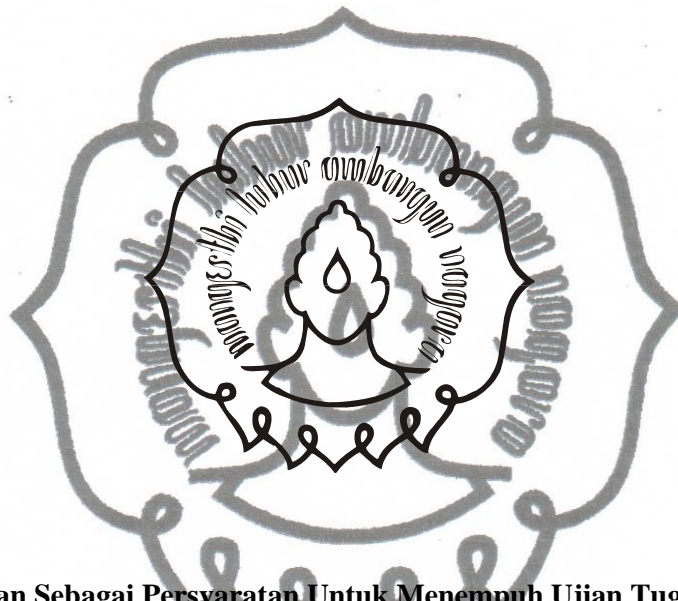


**PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR
PERANCANGAN PROMOSI DAN PERIKLANAN
BENGKEL PELANGI MOTOR JATISRONO
MELALUI MEDIA
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**



**Diajukan Sebagai Persyaratan Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir
Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Program Studi
Diploma III Desain Komunikasi Visual**

**Disusun Oleh :
INKO FRILANKA
C. 9507035**

**PROGRAM STUDI D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010**

commit to user

PERSETUJUAN

Pengantar Karya Tugas Akhir dengan Judul :

PERANCANGAN PROMOSI DAN PERIKLANAN BENGKEL PELANGI MOTOR JATISRONO MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan penguji :

Pembimbing Tugas Akhir I

Pembimbing Tugas Akhir II

Jazuli Abdin Munib, S.Sn
NIP. 19750516 200212 1 001

Anugrah Irfan Ismail, S.Sn
NIP. 198307022008121 003

Mengetahui :

Koordinator Tugas Akhir

Arief Iman Santoso, S.Sn
NIP. 19790327200501 002

commit to user

LEMBAR PENGESAHAN

Diterima dan Disetujui oleh Panitia Tugas Akhir Jurusan Seni Rupa
Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta
Diterima Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
Pada Juli 2009

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang Ujian Tugas Akhir

Andreas S. Widodo, S.Sn ()
NIP. 19751201 200112 1 002

2. Sekretaris Sidang Ujian Tugas Akhir

Arief Imam Santoso, S.Sn ()
NIP. 19790327 200501 1 002

3. Penguji I

Jazuli Abdin Munib, S.Sn ()
NIP. 19750516 200212 1 001

4. Penguji II

Anugrah Irfan Ismail, S.Sn ()
NIP. 198307022008121 003

Mengetahui

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret

Ketua Pogram
D3 Desain Komunikasi Visual

Drs. Sudarno, MA
NIP. 19530314 198506 1 001

Andreas S. Widodo, S.Sn
NIP. 19751201 200112 1 002

commit to user

MOTTO



“Ketika kita bangun di pagi hari
Kita mempunyai dua pilihan sederhana
Kembali tidur dan bermimpi
Atau bangun dan mengejar mimpimu
Pilihan sepenuhnya milikmu”
(**Penulis**)

commit to user

PERSEMBAHAN



Tugas Akhir ini kupersembahkan:

“Orang Tuaku Yang Selalu Menyayangi Aku”

commit to user

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ Perancangan Promosi dan Periklanan Bengkel Pelangi Motor Melalui Media Komunikasi Visual “. Adapun Tugas Akhir ini disusun guna meraih gelar Ahli Madya program D3 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesaikannya Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dorongan dan bimbingan serta motivasi dari semua pihak yang telah membantu penulis. Maka ungkapan rasa terima kasih dan penghargaan yang tinggi pantas penulis sampaikan kepada :

1. Drs. Sudarno, MA, selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
2. Andreas S. Widodo, S.Sn, selaku Ketua Program D3 Desain Komunikasi Visual.
3. Jazuli Abdin Munib, S.Sn, selaku pembimbing I Tugas Akhir.
4. Anugrah Irfan Ismail, S.Sn, selaku pembimbing II Tugas Akhir dan Pembimbing Akademik.
5. Totok Yulianto, selaku Pemilik bengkel Pelangi Motor yang telah memberikan ijin dan memberikan informasi yang cukup sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai.
6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

commit to user

Disadari sepenuhnya bahwa konsep Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritiknya. Supaya untuk maju kedepannya bisa lebih diterima dan bermanfaat bagi kita semua, amin.



Surakarta, Juli 2010

Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Perancangan	3
BAB II IDENTIFIKASI DATA	4
A. Data Perusahaan	4
1. Sejarah Perusahaan	4
2. Struktur Organisasi	5
B. Produk	5
C. Data Pemasaran	13
D. Data Konsumen	13
E. Promosi	13
F. Target Market dan Target Audience	14
1. Target Market	14
2. Target Audience	15
G. Target Karya	15
1. Media Lini Atas	15
2. Media Lini Bawah	15
H. Kompetitor	17

commit to user

1. Bengkel Indira Motor	17
2. Bengkel Heha Motor	21
BAB III KONSEP PERANCANGAN	25
A. Konsep Karya	25
1. Konsep Kreatif	25
2. Unique Selling Preposition.....	26
B. Konsep Perancangan	26
1. Strategi Visual Verbal	26
2. Strategi Visual Non Verbal	28
C. Teknik Pelaksanaan	33
D. Media Placement	33
1. Media Lini Bawah	34
2. Media Lini Atas.....	43
BAB IV VISUALISASI KARYA	44
A. Logo	44
B. Maskot	48
C. Media Lini Bawah	49
D. Media Lini Atas	64
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**PERANCANGAN PROMOSI DAN PERIKLANAN
BENGKEL PELANGI MOTOR JATISRONO
MELALUI MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Inko Frilanka¹
Jazuli Abdin Munib, S.Sn² Anugrah Irfan Ismail, S.Sn³

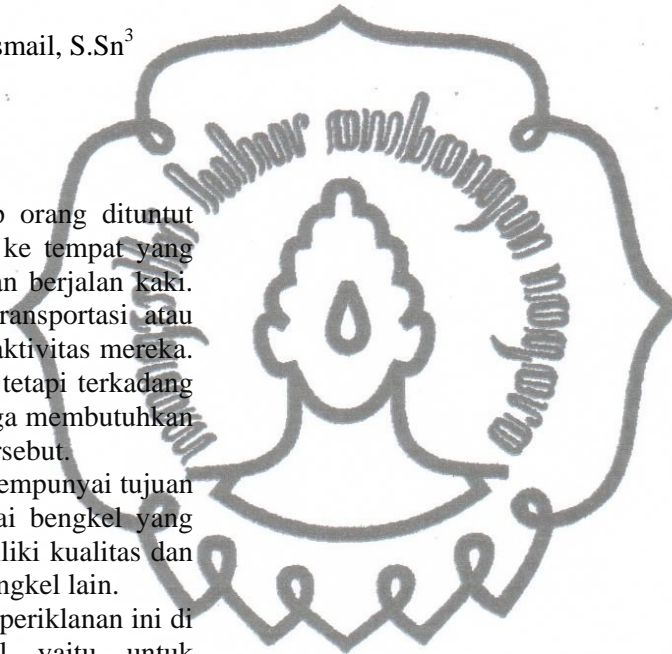
ABSTRAK

2010, Di era globalisasi seperti saat ini, setiap orang dituntut untuk bekerja dan beraktivitas dari satu tempat ke tempat yang lainnya yang tidak dapat dijangkau hanya dengan berjalan kaki. Untuk itu mereka membutuhkan sebuah alat transportasi atau kendaraan yang dapat membantu memperlancar aktivitas mereka. Salah satunya adalah kendaraan bermotor. Akan tetapi terkadang motor mempunyai masalah dengan mesin sehingga membutuhkan tempat untuk memperbaiki dan merawat motor tersebut. Perancangan media promosi dan periklanan ini mempunyai tujuan untuk menempatkan PELANGI MOTOR sebagai bengkel yang memposisikan dirinya sebagai bengkel yang memiliki kualitas dan keunggulan dalam hal modification di banding bengkel lain. Dengan demikian pembuatan media promosi dan periklanan ini diharapkan mampu mewujudkan tujuan awal yaitu untuk menempatkan PELANGI MOTOR sebagai bengkel yang memposisikan dirinya sebagai bengkel yang memiliki kualitas dan keunggulan dalam hal modification di banding bengkel lain.

