

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Konsep Karya

Konsep karya untuk perancangan video informatif kampanye perawatan motor matik untuk perempuan pengendara mengusung pendekatan yang kreatif dan edukatif. Fokus utama akan diberikan pada video informatif yang menarik perhatian, yang membahas topik perawatan kendaraan, seperti pergantian oli dan perawatan berkala, dengan penekanan pada kejelasan dan kemudahan pemahaman bagi pemirsa perempuan yang mungkin memiliki keterbatasan dalam pemahaman teknis. Selain itu, unggahan Instagram akan digunakan sebagai pendukung kampanye, dengan konten yang bersifat mendukung, mengedukasi, dan menginspirasi. Unggahan dapat menjelaskan manfaat perawatan motor matik secara visual, kutipan motivasi yang mengajak perempuan untuk mengambil langkah dalam merawat kendaraannya, serta *behind-the-scenes* dari proses pembuatan video informatif untuk memberikan wawasan tambahan tentang kampanye. Keseluruhan, konsep ini akan menggabungkan kreativitas, dan edukasi untuk menciptakan kampanye yang menginspirasi perempuan untuk merawat motor matik mereka dengan lebih baik.

4.1.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi untuk perancangan video kampanye perawatan motor matik bagi perempuan pengendara dengan pendekatan komunikasi satu arah, mengadopsi tahapan informatif dan model AISAS.

- a. Target *Audiens*
Perempuan pengendara motor matik usia 18-25 tahun yang tertarik pada perawatan kendaraan mereka.
- b. Tujuan Kampanye
Meningkatkan kesadaran dan memberikan informasi yang jelas mengenai pentingnya perawatan motor matik bagi perempuan pengendara.

c. Format Kampanye

Video pendek (30-90 detik), ditujukan untuk platform media sosial Instagram, dan *TikTok*.

d. Model AISAS

Model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) merupakan pendekatan yang efektif untuk mengarahkan dan memotivasi *audiens* dalam komunikasi satu arah.

1. *Attention* (Perhatian)

Untuk memikat perhatian *audiens* sejak awal, video kampanye perawatan motor matik dimulai dengan adegan yang berhubungan bagi perempuan pengendara, seperti seorang wanita yang bersiap-siap untuk berangkat kerja atau kuliah dengan motor matiknya. Tiba-tiba terdengar suara mesin yang aneh. Skenario ini dapat menarik perhatian penonton karena mencerminkan situasi yang mungkin pernah mereka alami. Untuk memperkuat efeknya, menggunakan visual yang dinamis dengan warna-warna cerah, serta tambahkan musik *upbeat* yang mencerminkan semangat dan energi. Ini akan membantu mengarahkan fokus penonton pada masalah perawatan motor matik yang akan dibahas dalam video.

2. *Interest* (Minat)

Setelah menarik perhatian *audiens*, langkah berikutnya adalah membangkitkan minat mereka terhadap perawatan motor matik. Dalam video, menjelaskan mengapa perawatan ini penting, dengan menekankan bahwa motor yang dirawat akan lebih tahan lama, hemat bahan bakar, dan memberikan pengalaman berkendara yang lebih aman. Untuk memperjelas dampak dari mengabaikan perawatan, ditunjukkan dengan beberapa masalah umum, seperti konsumsi bahan bakar yang meningkat atau kerusakan yang mengakibatkan biaya perbaikan yang mahal. Dengan demikian, *audiens* akan memahami pentingnya perawatan dan merasa terdorong untuk mengetahui lebih lanjut.

