

# Perancangan Ulang Media Promosi Villa Aman D'sini Berlokasi di Sentul Bogor

Aubert Gonardi<sup>1</sup>, Anny Valentina<sup>2</sup>, Siti Nurannisaa<sup>3</sup>

<sup>1 2 3</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara Jakarta  
[aubert.625160053@stu.untar.ac.id](mailto:aubert.625160053@stu.untar.ac.id), [annyv@fsrd.untar.ac.id](mailto:annyv@fsrd.untar.ac.id), [sitip@fsrd.untar.ac.id](mailto:sitip@fsrd.untar.ac.id)

*Semakin padatnya kawasan Puncak Bogor Jawa barat membuat pemerintah setempat berinisiatif mengembangkan kawasan lainnya yakni kawasan Sentul kabupaten Bogor dan sudah terealisasi sejak awal tahun 2019. Perkembangan penginapan dan destinasi wisata yang meningkat membuat kawasan Sentul semakin diminati wisatawan. Akan tetapi, banyaknya penginapan yang masih kurang terjamah dikarenakan minimnya media promosi yang dilakukan khususnya untuk villa aman d'sini yang sebenarnya memiliki potensi dan keunggulan dibanding penginapan lainnya. Oleh karena itu, dibutuhkan rancangan ulang media promosi terhadap villa aman d'sini dengan menggunakan pendekatan emosional dengan menunjukkan suatu keputusan yang tepat serta keuntungan saat hendak menginap di villa aman d'sini.*

**Kata kunci:** Media Promosi; Sentul; Villa Aman D'sini: Penginapan.

## I. PENDAHULUAN

Pada era modern sekarang ini bisnis dibidang pariwisata dan perhotelan di Indonesia sudah sangat berkembang. Berdasarkan data dari *World Travel and Tourism Council 2019* Indonesia menempati urutan kedua untuk kinerja pertumbuhan pariwisata terbesar di dunia. Sekarang ini masyarakat atau wisatawan akan memilih pariwisata yang tak melibatkan banyak orang, salah satunya adalah *trend staycation* (Kompas.com , 2020). *Staycation* dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan menikmati dan menghabiskan waktu liburan bersama pasangan ataupun keluarga dengan menginap di akomodasi seperti hotel, villa, atau *resort* (phinemo.com). Puncak adalah

suatu desitnasi wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik yang berasal dari kawasan Jabodetabek.

Akibatnya, daerah kawasan Puncak menjadi terlalu padat akibat pengunjung yang sangat membludak, Pemerintah setempat berencana mengembangkan kawasan lain guna dijadikan penginapan dan destinasi wisata yang masih asri dan paling dekat dengan wilayah Jabodetabek tersebar di wilayah kota Sentul, Kabupaten Bogor. Pemerintah Kabupaten Bogor menargetkan kunjungan wisata pada kota Sentul sebanyak 7,5 juta wisatawan. Dan realisasinya tercatat mencapai 7,6 juta wisatawan datang ke Sentul, Kabupaten Bogor pada tahun 2018 (travel.tempo.co, 2019).

Banyaknya penginapan yang berpotensi untuk berkembang tetapi masih kurang terjamah keberadaannya dikarenakan media promosi yang kurang maksimal khususnya terhadap villa aman d'sini. Villa Aman D'sini merupakan suatu objek wisata di kawasan sentul yang memadukan konsep antara penginapan villa/*resort*, restoran dengan spot foto alami bernuansa rata dengan pegunungan sekitar. Penginapan yang terletak di Bojong Koneng, Kec. Babakan Madang, Bogor, Jawa Barat ini adalah salah satu alternatif destinasi untuk pergi menginap ataupun sekedar berkunjung. Pemandangan yang indah yang dimiliki villa aman d'sini sangat dapat menarik masyarakat untuk berwisata atau hanya sekedar *staycation* di Villa Aman D'sini. Pada era modern ini penggunaan media promosi berbasis online baik sosial media, website, dll sangat dilirik oleh masyarakat saat ini ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)). villa aman d'sini dirasa sangat kurang dalam pengembangan media promosi, baik didalam Instagram yang terbengkalai ataupun iklan media online serta media cetak Villa Aman D'sini yang berujung tidak adanya informasi secara detail dan tampilan visual yang kurang menarik, (Ipah,2020). Seperti halnya untuk penginapan sekarang ini banyak masyarakat yang tertarik akan suatu destinasi yang akan di kunjungi dari

berbagai jejaring sosial menurut hasil survei (Agustus,2020).