¹Mahasiswa Jurusan D3 Deskomvis dengan NIM C9507035

²Dosen Pembimbing I

³Dosen Pembimbing II



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi seperti saat ini, setiap orang dituntut untuk bekerja dan beraktivitas dari satu tempat ke tempat yang lainnya yang tidak dapat dijangkau hanya dengan berjalan kaki. Untuk itu mereka membutuhkan sebuah alat transportasi atau kendaraan yang dapat membantu memperlancar aktivitas mereka. Salah satunya adalah kendaraan bermotor. Kendaraan roda dua ini seakan sudah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar penggunanya. Menurut wakil ketua Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), penjualan motor pada tahun 2009 meningkat dari tahun-tahun sebelumnya, yaitu kurang lebih sebesar 5 juta unit. Dari segi efisiensi hingga daya tempuhnya menjadikan motor sebagai pilihan utama dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

Akan tetapi terkadang motor mempunyai masalah dengan mesin sehingga membutuhkan tempat untuk memperbaiki dan merawat motor tersebut. Bengkel Pelangi motor berdiri pada tahun 1985 yang terletak di Jatisrono Wonogiri merupakan sebuah usaha dagang dan jasa yang menyediakan variasi, spare part kendaraan bermotor dan melayani ganti oli. Untuk selalu dapat dipercaya oleh masyarakat Bengkel Pelangi motor ini selalu harus memberikan pelayanan yang menarik dan berbeda untuk masyarakat, maka dari itu Bengkel Pelangi motor ini

memerlukan strategi promosi yang kreatif demi kelancaran menjaga kepercayaan di dalam diri masyarakat.

Dilakukan sebuah promosi yang kreatif, tidak lain adalah untuk mengembangkan Bengkel Pelangi motor. Hal ini sangatlah membantu dalam menghadapi persaingan di era yang semakin maju. Untuk mendukung suksesnya promosi Desain Komunikasi Visual adalah media yang sesuai sebagai perangkat promosi dimana media ini berperan merancang dan mewujudkan ide visual yang menarik. Keberadaan Desain Komunikasi Visual ini sangatlah dibutuhkan dalam mempromosikan Bengkel Pelangi motor, Bengkel Pelangi motor ini belum memiliki desain visual yang berbeda dengan bengkel-bengkel lain. Maka dari itu Bengkel Pelangi motor ini perlu adanya media promosi yang berhubungan langsung dengan konsep yang dimiliki agar tercipta keselarasan dalam kegiatan promosi. Bengkel Pelangi motor hanya mengandalkan promosi lewat mulut ke mulut. Media promosi yang dilakukan Bengkel Pelangi motor ini sangatlah kurang sekali kalau hanya sekedar mengandalkan itu, padahal di zaman sekarang persaingan makin banyak dan makin berat. Untuk menjadikan sebuah media promosi yang kreatif, disini penulis mencoba mengulas dan membuat media promosi untuk Bengkel Pelangi motor.

B. Rumusan Masalah

Yang menjadi permasalahan pada penulisan ini :

1. Bagaimana membuat visualisasi display dan promosi yang menarik dan komunikatif
2. Bagaimana pemilihan media promosi yang sesuai dengan sasaran konsumen melalui media desain komunikasi visual ?

C. Tujuan Perancangan

Dengan adanya promosi ini, agar tercapai tujuan untuk meningkatkan penjualan dan masyarakat lebih mengenal bengkel Pelangi Motor ini dengan harapan dapat menambah konsumen. Adapun tujuan dari pembuatan perancangan promosi bengkel Pelangi Motor adalah :

1. Membuat visualisasi display dan promosi yang menarik dan komunikatif
2. Memilih media promosi yang tepat sesuai dengan sasaran konsumen melalui media desain komunikasi visual



BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Data Perusahaan

1. Sejarah Berdiri

Bengkel Pelangi motor adalah bengkel dan toko yang menjual spare part dan variasi motor. Bengkel ini berdiri pada tahun 1985 yang terletak di Jalan Raya Jatisrono no. 32 Wonogiri. Bengkel Pelangi motor merupakan sebuah usaha dagang dan jasa yang menyediakan variasi, spare part kendaraan bermotor dan melayani ganti oli dan servise.

Bengkel ini berdiri karena di latar belakang masalah ekonomi. Dahulu pemilik Bengkel Pelangi Motor ini merupakan salah satu karyawan dari Bengkel Indira Motor. Karena gaji yang diperoleh tidak mencukupi untuk menghidupi kedua anaknya, Bapak Yulianto berinisiatif untuk membuka bengkel motor sendiri dengan berawal dari meminjam uang Rp 200.000,- ke Bank.

Berawal dari itu kemudian Bapak Yulianto menyewa tempat di pinggir jalan dan mengembangkan Bengkel Pelangi Motor hingga menjadi seperti sekarang. Dan akhirnya Bengkel Pelangi Motor berkembang pesat kemudian bisa membeli tempat yang dulu disewanya, menghidupi keluarga dan membuka cabang.

2. Struktur Organisasi



Berikut ini adalah uraian *job description* yang ada di bengkel Pelangi Motor :

- a. Pemilik : memimpin dan menjalankan perusahaan sehari-hari dengan target kemajuan bengkel dari aspek bisnis.
- b. Karyawan : menjaga/mengawasi dan melayani konsumen dalam membeli produk.
- c. Montir : memperbaiki motor konsumen yang bermasalah atas permintaan pemilik motor

A. Produk

Berbagai sparepart dan variasi yang ditawarkan oleh bengkel Pelangi Motor ini berupa oli, ban, spion, dan masih banyak lagi sparepart dan variasi yang dijual. Bengkel Pelangi Motor memiliki keanekaragaman jenis sparepart dan variasi yang diinginkan, hal ini dapat dilihat dalam banyaknya jenis sparepart yang tersedia di dalam bengkel. Selain itu bengkel Pelangi Motor juga selalu mengutamakan kualitas produknya dan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga produk yang dijual dan pelayanan bengkel diminati oleh para konsumen. Harga-harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barangnya.

commit to user

No	Jenis Barang	Kisaran Harga
1.	Engine oil (oli mesin)	Rp 22.000,00 s/d Rp 35.000,00
2.	Beside oil (oli samping)	Rp 15.000,00 s/d Rp 27.000,00
3.	Spark plug (busi)	Rp 12.000,00 s/d Rp 25.000,00
4.	Disc pad (kampas rem)	Rp 15.000,00 s/d Rp 58.000,00
5.	Gear set (gir)	Rp 75.000,00 s/d Rp 165.000,00
6.	Bearing (laker)	Rp 8.000,00 s/d Rp 85.000,00
7.	Outside tire (ban luar)	Rp 75.000,00 s/d Rp 230.000,00
8.	Inside tire (ban dalam)	Rp 21.000,00 s/d Rp 30.000,00
9.	Mirror (Spion)	Rp 8.000,00 s/d Rp 35.000,00
10.	Headlights (lampu depan)	Rp 3.000,00 s/d Rp 27.000,00
11.	Taillights (lampu belakang)	Rp 2.000,00 s/d Rp 3.000,00
12.	Accu (aki)	Rp 65.000,00 s/d Rp 240.000,00
13.	Rearhub (swingarm)	Rp 80.000,00 s/d Rp 120.000,00
14.	Shock beker (skok)	Rp 100.000,00 s/d Rp 400.000,00
15.	Roce set steering	Rp 25.000,00 s/d Rp 120.000,00
16.	Friction kopling	Rp 40.000,00 s/d Rp 230.000,00
17.	Friction parkit	Rp 11.000,00 s/d Rp 25.000,00
18.	Friction ganda	Rp.25.000,00 s/d Rp. 75.000,00
19.	Velg	Rp 65.000,00 s/d Rp 600.000,00

20.	Reflektor	Rp 35.000,00 s/d Rp 130.000,00
21.	Karet angkatan	Rp 8.000,00 s/d Rp 70.000,00
22.	Rumah ganda	Rp 40.000,00 s/d Rp 80.000,00
23.	Rumah kopling	Rp 25.000,00 s/d Rp 40.000,00
24.	Kran bensin	Rp 10.000,00 s/d Rp 30.000,00
25.	Break oil (oli rem)	Rp 5.000,00 s/d Rp 20.000,00
26.	Paket piston Honda	Rp 90.000,00 s/d Rp 150.000,00
27.	Paket piston YMH	Rp 100.000,00 s/d Rp 150.000,00
28.	Paket piston SZK	Rp 100.000,00 s/d Rp 400.000,00
29.	Stang piston	Rp 70.000,00 s/d Rp 300.000,00
30.	Kampas disbrik	Rp 10.000,00 s/d Rp 20.000,00
31.	Handle	Rp 9.000,00 s/d Rp 50.000,00
32.	Gir depan	Rp 9.000,00 s/d Rp 50.000,00
33.	Gir belakang	Rp 25.000,00 s/d Rp 60.000,00
34.	Seal	Rp 4.000,00 s/d Rp 32.000,00
35.	Kickstar arm	Rp 20.000,00 s/d Rp 40.000,00
36.	Pedal transmisi	Rp 15.000,00 s/d Rp 20.000,00
37.	Pedal brake	Rp 25.000,00 s/d Rp 30.000,00
38.	Quil	Rp 25.000,00 s/d Rp 60.000,00
39.	CDI	Rp 15.000,00 s/d Rp 300.000,00