3. *Search* (Pencarian)

Untuk mendorong *audiens* mencari tahu lebih lanjut tentang perawatan motor matik, *tips* praktis yang disampaikan kepada perempuan pengendara seperti menjelaskan cara memeriksa level oli dengan menggunakan dipstick, bagaimana memastikan bahwa kampas rem sudah tipis, serta langkah-langkah membersihkan filter udara yang sederhana namun efektif. Visualisasikan setiap langkah perawatan ini dengan instruksi yang jelas dan detail, menggunakan *close-up shot* untuk bagian-bagian penting dan grafik yang membantu menjelaskan prosedur. Dengan memberikan informasi yang berguna dan mudah diikuti, *audiens* akan merasa lebih percaya diri untuk melakukan perawatan motor mereka sendiri atau setidaknya lebih memahami apa yang harus diperhatikan.

4. *Action* (Tindakan)

Untuk mendorong *audiens* mengambil tindakan, video secara aktif mengajak mereka untuk mulai merawat motor matik sendiri atau mengunjungi bengkel terdekat untuk pemeriksaan rutin. Pada akhir video, menampilkan pesan yang mengundang *audiens* untuk mengambil langkah pertama dalam merawat motor, baik dengan melakukan perawatan sederhana sendiri atau dengan menghubungi bengkel yang direkomendasikan. Secara visual, menampilkan wanita yang sedang melakukan perawatan motor dengan santai dan percaya diri, sehingga menciptakan kesan bahwa tindakan ini adalah sesuatu yang wajar dan bermanfaat. Menampilkan ekspresi positif dan suasana yang menyenangkan, mengisyaratkan bahwa merawat motor bisa menjadi bagian yang memuaskan dari rutinitas harian.

5. *Share* (Berbagi)

Untuk mendorong *audiens* membagikan video atau informasi kepada teman atau keluarga, akhir video menampilkan pesan yang mengajak berbagi. "Jika kamu merasa informasi ini bermanfaat,

bagikan kepada teman atau keluarga yang juga menggunakan motor matik. Bersama-sama kita dapat menjaga motor tetap awet dan aman di jalan." Pesan ini disampaikan dengan nada ramah dan bersahabat, seolah-olah berbicara langsung kepada *audiens*. Secara visual, tampilkan ikon media sosial yang familiar untuk mendorong *audiens* melakukan tindakan berbagi, seperti tombol *share* atau ikon panah. Pesan positif tentang saling membantu dan nilai berbagi informasi yang berguna. Misalnya, "Dengan berbagi, kita dapat membantu lebih banyak orang menikmati perjalanan yang lebih aman dan lancar." Pesan-pesan ini akan mendorong *audiens* untuk berpartisipasi aktif dan memperluas jangkauan kampanye.

e. Implementasi

Mendistribusikan video kampanye ke platform media sosial yang banyak digunakan oleh perempuan pengendara motor matik, seperti Instagram, dan TikTok.

Dengan strategi ini, kampanye video dapat menarik perhatian, memberikan informasi yang bermanfaat, dan mendorong tindakan serta berbagi informasi.

4.1.2 Strategi Media

Strategi media yang digunakan dalam kampanye perawatan motor matik untuk perempuan akan melibatkan berbagai platform dan pendekatan untuk memastikan efektivitas dalam mencapai target *audiens*. Salah satunya adalah dengan memproduksi video informatif yang menarik dan mudah dipahami tentang perawatan kendaraan, seperti pergantian oli dan *service* berkala, yang akan diunggah di platform seperti *Instagram*.

Selain itu, kampanye ini juga akan memanfaatkan kekuatan platform media sosial lainnya seperti *TikTok* untuk mengadakan kampanye media sosial dengan konten yang menarik dan berinteraksi langsung dengan *audiens*. Dengan pendekatan yang terintegrasi dan beragam ini, diharapkan pesan kampanye dapat sampai kepada perempuan dengan lebih efektif dan memberikan dampak yang

positif dalam meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya perawatan motor matik.