Agar dapat lebih berkembang dan dikenal oleh masyarakat yang lebih luas membutuhkan peranan dari media promosi yang lebih efektif dengan memaksimalkan media promosi yang sudah ada ataupun yang belum ada seperti, media *Instagram*, *website* resmi maupun iklan poster lainnya yang tersebar di berbagai media sosial termasuk *Facebook*. Dengan adanya uraian fenomena dan permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa diperlukannya rancangan ulang media promosi terhadap villa aman d'sini yang bertujuan untuk memperkenalkan lebih jauh salah satu penginapan yang sangat berpotensi agar menjadi pilihan yang tepat untuk pergi berwisata guna merefresh pikiran dan raga sejenak dari padatnya aktivitas sehari-hari dan terhindar dari hiruk pikuk suasana perkotaan.

## II. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *mixed-method*, yaitu dengan menggunakan survei, observasi, studi pustaka, dan wawancara sebagai cara metode pengumpulan data dari target *audience* maupun *client* itu sendiri. Survei dilakukan dengan mengajukan pertanyaan singkat yang berhubungan dengan

permasalahan dengan Teknik random sampling melalui internet.

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung letak dan kondisi serta situasi saat berada di villa aman d'sini. Studi Pustaka dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi melalui jurnal, buku, dan media online yang dapat mendukung teori dan analisa mengenai villa aman d'sini sentul bogor. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan melalui tanya jawab kepada pihak yang bersangkutan dengan klien dan target *audiens* untuk menjawab kebiasaan pandangan dan sikap serta permasalahan yang terkait.

Target *audiens* yang menjadi target wawancara yang dimaksud adalah masyarakat DKI Jakarta yang berusia diatas 17 tahun, pria dan wanita, SES B-A. Target audiens merupakan seseorang yang membutuhkan waktu liburan ataupun menenangkan pikiran sejenak dari padatnya aktifitas sehari-hari ataupun sekedar bersantai ataupun mengobrol dengan orang-orang terdekat sambil menikmati pemandangan.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dibangun pada tahun 2012 menjadi salah satu villa pribadi di kawasan Sentul, Bogor. Pemilik villa pribadi tersebut

mendapatkan masukan dan saran dari beberapa teman beliau untuk mengubah villa pribadi tersebut menjadi villa yang dapat disewakan bagi banyak orang dan dibuka untuk umum. Villa Aman D'sini mulai disewakan dan dibuka untuk umum pada tahun 2017 dengan nama villa aman d'sini dikarenakan lokasi villa yang aman dan sunyi juga tidak terlalu dekat dengan kawasan perkotaan Sentul yang mulai padat. Villa Aman D'sini mengalami renovasi dan perbaikan pada sejumlah struktur bangunan dan fasilitas sebanyak 2 kali dan masih sangat terawat dan juga bersih hingga saat ini. Villa Aman D'sini dikelola secara pribadi oleh pemiliknya yang bernama Abdul Shaykhur Rahman dan tidak bergantung kepada management manapun. Villa Aman Disini yang terletak di Sentul Selatan ini hanya ditempuh dengan waktu 1 jam saja dari Jakarta, dibangun diatas lahan seluas 11.000 m<sup>2</sup> dengan pemandangan keindahan pegunungan Gunung Pancar, Gunung Salak, air terjun Bidadari dan city light Kota Bogor hingga Jakarta. Villa ini terdiri dari 4 macam kamar tidur yang terdiri dari 3 kamar standard dan 1 kamar suite. Villa Aman D'sini juga memiliki lapangan rumput seluas 1.500 m<sup>2</sup> yang dapat digunakan untuk aktivitas outdoor seperti *team building, gathering, outbond* ataupun *birthday* dan *wedding party*.

Villa Aman D'sini memiliki 2 tipe kamar, 1 *private meeting room*, 1 *private restaurant room* dan lahan *outdoor* yang disediakan dengan rincian sebagai berikut :

1) *Regular room* Rp 2,5 Juta/malam.

\*Harga sudah termasuk *breakfast* untuk 3 orang.

2) *Suite room* Rp 5 Juta/malam.

\*Harga sudah termasuk *breakfast* untuk 6 orang.

3) Sewa seluruh villa Rp 20 Juta/malam.

\*Harga sudah termasuk *breakfast* untuk 20 orang (resto ditutup untuk umum).

4) Sewa area restoran Rp 10 Juta/hari.

\*Harga sudah termasuk *coffee break* untuk 50 orang (resto ditutup untuk umum).

5) Sewa untuk pesta Rp 45 Juta/hari.

