

BAB II

COMPANY PROFILE DAN PERENCANAAN KARYA BIDANG

Bab ini menjelaskan gambaran umum klien serta perencanaan awal karya bidang dalam program komunikasi pemasaran. Fokus pembahasan meliputi profil ARTOTEL Gajahmada Semarang sebagai hotel dengan konsep art dan lifestyle serta 11/12 Rooftop Bar sebagai unit bisnis food and beverage yang mendukung layanan hotel. Uraian dalam bab ini mencakup sejarah singkat, media sosial, serta filosofi logo ARTOTEL dan 11/12 Rooftop Bar. Penyajian company profile ini bertujuan menjelaskan karakter perusahaan, positioning merek, serta nilai yang ditawarkan dalam satu ekosistem bisnis yang terintegrasi.

2.1 Company Profile

ARTOTEL Gajahmada Semarang merupakan hotel dengan konsep art dan lifestyle yang berlokasi di Jalan Gajahmada No. 101, Semarang. Posisi hotel yang berada di pusat kota dan dekat dengan area bisnis, hiburan, serta destinasi wisata seperti Simpang Lima menjadikannya strategis bagi wisatawan maupun pelaku perjalanan bisnis. Keunggulan lokasi ini memberikan nilai tambah dalam meningkatkan daya tarik hotel di tengah persaingan industri perhotelan di Kota Semarang.

Hotel ini mulai beroperasi pada tahun 2019 sebagai bagian dari jaringan ARTOTEL Group, sebuah perusahaan hospitality asal Indonesia yang mengintegrasikan seni kontemporer ke dalam konsep perhotelan. ARTOTEL Group dikenal dengan pendekatan yang menggabungkan unsur seni, desain, dan gaya hidup urban dalam pengalaman menginap. Konsep tersebut menempatkan ARTOTEL sebagai lifestyle hotel yang tidak hanya menyediakan fasilitas akomodasi, tetapi juga menawarkan pengalaman estetis dan kreatif bagi para tamu.

Secara arsitektural, bangunan hotel dirancang oleh Andra Matin dengan pendekatan minimalis modern yang didominasi warna hitam, abu-abu, dan biru

aquatik. Elemen desain tersebut dipadukan dengan karya seni dari seniman lokal untuk memperkuat identitas visual hotel. Salah satu elemen yang menjadi ciri khas adalah mural karya Eko Nugroho yang mempertegas karakter artistik ARTOTEL Gajahmada Semarang.

Hotel ini terdiri atas 12 lantai dengan total 80 kamar yang terbagi dalam tiga tipe, yaitu Studio 25, Studio 30, dan Studio 55. Setiap kamar dirancang secara fungsional dengan sentuhan artistik yang selaras dengan konsep hotel. Fasilitas yang tersedia meliputi layanan kamar, art space, restoran Fat Elephant yang beroperasi selama 24 jam dengan menu lokal dan internasional, serta 11/12 Rooftop Bar sebagai fasilitas unggulan di lantai teratas.

Identitas visual ARTOTEL menggunakan tipografi modern yang sederhana dan minimalis. Konsistensi antara logo, desain interior, serta elemen komunikasi visual lainnya memperkuat citra merek sebagai hotel berbasis seni dan gaya hidup. Keselarasan ini menjadi bagian dari strategi positioning perusahaan dalam industri hospitality.

11/12 Rooftop Bar merupakan unit bisnis food and beverage yang berada di puncak gedung ARTOTEL Gajahmada Semarang. Konsep yang dihadirkan adalah rooftop bar dengan panorama 360 derajat Kota Semarang yang menjadi keunggulan kompetitif. Nama “11/12” merepresentasikan dua elemen yang tampak serupa namun memiliki perbedaan, yang diwujudkan melalui perpaduan suasana santai dan eksklusif dalam satu ruang.

Sejak diperkenalkan pada tahun 2021, 11/12 Rooftop Bar berkontribusi dalam memperluas fungsi hotel sebagai destinasi hiburan dan lifestyle. Produk yang ditawarkan mencakup cocktail, mocktail, serta berbagai menu makanan ringan seperti pizza. Selain itu, area ini juga dimanfaatkan sebagai lokasi penyelenggaraan berbagai acara, seperti live music, pertunjukan seni, dan kegiatan komunitas. Kehadiran musisi nasional seperti Tulus pada awal operasional turut memperkuat citra 11/12 sebagai ruang hiburan yang kreatif dan representatif.

