

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Berbagai macam tren otomotif, seperti memodifikasi kendaraan mulai dari kondisi pabrik hingga sesuai dengan keinginan penggunanya, hingga tren untuk mengembalikan orisinalitas dari sebuah kendaraan tersebut atau biasa disebut restorasi, dengan dilengkapi oleh sukucadang baik baru maupun bekas. Sepeda motor adalah kendaraan dengan jumlah yang sangat banyak di Indonesia. Dengan adanya tren-tren otomotif saat ini, sepeda motor adalah kendaraan yang paling banyak peminatnya dan menjadi media untuk diterapkannya tren otomotif tersebut. Tren otomotif berlaku pada segala jenis sepeda motor, dan berasal dari segala era, termasuk sepeda motor yang diproduksi di era 90'an kebawah. Tren otomotif yang sangat diminati oleh masyarakat saat ini salah satunya adalah motor-motor jadul.

Motor jadul merupakan motor yang memiliki daya tarik tersendiri, karena modelnya yang langka, bentuk yang unik, dan kecepatan yang tidak biasa. Motor jadul bisa dikatakan sebagai barang langka, tidak adanya produksi lagi menjadi salah satu alasan mengapa motor jadul sangat jarang ditemui. Namun kelangkaan tersebut membuat banyak orang tertarik, ingin mempunyai motor jadul dan juga menjadi hobi yang tren hingga saat ini.

Galeri motor jadul merupakan tempat usaha jual/beli motor jadul yang ada di daerah pondok cabe tangerang selatan, terdapat macam-macam motor yang ada di galeri motor jadul diantaranya, Honda C70, Honda Astrea, Yamaha V75, Honda CB100, dan masih banyak lagi. Mayoritas motor yang terparkir di Galeri Motor Jadul ini berasal dari Madiun, Jawa Timur.

Sudah hampir empat tahun sejak berdirinya Galeri Motor Jadul pada 17 oktober 2017 yang didirikan oleh Bapak Toto Warsoto selaku owner dari Galeri Motor Jadul, telah berjalan lama dan cukup dikenal kota-kota besar melalui komunitas dan jurnalis berita yang datang. Galeri Motor Jadul belum mampu memantapkan citra kepada konsumen, serta minimnya kegiatan promosi untuk memperkuat citra usahanya. Galeri Motor Jadul ini belum memiliki logo dan kelengkapannya seperti baju, brosur, dan name tag, dari galeri Motor jadul tersebut. Hal ini dikarenakan

kurangnya perhatian pemilik Galeri Motor Jadul ini terhadap pentingnya corporate identity dalam suatu usahanya.

Corporate identity merupakan salah satu bentuk aplikasi dari desain komunikasi visual yang berfungsi sebagai sebuah identitas perusahaan. Menurut Rustan (2009:54) identitas yang ditampilkan dengan konsisten akan menyampaikan gambaran pada publik bahwa identitas tersebut konsekuen dan professional, dan diharapkan dapat mengembangkan awareness brand dan image brand positif di benak masyarakat. Sehingga dengan adanya corporate identity pada perusahaan akan membuat sebuah ciri khas tersendiri dan akan lebih mudah diingat. Perancangan corporate identity dipilih karena dirasa tepat dalam proses membangun sebuah identitas bagi perusahaan. Didalam proses perancangan corporate identity melalui beberapa tahapan diantaranya Observasi dan wawancara. Dalam pembuatan karya corporae identity dihasilkan karya yang meliputi logo, media promosi, dan Merchandise. Untuk mengenali perusahaan diwakili dengan keberadaan logo, sehingga masyarakat dengan mudah dapat mengenali, mengetahui perusahaan tersebut & produk apa yang ditawarkan. Pembuatan corporate identity yang baik dapat meningkatkan nama dan citra dari suatu perusahaan serta mampu memberikan image positive bagi perusahaan tersebut.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pembuatan corporate identity sangat penting untuk menjaga image Galeri motor jadul sehingga masyarakat dengan mudah dapat mengenali, mengetahui perusahaan tersebut & produk apa yang ditawarkan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka pertanyaan dalam penulisan ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan Corporate Identity dan media promosi di “Galeri Motor Jadul” yang menarik dan informatif ?
2. Bagaimana proses perancangan media utama berupa buku katalog “Galeri Motor Jadul” yang menarik dan informatif ?
3. Bagaimana proses pengaplikasian media dari perancangan media utama berupa buku katalog “Galeri Motor Jadul” yang menarik dan informatif ?

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka batasan permasalahan hanya sampai pada pembuatan *Corporate Identity* dan media promosi Galeri Motor Jadul. Adapun batasan masalah yang ada ialah sebagai berikut:

1. Perancangan logo Galeri Motor Jadul yang menarik dan dapat mempresentasikan galeri motor jadul
2. Bagaimana proses perancangan media utama buku katalog galeri motor jadul yang khas dan informatif ?
3. Penerapan identitas visual pada media yang ditentukan seperti: graphic standar manual, stationery set dan beberapa media promosi seperti poster, x - banner.

