

JURNAL TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY***

***FAIZ MOTORCYCLE***



**PERANCANGAN**

**Oleh:**

**Janu Dwi Prastyo**

**1610195124**

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**JURUSAN DESAIN**

**FAKULTAS SENI RUPA**


**INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2022**

Jurnal Tugas Akhir Perancangan berjudul :

**PERANCANGAN *BRAND IDENTITY FAIZ MOTORCYCLE*** diajukan oleh JANU DWI PRASTYO, NIM 1610195124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 11 Januari 2022 dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Program Studi



**Daru Tunggul Aji, SS., MA.**

NIP 19870103 201504 1 002/NIDN. 0003018706



# ABSTRAK

## PERANCANGAN *BRAND IDENTITY* FAIZ *MOTORCYCLE*

Janu Dwi Prastyo  
1610195124

Faiz *Motorcycle* merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) satu dari sekian banyak usaha di bidang otomotif yaitu sepeda mesin yang berdiri di Pandak, Bantul, Yogyakarta.. Faiz *Motorcycle* didirikan oleh Moch Wachid pada tahun 2000 dengan mengangkat konsep klasik futuristik. Nama sebelumnya yaitu *Fanderle Faiz Wonder Cycle* dan berubah nama menjadi Faiz *Motorcycle* pada tahun 2016 tanpa adanya identitas baru. Berawal mulai dengan ketidaksengajaan hingga produksi 300 unit sepeda mesin untuk di ekspor ke Australia. Namun mengingat berjalannya waktu nama yang besar memiliki resiko yang besar, Nama *Fanderle Faiz Wonder Cycle* disalahgunakan tanpa sepengetahuan Moch Wachid demi keuntungan pribadi. Ditambah badai Covid 19 membuat omzet bisnisnya mengalami penurunan. Bisnis sempat mangkrak dan visual identity yang terbengkalai membuat target konsumen perlahan menghilang.

Berdasarkan masalah yang dihadapi oleh Faiz *Motorcycle* tersebut, maka perancangan *brand identity* yang baru sangat diperlukan sebagai sarana promosi produk kepada target market yang tepat. Dengan melakukan metode perancangan berupa pengumpulan data primer maupun sekunder dan metode analisis SWOT, maka di temukan beberapa unsur yang dapat membangun kembali UMKM Faiz *Motorcycle*. Konsep baru inilah yang nantinya akan dirancang menjadi beberapa media seperti logo, desain web, hingga *stationary kit* guna meningkatkan citra perusahaan dalam menarik kembali target audien.

Faiz *Motorcycle* memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang dan menjadi produk yang cukup dikenal kembali, baik secara lokal maupun nasional. Hasil rancangan menunjukkan hal positif bagi pemilik maupun target audein, dengan ini UMKM Faiz *Motorcycle* dapat lebih berkembang dengan identitas baru yang lebih *fresh*.

Kata kunci: *Brand identity*, logo, Faiz *Motorcycle*, sepeda listrik, sepeda mesin, klasik futuristik

**ABSTRAK**  
**DESIGN OF BRAND IDENTITY FAIZ MOTORCYCLE**

Janu Dwi Prastyo  
1610195124

*Faiz Motorcycle is a Micro, Small and Medium Enterprise (UMKM) one of the many businesses in the automotive sector; namely a bicycle engine which is established in Pandak, Bantul, Yogyakarta. Faiz Motorcycle was founded by Moch Wachid in 2000 by adopting a futuristic classic concept. The previous name was Fanderle Faiz Wonder Cycle and changed its name to Faiz Motorcycle in 2016 without a new identity. It started with an accident to the production of 300 units of bicycle engines for export to Australia. But considering the passage of time a big name comes with a big risk, the name Fanderle Faiz Wonder Cycle is misused without Moch Wachid's knowledge for personal gain. Plus the Covid 19 storm made its business turnover experience a decline. The business had stalled and the neglected visual identity made the target consumers slowly disappear.*

*Based on the problems faced by Faiz Motorcycle, the design of a new brand identity is very much needed as a means of product promotion to the right target market. By carrying out the design method in the form of primary and secondary data collection and the SWOT analysis method, several elements were found that could rebuild Faiz Motorcycle. This new concept will later be designed into several media such as logos, web designs, and stationary kits in order to improve the company's image in attracting the target audience.*

*Faiz Motorcycle has considerable potential to develop and become a product that is well known again, both locally and nationally. The results of the design show positive things for the owner and the target audience, with this UMKM Faiz Motorcycle can further develop with a new, fresher identity.*

*Keywords: Brand identity, logo, Faiz Motorcycle, electric bicycle, engine bike, futuristic classic,*

## Pendahuluan

Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki banyak jenis UMKM, salah satunya adalah UMKM industri otomotif. UMKM ini memiliki banyak bidang di dalamnya, mulai dari bisnis Sticker Custome Face, penjual aksesoris otomotif, bengkel modifikasi, dan lain sebagainya. Dilihat dari data *Asean Automotive Federation (AAF)*, *statistic* penjualan dan produksi kendaraan bermesin negara Indonesia pada bulan Januari 2021 menduduki peringkat kedua terbesar setelah Thailand, ini menandai adanya peluang baik bagi pelaku UMKM di industri otomotif untuk terus naik. Salah satu pelaku UMKM ini ialah Faiz *Motorcycle*, Faiz *Motorcycle* merupakan UMKM yang bergerak pada bidang otomotif, yang menggabungkan antara sepeda dengan mesin.