\*Harga sudah termasuk 3 kamar regular, 1 kamar *suite*, & ijin lingkungan (pernikahan & ulang tahun).

6) Sewa untuk *Shooting* Rp 35 Juta/hari.

7) *Photo Session* Rp 2,5 Juta/hari.

\*Harga sudah termasuk makan siang untuk 3 orang (*Prewed/commercial photography*)

8) *Private Room* untuk *meeting* Rp 3,5 Juta/8 jam.

\*Harga sudah termasuk *coffee break* untuk 15 orang

9) *ate Room* untuk makan Rp 1 Juta/3 jam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan manager Villa Aman D'sini Sentul Bogor, dapat disimpulkan analisis S.W.O.T sebagai berikut:

- *Strenght* : Villa Aman D'sini merupakan semi-private villa yang dapat disewakan seutuhnya dengan mengutamakan keamanan dan kenyamanan.

- *Weakness* : Promosi yang dilakukan oleh Villa Aman D'sini sangat kurang ataupun tidak ada , baik dalam *online travel agent*, media sosial maupun *website*, sehingga kurangnya pengetahuan wisatawan akan adanya Villa Aman itu sendiri dan keunggulan dibandingkan dengan penginapan lainnya.

- *Opportunity* : Memiliki lokasi dengan pemandangan pegunungan nan sejuk yang paling dekat dengan Ibu Kota Jakarta, tepatnya dikawasan Sentul, yang sedang difokuskan pemerintah setempat setelah padatnya kawasan puncak bogor.

- *Threat* : Bidang pariwisata yang belum kunjung memiliki titik terang di masa pandemic.

Analisis khalayak sasaran dalam perancangan yang akan diteliti, yaitu: laki-laki dan perempuan yang berusia diatas 17

tahun dan berdomisili di sekitar Ibu Kota Jakarta, yang memiliki kelas sosial menengah ke atas dan membutuhkan tempat dan waktu untuk merefresh pikiran dan raga sejenak.

Berdasarkan dari hasil data dan wawancara yang telah di dikumpulkan, analisis pesaing yang dilihat berdasarkan letak geografisnya adalah sebagai berikut:

#### 1. Edensor Hills

Edensor Hills merupakan Villa dan Resort dengan fasilitas sekelas hotel berbintang. Terletak di desa Bojong Koneng, Sentul, Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Edensor

Hills memaksimalkan kunjungan anda dengan *mansion* yang nyaman bernuansa arsitektur *country* pedesaan Eropa, didesain secara khusus untuk membuat anda merasa benar-benar seperti berada di pedesaan Edensor.

#### 2. Villa Sawah

Villa Sawah Hotel and Resort Ciawi Bogor. Villa Sawah merupakan hotel dan villa mewah dengan pelayanan dan fasilitas hotel berbintang 3. Menampilkan pemandangan sawah yang indah dengan udara pegunungan yang segar, juga banyak fasilitas untuk dinikmati di tempat.

#### 3. Villa Rosomulyo Sentul

Villa Rosomulyo adalah salah satu resort villa di Sentul dengan nuansa etnic Jawa yang sangat terasa, perpaduan ciri khas budaya Jawa lengkap dengan fasilitas untuk acara keluarga maupun rombongan.

Dari penelitian yang telah dilakukan, insight yang penulis dapat adalah Khalayak sasaran merasa dirinya membutuhkan bahkan wajib memiliki waktu dan tempat untuk melepas penat ataupun sekedar bersantai sejenak dari padatnya aktivitas sehari hari dan terhindar dari hiruk pikuk ibukota Jakarta tetapi dengan jarak yang tidak terlalu jauh dikarenakan waktu yang terbatas.

Cara penyampaian media promosi dari villa aman d'sini adalah melalui gambaran secara langsung mengenai fasilitas dan keunggulan yang dimiliki villa aman d'sini yang dapat memberikan keuntungan saat menginap di tempat tersebut serta Menjadikan penggunaan fasilitas adalah keputusan dan solusi yang tepat saat hendak beristirahat dari padatnya aktivitas sehari-hari yang membosankan ataupun sekedar menghindar dari hiruk pikuk suasana perkotaan.

*Big Idea* yang ditentukan sebagai dasar dari media promosi ini adalah: AMAN. AMAN yang diartikan adalah dari beberapa kata sebagai berikut yaitu *Amenities, Mind,*

*Appeasement* dan *Nature. Amenities* yang berartikan kenyamanan yang didapat ketika bersantai di villa aman d'sini, *Mind* yang berartikan mereleksasikan pikiran sejenak ketika berada di villa aman d'sini, *Appeasement* yang berartikan ketenangan dari sebuah tempat yang disediakan oleh villa aman d'sini serta *nature* yang berartikan alam pegunungan Indonesia yang sejuk nan indah yang ditawarkan dari villa aman d'sini.

