

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini kebutuhan akan sarana transportasi di masyarakat Indonesia sangatlah penting. Sarana transportasi memiliki beragam jenis pilihan, salah satunya jenis sarana angkutan darat untuk mempercepat waktu dan mempermudah jarak tempuh dengan menggunakan sepeda motor. Saat ini sepeda motor menjadi pilihan yang tepat mengingat tingginya angka kemacetan di kota-kota besar di Indonesia. Permintaan sepeda motor di masyarakat terus mengalami peningkatan, dan memberikan peluang bagi para produsen sepeda motor.

Salah satu produsen yang ada adalah Piaggio Vespa Matik, yang berasal dari pabrikan Eropa. Saat ini Vespa Matik sedang populer di Indonesia. Gaya hidup berkendara di masyarakat sendiri tergantung dengan persepsi yang dilihat oleh masyarakat saat menonton iklan produsen sepeda motor tersebut “Kurniawan, I & Rochmawati, I. (2018)”. Vespa Matik sendiri mencerminkan gaya hidup serta kebebasan berkendara tanpa batas bagi pecinta sepeda motor kelas premium. Beragam motor Vespa Matik dengan konsep yang berbeda-beda jenisnya disuguhkan untuk beragam karakter dan gaya hidup konsumen saat ini.

Semakin banyaknya pengguna Vespa Matik di Indonesia mengakibatkan banyaknya pemeliharaan rutin bagi penggunanya, belum lagi kalau ada *sparepart* yang harus diganti. Oleh karena itu adanya bengkel di Indonesia sangat diperlukan, bengkel adalah tempat yang menyediakan ruang dan peralatan untuk melakukan perbaikan benda atau kendaraan. Bengkel sendiri terbagi menjadi 2 jenis yaitu bengkel resmi dan non-resmi.

Bengkel resmi adalah bengkel yang memiliki keterkaitan dengan merek penjual (*dealer*) yang sering disebut Agen Pemegang Merek (APM). Bengkel resmi hanya melayani kendaraan satu pabrikan atau satu merk saja. Perbaikan kendaraannya

sesuai prosedur dan hanya berfokus pada kerusakan kecil atau motor masih bawaan pabrik. Alternatif perawatan dari bengkel resmi yaitu bengkel non-resmi masih memiliki konsep dan pelayanan yang serupa dengan bengkel resmi. Tetapi bengkel non-resmi bekerja sesuai dengan kemauan konsumen dan juga biaya jasanya tergolong murah dari bengkel resmi. Konsumen bebas memodifikasi kendaraan sesuai keinginannya tersebut. Banyaknya bengkel sepeda motor Vespa Matik resmi dan non-resmi di Indonesia, menjadikannya persaingan yang ketat. Berdasarkan data pada penelitian Asya (2021), jumlah bengkel Vespa Matik di Bandung mencapai 20 bengkel. Oleh karena itu masing-masing bengkel harus mempunyai ciri khas atau identitas tersendiri untuk bisa dikenali konsumen.

Secara umum sesuatu yang terdapat pada manusia, jasa atau barang, perusahaan atau organisasi, daerah atau tempat, dan sebagainya bisa disebut identitas, dan sifatnya dapat dilihat, dirasakan, diraba ataupun didengar. Identitas dalam bentuk visual setidaknya berupa logo memiliki karakter tertentu seperti orisinal, khas, dapat dibaca, sederhana, mudah diingat, dan beradaptasi dengan semua grafis. Logo akan diingat oleh masyarakat luas dan merupakan dari citra bengkel tersebut, kemudian masyarakat akan mengenali bengkel setelah melihat logo yang menjadi identitasnya tersebut.

Berdasarkan data pada penelitian Asya (2021), khususnya di Kota Bandung bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48 ini adalah bengkel yang terletak di jalan Penyandan No.48, Mandalamekar, Kec. Cimenyan, Kota Bandung, Jawa Barat 40193. Bengkel khusus Vespa Matik ini didirikan pada tahun 2018 yang berlatar bengkel rumahan. Berikut adalah gambar dari bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48.



