawasan ekonomi Terpadu. Hal tersebut mendukung Gumaya Tower Hotel Semarang untuk meningkatkan kualitas serta mempertahankan gelar dimana Gumaya Tower Hotel, *is luxurious five star business hotel built with a vision to provide five star service to the discerning guest*. Gumaya Tower Hotel sendiri berada di wilayah CBD (*central bussiness districk*) itu sendiri. Kemudian membuat Gumaya Tower Hotel Semarang yang merupakan hotel independent menjadi tujuan menginap bagi mereka yang ingin berkeperluan bisnis di kota Semarang. Gumaya Tower Hotel Semarang juga menjadi titik temu bagi mereka yang ingin mengadakan *meeting* hingga acara-acara besar yang diadakan oleh perusahaan maupun pemerintahan dari daerah yang ada di Indonesia jika mengadakan pertemuan di Semarang. Berlokasi di tengah- tengah distrik bisnis sentral Semarang, serta menjadi salah satu gedung tertinggi yang ada di Semarang, Gumaya Tower Hotel juga merupakan hotel bisnis bintang lima yang memiliki konsep desain yang modern serta lebih menekankan pada keagungan & kenyamanan. Factor tersebut membuat Gumaya Tower Hotel harus terus mengembangkan tidak hanya dalam segi pelayanan dan fasilitas yang dimiliki. Namun Gumaya Tower Hotel juga harus memacu *outlet-outlet* yang ada didalamnya. *Outlet* yang ada termasuk kedalam bagian *Food & Beverage* dimana kegiatan operasional hotel yang berkaitan dengan divisi makan dan minum. Diantaranya ialah Banquet yang bertanggung jawab atas operasional atas jalannya suatu acara jamuan, pertemuan serta *event*. Kemudian empat restoran yang ada di Gumaya Tower Hotel yang juga termasuk kedalam *food & beverage*.

Dari kelima outlet yang ada di Gumaya Tower Hotel kelimanya memiliki target dan kelebihan masing masing. Terutama Banquet Gumaya Tower Hotel yang memiliki target market paling besar dari keempat outlet yang lainnya. Karena klien yang dituju adalah klien-klien besar yang biasanya merupakan perorangan hingga *corporate* yang ingin mengadakan meeting ataupun event. Arti banquet sendiri adalah suatu acara yang sudah dipersiapkan atau dipesan dan direncanakan sebelumnya yang melingkupi pelayanan makanan-minuman, ruangan dan kelengkapan peralatan yang dibutuhkan dalam waktu tertentu (Marsum, 2005) . Banquet Gumaya Tower Hotel memiliki peranan yang sangat penting dalam hal pelayanan jasa penyelenggaraan acara yang di adakan oleh Gumaya Tower Hotel. Pelayanan yang diberikan serta ketersediaan peralatan serta kecakapan Banquet Gumaya Tower Hotel dalam keberhasilan suatu acara sangat mempengaruhi citra dari Gumaya Tower Hotel itu sendiri. Karena banquet merupakan wajah dari Gumaya Tower Hotel dalam bidang penyelenggaraan acara yang

di adakan di Gumaya Tower Hotel Pengalaman yang dimiliki dari Banquet dalam menyelenggarakan acara yang melibatkan tamu *VIP* yang berasal dari tokoh tokoh masyarakat yang ada di Indonesia membuat Gumaya Tower Hotel menjadi salah satu tempat yang di cari oleh kalangan atas untuk menyelenggarakan event-event yang akan diselenggarakan di Semarang.

Namun sayangnya Banquet Gumaya Tower Hotel tidak memiliki visual brand sebagai identitas yang seharusnya, mengakibatkan masyarakat tidak mengetahui identitas Banquet Gumaya Tower Hotel serta peranan dari banquet. Tidak seperti keempat outlet Gumaya Tower Hotel yang memiliki identitas dan logonya masing masing Banquet Gumaya Tower Hotel mengandalkan logo utama dari Gumaya sehingga mengakibatkan misperception dimasyarakat. Oleh karena itu diperlukan dibuatnya visual brand, banyaknya klien dan jam terbang yang tinggi dari Banquet hingga diperlukan branding ini guna mempertahankan dan meningkatkan kredibilitas dari branding itu sendiri.