40.	Bandit	Rp 17.000,00 s/d Rp 60.000,00
41.	Regulator	Rp 18.000,00 s/d Rp 100.000,00
42.	Rantai kamprat	Rp 30.000,00 s/d Rp 180.000,00
43.	As shock	Rp 50.000,00 s/d Rp 300.000,00
44.	Per shock	Rp 25.000,00 s/d Rp 35.000,00
45.	Perpak Exhaust	Rp 3.000,00 s/d Rp 5.000,00
46.	Exhaust system (knalpot)	Rp 40.000,00 s/d Rp 300.000,00
47.	Slebor	Rp 20.000,00 s/d Rp 100.000,00
48.	Slebor belakang	Rp 30.000,00 s/d Rp 50.000,00
49.	Batok lampu	Rp 30.000,00 s/d Rp 150.000,00
50.	Mika lamp rear	Rp 13.000,00 s/d Rp 50.000,00
51.	Lamp navigasi	Rp 10.000,00 s/d Rp 50.000,00

Produk produk yang di jual di Bengkel Pelangi Motor :



Spion



Helm



Handle rem



Tako meter



Piringan cakram



Lampu



Knalpot



Selang rem



Olor



Komstir



Sekreng



Sekermeter



Stang



Ring seker



Pelek



Kampas kopling



Laker



Kampas rem



Klakson



Bolam



Ban dalam



Bolam



Kampas cakram



Busi



Tempat oli samping



Komstir set



Gir set



Aki



Variasi tangki



Ruji



Boss



Perpak

B. Data Pemasaran

Bengkel Pelangi Motor sejauh ini telah melakukan pemasaran di wilayah Jatisrono Wonogiri dan sekitarnya.

C. Data Konsumen

Berbagai kalangan dapat membeli sparepart dan variasi yang disediakan oleh Bengkel Pelangi Motor. Mulai dari remaja hingga dewasa karena Bengkel Pelangi Motor menyediakan berbagai jenis sparepart dan variasi yang dapat digunakan baik bagi remaja, maupun orang dewasa. Biasanya konsumen remaja membeli produk berupa variasi motor, sedangkan konsumen dewasa lebih menyukai jenis sparepart standar orisinil. Keanekaragaman jenis sparepart dan variasi yang disediakan oleh Bengkel Pelangi Motor mampu memenuhi keinginan pelanggannya yang datang dari berbagai kalangan.

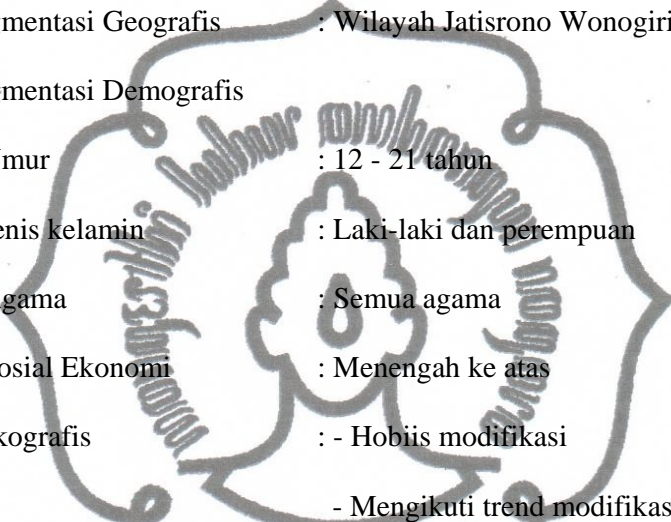
D. Promosi

Bengkel Pelangi Motor belum pernah melakukan promosi melalui media elektronik. Akan tetapi, Bengkel Pelangi Motor ini sudah pernah melakukan promosi dengan cara memberikan kalender kepada konsumen. Sehingga hal ini dirasa belum begitu mampu menarik konsumen mengingat begitu ketatnya persaingan.

E. Target Market dan Target Audience

1. Target Market dari Bengkel Pelangi Motor yaitu :

Segmentasi Psikografis : Masyarakat yang mempunyai keinginan untuk memperbaiki dan memodif motor mereka.

- 
- a. Segmentasi Geografis : Wilayah Jatisrono Wonogiri
 - b. Segmentasi Demografis
 - 1) Umur : 12 - 21 tahun
 - 2) Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - 3) Agama : Semua agama
 - 4) Sosial Ekonomi : Menengah ke atas
 - c. Psikografis : - Hobiis modifikasi
- Mengikuti trend modifikasi motor

2. Target Audience dari Bengkel Pelangi Motor yaitu :

- a. Segmentasi Geografis : Wilayah Jatisrono Wonogiri
- b. Segmentasi Demografis
 - 1) Umur : 12 - 60 tahun
 - 2) Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - 3) Agama : Semua agama
 - 4) Pendidikan
 - a) Remaja : SMP - SMA
 - b) Dewasa : Mahasiswa - Pegawai
 - 5) Sosial Ekonomi : Semua kalangan
 - 6) Pekerjaan : Semua

F.Target Karya

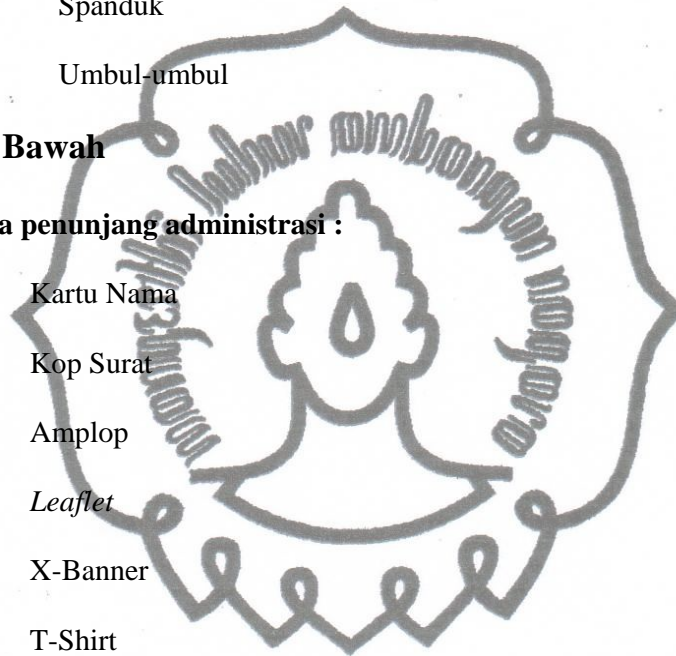
A. Media lini atas (*above the line*)

1. Iklan Koran
2. Spanduk
3. Umbul-umbul

B. Lini Bawah

Media penunjang administrasi :

1. Kartu Nama
2. Kop Surat
3. Amplop
4. *Leaflet*
5. X-Banner
6. T-Shirt
7. Stiker
8. Gantungan Kunci
9. Kalender Meja
10. Nota
11. *Mobile Branding*
12. Jam Dinding
13. Poster
14. Kemasan Plastik
15. Pin



G. Kompetitor

1. Bengkel Indira Motor

a. Data Perusahaan

Bengkel Indira Motor adalah bengkel dan toko yang menjual spare part motor. Bengkel ini berdiri pada tahun 1980 yang terletak di Jalan Raya Jatisrono no. 29 Wonogiri. Bengkel Indira motor merupakan sebuah usaha dagang dan jasa yang menyediakan spare part kendaraan bermotor dan melayani ganti oli.

b. Data Produk

Produk yang dijual di Bengkel Indira Motor jenisnya hanya beberapa macam saja diantaranya adalah onderdil motor dan ban. Harga-harga produk yang ditawarkan berupa.

No	Jenis Barang	Kisaran Harga
1.	Engine oil (Oli mesin)	Rp 21.500,00 s/d Rp 32.500,00
2.	Beside oil (Oli samping)	Rp 14.500,00 s/d Rp 26.500,00
3.	Spark plug (busi)	Rp 12.500,00 s/d Rp 24.500,00
4.	Disc pad (kampus rem)	Rp 15.500,00 s/d Rp 56.500,00
5.	Gear set (gir)	Rp 75.500,00 s/d Rp 145.500,00
6.	Bearing (laker)	Rp 8.500,00 s/d Rp 80.500,00

7.	Outside tire (Ban luar)	Rp 75.500,00 s/d Rp 230.500,00
8.	Inside tire (Ban dalam)	Rp 21.500,00 s/d Rp 30.500,00
9.	Mirror (Spion)	Rp 8.000,00 s/d Rp 35.500,00
10.	Headlights (lampu depan)	Rp 3.500,00 s/d Rp 27.500,00
11.	Taillights (lampu belakang)	Rp 2.000,00 s/d Rp 3.000,00
12.	Accu (aki)	Rp 65.500,00 s/d Rp 230.000,00
13.	Rearhub (swingarm)	Rp 80.000,00 s/d Rp 120.500,00
14.	Shock beker (skok)	Rp 100.000,00 s/d Rp 405.000,00
15.	Roce set steering (stabiliser stang)	Rp 25.000,00 s/d Rp 125.000,00
16.	Clutch lining (Kampas kopling)	Rp 40.500,00 s/d Rp 235.000,00
17.	Kampas part kit (perpak)	Rp 11.500,00 s/d Rp 20.000,00
18.	Double brake (Kampas ganda)	Rp.25.000,00 s/d Rp. 70.000,00
19.	Velg	Rp 65.000,00 s/d Rp 600.000,00
20.	Roce set steering	Rp 35.000,00 s/d Rp 130.000,00
21.	Friction kopling	Rp 9.000,00 s/d Rp 70.000,00
22.	Friction parkit	Rp 40.000,00 s/d Rp 80.000,00
23.	Friction ganda	Rp 25.000,00 s/d Rp 45.000,00
24.	Kran bensin	Rp 15.000,00 s/d Rp 30.000,00