Dalam periode 6 bulan kampanye, strategi dibagi menjadi tiga tahap yang berfokus pada ajakan, edukasi, dan ulasan. Januari - Februari didedikasikan untuk ajakan, di mana fokus utamanya adalah untuk mengundang perempuan pengendara untuk terlibat dalam perawatan motor matik mereka dengan menghadirkan pesan yang menarik dan menggugah minat. Tahap selanjutnya, Maret - April, ditujukan untuk edukasi, di mana kampanye memperkuat pengetahuan perempuan pengendara tentang pentingnya perawatan motor matik secara teratur melalui konten informatif dan tutorial yang relevan. Terakhir, Mei - Juni dikhususkan untuk ulasan, di mana kampanye menghimpun testimoni dan pengalaman dari perempuan pengendara yang telah menerapkan perawatan motor matik yang diajarkan, memperkuat kepercayaan dan memotivasi partisipasi lebih lanjut dalam perawatan kendaraan. Dengan pendekatan bertahap ini, kampanye bertujuan untuk membangun kesadaran yang kuat, pengetahuan yang mendalam, dan kepercayaan yang solid dalam upaya meningkatkan praktik perawatan motor matik di kalangan perempuan pengendara.

TAHAP		PELAKSANAAN	
AJAKAN	<p>Tujuan: Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya perawatan kendaraan motor matik.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buat konten media sosial Instagram. - Buat video pendek yang menggambarkan motor matik yang kurang dirawat. - Bagikan infografis tentang langkah sederhana untuk merawat motor matik. <p>Pesan Utama: "Merawat motor matik Anda berarti menjaga kenyamanan dan keamanan Anda."</p>	JANUARI	FEBRUARI
EDUKASI	<p>Tujuan: Memberikan informasi dan pengetahuan tentang perawatan motor matik.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagikan artikel dan tips melalui media sosial perawatan rutin seperti ganti oli, pemeriksaan ban, dan pengecekan rem. - Buat video sederhana tentang cara menjaga komponen tetap berfungsi dengan baik. - Buat hashtag khusus (#RawatMatic) untuk mendorong partisipasi dan berbagi pengalaman di media sosial. <p>Pesan Utama: "Perawatan rutin menjaga motor matik Anda dalam kondisi prima."</p>	MARET	APRIL
ULASAN	<p>Tujuan: Mengevaluasi dampak kampanye.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bagikan testimoni dan ulasan positif dari peserta yang merasakan manfaat dari kampanye. <p>Pesan Utama: "Dengan merawat motor matik Anda, Anda menjaga investasi dan keamanan Anda."</p>	MEI	JUNI

Gambar 4.1 Timeline Pelaksanaan Kampanye

4.1.3 Konsep Kreatif

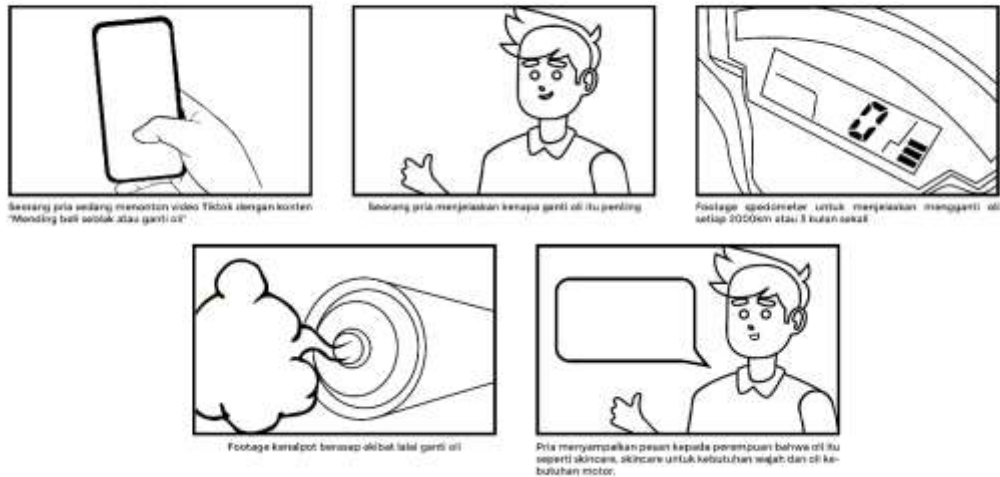
Konsep Kreatif Video Perawatan Motor Matik untuk Perempuan Pengendara ditujukan untuk perempuan pengendara motor matik dengan tujuan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya perawatan motor, terutama mengganti oli secara teratur. Ada banyak video yang menampilkan perempuan yang berpendapat bahwa motor tidak perlu ganti oli. Bahkan, di bagian komentar video tersebut, banyak yang mengatakan bahwa lebih baik menghabiskan uang untuk membeli seblak daripada mengganti oli motor. Video ini akan menunjukkan jika tidak mengganti oli dapat mempengaruhi performa motor, dan bagaimana memilih untuk merawat motor dengan baik dapat memberikan pengalaman berkendara yang lebih baik dan lebih aman.

