



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

ANALISIS DATA

3.1. Gambaran Umum

Bengkel N's Garage adalah bengkel mobil yang memiliki prestasi bagus di bidang memodifikasi mesin. Bengkel yang bertempat di Meruya Utara, Jakarta Barat ini terbukti sejak tahun 2010 N's Garage menghasilkan mobil-mobil yang terbilang kencang pada kelasnya di arena sirkuit sentul maupun di trek drag lainnya. Rata-rata dari konsumen yang datang ke N's Garage adalah orang yang gila akan performa kecepatan.

Sekarang ini N's Garage memiliki rencana untuk lebih berkonsentrasi di bidang balap. Hal ini dilakukan untuk perluasan pelanggan. Pemilik ingin N's Garage memiliki nama yang cukup dikenal, khususnya bagi pecinta balap.

Untuk mencari tahu data tentang bengkel ini, maka penulis melakukan penelitian kepada bengkel ini dengan cara wawancara dan juga observasi secara langsung. Hal ini penulis lakukan untuk bisa mengetahui data dari berbagai sudut pandang.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan, menjabarkan suatu fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab secara aktual. Metode ini dianggap cukup tepat untuk melakukan pendekatan terhadap masalah yang akan diteliti yaitu dengan wawancara.



Gambar 3.1.1 Tampak depan bengkel N's Garage
(Dokumentasi pribadi)

Penulis mengharapkan dalam masalah ini adalah membangun nama bengkel N's Garage menjadi bengkel modifikasi mobil profesional yang sanggup membuat calon klien percaya akan hasil kerja bengkel ini, sehingga menjadi *brand* baik di mata calon klien.

3.2. Wawancara Pemilik

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan pemilik bengkel N's Garage. Penulis melakukan wawancara kepada pemilik untuk mengetahui kegiatan dasar mereka dalam menjaring pelanggan, dan menampilkan identitas mereka.

Bengkel N's Garage adalah bengkel mobil yang memang sengaja dirancang untuk memodifikasi mobil, khususnya drag race. Ciri khas dari N's Garage adalah mereka mengerjakan segalanya dengan teliti dan pemilik bengkel ikut serta bagian melakukan modifikasi mobil, dari pekerjaan yang ringan maupun yang beratnya, tak hanya itu, N's Garage juga terkenal akan pengerjaan reparasi badan mobil serta cat mobil.

Menurut pemilik N's Garage, ia mengatakan bahwa bengkel N's Garage sudah menggunakan papan nama yang sesuai dengan nama yang sejenis tetapi tidak menggunakan logo asli dari pada logo N's Garage sebenarnya. Papan nama yang dimaksud adalah papan yang memang ditaruh di depan pintu bengkel, tetapi itu hanya berbentuk papan dari sponsor oli mesin mobil. Selain papan nama, ada pula karyawannya yang menggunakan baju kaos bertuliskan N's Garage.

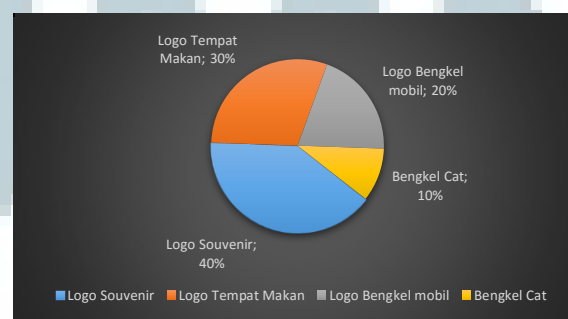
3.3. Wawancara Pengunjung

Wawancara pada pengunjung yang penulis lakukan adalah pengunjung bengkel N's Garage yang berada di Meruya Utara, Jakarta barat. Bengkel yang berada di Meruya Utara ini cukup ramai dikunjungi pelanggan. Ketika penulis menanyakan

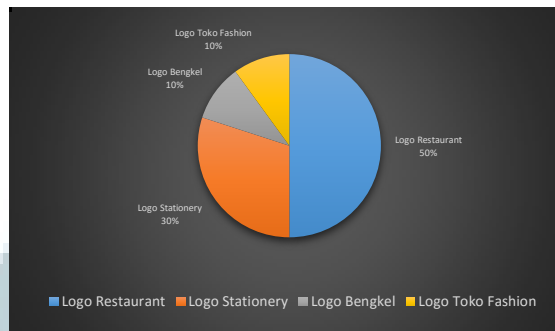
apakah pelayanannya memuaskan, mayoritas seluruh responden mengatakan bahwa pelayanannya sangat memuaskan. Kemudian, soal lokasi yang sulit dikenal, cukup juga banyak responden yang mengatakan bahwa untuk menuju ke lokasi bengkel N's Garage cukup sulit. Alasannya cukup dapat diterima dan beragam. Ada yang mengatakan bahwa papannya terlalu kecil, ada yang mengatakan bahwa papannya tidak terlihat, ada pula yang mengatakan bahwa papannya sulit untuk di baca, ada juga yang mengatakan bahwa papannya seperti jualan oli saja. Kemudian, fakta yang menarik adalah hampir seluruh pengunjung bengkel N's Garage ini adalah merupakan orang yang tinggal di daerah Jakarta Barat dan ada yang hari-harinya selalu melewati daerah N's Garage.