Penulis mengambil 4 gambaran yang paling penting dan istimewa dari Villa Aman d'sini sebagai *key visual* dari semua media yang akan dibuat. Untuk menyampaikan rancangan media promosi tersebut, maka dibutuhkan media yang efektif sehingga kampanye dapat sampai ke target audiens dengan baik. Media yang digunakan adalah:

1. Key Visual



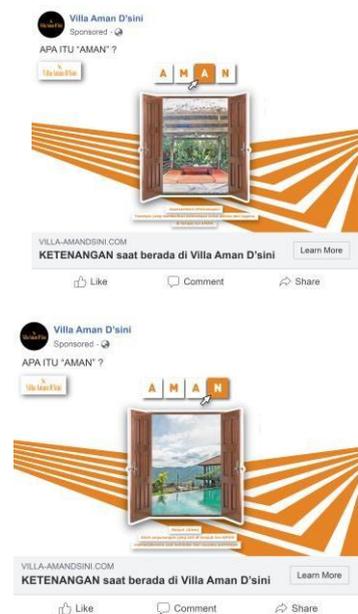
Gambar 1. Key visual  
Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

2. Instagram ads ( aware )



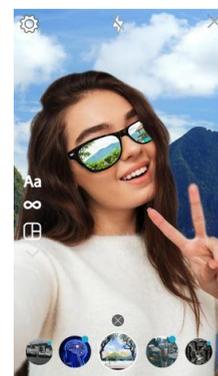
Gambar 2. Instagram ads, Aware  
Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

3. Facebook ads ( aware )



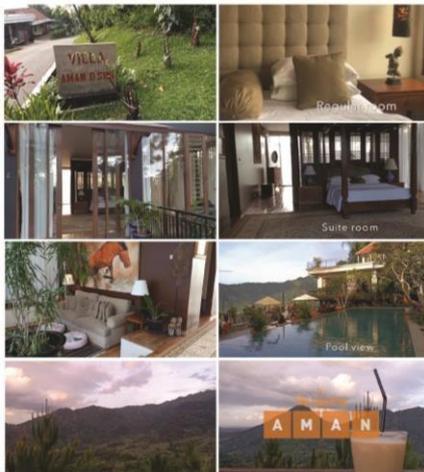
Gambar 3. Facebook ads, Aware  
Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

4. Instagram Filter ( appeal )



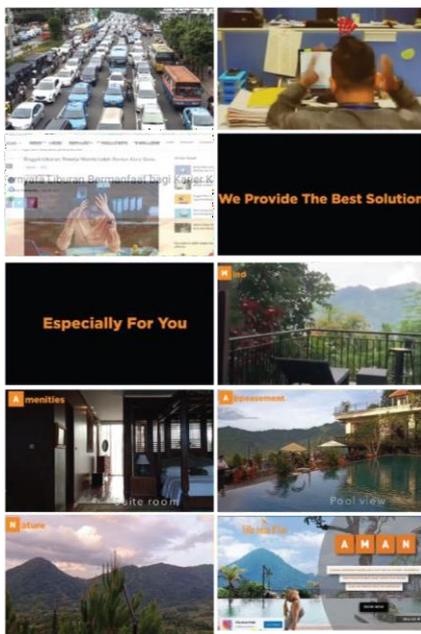
Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

### 5. Instagram TV ( appeal )



Gambar 5. Storyboard Instagram TV, Appeal  
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

### 6. Youtube Ads ( appeal )



Gambar 6. Storyboard Youtube Ads, Appeal  
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

### 7. Microsite ( ask )



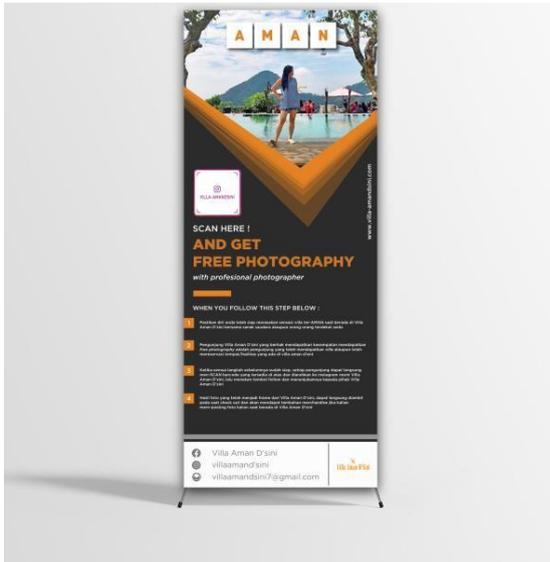
Gambar 7. Microsite, Ask  
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

