

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI LISTRIK PINTAR DI AREA SEMARANG

MAHENDRA RAKADITYA

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

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

Email : 114201000717@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang oleh permasalahan rendahnya angka pelanggan yang tidak menggunakan listrik pintar di area Semarang lebih tepatnya. Pelanggan masih fanatik atau malas bermigrasi menggunakan listrik pintar upaya yang di lakukan seperti memasang poster atau baliho sebagai media promosi yang menarik agar menarik minat kepada pelanggan yang belum bermigrasi ke listrik pintar. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin memperoleh data pelanggan daerah daerah mana yang belum migrasi ke listrik pintar khususnya di area Semarang. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan survey yakni dengan mewawancarai para pelanggan yang belum beralih ke listrik pintar atau meminta data langsung kepada klien yaitu pihak PLN dan mewawancarai humas terkait penggunaan listrik pintar di area Semarang, Data yang di ambil atau yang di survey adalah data tentang pertama kali listrik pintar di luncurkan yakni pertengahan tahun 2010 sampai akhir tahun 2014. di samping usaha atau media promosi yang di tampilkan masih saja pelanggan bingung cara bermigrasinya atau malas beralih ke listrik pintar dan takut prosesnya yang ribet dan memakan banyak waktu selama proses instalasi. Untuk itu media promosi sangat penting sekali di buat agar masyarakat yang belum beralih ke listrik pintar segera dan media promosi tersebut di buat menarik dan inovatif

Kata Kunci : media,promosi,listrik pintar,desain

DESIGN OF PROMOTION FOR LISTRIK PINTAR AT SEMARANG

MAHENDRA RAKADITYA

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

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

Email : 114201000717@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This research is motivated by the problem of the low number of customers who do not use smart electricity in Semarang area more precisely. Customers still fanatic or lazy to migrate using smart electric efforts will be undertaken as putting up posters or billboards as an attractive media campaigns in order to attract customers who have migrated to smart electricity. The purpose of this research is to obtain customer data area which areas are not yet migrating to smart electricity especially in the area of Semarang. This study uses the method of observation and survey by interviewing those customers who have not switched to smart electricity or request the data directly to the client that the PLN and interview related public relations in the area of smart electricity use in Semarang, captured data or surveyed is data about the first electric Smart launched the mid-2010 until the end of 2014. In addition to the business or the media campaign that displayed still confused customers migrating or lazy way switch to smart electricity and fear of a complicated process and takes a lot of time during the installation process. For that media campaigns are very important in order to create a society that is not yet switched to smart electricity immediately and media campaign made interesting and innovative

Keyword : media, promotion, listrik pintar, design