BAB II

TINJAUAN TENTANG IDENTITAS LANGGENG JAYA

2.1 Identitas

Identitas merupakan penampilan fisik termasuk logo, komunikasi dan prilaku. Dalam konteks perusahaan, identitas ini terdiri dari Visual (logo, tipografi, warna, packaging, seragam, bangunan), komunikasi (iklan, laporan tahunan) dan prilaku perusahaan.

Identitas yang ditampilkan secara konsisten akan memberikan gambaran pada *public* bahwa entitas tersebut konsekuen dan professional. Dari sinilah diharapkan dapat meningkatkan brand awareness dan brand image yang positif di benak masyarakat. Inilah tujuan dari identitas.

Dalam identitas visual ada beberapa elemen-elemen yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Nama

   Nama pada identitas perusahaan maupun produk memberikan *brand image* awal di benak *public*. Semua elemen identitas yang lain seperti logo, warna tipografi dan lain-lain dibangun berpijak pada nama. Sebagai *brand image* awal, perbedaan satu huruf saja dapat memberikan pengaruh bagi suatu perusahaan maupun produk. Di Negara-negara maju kesadaran akan penamaan ini cukup besar, sehingga banyak perusahaan yang mengkhususkan diri hanya bergerak di bidang naming saja.

   Seringkali produk yang sudah merambah ke mancanegara penamaannya harus disesuaikan dengan masyarakat dimana produk tersebut dipasarkan.

Hal ini berkaitan erat dengan logo. Logo harus sangat fleksibel untuk mengakomodasi bentuk huruf dan gaya penulisan yang berbeda-beda.

Contohnya produk es krim yang dikenal di Indonesia dengan nama Wall's, ternyata di Negara lain menggunakan nama yang berbeda-beda. Diantaranya Algida, Frigo, Good Humor, Tio Tico, Streets, HB, Miko, GB Lace dan lain-lain.

2. Logo

Logo merupakan penyingkatan dari *logotype* yang berasal dari bahasa Yunani *logos*, yang berarti kata, pikiran, pembicaraan, akal budi. Istilah logo baru muncul pada tahun 1937. Banyak yang mengatakan logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual.

Logo merupakan elemen utama yang terlihat secara fisik, seperti layaknya wajah pada manusia. Melalui logo, tergambar semua atribut non-fisik lainnya seperti jiwa dari entitas tersebut, yaitu visi dan misi dan seluruh kepribadiannya. Karena itu pencarian ide logo harus berdasarkan kepribadian entitas tersebut.

3. Warna

Warna memainkan peranan yang cukup besar dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah produk. Penelitian yang dilakukan oleh Institute od Color Research di Amerika menemukan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun produk dalam waktu hanya 90 detik saja. Dan keputusan tersebut 90% didasari oleh warna. Karena itu memilih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam mendesain identitas visual.

Umumnya ada dua macam warna pada identitas visual, yaitu warna pada logo dan warna perusahaan. Dalam penerapannya kadang warna perusahaan

yang digunakan dalam aplikasi desain menggunakan warna yang sama dengan warna logo.

4. Tagline

Tagline adalah salah satu elemen identitas yang berupa satu kata atau lebih yang menggambarkan *personality* maupun *positioning brand*. Eric Swartz, seorang ahli tentang tagline mendefinisikan tagline sebagai susunan kata yang ringkas (biasanya tidak lebih dari 7 kata), diletakkan mendampingi logo dan mengandung pesan yang kuat ditujukan kepada audiens tertentu.

5. Tipografi

Sama halnya dengan warna, tipografi pun ada dua macam, yaitu tipografi dalam logo (*letter of marks*) dan tipografi yang digunakan pada media-media aplikasi logo (*corporate typography*). Karena memiliki fungsi yang berbeda, karakteristik huruf yang digunakan pada keduanya juga berbeda.

Pada *Letter marks* keunikan menjadi hal yang paling utama, maka jenis hurufnya pun harus unik dan biasanya dirancang khusus menggunakan jenis huruf yang sudah ada namun di ubah bentuknya. Sedangkan pada *corporate typography* lebi bertujuan untuk menjaga kesatuan antar media-media aplikasi desain perusahaan. Juga memiliki fungsi umum tipografi, yaitu penyampai informasi yang harus nyaman dibaca.

6. Elemen Gambar

Yang termasuk dalam elemen gambar adalah foto, *artworks*, *infographics* dan lain-lain yang memperkuat kesan terhadap kepribadian *brand*. Elemen gambar berupa *infographics* merupakan bagian dari identitas visual yang berfungsi memberikan informasi tambahan.