Velg



Oli



Macam ban



Seal shock



Macam ban



Pelumas rantai



Macam ban



Oli 2T

c. Data Pemasaran

Bengkel Indira Motor sejauh ini telah melakukan promosi di wilayah Jatisrono Wonogiri dan sekitarnya. Bengkel Indira Motor belum membuka cabang di kota lain karena masih dalam tahap perkembangan membuka cabang daerah Wonogiri.

d. Data Konsumen

Berbagai kalangan dapat membeli spare part dan ganti oli yang disediakan oleh Bengkel Indira Motor, mulai dari remaja hingga dewasa.

e. Promosi

Bengkel Indira Motor belum pernah melakukan promosi melalui media elektronik. Akan tetapi, Bengkel Indira Motor ini sudah pernah melakukan promosi dengan cara memberikan kalender kepada konsumen

f. Target Market

Target Market dari Bengkel Indira Motor yaitu :

1. Segmentasi Geografis : Wilayah Jatisrono Wonogiri
2. Segmentasi Demografis
 - a) Umur : 12 - 60 tahun
 - b) Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - c) Agama : Semua agama
 - d) Pendidikan : SMP – Perguruan Tinggi

e) Sosial Ekonomi : Semua kalangan

f) Pekerjaan : Semua

g. Kelebihan dan Kekurangan

1) Kelebihan : Produk ban lebih lengkap.

2) Kekurangan : Montir sedikit dan kurang profesional

2. Bengkel Heha Motor

a. Data Perusahaan

Bengkel Heha Motor berdiri pada tahun 2000 yang terletak di Jatinom RT 01/RW 02 Jatisrono Wonogiri. Bengkel Heha motor merupakan sebuah usaha toko dan jasa yang melayani servise dan modifikasi motor.

b. Data Produk

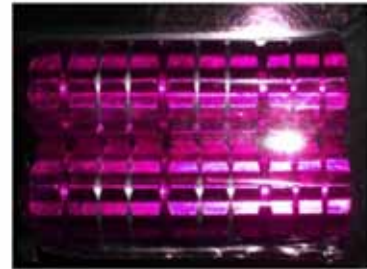
1. Berbagai sparepart dan variasi yang ditawarkan
2. Harga-harga yang ditawarkan

No	Jenis Barang	Kisaran Harga
1.	Engine oil (Oli mesin)	Rp 22.000,00 s/d Rp 35.000,00
2.	Beside oil (Oli samping)	Rp 15.000,00 s/d Rp 27.000,00
3.	Spark plug (busi)	Rp 12.000,00 s/d Rp 25.000,00
4.	Disc pad (kampus rem)	Rp 15.000,00 s/d Rp 58.000,00

5.	Gear set (gir)	Rp 75.000,00 s/d Rp 165.000,00
6.	Bearing (laker)	Rp 8.000,00 s/d Rp 85.000,00
7.	Outside tire (Ban luar)	Rp 75.000,00 s/d Rp 230.000,00
8.	Inside tire (Ban dalam)	Rp 21.000,00 s/d Rp 30.000,00
9.	Mirror (Spion)	Rp 8.000,00 s/d Rp 35.000,00
10.	Headlights (lampu depan)	Rp 3.000,00 s/d Rp 27.000,00
11.	Taillights (lampu belakang)	Rp 2.000,00 s/d Rp 3.000,00
12.	Accu (aki)	Rp 65.000,00 s/d Rp 240.000,00
13.	Rearhub (swingarm)	Rp 80.000,00 s/d Rp 120.000,00
14.	Shock beker (skok)	Rp 100.000,00 s/d Rp 400.000,00
15.	Roce set steering	Rp 25.000,00 s/d Rp 120.000,00
16.	Friction kopling	Rp 40.000,00 s/d Rp 230.000,00
17.	Friction parkit	Rp 11.000,00 s/d Rp 25.000,00
18.	Friction ganda	Rp.25.000,00 s/d Rp. 75.000,00
19.	Velg	Rp 65.000,00 s/d Rp 600.000,00



bagasi



Footstep



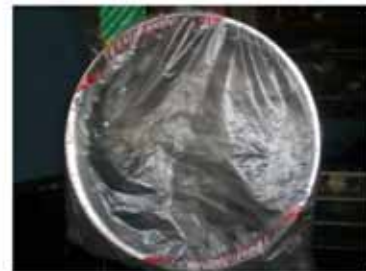
helm anak



Exhaust system



kaca mata cross



Velg



helm



begel

c. Data Pemasaran

Bengkel Heha Motor sejauh ini telah melakukan promosi di wilayah Jatisrono Wonogiri dan sekitarnya.

commit to user

d. Data Konsumen

Hanya kalangan anak muda dan penggemar motor modif.

e. Promosi

Bengkel Heha Motor belum pernah melakukan promosi melalui media elektronik dan cetak. Akan tetapi, Bengkel Heha Motor ini melakukan promosi dengan cara memberikan sticker kepada konsumen.

f. Target Market

Target Market dari Bengkel Heha Motor yaitu :

1. Segmentasi Geografis : Wilayah Jatisrono Wonogiri
2. Segmentasi Demografis
 - a. Umur : 12 - 60 tahun
 - b. Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan
 - c. Agama : Semua agama
 - d. Pendidikan : SMP – Perguruan Tinggi
 - e. Sosial Ekonomi : Menengah ke atas
 - f. Pekerjaan : Semua

g. Kelebihan dan Kekurangan

1. Kelebihan : Pelayanan jasa modifikasi yang kreatif, karena masih jarang sekali di daerah Jatisrono terdapat modifikator.
2. Kekurangan : Tempat kurang strategis.



BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Karya

1. Konsep Kreatif

Banyaknya bengkel motor tersebar di seluruh Jawa Tengah, terutama Wonogiri mendorong terjadinya persaingan. Dengan kekhasan jasa dan produk, bengkel Pelangi motor berupaya untuk menarik konsumen demi meningkatkan penjualan produk dan jasanya.

Sebagai penunjang keberhasilan dalam mempromosikan bengkel Pelangi motor, sangat diperlukan perencanaan yang cermat dan efektif dalam membidik khalayak sasaran sesuai tujuan yang diharapkan.

Bengkel Pelangi motor dalam mempromosikan produk dan jasanya didasarkan atas *target audiens* yaitu kalangan masyarakat yang berusia 12-21 tahun, sehingga dalam penyampaian pesan verbal dan pesan visual dari media promosi produk dan jasa bengkel Pelangi motor supaya dapat diterima dengan baik oleh para konsumen. Untuk membuat desain suatu media agar dapat tercipta desain promosi yang menarik harus dilihat dari unsur-unsur warna, tipografi, ilustrasi, slogan, *layout*, *brand* atau *logo type*. Desain promosi tersebut harus dapat menarik perhatian khususnya masyarakat Wonogiri serta masyarakat luas pada umumnya.

Positioning

Positioning adalah menempatkan sebuah produk atau jasa untuk mendapatkan posisi yang baik di mata konsumen. Maka itu, *positioning*-nya adalah menempatkan Pelangi Motor sebagai bengkel yang memposisikan dirinya sebagai bengkel yang memiliki kualitas dan keunggulan dalam hal modification dibandingkan bengkel yang lain.

2. *Unique Selling Proposition*

Bengkel Pelangi Motor mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan bengkel yang lain. Diantaranya bengkel selalu menjaga kualitas dari sparepart dan variasi yang dijualnya namun harganya masih terjangkau, selain itu juga selalu mengikuti perkembangan zaman dan memiliki koleksi yang cukup lengkap termasuk produk-produk orisinal dan *variasi*. Namun, USP Bengkel Pelangi Motor yang paling utama adalah modification

B. Konsep Perancangan

1. Strategi Visual Verbal

a. Kepala Berita (*Headline*)

Headline sering juga disebut sebagai judul. *Headline* adalah bagian terpenting dari suatu iklan, yang biasa dipakai sebagai penangkap perhatian utama (*eye catcher*). Kunci keberhasilan suatu iklan adalah *headline* yang cukup menarik perhatian, karena fungsi utama *headline* adalah menarik

perhatian khalayak. Dalam perancangan ini menggunakan “Pelangi Motor” sebagai *headline*.



b. *Sub Headline*

Sub headline adalah jembatan penghubung antara *headline* dengan *body text*. *Sub headline* digunakan untuk lebih memperjelas *headline* secara jelas. Dalam perancangan ini menggunakan “Kreasikan Motormu” sebagai *Sub Headline*

c. Teks Inti (*Body Copy*)

Body copy merupakan kalimat penjelas dari apa yang tertulis dalam *headline* sampai diperkirakan pembaca sudah mampu memahaminya. Sehingga perlu dibuat se-komunikatif dan se-efektif mungkin. *Body copy* menjadi perluasan ide yang disampaikan oleh *headline* dan ilustrasi.

d. Kalimat Dasar (*Base Line*)

Base line biasanya mencantumkan alamat jelas perusahaan.

