

PERANCANGAN LOGO & *CORPORATE IDENTITY* HOTEL GOWIN BALI

¹Rosella Julita, ²P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn, ³Hen Dian Yudani, S.T
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra
Wonorejo 4 /No. 25 , Surabaya
Email: rosellajulita@gmail.com

Abstrak

Logo dan *corporate identity* merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam membangun identitas atau citra sebuah perusahaan yang dapat menentukan bagaimana nasib suatu perusahaan, baik dalam hal citranya di mata masyarakat maupun berkembang tidaknya suatu perusahaan.

Melihat betapa pentingnya peranan logo dan *corporate identity*, maka hotel Gowin yang akan segera membuka usaha dalam bidang perhotelan tentu juga memerlukannya. Berlokasi di wilayah Bali yang penuh dengan persaingan ketat dalam bidang bisnis pariwisata, membuat hotel Gowin perlu menonjolkan keistimewaannya yang dapat diwujudkan dalam bentuk lambang identitas logo dan *corporate identity*, sehingga mampu bersaing dan tidak kalah bersaing dengan hotel-hotel lainnya. Logo dan *corporate identity* hotel Gowin dirancang sesuai dengan visi misi dan citra perusahaan yang ingin ditampilkan sehingga dihasilkan logo dan *corporate identity* yang modern namun tetap tidak meninggalkan ciri khas tradisional khas Bali.

Kata kunci: Logo, *Corporate Identity*, Hotel, Bali.

Abstract

Title: *Design of The Logo & Corporate Identity Hotel Gowin Bali*

Logo and corporate identity is one of the crucial factors in establishing the identity or image of a company that could determine the fate of a company, both in terms of its image in the eyes of society and the growing failure of a company.

As for how important the role of logos and corporate identity, the hotel Gowin which will soon open a business in the hospitality industry would also require it. Bali is located in an area filled with tough competition in the field of tourism business, make hotel Gowin needs to highlight the merits that can be realized in the form of logos and corporate identity, so it can compete with other hotels. Logo and corporate identity Gowin hotel designed in accordance with the vision and mission of the company image you want to display to produce a logo and corporate identity is modern but still did not leave the typical traditional Balinese.

Keywords: Logo, *Corporate Identity*, Hotel, Bali.

Pendahuluan

Gambaran Mengenai Perusahaan

Di kawasan Asia bahkan di dunia, Indonesia merupakan salah satu negara yang cukup terkenal sebagai tempat tujuan wisata mancanegara yang paling banyak dikunjungi. Wilayah yang paling populer sebagai tempat tujuan wisata di Indonesia, yaitu Pulau Bali.

Pulau Bali merupakan sebuah pulau kecil yang dikenal dengan sebutan Pulau Dewata. Pulau Bali sangat terkenal akan pemandangan alam dan lautnya yang indah serta keramahan penduduk yang mayoritas beragama Hindu dan sangat menjunjung tinggi

budayanya. Faktor-faktor tersebut menyebabkan banyak turis berdatangan baik dari dalam maupun luar negeri untuk berwisata menikmati keindahan Pulau Bali.

Melihat peluang banyaknya turis yang berkunjung di Pulau Bali, maka banyak investor yang memanfaatkannya dengan membangun berbagai macam sarana pariwisata. Salah satu dari investor tersebut adalah Bapak Hendrik Gunawan yang telah menanam bisnis dalam bidang pariwisata penginapan berupa hotel. Hotel tersebut bernama hotel Gowin.

Hotel Gowin adalah sebuah hotel kecil berbintang 2 (dua) yang terletak di Jalan Dewi Sartika No. 3X, Bali. Hotel ini terletak di kawasan yang sangat

strategis, yaitu di wilayah Kuta dan dekat dengan *airport/* bandara. Untuk menuju ke lokasi hotel Gowin, hanya dibutuhkan waktu perjalanan sekitar 5 menit dengan menggunakan kendaraan darat atau sekitar 15 menit dengan berjalan kaki dari Bandara Internasional Ngurah Rai. Selain itu, untuk menuju pusat perbelanjaan dan makanan pun tak perlu membutuhkan waktu yang lama, hanya butuh waktu sekitar 10 menit dengan berjalan kaki maka kita sudah bisa sampai di pusat keramaian kota, seperti Discovery Mall, Waterboom, *restaurant-restaurant*, dll.

