

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BENGKEL  
MODIFICAZONE**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Aloisius Micco Arlendo**

**00000044370**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BENGKEL  
MODIFICAZONE**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Aloisius Micco Arlando**

**00000044370**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Aloisius Micco Arlendo  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000044370  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~  
~~Magang/ MBKM\*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

### **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BENGKEL MODIFICAZONE**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Aloisius Micco Arlendo)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL**  
**BENGKEL MODIFICAZONE**

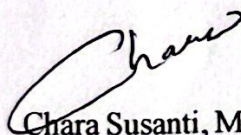
Oleh

Nama Lengkap : Aloisius Micco Arlendo  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000044370  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

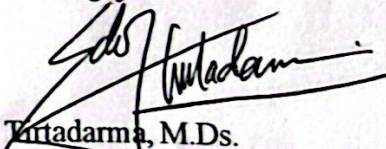
Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025  
Pukul 10.30 s.d. 11.15 WIB dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

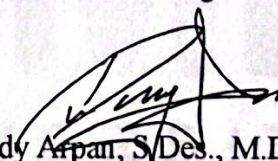
Ketua Sidang

  
Chara Susanti, M.Ds.  
0313048703/L00266

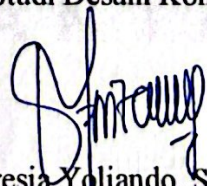
Penguji

  
Edo Triadarma, M.Ds.  
0324128506/071279

Pembimbing

  
Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.  
0324018607/076482

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Aloisius Micco Arlendo  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000044370  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2\* (\*coret yang tidak dipilih)  
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BENGKEL MODIFICAZONE

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
  - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Aloisius Micco Arlendo)

\* Pilih salah satu

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

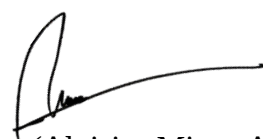
## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Bengkel Modificazone”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dedy Arpan, S.Des., M. Ds., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Jansen Kurniawan, sebagai narasumber selaku ahli media sosial.
7. Henry Lauwena, sebagai narasumber pemilik bengkel Modificazone.
8. Teman – teman yang sudah membantu saya dalam menyemangati saya untuk mengerjakan laporan ini.

Saya berharap laporan ini bermanfaat bagi mereka yang membutuhkannya, dan saya harus mengakui bahwa laporan masih kurang dari kata sempurna. Setiap kritik dan saran yang bermanfaat akan diterima demi kesempurnaan laporan

Tangerang, 17 Desember 2024



(Aloisius Micco Arlendo)

# PERANCANGAN MEDIA SOSIAL BENGKEL

## MODIFICAZONE

(Aloisius Micco Arlendo)

### ABSTRAK

Modificazone adalah bengkel yang berfokus pada perbaikan dan modifikasi mobil roda dua. Metode promosi konvensional seperti word of mouth dianggap tidak efektif di tengah perubahan perilaku konsumen, terutama generasi muda yang lebih bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi. Media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling murah dan efektif karena kemajuan teknologi digital telah mengubah cara bisnis berinteraksi dan berkomunikasi dengan pelanggan mereka. Namun, reputasi dan daya saing bisnis dapat terpengaruh oleh konten dan desain visual yang tidak teliti. Tinarbuko (2015) menyatakan bahwa desain komunikasi visual sangat penting untuk menyampaikan pesan dengan baik melalui elemen grafis seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak yang terstruktur. Identitas visual yang kuat dapat menarik perhatian audiens dengan menggunakan desain yang strategis. Oleh karena itu, Modificazone dapat menggunakan desain komunikasi visual untuk meningkatkan daya tarik visual, meningkatkan citra profesional, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan potensial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat Manual Desain Grafis Standar (GSM) sebagai pedoman desain yang konsisten untuk Modificazone. GSM memungkinkan elemen desain seperti logo, warna, dan tata letak diterapkan secara standar untuk mendukung promosi di media sosial dan media lainnya. Diharapkan bahwa implementasi ini akan memperkuat citra merek Modificazone, meningkatkan daya tarik visualnya, dan meningkatkan jangkauan pasar melalui komunikasi visual yang efektif.

**Kata kunci:** Bengkel, Media Sosial, Bisnis, *Graphic Standard Manual*

# **VISUAL IDENTITY REDESIGN FOR MODIFICAZONE**

## **WORKSHOP**

(Aloisius Micco Arlendo)

### **ABSTRACT (English)**

*The workshop Modificazone specializes in motorcycle maintenance and customization. In light of shifting customer behavior, particularly among the younger generation, which is more dependent on social media for information, traditional promotional strategies like word-of-mouth are considered inefficient. Since digital technology has revolutionized how companies engage and connect with their clientele, social media has emerged as one of the most economical and successful marketing strategies. However, badly designed visuals and content can affect a company's competitiveness and reputation. The significance of visual communication design in successfully communicating ideas through graphic components including color, typography, images, and organized layouts is emphasized by Tinarbuko (2015). By using strategic design, a powerful visual identity may draw in the audience. Modificazone can therefore use visual communication design to boost visual appeal, project a more polished image, and fortify relationships with prospective clients. The goal of this study is to develop a Graphic Standard Manual (GSM) that will serve as Modificazone's uniform design manual. In order to facilitate promotions on social media and other platforms, the GSM makes sure that design components such as layouts, colors, and logos are used consistently. Through efficient visual communication, it is anticipated that this implementation will strengthen Modificazone's brand image, improve its aesthetic appeal, and increase its market reach.*

