

**PERANCANGAN PROMOSI PERIKLANAN**

**BENGKEL PANEL ONE**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Bryan Vincentius Soenanto**

**00000053362**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**PERANCANGAN PROMOSI PERIKLANAN**

**BENGKEL PANEL ONE**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Bryan Vincentius Soenanto**

**00000053362**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Bryan Vincentius Soenanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053362

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~  
~~Magang/ MBKM\*~~ saya yang berjudul:

### **PERANCANGAN PROMOSI PERIKLANAN BENGKEL PANEL ONE**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 6 Januari 2025



(Bryan Vincentius Soenanto)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN PROMOSI PERIKLANAN**  
**BENGKEL PANEL ONE**

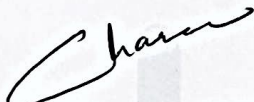
Oleh

Nama Lengkap : Bryan Vincentius Soenanto  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053362  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

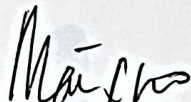
Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025  
Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

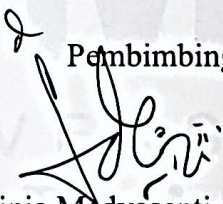
Ketua Sidang

  
Chara Susanti, M.Ds.  
0313048703/L00266

Penguji

  
Mariska Legla, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/083675

Pembimbing

  
Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.  
0319098202/068502

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Bryan Vincentius Soenanto  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053362  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2\* (\*coret yang tidak dipilih)  
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI  
PERIKLANAN BENGKEL PANEL ONE

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
  - ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 6 Januari 2025

  
(Bryan Vincentius Soenanto)

## KATA PENGANTAR

Ucapan syukur atas Tuhan Yang Maha Esa karena kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Periklanan Bengkel Panel One”

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dan arahan, sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Dedy Arpan, S.Des., M.Ds., selaku Pembimbing Bimbingan Spesialis yang telah memberikan bimbingan, dan arahan terhadap media dan taktik pesan dalam perancangan ini.
6. Keluarga saya dan Birgitta Laura yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Marcel Gunadi Djuari, Nathanael Ansel, dan Erik Paskalis sebagai narasumber penulis yang telah berpartisipasi dalam *in depth interview* yang dilakukan.
8. Bernard Fenuel, Justin Teng, dan Perih Andreyanto yang telah berpartisipasi sebagai narasumber FGD dan wawancara.

Harapan kedepannya semoga karya ilmiah ini dapat memberikan wawasan dan ilmu yang lebih luas kepada pembaca

Tangerang, 6 Januari 2025



(Bryan Vincentius Soenanto)

# PERANCANGAN PROMOSI PERIKLANAN BENGKEL

## PANEL ONE

(Bryan Vincentius Soenanto)

### ABSTRAK

Bengkel merupakan sebuah tempat untuk melakukan perbaikan berbagai hal. Khususnya bengkel mobil merupakan tempat perbaikan untuk para pengendara dalam memperbaiki mobilnya dengan berbagai kerusakan atau kendala yang dialami. Bengkel Panel One merupakan sebuah bengkel yang bergerak pada bidang *body repair* dimana bengkel ini memfokuskan pengerjaan pada body kendaraan. Bengkel Panel One merupakan bengkel *one stop service* yang memiliki berbagai jasa seperti pengecatan, pemolesan, *paint correction*, dan modifikasi bodi. Saat ini, bengkel Panel One belum memiliki promosi yang baik untuk bisa menjangkau target yang lebih luas, dikarenakan tidak adanya yang mengayomi dan mempunyai kapasitas penuh untuk mengurus media promosi. Penulis akan merancang sebuah promosi guna membantu bengkel Panel One untuk lebih dapat menjangkau target marketnya. Tanpanya promosi dan banyak bengkel yang bermunculan di daerah sekitarnya membuat bengkel Panel One susah saing dan kurangnya peminat dikarenakan lokasi bengkel yang tidak berada pada jalan besar. Dengan promosi yang dibuat kiranya dapat membantu bengkel Panel One untuk mendapatkan lebih banyak customer dan bisa menaikkan penjualan dari bengkel Panel One sendiri.

