

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Axial Garage merupakan sebuah bengkel motor klasik yang berlokasi Jl. Tanah Seratus No.7, RT.004/RW.06, Sudimara Jaya, Kecamatan. Ciledug, Kota Tangerang, Banten 15151. Axial Garage sudah ada sejak tahun 2009 namun pada saat itu Axial Garage hanya berfokus pada bisnis *junkyard* otomotif, mulai dari mobil-mobil tak terpakai maupun motor-motor yang layak pakai. Seiring berkembangnya waktu pada tahun 2018 Axial Garage sudah mulai bergeser ke arah otomotif dan membuka bengkel motor klasik untuk jasa restorasi, *service*, dan *build* motor *original* maupun *custom*.

Jenis aliran motor klasik yang diusung oleh Axial Garage yakni berjenis *flat track* yang di mana pada jenis tersebut memiliki desain turunan dari motor *off road*. Menurut Samudera (2020) jenis motor *flat track* memiliki identitas seperti penggunaan ban *multi purpose* dengan tujuan untuk landasan di tanah, serta pada bagian bentuk *body* dari motor tersebut memiliki identitas khas seperti penggunaan nomor balap pada bagian depan yang mengantikan lampu utama, serta penggunaan bentuk *hornet* atau buntut lebah pada bagian belakang motor yang bentuknya lebih datar serta meruncing. Hal ini lah yang menjadi *unique selling point* dari Axial Garage yakni *style* dari balap *flat track* yang dikemas dengan desain serta mesin motor klasik, sehingga memiliki nilai unik dan menonjol pada setiap hasil desain akhir.

Meskipun sudah cukup lama berdiri, masyarakat umum belum mengetahui Axial Garage sebagai bengkel motor klasik, hal ini diakibatkan hambatan komunikasi antara bengkel dengan para target *audience* karena identitas visual dari *brand* tidak sesuai dengan yang diterima oleh masyarakat sehingga menyebabkan jumlah pelanggan kurang maksimal dan *visual identity* dari Axial Garage belum bisa menggambarkan citra dari sebagai bengkel motor klasik atau

vintage. Pada logo yang dimiliki pada saat ini memiliki keterbacaan yang belum baik, sebab pada huruf X dan I memiliki *space* yang terlalu dekat, menurut Landa (2018), terlalu banyak ruang dapat mengurangi keterbacaan, sebaliknya jika terlalu sedikit ruang dapat membuat teks sulit dibaca (h. 58). Jadi, apabila teks atau logo memiliki *space* sehingga terbaca kata lain pada logo Axial Garage.

Contoh serupa yakni yang dialami oleh *brand* mobil Kia, pada tahun 2021 memperkenalkan logo baru, dari logo tersebut menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat. Setiap bulannya, sekitar 30.000 orang melakukan pencarian di *Google* dengan kata kunci KN car karena bentuk logo baru Kia lebih menyerupai huruf KN dibandingkan KIA, Torchinsky (2022). Oleh karena itu, apabila tidak dibenahi maka hal serupa bisa terjadi pada Axial Garage sehingga menimbulkan kesalahan dalam membaca logo.

Tanpa adanya upaya perbaikan identitas visual dari Axial Garage, citra klasik yang diusung belum bisa tersampaikan secara tepat. Logo Axial garage pada saat ini tidak memiliki tingkat keterbacaan kurang baik pada sehingga berpotensi merusak citra dan mispersepsi dari masyarakat yang mengakibatkan Axial Garage sulit berkembang atau stagnan. Karena menurut Wheeler (2017), *brand awareness* sangat berkaitan erat dengan identitas visual yang mudah diingat dan mudah dikenali (h.24). Berdasarkan hal tersebut maka dibuatlah perancangan ulang identitas visual dari Axial Garage dengan tujuan mempertegas citra motor klasik yang ingin disampaikan serta menyelesaikan permasalahan keterbacaan yang kurang baik pada logo saat ini.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah ditulis sebelumnya, berikut merupakan masalah yang ditemukan yakni sebagai berikut:

1. Minat masyarakat terhadap motor klasik tinggi namun kondisi Axial Garage pada saat ini memiliki masalah identitas visual apabila tidak dibenahi maka akan berdampak pada kondisi Axial Garage berpotensi stagnan.
2. Identitas visual dari Axial Garage belum bisa merepresentasikan citra *brand* sebagai bengkel motor klasik uncul mispersepsi dari kurangnya *readability* pada logo pada saat ini.

Dari rumusan masalah yang ditemukan penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan ulang identitas visual Axial Garage?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat penggemar motor klasik usia 35 – 50 tahun di Jabodetabek, SES A, dengan pekerjaan sebagai karyawan dan wiraswasta. Perancangan ini akan dibatasi pada pembuatan buku panduan grafis atau *Graphic Standard Manual* (GSM) yang di dalamnya mencakup panduan identitas visual beserta media kolateral pendukung serta unsur-unsur identitas seperti logo, tipografi, palet warna, serta penerapan elemen-elemen desain dan panduan penggunaan penerapan yang menonjolkan ciri dari Axial Garage.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya yakni membuat Perancangan Ulang Identitas Visual Axial Garage.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat yang bisa didapatkan untuk penulis, Axial Garage, dan juga bagi Universitas.

1. Manfaat Teoretis:

Pada perancangan ini diharapkan menjadi sarana berbagi ilmu pengetahuan Desain Komunikasi Visual, khususnya membahas materi tentang perancangan ulang identitas visual pada suatu merek yang nantinya bisa dipelajari dan diakses melalui *Knowledge Center* dengan tujuan untuk bisa dipelajari serta dikembangkan lebih lanjut oleh generasi-generasi selanjutnya.

2. Manfaat Praktis:

Perancangan ini diharapkan menjadi sarana upaya untuk bisa menyelesaikan permasalahan dari Axial Garage dan upaya kesadaran para pelaku bisnis atas pentingnya identitas visual serta sebagai sarana pengembangan solusi dari permasalahan yang dialami dengan membuat *Graphic Standard Manual* (GSM) dengan tujuan untuk memberikan panduan dan penyelesaian masalah identitas visual dari Axial Garage.