Berikut *storyline* untuk video perawatan motor matik untuk perempuan pengendara:

1. Seorang pria sedang menonton video Tiktok. Video yang ia lihat adalah seorang perempuan yang sedang membuat konten dengan topik humor: "Mending beli *skincare* atau ganti oli?". Dalam video tersebut, perempuan tersebut bercanda tentang lebih baik menghabiskan uang untuk makanan daripada untuk perawatan motor.
2. Datang perempuan menanyakan soal video kepada pria yang sedang membersihkan motornya.
3. Pria tersebut kemudian menjelaskan kenapa ganti oli itu penting.
4. Pria tersebut menjelaskan apa saja akibatnya jika tidak mengganti oli secara berkala.
5. Pria tersebut memberikan pesan kepada perempuan bahwa oli itu seperti *skincare*, *skincare* untuk kebutuhan wajah dan oli kebutuhan motor.

Berikut *storyboard* untuk video perawatan motor matik untuk perempuan pengendara:

STORY BOARD



Gambar 4.2 Storyboard

4.1.4 Konsep Visual

Konsep visual untuk video informatif kampanye perawatan motor matik untuk perempuan pengendara dapat mengusung gaya yang modern, menarik, dan memotivasi.

1. Gaya Visual

Menggunakan gaya visual yang modern, menarik, dan memotivasi untuk menarik perhatian perempuan pengendara motor matik yang merupakan target *audiens* utama. Warna-warna cerah, gerakan dinamis, dan elemen-elemen visual yang berhubungan dengan motor matik digunakan untuk menciptakan visual yang menarik.

2. Sinematografi

Teknik pengambilan gambar yang sesuai harus memperhatikan kebutuhan dan preferensi target *audiens*, seperti *Close-up Shots*, *Medium Shots*, dan *Long Shots*. *Close-up Shots* memperlihatkan detail-detail penting dari proses perawatan motor matik, seperti pergantian oli atau pemeriksaan filter udara. Hal ini akan memungkinkan pemirsa untuk melihat dengan jelas langkah-langkah yang diambil dalam

merawat kendaraan mereka. *Medium Shots* untuk menampilkan perempuan pengendara dalam aksi melakukan perawatan motor matik. Ini akan memungkinkan pemirsa untuk melihat konteks dari aktivitas yang dilakukan. *Long Shots* untuk menunjukkan lokasi atau lingkungan di sekitar perempuan pengendara ketika mereka melakukan perawatan motor matik. Hal ini akan membantu menciptakan suasana yang lebih luas dan memperlihatkan keadaan nyata di sekitar mereka.

3. Elemen Grafis

Dalam video kampanye perawatan motor matik untuk perempuan pengendara, beberapa elemen grafis yang dibutuhkan mencakup ilustrasi teknis yang menjelaskan konsep-konsep mekanik, *infografis* yang menyajikan data penting tentang perawatan, diagram yang menunjukkan langkah-langkah perawatan, animasi yang menghidupkan proses perawatan, *icon* yang menggambarkan peralatan perawatan, dan teks beranimasi untuk menyoroti informasi penting. Dengan memanfaatkan elemen-elemen grafis ini, video akan menjadi lebih menarik, informatif, dan mudah dipahami bagi perempuan pengendara, membantu mereka memahami pentingnya merawat motor matik dengan benar.

