

Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Perumahan Villa Esperanza di Semarang.

ACHMAD SYAIFUL AMIRUDIN

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

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

Email : 114201101177@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Dalam hal memenuhi kebutuhan permintaan akan tempat tinggal, maka bisnis perumahan dapat ditemui secara mudah. Berbagai tawaran ditawarkan oleh pengembang. Mulai jenis perumahan sederhana sampai jenis real estate yang elit. Perusahaan dituntut untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan dengan melakukan serangkaian proses promosi, begitu pula dengan bisnis property atau perumahan. Kurangnya kegiatan promosi dalam perusahaan ini menyebabkan awareness dikalangan masyarakat kota Semarang dan sekitarnya. Villa Esperanza mengkomunikasikan iklan dan promosi ini dengan dengan cara yang berbeda agar lebih unggul dari kompetitor. Perancangan ini memberikan konsep periklanan yang disesuaikan dengan proposisi Villa Esperanza sebagai perumahan yang menjual rumah dengan gaya desain exterior bergaya Eropa Yunani. Perancangan iklan komersial ini dilakukan dengan perencanaan visual dengan media yang efektif dengan menggunakan metode analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) sebagai alat penetapan strategi kreatif agar hasilnya sesuai dengan konsep yang ingin disampaikan Villa Esperanza. Kegiatan promosi periklanan yang dilakukan adalah iklan visual dengan pilihan media lini atas (ATL), dan lini bawah (BTL). Perumahan yang berbeda dengan perumahan lainnya dengan gaya interiornya yang bergaya Eropa Yunani. Melalui perancangan iklan komersial ini diharapkan Villa Esperanza menjadi perumahan yang diminati oleh masyarakat Semarang dan sekitarnya.

Kata Kunci : Perancangan, Promosi, SWOT, Perumahan, Media.

Design Of Visual Communication Media For Promotion of Villa Esperanza Residential at Semarang.

ACHMAD SYAIFUL AMIRUDIN

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

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

Email : 114201101177@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

In terms of meeting the demand for housing, the housing business can be found easily. Various bids offered by the developer. Start simple housing types to the type of real estate elite. Companies are required to introduce the products or services produced by conducting a series of promotion process, as well as business or residential property. Lack of promotional activities within the company led to awareness among the people of the city of Semarang and surrounding areas. Villa Esperanza communicating with advertising and promotion in a different way that is superior to competitors. This design gives the concept of advertising that is tailored to the proposition Villa Esperanza as housing that is selling a house in the style of European-style exterior design Greece. Design of commercial advertising is done by planning effective visual media using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) as a means of fixing a creative strategy that results in accordance with the concept to be conveyed Villa Esperanza. Advertising promotional activities undertaken is visual advertising with media selection on-line (ATL) and below the line (BTL). Housing is different from other housing in the style of European-style exteriornya Greece. Through the design of commercial advertising is expected Villa Esperanza into housing demand by Semarang and surrounding communities.

Keyword : Design, Promotion, SWOT, Housing, Media.