### 8. Instagram Account ( ask )



Gambar 8. Microsite, Ask  
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

9. Barcode Photography ( act )



Gambar 9. Barcode Photography, Act  
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

11. Merchandise ( advocate )



Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

10. Instagram Feed ( advocate )



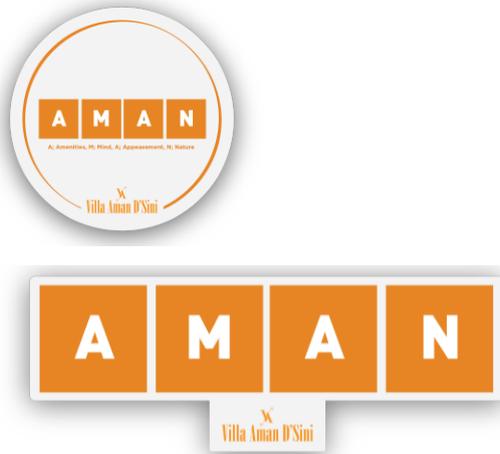
Gambar 10. Instagram Feed, Advocate  
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

12. Kaos



Gambar 12. Mercendise Pakaian, Advocate  
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2020

### 13. Sticker



Gambar 13. Merchandise Stiker, Advocate

## IV. SIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, pengumpulan dan analisis data serta pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu villa aman d'sini memiliki potensi untuk dapat lebih dikenal di masyarakat dengan keunggulan yang dimiliki villa aman d'sini dan beberapa keuntungan yang didapatkan khalayak sasaran ketika hendak menginap atau sekedar berkunjung kesana untuk beristirahat dan sekedar bersantai saat menghindari padatnya aktivitas sehari-hari dan suasana hiruk pikuk perkotaan. Maka dari itu, villa aman d'sini membutuhkan beberapa perbaharuan pengenalan dan rancangan ulang terhadap media promosi yang dipakai.

Proses perancangan ulang media promosi villa aman d'sini dilakukan dengan cara

merancang beberapa iklan dan gambaran di berbagai fitur yang terdapat di berbagai aplikasi jejaring media sosial yang baru untuk membangun citra yang sesuai dengan karakteristik villa aman d'sini serta membuat sesuatu yang dapat dibagikan dan diperkenalkan ke khalayak sasaran lainnya mengenai villa aman d'sini.

## V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada ibu Sarivah Lativa mengenai data dan koordinasi yang dilakukan selaku manager villa aman d'sini serta menjadi narasumber dalam perancangan media promosi mengenai villa aman d'sini Sentul bogor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto. (2001). *Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. PT. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Blech, G. E. (2003). *Advertising & Promotion, An Intergrated Marketun Communication Prespective*. New York: McGraw Hill.

Dameria, Anne. (2007). *Color Basic Panduan Dasar Warna untuk Desainer & Industri*

- Grafika*. Jakarta: Link and Match Graphic.
- International Design School. (2015). *Arti Fotografi Menurut Para Ahli*. Diambil dari <https://idseducation.com/articles/fotografi-menurut-para-ahli/>
- Komala L. (2009). *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa*. Jakarta: Erlangga
- Moriarty, Sandra., Mitchell, Nancy., Wells, William. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana.
- Rustan, Suriyanto. (2011). *Huruf Font Tipografi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Communication Campaign. Dalam C. R. Berger & S.H. Chaffe (Eds.), Handbook of Communication Science*, New Burry Park; Sage.
- Safanayong, Yongky. (2009). *Desain komunikasi visual Terpadu*. Jakarta: ARTE INTERMEDIA.
- West, Richard., Turner, Lynn H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi :Analisis dan Aplikasi. Edisi ke 3*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Phinemo. (2020, 8 6). *Staycation sebagai kegiatan liburan bersama pasangan ataupun keluarga dengan menginap di akomodasi seperti hotel, villa, atau resort*. Retrieved from phinemo.id: [www.tumpi.id](http://www.tumpi.id)
- Tempo, t. (2019, 7 12). *Kabupaten Bogor menargetkan kunjungan wisata*. Retrieved from travel tempo: [www.traveltempo.co.id](http://www.traveltempo.co.id)
- Rogers, E. M., & Storey J. D. (1987).