Dari uraian tersebut penulis mengangkat tema “Perancangan Visual Brand Banquet Gumaya Tower Hotel”. Diharapkan dapat memberi dampak positif bagi Banquet Gumaya Tower Hotel dalam mempertahankan dan meningkatkan kredibilitas. Untuk membuat brand yang kuat agar dapat dibedakan dengan banquet yang lain, sehingga dapat menjadi daya tarik konsumen dan akan lebih mudah dipromosikan kepada masyarakat luas. Hal tersebut membuat Banquet Gumaya Tower Hotel perlu menonjolkan kelebihan dan keistimewaannya yang diwujudkan dalam bentuk lambang identitas logo dan *corporate identity*. Sehingga mampu bersaing dan tidak kalah dengan Banquet hotel lainnya. Logo dan *corporate identity* Banquet Gumaya Tower Hotel dirancang sesuai dengan visi misi dan citra perusahaan yang ingin ditampilkan sehingga dihasilkan logo dan *corporate identity* yang modern.

1.1 Tinjauan Pustaka

1. Banquet

Dikutip dari Marsum (2005) Banquet merupakan sebuah usaha yang memiliki tujuan dalam pelayanan perjamuan-perjamuan khusus dalam sebuah acara atau pesta, menggunakan beraneka ragam sistem pelayanan sesuai dengan permintaan tamu dan biasanya tempat acara perjemuan itudisebuah restoran, di lantai-lantai terbuka dan di restoran mewah (Marsum, 2005).

2. Hospitality

Hospitality yang dikutip dari Webster (2000) merupakan sebuah interaksi antara tuan rumah dengan tamu pada saat yang bersamaan sedang mengkonsumsi makanan dan minuman serta akomodasi (Webster, 2000).

3. Desain

Desain merupakan sebuah kata yang memiliki banyak makna. Dalam konteks komunikasi visual, desain sudah termasuk bagian dari tim industri komunikasi. Dalam dunia advertising, surat kabar, publikasi majalah, *public relations*, pemasaran dan yang pasti design juga merupakan salah satu aspek yang berpengaruh dalam membentuk perilaku suatu masyarakat serta perkembangan ekonominya.

Tanpa memerhatikan tugas atau hal-hal yang spesifik, desainer grafis memiliki dua tujuan yang saling berhubungan. Pertama yaitu menyampaikan sebuah pesan ke khalayak. Yang kedua, membuat atau menciptakan desain yang menarik dan menyenangkan yang akan dapat menyempurnakan pesan. Sebagai

seorang komunikator, desainer grafis harus membuat pesan yang jelas untuk disampaikan kepada khalayak. Serta sebagai seniman, seorang desainer grafis juga berkonsentrasi dan memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan estetika. Tercapainya tujuan-tujuan ini bergantung kepada seberapa baik seorang desainer mengerti mengenai media desain serta masalah desain yang telah dibuat. Desainer grafis harus bias mengatur bagian kata, gambar, dan elemen-elemen grafis lain dan mengaturnya ke dalam komunikasi yang menyatu dalam format. (M. Suyanto, 2004:27)

4. Brand

Di kutip dari Rustan (2009) Menurut Wheeler “makna Brand dapat berubah sesuai dengan konteksnya. Terkadang brand merupakan kata benda, kadang sebagai kata kerja. Brand juga kadang sama dengan nama dan pengalaman perusahaan serta harapan konsumen” hal ini menunjukkan bahwa brand itu memiliki banyak makna. Sedangkan yang berkembang di masyarakat brand dianggap sama dengan logo, nama identitas, maupun merek yang hanya berupa fisik semata. Yang seharusnya Branding adalah kegiatan yang bertujuan untuk membangun sebuah brand, maka membuat logo data di pastikan juga termasuk dalam membangun sebuah brand (Rustan, Mendesain Logo, 2009).