Nama “Gowin” berasal dari kata “Go” yang merupakan nama marga dari keluarga Bapak Hendrik. Hotel ini bisa disebut juga dengan sebutan *Town House* yang merupakan sebutan bagi hotel dengan kapasitas kecil di Bali.



Gambar 1. Pembangunan hotel Gowin



Gambar 2. Pembangunan hotel Gowin

Saat ini, hotel berlantai 3 dengan kapasitas sekitar kurang lebih sekitar 30 kamar ini, masih dalam tahap proses pembangunan. Hotel ini ditargetkan akan selesai dibangun sekitar bulan Agustus-September 2013 mendatang.

Pembangunan hotel Gowin di latar belakang dengan

keinginan pemilik, yaitu Bapak Hendrik Gunawan untuk memberikan tanggung jawab pekerjaan kepada salah satu anaknya yang telah lulus dari Perguruan Tinggi Manajemen Perhotelan. Pemilihan jenis hotel Gowin dilihat berdasarkan *trend* yang saat ini sedang *booming* yaitu hotel dengan kapasitas kecil yang berharga terjangkau.

Konsep desain arsitektur dan interior hotel Gowin, yaitu modern dan minimalis. Konsep modern dan minimalis dipilih karena merupakan konsep desain yang cukup banyak diminati oleh masyarakat saat ini, terutama oleh kalangan muda/ remaja. Walaupun menganut gaya minimalis dan modern, akan tetapi hotel Gowin tetap menonjolkan sisi budaya tradisional Bali yang khas.

Untuk interior hotel, minimalis disini berarti tidak menggunakan terlalu banyak perabotan karena Bapak Hendrik ingin agar hotelnya terkesan bersih dan teratur. Perabotan- perabotan ruangan akan terbuat dari bahan kayu yang berwarna coklat tua. Dekorasi ruangan sebagian besar akan didominasi oleh warna merah. Lalu, supaya ruangan terlihat variatif, maka dekorasi akan memanfaatkan tata cahaya lampu, yaitu dengan penggunaan berbagai macam lampu dan tata pencahayaan yang beragam.

Sebagian dinding tembok hotel akan menggunakan batu bata. Batu bata dipilih untuk diterapkan dalam desain hotel karena sesuai dengan khas rumah adat masyarakat Bali. Lalu, terdapat pula pilar-pilar bangunan yang terbuat dari batu palimanan dengan dekoratif ukiran-ukiran tradisional.



Gambar 3. Desain 3D bangunan hotel Gowin



Gambar 4. Desain 3D interior hotel Gowin

Hotel Gowin menawarkan penginapan kamar dengan berbagai fasilitas yang cukup memadai jika dibandingkan dengan hotel-hotel lain sekelasnya dan di-budget dengan harga yang terjangkau. Fasilitas-fasilitas kamar yang diperoleh, yaitu seperti AC, TV kabel, telepon, *room service*, *free wifi*, *breakfast*, *laundry service*, *toiletries additional*, *minibar*, dan sebagainya. Selain itu, terdapat pula beberapa fasilitas eksklusif lain yang biasanya dapat diperoleh di hotel mewah, seperti *spa/massage*, *fitness corner*, *shuttle bus*, *bicycle rental*, *restaurant and bar* yang dibuka untuk umum, dan sebagainya.

Hotel Gowin mengoperasikan 2 jenis kamar hotel, dengan kapasitas seluruhnya yang berjumlah kurang lebih sekitar 30 kamar. Kamar terdiri dalam 2 jenis, yaitu *standart room* dengan jumlah sekitar 25 kamar dan *suite room* dengan jumlah kurang lebih sekitar 5 kamar.

Berdasarkan faktor klasifikasi hotel, maka dapat disimpulkan bahwa hotel Gowin termasuk ke dalam jenis *Recreational Hotel* jika dilihat berdasarkan faktor tujuan pemakainya selama menginap dan *Tourist Hotel* jika dilihat berdasarkan faktor jenis tamu yang menginap. Hal tersebut dikarenakan target utama dari hotel Gowin adalah turis domestik yang sedang berlibur di Bali.

Strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk memperkenalkan hotel Gowin adalah melalui strategi *word of mouth*. Strategi ini merupakan salah satu strategi promosi yang paling efisien dan efektif, karena tidak membutuhkan biaya dan sangat mudah. Selain itu, sistem pemasaran juga akan dilakukan lewat *travel agent* dan jaringan internet, yaitu melalui situs- situs penginapan *online* dengan wilayah pemasaran di seluruh Indonesia, terutama di Pulau Jawa.

