

Perancangan *Booth Display* Bengkel Castrol Motor Sebagai Media Promosi Pada Kontes Otomotif

Castrol Motor Workshop Display Booth Design as Promotional Media for Automotive Contests

Ahmad Chairyan^{a,1}, Rendy Prayogi^{b,2}

^{a,b}Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Potensi Utama, KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3A,
Medan, 20241, Indonesia
chairyan.ahmad@gmail.com¹, rendyprayogi3@gmail.com²

ABSTRAK

Di Indonesia terkhususnya Kota Medan modifikasi sepeda motor tidak hanya diminati oleh kalangan remaja saja tetapi juga kalangan orang tua. Beberapa waktu belakangan ini sering diadakan pameran maupun kontes modifikasi sepeda motor yang diselenggarakan di kawasan Kota Medan. Salah satu bengkel yang ikut berpartisipasi pada kontes modifikasi tersebut adalah Bengkel Castrol Motor. Bengkel Castrol Motor didirikan oleh Iman Prayudi pada Desember tahun 2018 dan berlokasi di Jl.Medan-Batang Kuis No.136, Desa Sei Rotan.Perancangan booth display ini bertujuan sebagai media promosi yang dimiliki pihak Bengkel Castrol Motor pada saat mengikuti kontes modifikasi maupun event pameran otomotif. Melalui perancangan booth display ini penulis mendesain mulai dari bentuk tampilan dari booth display sampai dengan desain backdrop dan juga x-banner yang diimplementasikan pada booth display tersebut. Hasil akhir dari implementasi perancangan booth display ini diharapkan menjadi sebuah media promosi dan sarana memberikan informasi mengenai Bengkel Castrol Motor sehingga dapat membangun brand image Bengkel Castrol Motor pada dunia otomotif dikawasan Kota Medan. Melalui booth display ini juga diharapkan dapat mendatangkan pelanggan baru untuk Bengkel Castrol Motor yang berasal dari pengunjung kontes modifikasi maupun event pameran otomotif.

Kata Kunci: Kota Medan, Kontes Modifikasi, Booth Display, Media Promosi, Bengkel

ABSTRACT

In Indonesia, especially Medan City, motorbike modifications are not only in demand by teenagers but also among parents. In recent times, motorcycle modification exhibitions and contests have been held in the Medan City area. One of the workshops participating in the modification contest is the Castrol Motor Workshop. Castrol Motor Workshop was founded by Iman Prayudi in December 2018 and is located at Jl. Medan-Batang Kuis No. 136, Sei Rotan Village The design of the display booth is intended as a promotional media owned by the Castrol Motor Workshop when participating in modification contests or automotive exhibition events. Through the design of this display booth, the authors designed the display form from the booth display to the backdrop design and also the xbanner that was implemented on the booth display. The end result of the implementation of the display booth design is expected to be a media campaign and a means of providing information about Castrol Motor Workshop so that it can build the brand image of Castrol Motor Workshop in the automotive world in the Medan City area. It is also hoped that the display booth will be able to bring in new customers for the Castrol Motor Workshop who come from visitors to modification contests and automotive exhibition events.

Keywords : Medan City, Modification Contest, Booth Display, Promotional Media, Workshop

Info Artikel :

Disubmit:05 Januari 2024

Direview:02 Februari 2024

Diterima :05 Maret 2024

Copyright © 2024 – Journal UPU. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Booth display memegang peranan yang penting bagi pihak produsen maupun konsumen dalam sebuah pameran ataupun kontes. *Booth display* menjadi sarana berkomunikasi bagi keduanya untuk

bertukar informasi mengenai produk maupun jasa. Salah satu cara calon konsumen memperoleh Informasi yang dibutuhkan dari sebuah produk dan juga jasa yaitu membandingkan produk ataupun jasa yang tawarkan oleh produsen-produsen yang berada di pameran. Dengan cara tersebut, calon konsumen dapat memilih produk ataupun jasa mana yang akan pakai dengan berbagai informasi yang dipertimbangkan. Disitulah peran *booth display* masuk untuk menarik perhatian konsumen sekaligus menjadi wadah informasi bagi produsen (Muhammad Reza Fauzan: 2021).