4. Tipografi

Salah satu tipografi yang sesuai untuk video kampanye perawatan motor matik untuk perempuan pengendara adalah "*Montserrat*". *Font* ini memiliki desain yang bersih, modern, dan mudah dibaca, sehingga cocok untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan profesional dalam video. *Montserrat* juga memiliki berbagai variasi tebal, miring, dan huruf kapital yang memungkinkan untuk berbagai keperluan desain, sehingga dapat digunakan secara fleksibel dalam menyusun teks pada video kampanye. Dengan tipografi yang tepat seperti *Montserrat*, pesan kampanye akan terlihat menarik dan mudah diingat oleh pemirsa.

5. Tone Warna

Palet warna yang cerah dan menarik, seperti kombinasi merah muda, kuning pastel, dan oranye terang. Warna-warna ini menciptakan suasana yang ceria, enerjik, dan menyenangkan, sesuai dengan tujuan kampanye untuk menginspirasi perempuan pengendara agar lebih peduli dalam merawat kendaraan mereka. Dengan menggunakan tone warna yang tepat, video akan memancarkan kesan yang positif dan menarik perhatian pemirsa dengan lebih efektif.

6. Naskah

Naskah atau skrip yang disusun untuk video kampanye ini difokuskan pada penyampaian data-data yang relevan dan penting. Setiap detail yang disampaikan dalam naskah dipilih secara cermat untuk menyoroti pesan kampanye dengan jelas dan mendalam. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa informasi yang disajikan dalam video dapat tersampaikan dengan efektif kepada penonton dan membangun pemahaman yang akurat mengenai topik perawatan motor matik. Dengan pendekatan yang terarah ini, diharapkan pesan kampanye dapat dipahami dengan baik oleh *audiens*.

7. Musik Latar

Penggunaan musik latar yang tepat dapat meningkatkan suasana dan memperkuat pesan kampanye. Musik yang dipilih upbeat, enerjik, dan optimis untuk mencerminkan semangat dan kegembiraan dalam merawat kendaraan. Selain itu, musik juga dapat dipilih untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan menghibur bagi pemirsa, serta memperkuat pesan kesadaran akan pentingnya perawatan motor matik. Dengan memilih musik latar yang cocok, video kampanye akan menjadi lebih menarik dan menginspirasi bagi penontonnya.

4.1.5 Konsep Verbal

Gaya bahasa yang digunakan pada kampanye perawatan motor matik untuk perempuan pengendara ini menggunakan gaya bahasa Indonesia yang tidak terlalu baku dengan penyampaian yang informatif dan edukatif. Bertujuan untuk

menyampaikan informasi dengan jelas serta menyampaikan pengetahuan atau pembelajaran kepada *audiens*. Pesan-pesan edukatif dapat berupa penjelasan, *tips*, atau panduan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan *audiens*.

4.2 Final Art

Video kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara dirancang untuk memberikan pengetahuan yang mendalam tentang pentingnya perawatan kendaraan. Dalam video ini, saya menyajikan informasi yang jelas dan mudah dipahami tentang langkah-langkah perawatan yang diperlukan untuk menjaga performa dan keamanan motor matik. Media pendukung seperti *Feeds Instagram*, *Banner*, *X-banner*, *Poster*, *Topi*, *Kaos*, *Gantungan Kunci*, *Lanyard*, dan *Totebag* digunakan untuk memperkuat pesan kampanye dan memperluas jangkauan *audiens*. Setiap media tersebut dirancang dengan desain yang menarik dan informatif, mencakup panduan perawatan dasar, *tips*, dan saran praktis yang dapat diikuti oleh perempuan pengendara.