2. Strategi Visual Non Verbal

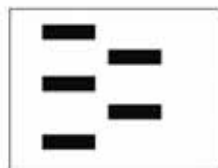
a. *Layout*

Layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf teks, garis, bidang, gambar dan sebagainya. *Layout* harus dapat menghasilkan tatanan yang sesuai agar konsumen tertarik akan hasilnya.

Oleh karena itu, penempatan gambar dan tulisan baik mengenai sifat, ukuran tipografi dan ilustrasinya ditentukan oleh *layout*. Perancangan *layout* pada materi iklan ini lebih menyesuaikan dari konsep dan karakter produk itu sendiri yang menggunakan gaya desain *simple*. Dimana tata letak gambarnya lebih mendominasi ruangan kemudian diikuti elemen-elemen desain pendukung lainnya seperti *headline*, *body copy*, *base line* dan lainnya.

Hal ini dikarenakan Pelangi Motor sendiri belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, sehingga perlu adanya strategi dan media promosi yang lebih menonjolkan desain-desain yang kreatif dan inovatif agar dapat lebih menarik perhatian dan minat pengunjung. Adapun tipikal *layout* yang digunakan dalam tiap material promosi adalah :

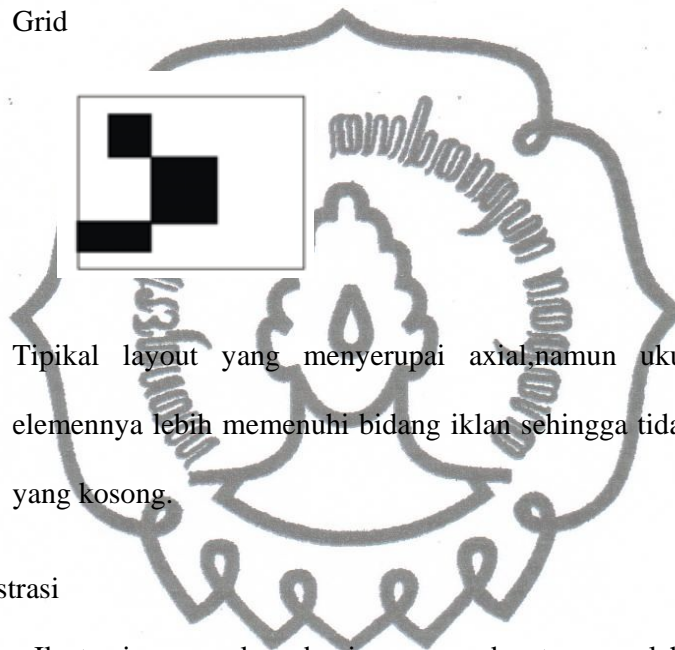
1) Path



commit to user

Dimana model ini menyebarkan materi, baik foto maupun teks, secara zig zag seluas halaman iklan. Secara estetika, model ini membuat mata pembaca cepat capek. Tetapi dalam trik tertentu, halaman iklan tersebut mendapatkan perhatian merata pada permukaan halaman.

2) Grid



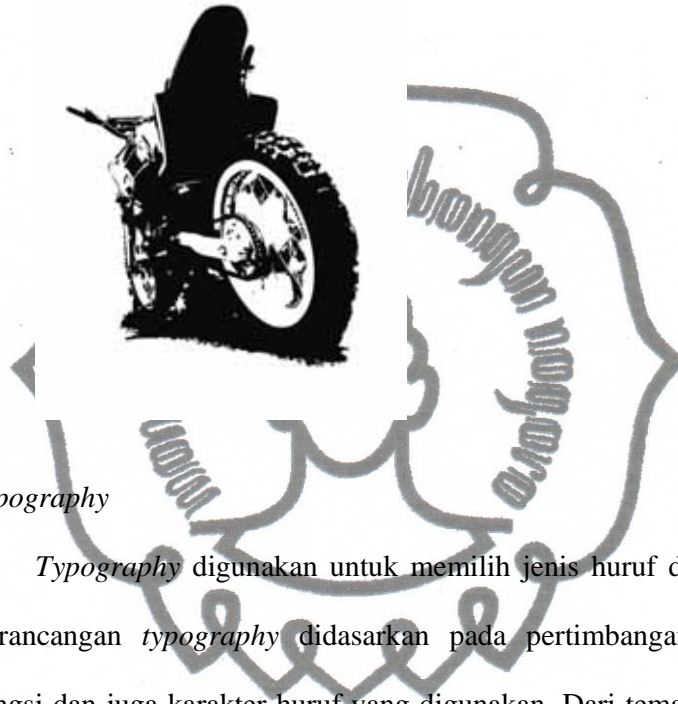
Tipikal layout yang menyerupai axial, namun ukuran dan letak elemennya lebih memenuhi bidang iklan sehingga tidak banyak ruang yang kosong.

b. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan bagian yang dapat mengalahkan perbedaan bahasa karena ilustrasi dapat lebih efektif dibandingkan dengan teks. Selain itu ilustrasi juga dapat lebih menarik perhatian target karena dapat menjelaskan suatu pernyataan secara tepat. Banyak kelebihan dari ilustrasi diantaranya yaitu :

- 1) Menarik perhatian target.
- 2) Menonjolkan keistimewaan suatu produk atau jasa.
- 3) Lebih efektif dibanding pesan-pesan tertulis.

Ilustrasi yang digunakan untuk pembuatan media promosi Pelangi motor meliputi ilustrasi vektor, serta ilustrasi dari logo Pelangi Motor itu sendiri. seperti menempatkan vektor modifikasi motor trail.



c. *Typography*

Typography digunakan untuk memilih jenis huruf dan karakternya. Perancangan *typography* didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari tema yang diangkat, menggunakan *typography* yang berbentuk sederhana dan unik namun tetap sesuai dengan karakteristik dari Pelangi Motor. Jenis huruf yang akan dipilih adalah :

1) *Arial black*

Jenis huruf ini mempunyai kesan sederhana tegas, simple, kokoh dan tidak terlalu mencolok.

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

commit to user

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2) *Bauhaus*

Jenis huruf ini termasuk jenis sanserif yang tidak memiliki sirip diujungnya. Alasan pemilihan huruf ini karena mudah dibaca dan jelas.



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890

3) *Origami*

Jenis huruf ini termasuk jenis karakteristiknya yang unik dan simple.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890

d. *Warna*

Warna merupakan unsur penting dalam promosi karena warna mempunyai bahasa komunikasi yang disampaikan lewat penglihatan. Penggunaan warna menunjukkan identitas dari produk tersebut yang selanjutnya akan dipakai dalam setiap media visual yang akan digunakan.

Warna-warna yang akan dominan digunakan dalam perancangan desain media promosi dari Pelangi motor adalah warna-warna yang cerah yang sesuai dengan karakteristik remaja dan yang mampu merepresentasikan Pelangi motor sebagai Bengkel motor yang berkualitas, lengkap, dan *up to date*. Oleh karena itu, warna yang dipakai adalah warna merah, hitam, abu abu .

Adapun arti dari warna

1) Merah



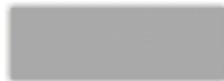
Merupakan simbol dari energi, kuasa, dan pencapaian tujuan.

2) Hitam



Merupakan simbol dari kekuatan, kokoh, kemakmuran.

3) Abu-abu



Merupakan simbol dari keandalan, kecerdasan, profesional dan tenang.

C. Tehnik Pelaksanaan

Seluruh rangkaian dari mulai menentukan konsep karya dan konsep perancangan, dipilih media promosi yang efektif dan efisien. Pembuatan desain dilakukan dengan computer menggunakan *software* CorelDRAW X3 dan Adobe Photoshop. Setelah pembuatan desain selesai langkah selanjutnya adalah visualisasi dengan menggunakan cetak *print* dan *offset* yang kemudian penempatan mediana disesuaikan dengan kebutuhan akan desain yang dibuat. Salah satu contohnya *stationary* ditempatkan pada bengkel dan masih banyak lagi contoh lainnya.

D. Media Placement

Media adalah segala sesuatu untuk menyampaikan / mengaplikasikan iklan atau pesan yang disampaikan melalui alat atau sarana komunikasi, misalnya melalui media cetak maupun media elektronik. Strategi media diperlukan agar pesan-pesan periklanan yang akan disampaikan dapat dirancang dan dilakukan dengan baik dan dapat diterima masyarakat luas. Dalam dunia periklanan media dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Media lini atas (*Above The Line Media*)

Tediri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak (koran).

2. Media lini bawah (*Below The Line Media*)

Terdiri dari seluruh media selain media diatas, seperti kalender, pin, gantungan kunci,dll.

Berdasarkan hal tersebut maka media yang akan dipilih untuk menjadi media promosi Pelangi Motor yaitu :

1. Media Lini Bawah (*Below The Line*)

1) *Kartu nama*

Alasan pemilihan media :

karena kartu nama digunakan sebagai identitas bagi orang yang melakukan promosi bengkel pelangi motor yang diberikan kepada orang atau masyarakat sehingga jika masyarakat memerlukan suatu informasi mengenai bengkel pelangi motor dapat menghubungi orang yang tercantum di dalam kartu nama.