**Kata kunci:** Promosi, Bengkel, Mobil, Panel One



## **PROMOTIONAL ADS DESIGN ABOUT PANEL ONE**

### **WORKSHOP**

(Bryan Vincentius Soenanto)

#### **ABSTRACT (English)**

*A workshop is a place to repair various things. In particular, a car repair shop is a repair place for motorists to repair their cars with various damages or problems experienced or even modifications. Panel One Workshop is a workshop that operates in the field of body repair where this workshop focuses on work on vehicle bodies and other body related work. Panel One Workshop is a one stop service workshop that provides various services such as painting, polishing, paint correction and body modification. Currently, the Panel One workshop does not have good promotions to be able to reach a wider target, because there is no one to protect them and has full capacity to handle promotional media for their media. The author will design a promotional campaign to help the Panel One workshop to better reach its target market. Without promotions and many workshops popping up in the surrounding area, it is difficult for the Panel One workshop to compete and there is a lack of interest due to the location of the workshop not being on a major road. The promotions created will hopefully help the Panel One workshop to get more customers and increase sales from the Panel One workshop itself.*

**Keywords:** Promotion, Workshop, Car, Panel One



## DAFTAR ISI

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                              | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....           | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                         | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                             | v    |
| ABSTRAK .....                                    | vi   |
| ABSTRACT ( <i>English</i> ) .....                | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                 | viii |
| DAFTAR TABEL .....                               | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                              | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                          | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                         | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                        | 3    |
| 1.3 Batasan Masalah .....                        | 3    |
| 1.4 Tujuan Tugas Akhir .....                     | 3    |
| 1.5 Manfaat Tugas Akhir .....                    | 4    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                    | 5    |
| 2.1 Promosi .....                                | 5    |
| 2.1.1 Unsur Promosi .....                        | 5    |
| 2.1.2 <i>Segmenting &amp; Targeting</i> .....    | 7    |
| 2.1.3 AISAS .....                                | 9    |
| 2.1.4 Media Promosi .....                        | 11   |
| 2.1.5 <i>Copywriting</i> .....                   | 13   |
| 2.2 Elemen Desain .....                          | 16   |
| 2.2.1 Warna .....                                | 16   |
| 2.2.2 Fotografi .....                            | 21   |
| 2.2.3 Tipografi .....                            | 24   |
| 2.2.4 Prinsip <i>Layout</i> .....                | 26   |
| 2.3 Bengkel Otomotif .....                       | 28   |
| 2.3.1 Fungsi Bengkel .....                       | 28   |
| 2.3.2 Jenis Bengkel .....                        | 30   |

|                                                      |            |
|------------------------------------------------------|------------|
| 2.4 Penelitian yang Relevan.....                     | 31         |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....</b>           | <b>33</b>  |
| 3.1 Subjek Perancangan .....                         | 33         |
| 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....            | 35         |
| 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....             | 37         |
| 3.3.1 Observasi.....                                 | 37         |
| 3.3.2 Wawancara .....                                | 38         |
| 3.3.3 Kuesioner .....                                | 41         |
| 3.3.4 Studi Referensi .....                          | 43         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN .....</b> | <b>44</b>  |
| 4.1 Hasil Perancangan .....                          | 44         |
| 4.1.1 Overview .....                                 | 44         |
| 4.1.2 Strategy .....                                 | 58         |
| 4.1.3 Ideas .....                                    | 68         |
| 4.1.4 Design .....                                   | 77         |
| 4.1.5 Production .....                               | 87         |
| 4.1.6 Implementation .....                           | 101        |
| 4.1.7 Hasil Bimbingan Spesialis .....                | 101        |
| 4.1.8 Kesimpulan Perancangan.....                    | 102        |
| 4.2 Pembahasan Perancangan .....                     | 102        |
| 4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i> .....        | 102        |
| 4.2.2 Analisis Media .....                           | 109        |
| 4.2.3 Budgeting .....                                | 126        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                            | <b>129</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                   | 129        |
| 5.2 Saran .....                                      | 130        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                           | <b>132</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                 | <b>135</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                |     |
|------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian yang relevan .....        | 31  |
| Tabel 4.1 Hasil Kuesioner.....                 | 51  |
| Tabel 4.2 Hasil Kuesioner.....                 | 51  |
| Tabel 4.3 Hasil Kuesioner.....                 | 52  |
| Tabel 4.4 Hasil Kuesioner.....                 | 52  |
| Tabel 4.5 Tabel Studi Referensi.....           | 56  |
| Tabel 4.6 Tabel Creative Brief.....            | 58  |
| Tabel 4.7 Tabel Strategi Pesan AISAS .....     | 64  |
| Tabel 4.8 Tabel Media AISAS.....               | 66  |
| Tabel 4.9 Tabel Timeline AISAS.....            | 67  |
| Tabel 4.10 Tabel proses pengambilan foto ..... | 74  |
| Tabel 4.11 Tabel proses cutout foto.....       | 75  |
| Tabel 4.12 Tabel Budgeting.....                | 126 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 AISAS .....                                                     | 9  |
| Gambar 2.2 Fitur Comment pada Tiktok .....                                 | 12 |
| Gambar 2.3 Advertising Audi .....                                          | 14 |
| Gambar 2.4 Advertising Mazda .....                                         | 14 |
| Gambar 2.5 Advertising Volkswagen .....                                    | 15 |
| Gambar 2.6 Hue atau rona .....                                             | 17 |
| Gambar 2.7 Tabung warna Hue berbanding value.....                          | 17 |
| Gambar 2.8 skema warna analogus.....                                       | 18 |
| Gambar 2.9 Roda warna komplimenter .....                                   | 19 |
| Gambar 2.10 Foto burung makaw biru .....                                   | 19 |
| Gambar 2.11 Roda warna split komplimenter .....                            | 20 |
| Gambar 2.12 Scene Film Avenger dengan teknik High Angle.....               | 23 |
| Gambar 2.13 Foto Honda Civic dari low angle .....                          | 24 |
| Gambar 2.14 Sans Serif.....                                                | 25 |
| Gambar 2.15 Kesatuan .....                                                 | 26 |
| Gambar 2.16 Keseimbangan .....                                             | 27 |
| Gambar 2.17 modular grid .....                                             | 28 |
| Gambar 2.18 Bengkel Otomotif.....                                          | 28 |
| Gambar 4.1 Foto dengan pemilik bengkel Panel One Marcel Gunadi Djuari..... | 45 |
| Gambar 4.2 Foto dengan Nathanael Ansel sebagai customer Panel One .....    | 48 |
| Gambar 4.3 Wawancara dengan Bapak Erik Paskalis (sebelah kiri) .....       | 49 |
| Gambar 4.4 Postingan Rmoda.....                                            | 53 |
| Gambar 4.5 Postingan Rmoda.....                                            | 54 |
| Gambar 4.6 Postingan Gorillaz .....                                        | 55 |
| Gambar 4.7 Postingan Mancave .....                                         | 55 |
| Gambar 4.8 User Persona Bernard.....                                       | 61 |
| Gambar 4.9 Customer Journey Bernard.....                                   | 62 |
| Gambar 4.10 User Persona Adit.....                                         | 63 |
| Gambar 4.11 Customer Journey Adit .....                                    | 64 |
| Gambar 4.12 Mindmap .....                                                  | 69 |
| Gambar 4.13 Moodboard Grafik.....                                          | 70 |
| Gambar 4.14 Moodboard Tipografi .....                                      | 71 |
| Gambar 4.15 Moodboard Fotografi .....                                      | 71 |
| Gambar 4.16 Color Palette.....                                             | 72 |
| Gambar 4.17 Jenis Tipografi.....                                           | 72 |
| Gambar 4.18 Tipografi.....                                                 | 73 |
| Gambar 4.19 Supergraphic.....                                              | 73 |
| Gambar 4.20 Kolase Fotografi .....                                         | 74 |
| Gambar 4.21 Aset Cutout.....                                               | 77 |
| Gambar 4.22 sketsa key visual.....                                         | 78 |