Yang menjadi *target audience* dari hotel Gowin yaitu turis yang berasal dari dalam negri/ turis domestik. Dan target marketnya, yaitu masyarakat umum yang berada di wilayah kepulauan Jawa seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan sebagainya dengan rentan usia antara 20-35 tahun dari kelas sosial golongan menengah.

Di wilayah sekitar Kuta, banyak sekali hotel yang berdiri dan dapat menjadi pesaing dari hotel Gowin. Pesaing utama/ primer dari hotel Gowin, yaitu Bali Segara Hotel dan The Tusita Hotel.

Bali Segara Hotel dipilih menjadi pesaing utama karena letaknya yang tepat berada di seberang hotel Gowin, memiliki kelas / bintang yang sama, memiliki fasilitas yang cukup memadai yang mampu menyaingi hotel Gowin.



Gambar 5. Pesaing Primer – Bali Segara Hotel

Lalu, The Tusita Hotel dipilih karena memiliki tema hotel yang cukup unik/ menarik dan memiliki fasilitas yang cukup memadai. Selain itu, terdapat kompetitor sekunder dari hotel Gowin yang merupakan hotel-hotel yang memiliki fasilitas cukup dan harga yang terjangkau, seperti Hotel Bagus Hayden, Hotel S8, Tune Hotels, Everyday Smart Hotel, dll.



Gambar 6. Pesaing Primer – The Tusita Hotel

Harapan atau visi yang ingin dicapai oleh hotel adalah selain untuk memperoleh keuntungan, yaitu agar dapat menjadi salah satu hotel terbaik yang menjadi pilihan utama tempat penginapan para turis ketika berlibur di Bali. Dengan misi awal, yaitu menyediakan fasilitas dan pelayanan terbaik demi kepuasan para tamu, memprioritaskan kebutuhan dan kenyamanan para tamu dan menjadikan hotel Gowin sebagai hotel tujuan para turis ketika berlibur di Bali dengan harga yang terjangkau.

Karena hotel Gowin masih baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas, maka dari itu hotel ini memerlukan sebuah logo dan *corporate identity* yang sesuai dengan visi misinya, menonjol dan menarik sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk dapat memilih hotel Gowin sebagai tempat tujuan penginapan utama ketika berlibur di Bali dan agar tidak kalah bersaing dengan hotel-hotel lainnya, melihat banyaknya hotel-hotel yang berdiri di wilayah Kuta.

Logo adalah penyingkatan dari *logotype*. Istilah logo baru muncul pada tahun 1937 dan sekarang istilah ini lebih populer dibandingkan dengan *logotype*.

Logo berasal dari bahasa Yunani "*logos*" yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Logo dapat juga disebut dengan merek dagang, merek atau tanda. Logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual.

Corporate identity adalah sebuah pernyataan visual dari peraturan dan fungsi perusahaan yang digunakan untuk menyampaikan pesan tujuan/ visi perusahaan dalam satu set nilai. Dari sinilah, kemudian logo bersama dengan elemen-elemen desain diaplikasikan di seluruh benda, mulai dari peralatan tulis sampai ke produk dan telah menjadi sebuah kesatuan desain yang berkesinambungan (Rivers 11).

Brand jika dilihat dari sudut pandang dalam berbagai bidang, dipandang sebagai: bisnis dan keuangan, *marketing, advertising, sales, promotion, public relation*, komunikasi, desain grafis, semiotika, psikologi, statistik, antropologi, sosiologi, dan lain-lain. Karena itu, makna *brand* menjadi sangatlah luas. *Brand* seringkali dianggap sama dengan logo, merek atau nama entitas oleh masyarakat. Semuanya bersifat fisik semata. Padahal sebenarnya *brand* lebih merupakan rangkuman pengalaman dan asosiasi terhadap sebuah entitas, jadi jauh lebih dalam dari sekedar fisik saja. *Brand* mencakup keseluruhannya, baik yang fisik, nonfisik, pengalaman dan asosiasi.