Konsep desain :

Kartu nama dibuat dengan bentuk persegi panjang. Konsep desain dengan warna dominan putih disertai ilustrasi maskot dan logo Pelangi Motor.

Placement :

Kartu nama dimasukan didalam kotak dan diletakkan di meja kasir.

2) *Kop surat*

Alasan pemilihan media :

Karena dalam surat, kop surat menunjukkan dari mana asal suatu surat dikirimkan dan menunjukkan surat itu resmi dikeluarkan dari suatu perusahaan.

Konsep desain :

Kop surat dibuat dengan menempatkan ilustrasi maskot dan logo Pelangi.

Placement :

Kop surat dimasukan didalam kotak dan diletakkan di meja kasir.

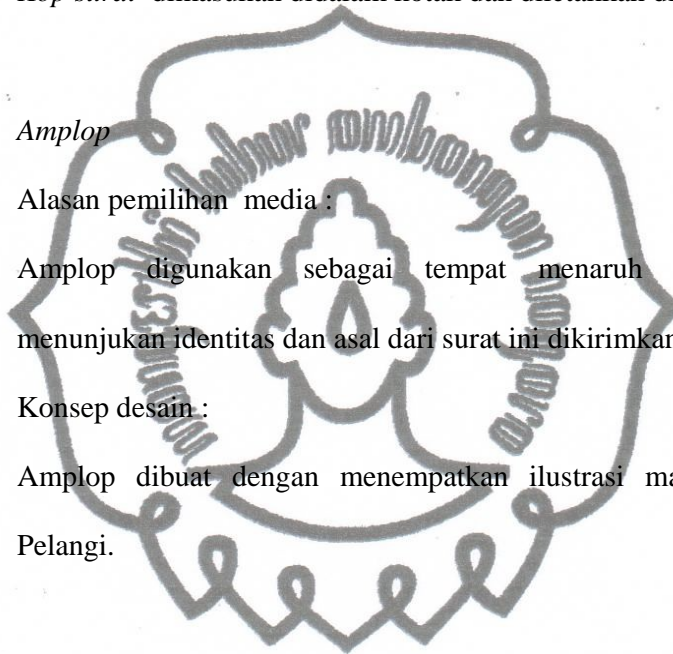
3) Amplop

Alasan pemilihan media :

Amplop digunakan sebagai tempat menaruh surat. Amplop menunjukkan identitas dan asal dari surat ini dikirimkan.

Konsep desain :

Amplop dibuat dengan menempatkan ilustrasi maskot dan logo Pelangi.



4) Leaflet

Berwujud sehelai kertas dari bahan yang agak kaku (agar tidak terlalu mudah diteluk, robek dan dilipat

Alasan pemilihan media :

Media yang menyampaikan informasi bengkel Pelangi Motor dalam bentuk *point-point* utama kepada khalayak dengan ukuran yang ringkas sehingga mudah masuk dalam saku ataupun dalam amplop.

Konsep desain :

Ukuran 9 cm x 21 cm bolak balik berisi poin-poin pelangi motor.

Placement :

Leaflet dimasukan didalam kotak dan diletakkan di ruang tunggu.

5) *Banner*

Alasan pemilihan media :

Banner merupakan media yang fleksibel karena bisa ditempatkan di semua tempat, mudah dipindahkan dan mudah di bongkar pasang.

Placement :

Ditempatkan di ruang tunggu.

6) *Kaos*

Alasan pemilihan media :

Kaos difungsikan sebagai *souvenir* sehingga bisa menjadi kenang-kenangan dan sekaligus menjadi media promosi secara tidak langsung bagi bengkel pelangi motor ketika kaos tersebut dikenakan.

Konsep desain :

Kaos dengan logo Pelangi Motor di depan dan belakang kaos. Tersedia dalam dua warna kaos yaitu hitam dan putih dengan ukuran *all size*.

Placement :

Kaos di berikan pada konsumen yang telah bertransaksi melebihi nominal yang telah di tentukan.

7) *Stiker*

Alasan pemilihan media :

Stiker difungsikan sebagai *souvenir* sehingga bisa menjadi kenang-kenangan dan sekaligus bisa menjadi media promosi secara tidak langsung bagi bengkel Pelangi Motor kalau stiker tersebut ditempelkan dikendaraan atau tempat yang strategis.

Placement :

Stiker diletakkan di meja kasir.

8) *Pin*

Alasan pemilihan media:

Pin adalah benda yang kecil sering digunakan sebagai hiasan pada tas, baju ataupun jaket. Bisa menjadi media promosi secara tidak langsung bagi bengkel Pelangi motor

Konsep desain:

Pin berukuran 6 cm menggunakan logo Pelangi motor .Dibuat dalam beberapa *layout* yang berbeda dan warna dasar yang berbeda sesuai dengan *main color*.

Placement:

Diberikan saat melakukan transaksi.

9) *Gantungan Kunci*

Alasan pemilihan media :

Gantungan kunci digunakan sebagai hiasan atau juga penanda kunci agar tidak mudah hilang atau tertukar.

Placement:

Diberikan saat melakukan transaksi.

10) *Kantong plastik*

Alasan pemilihan media :

Kantong plastik digunakan untuk melindungi produk atau barang.

Alasan pembuatan karena *Kantong plastik* sebagai wadah atau sebagai alat peringkas bawaan.

Konsep:

Kantong plastik dibuat dengan bentuk kotak *vertical*, dengan visual depan berupa logo Pelangi Motor dan ilustrasi Trail

Placement:

Kantong plastik diberikan sebagai wadah atau pengaman barang *costumer*.

11) Poster

Alasan pemilihan media

Poster adalah lembaran kertas yang ditempel atau digantung yang berisi *penjelasan Pelangi motor*. Jadi alasan pemilihan poster sebagai salah satu media karena *poster* akan dapat lebih lama dibaca kalayak dan pesan akan disampaikan secara efisien.

Konsep:

Poster dibuat dengan menggunakan kertas, dengan tampilan *logo Pelangi motor dan ilustrasi trail* dan diolah dengan desain yang simple elegant agar menarik pandangan orang yang melihatnya.

Placement:

Poster akan dipajang di dinding *bengkel Pelangi Motor*.

12) Kalender

Alasan pemilihan media :

Orang menggunakan kalender bukan semata-mata untuk referensi penanggalan, melainkan juga untuk membuat janji, catatan-catatan dan merekam sesuatu. Salah stu keunggulan kalender adalah karena barang ini dibutuhkan oleh konsumen. Konsep desain :

Kalender dibuat 1 halaman.

13) Nota

Alasan Pemilihan Media:

Nota berguna untuk mencatat transaksi.

Konsep:

Nota dibuat seperti pada umumnya.

14) Branding Mobile

Alasan pemilihan media:

Motor dan Mobil bisa digunakan sebagai alat *campaign* berjalan dengan cara mendisain mobil dan motor tersebut dengan logo desain yang dapat mewakili *brand* pelangi motor. Hal ini sangat efektif karena *brand identity* ini bisa dilihat oleh publik di jalan.

Konsep:

Desain logo diaplikasikan ke *body* sehingga dapat terlihat bahwa mobil dan motor tersebut bisa mewakili pelangi motor di jalana atau arena balap, tentunya tanpa mengurangi estetika bentuk mobil dan motor tersebut.

Placement :

Motor dipakai kapan pun saat operasional.

15) Jam

Alasan pemilihan media:

Jam dinding merupakan salah satu pajangan yang populer dan permanent, karena setiap kali seorang melihat jam, maka dalam waktu bersamaan akan terbaca pula.

Konsep:

Didalam jam terdapat *headline*, ilustrasi Trail dan logo Pelangi

Motor

Placement :

Sebagai pengingat waktu sekaligus *souvenir*.



2. Media Lini Atas (*Above The Line*)

a. Iklan Koran atau Surat Kabar

Koran atau surat kabar mempunyai jumlah pembaca yang lebih banyak dibanding media cetak yang lain, jangkauannya luas hingga ke pelosok dan harganya murah.

b. Spanduk

Alasan pemilihan media:

Spanduk merupakan media promosi luar ruang (*outdoor*) yang penempatannya diletakkan di pinggir jalan utama. Kekuatan dari spanduk adalah dapat menarik perhatian khalayak dan biaya yang tidak terlalu mahal serta penempatannya yang fleksibel.

Konsep:

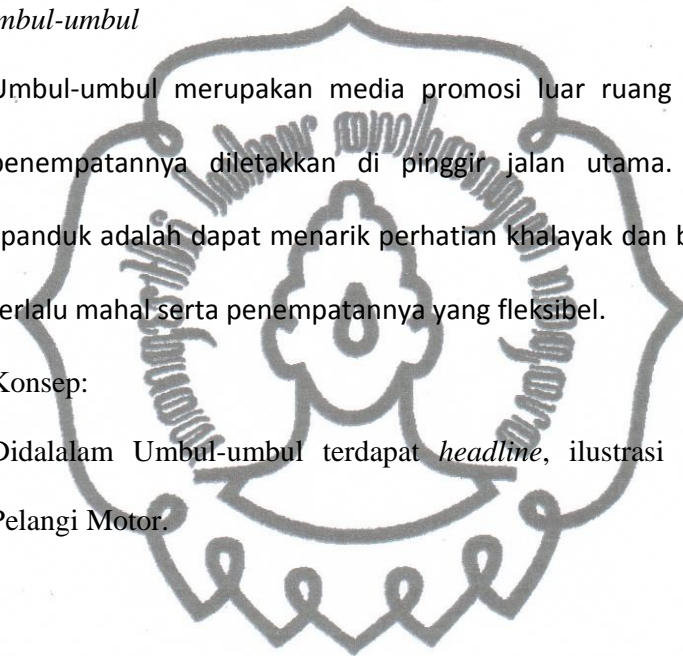
Didalam Spanduk terdapat *headline*, ilustrasi Trail dan logo Pelangi Motor.

c. *Umbul-umbul*

Umbul-umbul merupakan media promosi luar ruang (*outdoor*) yang penempatannya diletakkan di pinggir jalan utama. Kekuatan dari spanduk adalah dapat menarik perhatian khalayak dan biaya yang tidak terlalu mahal serta penempatannya yang fleksibel.

Konsep:

Didalam Umbul-umbul terdapat *headline*, ilustrasi Trail dan logo Pelangi Motor.



BAB IV VISUALISASI KARYA

A. Logo

Logo Perusahaan



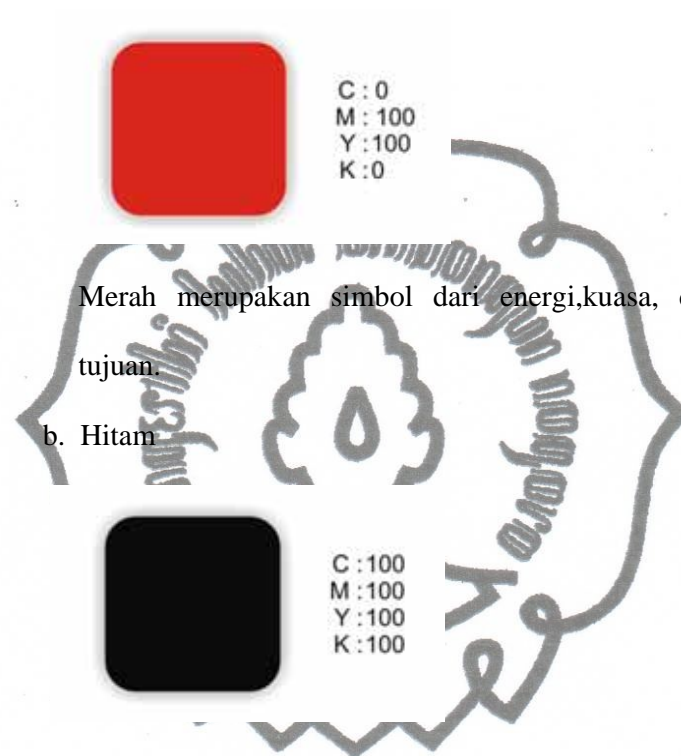
Proses : CorelDraw X3

1. Configurasi



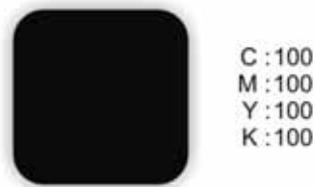
2. Warna

a. Merah



Merah merupakan simbol dari energi, kuasa, dan pencapaian tujuan.

b. Hitam



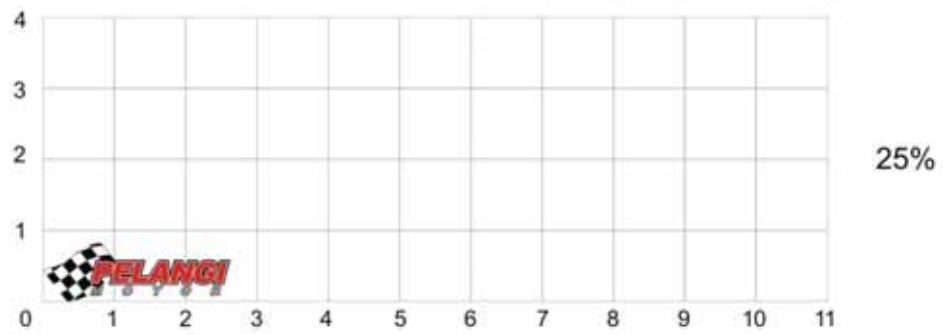
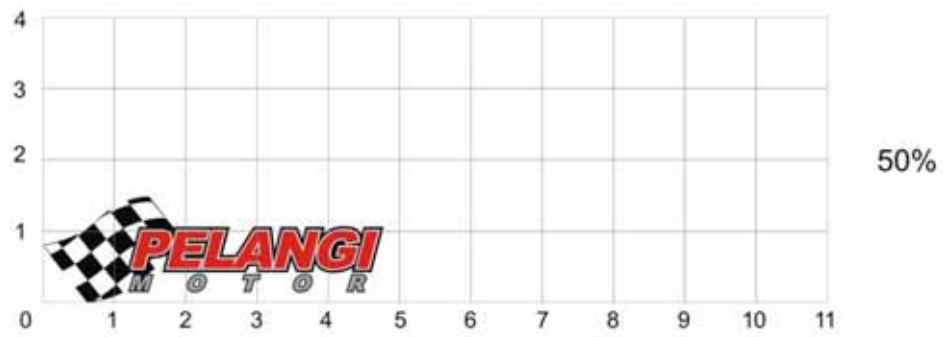
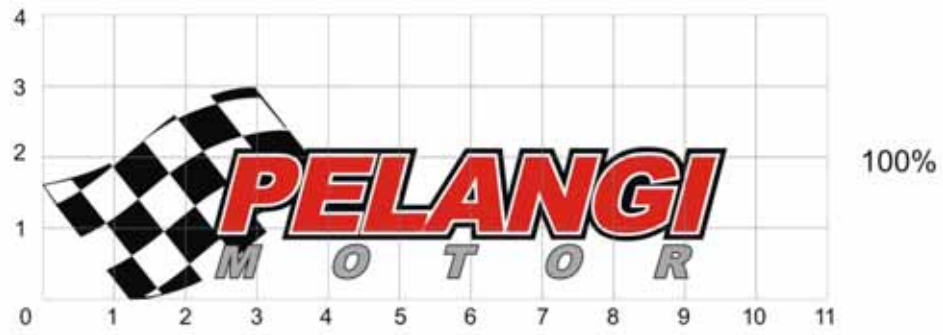
Hitam merupakan simbol dari kekuatan, kokoh, Kemakmuran.

c. Abu abu



Abu-abu merupakan symbol dari keandalan, kecerdasan, profesional dan tenang.

3. Grid



4. Skala



5. Clear Space



B. Maskot



Proses : CorelDraw X3

Maskot : Vektor motor trail

Aplikasi warna : 1. Abu-abu

2. Putih

3. Hitam

4. Merah

commit to user

C. Media lini bawah (*below the line*)

a. Kartu nama



Visualisasa : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo ,maskot, alamat

Ukuran : 5,5 cm x 9 cm

Bahan : Linen

Tipografi : Arial Black, DB YangDung

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Kartu Nama dimasukan didalam kotak dan diletakkan di meja kasir.

2. Kop surat



Visualisasi : *Corel Draw X3*

Ilustrasi Desain : Logo , Maskot, alamat

Ukuran : 20 cm x 28 cm

Bahan : HVS

Tipografi : *Arial Black, DB YangDung*

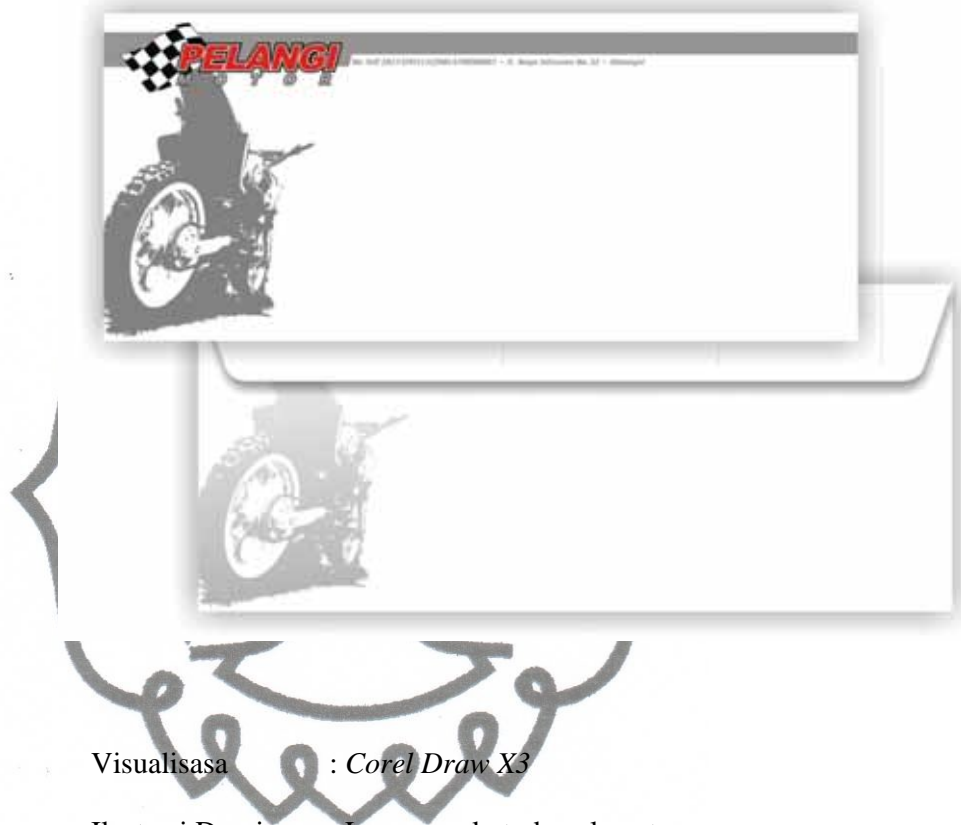
Realisasi : Cetak offset

Placement :

