

ABSTRAKSI

Judul : Penyelenggaraan Spesial Event Oleh Hotel Novotel Semarang untuk Penguatan Positioning Sebagai Hotel Bisnis di Kalangan Pebisnis Internasional
Nama : Atik Purpitasari
NIM : D0C006023

Hotel Novotel Semarang merupakan hotel bintang empat yang bernaung dibawah manajemen Accor Prancis. Propertinya pun tersebar di seluruh dunia, namun tidak semua Novotel mempunyai brand image sama. Ada yang mengklaim sebagai hotel bisnis, ada juga yang lebih terfokus menjadi hotel wisata. *Positioning* tersebut dipengaruhi dimana hotel terletak. Seperti Novotel Bogor sebagai hotel wisata. Sedangkan Novotel Semarang lebih mengarah sebagai hotel bisnis karena terletak strategis pada distrik perekonomian. Semarang sendiri merupakan kota yang cukup berkembang pada bidang bisnis, setiap sudut kotanya mempunyai kelebihan yang mampu menarik para pebisnis internasional untuk datang maupun berinvestasi sehingga kebutuhan akan hotel pun tidak dapat terelakkan lagi.

Tujuan penelitian ini untuk mendapat gambaran mengenai penyelenggaraan event oleh Hotel Novotel Semarang untuk menguatkan *positioning*nya sebagai hotel bisnis. Setiap perusahaan mempunyai target market yang berbeda sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka Novotel Semarang pun mempunyai cara agar berbeda dari pesaing. Dengan memberikan media komunikasi, publikasi dan promosi agar aktivitas tersebut berlangsung efektif.

Penyelenggaraan event sangat efektif untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan public yang ingin bergabung menjadi anggota Accor. Event yang digunakan untuk membina hubungan dengan para customer, meningkatkan ekuitas merek dan memperkuat ikatan dengan dunia perdagangan keberhasilannya tergantung pada merek, event dan target market (Terrence A Shimp, 2000:264). Rangkaian publikasi dilakukan konsisten demi kepuasan pelanggan, karena dengan membangun komunikasi yang baik maka akan tercipta loyalitas dan hubungan yang baik antara perusahaan dengan audiencenya.

Disamping menjalin komunikasi dengan target audience dan wartawan, bentuk lain dari program komunikasi yang dilakukan Novotel Semarang untuk menguatkan *positioning* sebagai hotel bisnis dikalangan pebisnis internasional adalah melalui media massa secara rutin, baik cetak maupun elektronik yang sudah diseleksi efektivitasnya.

Positioning mempunyai peran yang besar dalam kehumasan. Untuk membedakan produk dan jasa yang akan ditawarkan kepada sehingga memudahkan audience dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan. Namun, karena keinginan market yang selalu berubah maka *Public Relations Officer* dituntut untuk selalu kreatif melihat pergerakan pasar agar mampu menghadapi persaingan.

Semarang, Desember 2009
Dosen Pembimbing

Agus Naryoso, S.Sos., M.Si.
NIP. 19750831 200212 1 002