4.2.1 Video Kampanye

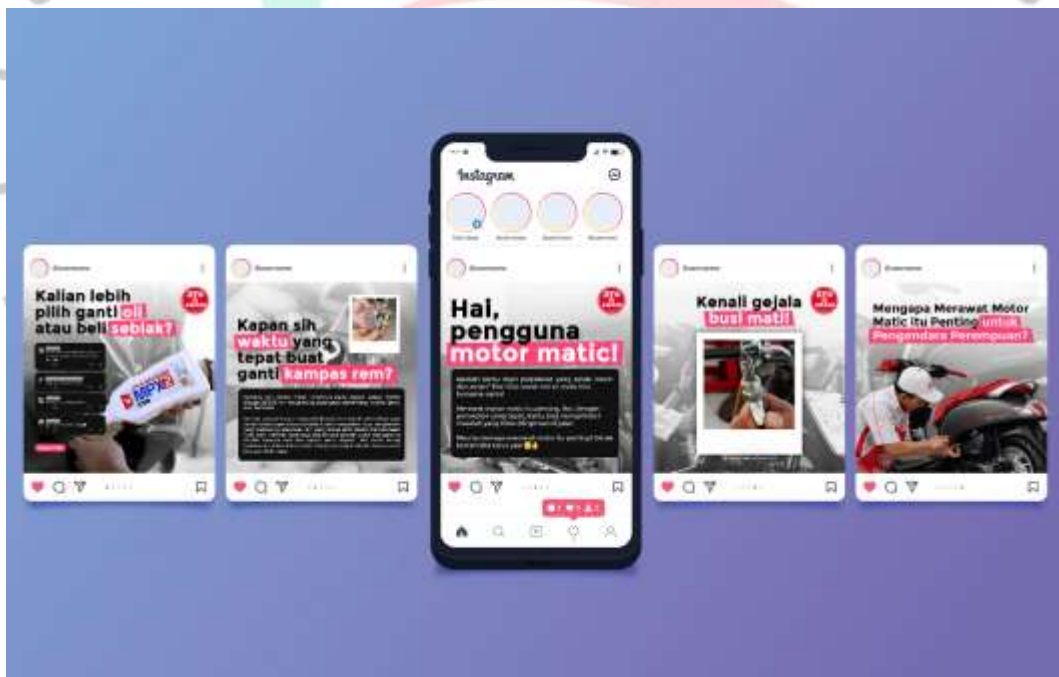
Dengan durasi 1 menit 29 detik dan format 9:16, video kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara dirancang untuk memberikan penekanan yang kuat pada pentingnya melakukan pergantian oli secara rutin. Melalui visual yang menarik dan narasi yang jelas, video ini menggambarkan dampak positif yang bisa didapatkan dari menjaga tingkat oli kendaraan secara teratur. Video ini menyoroti betapa pentingnya pergantian oli dalam memastikan kinerja optimal mesin, mencegah keausan yang berlebihan, dan memperpanjang umur mesin kendaraan.



Gambar 4.3 Video Kampanye Perawatan Motor Matik untuk Perempuan Penendara

4.2.2 Feeds Instagram

Feeds Instagram kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara menjadi media pendukung yang efektif untuk menyebarkan pesan kampanye secara visual dan menarik. Dengan desain yang kreatif dan konten yang relevan, setiap unggahan di *feeds Instagram* menggambarkan kepentingan perawatan motor matik secara rutin dan memberikan tips praktis kepada perempuan pengendara. Melalui penggunaan gambar, video pendek, dan cerita yang menarik, *feeds Instagram* kampanye ini tidak hanya memperkuat kesadaran akan pentingnya perawatan kendaraan, tetapi juga memberikan inspirasi dan motivasi kepada perempuan pengendara untuk terlibat aktif dalam merawat kendaraan mereka sendiri. Dengan demikian, *feeds Instagram* menjadi media pendukung yang paling efektif dalam memperluas jangkauan kampanye dan membangun komunitas yang terlibat dalam praktik perawatan kendaraan yang berkelanjutan.



Gambar 4.4 Mockup Feeds Instagram

4.2.3 Banner

Banner kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara yang akan ditempatkan di bengkel AHASS bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong mereka mencari informasi lebih lanjut

mengenai perawatan motor matik yang ditujukan khusus untuk perempuan. Dengan desain yang menarik dan informatif, *banner* ini menampilkan pesan yang mengundang pelanggan untuk memperhatikan kebutuhan perawatan motor mereka. Pesan tersebut memberikan pemahaman tentang pentingnya perawatan yang tepat untuk meningkatkan kinerja kendaraan dan keselamatan berkendara. *Banner* ini menciptakan kesempatan bagi perempuan pengendara untuk memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam tentang perawatan motor matik yang sesuai dengan kebutuhan mereka, serta memperkuat hubungan antara bengkel AHASS dengan pelanggan perempuan yang semakin menghargai perawatan kendaraan mereka.



Gambar 4.5 Mockup Banner

4.2.4 *X-Banner*

X-banner kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara yang akan ditempatkan di bengkel AHASS dirancang untuk menarik perhatian pelanggan dan mengundang mereka untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang perawatan motor matik yang sesuai untuk perempuan. Dengan desain yang menarik dan informatif, *X-banner* ini menampilkan pesan yang jelas dan langsung, memperlihatkan pentingnya perawatan kendaraan secara teratur untuk menjaga kinerja dan keamanan motor matik. Kami menyajikan informasi singkat namun padat mengenai langkah-langkah perawatan yang perlu dilakukan, serta manfaat yang bisa didapatkan dari perawatan yang tepat. Dengan demikian, *X-banner* ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi yang dapat membantu pelanggan, khususnya perempuan pengendara, memahami dengan jelas bagaimana merawat motor matik mereka dengan baik.



Gambar 4.6 Mockup X-banner

4.2.5 Poster

Poster kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara yang akan ditempatkan di tempat keramaian didesain khusus untuk menarik perhatian *audiens* perempuan dan mengundang mereka untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai perawatan motor matik yang sesuai bagi mereka. Dengan elemen visual yang menarik dan pesan yang jelas, poster ini memperlihatkan pentingnya perawatan kendaraan secara rutin untuk menjaga kinerja dan keamanan motor matik. Selain itu, poster juga menginformasikan tentang video kampanye yang tersedia, menawarkan informasi lebih lanjut dan panduan yang lebih rinci mengenai perawatan kendaraan. Dengan demikian, poster ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai penghubung yang mengarahkan perempuan pengendara untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam tentang perawatan motor matik melalui video kampanye yang tersedia.



Gambar 4.7 Mockup Poster



Gambar 4.8 Mockup Poster Crousel

4.2.6 Topi

Topi kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara diformulasikan sebagai *merchandise* promosi yang efektif saat pengguna tersebut melakukan pergantian oli sebanyak lima kali di bengkel AHASS. Dengan desain yang menarik dan logo yang mencolok, topi ini berfungsi sebagai simbol keterlibatan pelanggan dalam kampanye perawatan kendaraan. Dengan mengenakan topi ini, pelanggan tidak hanya mendapatkan perlindungan dari sinar matahari saat beraktivitas di luar, tetapi juga menjadi duta kampanye yang memperlihatkan kesadaran mereka akan pentingnya perawatan motor matik. Selain itu, topi ini juga memicu percakapan antara pelanggan dan mekanik, memungkinkan mereka untuk bertukar informasi tentang perawatan kendaraan yang diperlukan secara teratur.



