



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

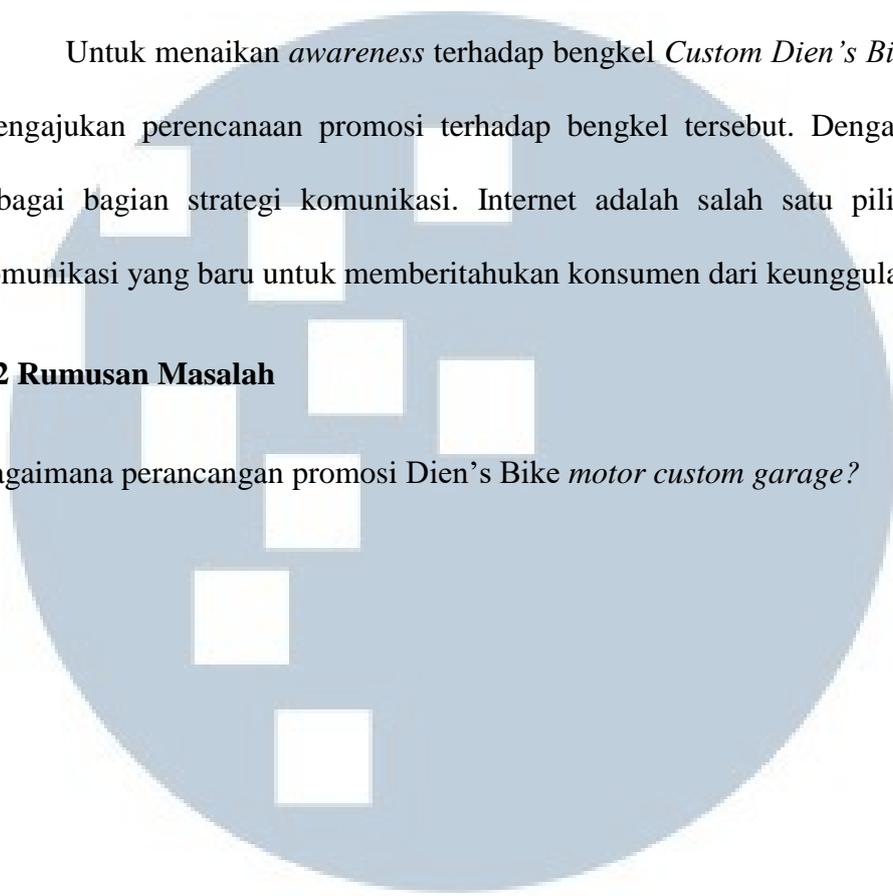
Di era global seperti sekarang ini pertumbuhan kendaraan bermotor semakin pesat di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2016 kendaraan motor di Indonesia berjumlah 105.150.082 dan untuk di daerah Jabetabek sendiri berjumlah 6.396.997 dengan penambahan tiap harinya sekitar 3000 dari tahun 2008 sampai 2014 berdasarkan data dari Jakarta *Open Data*. Dari data tersebut membuktikan bahwa peminat kendaraan roda dua sangat diminati oleh masyarakat di Jabetabek itu sendiri. Banyaknya peminat kendaraan roda dua juga, mendorong banyaknya bengkel motor yang mulai bermunculan, terutama bengkel *Custom*. Tercatat hasil survei yang dilakukan oleh seorang penulis, terdapat puluhan bengkel *Custom Garage* di daerah Jabetabek, 11 diantaranya adalah *Bimo Motorcycle, Street Art Custom, Elders Garage, Vero's Land, Carburator Springs, Baronk Custom, 32 Custom Jakarta, Danne Motor, Studio Motor, dan Dien's Bike*.

Custom Motor/Custom Bike Enthusias beberapa tahun terakhir sangat diminati oleh masyarakat, terbukti dengan tercatatnya 100 *big event* di majalah *Gastank* dari tahun 2016 – 2018, dan 100 lebih *event* yang tidak tercatat. *Suryanation* yang merupakan salah satu acara *custom bike* tahunan dan acara yang dinantikan oleh para mekanik/*builder*. *Builder* harus dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen yang hendak melakukan *custom* motornya. *Builder* harus

memiliki ketangkasan, *skill*, kerapihan, kepiawaian, serta kreatifitas yang tinggi agar dapat membangun motor konsumen dengan baik seperti yang dikatakan oleh Lulut Wahyudi dari *Retro Classic Cycles* Yogyakarta dan Bimo Hendrawan, selaku pemilik Bimo *Custombikes* sekaligus juri *Contest Suryanation Motorland* 2017 (Suryanation.id,2017) .

