

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG.

Pameran digunakan sebagai wadah interaksi antara perusahaan dengan masyarakat atau konsumen yang memegang peranan penting dalam suatu rangkaian aktivitas marketing. Perusahaan dapat memperkenalkan produk yang mereka sediakan untuk masyarakat luas sebagai calon konsumen melalui kegiatan pameran. Melalui pameran calon konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang produk yang akan mereka gunakan. Dalam sebuah event pameran, calon konsumen dapat membandingkan langsung produk yang sama dari masing-masing perusahaan yang saling bersaing. Dengan demikian, konsumen akan mendapatkan informasi yang menyeluruh mengenai sebuah produk yang dikenalkan, hal tersebut juga menjadi ujung tombak persaingan marketing dalam kegiatan pameran.

Industri otomotif sebagai salah satu industri produk kompetitif membutuhkan strategi marketing yang tepat dalam memasarkan produknya. Keberadaan *event* pameran otomotif berskala besar akan banyak membantu perusahaan otomotif dalam memperkenalkan produk otomotif unggulannya kepada masyarakat luas. Pengenalan produk menjadi tujuan utama dalam kegiatan pameran otomotif, mengingat lebih banyaknya informasi yang bersifat teknis seputar spesifikasi produk yang belum terlalu mudah dipahami oleh masyarakat awam. Ketersediaan informasi yang menyeluruh dan memadai menjadi kata kunci keberhasilan pengenalan produk otomotif melalui kegiatan pameran.

Indonesia International Motor Show (IIMS) merupakan salah satu agenda rutin pameran produk otomotif bergengsi di Indonesia. Beberapa industri otomotif terkemuka dunia, melalui Agen Pemegang Merk (APM) masing-masing sebagai perwakilan resmi di Indonesia, akan bertemu dalam *event* tersebut. Melalui Indonesia International Motor Show, produk-produk otomotif unggulan mereka akan dikenalkan secara bersamaan kepada masyarakat luas, untuk dikomparasikan secara langsung dalam upaya merebut perhatian para pengunjung pameran sebagai calon konsumen yang potensial.

IIMS 2012 mengusung tema "*Eco-Mobility*" sebagai jawaban yang tepat. Sebuah paradigma perencanaan dunia hijau yang berkelanjutan. Tema "*Eco-Mobility*" mewakili gaya hidup masyarakat perkotaan yang baru, mendukung cara cerdas bertransportasi, mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar fosil, dengan melakukan penghematan serta penggunaan bahan bakar yang lebih efisien, baik yang berupa energi elektrik, bahan bakar fosil, serta penggunaan bahan bakar yang terbarukan. Mempromosikan mobilitas dan aksesibilitas yang ramah lingkungan, dan efisiensi bahan bakar khususnya di kota-kota besar di Indonesia, merupakan tujuan utama tema "*Eco-Mobility*" pada Indonesia International Motor Show ke 20 tahun ini.

Mitsubishi Motors Corporation (MMC) selaku APM Mitsubishi Motors memanfaatkan *event* tersebut untuk kembali menunjukkan kehadiran merk Mitsubishi dalam kancah persaingan produk otomotif di Indonesia. Dengan memperkenalkan beberapa produk otomotif unggulannya, Mitsubishi Motor Corporation berharap dapat menjawab kebutuhan masyarakat luas Indonesia terhadap produk otomotif berkualitas tinggi.

Pada ajang Indonesia International Motor Show (IIMS) tahun ini, Mitsubishi Motors Corporation (MMC) akan bertempat di Hall A, *booth* No. A5. Mitsubishi akan menampilkan line up kendaraan passenger car yang selaras dengan tema IIMS tahun ini, yaitu "*Eco Mobillity*". Kendaraan passenger car Mitsubishi tampil dengan konsep *lifestyle bertemakan "Innovation of Passion & Fashion Mitsubishi Life Style"* merupakan cerminan dari produk passenger car Mitsubishi yang terus berinovasi, stylish dan menjadikan passion dan fashion sebagai bagian yang tak terpisahkan dalam setiap produknya.

Dari uraian diatas, maka perancang memberikan solusi untuk menguatkan citra Mitsubishi Motors Corporation (MMC) sebagai perusahaan otomotif terkemuka di Indonesia. Menggunakan eksplorasi bentuk dan warna dari logo Mitsubishi Motors sebagai dasar perancangan *booth* Mitsubishi Motor Corporation. Kemudian menerapkan gaya post-modern yang dipadukan dengan tema dari MMC dan IIMS, yaitu "*Eco Mobility*" dan "*Innovation of Passion & Fashion Mitsubishi Life Style*" sebagai perwujudan visi dan misi dalam pameran IIMS ke 20 ini, maka Perancangan *Booth*

Mitsubishi Motors Corporation (MMC) pada Indonesia International Motor Show (IIMS) 2012 di Jakarta International Expo diambil sebagai Tugas Karya Desain.