Dalam aspek digital, Instagram melalui akun @sebelasduabelassemarang menjadi media komunikasi utama. Konten yang dipublikasikan menampilkan suasana tempat, informasi acara, serta pengalaman pengunjung. Secara keseluruhan, 11/12 Rooftop Bar memiliki peran penting dalam memperluas nilai dan fungsi merek ARTOTEL. Integrasi antara hotel dan rooftop bar membentuk sinergi bisnis yang saling mendukung serta memperkuat positioning ARTOTEL sebagai destinasi hospitality yang berorientasi pada lifestyle dan pengalaman.

2.2 Produk atau Layanan yang menjadi objek Program

2.2.1 11/12 Rooftop Bar

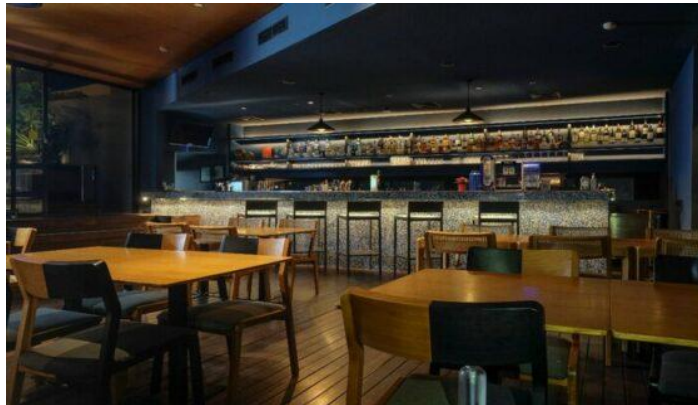
11/12 Rooftop Bar merupakan unit usaha di bidang food and beverage (F&B) yang berfokus pada penyediaan makanan dan minuman sebagai layanan utama. Produk yang ditawarkan terbagi menjadi dua kategori, yaitu food dan beverage.

Pada kategori makanan, menu yang disediakan mencakup snack dan main course yang mendukung aktivitas bersosialisasi. Snack yang ditawarkan berupa finger food dan sharing menu seperti kentang goreng, chicken wings, dan nachos, sedangkan hidangan utama meliputi menu lokal dan internasional seperti nasi goreng dan pasta yang disesuaikan dengan selera konsumen urban.

Sementara itu, pada kategori minuman, tersedia pilihan non-alkohol seperti mocktail, jus, dan kopi, serta minuman alkohol seperti cocktail, bir, dan spirit. Produk minuman, terutama cocktail dan mocktail, menjadi daya tarik karena tidak hanya sebagai konsumsi, tetapi juga bagian dari pengalaman dan gaya hidup.

Selain itu, 11/12 Rooftop Bar juga menawarkan nilai tambah berupa suasana rooftop dengan pemandangan Kota Semarang serta hiburan seperti live music dan DJ yang memperkuat pengalaman konsumen.

Dalam program ini, fokus utama terletak pada produk food and beverage dengan tujuan meningkatkan penjualan melalui strategi komunikasi pemasaran, sekaligus memperkuat positioning sebagai destinasi hiburan berbasis pengalaman di Kota Semarang.



Gambar 2.1 11/12 Rooftop Bar

2.3 Stakeholder Internal dan Eksternal

2.3.1 Stakeholder Internal

A. Manajemen dan Tim Operasional

Tim Manajemen dan Operasional 11/12 Rooftop Bar Artotel Semarang, Meliputi Public Information & Communication, Emergency Controller, Log Keeper, Assets Document & Administration Control, Floor Warden, Fire Fighter Team, Search & Rescue Squad, Security Controller.

2.3.2 Stakeholder Eksternal

2.3.2.1 Sponsorship & Media Partner

- Sponsorship yang tergabung di dalam event “Korokke Halloween Night” adalah Vibe, Ababa Fresh dan Spider. Serta Media Partner yaitu Iswara Semarang
- Sponsorship pada event “After Track” adalah Tatto Chan, Sate Taichan. Serta Media Partner yaitu Alaskaa Co
- Sponsorship pada event “Sunset Rooftop Yoga” adalah Momnjo, Heavenly Blush dan Bebi Ibu

2.3.2.2 Komunitas

Dalam event After Track berkolaborasi dengan komunitas Keenan Society dan komunitas mobil bernama “Obsessed”

2.3.2.3 Masyarakat Umum

Individu yang berpartisipasi dalam kegiatan “Korokke Halloween Night”, “After Track”, “Sunset Rooftop Yoga” dan Promo Buy 1 get 1 dan KTM 10%,