Positioning adalah image atau citra yang terbentuk di benak seorang konsumen dari sebuah nama perusahaan atau produk. *Positioning* adalah bagaimana sebuah produk dimata konsumen yang membedakannya dengan produk pesaing. Inilah alasan kenapa konsumen memilih produk suatu perusahaan bukan produk pesaing.

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) merupakan analisis dari kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari suatu perusahaan atau organisasi serta peluang dan ancaman di lingkungan eksternalnya. Perusahaan atau organisasi harus membuat analisis SWOT dengan menekankan kepada kekuatannya untuk menutupi atau mengalahkan kelemahannya dan menggunakan peluang-peluang yang terlihat dari analisis tersebut, untuk menutupi segala ancaman yang ada di lingkungan eksternalnya.

Pengertian hotel menurut *Hotel Proprietors Act, 1956*, adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus (dalam Sulastiyono 5).

Wisatawan ialah orang yang memasuki wilayah tertentu dengan tujuan apapun asal bukan untuk tinggal menetap atau melakukan usaha yang teratur, dan mengeluarkan uangnya di tempat yang dikunjungi serta tidak memperoleh uang dari tempat tersebut.

Mc. Intosh dan Goeldner, 1984 mendefinisikan pariwisata sebagai sekumpulan fenomena dan hubungan yang tumbuh dari interaksi antara para wisatawan (para pelancong), para pengusaha dengan pemerintah dan masyarakat tuan rumah. Interaksi itu terjadi dalam suatu proses dimana pemerintah dan masyarakat tuan rumah berusaha untuk mempengaruhi para wisatawan dan pengunjung lainnya tersebut untuk singgah di tempat/ daerah atau negara yang mereka kunjungi.

Metode Penelitian

Dalam melaksanakan perancangan ini, pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer menjadi landasan utama di dalam proses perancangan untuk dapat menjawab rumusan masalah yang ada. Sumber dan jenis data primer ini adalah melalui wawancara dan observasi. Wawancara adalah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dimana di dalam proses perancangan ini wawancara akan dilakukan dengan pemilik dan arsitek bangunan dari hotel Gowin. Wawancara dilakukan secara lisan untuk dapat memperoleh informasi mengenai latar belakang keinginan untuk membangun hotel di Bali, visi dan misi perusahaan, konsep pembangunan hotel, dan sebagainya.

Observasi merupakan kegiatan mengamati menggunakan pancaindera untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk dapat menjawab masalah penelitian. Wilayah observasi akan dilakukan di wilayah Surabaya dan Bali.

Data sekunder adalah data pelengkap yang berfungsi untuk melengkapi data primer yang telah diperoleh. Yaitu melalui, media cetak (koran, buku, dsb), internet dan dokumentasi.

Pencarian data dilakukan melalui media cetak, untuk memperoleh informasi mengenai landasan-landasan teoritis, definisi, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan hotel Gowin. Pencarian data juga dilakukan melalui media internet sebagai pelengkap informasi-informasi yang tidak ditemukan di media cetak. Dan data dokumentasi, yaitu berupa foto-foto hotel Gowin dan para pesaingnya di lokasi.

Metode analisa data yang digunakan adalah metode analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Thread*) dan USP (*Unique Selling Proportion*). Metode analisa SWOT digunakan dengan cara menganalisa data yang telah diperoleh berdasarkan kelebihan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang diperoleh hotel Gowin. Analisa ini sangat diperlukan untuk dapat mengukur seberapa besar kemampuan hotel Gowin jika dibandingkan dengan kompetitor yang lainnya. Selain itu, hasil dari analisa SWOT tersebut dapat berguna di dalam proses perancangan ini untuk dapat menentukan konsep/desain yang tepat dalam memecahkan masalah. Selain itu digunakan pula metode analisa USP (*Unique Selling Proportion*), yang digunakan dengan cara *positioning*, yaitu memposisikan produk di tahta tertinggi/ benak konsumen dengan menonjolkan suatu karakter yang kuat dan menjadi nilai plus jika dibanding dengan produk-produk pesaing yang tak terhitung banyaknya. Maka dari itu keunikan dari produk harus ditonjolkan sehingga dapat menarik *target audience*.

Pembahasan



Gambar 7. Hasil desain *final* logo hotel Gowin

Alternatif logo hotel Gowin diatas terpilih sebagai alternatif terbaik, karena desain logo yang simpel, simbolik, serta luwes sesuai dengan konsep yang ingin ditonjolkan dalam perancangan ini, yaitu modern tradisional.