### 1.4 Maksud dan Tujuan Perancangan

1. Mengetahui proses perancangan *Corporate Identity* dan media promosi di “Galeri Motor Jadul” yang menarik dan informatif
2. Mengetahui proses perancangan media utama berupa buku katalog “Galeri Motor Jadul” yang menarik dan informatif
3. Mengetahui proses pengaplikasian media dari perancangan media utama berupa buku katalog “Galeri Motor Jadul” yang menarik dan informatif
4. Sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar S1 Desain Komunikasi Visual, Universitas Esa Unggul

#### a. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk pengantar tugas akhir, penulis menggunakan dua metode pengumpulan data yang dijabarkan sebagai berikut:

##### A. Data Kajian Literatur

Kajian literatur adalah sebuah kajian yang menggunakan bahan bacaan atau dasar yang bisa dijadikan rujukan dalam sebuah penulisan karya ilmiah. Pada umumnya literatur berasal dari buku, ataupun jurnal ilmiah, sehingga sah

digunakan sebagai sumber referensi. Artinya, jurnal yang digunakan haruslah bersifat asli, sudah teruji kebenarannya dan bukan hasil karangan semata.

Dalam metode ini penulis mendapatkan informasi dan landasan teori yang resmi sebagai tambahan bagi data penulisan, serta jurnal-jurnal penelitian corporate identity dan media promosi resmi dan juga buku-buku teori desain komunikasi visual yang penyusun baca dan kutip.

## B. Wawancara

wawancara merupakan cara pengumpulan data penulis dengan responden dengan mengadakan tanya jawab langsung. Wawancara dilakukan secara langsung kepada orang yang dianggap bisa memberikan informasi secara detail. Penulis melakukan wawancara dengan Bapak Toto Warsito selaku pemilik dari Galeri Motor Jadul. Adapun instrument atau alat bantu yang digunakan dalam wawancara tersebut adalah Perekam Suara. Hasil wawancara dengan pemilik Galeri Motor Jadul tanggal 24 januari 2022 diperoleh data sebagai berikut: Berawal dari hobi bermotoran Bapak Toto warsito mengumpulkan motor jadul di rumahnya selama 17 tahun semakin banyak motor yang dikoleksi akhirnya pada tahun 2017 Bapak Toto Warsito mempunyai ide mendirikan Galeri Motor Jadul untuk menyimpan koleksi motor jadulnya dan juga bisa dibeli.



Gambar1. 1 Foto Bersama Narasumber  
Sumber: Anas Nopriyana 2022

### C. Observasi

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara datang langsung ke lapangan atau pihak yang terkait dengan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data original atau asli dan mengetahui keadaan di tempat survey secara mendalam. Di sini penulis mengunjungi secara langsung untuk melihat keadaan usahanya. Hasil observasi pada tanggal 24 Januari 2022 di Galeri Motor Jadul daerah pondok cabe Tangerang Selatan. Letaknya yang tidak jauh dari jalan raya membuat Galeri Motor Jadul ini mudah ditemukan namun Galeri Motor Jadul ini belum memiliki logo dan dari segi media promosi juga belum ada.



Gambar1. 2 Survei di Galeri Motor Motor Jadul  
Sumber: Anas Nopriyana 2022

### b. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakang penelitian ini. Berikut adalah kerangka pemikiran yang dibuat oleh penulis:

Proses penyusunan Kerangka Pemikiran perancangan dalam Tugas Akhir ini dibagi menjadi 5 bab, yaitu:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan perancangan, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran

dan skematika perancangan. Bab ini dimaksud untuk menjelaskan apa saja yang menjadi latar belakang serta maksud dan tujuannya.

## BAB II LANDASAN TEORI dan ANALISA DATA

Bab ini berisikan landasan teori yang terdiri dari beberapa aspek desain dan analisa data yang berkaitan dengan pokok pembahasan yang menjadi dasar dari pembuatan tugas akhir.

## BAB III KONSEP PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY dan MEDIA PROMOSI GALERI MOTOR JADUL

Bab ini membahas bagaimana konsep dalam perancangan tugas akhir berupa media komunikasi visual dalam kampanye, yang dimulai dari pra-produksi hingga pasca produksi.

## BAB IV DESAIN dan APLIKASI

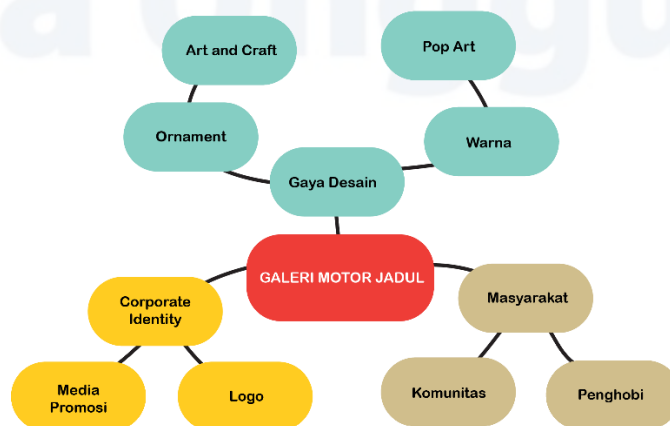
Bab ini menjelaskan bagaimana desain untuk corporate identity dan media promosi yang telah dibuat, hingga merchandise sebagai pelengkap.

## BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan menyeluruh dari hasil perancangan tugas akhir yang telah dibuat, disertai dengan saran dari penyusun dari hasil analisa serta penelitian terhadap masalah yang diamati.

### c. Skematika Perancangan

Berikut ini adalah skematika atau *mind mapping* Perancangan Corporate Identity dan Media Promosi di Galeri Motor Jadul.



Gambar1. 3 Skematika Perancangan  
Sumber: Anas Nopriyana, 2022