

Perancangan Media Promosi Pandanaran Hotel Semarang

HASHFI MAULA AGHNI

(Pembimbing : Sugiyanto, M.Kom, BERNARDUS ANDANG PRASETYA ADIWIBAWA, ST, M.Si)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201101271@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Pandanaran Hotel Semarang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan. Perencanaan yang dilakukan adalah merancang media promosi periklanan yang tepat dan efektif kepada konsumen Pandanaran Hotel Semarang. Menurunnya tingkat hunian kamar Pandanaran Hotel Semarang menyebabkan terjadinya penurunan omzet di tahun 2014 ke-2015. Sehingga dibutuhkan media promosi untuk memperkenalkan Pandanaran Hotel Semarang di kalangan masyarakat Semarang dan sekitarnya. Media promosi ini akan dibuat dengan cara yang berbeda dengan kompetitornya yaitu menggunakan teknik fotografi. Perencanaan iklan komersial ini dilakukan agar tepat segmentasi dan efektif menggunakan SWOT sebagai alat penentu strategi kreatif dan marketing yang pada akhirnya hasilnya sesuai dengan karakteristik pasar. Kegiatan promosi periklanan yang dilakukan dengan media utamanya adalah Billboard dan menggunakan media pendukung seperti advertorial surat kabar, poster, brosur, branding mobil, x-benner, kalender dan bantal leher. Melalui perancangan media promosi ini Pandanaran Hotel Semarang menjadi perusahaan yang dicari oleh masyarakat Indonesia, terutama di kota Semarang.

Kata Kunci : Pandanaran Hotel Semarang, Perhotelan, Perancangan, Media Promosi, Strategi Promosi

PROMOTION MEDIA DESIGN OF PANDANARAN HOTEL SEMARANG

HASHFI MAULA AGHNI

(Lecturer : Sugiyanto, M.Kom, BERNARDUS ANDANG PRASETYA ADIWIBAWA, ST, M.Si)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of
Computer Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 114201101271@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Pandanaran Hotel Semarang is one of the companies that engaged in hospitality. The planning that is done is to develop media promotion of advertising that is appropriate and effective to consumers of Pandanaran Hotel Semarang. The decline in room occupancy rate Pandanaran Hotel Semarang cause a decrease in turnover in 2014 to 2015. So Pandanaran Hotel Semarang communicates this commercial in a different way with the competitor that `s using photography. Planning a commercially is important for exact segmentation and effective use of training as a means of determining creative and marketing strategy that could eventually result in accordance with the characteristics of the market. Promotional activities performed with media advertising thing is Billboard and using media advocates like an advertorial newspaper, poster, brochure, car branding, x-banner, calender and neck pillow. Through this promotion media design Pandanaran Hotel Semarang of being firm sought by the people in Indonesia especially in the city of Semarang.

Keyword : Pandanaran Hotel Semarang, Hospitality, Design, Media Promotion, Promotion Strategy