Gambar 4.9 Mockup Topi

4.2.7 Kaos/T-Shirt

Kaos kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara diformat sebagai *merchandise* promosi yang diberikan kepada pengguna saat mereka melakukan pergantian oli di Bengkel AHASS. Dengan desain yang menarik dan informatif, kaos ini berfungsi sebagai alat promosi yang efektif, memberikan pesan langsung tentang pentingnya perawatan motor matik secara rutin kepada pemilik kendaraan. Melalui kaos ini, perempuan pengendara diberi kesempatan untuk secara aktif memperlihatkan dukungan mereka terhadap kesadaran akan perawatan kendaraan, sambil memperoleh informasi tambahan mengenai langkah-langkah perawatan yang diperlukan. Dengan demikian, kaos kampanye ini tidak hanya memperkuat identitas merek Bengkel AHASS, tetapi juga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk terlibat dalam upaya meningkatkan kesadaran akan perawatan kendaraan, khususnya motor matik, di kalangan perempuan pengendara.



Gambar 4. 10 Mockup T-Shirt

4.2.8 Gantungan Kunci

Gantungan kunci kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara disajikan sebagai merchandise promosi yang diberikan kepada pengguna setiap kali mereka melakukan pergantian oli sebanyak lima kali di Bengkel AHASS. Dengan desain yang menarik dan fungsi praktis, gantungan kunci ini tidak hanya berperan sebagai alat promosi yang efektif, tetapi juga memberikan pengguna pengingat visual tentang pentingnya perawatan motor matik secara teratur. Melalui gantungan kunci ini, perempuan pengendara diberi kesempatan untuk membawa pesan kampanye ke dalam kehidupan sehari-hari mereka, serta memperoleh informasi tambahan mengenai langkah-langkah perawatan yang diperlukan untuk menjaga kinerja kendaraan mereka. Dengan demikian, gantungan kunci kampanye ini tidak hanya memperkuat kesadaran akan perawatan kendaraan di kalangan perempuan pengendara, tetapi juga memperkuat hubungan antara Bengkel AHASS dan pelanggan mereka, menciptakan kemitraan yang berkelanjutan dalam menjaga kesehatan kendaraan.



Gambar 4.11 Mockup Gantungan Kunci

4.2.9 Lanyard

Lanyard kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara dihadirkan sebagai merchandise promosi yang diberikan kepada pengguna setiap kali mereka melakukan pergantian oli sebanyak lima kali di Bengkel AHASS. Dengan desain yang menarik dan fungsionalitas yang praktis, lanyard ini menjadi simbol dari komitmen Bengkel AHASS dalam meningkatkan kesadaran akan perawatan kendaraan di kalangan perempuan pengendara. Selain sebagai aksesoris yang berguna sehari-hari, lanyard ini juga menyampaikan pesan kampanye tentang pentingnya perawatan motor matik secara teratur, mengingatkan pengguna akan perlunya menjaga kinerja dan keamanan kendaraan mereka.



Gambar 4.12 Mockup Lanyard

4.2.10 Totebag

Totebag kampanye tentang perawatan motor matik untuk perempuan pengendara dipersembahkan sebagai merchandise promosi yang diberikan kepada pengguna setiap kali mereka melakukan pergantian oli sebanyak lima kali di Bengkel AHASS. Dengan desain yang menarik dan fungsionalitas yang praktis, totebag ini tidak hanya menjadi aksesoris berguna sehari-hari bagi pengguna, tetapi juga memperkuat pesan kampanye tentang pentingnya perawatan motor matik secara teratur. Dengan memadukan fungsi praktis dengan pesan edukatif, totebag ini menjadi simbol dari komitmen Bengkel AHASS dalam meningkatkan kesadaran akan perawatan kendaraan di kalangan perempuan pengendara. Selain itu, totebag juga memungkinkan pengguna untuk membawa pesan kampanye ke dalam kehidupan sehari-hari mereka, sehingga memperluas jangkauan dan dampak dari kampanye tersebut. Dengan demikian, totebag kampanye ini tidak hanya memperkuat identitas merek Bengkel AHASS, tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat antara bengkel dan pelanggan, serta memperluas kesadaran akan pentingnya perawatan kendaraan di kalangan perempuan pengendara.



Gambar 4.13 Mockup Totebag

