

## **BAB I. PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi sekarang ini, kebutuhan masyarakat sangat banyak sehingga transportasi wajib khususnya pada saat memenuhi kebutuhan masyarakat seperti pergi berbelanja, mengantar anak ke sekolah, pergi ke tempat bekerja. Transportasi kendaraan bermotor ini banyak digandrungi oleh masyarakat khususnya di Kota Bandung. Dikutip dari situs resmi Dinas Perhubungan Kota Bandung, jumlah kendaraan di Kota Bandung saat ini mencapai 2,2 juta unit kendaraan dengan rincian 1,7 juta sepeda motor dan 500 ribu mobil. Jumlah tersebut nyaris sama dengan jumlah penduduk di Kota Bandung yang mencapai 2,4 juta orang (Ahmad Rizaldi 2024). Kendaraan roda dua ini pun perlu di rawat secara berkala di bengkel, terutama bagi yang berfungsi sebagai kebutuhan masyarakat sehari-hari maupun yang berfungsi sebagai hobi bagi penggunanya seperti untuk pergi touring ke luar kota, untuk jual beli motor langka dan untuk dijadikan koleksi.

Bengkel adalah tempat di mana mekanik melakukan pekerjaannya yaitu melayani jasa perbaikan dan perawatan kendaraan, baik roda dua maupun lebih. Bengkel umum kendaraan bermotor merupakan bengkel yang berfungsi untuk membetulkan, memperbaiki, dan merawat kendaraan bermotor agar tetap memenuhi persyaratan teknis dan layak jalan. Hal ini dilakukan agar dapat memenuhi tuntutan Peraturan Pemerintah No. 44 Tahun 1993 tentang Kendaraan dan pengemudi pasal 126, 127, 128, dan 129, dinyatakan bahwa setiap kendaraan bermotor harus memenuhi persyaratan teknis dan kelayakan kendaraan bermotor (BPK 1993).

*Branding* menjadi salah satu langkah penting dalam sebuah bisnis. *Branding* dibangun tidak dalam jangka waktu yang singkat, kadang perlu waktu yang lama bahkan bertahun-tahun untuk membangunnya. Namun, sebuah merek harus mampu bertahan untuk mengikuti perkembangan zaman, perubahan pasar dan juga konsumen yang semakin dinamis.

Identitas produk memiliki peran untuk membuat sebuah produk agar dapat diingat oleh publik, seperti logo yang dapat menggambarkan suatu karakter dan identitas produk tersebut. Bentuk visual logo terdapat simbol yang memiliki makna dan gambaran ringkas didalamnya, sebuah logo setidaknya mempunyai karakter tertentu seperti *Original, Distinctive, Legible, Simple, Memorable, Easily associated with the company*, dan *Easy adapter for all graphic media* yang digunakan pada media sehingga dapat mengurangi kesulitan saat pengaplikasian logo tersebut (Adi 2007).

Logo dapat menjadi suatu identitas visual dari perusahaannya, logo akan diingat oleh masyarakat luas dan merupakan citra perusahaan tersebut, karena pada logo akan terdapat simbol-simbol yang memperlihatkan identitas perusahaannya, sehingga logo memiliki alur yang berbanding lurus dengan identitas dari perusahaannya, kemudian kebanyakan masyarakat akan mengenali perusahaan tersebut lebih lanjut setelah melihat logo yang menjadi identitas perusahaan tersebut. Menurut Rustan (2009) sebuah logo memiliki fungsi identitas perusahaan (agar dapat membedakan dengan identitas milik orang lain), tanda kepemilikan, tanda jaminan kualitas, mencegah peniruan/pembajakan, menambah nilai positif, proprogi legal suatu produk atau organisasi, mengkomunikasikan informasi seperti keaslian, nilai dan kualitas.

Maraknya penghobi kendaraan roda dua berjenis Harley Davidson terutama tahun lama, sangat sulit menemukan bengkel yang ahli menanganinya di Kota Bandung. Bengkel Woodland Garage merupakan salah satu bengkel otomotif yang berfokus pada kendaraan roda dua berjenis Harley Davidson yang berada di Jl. Nangkasuni tepatnya di samping SMP Negeri 40 Kota Bandung. Bengkel ini memiliki ciri khas *home service* menjadi nilai plus bagi Woodland Garage.

Woodland Garage sebelumnya sudah memiliki identitas visual, namun pada visualisasi tersebut tingkat keterbacaannya sulit untuk dilihat oleh publik. Keaslian identitas visual Woodland Garage pun diragukan keorisinalannya karena identitas visual yang dipakai merupakan gambar yang telah ada di internet, sehingga tidak

sesuai dengan prosedur etika dalam desain sehingga bisa berdampak pelanggaran hak cipta merek. Pengaplikasian identitas visual Woodland Garage masih kurang berfungsi dengan baik. Bengkel Woodland Garage perlu memerhatikan kondisi pasar sekarang dengan sadar lingkungan dan mengikuti zaman. Hal tersebut dikarenakan identitas visual yang mengikuti perkembangan zaman akan menyampaikan pesan yang baru dan positif pada khalayak publik dan memikat mata konsumen terutama di era persaingan ketat. Maka hal inilah yang kemudian mendasari tugas akhir untuk melakukan perancangan identitas visual dan pengaplikasiannya terhadap bengkel Woodland Garage.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan beberapa masalah penting sebagai berikut:

- Keorisinilan dari identitas visual Woodland Garage tidak sesuai dalam etika desain.
- Kurangnya identitas visual pada bengkel Woodland Garage di mata konsumen.
- Kurangnya pengaplikasian identitas visual pada Woodland Garage.
- Identitas visual perlu mengikuti seiring perkembangan zaman.

## **I.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan masalah penting sebagai berikut:

- Bagaimana perancangan ulang identitas visual Woodland Garage yang sesuai dengan prosedur sehingga dapat menjadi ciri khas dan pembeda dengan bengkel lain dimata konsumen ?

## **I.4 Batasan Masalah**

Berdasarkan dari pemaparan yang ada di latar belakang, terdapat batasan masalah sebagai berikut:

### **a. Subjek**

Pada batasan masalah subjek, difokuskan pada orang-orang yang memiliki kendaraan Harley Davidson dan motor tua.

b. Objek

Batasan masalah yang menyangkut objek difokuskan pada perubahan identitas visual yang terdapat pada salah satu bengkel motor Harley Davidson dan motor tua yaitu woodland Garage, dan lebih difokuskan perubahan identitas visual yang digunakan sebelumnya.

c. Keterangan tempat

Batasan untuk tempat difokuskan di kota Bandung, Jawa Barat.

## **I.5 Tujuan & Manfaat Perancangan**

### **I.5.1 Tujuan Perancangan**

Tujuan dalam perancangan ini adalah:

- Menciptakan dan merancang identitas visual baru yang sesuai dengan etika desain sehingga membuat identitas visual Woodland Garage menjadi kuat terhindar dari plagiarisme.
- Membantu memudahkan pengaplikasian identitas visual Woodland Garage pada media media tertentu.

### **I.5.2 Manfaat Perancangan**

Terdapat beberapa manfaat yang dihasilkan dari adanya perancangan ini adalah:

- Identitas visual Woodland Garage sesuai dengan prosedur etika desain.
- Identitas visual Woodland Garage mampu mengikuti perkembangan zaman.
- Membantu mengembangkan identitas visual dan pengaplikasian Woodland Garage.