**Keywords:** Workshop, Business, Graphic Standard Manual

## DAFTAR ISI

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                              | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....           | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                         | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                              | v    |
| ABSTRAK .....                                    | vi   |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....                  | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                  | viii |
| DAFTAR TABEL .....                               | x    |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                            | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                           | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                          | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                         | 2    |
| 1.3 Batasan Masalah .....                        | 2    |
| 1.4 Tujuan Tugas Akhir .....                     | 3    |
| 1.5 Manfaat Tugas Akhir .....                    | 3    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                     | 4    |
| 2.1 Identitas Visual.....                        | 4    |
| 2.1.1 Fungsi Identitas Visual .....              | 4    |
| 2.1.2 Elemen pada Identitas Visual .....         | 4    |
| 2.2 Media Pada Identitas Visual .....            | 15   |
| 2.2.1 Media Sosial.....                          | 15   |
| 2.2.2 Fungsi Media Sosial .....                  | 15   |
| 2.2.3 Situs Website .....                        | 15   |
| 2.2.4 Fungsi Website .....                       | 16   |
| 2.2.5 Kemasan Produk.....                        | 16   |
| 2.2.6 Fungsi Kemasan Produk .....                | 16   |
| 2.2.7 Iklan.....                                 | 16   |
| 2.2.8 Fungsi Iklan .....                         | 17   |
| 2.3 Bengkel Modifikasi .....                     | 19   |

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4 Penelitian yang Relevan.....                         | 198       |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....</b>               | <b>22</b> |
| 3.1 Subjek Perancangan .....                             | 23        |
| 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....                | 24        |
| 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....                 | 26        |
| 3.3.1 Observasi.....                                     | 26        |
| 3.3.2 Wawancara .....                                    | 29        |
| 3.3.3 Kuesioner .....                                    | 32        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN .....</b>     | <b>33</b> |
| 4.1 Hasil Perancangan .....                              | 33        |
| 4.1.1 Modifikasi.....                                    | 33        |
| 4.1.2 Penelitian dan Analisis.....                       | 364       |
| 4.1.3 Perancangan dan Perorganisasian .....              | 37        |
| 4.1.4 Desain Visual .....                                | 37        |
| 4.1.5 Pengembangan .....                                 | 40        |
| 4.1.6 Uji dan Evaluasi .....                             | 44        |
| 4.1.6 Peluncuran dan Pemeliharaan.....                   | 45        |
| 4.2 Pembahasan Perancangan.....                          | 45        |
| 4.2.1 Analisis <i>Market Validation/ Beta Test</i> ..... | 46        |
| 4.2.2 Analisis Desain <i>Layout Buku</i> .....           | 47        |
| 4.2.3 Analisis Desain Story dan Feeds .....              | 52        |
| 4.2.4 Anggaran .....                                     | 56        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                | <b>58</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                       | 58        |
| 5.2 Saran .....                                          | 58        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                               | <b>59</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                     | <b>61</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....           | 21 |
| Tabel 4.1 Hasil Kuesioner yang Penulis Buat..... | 33 |
| Tabel 4.2 Tabel Anggaran.....                    | 54 |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Contoh logo .....                               | 5  |
| Gambar 2.2 Warna Primer .....                              | 7  |
| Gambar 2.3 Warna Sekunder .....                            | 8  |
| Gambar 2.4 Serif Typeface .....                            | 11 |
| Gambar 2.5 Sans-serif Typeface .....                       | 11 |
| Gambar 2.6 Layout & Grid .....                             | 12 |
| Gambar 3.1 Tangga menuju tempat aksesoris .....            | 27 |
| Gambar 3.2 Tempat parkir motor untuk diservis .....        | 28 |
| Gambar 3.3 <i>Workshop</i> bengkel .....                   | 28 |
| Gambar 3.4 Wawancara dengan Henry Lauwena.....             | 29 |
| Gambar 3.5 Wawancara dengan Jansen Kurniawan .....         | 31 |
| Gambar 4.1 Sketsa awal logo.....                           | 36 |
| Gambar 4.2 Sketsa digital logo dan alternatif .....        | 37 |
| Gambar 4.3 Logo baru Modificazone .....                    | 38 |
| Gambar 4.4 Supergrafik 3 garis merah .....                 | 38 |
| Gambar 4.5 <i>Cover GSM</i> .....                          | 38 |
| Gambar 4.6 Daftar isi GSM .....                            | 39 |
| Gambar 4.7 Penggunaan logo yang salah .....                | 40 |
| Gambar 4.8 Market Validation terhadap pengguna motor.....  | 43 |
| Gambar 4.9 Halaman awal dan 5 tipe logo .....              | 44 |
| Gambar 4.10 Penggunaan logo pada foto .....                | 45 |
| Gambar 4.11 Penjelasan warna gsm .....                     | 45 |
| Gambar 4.12 Penjelasan Supergrafik yang lebih detail ..... | 46 |
| Gambar 4.13 Gabungan halaman terakhir .....                | 46 |
| Gambar 4.15 Stationary Modificazone .....                  | 49 |
| Gambar 4.16 Brand Application Modificazone .....           | 50 |
| Gambar 4.17 Merch Stickers dan Keychain .....              | 51 |
| Gambar 4.18 Souvenir Modificazone .....                    | 51 |
| Gambar 4.19 Hasil pengambilan gambar motor .....           | 52 |
| Gambar 4.20 Hasil Pengeditan foto .....                    | 53 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....   | i   |
| Lampiran Form Bimbingan & Spesialis ..... | ii  |
| Lampiran Kuesioner.....                   | iii |
| Lampiran Transkrip Wawancara.....         | iv  |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA