

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dunia teknologi dan komunikasi berkembang semakin pesat, ditandai dengan semakin seringnya muncul mobil yang dipasarkan hampir setiap bulan. Para produsen otomotif berlomba-lomba mengeluarkan jenis varian yang terbaru untuk merebut pasar otomotif yang masih menjadi pasar yang menggiurkan dan menguntungkan. Ini didukung juga sifat manusia yang selalu tidak puas terhadap produk yang sudah didapat, sehingga sebisa mungkin mengganti mobil yang lama dengan yang tipe yang baru, walaupun mengalami kerugian, karena untuk menukar tambah pasti membutuhkan dana yang lebih besar lagi.

Sebenarnya selain mengganti mobil lama menjadi mobil yang baru, ada hal lain yang dilakukan oleh penggemar otomotif yaitu memodifikasi mobil. Modifikasi mobil dibedakan menjadi 2, yaitu modifikasi eksterior (luar) dan modifikasi interior (dalam). Memodifikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti : mobil standart ditambah *body kit* untuk mempercantik penampilan, jika ingin lebih ekstrim bisa dibuat menjadi *wide body*. Ini bisa membuat penampilan mobil menjadi lebih menggembung dan kelihatan besar.

Terdapat banyak kategori dalam *wide body*, yang pertama aliran elegan yang merupakan perubahan bentuk body minimalis dan simpel sehingga tetap enak dilihat, yang kedua *racing style* yang merubah bodi mobil sehingga terlihat unsur-unsur balap di dalamnya, yang ketiga *wide body natural* yang melakukan penggembungan bentuk bodi tetapi hanya sedikit saja dan tidak terlalu banyak seperti pada 2 aliran di atas. Yang ketiga ini paling banyak digemari karena tidak terlalu merusak bodi mobil. Akan tetapi banyak juga dari sebagian orang yang ingin memodifikasi kendaraannya tetapi tanpa merusak bodi mobil tersebut seperti halnya hanya dengan mengubah velg standar pabrik dengan *velg-velg* yang berdiameter besar mobil akan terlihat lebih keren dan tidak perlu *body kit* jika pemilik mobil tidak ingin mengganti bumper bawaan pabrik tersebut. Kemudian di daerah interior dapat dimodifikasi misalnya: jok standar bawaan pabrik diganti dengan jok kulit sehingga terlihat *lux* pada bagian dalam mobil.

Dalam tugas akhir ini penulis memilih obyek perancangan bengkel modifikasi “BODY FORM” yang terletak di jalan Raya Kendangsari 80 Surabaya.

Pemiliknya biasa dipanggil Koh Tat Cien. Di bengkel ini menyediakan berbagai macam fasilitas seperti salon, cuci mobil, *repairing* bodi mobil, dan yang terutama pembuatan dan pemasangan *body kit*. Juga menjual *velg-velg* baru dan bekas serta asesoris lain seperti knalpot, setir-setir *import*, audio-audio baru ataupun bekas.

Untuk kegiatan pemasaran bengkel ini menargetkan daerah-daerah di sekitar Surabaya, kemudian dalam hal promosi / periklanan pernah dilakukan di saat mobil-mobil dari bengkel Body Form mengikuti *event-event* kejuaraan kontes yang diselenggarakan di Surabaya serta dibagikannya brosur-brosur dari Body Form pada saat kontes berlangsung.

Visi dari bengkel ini menurut Tat Cien yaitu semoga semua mobil di Surabaya dapat berubah menjadi modis dan penuh gaya serta menjadi salah satu bengkel terbaik di Surabaya

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan karya desain grafis dapat lebih mendukung promosi serta periklanan dari bengkel Body Form kepada kalangan anak muda pecinta otomotif agar tahu, dimana bengkel modifikasi yang dapat mengakomodasi sesuai dengan keinginan mereka. Bagaimana perancangan desain iklan untuk menarik konsumen mau datang dan menggunakan jasa bengkel Body Form.

1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.3.1 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan desain grafis agar dapat mendukung promosi atau periklanan dari bengkel Body Form kepada dewasa maupun kalangan anak muda pecinta otomotif, sehingga mereka tahu bengkel modifikasi yang bisa mengakomodasi keinginan mereka.

Perancangan desain iklan dari bengkel Body Form agar konsumen mau datang dan menggunakan jasa bengkel Body Form.

1.3.2 Manfaat Perancangan

- Manfaat hasil perancangan bagi produsen adalah agar memancing gairah masyarakat agar lebih peka lagi terhadap modifikasi mobil.
- Bagi masyarakat sebagai konsumen adalah Sebagai tempat untuk menyalurkan hobi modifikasi, sebagai sarana pelengkap *spare part* / asesoris pelengkap modifikasi
- Bagi mahasiswa sebagai pihak yang merancang karya desain grafis adalah saya ingin meneliti dan mengembangkan daya kreasi saya dalam mempromosikan sesuatu

1.4. Ruang Lingkup Perancangan

Dalam penelitian kali ini penulis menggunakan alat komunikasi antara lain berupa brosur yang berguna sebagai pemberitahuan tentang bengkel Body Form dan promo-promo yang sedang ada pada saat itu. Brosur ini dibagikan pada saat kontes berlangsung, kemudian poster yang menggambarkan desain-desain dari bengkel Body Form yang bertujuan menguatkan image Body Form di kalangan masyarakat Surabaya, dan dari media cetak Body Form menggunakan Koran dan majalah untuk mempromosikan dan memperkenalkan tentang Body Form di kalangan masyarakat Surabaya. Untuk mengetahui dan melihat secara nyata di lapangan proses perancangan body kit.

Iklan *Above The Line* (Iklan Lini Atas)

1. Iklan Surat Kabar

Surat kabar mempunyai kelebihan dan kelemahan.

Kelebihannya yaitu:

a. *Market Coverage*

Maksudnya adalah surat kabar dapat menjangkau daerah – daerah perkotaan sesuai dengan cakupan pasarnya (nasional, regional, atau lokal).

b. *Comparison Shopping (catalog value)*

Maksudnya adalah kebiasaan konsumen membawa surat kabar sebagai referensi untuk memilih barang sewaktu berbelanja.

c. *Positive Consumer Attitudes*

Maksudnya adalah konsumen umumnya memandang surat kabar memuat hal – hal actual yang perlu segera diketahui khalayak pembacanya.

d. *Flexibility*

Maksudnya adalah pengiklan dapat bebas memilih pasar mana yang akan diprioritaskan.

Kelemahannya yaitu:

a. *Long Life Span*

Maksudnya adalah sekalipun jangkauannya bersifat missal namun surat kabar ini dibaca orang dalam tempo yang singkat saja umumnya tidak lebih dari 15 menit dan mereka hanya membaca sekali saja.

b. *Clutter*

Maksudnya adalah isi yang dipaksakan di halaman surat kabar yang tidak mempunyai manajemen redaksi dan tata letak yang baik bisa mengacaukan mata dan daya serap pembaca.

c. *Limited coverage of certain group*

Maksudnya adalah sekalipun surat kabar memiliki sirkulasi yang luas namun beberapa kelompok pasar tertentu tetap tidak dapat dilayani dengan baik.

d. *Products that don't fit*

Maksudnya adalah beberapa produk tidak dapat diiklankan dengan baik di surat kabar (Kasali, 1992).

2. Iklan Billboard

Billboard/papan iklan ini adalah suatu bentuk iklan yang paling tua dan penting dalam mempromosikan suatu produk. Iklan Bengkel Body Form mendukung Iklan Layanan Masyarakat berupa iklan Billboard sebagai bentuk sumbangsih kepada masyarakat terutama masyarakat Surabaya.

3. Iklan Majalah

Majalah merupakan salah satu media promosi yang baik untuk mengiklankan suatu produk. Majalah mempunyai kelebihan dan kekurangan.

Kelebihan majalah:

- a. Gambarnya berwarna berbeda dengan surat kabar warnanya hitam putih dan ada yang berwarna tetapi tidak terlalu bagus.
- b. Pemasarannya lebih spesifik daripada surat kabar, jadi segmentasinya jelas.
- c. Sifatnya lama, kadang terbit dua minggu sekali bahkan ada yang sebulan sekali, sehingga masyarakat dapat membaca berulang kali dan lama.

Kekurangan majalah:

- a. Harganya lebih mahal daripada surat kabar.
- b. Iklannya yang kadang tidak “Up to date” karena jarak terbitnya tidak sehari sekali seperti surat kabar.

Dari beberapa teori di atas dapat digunakan sebagai landasan teori dari perancangan iklan produk Body Form yang akan dibuat ini.

Iklan Below The Line (Iklan Lini Bawah)

1. Brosur

Dibuat brosur karena selain praktis dan juga dimuat pesan – pesan informasi produk Body Form, dengan desain yang unik diharapkan dapat disimpan oleh penerima brosur. Brosur (biasa juga disamakan dengan istilah leaflet) adalah informasi promo, biasanya dituangkan melalui selebar kertas, bisa pula lebih, yang berisi keterangan tentang produk dan jasa yang ditawarkan secara ringkas dan jelas. Informasi yang disampaikan tidak melalui produk/jasa tapi juga keuntungan-keuntungan yang akan diterima konsumen jika menggunakan produk/jasa seperti yang dicantumkan didalamnya, berikut teknik penggunaannya. Brosur bisa didapatkan Cuma-Cuma, jarang terdengar untuk mendapatkan brosur harus dengan mengorbankan sejumlah uang.

2. Pembatas Buku

Pembatas buku dipilih karena sasaran produk Body Form yang usia produktif dan kalangan mahasiswa dan pelajar, sehingga selain sebagai pembatas yang akan tersimpan tetapi juga sebagai pengingat terhadap keberadaan produk Body Form. Selain itu berfungsi sebagai sarana stempel untuk promosi cuci mobil gratis di Body Form, seperti terkumpul lima stempel cuci mobil di bengkel Body Form dapat gratis satu kali cuci gratis mobil.

3. Poster

Sebagai pengingat dan pemberitahuan keberadaan Body Form pada masyarakat. Sehingga peletakkan poster disebar di daerah sekitar dekat Bengkel Body Form.

4. X – Banner

Ukurannya yang relative besar akan mengundang masyarakat untuk melihat dan ingin mengetahui bengkel Body Form itu seperti apa. Sehingga akan diletakkan di dekat mobil peserta kontes hasil penggarapan bengkel Body Form.