Kadangkala dalam identitas visual, desainer menciptakan elemen visual lain berupa *background* atau *cropping image*. Berfungsi untuk memperkuat

identitas dengan menambah keunikannya, sehingga secara visual membuat *brand* lebih mudah dikenali.

2.2 Tinjauan Langgeng Jaya

2.2.1 Sejarah Langgeng Jaya Mobil

Langgeng Jaya didirikan di Depok pada tahun 1996 yang pada awalnya adalah bengkel untuk memperbaiki dan memodifikasi kendaraan beroda dua dan empat. Tahun 1998, bengkel ini mengalami masa yang sulit. Hal ini disebabkan oleh terjadinya krisis moneter di Indonesia, sehingga sangat sulit untuk mendapatkan *sparepart*.

Langgeng Jaya mulai berkembang pada tahun 2002, hal ini ditandai dengan sudah mulai banyaknya pelanggan yang datang ke bengkel ini untuk memodifikasi ataupun hanya untuk memperbaiki kendaraan mereka saja. Namun seiring dengan berkembangnya teknologi dan banyaknya perusahaan sejenis yang muncul, bengkel ini mulai mengalami penurunan dalam jumlah pelanggan.

Pada tahun 2004 Langgeng Jaya mulai beralih fokus bisnisnya, yang pada awalnya merupakan bengkel yang memperbaiki dan memodifikasi motor dan mobil secara umum menjadi bengkel yang khusus menangani mobil-mobil tua atau lama saja. Hal ini disebabkan bermunculannya komunitas-komunitas pecinta mobil tua atau lama sehinga terciptanya sebuah peluang usaha untuk langeng jaya. Dari tahun 2004 sampai sekarang, pelanggan yang datang ke bengkel ini mengalami peningkatan walaupun sebagian besar diantara mereka bukan pemilik mobil jenis lama atau tua seperti yang menjadi target usaha dari bengkel ini.



Gambar 2.1 Lokasi Langgeng Jaya

2.2.2 Profil Langgeng Jaya Mobil

Nama Perusahaan : Langgeng Jaya Mobil

Pemilik : Drs. Lalit Ahmad Suryana

Alamat : Jl. Margonda Blok A No. 78



Gambar 2. 2 Bangunan Langgeng Jaya

2.2.3 Visi dan Misi Langgeng Jaya Mobil

Visi Perusahaan :

- Menjadi perusahaan otomotif yang handal dan terpercaya

Misi Perusahaan :

- Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
- Mengutamakan kepuasan pelanggan

2.2.4 Layanan Langgeng Jaya Mobil

Ada lima macam layanan utama yang disediakan oleh Langgeng Jaya, yaitu *body custom*, multimedia dan interior, *engine* (mesin), penjualan mobil dan *spareparts*.

- Body Custom

  Perbaikan maupun modifikasi pada *body* (badan) mobil yang bertujuan untuk mempercantik penampilan mobil. Biasanya modifikasi body ini tergantung dari konsep yang diinginkan pelanggan walaupun ada juga yang menggunakan konsep dari langgeng jaya sendiri.

- Multimedia dan Interior

  Pemasangan sistem multimedia dan perubahan pada interior mobil yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan pada pengemudi kendaraan saat mengemudi di jalan.

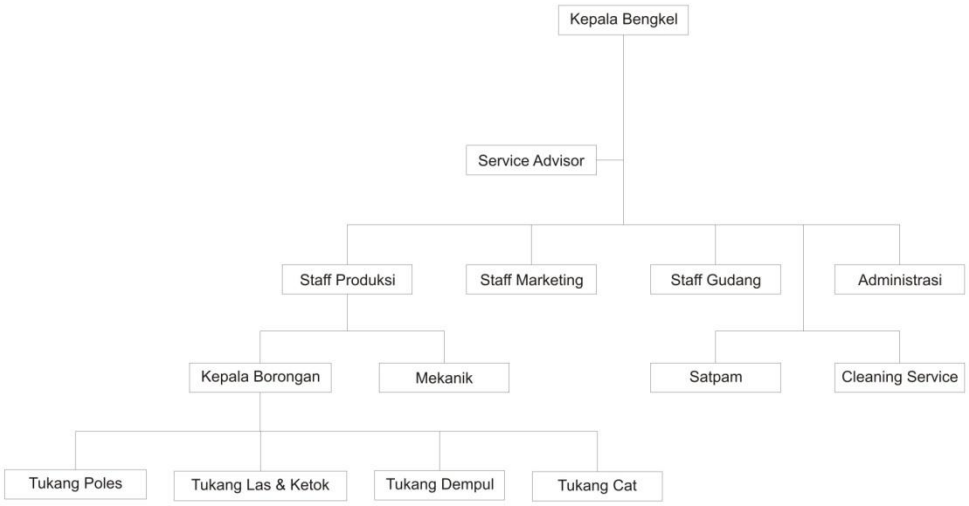
- Engine (mesin)

  Penggantian maupun modifikasi pada mesin mobil

- Penjualan Mobil

  Selain modifikasi mobil tua, Langgeng Jaya juga menangani penjualan mobil tua maupun mobil baru.