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.23 Sketsa key visual .....                                  | 79  |
| Gambar 4.24 Aset visual untuk key visual pertama.....                | 80  |
| Gambar 4.25 Grid untuk artboard 1080x1080 .....                      | 80  |
| Gambar 4.26 Aset foto cutout .....                                   | 81  |
| Gambar 4.27 Penambahan grafik merah dan supergrafik.....             | 81  |
| Gambar 4.28 Penambahan copywriting pada key visual .....             | 82  |
| Gambar 4.29 Penambahan gradasi yang berperan sebagai cahaya .....    | 82  |
| Gambar 4.30 Foto mekanik memoles bodi kendaraan.....                 | 83  |
| Gambar 4.31 Grid modular Story.....                                  | 83  |
| Gambar 4.32 Proses terakhir key visual Instagram story.....          | 84  |
| Gambar 4.33 Foto untuk key visual .....                              | 85  |
| Gambar 4.34 Grid dengan grafik untuk key visual .....                | 85  |
| Gambar 4.35 Penambahan copywriting untuk key visual.....             | 86  |
| Gambar 4.36 Penambahan supergrafik pada key visual .....             | 86  |
| Gambar 4.37 Content planning grid.....                               | 88  |
| Gambar 4.38 Proses pembuatan feeds tahapan attention-interest.....   | 89  |
| Gambar 4.39 Proses pembuatan feeds tahapan attention-interest.....   | 89  |
| Gambar 4.40 Grid untuk feeds tahapan search .....                    | 90  |
| Gambar 4.41 Instagram feeds tahapan search.....                      | 91  |
| Gambar 4.42 Layout Instagram feeds .....                             | 91  |
| Gambar 4.43 Instagram feeds tahapan action .....                     | 92  |
| Gambar 4.44 Pembuatan Instagram story tahap Attention-Interest ..... | 93  |
| Gambar 4.45 Pembuatan Instagram story tahap share .....              | 93  |
| Gambar 4.46 Grid 3x3 Flyer .....                                     | 95  |
| Gambar 4.47 Flyer A5 tahapan attention-interest.....                 | 96  |
| Gambar 4.48 Proses pembuatan Facebook ads untuk tahap Action .....   | 97  |
| Gambar 4.49 Facebook ads tahapan action.....                         | 97  |
| Gambar 4.50 Proses pembuatan poster tahap attention-interest .....   | 98  |
| Gambar 4.51 Poster tahap Attention-Interest.....                     | 98  |
| Gambar 4.52 Poster A3 tahapan Action.....                            | 99  |
| Gambar 4.53 Sticker Panel One tahap Search .....                     | 100 |
| Gambar 4.54 Keychain Panel One tahap Search .....                    | 100 |
| Gambar 4.55 Pewangi mobil tahap search.....                          | 101 |
| Gambar 4.56 Interview dengan Bernard Surjadi.....                    | 105 |
| Gambar 4.57 Interview dengan Justin Teng .....                       | 106 |
| Gambar 4.58 Interview dengan Perih Andreyanto.....                   | 108 |
| Gambar 4.59 Instagram Feeds attention interest.....                  | 110 |
| Gambar 4.60 Instagram story attention interest .....                 | 112 |
| Gambar 4.61 Flyer A5 tahap attention interest .....                  | 113 |
| Gambar 4.62 Poster A3 tahap attention interest.....                  | 115 |
| Gambar 4.63 Poster pada T Banner .....                               | 116 |
| Gambar 4.64 Tampilan feeds tahapan search .....                      | 117 |
| Gambar 4.65 Feeds tahapan search.....                                | 118 |

|                                                |     |
|------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.66 Feeds tahapan action .....         | 119 |
| Gambar 4.67 story ads tahapan action .....     | 120 |
| Gambar 4.68 Poster A3 tahapan action.....      | 121 |
| Gambar 4.69 Instagram Story tahapan Share..... | 123 |
| Gambar 4.70 Sticker tahapan share.....         | 124 |
| Gambar 4.71 keychain tahapan share.....        | 125 |
| Gambar 4.72 Pewangi mobil tahapan share .....  | 125 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| Lampiran A Persentase Turnitin ..... | 135 |
| Lampiran B Form Bimbingan .....      | 139 |
| Lampiran C Hasil Kuesioner.....      | 141 |

