

BAB II

COMPANY PROFILE DAN PERENCANAAN KARYA BIDANG

Bab ini menjelaskan gambaran umum klien serta perencanaan awal karya bidang yang dilakukan dalam program komunikasi pemasaran. Pembahasan difokuskan pada profil ARTOTEL Gajahmada Semarang sebagai hotel berkonsep art dan lifestyle, serta 11/12 Rooftop Bar sebagai unit bisnis food and beverage yang menjadi bagian dari pengembangan layanan hotel. Pada bab ini juga dijelaskan secara detail mengenai sejarah, media sosial serta filosofi logo dari Artotel dan 11/12 Rooftop Bar. Melalui company profile ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang jelas mengenai karakter, positioning, serta nilai yang ditawarkan oleh ARTOTEL Gajahmada Semarang dan 11/12 Rooftop Bar sebagai bagian dari ekosistem bisnis yang saling terintegrasi.

2.1 Company Profile

ARTOTEL Gajahmada Semarang merupakan hotel berkonsep art dan lifestyle yang berlokasi di Jalan Gajahmada No. 101, Semarang. Hotel ini berada di pusat kota, dekat dengan kawasan bisnis, hiburan, dan destinasi wisata utama seperti Simpang Lima. Posisi ini memperkuat daya tarik hotel sebagai akomodasi bagi wisatawan dan pelaku bisnis.

Hotel ini mulai beroperasi sekitar tahun 2019 sebagai bagian dari jaringan ARTOTEL Group, sebuah brand hospitality Indonesia yang mengusung konsep seni kontemporer dalam industri perhotelan. ARTOTEL Group sendiri dikenal sebagai operator hotel yang mengintegrasikan seni, desain, dan gaya hidup urban ke dalam pengalaman menginap. Pendekatan ini menempatkan ARTOTEL pada positioning sebagai lifestyle hotel, bukan sekadar penyedia akomodasi.

Secara arsitektur, ARTOTEL Gajahmada Semarang dirancang oleh arsitek ternama Andra Matin. Desain bangunan mengusung gaya minimalis modern dengan dominasi warna hitam, abu-abu, dan biru aquatik. Konsep ini dipadukan

dengan elemen seni visual dari seniman lokal. Salah satu karya yang menonjol adalah mural dari Eko Nugroho yang menjadi identitas visual hotel.

Hotel ini memiliki 12 lantai dengan total 80 kamar yang terbagi ke dalam tiga tipe utama, yaitu Studio 25, Studio 30, dan Studio 55. Setiap kamar dirancang dengan pendekatan artistik dan fungsional. Dari sisi fasilitas, ARTOTEL Gajahmada Semarang menyediakan layanan utama berupa kamar hotel, art space, serta 11/12 Rooftop Bar. Restoran utama bernama Fat Elephant beroperasi selama 24 jam dan menyajikan menu lokal serta internasional.

Logo ARTOTEL menggunakan tipografi sederhana dengan pendekatan modern minimalis. Identitas visual ini selaras dengan konsep desain hotel yang clean dan artistik. Konsistensi antara logo, interior, dan komunikasi visual memperkuat brand image secara keseluruhan.

11/12 Rooftop Bar merupakan unit bisnis food and beverage yang berada di lantai teratas ARTOTEL Gajahmada Semarang. Konsep utama yang diusung adalah rooftop bar dengan pemandangan 360 derajat kota Semarang. Keunggulan ini menjadi nilai diferensiasi utama dibandingkan kompetitor di kota yang sama. Nama “11/12” memiliki makna filosofis yang merujuk pada dua hal yang terlihat serupa tetapi tetap memiliki perbedaan. Konsep ini diterjemahkan ke dalam pengalaman yang ditawarkan, yaitu kombinasi antara suasana santai dan premium dalam satu ruang yang sama. (Diana, 2021)

11/12 Rooftop Bar mulai dikenal publik sekitar tahun 2021 sebagai bagian dari pengembangan fasilitas ARTOTEL. Kehadirannya memperluas positioning hotel tidak hanya sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai destinasi hiburan dan lifestyle di Semarang. Produk utama yang ditawarkan meliputi cocktail, mocktail, serta berbagai makanan seperti pizza dan menu ringan lainnya.

