

ABSTRAK

Kesibukan orang tua di wilayah urban seperti Jakarta sering kali membatasi waktu bersama anak, sehingga muncul kebutuhan akan momen berkualitas yang praktis dan berkesan, salah satunya melalui perayaan ulang tahun. Hal ini mendorong meningkatnya permintaan terhadap jasa event organizer (EO) yang profesional. Balloonforyou merupakan brand yang dikenal sebagai penyedia dekorasi dan balloon gift, namun belum banyak dikenali sebagai penyedia jasa EO. Minimnya kampanye yang menonjolkan layanan EO menjadi kendala dalam membentuk persepsi publik secara utuh terhadap brand ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye iklan yang memperkuat posisi Balloonforyou sebagai EO yang tepercaya, khususnya dalam segmen perayaan ulang tahun anak. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, kuisioner, dan studi pustaka. Analisis dilakukan menggunakan pendekatan SWOT, AISAS, dan AOI untuk menentukan strategi visual dan pemilihan media yang tepat sasaran. Hasil perancangan berupa kampanye terpadu dengan pendekatan storytelling dan emosional, yang diimplementasikan melalui media sosial, dan event booth interaktif “Mini Party World” untuk membangun awareness hingga mendorong tindakan. Kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan membentuk persepsi positif terhadap Balloonforyou sebagai event organizer yang mampu mewujudkan momen spesial secara estetis dan praktis.

Kata kunci: Orang tua, Event organizer, Ulang tahun anak, Kampanye iklan