Dien's Bike adalah salah satu bengkel *custom* yang berdomisili di Jakarta Timur, bengkel ini merupakan sebuah bengkel yang mempunyai keahlian merombak atau membangun kembali sebuah motor sesuai keinginan atau kemauan konsumen dengan mengutamakan ketelitian serta kerapian yang mendetail dalam proses pengerjaan. Hal inilah yang membedakan *Dien's Bike* dengan bengkel motor lainnya. Berdasarkan artikel Dapurpacu yang ditulis oleh Hanggi Martyas Laksono, bengkel ini telah menyatakan dirinya sebagai *garage* yang beraliran *streetfighter* berdiri sejak 2009 dan sudah banyak mengikuti banyak festival serta ajang perlombaan modifikasi motor. Penghargaan dari prestasinya telah membuat namanya semakin terkenal di dunia *custom* motor dan juga komunitas *street figther*.

Meskipun bengkel ini telah banyak mengikuti ajang kompetisi serta banyak penghargaan yang telah diraih, namun *Dien's Bike* tidak banyak mendapatkan omset yang besar pertahunnya, tutur Anas selaku pembangun dan sekaligus pemilik *Dien's Bike*.



Untuk menaikkan *awareness* terhadap bengkel *Custom Dien's Bike*, penulis mengajukan perencanaan promosi terhadap bengkel tersebut. Dengan promosi sebagai bagian strategi komunikasi. Internet adalah salah satu pilihan target komunikasi yang baru untuk memberitahukan konsumen dari keunggulan produk.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan promosi *Dien's Bike motor custom garage*?

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang diatas, penulis membatasi masalah sebagai berikut :

IDENTIFIKASI TARGET AUDIEN		
Geografis	Kota / Kabupaten	: Jabodetabek
	Provinsi	: Banten
DEMOGRAFIS	Usia	: 24-50
	Gender	: Laki laki / Wanita
	Kebangsaan	: WNI
	Etnis	: -
	Bahasa	: Indonesia
	Agama	: -
	Pendidikan	: SMA
	Pekerjaan	: Pegawai Swasta
	Pendapatan	: 5.000.000
	Kelas ekonomi	: Menengah- menengah keatas
	Status Pernikahan	: Menikah/belum menikah
Tipe Keluarga	: harmonis	
PSIKOGRAFIS	Gaya hidup	: Lingkungan Komunitas motor
	Aktifitas	: Touring
	Ketertarikan	: Motor/custom motor
	Kepribadian	: Pecinta roda dua
	Sikap / attitudes	: -
GEODEMOGRAFIS	Hunian	: -
BEHAVIORAL	Kejadian	: -
	Manfaat	: Menyalurkan hobi, relasi
	Status Pengguna	: Semua kalangan
	Tingkat Penggunaan	: rutin
	Tahap Kesiapan-Pembeli	: siap
	Status Loyalitas	: Sangat loyal
	Sikap	: Mudah berkomunikasi

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan dari tugas akhir ini agar dapat merancang sebuah promosi untuk “*Dien’s Bike*” selaku bengkel *custom* motor agar dapat meningkatkan pendapatan serta daya tarik masyarakat terhadap aliran *streetfighter*.

1.5 Manfaat Penelitian

Universitas Multimedia Nusantara :

- a. Memberikan contoh penulisan tugas akhir kepada Universitas Multimedia Nusantara mengenai perancangan promosi yang diharapkan dapat bermanfaat untuk mahasiswa jurusan desain grafis.

Penulis :

- a. Menerapkan segala ilmu yang sudah dipelajari selama menempuh pendidikan S1.
- b. Melatih kemampuan serta keterampilan sebagai mahasiswa jurusan desain komunikasi visual.

Bengkel *Dien’s Bike* :

- a. Memberikan sebuah rancangan promosi untuk semakin memajukan perusahaannya.
- b. Meningkatkan pendapatan dan daya tarik masyarakat terhadap dunia *custom* motor.