5. Logo

Logo merupakan sebuah peningkatan dari logotype istilah logo baru muncul pada tahun 1937 hingga kini istilah logo lebih populer daripada logotype logo bisa menggunakan elemen apa saja dapat berupa tulisan, logo gambar, ilustrasi dan lain-lain. Banyak juga yang mengatakan bahwa logo adalah elemen gambar atau simbol pada identitas visual sehingga mengetahui apa itu logo sebaiknya mengacu pada istilah logotype. (Rustan, Mendesain Logo, 2009)

6. Logotype

Kata logo berasal dari bahasa Yunani yaitu logos yang berarti kata pikiran pembicaraan, akal budi pada awalnya yang lebih dulu populer adalah istilah logotype bukan logo. Pertama kali istilah logotype muncul pada tahun 1810 sampai 1840 pada saat itu diartikan sebagai tulisan nama entitas yang didesain secara khusus dengan menggunakan teknik lettering atau memakai jenis-jenis huruf tertentu. Jadi awalnya logotype merupakan elemen tulisan saja. Pada perkembangannya orang-orang membuatnya semakin unik atau berbeda satu sama lainnya. Mereka mengolah huruf itu dengan menambahkan elemen gambar bagan tulisan dan gambar berbaur jadi satu dan saat itu masih banyak yang menyebutnya dengan istilah logotype

7. Layout

Menurut pendapat Suriyanto Rustan dijelaskan dalam bukunya yang berjudul “Layout Dasar & Penerapannya”, pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tata letak dari elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam sebuah media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang akan dibawanya. Membuat layout adalah salah satu proses/tahapan kerja dalam desain.

8. Logotype

Dikutip Perdana, 2007 Menurut seorang Danton Sihombing tipografi merupakan “bidang ilmu yang mempelajari seluk beluk mengenai huruf, tipografi digunakan untuk menunjang penampilan sebuah pesan agar terlihat menarik sebagai fungsi estetis, karena tipografi juga mempunyai dua fungsi yaitu sebagai

estetis dan fungsi komunikasi, sedangkan sebagai fungsi komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan (informasi) berupa teks dengan jelas dan tepat”

Dalam suatu desain pengaplikasian tipografi harus mengetahui jenis dan karakter dari sebuah tipografi tersebut sehingga sesuai dalam penggunaannya. Penggunaan tipografi yang tepat tentunya pesan yang ingin disampaikan lebih jelas dan dapat tersampaikan dengan baik. Banyaknya bermunculan jenis font membuat seorang desainer harus cermat dalam memilih font yang tepat. Karena bentuk font juga mempengaruhi karakter serta desain yang akan di buat.

2. METODE

Dalam metode pengumpulan data perancangan visual brand banquet Hotel Gumaya Tower Hotel Semarang ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk mendapatkan data dengan keakuratan terkait dengan perancangan ini. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan metode SWOT, dengan menganalisis kelebihan, dan kesempatan serta ancaman dan kelemahan Banquet Gumaya Tower Hotel, dapat menentukan strategi yang tepat sebagai acuan dalam membuat perancangan kemudian melakukan grup brainstorming untuk menyesuaikan visi dan misi serta karakter perusahaan untuk menentukan strategi analisis yang menghasilkan kata kunci yang nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam perancangan. Kemudian didapatkan hasil yaitu logotype, hospitality, asimetris, gold, hitam, elegant, eksklusif, modern, dekoratif dan ramah tamah.

