

ABSTRAK

Suatu Perusahaan memiliki strategi untuk memasarkan atau membranding suatu produk yang dihasilkan. PLN Unit Induk Distribusi Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta memiliki Aplikasi yang disebut PLN *Mobile*. Aplikasi tersebut memudahkan pelanggannya dalam aktifitas listrik. Berdasarkan pra riset, masalah yang ditemukan yaitu angka pengguna PLN *Mobile* masih harus ditingkatkan melalui strategi *branding Public Relations*. Terdapat berbagai cara kegiatan *branding*, salah satunya kegiatan *Branding* melalui Strategi *Merchandising*. Dimana *merchandise* sendiri merupakan salah satu tools atau alat yang digunakan sebagai media promosi yang didalamnya memiliki pesan yang dikemas melalui desain produk. Proyek tugas akhir ini melewati proses pra produksi, produksi dan pasca produksi desain *merchandise*. Pengambilan konsep *merchandise* yaitu dengan menuangkan bangunan ikonik Kota Semarang kedalam desain *merchandise branding* PLN *Mobile*. Terdapat juga pesan komunikasi di dalam proses *branding* melalui logo PLN *mobile* yang terdapat pada bagian belakang produk sebagai bentuk *branding*. Hasil desain *merchandise* juga melalui tahap *review* klien yaitu PLN Unit Induk Jawa Tengah dan D.I Yogyakarta dan *review* pelanggan PLN. Dalam *review* tersebut secara garis besar klien dan pelanggan sangat mengapresiasi dan mendapatkan informasi mengenai PLN *Mobile* melalui *merchandise* tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Teknik *merchandising* merupakan Langkah yang tepat untuk *branding* PLN *Mobile*.

Kata Kunci : *Merchandise, Branding, Strategi pemasaran, PLN Mobile, Desain produk.*