Logotype menggunakan jenis huruf yang telah dikembangkan dari jenis huruf kuno, yaitu Roman SD. Kaki/sirip pada huruf serif Roman dihilangkan menjadi huruf sans serif, dengan tujuan supaya logo tidak terkesan terlalu kaku/ formal dan luwes menyatu dengan bentuk *logogram*. Huruf Roman memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya sehingga menimbulkan kesan klasik, anggun, lemah, gemulai dan feminin.

Selain itu penggunaan jenis huruf serif Adobe Garamond Pro pada kata hotel, menimbulkan kesan profesional, modern, terpercaya, kontemporer dan efisien.

Logogram terdiri dari *image* bunga dalam batik bali yang terbentuk dengan tarikan garis yang sederhana

dan minimalis. Bunga tersebut merupakan wujud asli dari bentuk bunga kamboja yang erat kaitannya dengan gadis Bali yang anggun, lembut dan tradisional. Sehingga secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa, selain modern logo ini juga mampu menampilkan kesan tradisionalnya.

Yang terakhir adalah penggunaan warna merah tua dan abu-abu pada logo. Merah tua merupakan warna aristokrat yang memberi kesan anggun, mewah dan klasik. Selain itu, warna merah memiliki arti keberanian, semangat, membahana, kebahagiaan, optimisme, dinamis, dan sebagainya. Merah adalah warna yang kuat dan mampu mencuri perhatian kita pertama kali.

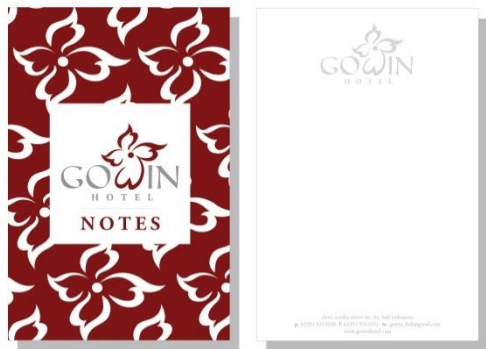
Warna abu-abu merupakan warna alam yang netral dan memiliki arti stabil, serius, bisa diandalkan. Komposisi warna yang seimbang antara merah dan abu-abu memungkinkan warna merah pada logogram lebih menonjol dan menarik perhatian orang yang melihatnya.

Logo ini akan diaplikasikan pada berbagai media *corporate identity*, seperti *stationery* (kop surat, *notes*, kartu nama, amplop, *stofmap*), *merchandise* (topi, kaos, mug, gantungan kunci, pin, kalender meja, *shopping bag*, *postcard*), papan nama (kantor pelayanan, *staff*), peralatan kantor (bolpoin, stempel, *nametag staff*, jam dinding, *room keychain*, *room keycard*), seragam (*receptionist*, *room service*, *food & beverage*, *spa & massage*), kendaraan (*shuttle bus*), elemen eksterior (*signage* arah, *signage* hotel), elemen interior (*signage* ruangan, *room door sign*, *room number sign*), *packaging* (*toiletries*), media iklan (koran, brosur), media interaktif (*website*), *company profile* (*booklet*), GSM (*Graphic Standart Manual*), poster tugas akhir, poster konsep tugas akhir, katalog pameran tugas akhir dan buku sketsa tugas akhir.

