

ABSTRAK

Sebuah brand tidak hanya berhenti pada merek dagang beserta simbol-simbol nya, pengetahuan konsumen mengenai logo produk atau Brand dan elemen visual lainnya berdampak pada ketetapan persepsi baik dari konsumen hingga terjalin kontinuitas/ kesinambungan antara konsumen terhadap suatu brand. Memberikan keunggulan sebuah citra merek sekaligus memperkenalkan kembali ke masyarakat luas dalam persaingan pasar yang bersaing ketat, menjadi inti dari studi perancangan, Promosi ditujukan untuk berusaha mendapatkan perhatian dari calon pembeli, karena menjadi titik awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang atau jasa, sampai menciptakan dan menumbuhkan keinginan pada diri calon pembeli. Rasa ingin tahu calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan, hal ini menjadi tahap kelanjutan dari sebelumnya. Bagi calon pembeli merasa mampu maka rasa ingin memilikinya pun semakin besar diikuti oleh suatu keputusan untuk membeli. Perancangan desain key-visual pada Aplikasi Bengkel BOS ini sebagai media kreatif utama dibuat menjadi lebih dari satu tema, guna memberikan varian pada visual untuk mencerminkan pesan dasar dari kampanye iklan dan membuat ide tersebut dapat dipahami oleh calon pembeli.

Kata Kunci : Banner Digital, E-Commerce, Otomotif, BOS

ABSTRACT

A brand does not stop at trademarks and symbols, consumers' knowledge of product or brand logos and other visual elements has an impact on the perception of good consumers to create continuity / continuity between consumers towards a brand. Giving the advantage of a brand image while introducing it back to the wider community in a fierce competition, becoming the core of design studies, Promotion is intended to try to get the attention of prospective buyers, because it is the starting point of the decision making process in buying an item or service, until create and foster desires in prospective buyers. Curiosity of prospective buyers to have the goods offered, this is a continuation stage from before. For potential buyers to feel able to have a greater sense of ownership, it is followed by a decision to buy. The design of the key-visual design in the BOS Workshop Application as the main creative media is made into more than one theme, in order to provide a visual variant to reflect the basic message of the advertising campaigns and making these ideas understandable to potential buyers.

Keywords: Digital Banners, E-Commerce, Automotive, BOS