Kop surat dimasukan didalam kotak dan diletakkan di meja kasir

commit to user

3. Amplop



Visualisasa : *Corel Draw X3*

Ilustrasi Desain : Logo, maskot dan alamat

Ukuran : 9 cm x 23 cm

Bahan : Ivori

Tipografi : *Arial Black, DB YangDung*

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Amplop dimasukan didalam kotak dan diletakkan di meja kasir

4. Leaflet



Visualisasa : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, maskot, alamat dan foto

Ukuran : 6,5 cm x 17 cm

Bahan : Ivori

Tipografi : Arial Black, DB YangDung, origami

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Leaflet dimasukan didalam kotak dan diletakkan di ruang tunggu.

5. Banner



Visualisasa : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, maskot , alamat dan foto

Ukuran : 60 cm x 160 cm

Bahan : MMT

Tipografi : Arial Black, DB YangDung, origami

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Banner diletakkan di ruang tunggu.

commit to user

6. Kaos



Visualisasi : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, maskot

Ukuran : L,M

Bahan : Kain

Tipografi : Arial Black

Realisasi : Sablo

commit to user

7. Stiker



Visualisasa : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, mascot dan alamat

Ukuran : 5,5cm x 10cm

Bahan : Kertas stiker

Tipografi : Arial Black, DB YangDung, origami

Realisasi : Sablon

Placement :

Stiker diletakkan di meja kasir.

8. *Pin*

Visualisasi : *Corel Draw X3*
 Ilustrasi Desain : Logo, mascot dan alamat
 Ukuran : 4,4cm
 Bahan : Laminasi dob
 Tipografi : *Arial Black, DB YangDung, origami*
 Realisasi : Cetak offset

Placement :

Pin di letakkan di meja kasir.

9. Gantungan Kunci



Visualisasi : *Corel Draw X3*

Ilustrasi Desain : Logo, maskot

Ukuran : 3,5cm

Bahan : Ivori

Tipografi : *Arial Black*

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Gantungan kunci di letakkan di meja kasir.

10. Kantong plastik



Visualisasa : *Corel Draw X3*

Ilustrasi Desain : Logo, mascot dan alamat

Ukuran : 32cm x 23cm

Bahan : Plastik

Tipografi : *Arial Black, DB YangDung, origami*

Realisasi : Sablon

Placement :

Kantong plastik di letakkan di meja kasir.

11. Poster



Visualisasi : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, mascot, alamat dan foto

Ukuran : 45cm x 32cm

Bahan : Glossi

Tipografi : Arial Black, DB YangDung, origami

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Poster akan di tempet di tempat tempat strategis dan dinding bengkel Pelangi Motor.

commit to user

12. Kalender



Visualisasi : *Corel Draw X3*

Ilustrasi Desain : Logo, maskot, alamat, foto

Ukuran : 45cm x 32cm

Bahan : Kertas Glossi

Tipografi : *Arial Black, DB YangDung, origami*

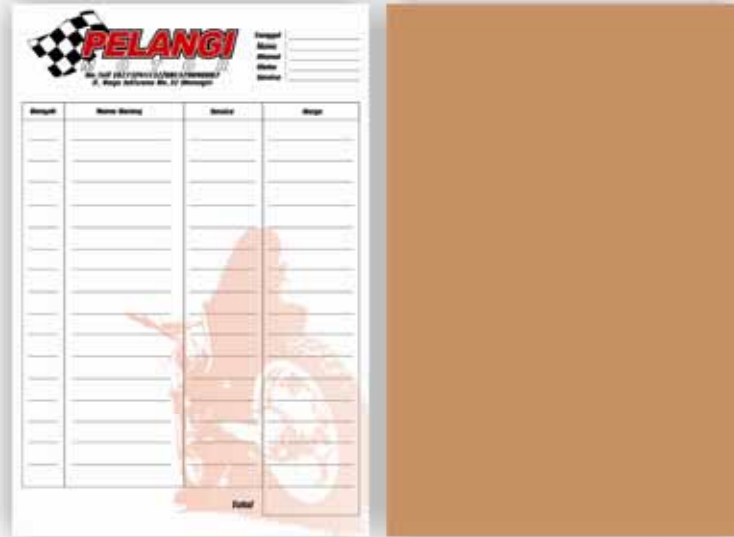
Realisasi : Cetak offset

Placement :

Kalender di letakkan di meja kasir dan di tempelkan di ruang tunggu.

commit to user

13. Nota



Visualisasa : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, maskot dan alamat

Ukuran : 9,5cm x 14cm

Bahan : HVS

Tipografi : Arial Black, DB YangDung

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Nota di letakkan di meja kasir.

14. Mobile branding



Visualisasi : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, alamat

Bahan : Kertas stiker

Tipografi : Arial Black, DB YangDung

Realisasi : Cetak offset

15. Jam Dinding



Visualisasi : Corel Draw X3

Ilustrasi Desain : Logo, maskot dan alamat

Ukuran : 30,5cm

Bahan : Kertas glossi

Tipografi : Arial Black, DB YangDung, origami

Realisasi : Cetak offset

Placement :

Jam dinding di letakkan di meja kasir dan di tempelkan diruang tunggu.

D. Media lini atas (*above the line*)

1. Iklan Koran



- Nama Koran : Koran Jitu
- Media Bahan : Kertas koran
- Ukuran : 4 kolom x 45 mm
- Ilustrasi Desain : Logo dan Maskot “Pelangi Motor”.
- Tipografi : *Arial Black, DB YangDung X, Origami*
- Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Iklan akan ditempatkan di koran atau surat kabar lokal yang merupakan surat kabar yang mempunyai segmentasi menengah keatas. Surat kabar yang akan dipakai adalah Jawa Pos, dengan ukuran 4 kolom (1 kolom = 45 mm), halaman iklan.

2. Spanduk



Visualisasi : Corel Draw X3
Ilustrasi Desain : Logo, maskot, alamat, foto
Ukuran : 1m x 7m
Bahan : MMT
Tipografi : Arial Black, DB YangDung, origami
Realisasi : Cetak offset

1. *Umbul-umbul*

Visualisasi	: Corel Draw X3
Ilustrasi Desain	: Logo, maskot dan alamat
Ukuran	: 0,5m x 4m
Bahan	: Kain
Tipografi	: Arial Black, DB YangDung, origami
Realisasi	: Sablon

commit to user

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam pembuatan suatu promosi tentang produk ataupun jasa, pembuat desain promosi dihadapkan pada suatu konsekuensi. Artinya, dalam membuat iklan harus memperhatikan apa, siapa, kapan, dimana dan bagaimana.

Apa artinya jenis produk atau jasa yang akan dipromosikan. Pembuat iklan harus mengetahui karakter produk atau jasa yang akan ditawarkan. Siapa artinya *segmen* atau *market* yang dituju, hal ini sangat penting karena akan mempengaruhi sampai tidaknya pesan yang akan disampaikan. *Segmen* atau target *market* dapat digolongkan sesuai klasifikasinya masing-masing. Kapan, yaitu waktu dari iklan akan ditayangkan harus sesuai dengan kondisi sosial yang terjadi pada masa itu. Dimana, artinya luasan sasaran yang dituju, iklan yang dibuat harus memperhatikan norma ataupun adat-istiadat setempat sehingga tidak akan melanggar aturan yang berada pada daerah yang bersangkutan. Setelah memperhatikan faktor-faktor di atas, langkah selanjutnya adalah bagaimana menciptakan desain promosi yang memenuhi elemen-elemen penting di atas.

Dalam promosi bengkel Pelangi Motor ini, penulis dihadapkan dengan tema yang berhubungan dengan Modifikasi, sehingga dalam rancangan promosi yang dibuat harus benar-benar detail dalam menentukan konsep yang akan dibuat. Dengan harapan, rancangan promosi yang dibuat mampu mewujudkan tujuan

commit to user

awal yaitu sebagai bengkel yang memiliki kualitas dan keunggulan dalam hal modification dibandingkan bengkel yang lain.

B. Saran-saran

1. Untuk bengkel Pelangi Motor

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyarankan agar bengkel Pelangi Motor lebih giat dalam melakukan promosi, dan yang paling penting adalah mampu menciptakan promosi yang efektif dan tepat sasaran. Sehingga akan dapat mewujudkan tujuan dari promosi bengkel Pelangi Motor yaitu sebagai bengkel yang memiliki kualitas dan keunggulan dalam hal modification dibandingkan bengkel yang lain.