Stationery



Gambar 8. Aplikasi desain kop surat



Gambar 9. Aplikasi desain kop surat



Gambar 10. Aplikasi desain kartu nama



Gambar 11. Aplikasi desain amplop



Gambar 12. Aplikasi desain stofmap

Merchandise



Gambar 13. Aplikasi desain topi



Gambar 14. Aplikasi desain kaos



Gambar 15. Aplikasi desain mug



Gambar 16. Aplikasi desain gantungan kunci



Gambar 17. Aplikasi desain pin



Gambar 18. Aplikasi desain kalender meja



Gambar 19. Aplikasi desain shopping bag



Gambar 20. Aplikasi desain post card

Papan Nama



Gambar 21. Aplikasi desain kantor pelayanan



Gambar 22. Aplikasi desain staff

Peralatan Kantor



Gambar 23. Aplikasi desain bolpoin



Gambar 24. Aplikasi desain stempel



Gambar 25. Aplikasi desain nametag staff



Gambar 26. Aplikasi desain jam dinding



Gambar 27. Aplikasi desain *room keychain*



Gambar 31. Aplikasi desain *food & beverage*



Gambar 28. Aplikasi desain *room keycard*



Gambar 32. Aplikasi desain *spa & massage*

Seragam



Gambar 29. Aplikasi desain *receptionist*

Kendaraan



Gambar 33. Aplikasi desain *shuttle bus*



Gambar 30. Aplikasi desain *room service*

Elemen Eksterior



Gambar 34. Aplikasi desain *signage arah*



Gambar 35. Aplikasi desain signage hotel

Elemen Interior



Gambar 36. Aplikasi desain signage ruangan



Gambar 37. Aplikasi desain room door sign



Gambar 38. Aplikasi desain room number sign

Packaging

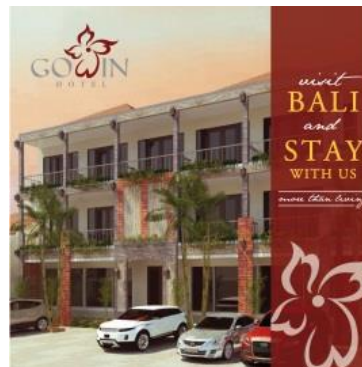


Gambar 39. Aplikasi desain toiletries

Media Iklan

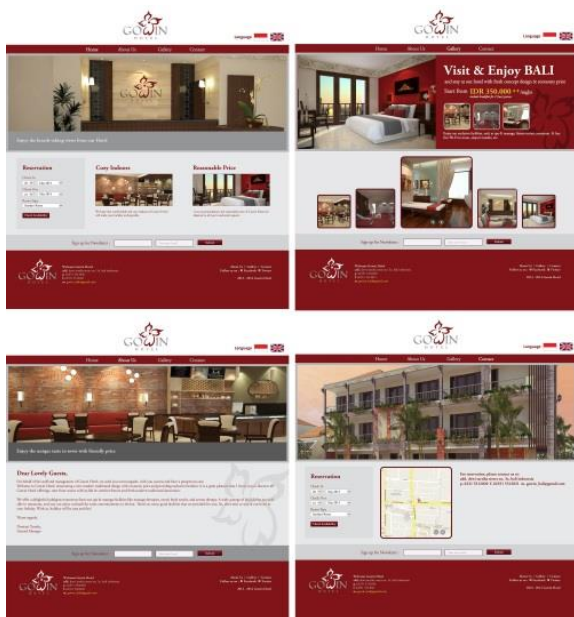


Gambar 40. Aplikasi desain iklan koran



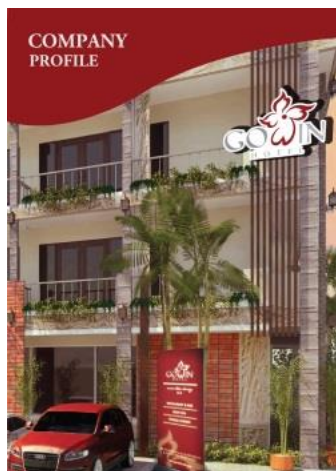
Gambar 41. Aplikasi desain brosur (leaflet)

Media Interaktif



Gambar 42. Aplikasi desain website

Company Profile



Gambar 43. Aplikasi desain company profile GSM (Graphic Standart Manual)



Gambar 44. Aplikasi desain GSM (Graphic Standart Manual)

Poster Tugas Akhir



Gambar 45. Aplikasi desain poster tugas akhir

Poster Konsep Tugas Akhir



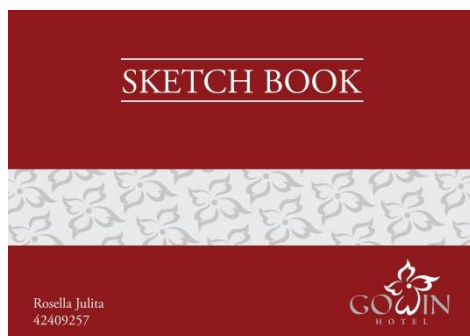
Gambar 46. Aplikasi desain poster konsep tugas akhir

