

Perancangan iklan komersial Wisma Mira Semarang

ANNA MONICA CHANDRA

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

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

Email : 114200700039@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Wisma Mira Semarang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perhotelan. Dengan perkembangan jaman, kini banyak bermunculan hotel hotel dan kos-kosan harian dengan biaya yang lebih murah yang berdasarkan pengamatan penulis berkisar Rp 25.000,00 sampai Rp100.000,00 per hari. Kos-kosan tersebut yang walaupun murah namun tidak menyediakan fasilitas bagi penyewa kamar. Hal ini menyebabkan berkurangnya pelanggan Wisma Mira dalam beberapa bulan terakhir berdasarkan data yang diperoleh dari Bapak Kustejo selaku Manajer Wisma mira. Untuk itulah dibutuhkan penulisan Iklan komersial agar dapat menarik Pelanggan ke Wisma Mira. Penulisan yang dilakukan adalah merancang iklan komersial yang dapat memperkenalkan dan menonjolkan kelebihan Wisma Mira yang sesuai dengan segmentasi Wisma Mira. Kelebihan tersebut adalah seperti adanya ruang pertemuan yang menjadikan Wisma Mira sebagai pilihan tepat bagi target audiene yang datang berombongan. Dalam penentuan strategi kreatif agar hasilnya sesuai dengan karakteristik pasar maka digunakanlah strategi SWOT. Dari strategi SWOT, diambilah Strategi Strenght-Opportunity sebagai dasar strategi yang masuk ke dalam Prestige Advertising. Periklanan yang dilakukan akan menggunakan iklan visual dengan media tabloid sebagai mdia utama dan media pendukung seperti brosur, direct mail, spanduk, dan merchandise.

Kata Kunci : Wisma Mira, iklan komersial, desain. tabloid

Commercial Advertising design of Wisma Mira in Semarang

ANNA MONICA CHANDRA

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

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

Email : 114200700039@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Wisma Mira Semarang is one of the companies engaged in hospitality. Over the times, there are many cheap hotel and daily boarding house with cheaper cost which is based on observation of the designer, range from Rp 25,000.00 to 100,000.00 per day. The boarding house which although cheap but do not provide facilities for boarders. Even though the boarding house is cheaper, it still affect to the reduction of Wisma Mira's customer in recent months based on the data obtained from Mr. Kustejo as Wisma Mira's Manager. That is why Wisma Mira needed to designing commercial ads to attract customers. The design plan is to design a commercial advertisement that can introduce and to show Wisma Mira's strengths that is adapted with Wisma Mira's segmentation. The strenghts is like the meeting room that makes Wisma Mira as the right choice for the target audience who come in groups. SWOT strategy is used in determining a creative strategy that is adapted with the market. From SWOT strategy, Strenght-Opportunity strategy is taken for the basic strategy that is included in Prestige strategy. Advertising will be done using visual advertisement with tabloid ads as the main media and supporting media such as brochures, direct mail, banners, and merchandise.

Keyword : Wisma Mira, commercial advertising, design, tabloid