

**PERANCANGAN KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PROGRAM PENITIPAN ANAK
HARIAN TAMAN BERMAIN DAN BELAJAR EDUARD MICHELIS DI
SEMARANG**

MARIA OCTAVIA

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114201000869@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Taman Bermain dan Belajar Eduard Michelis merupakan tempat penitipan anak untuk usia 2 hingga 9 tahun. Banyaknya tempat penitipan anak di Semarang, menimbulkan persaingan karena menawarkan program dan fasilitas yang sama. TBB EM menawarkan program penitipan anak bulanan dan program penitipan anak harian, namun pada program penitipan anak harian TBB EM ini kurang peminat, oleh sebab itu untuk mampu bersaing TBB EM harus melakukan kegiatan komunikasi pemasaran yang tepat dan efisien, pesan dalam kampanye ini diharapkan dapat menarik perhatian audiens untuk menjatuhkan pilihannya pada program penitipan anak harian TBB EM. Perencanaan yang dilakukan adalah merancang komunikasi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan jasa program penitipan anak harian dari TBB EM. Perancangan komunikasi pemasaran TBB EM dibuat berdasarkan metode analisa SWOT yang menghasilkan strategi perancangan. Komunikasi pemasaran yang dilakukan adalah menggunakan media lini bawah berupa poster, spanduk, flyer, brosur, x-banner, t-shirt promosi, merchandise, voucher discount, voucher free day, timeline facebook, dan tote bag. Dengan pilihan media utama poster dan pesan yang disampaikan tertuju untuk meningkatkan penjualan jasa program penitipan harian, diharapkan dapat membantu meningkatkan omzet TBB EM terutama pada penitipan harian.

Kata Kunci : Desain, Komunikasi Pemasaran, Penjualan, Taman Bermain dan Belajar Eduard Michelis

Marketing Communications Design to Increase Daily Care Program Selling of Eduard Michelis Playground and Learning In Semarang

MARIA OCTAVIA

*Program Studi Desain Komunikasi Visual - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 114201000869@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Eduard Michelis daily care is a daily care for children from 2 until 9 years old. The amounts of daily care in Semarang create strong competition because every daily cares offer the same program and facilities. Eduard Michelis daily care offers monthly care and daily care. However, daily care program of Eduard Michelis has less of consumer. Therefore, Eduard Michelis daily care has to do appropriate and efficient marketing communication activities in order to compete. The message of this campaign is expected to be able to attract the audience to choose Eduard Michelis daily care program. The planning is to design marketing communication which can increase the turnover of Eduard Michelis daily care program. The design of Eduard Michelis daily care marketing communication is based on SWOT analysis method which produces design strategies. Marketing communication can be done through bottom-line media such as posters, banners, flyers, brochures, X-banner, promotional t-shirts, merchandise, voucher discount, voucher free day, timeline facebook. And tote bag. The selection main media is expected to increase the turnover of daily care program.

Keyword : Design, Marketing Communication, Daily Care, Eduard Michelis Playground and Learning