2.1. Metode Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan adalah data verbal dan visual yang berkaitan dan mampu menjelaskan serta melengkapi data yang satu dengan yang lainnya. Data verbal dapat diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan perancangan, sejarah perkembangan Banquet di Indonesia, serta tulisan-tulisan mengenai Banquet Gumaya Tower Hotel itu sendiri. Sedangkan data visual dibutuhkan foto-foto dari Banquet Gumaya, baik gedung, foto aktivitas yang pernah terjadi di Gumaya Tower Hotel serta objek yang ada di dalamnya.

a. Literatur

Melihat koleksi referensi yang berisi informasi yang sekiranya mendukung visual branding untuk Banquet Gumaya Tower Hotel. Dibutuhkan juga data pustaka yang merupakan tulisan-tulisan mengenai Banquet dalam sejarah perkembangan hospitality yang berkembang di Indonesia. Data-data tersebut bisa diperoleh dari buku, majalah dan jurnal. Serta menelusuri internet juga merupakan cara lain yang dapat dilakukan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari data pustaka.

b. Dokumentasi

Melakukan pengambilan gambar yang dapat mendukung perancangan visual branding untuk Banquet Gumaya Tower Hotel seperti, suasana, fasilitas dan lain-lain.

c. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara terjun langsung ke lapangan atau pihak yang terkait dengan perancangan ini dengan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data otentik serta mengetahui keadaan objek yang disurvei secara

rinci. Objek yang akan dikunjungi untuk mengumpulkan data tersebut adalah Banquet Gumaya Tower Hotel yang ada di Gumaya Tower Hotel Semarang dengan tujuan untuk memperkuat data yang diperoleh. Cara ini juga memungkinkan untuk memperoleh data lain yang mungkin selama ini tidak pernah dipublikasikan.

3. PEMBAHASAN

Perancangan Visual Brand Gumaya Tower Hotel memiliki tujuan :

1. Menghasilkan konsep perancangan visual brand Banquet hotel Gumaya Tower Hotel yang sesuai, Dan dengan adanya visual brand diharapkan Banquet Gumaya Tower Hotel dapat menjadi pilihan satu-satunya bagi konsumen yang ingin mengadakan acara dan lain-lain.

3.1. Konsep Kreatif

Strategi yang dilakukan dalam perancangan visual brand Banquet hotel Gumaya Tower Hotel yaitu melalui perancangan logo, karena Banquet Gumaya Tower Hotel belum memiliki logo sebagai identitas yang seharusnya dan mengandalkan logo utama dari Gumaya. Dengan adanya logo yang mewakili identitas di harapkan dapat mewakili image serta citra dari Banquet Gumaya Tower Hotel sebagai banquet yang sudah berpengalaman dan terpercaya dalam menanganin segala macam acara yang di selenggarakan di Gumaya Tower Hotel, dari *wedding, gathering*, hingga *meeting*.

Perancangan visual brand Banquet hotel Gumaya Tower Hotel akan mencakup pembuatan Logo, GSM serta media pendukung. Dan menempatkan logo pada media aplikasi yang akan dibuat, agar dapat membentuk brand image yang dapat dikenal dan diingat oleh masyarakat sebagai identitas dari Banquet Gumaya Tower Hotel. Logo yang dirancang akan menjadi wajah atau identitas dari Banquet Gumaya Tower Hotel. Logo yang dirancang berupa logotype yang sesuai dengan citra dan image dari karakter Banquet Gumaya Tower Hotel.

- a. Warna logo dibuat dengan dua warna utama yaitu *gold* dan hitam. Warna-warna ini juga akan di aplikasikan pada bagian bagian di media pendukung yang dibuat agar sesuai dengan karakter dari logo.
- b. Sedangkan *typeface* atau *font* akan menggunakan dua jenis huruf yaitu *font Galiano* yang sudah dimodifikasi untuk Banquet dan *Century Gothic* untuk logo Gumaya Tower Hotel yang akan disematkan pada logo.

3.2. Aplikasi Desain

Logo yang dirancang berupa logotype yang sesuai dengan citra dan image dari karakter Banquet Gumaya Tower Hotel.