2.2.5 Struktur Organisasi Langgeng Jaya Mobil



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Langgeng Jaya Mobil

Tugas dan fungsi tiap jabatan :

- Kepala Bengkel

  Mengawasi seluruh kegiatan bengkel baik kegiatan operasional maupun administratif.

- Service Advisor

  Mengestimasi biaya yang harus dikeluarkan pelanggan dan memberikan saran kepada pelanggan yang ingin memodifikasi kendaraannya.

- Staff Produksi

  Mengawasi pekerjaan pegawai borongan dan membuat laporan dari pekerjaan modifikasi dan perbaikan yang dilakukan pegawai borongan.

- Staff Marketing

  Melakukan pemasaran dan *survey* pasar.

- Staff Gudang

  Mencatat keluar masuknya barang dari dan ke dalam gudang.

- Administrasi

  Mencatat seluruh kegiatan administrasi yang terjadi di bengkel.

- Kepala Borongan

  Mengawasi kegiatan perbaikan dan modifikasi kendaraan yang dikerjakan oleh bawahannya.

- Mekanik

  Memperbaiki apabila ada kerusakan di bagian mesin dan semua yang berkaitan dengan mesin kendaraan.

- Tukang Poles

  Melakukan pemolesan kendaraan dan mencuci kendaraan sehinggan kendaraan siap untuk diserahkan kepada pelanggan.

- Tukang Las & Ketok

  Melepas dan mengetok panel kendaraan yang penyok sehingga siap untuk didempul.

- Tukang Dempul

  Memberikan lapisan dempul sampai kendraan siap untuk di cat.

- Tukang Cat

  Mengecat kendaraan yang sudah didempul.

- Satpam

  Menjaga keamanan di lingkungan bengkel.

- Cleaning Service

  Bertanggung jawab atas kebersihan di lingkungan bengkel.

2.2.6 Kompetitor Langgeng Jaya Mobil

La Custom

La Custom merupakan sebuah bengkel modifikasi yang terletak di daerah Lenteng Agung, Jakarta Selatan. Bengkel ini bergerak dalam modifikasi mobil tua maupun baru. La Custom berdiri pada tahun 2003 dengan jumlah karyawan 14 orang. Konsumen La Custom didominasi oleh anak-anak muda yang kebanyakan masih berstatus mahasiswa sehingga harga yang ditawarkan pun relatif lebih murah.

2.3 Identitas Visual Langgeng Jaya



Gambar 2.4 Logo Langgeng Jaya Mobil

- Logo yang digunakan pada identitas visual Langeng Jaya merupakan *logotype*.
- Jenis font yang digunakan adalah jenis font Arial.
- Aplikasi logo pada atribut identitas lainnya tidak konsisten

2.4 Analisis SWOT

1. Strength (Kekuatan)

- Teknisi yang sudah berpengalaman
- Khusus menangani mobil lama atau tua
- Pelayanan perbaikan mobil dengan cepat
- Adanya program konsultasi bagi pelanggan yang ingin memodifikasi kendaraannya.

2. Weakness (Kelemahan)

- Fasilitas administrasi dalam perusahaan kurang memadai
- Logo perusahaan yang belum konsisten
- Kurangnya informasi kepada masyarakat mengenai bengkel ini.

3. Opportunity (Peluang)

- Adanya khalayak sasaran dan kesempatan untuk memasuki pasarnya lebih besar
- Munculnya komunitas – komunitas mobil lama atau tua.

4. Threat (Ancaman)

- Kemungkinan jenis pelayanan mudah ditiru.
- Munculnya bengkel – bengkel baru yang sejenis.

Berdasarkan hasil analisa tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa :

- Agar dapat memaksimalkan kekuatan dari bengkel Langgeng Jaya ini diperlukan sebuah identitas visual berupa logo dan atribut identitas lainnya yang konsisten dan tepat.
- Dan untuk meminimalkan kelemahan yang ada pada bengkel Langgeng Jaya ini dengan meningkatkan komunikasi tentang pelayanan yang ada pada bengkel ini kepada masyarakat.

Selain analisa di atas dapat dibuat pula *positioning* bengkel Langgeng Jaya yaitu bengkel yang khusus memodifikasi mobil tua.