

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan dalam teknologi penerangan, sudah banyak brand-brand lampu LED dengan berbagai tipe yang hadir serta mudah ditemukan pada masa sekarang, dengan memiliki berbagai keunggulan seperti lebih ramah lingkungan membuat lampu LED semakin diminati konsumen retail. Lampu LED tidak hanya digunakan untuk konsumen retail saja namun dapat digunakan oleh konsumen industrial yang membutuhkan tipe lampu LED dengan spesifikasi khusus. Eco Luxon merupakan produk lampu yang diproduksi di Indonesia. Hal yang membedakan antara produk Eco Luxon dengan brand serupa adalah Eco Luxon memiliki jenis yang lebih beragam sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen serta harga yang lebih terjangkau. Eco Luxon menargetkan pria dan wanita dewasa dengan range usia 23-35 tahun sebagai target konsumen mereka. Konsumen Eco Luxon sendiri terbagi menjadi dua jenis, yaitu konsumen retail yang menggunakan lampu dalam kebutuhan sehari-hari dan konsumen industrial yang menggunakan lampu dalam beragam kebutuhan industri. Konsumen tersebut biasanya membutuhkan lampu LED pada hunian mereka namun di masa ini mereka juga melakukan penyesuaian diri mengenai pola-pola kebiasaan baru seperti dalam faktor ekonomi. Sedangkan untuk konsumen industrial lebih mementingkan fitur-fitur yang diberikan produk. Akan tetapi, berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa brand Eco Luxon masih belum banyak diketahui oleh masyarakat sehingga mengakibatkan tingkat penjualan yang rendah. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk membuat perancangan promosi bagi brand Eco Luxon agar dapat dikenal dan melekat di benak khalayak sasaran.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis perbandingan dan SWOT, matrik SWOT digunakan untuk mengetahui berbagai peluang dan antisipasi dalam pembuatan suatu kegiatan promosi, serta metode AISAS yang digunakan untuk perencanaan jadwal media promosi agar pesan dan komunikasi dapat tersampaikan.

Kata kunci: Eco Luxon, Lampu LED, Promosi