Katalog Pameran Tugas Akhir



Gambar 47. Aplikasi desain katalog pameran tugas akhir

Buku Sketsa Tugas Akhir



Gambar 48. Aplikasi desain buku sketsa tugas akhir

Kesimpulan

Logo dan *corporate identity* merupakan suatu elemen yang wajib dimiliki oleh suatu perusahaan karena logo dan *corporate identity* memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan citra diri dan identitas suatu perusahaan yang ingin disampaikan dibenak masyarakat. Dengan logo dan *corporate identity* yang baik dan tepat maka dapat menimbulkan dampak positif kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Hotel Gowin adalah sebuah hotel kecil berbintang 2 (dua) yang sangat memprioritaskan kebutuhan dan kenyamanan konsumennya yang sarat dengan kehidupan modern dan serba praktis. Hal itu diwujudkan melalui penyediaan fasilitas hotel yang cukup eksklusif di kelasnya. Melihat banyak sekali pesaing yang berdiri di sekitar wilayah hotel, kondisi hotel yang masih baru dan belum dikenal oleh masyarakat luas, hotel ini tentunya memerlukan sebuah lambang identitas untuk menampilkan citranya di mata masyarakat dan pembeda jika dibandingkan dengan hotel-hotel lainnya.

Melihat permasalahan tersebut, maka saya selaku sebagai mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual, berkeinginan untuk dapat membantu memecahkan permasalahan, yaitu melalui perancangan desain logo dan *corporate identity* yang tepat agar hotel ini dapat memiliki *image* yang baik dan tepat sesuai dengan visi misinya di mata masyarakat sehingga mampu bersaing dengan hotel-hotel lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing utama, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk mengarahkan penulis dalam membuat desain dalam tugas akhir ini.

2. Bapak Hen Dian Yudani, S.T., selaku dosen pembimbing kedua, yang juga telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk mengarahkan penulis dalam membuat desain dalam tugas akhir ini.

3. Ani Wijayanti Suhartono, S.Sn., M.Med.Kom. selaku sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.

4. Cons. Tri Handoko, S.Sn., M.Hum. selaku sebagai Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Kristen Petra.

5. Bapak Hendrik Gunawan, selaku pemilik hotel Gowin yang telah mengizinkan penulis menjadikan hotelnya sebagai tema tugas akhir ini.

6. Bapak Ir. Bezaliel Tihias Dibyono, selaku sebagai arsitek hotel Gowin yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab berbagai pertanyaan dalam wawancara dan memberikan gambar-gambar hotel sebagai pendukung dalam tugas akhir ini.

7. Orang tua dan saudara tercinta yang selalu mendukung secara moril dan material dari awal hingga akhir.

8. Teman-teman dari kelompok bimbingan tugas akhir, yang selalu mendukung dan membantu dari awal hingga akhir sehingga tugas akhir penulis dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

9. Semua pihak yang telah memberi bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Daftar Pustaka

Apple Bookshop. *Brand Vision 2007*. Hongkong: A&J International Printing And Publishing: 2007.

Badan Pusat Statistik. Badan Pusat Statistik. 2012. Diakses 13 Februari 2013 dari <<http://www.bps.go.id>>

Carter. David E. *Branding: The Power of Market Identity*. New York: Hearst Book International, 1999.

Darmawan, Indra. "Elemen Estetis Pembentuk Logo". 2008. Diakses 23 Maret 2013 dari <http://ricisan.files.wordpress.com/2009/12/elemen-estetis-pembentuk-logo.pdf>

Kusrianto, Adi. *Panduan Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006.

Letterhead & Logo Design. Page One Publishing Private Limited: Singapore, 2005.

Lip, Evelyn. *The Design & Feng Shui of Logos*, Singapore: Prentice Hall, 1995.

Murphy, John and Michael Rowe. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: North Light Book, 1998.

Murphy, John and Michael Rowe. "Belajar Dekave Dua". 2006. Diakses 14 Maret 2013 dari <http://belajardekavedua.blogspot.com/2006/05/tentang-logo.html>

Moncy Art. Revy Ali Alrahsyad. 2012. Diakses 13 Februari 2012 dari <http://moncy-art.blogspot.com/2012/12/pengertian-logo.html>

Newark, Quentin. *What Is Graphic Design*. Switzerland: RotoVision SA, 2002.

Rivers, Charlotte. *Identify*. Switzerland: Rotovision SA, 2003.

Rustan, Suriyanto. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Sulastiyono, Agus. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: CV Alfabeta, 2011.

Wildbur, Peter. *International Trademark Design*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1982.