3.4. Kuesioner

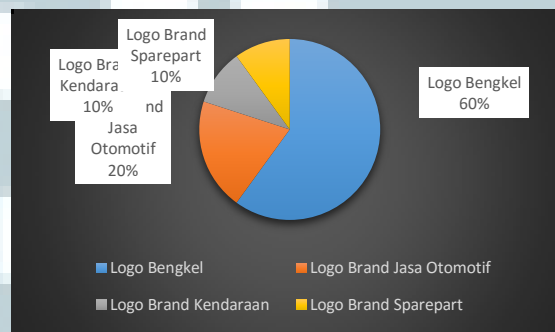
Selain itu, metode lain yang dipakai adalah metode survey dengan menyebarkan kuisisioner mengenai bengkel N's Garage untuk mengetahui bagaimana *branding* N's Garage dimata masyarakat melalui dari logonya. Melalui kuisisioner offline dan online yang disebarakan kepada beberapa responden, yaitu mahasiswa, mahasiswi, karyawan, komunitas-komunitas mobil, dan lainnya.



Gambar 3.4.1 Hasil Kuisisioner Offline Logo N's Garage Lama



Gambar 3.4.2 Hasil Kuisisioner Online Logo N's Garage Lama



Gambar 3.4.3 Hasil Kuisisioner Online Logo N's Garage Baru

3.4.1. Analisis Data

Bengkel N's Garage adalah bengkel modifikasi mobil spesialis untuk balap yang terkenal di daerah Jakarta Barat, khususnya daerah Meruya Utara. Berdiri sejak 2010 masih tergolong muda tetapi bengkel N's garage sukses dalam racikannya memodifikasi mesin untuk balap. Bengkel ini terkenal karena prestasi yang di dapat, alat bengkel yang lengkap, pemilik dan montir yang ramah, memberikan garansi jika mengalami kerusakan yang sama ketika sehabis di service.

Selain modifikasi mesin, bengkel N's Garage juga memberikan kepuasan bagi orang yang gemar memasang aksesoris-aksesoris di mobilnya ataupun

melakukan modifikasi bentuk badan mobil, memodifikasi atau merubah warna badan mobil dengan menggunakan cat maupun dengan menggunakan sticker untuk menutupi satu badan mobil, juga dapat memperbaiki badan mobil yang rusak, serta dapat memperbaiki velg mobil yang rusak, dan juga dapat merubah warna cat velg mobil.

Selain membuat customer semakin tertarik untuk selalu mengunjungi bengkel ini, perancangan identitas juga bertujuan untuk memberikan informasi kepada customer baru yang ingin datang ke bengkel N's Garage.

3.5. Observasi

3.5.1. Observasi Eksisting

Dalam proses perancangan yang akan penulis lakukan dalam perancangan sebuah *brand* penulis melakukan studi existing terhadap beberapa bengkel modifikasi mobil yang berada disekitar daerah Jakarta dan sekitarnya yang memiliki kesamaan dalam target market dengan bengkel N's Garage, yang dimana hal ini penulis gunakan sebagai acuan atau bahan pertimbangan dan referensi penulis dalam merancang sebuah konsep yang akan penulis lakukan pada bengkel N's Garage.

1. Engine+ , Sebagai Kompetitor Pencapaian Target



Gambar 3.5.1 Logo Engine+

Engine+ (plus) adalah salah satu bengkel modifikasi mobil di Indonesia yang namanya sudah sangat terkenal prestasinya di bidang memodifikasi mobil, terbukti mobil-mobil yang dihasilkan Engine+ dapat dibilang sangat kencang dan susah untuk disaingi oleh bengkel lain yang melakukan modifikasi mobil di bidang yang sama. Bengkel Engine+ berdiri pada tahun 2010, namun di usianya yang masih tergolong muda bengkel Engine+ sudah berhasil menjadi bengkel modifikasi mobil yang namanya sangat tenar di Indonesia dan merupakan bengkel modifikasi mobil yang selalu terjaga kualitas modifikasinya.

Engine+ sudah bekerja sama dengan bengkel yang berada di negara lain, sehingga Engine+ memodernisasi bengkelnya, salah satunya dengan membuat *rebranding* untuk dipakai di setiap media yang mereka gunakan selagi bekerjasama dengan partner mereka yang berada di luar negeri, seperti media website, facebook, instagram, dan lain-lain mereka menggunakan *rebranding* yang tertata dengan baik.