Gambar 1. Tampilan Logo Banquet

Logo ini merupakan logotype dari Banquet Gumaya Tower Hotel. Logotype ini terdiri dari dua jenis font yaitu *font Galiano* yang sudah dimodifikasi untuk penulisan kata Banquet. *Font Galiano* merupakan jenis *font* yang dekoratif dan memiliki banyak makna dimana font dekoratif termasuk *font* yang *elegant*, bersahabat, menarik dan berkesan kreatif. Selain itu bentuk dari logo banquet jika dilihat dari proses titik bekasnya yang membentuk sebuah garis lengkung yang dapat disebut dengan *line of beauty* dari Banquet dapat dilihat dan dirasakan bahwa garis yang membentuk kata Banquet memiliki kesan halus, lembut dan gemulai yang mengesankan sebuah keanggunan. Jenis huruf ini diambil karena jenis huruf dekoratif dianggap memberikan kesan ornamental sehingga mengedepankan aspek estetika atau keindahan. Huruf yang dekoratif juga dapat mewakili kesan dan karakter yang ingin ditampilkan yaitu, keanggunan, keramah tamahan serta *elegant*. Jenis huruf ini juga memberikan kesan yang lebih bersahabat dan hangat. *Font* yang dipilih ialah *font Galiano* sebagai huruf yang diaplikasikan pada *logotype* Banquet. Karena *font Galiano* memiliki tingkat keterbacaan yang cukup jelas untuk sebuah *font* atau jenis huruf yang dekoratif.

Pada proses perancangan logo Banquet Gumaya Tower Hotel, dibutuhkan beberapa data visual sebagai landasan membuat logo. Kemudian data visual yang berupa sketsa dasar tersebut dikumpulkan dan dikembangkan dengan menggunakan teori serta metode yang akan digunakan sebagai pedoman dari pembuatan sketsa demi menghindari ketidaksesuaian karakter yang ingin ditampilkan. Sketsa yang dibuat menggunakan *freehand* yang menjadi dasar dari hasil valuable key atau kunci dasar dari desain perancangan logo dari Banquet Gumaya Tower Hotel

Sedangkan pada logo Gumaya Tower Hotel yang terdapat pada bagian atas dari kata Banquet menggunakan *font Century Gothic*. Dari segi bentuk dan garis *font* dari *Century gothic* sendiri memiliki kesan stabil, tegas, kepercayaan dan juga kekuatan.

Warna logo dibuat dengan dua warna utama yaitu *gold* dan hitam. Warna yang diambil yaitu warna *gold* yang cenderung lebih gelap sedikit kecoklatan dibandingkan warna dari logo Gumaya Tower Hotel. Sedangkan untuk logotype Gumaya Tower Hotel yang akan disematkan akan berwarna hitam. Warna *gold* diambil karena memiliki makna kesuksesan, kemewahan serta kemakmuran serta

memberikan kesan eksklusif dan *elegant* tetapi juga terkesan ramah tamah. Sedangkan warna Hitam dipilih karena warna hitam dapat memberi kesan tegas, kuat, solid dan menyiratkan kesan yang modern dan eksklusif.

