BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan manusia selalu mengalami perubahan. Dalam beberapa hal manusia dituntut untuk bisa bertahan hidup dan beradaptasi dengan lingkungannya maupun dengan sesama. Terciptanya teknologi dan ilmu pengetahuan dibuat untuk memudahkan manusia dalam bertahan hidup. Salah satu teknologi yang dbuat manusia ini adalah alat transportasi.

Alat transportasi ini diciptakan untuk mempermudah dan mempercepat proses pekerjaan. Dari alat transportasi yang tradisional seperti delman sampai kendaraan bermotor yang umum digunakan pada masa sekarang ini.

Pada saat ini jumlah kendaraan bermotor mengalami peningkatan, terutama di kota – kota besar. Dengan bertambahnya jumlah kendaraan bermotor ini maka bertambah pula jumlah kebutuhan terhadap pelanggan dalam hal perawatan kendaraan. Perawatan sekarang ini bukan hanya perbaikan tetapi juga perubahan penampilan kendaraan. Pengguna kendaraan ini tidak hanya menuntut kendaraannya bisa berjalan dengan baik saja tetapi juga tampilan kendaraan yang mereka miliki. Dalam hai ini diantaranya eksterior *body* dan interior kendaraan.

Identitas perusahaan atau lebih dikenal dengan *corporate identity* pertama kali dipopulerkan oleh J. Gordon Lippincott, seorang insinyur sipil di era 1940-an. Setiap perusahaan memerlukan suatu identitas yang jelas dan berbeda dengan perusahaan-perusahaan lainnya agar mempunyai ciri yang khas dan membedakannya dengan pesaing-pesaingnya yang lain. Selain itu tidak dapat dipungkiri bahwa identitas perusahaan atau lebih dikenal dengan *corporate identity* dapat mendukung bisnis mereka sebagai salah satu bagian dari strategi

marketing. Bahkan citra atau *image* suatu perusahaan bisa tercermin dari identitas perusahaannya.

Salah satu perusahaan yang memerlukan identitas ini adalah bengkel mobil PD. Langgeng Jaya yang berpusat di Autoparts, Depok. Bengkel ini telah berjalan kurang lebih selama 14 tahun. Bengkel ini di bangun pada tahun 1996 yang bertujuan sebagai suatu wadah bagi pecinta automotif yang ingin memperbaiki ataupun memodifikasi kendaraannya. Bengkel ini mulai berkembang pada tahun 2002 dan mulai mendapat banyak pelanggan. Namun seiring dengan banyak bermunculannya perusahaan yang sejenis dan persaingan yang ketat, pelanggan Langgeng Jaya mulai berkurang. Pada tahun 2004, Langeng Jaya mengkhususkan pelayanan mereka, yang pada awalnya melayani perbaikan dan modifikasi mobil dan motor secara umum menjadi modifikasi mobil yang sudah tua saja. Hal ini karena belum adanya bengkel yang secara khusus menangani mobil tua dan adanya pasar.

Namun sampai sekarang bengkel ini belum mempunyai suatu identitas yang jelas, baik itu berupa logo maupun identitas perusahaan lainnya. Hal ini menyebabkan kurangnya informasi kepada masyarakat tentang pelayanan yang diberikan bengkel ini dan menyamakannya dengan bengkel yang lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi bahwa masalah yang dapat diangkat pada topik permasalahan ini adalah :

1. Belum adanya suatu identitas visual yang konsisten dan baku pada perusahaan Langgeng Jaya, baik itu berupa logo maupun identitas visual yang lainnya.
2. Beralihnya perusahaan yang pada awalnya melayani perbaikan maupun modifikasi mobil dan motor secara umum menjadi khusus untuk mobil-

mobil tua saja sehingga berpengaruh pada citra perusahaan yang melekat di masyarakat.

3. Kurangnya informasi kepada masyarakat tentang bengkel tersebut yang sebenarnya bergerak dalam modifikasi dan perawatan mobil tua sehingga bengkel ini memiliki kekhususan yang beda dengan bengkel-bengkel lainnya.

1.3 Fokus Masalah

Inti permasalahan yang dapat disimpulkan dari masalah identitas perusahaan di atas adalah :

Bagaimana memperkuat citra perusahaan Langgeng Jaya agar terlihat sebagai perusahaan bengkel modifikasi yang khusus menangani mobil-mobil tua atau lama.

1.4 Tujuan Perancangan

Dengan melihat permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya di atas, maka di dapatkan tujuan dari perancangan ini, yaitu :

1. Untuk dapat memperoleh identitas visual yang tepat untuk perusahaan Langgeng Jaya.
2. Untuk meningkatkan citra perusahaan di benak masyarakat.
3. Untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang pelayanan Langgeng Jaya yang khusus menangani modifikasi mobil tua.
4. Untuk menciptakan ketertarikan kepada masyarakat tentang identitas visual yang dirancang, karena ketertarikan masyarakat bisa menjadi suatu kekuatan sendiri bagi perusahaan tersebut.

1.5 Kata Kunci

Modifikasi, Identitas.

Berikut penjelasan dari kata – kata kunci :

a. Modifikasi

Modifikasi dalam kamus besar Bahasa Indonesia artinya adalah perubahan. Modifikasi mobil berarti perubahan dari bentuk asli suatu mobil menjadi bentuk yang baru. Modifikasi ini tidak hanya pada bentuk atau badan mobil saja tetapi bisa juga pada interior dalam mobil.

b. Identitas Perusahaan

Identitas menurut kamus Bahasa Indonesia adalah jati diri atau kepribadian Alan dan Isabela Livingstone (1992:49) dalam tugas akhir Berry Fauzi (2004:5) menyatakan identitas perusahaan (termasuk logo) adalah proses yang memanfaatkan elemen desain dari suatu organisasi untuk mengkomunikasikan apa yang dilakukan dan bagaimana melakukannya.