Selain dari segi *rebranding*, bengkel Engine+ juga merubah bengkelnya berbeda dengan bengkel modifikasi mobil pada umumnya, jika kita lihat mayoritas bengkel modifikasi mobil pada umumnya mereka melakukan modifikasi hanya pada bagian mesin dan seputar bagian kabel, tetapi Engine + ini memberi nilai lebih dengan cara memberikan jasa modifikasi lainnya seperti dapat memodifikasi knalpot; ecu tuning; modifikasi body; modifikasi suspensi; modifikasi kaki-kakinya; dan lain-lainnya, itu semua dapat dilakukan bersamaan di lokasi yang sama secara bersamaan. Sehingga membuat klien menjadi tenang dan nyaman ketika memodifikasi. Karena mereka tidak perlu

bingung untuk mencari tempat modifikasi lainnya yang biasanya dilakukan di tempat yang terpisah-pisah.

Bengkel Engine+ membuat kondisi bengkelnya terlihat lebih fresh dan bersih sehingga membuat para kliennya menjadi nyaman ketika berada di bengkel. Logo Engine+ yang berwarna hitam dijadikan acuan untuk membuat *colour identity*-nya.



Gambar 3.5.2 Contoh *Brand Identity* Engine+

2. One Second Faster, Sebagai competitor



Gambar 3.5.3 Logo One Second Faster

One Second Faster adalah salah satu bengkel modifikasi mobil yang terletak di Jl. Lapangan Bola No. 3B Kebon Jeruk, Jakarta Barat, bengkel ini berdiri sejak November tahun 2004 dan bengkel ini terkenal juga sebagai salah satu bengkel penggiat balap di kelasnya. Penulis memilih bengkel ini sebagai salah satu bahan pertimbangan proses perancangan bagi penulis yang dikarenakan penulis melihat

bahwa bengkel ini memiliki perancangan identitas yang cukup baik dari bengkel ini.

Di setiap ajang balap di sentul, One Second Faster selalu memberikan hasil yang terbaik di beberapa target detik yang mereka mau capai, di setiap ajang balap itu juga mereka selalu memasang *brand identity* mereka dengan menempelkan sticker tulisan One Second Faster di depan kap mesin mereka.



Gambar 3.5.4 *Brand Identity* One Second Faster

Dengan adanya visual logo bengkel yang di letakkan di depan kap mesin, penulis melihat adanya sebuah perancangan *brand identity* yang di tampilkan dengan baik. Dengan hal ini penulis menjadikan bengkel ini sebagai salah satu acuan penulis dalam proses perancangan untuk *brand* bengkel N's Garage membentuk konsep *brand identity* yang menonjol dan menjadikannya sebagai salah satu strategi bagi penulis dalam proses memunculkan *brand identity* di media N's Garage.

3.5.2. Observasi Lapangan

Penulis melakukan observasi dengan mengunjungi restoran N's Garage di Jakarta Barat selama 5 hari berturut-turut (hari Rabu-Minggu). Observasi yang telah

dilakukan penulis bertujuan untuk melakukan perhitungan omset N's Garage secara hitungan kasar. Perhitungan ini pada nantinya akan digunakan sebagai pertimbangan sebagai acuan dalam menentukan harga jasa perancangan identitas visual N's Garage dan *budgeting* terhadap pengaplikasian media.

Bengkel N's Garage memiliki lokasi strategis yang berada di pinggir jalan utama, tetapi bengkel N's Garage ini menjorok ke dalam, jadi hanya pintu gerbang masuk dan keluar kecil yang akan terlihat, walau N's Garage sudah memiliki papan nama di depan pintu gerbang, nyatanya papan itu tidak bisa memberikan sebuah penanda yang baik karena desain dan tulisannya yang kurang tertata dengan baik, sehingga membuat orang-orang masih tetap merasa kesulitan untuk mengenalinya. Apalagi dengan kondisi bengkel yang menjorok ke dalam dan warna pagar yang berwarna hitam.

Jika dilihat, di dalamnya pun tidak ada petunjuk pengarah, tidak ada tulisan dimana harus parkir mobil, tidak ada tulisan N's Garage yang terlihat selain di papan gerbang utama saja, Seragam dari para montir sudah ada tetapi ada yang tidak memakainya, yang memakainya pun tidak terlihat logo N's Garage ketika mereka sedang dari hadapan depan, dikarenakan logo N's Garage berada di belakang, dan juga montir bagian cat dan mesin memiliki baju yang sama, sehingga membuat bingung mana montir mesin dan mana montir cat, kemudian celana yang mereka gunakan juga bebas. Hal ini bisa menimbulkan kebingungan saat pengunjung datang. Pengunjung akan merasa kebingungan untuk mengenali sebuah bengkel dan juga sulit untuk mengenali mana yang montir dan mana yang pengunjung.