

## **PERANCANGAN MEDIA PROMOSI NIKO ELEKTRONIK INDONESIA SEMARANG**

**MOHAMAD AFUAN**

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

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

*Email : 114200700149@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Peralatan Elektronik merupakan suatu hal yang tidak bisa ditinggalkan di jaman modern ini. Salah satunya brand ialah NIKO. NIKO Elektronik Indonesia merupakan suatu brand yang berada ditengah masyarakat dan bersaing dengan brand-brand yang sudah terkenal. Persaingan dengan brand terkenal inilah yang membuat omset atau penjualan dari Niko Elektronik Ini berkurang. Oleh karna hal tersebut, penulis mengangkat tentang permasalahan yang terjadi di NIKO Elektronik Indonesia ini. Dengan memperhatikan strategi dan segmen pasar, diharapkan permasalahan yang ada dapat teratasi. Pangsa pasar NIKO Elektronik Indonesia ini memiliki beberapa segmen, yaitu segmen menengah kebawah. Dengan mengusung tema "Innovation and Quality" tentunya NIKO elektronik Indonesia ini dapat meningkatkan penjualannya dan dapat disenangi masyarakat luas. Strategi promosi pemasarannya ialah melalui pembuatan poster yang berkonsep "activity" yaitu gambaran kegiatan sehari-hari dengan ilustrasi-ilustrasi kegiatan aktifitas seseorang, baik dalam bekerja ataupun bermain. Sehingga nanti seluruh masyarakat akan membeli dan menyukai produk NIKO Elektronik Indonesia ini.

Kata Kunci : promosi, elektronik, media, poster

## **PROMOTION MEDIA DESIGN FOR NIKO ELECTRONIC INDONESIA SEMARANG**

**MOHAMAD AFUAN**

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

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

*Email : 114200700149@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Electronic equipment is a matter that can not be left in this modern era. One of them is brand NIKO. NIKO electronically Indonesia is a brand that are in the community and compete with brands that are well known. Competition with well-known brand that makes a turnover or sales of electronic Niko This reduced. By because it is, the author addresses the issues raised in this Indonesian electronic NIKO. Having regard to strategy and market segment, is expected to overcome the existing problems. The market share of Indonesian Electronic NIKO has several segments, namely the middle class segment. With the theme `Innovation and Quality` electronic NIKO Indonesia certainly can improve sales and the wider community can be favored. Promotion strategy is through the concept of making a poster that `activity` is an overview of daily activities with illustrations of a person`s activities activities, either at work or later playing. So entire communities will buy and love this product NIKO Electronic Indonesia.

Keyword : promotion, electronic, media, poster