Selain sebagai tempat makan dan minum, 11/12 juga berfungsi sebagai venue event. Berbagai acara seperti live music, pertunjukan seni, hingga event komunitas sering diselenggarakan di area ini. Bahkan saat pembukaan, musisi

nasional seperti Tulus pernah tampil di venue ini, yang memperkuat citra sebagai ruang kreatif dan hiburan.

Dari sisi digital, akun Instagram menjadi kanal utama komunikasi @sebelasduabelassemarang. Konten yang diunggah berfokus pada ambience, event, dan pengalaman pengunjung.

Secara keseluruhan, 11/12 Rooftop Bar merupakan brand ARTOTEL yang punya peran penting dalam memperluas fungsi dan nilai brand. Kehadirannya bikin ARTOTEL tidak cuma dilihat sebagai tempat menginap, tapi juga sebagai tempat hangout dan menikmati pengalaman yang menyenangkan. Hal ini memperkuat posisi ARTOTEL di industri hospitality yang sekarang fokus pada lifestyle dan experience. Hubungan antara hotel dan rooftop bar ini saling mendukung, sehingga membentuk satu sistem bisnis yang terintegrasi dan mampu meningkatkan value perusahaan.

2.2 Produk atau Layanan yang menjadi objek Program

2.2.1 11/12 Rooftop Bar

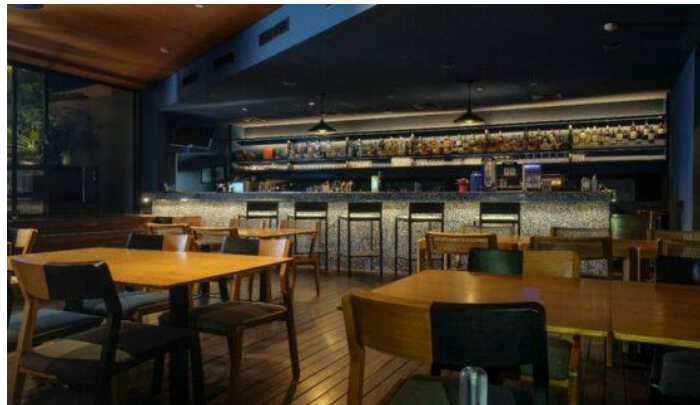
11/12 Rooftop Bar merupakan unit bisnis di sektor food and beverage (F&B) yang berfokus pada penyediaan makanan dan minuman sebagai layanan utama. Dalam praktik operasionalnya, produk yang ditawarkan terbagi menjadi dua kategori besar, yaitu makanan dan minuman, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sekaligus pengalaman sosial konsumen.

Pada kategori makanan, 11/12 Rooftop Bar menyediakan beragam pilihan menu yang mendukung aktivitas berkumpul dan bersosialisasi. Menu tersebut terdiri dari makanan ringan hingga hidangan utama. Makanan ringan umumnya berupa finger food dan menu berbagi, seperti kentang goreng, chicken wings, dan nachos, yang mudah dikonsumsi dalam suasana santai. Di sisi lain, hidangan utama mencakup menu lokal maupun internasional, seperti nasi goreng dan pasta, yang disesuaikan dengan selera konsumen urban.

Sementara itu, pada kategori minuman, produk yang ditawarkan meliputi minuman non-alkohol dan alkohol. Minuman non-alkohol terdiri dari mocktail,

jus, kopi, serta berbagai minuman ringan lainnya. Adapun minuman alkohol mencakup cocktail, bir, serta minuman berbasis spirit. Produk minuman, khususnya cocktail dan mocktail, menjadi daya tarik utama karena tidak hanya berfungsi sebagai konsumsi, tetapi juga memberikan nilai estetika dan pengalaman yang mendukung gaya hidup konsumen.

Selain produk inti berupa makanan dan minuman, 11/12 Rooftop Bar juga menghadirkan elemen pendukung berupa suasana rooftop dengan pemandangan kota, serta hiburan seperti live music dan DJ. Elemen tersebut berfungsi sebagai nilai tambah yang memperkaya pengalaman konsumen secara keseluruhan.



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 External

A. 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

B. Komunitas

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

C. Masyarakat Umum

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