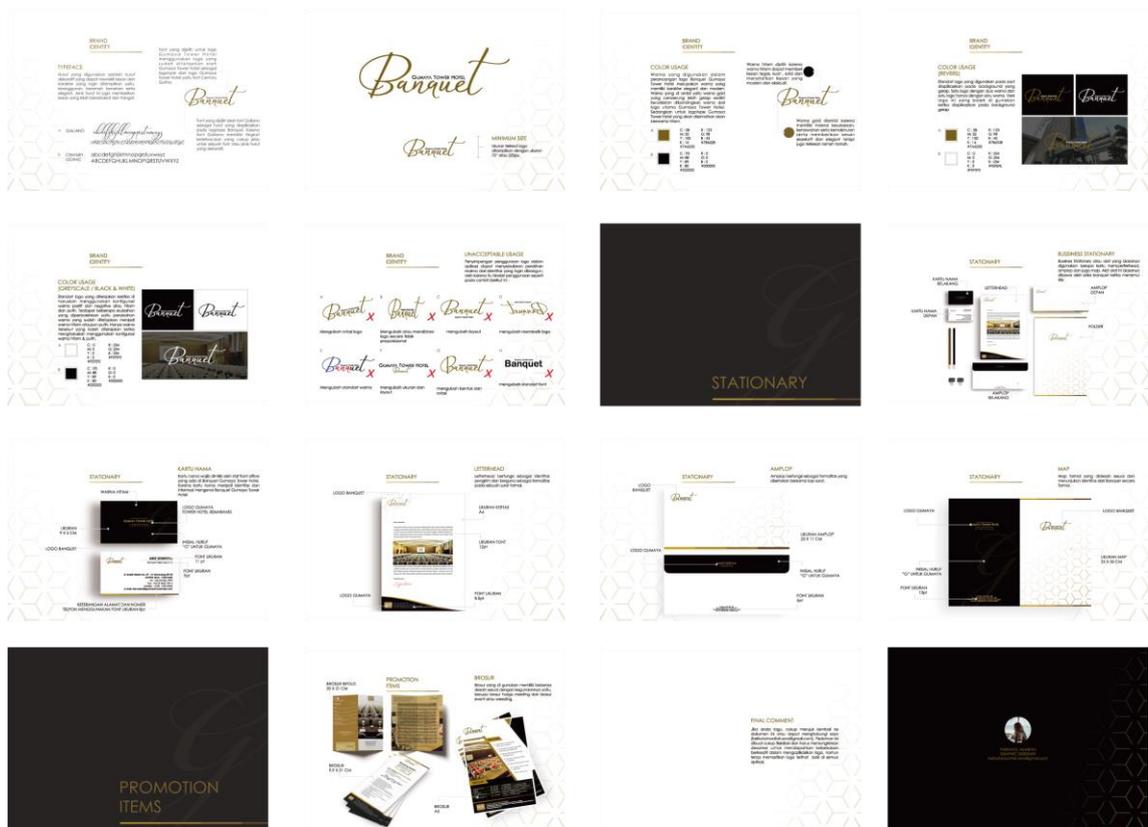
Sedangkan panduan tata letak atau layout digunakan model grid logo sebagai garis bantu atau pedoman yang secara teknis dapat menjadi patokan pada saat proses perancangan dari logo. Dalam upaya mempertahankan ketepatan letak dan bentuk dari logo serta menghindari ketidaksesuaian bentuk maupun ukuran dari logo yang sudah ditetapkan. Serta bentuk logotype akan disusun secara asimetris dimana “Gumaya Tower Hotel” disusun diatas “Banquet” tepat dibagian atas huruf “n” sampai “e”.

Sehingga dapat diambil makna bahwa logo Banquet Gumaya Tower Hotel merefleksikan pelayanan dan kualitas yang baik dari segi pengalamannya sebagai Banquet yang berkelas bintang lima.

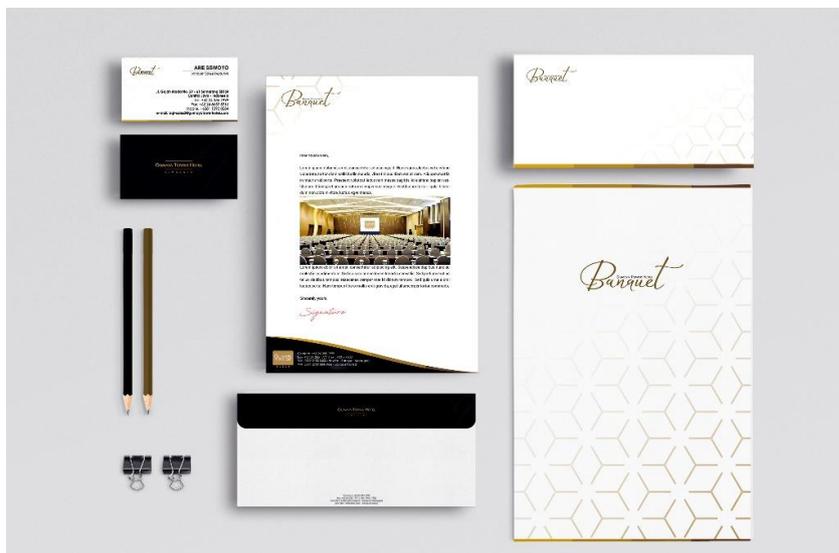
Media Utama yang dirancang pada perancangan visual brand Banquet Gumaya Tower Hotel berupa GSM (Graphic Standard Manual) Sebagai konsep media utama yang diangkat dan disesuaikan dengan standart GSM yang sudah baku dan sesuai konsep. GSM atau Graphic Standart Manual dibuat dengan tujuan memudahkan vendor yang akan mengaplikasikan logo Banquet Gumaya Tower Hotel. Serta menjaga ketepatan ukuran dan konsistensinya terjaga dengan baik.