Gambar I.I.1 Bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48
Sumber : Dokumentasi Pribadi.
(Diakses pada 02/01/2021)

Menurut sudut pandang penulis bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48 ini sebelumnya sudah memiliki logo, namun pada visual logo tersebut masih belum memiliki identitas sebagai bengkel Vespa. Logo yang mirip dengan warna ciri khas Valentino Rossi, gaya *font* cenderung untuk motor *sport* padahal Vespa bukan motor *sport*. Adapun keinginan atau visi dari pemilik bengkel yaitu menginginkan sebuah logo baru yang menampilkan unsur Vespa Matik itu sendiri, dan menurut paparan pemilik bengkel sendiri bengkelnya tersebut sering terjadi kekeliruan konsumen mengenai bengkel Vespa Matik tetapi konsumen mengira bengkel umum.

Oleh karena itu penerapan logo bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48 masih tidak berfungsi dengan baik. *Font* yang digunakan pada logo masih belum ciri khas atau keunggulan dari bengkel tersebut. Sehingga citra dari Bengkel Laksana Mulya48 ini masih sulit diingat oleh banyak konsumen. Untuk pembuatan Logo sendiri tidak memiliki ketentuan khusus Logo bengkel seperti apa, penulis hanya akan mendesain yang berpacu pada permasalahan inti dan juga keinginan pemilik bengkel.

Hal tersebut yang melatar belakangi didesainnya kembali logo salah satu bengkel Vespa Matik non-resmi yang berada di Jawa Barat khususnya di Kota Bandung. Sehingga membuat citra bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48 ini dapat diingat oleh banyak konsumen serta menonjolkan salah satu khas bengkel Laksana Mulya48 sebagai bengkel Vespa Matik bukan sebagai bengkel umum biasa.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka permasalahan yang akan di angkat pada topik Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- Banyaknya persaingan bengkel sepeda motor Vespa Matik di Indonesia.
- Logo Bengkel Vespa Matik yang masih mirip dengan warna ciri khas Valentino Rossi, dan font cenderung ke motor sport.
- Keinginan pemilik bengkel merubah logo lamanya, dan kekeliruan konsumen mengenai bengkelnya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang teridentifikasi diatas, terdapat satu masalah inti yang akan diselesaikan dalam perancangan ini. Yaitu bagaimana memberikan keunggulan desain logo tersendiri terhadap bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48?

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka perancangan ini lebih fokus dan menghasilkan suatu solusi yang tepat, maka perancangan akan membatasi konten perancangan ini hanya membahas identitas visual dari bengkel vespa non-resmi Laksana Mulya48. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya identitas visual yang dimiliki Laksana Mulya48 membuat masyarakat sulit membedakan dan mengingat bengkel terutama masyarakat di Kota Bandung.

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

1.5.1 Tujuan Perancangan

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan perancangan identitas visual bengkel vespa matic non-resmi Laksana Mulya48 ini adalah sebagai berikut :

- Mengangkat citra bengkel vespa matic non-resmi Laksana Mulya48.
- Memberikan keunggulan desain logo tersendiri terhadap bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48.

1.5.1 Manfaat Perancangan

Perancangan ini memiliki manfaat sebagai berikut :

- Bagi Penulis
Dapat memahami secara konseptual mengenai pembuatan identitas visual serta dapat menambah materi pembelajaran dan pengalaman di bidang otomotif.
- Bagi Masyarakat
Melalui perancangan ini masyarakat sekitar Bandung yang memiliki sepeda motor khususnya Vespa Matik mendapatkan gambaran untuk dapat memilih bengkel Vespa Matik non-resmi dikarenakan sudah mengingat identitas visual dari bengkel Vespa Matik non-resmi Laksana Mulya48.
- Bagi Kalangan Akademis
Dengan pembuatan identitas visual ini bagi kalangan akademis dalam keilmuan dkv menjadi mengetahui cara membuat identitas visual berupa logo yang dapat menggunakan metode teori gestalt, flat desain, dan refrensi lainnya.