Pameran otomotif akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dan beragam khususnya pada modifikasi sepeda motor. Di Indonesia, terkhususnya Kota Medan modifikasi sepeda motor tidak hanya diminati oleh kalangan remaja saja tetapi juga kalangan orang tua. Beberapa waktu belakangan ini sering diadakan pameran maupun kontes modifikasi sepeda motor yang diselenggarakan di kawasan Kota Medan. Baik itu diselenggarakan langsung oleh pihak pemerintahan Kota Medan itu sendiri maupun instansi-instansi swasta yang berbaur pada dunia otomotif yang terdapat di Kota Medan. Dari beberapa pameran dan juga kontes otomotif tersebut Bengkel Castrol Motor ikut berpartisipasi didalamnya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pemilik Bengkel Castrol Motor tersebut permasalahan yang terjadi pada mereka yaitu kurangnya media promosi mengenai Bengkel Castrol Motor tersebut pada saat sedang mengikuti beberapa ajang kontes pameran modifikasi yang telah mereka ikuti sebelumnya. Pada saat ajang kontes pameran tersebut berlangsung mereka hanya menampilkan unit sepeda motor itu saja namun tidak disertakan media promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian dari setiap pengunjung yang datang pada ajang kontes pameran otomotif itu sehingga mengakibatkan masih banyak dari pengunjung kontes pameran otomotif tersebut tidak mengetahui baik itu informasi maupun keberadaan dari Bengkel Castrol Motor.

Dari uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang terjadi adalah bagaimana merancang dan mempromosikan Bengkel Castrol Motor kepada setiap pengunjung kontes pameran otomotif yang diselenggarakan di kawasan Kota Medan melalui sebuah *booth display*. Melalui *booth display* ini juga nantinya diharapkan menjadi sebuah media yang dapat membantu meningkatkan promosi terhadap Bengkel Castrol Motor pada saat mereka kembali mengikuti kontes pameran otomotif yang akan datang, sehingga pada akhirnya dapat mendapatkan pelanggan-pelanggan baru yang berasal dari para pengunjung kontes pameran otomotif tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian tinjauan pustaka ini penulis menggunakan dua metode yaitu studi literatur yang berisikan buku-buku dan juga jurnal terdahulu yang berhubungan dengan sebuah karya yang nantinya akan penulis buat. Selanjutnya yaitu tinjauan karya yang berguna untuk menjadi referensi bagi penulis dalam membuat sebuah karya agar orientasinya tidak lari dari konsep yang akan dibuat.

A. Studi Literatur

1. Buku Layout : Dasar & Penerapannya

Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang di bawanya. *Me-layout* adalah suatu proses/tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain adalah arsiteknya, sedangkan *layout* pekerjaanya. Namun definisi *layout* dalam perkembangannya sudah sangat meluas dan melebur dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang yang

mengatakan bahwa *me-layout* itu sama dengan mendesain. (Buku *Layout*, Surianto Rustan, 2009).

2. Buku Warna : Dasar Desain Dwimatra

Pada buku ini dijelaskan warna adalah salah satu komponen desain yang membentuk keindahan sekaligus menimbulkan persepsi psikologis, sugesti, suasana tertentu. Meski warna tampak sederhana, namun dibalik itu ada banyak metode/cara proses pembentukannya, pada halaman 91 menjelaskan proses pembuatan spektrum warna yang dimana disini tercipta istilah warna *hue*, *tint*, *tone* dan *shade*, *brightness* dan *saturation* yang sering tampil pada kotak dialog pemilihan warna di macam-macam *software* komputer.

3. Buku Tipografi Dalam Desain Grafis

Dalam buku Tipografi dalam desain grafis karya Danton Sihombing (2003), dijelaskan bahwa huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja dapat memberikan suatu makna yang mengacu kepada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga memiliki kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Huruf memiliki perpaduan nilai fungsional dan nilai estetik.

4. Buku Aplikasi Adobe Photoshop Lightroom

Dalam buku hasil karya Jubille Enterprise (2019) ini membahas Adobe Photoshop Lightroom perangkat lunak manipulasi gambar sebagai pengedit foto. *Software* Lightroom dirancang untuk dunia fotografi. Terutama dimanfaatkan para *fotografer* untuk melakukan *retouch* dan permainan gradasi warna pada foto agar lebih terlihat artistik. Kegunaan utama dari *software* Lightroom ini dapat melakukan *import*, *export*, menyimpan, melihat, mengatur, penanda, pengedit, dan fungsi manipulasi foto lainnya. Lightroom memberikan kemudahan pengguna untuk *editing* pewarnaan dan pencahayaan pada gambar.

5. Buku Panduan Mudah Membuat *Wedding Book*

Dalam buku hasil karya Heru Joko Pranantyo (2022) ini menjelaskan dan memberi arahan mengenai tata cara penyusunan layout *wedding book* yang meliputi dari tutorial cara memasukkan gambar, cara memasukkan *text*, dan penyusunan *layout-layout* tersebut di setiap halamannya. Aplikasi yang digunakan Heru Joko Pranantyo dalam buku ini untuk membuat *wedding book* adalah photoshop.

6. Jurnal Perancangan *Exhibition Booth* Untuk *Wedding Photography* Dengan Material *Cardboard*

Pada jurnal karangan Natashia Angelica R. H., Mariana Wibowo, dan Dodi Wondo menyebutkan bahwa, Pameran harus direncanakan dengan matang, tujuannya harus jelas, dan menjawab kebutuhan. Pada tahap perencanaan, hal yang perlu diperhatikan adalah skema dasar, pencahayaan, media elektronik, tahap proses produksi, dan *furniture display*. (Natashia Angelica R. H., Mariana Wibowo, dan Dodi Wondo, 2017).

7. Jurnal Perancangan *Booth* Pada Pameran Gaikindo Indonesia *International Auto Show* (GIIAS) Sebagai *Brand Image* For PT. Nissan Motor Indonesia

Dalam Jurnal karangan Calvin Glenaldo, Wegig Murwonugroho, Agung Eko Budi Waspada menyebutkan bahwa, Berkembangnya kegiatan pameran otomotif telah menjadi sebuah acuan sebagai perkembangan teknologi terkini yang telah diakui eksistensinya bagi dunia saat ini. Selain itu *event* pameran otomotif juga menjadi salah satu upaya dalam menciptakan strategi *brand image* sebagai ajang promosi para produsen atau dealer mobil yang bertujuan untuk mempersuasi para konsumen (*brand awereness*) untuk membeli produk yang dijual guna meraih keuntungan dan pangsa pasar yang sesuai dengan target. (Calvin Glenaldo, Wegig Murwonugroho, Agung Eko Budi Waspada, 2022).

8. Jurnal Desain *Booth Display* Rumah Lingkungan Untuk Pemasaran Produk Olahan Hasil Tambak

Pada pembahasan Jurnal tersebut Dyan Agustin menyebutkan bahwa, Penjualan akan lebih maksimal apabila mereka bisa menyediakan *booth display* produk yang sesuai dengan kebutuhan

masing masing produk olahan hasil tambak. Memajang produk pada *booth display* adalah salah satu strategi (Dyan Agustin, 2018).

9. Jurnal Desain *Booth Display* Rumah Lingkungan Untuk Pemasaran Produk Olahan Hasil Tambak

Pada pembahasan Jurnal tersebut Dyan Agustin menyebutkan bahwa, Penjualan akan lebih maksimal apabila mereka bisa menyediakan *booth display* produk yang sesuai dengan kebutuhan masing masing produk olahan hasil tambak. Memajang produk pada *booth display* adalah salah satu strategi (Dyan Agustin, 2018).

B. Tinjauan Karya

1. *Booth Display* Pameran Otomotif Brand Astra Daihatsu

Pada pameran otomotif Indonesia *International Motor Show* atau IIMS 2023 yang berlangsung di JIExpo Kemayoran Jakarta yang telah diadakan pada 16-26 Februari 2023. Astra Daihatsu turut meramaikan dan siap berkontribusi terhadap penjualan otomotif nasional sebagai langkah awal membuka tahun ini. Pada pameran otomotif tersebut Astra Daihatsu menampilkan *booth display* pameran yang menarik sehingga menarik perhatian setiap pengunjung yang datang pada pameran otomotif tersebut

2. *Booth Display* Pameran Otomotif Brand Honda Motor

Pada pameran otomotif Gaikindo Indonesia *International Auto Show* (GIIAS) 2021 yang berlangsung di ICE, BSD Tangerang Selatan yang telah diadakan pada 11-21 November 2021 kemarin. Honda Motor turut meramaikan pameran otomotif internasional tersebut. Pihak Honda Motor juga menampilkan sebuah *booth display* yang dapat menarik perhatian para pengunjung karena juga menghadirkan sepeda motor terbaru mereka.

3. METODE

Metode pengumpulan data yang dipakai oleh penulis pada tahapan ini yaitu pengumpulan data secara primer. Pada pengumpulan data secara primer ini penulis memperolehnya melalui metode kualitatif. Menurut Nhaman Satori dan Aan Komariah (2011:103) penelitian kualitatif memiliki empat metode untuk mengumpulkan data penelitian, yaitu observasi, wawancara, analisis dokumen, dan *focus grup discusion*. Ditinjau dari jenis data yang diperoleh oleh penulis, pengkarya hanya menggunakan metode observasi, wawancara, dan juga analisis dokumen sedangkan pengumpulan data menggunakan teknik *focus grup discusion* tidak digunakan dalam perancangan ini karena harus melibatkan banyak peneliti.



Gambar 3.1 Suasana Bengkel Castrol Motor
(Sumber: Dokumentasi Ahmad Chairyan, 2023)

Pengumpulan data melalui metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Bengkel Castrol Motor itu sendiri, baik itu kondisi dari bengkel tersebut dan juga informasi-informasi mengenai

kegiatan *event* kontes maupun pameran otomotif yang telah mereka ikuti. Sehingga penulis mengetahui mengenai kelebihan dan juga kekurangan yang terdapat pada Bengkel Castrol Motor.

A. Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan penulis di Bengkel Castrol Motor yang berlokasi di Jl.Medan-Batang Kuis desa Sei Rotan. Kegiatan penelitian ini dimulai sejak di acc proposal penelitian dan setelah mendapat izin dari pihak bengkel, yaitu pada bulan Mei s/d Juli 2023.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan penulis dengan Bapak Iman Prayudi sebagai *owner* sekaligus mekanik dari Bengkel Castrol Motor guna mendapatkan data dan keterangan yang *valid* mengenai informasi tentang Bengkel Castrol Motor secara langsung. Informasi dan juga data yang diperoleh oleh penulis meliputi mengenai keadaan dari bengkel itu sendiri seperti tampilan fisik bengkel,hingga kekurangan dan juga kelebihanannya, tidak hanya itu penulis juga menggali informasi mengenai pada saat Bengkel Castrol Motor mengikuti *event-event* kontes ataupun pameran otomotif dan langkah apa saja yang telah mereka lakukan untuk mempromosikan bengkel tersebut pada saat mengikuti *event* kontes maupun pameran otomotif tersebut.



Gambar 3.2 Foto Bersama Bapak Iman Prayudi
(Sumber: Dokumentasi Ahmad Chairyan, 2023)

3. Analisis Dokumen

Analisis dokumen merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Bengkel Castrol Motor itu sendiri. Pengumpulan data melalui teknik analisis dokumen ini dilakukan dengan cara membaca, mencatat, memfoto, dan juga mengumpulkan data dari sumber tertulis yang dimiliki oleh Bengkel Castrol Motor.



Gambar 3.3 Foto Sertifikat Yang Dimiliki Bengkel Castrol Motor
(Sumber: Dokumentasi Ahmad Chairyan, 2023)

B. Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan melakukan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*) agar dapat membantu menghasilkan konsep desain dan solusi kreatif yang dapat mendukung perancangan *Booth Display* Pameran dari Bengkel Castrol Motor.

Tabel 3.1 Analisis SWOT Perancangan *Booth Display* Pameran

Faktor Internal	Strength	Weakness
	Sebuah bengkel sepeda motor yang telah berhasil memunculkan minat modifikasi bak modifikasi oleh para hobiis maupun modifikasi berkelas kelas menengah. Bengkel Castrol Motor juga telah berhasil meraih berbagai penghargaan event kontes modifikasi sepeda motor yang di selenggarakan di kawasan Kota Medan	Pada saat mengikuti event kontes modifikasi sepeda motor event Bengkel Castrol Motor belum memiliki media promosi maupun bengkel media kepada siapa pun yang hadir pada saat tersebut sebagai media untuk promosi media belum optimal
Faktor Eksternal	Opportunities	Threats
	Strategi S-O 1. Dapat Menyediakan Fasilitas Modifikasi untuk promosi 2. Menawarkan Perbaikan Media Promosi baik media promosi cetak maupun media promosi digital berbasis media sosial	Strategi S-T 1. Mengingat Bengkel Castrol Motor belum memiliki media promosi yang di selenggarakan di kawasan Kota Medan. Serta juga akan memunculkan perhatian Bengkel Castrol Motor pada saat event kontes modifikasi maupun promosi event yang berlangsung dengan menggunakan media promosi yang telah dimiliki oleh bengkel.

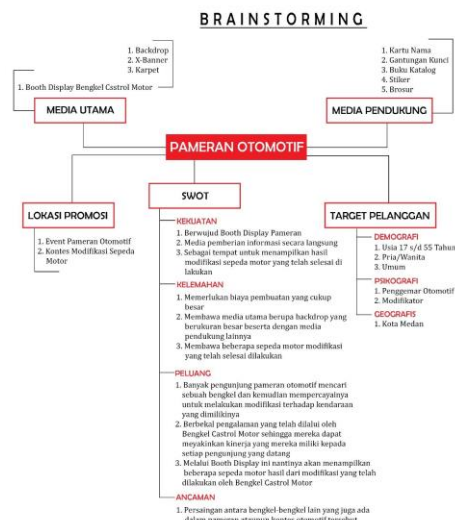
C. Ide Kreatif

Penciptaan perancangan *booth display* pameran Bengkel Castrol Motor tentu saja memerlukan ide kreatif untuk menggabungkan dan mengelola seluruh data, konsep serta gagasan yang telah dimiliki. Dalam hal ini, penulis akan melakukan pembagian ide kreatif dalam beberapa bagian, bagian-bagian tersebut meliputi antara lain: Metode berfikir, Tema, Target pasar, dan Strategi kreatif.

1. Metode Berfikir

a. *Brainstorming*

Data yang telah didapatkan oleh penulis kemudian diolah kembali menjadi *mind mapping* atau *brainstorming* sebagai dapat menghasilkan kata kunci (*keywords*), yang selanjutnya akan diteruskan dalam bentuk *moodboard* untuk mendapatkan gambaran visual dari kata kunci yang telah dihasilkan.



Gambar 3.4 *Brainstorming*
(Sumber: Ahmad Chairyan, 2023)

b. *Moodboard*

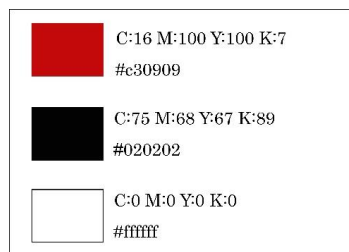
Moodboard disusun sebagai referensi untuk mendapatkan gambaran visual dari perancangan *booth display* pameran yang akan dibuat oleh penulis.



Gambar 3.5 *Moodboard*
(Sumber: Ahmad Chairyan, 2023)

2. Tema

Konsep perancangan yang digunakan penulis akan lebih menonjolkan sebuah *booth display* pameran yang berisikan informasi mengenai Bengkel Castrol Motor dengan tema “*simple dan modern*” yaitu sebuah *booth display* yang mudah untuk dipasang dan juga digunakan serta dibawa ke lokasi kontes modifikasi yang akan diselenggarakan kemudian juga *booth display* ini akan dipadukan dengan desain *backdrop* serta *x-banner* yang informatif dan mengikuti *trend* desain masa kini. Penulis menggunakan 3 warna dasar yaitu warna merah, putih, dan juga hitam yang mencerminkan karakteristik dari Bengkel Castrol Motor dan akan diimplementasikan pada media utama berupa desain dari *backdrop* dan juga *x-banner* serta desain media pendukung lainnya.



Gambar. 3.6 Penggunaan Warna
(Sumber : Ahmad Chairyan, 2023)

Pada *booth display* pameran yang akan dirancang oleh penulis juga nantinya akan menggunakan satu buah meja yang nantinya digunakan sebagai tempat untuk meletakkan beberapa sertifikat, piala yang telah berhasil diraih oleh Bengkel Castrol Motor beserta dengan media promosi pendukung dan *mercandise* yang dimiliki Bengkel Castrol Motor. Tidak hanya itu pada *booth display* ini juga menampilkan dua sepeda motor hasil modifikasi yang telah selesai dilakukan oleh Bengkel Castrol.

3. Target Pasar

Secara sistematis, target pasar yang menjadi sasaran yaitu kalangan remaja samapai ke orang tua. Untuk lebih detail nya penulis akan menjabarkan target pasar sebagai berikut:

- Demografi
Laki-Laki dan Perempuan Masyarakat Kota Medan dengan *Range* umur 17 s/d 55 tahun.
- Psikografis
Modifikator maupun penggemar otomotif
- Geografis
Masyarakat Kawasan Kota Medan

4. Strategi Kreatif

Konsep dasar perancangan ini akan diterapkan pada seluruh rancangan beberapa media komunikasi visual yang telah ditentukan. Sehingga pesan strategi kreatif harus menjawab tiga pertanyaan dalam situasi komunikasi secara keseluruhan, yaitu :

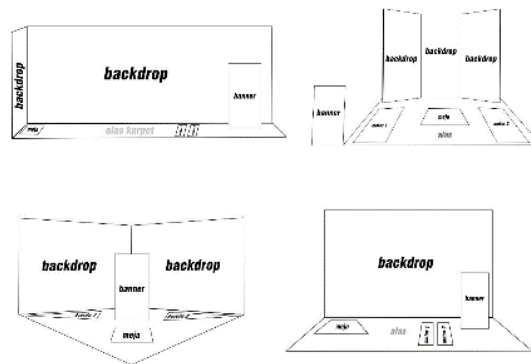
- Who to Talk*, berarti siapa target atau segmentasi yang ingin dicapai.
- What to Say to Them*, Perencanaan pesan yang ingin disampaikan.
- How to Reach Them*, Berarti Perencanaan Media untuk mencapai sasaran.

D. Konsep Media

Media utama yang digunakan dalam karya yang dirancang oleh penulis adalah *booth display* pameran, yaitu meliputi dari *backdrop* dan juga *x-banner* yang menjadi wadah informasi utama pada *booth display* itu kemudian juga penyusaian tata letak media pajang berupa sebuah meja dan tata letak 2 sepeda motor yang juga ikut ditampilkan pada *booth display* tersebut. Tidak hanya itu penulis juga membuat media promosi pendukung lainnya berupa, kartu nama, brosur, buku *catalog* otomotif, gantungan kunci, dan juga stiker.

E. Visualisasi

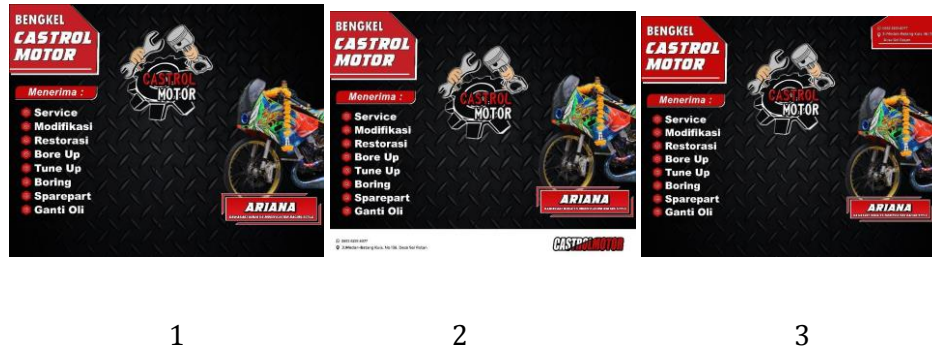
1. Alternatif Desain *Booth Display*



Gambar 3.7 Alternatif Desain *Booth Display* Bengkel Castrol Motor
(Sumber : Ahmad Chairyan, 2023)

2. Alternatif Desain *Backdrop*

Desain *backdrop* yang penulis buat nantinya akan diimplementasikan pada media *booth display* yang telah dirancang. Desain *backdrop* tersebut berisikan informasi mengenai Bengkel Castrol Motor baik itu mengenai alamat dari Bengkel Castrol Motor dan juga jasa yang mereka tawarkan. Pada desain *backdrop* ini penulis menggunakan 3 warna dasar yang mencerminkan kareakteristiik dari Bengkel Castrol Motor itu sendiri, yakni merah yang berarti keberanian, hitam yang berarti netral, dan juga putih yang berarti kejujuran.



Gambar 3.8 Alternatif Desain *Backdrop* Bengkel Castrol Motor
(Sumber : Ahmad Chairyan, 2023)

F. Desain Terpilih



Terpilih
(Sumber : Ahmad Chairyan, 2023)

Gambar
3.9 Desain

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Karya

Booth display yang dirancang oleh penulis berukuran keseluruhan alas 3x3 meter dengan menggunakan media alas berupa karpet berwarna hitam. Dengan pembagian ukuran *booth display* pada setiap *backdrop* dengan tinggi 2,4 meter dan lebar masing-masing *backdrop* 1 meter. Kemudian *x-banner* dengan ukuran tinggi 160 cm dan lebar 60 cm. Tersedia juga panggung mini yang berfungsi sebagai tempat *display* sepeda motor yang berukuran tinggi 20 cm, lebar 70 cm, dan panjang 170 cm yang dibungkus karpet warna merah. Keunggulan pada rancangan *booth display* ini dibanding opsi rancangan *booth display* lainnya adalah setiap antara *backdrop* satu dengan yang lainnya disatukan menggunakan engsel yang dapat di bongkar pasang sehingga mempermudah pada saat membawa *booth display* ke tempat acara kontes modifikasi maupun *event* otomotif yang akan diikuti oleh Bengkel Castrol Motor.



Gambar 4.1 Visualisasi *Booth Display* Bengkel Castrol Motor
(Sumber: Ahmad Chairyan, 2023)

B. Media Utama

Adapun media utama dari Perancangan *booth display* Bengkel Castrol Motor Sebagai Media Promosi Pada Kontes Otomotif adalah tampilan *booth display* itu sendiri, meliputi bentuk, tata letak, serta didukung dengan penggunaan desain *backdrop* dan juga *x-banner* yang berisikan informasi mengenai Bengkel Castrol Motor tersebut. *Booth display* beserta dengan media utama lainnya yaitu penggunaan desain *backdrop* dan juga *x-banner* diperlukan untuk membentuk penampilan visual yang konsisten, sehingga penampilan visual tersebut dapat menambah daya tarik kepada setiap pengunjung untuk datang ke *booth display* tersebut dan pada akhirnya dapat menciptakan *brand image* dari Bengkel Castrol Motor itu sendiri.



Gambar 4.2 Dokumentasi Media Utama *Booth Display* Bengkel Castrol Motor
(Sumber: Ahmad Chairyan, 2023)

C. Media Pendukung



Gambar 4.3 Media Pendukung
(Sumber: Ahmad Chairyan, 2023)

D. Infografis Perancangan

Berikut merupakan desain infografis proses perancangan dari *booth display* Bengkel Castrol Motor yang dibuat oleh penulis. Meliputi dari *Brainstorming*, Wawancara & Sketsa, Proses Kerja, *Finishing*, *Booth Display Digital*, dan Media Pendukung



Gambar 4.4 Infografis

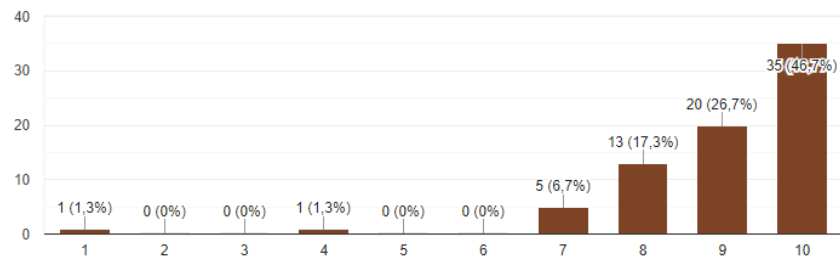
Perancangan
(Sumber: Ahmad Chairyan, 2023)

E. Pembahasan Kuesioner

Berikan Rate Nilai Untuk Booth Display Bengkel Castrol Motor Tersebut.

[Salin](#)

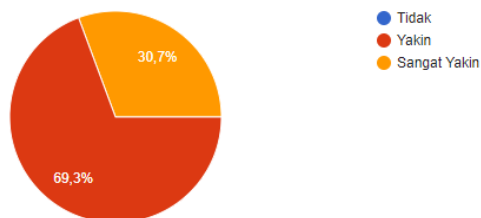
75 jawaban



Setelah Melihat Pengaplikasian Booth Display Dan Juga Media Pendukung Lainnya Membuat Kamu Yakin Terhadap Kinerja Dari Bengkel Castrol Motor?

[Salin](#)

75 jawaban



Gambar 4.5 Kuesioner Penilaian *Booth Display*
(Sumber: Ahmad Chairyan, 2023)

5. KESIMPULAN

Bengkel Castrol Motor merupakan salah satu bengkel sepeda motor yang berada di Jl.Medan-Batang Kuis No.136, Desa Sei Rotan. Berdiri sejak tahun 2018 oleh Iman Prayudi yang telah berpengalaman bekerja sebagai mekanik di PT. Yamaha Indonesia sejak tahun 2015. Tidak terlepas dari pencapaian dan kinerja yang mereka miliki, akan tetapi keberadaan dari Bengkel Castrol Motor kurang diketahui oleh masyarakat Kota Medan baik itu *modifikator* maupun masyarakat umum. Hal tersebut disebabkan karena tidak adanya sebuah media promosi yang mereka bawa pada saat mengikuti sebuah kontes modifikasi maupun *event* otomotif yang diselenggarakan dikawasan Kota Medan. Oleh karena itu disinilah peranan penulis untuk membuat solusi kreatif berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pihak Bengkel Castrol Motor, yaitu merancang *booth display* beserta juga dengan media pendukung lainnya yang nantinya akan bertujuan untuk mempromosikan Bengkel Castrol Motor pada saat kembali mengikuti kontes modifikasi maupun *event* pameran otomotif.

Booth display yang penulis rancang merupakan media utama yang dapat mempromosikan keberadaan Bengkel Castrol Motor pada saat acara kontes modifikasi maupun *event* pameran otomotif. Melalui *booth display* ini merupakan sarana media komunikasi yang memberikan informasi keberadaan dan juga hasil kinerja dari Bengkel Castrol Motor itu sendiri kepada setiap pengunjung yang datang pada *event* tersebut. Tidak hanya itu, pada *booth display* ini juga terdapat media pendukung lainnya berupa, kartu nama, brosur, buku *catalog*, dan juga *merchandise*, yang dimiliki oleh Bengkel Castrol Motor sehingga diharapkan membangun *brand image* dari Bengkel Castrol Motor pada dunia otomotif Kota Medan hingga pada akhirnya mendatangkan *customer* baru yang berasal dari pengunjung yang datang pada *event* tersebut baik itu dari kalangan *modifikator* maupun dari masyarakat umum.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan rasa syukur yang begitu dalam penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-nya kepada diri penulis yang lemah ini untuk selalu kuat dan tabah dalam menyusun penelitian ini. Kemudian tidak lupa juga kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan moril dan juga materil selama penulis menuliskan penelitian ini. Terima kasih juga kepada Dosen Pembimbing Bapak Rendy Prayogi, S.Kom., M.Ds yang selalu membantu dan membimbing penulis dalam membuat penelitian ini dengan baik, serta Universitas Potensi Utama yang selama empat tahun penulis menimba ilmu didalamnya hingga akhirnya penulis mendapatkan gelar sarjana desain.

REFERENSI

- [1] Agustin, D., 2018. Desain Booth Display Ramah Lingkungan Untuk Pemasaran Produk Olahan Hasil Tambak. *Jurnal Envirotek*, 10(1), pp.53-58
- [2] Enterprise, Jubilee. 2019. *Kupas Tuntas Adobe Photoshop Lightroom*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- [3] Fauza, Muhammad Reza. 2021. *Perancangan Display Booth Sebagai Media Promosi Sad Cat Club*. Politeknik Negeri Jakarta
- [4] Glenaldo, C., Murwonugroho, W. And Waspada, A.E.B., 2022. Perancangan Booth Pada Pameran Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIAS) Sebagai Brand Image For PT. Nissan Motor Indonesia. *Jurnal Seni dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 4(2), pp.153-170

- [5] Harijono, N.A.R., 2017. Perancangan Exhibition Booth Untuk Wedding Photography Dengan Material Cardboard. Intra 5(2), pp.712-722
- [6] Pranantyo, Heru Joko. 2012. Panduan mudah membuat Wedding Book dengan InDesign & Photoshop. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [7] Rachman, Ismail Nur. 2013. Perancangan Booth Sebagai Media Pengembangan Promosi Rumah Makan Ayam Panggang Ess Pass Palbapang Bantul Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta
- [8] Rustan, Surianto. 2009. Layout: Dasar & Penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [9] Said, Abdul Azid. 2006. Buku Dimensi Warna. UNM Makasar
- [10] Sihombing, Danton. 2003. Buku Tipografi Dalam Desain Grafis. Jakarta: PT. Buana Printing
- [11] Sukarya, Deniek G. 2016. Kiat Sukses Dalam Fotografi dan Stok Foto. Jakarta: Kompas Gramedia