Gambar 2.Graphic Standad Manual



Gambar 4. Graphic Standard Manual



Gambar 3. Bussines Stationary

Perancangan visual brand Banquet hotel Gumaya Tower Hotel juga mencakup pengaplikasian logo pada media pendukung dan menempatkan logo pada media pendukung yang akan dibuat, agar dapat membentuk brand image

yang dapat dikenal dan diingat oleh masyarakat sebagai identitas dari Banquet Gumaya Tower Hotel. Media pendukung tersebut meliputi sebagai berikut yaitu berupa kartu nama, brosur, kop surat, amplop, map dan serbet.

kemudahan untuk media promosi menggunakan brosur, Banquet Gumaya Tower Hotel memiliki tiga design brosur dengan fungsi yang berbeda beda.



Gambar 7. Brosur Bifold



Gambar 6. Brosur Onefold



Gambar 5. Brosur Pricelist



Gambar 8. Napkin

2. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil tugas akhir yang telah dilakukan penulis pada Banquet Gumaya Tower Hotel di Semarang yang terkait dengan visual brand dari Banquet Gumaya Tower Hotel sebagai berikut, desain logo Banquet Gumaya Tower Hotel sudah sesuai dengan karakter dari perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis SWOT dan brainstorming yang sudah dijabarkan. Serta desain pada aplikasi media sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh Banquet Gumaya Tower Hotel. Kemudian desain logo saat ini sudah dapat dikatakan sebagai kriteria logo yang baik sesuai dengan Banquet Gumaya Tower Hotel.

Secara umum dalam perancangan ini memerlukan strategi kreatif yang memperhatikan ketelitian dalam membangun identitas yang dapat diterima target konsumen dengan baik. Perancangan visual brand ini nantinya akan menjadi identitas visual sehingga harus sesuai dengan karakter dari Banquet Gumaya Tower Hotel. Dengan adanya rancangan desain layout yang memiliki konsep yang eksklusif, elegant dan modern yang menjadi ciri khas dari Gumaya Tower Hotel dapat digunakan secara konsisten pada media pendukung.

3. SARAN

Dari perancangan visual brand Banquet Gumaya Tower Hotel yang telah dilakukan didapatkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam perancangan visual brand Banquet Gumaya Tower Hotel akan lebih baik lagi jika didukung dengan design packaging, karena akan memperkuat visualisasi dan maksud dari visual brand yang dilakukan.
2. Untuk selanjutnya diharapkan jika ada yang mengangkat judul yang hamir sama dapat memperhatikan dalam penentuan konsep, dengan cara melakukan survey, pencarian data internal dan eksternal harus lengkap dan jelas.

3. Dalam proses pembuatan logo disarankan desainer sebaiknya melengkapi variable yang dibutuhkan ketika melakukan proses kreasi dalam visual brand sehingga dapat memunculkan ide yang lebih kreatif dan variatif.

4. UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan pada kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini diajukan sebagai syarat untuk memenuhi syarat untuk menjadi Sarjana Design pada Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro. Tugas Akhir ini ditulis untuk berperan sebagai materi awal untuk menyusun Tugas Akhir nantinya. Judul yang penulis ajukan adalah Perancangan Visual Brand Banquet Gumaya Tower Hotel. Turut penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas kemudahan dan kelancaran yang telah diberikan selama perkuliahan dan perancangan tugas akhir.
2. Prof. Dr. Ir. Edi Noersasongko, M. Kom., selaku Rektor Universitas Dian Nuswantoro.
3. Bapak Isya Ansari dan Ibu Nada Zulfa selaku kedua orangtua penulis yang selalu memberi kasih aying, semangat serta dukungan dan doa demi kelancaran perkuliahan.
4. Bapak Dr. Drs. Abdul Syukur M.M, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer.
5. Ibu Ir. Siti Hadiati Nugraini, M. Kom., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Bapak Abi Senopprabowo, S.Sn, M.Ds selaku dosen pembimbing mata kuliah tugas akhir yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya.
7. Bapak Dimas Irawan Ihya' Ulumuddin, S.Sn, M.Kom selaku dosen pembimbing mata kuliah tugas akhir yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya.
8. Bapak Kristya Nugraha selaku penyelia di Gumaya Tower Hotel telah membimbing penulis dan memberi pengarahan dalam melakukan pekerjaan dan dalam penyelesaian tugas akhir ini dengan sebaik – baiknya.
9. Ibu Berty Ika selaku direktur dari sales & marketing dan seluruh tim sales & marketing di Gumaya Tower Hotel yang telah memberi dukungan dan dispensasi waktu dalam bekerja.
10. Dan seluruh kerabat penulis khususnya Dio, Dina, Ike, Alif, Dilla dan Keke yang telah memberikan dukungan moril, serta seluruh pihak yang terkait yang Namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang berguna untuk perbaikan Tugas Akhir ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, D. (1995). *Tata Graha Hotel*. Jakarta: Rasindo Gramedia.
- Anisya, i. w. (2017). Perancangan Visual Brand. In *Perancangan Visual Brand Agerman Fashion and Accessories*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Bambang, S. (2011). *Hospitality*. Yogyakarta : ANDI.
- De Chernatony, L., & Mc. Donald., M. (1998). *Creating Powerful Brands In Consumer, Service & Industrial Markets, 2nd Edition*. England.
- Debriand, D. p. (2017). Perancangan Visual Brand. In *Perancangan Visual Brand Scooterun di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Gumaya Tower Hotel*. (n.d.). Retrieved from Gumaya Tower Hotel: www.gumayatowerhotel.com
- Gumaya Tower Hotel*. (n.d.). Retrieved from gumayatowerhotel.com: [www.Instagram.com/gumayatowerhotel/](https://www.instagram.com/gumayatowerhotel/)
- Hershberger, M. (1999). *A Christian view of hospitality: Expecting surprises*. Herald Press.
- Hotel Ciputra Semarang*. (2019, 2 4). Retrieved from Swiss Bell Hotel: <https://www.swiss-belhotel.com/id-id/hotel-ciputra-semarang/location>
- Keller, K. L. (2002). *Building, Measuring, And Managing Brand Equity 2nd Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- kotak kuning, s. (2019, maret 26). *fontbundles.net*. Retrieved from Sarodime-Romantic Calligraphy font: <https://fontbundles.net/kotak-kuning-studio/226186-sarodime-romantic-calligraphy-font>
- kotler, p. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kustrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. yogyakarta: Andi.
- Landa, R. (2006). *Designing Brand Experiences*. New York: Thomson Delmar Learning.
- Marsum, H. (2005). *Banquet Table Manners dan Napkin Folding*. Yogyakarta: ANDI.
- Mill, R. (1990). *Tourism: the international business*. Prentice-Hall International, Inc.
- Munifah, F. (2018). *Dokumentasi*. Semarang: Gumaya Tower Hotel.

Randal, G. (2000). *Branding – A Practical Guide to Planning Your Strategy, 2nd Edition*. England.

Rustan, S. (2009). *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, S. (2017). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sihombing, D. (2003). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Webster, K. (2000). *Environmental management in the hospitality industry: a guide for students and managers*. Cengage Learning EMEA