Faiz *Motorcycle* merupakan usaha mikro kecil dan menengah yang berada di desa Kauman Wijirejo Pandak Bantul, usaha ini ialah usaha yang bergerak pada bidang otomotif. Faiz *Motorcycle* sebagai usaha otomotif memiliki sebuah produk yang sangat unik dan menarik, perpaduan gaya *Vintage* yang elektik sebagai kekuatan utamanya membuat produk ini memiliki kesan yang begitu antik. Usaha yang didirikan pada tahun 2000 oleh Moch Wachid (54) memproduksi produk berupa sepeda mesin, sepeda mesin ini bukan merupakan sepeda mesin biasa, berbekal dari keahlian beliau pada bidang otomotif menjadikan sepeda mesin ini terlihat begitu apik.

Faiz *Motorcycle* merupakan sepeda mesin gaya *Vintage* satu-satunya di Yogyakarta yang menggunakan mesin pemotong rumput, target pasar dai usaha ini ialah orang-orang yang gemar dengan gaya hidup *Vintage*, kolektor, maupun penghobi barang lawas. Tidak sepenuhnya sepeda mesin Faiz *Motorcycle* meniru bentuk asli dari produk *mirrornya*, akan tetapi memadukan konsep kreatif sang pemilik membuatnya terlihat *eklektik*. Alasan Moch Wachid menggunakan gaya desain *Vintage* atau klasik pada produknya ia berpendapat bahwa gaya hidup *Vintage* semakin dilihat sebagai sesuatu yang keren dan abadi, banyak anak muda yang tertarik dengan barang jadul atau *Vintage*. Fakta autentik yang mendasari kalimat tadi adalah banyaknya angka kunjungan ke tokonya.

Brand lama Faiz *Motorcycle* dilain sisi merupakan brand yang bermasalah. Berawal mula dengan nama *Fanderle Faiz Wonder Cycle*, nama yang tercemar kasus penipuan oleh salah satu dosen perguruan tinggi di Yogyakarta. Nama brand dipakai atas ketidaktahuan oleh Moch Wachid, kerjasama yang menguntungkan salah satu pihak dan membuat brand *Fanderle Faiz Wonder Cycle* tercoreng. Moch wachid memilih untuk menalah dan memutus kerjasama tersebut, sehingga muncul nama baru Faiz *Motorcycle*.

Usaha sempat terbengkalai, Moch Wachid sebagai pemilik merasa terpukul dan harus memutar otak, kehilangan beberapa karyawan dan pengerjaan seorang diri akan membuat usahanya semakin mengalami kemunduran. Situasi ini membuat Moch Wachid sulit untuk berpikir, dan beliau harus mulai mengembangkan strategi baru. Salah satu keinginan

beliau yaitu untuk melakukan ekspansi kearah sepeda listrik namun tetap menjaga citra produk yang bergaya klasik. Selain itu, beliau juga ingin memperbaiki beberapa kekurangan serta meningkatkan *brand awareness* dari Faiz *Motorcycle* agar terlihat lebih *fresh*.

Beliau berkeinginan menjadikan bengkelnya semacam *Garage* yang terkonsep modern tetapi tetap terlihat klasik. Dengan identitas yang baik dan benar akan meningkatkan *Brand Awareness* dari Faiz *Motorcycle* sebagai usaha kecil yang mengalami penurunan konsumen cukup signifikan. Moch Wachid memutuskan mengganti identitas visual dari Faiz *Motorcycle* yang dirasa kurang tepat dan sedikit merapikan bengkelnya dengan sentuhan *visualiasai* yang terkonsep apik agar dapat menyasar pasar yang diinginkan.

Identitas merek adalah seperangkat asosiasi merek yang unik identitas merek adalah seperangkat asosiasi merek yang unik yang diciptakan oleh para penyusun strategi merek. Asosiasi-asosiasi ini mencerminkan kedudukan suatu merek dan merupakan suatu janji kepada pelanggan dari anggota organisasi. Identitas merek akan membantu kemantapan hubungan diantara merek dan pelanggan melalui proposisi nilai yang melibatkan manfaat fungsional, manfaat emosional atau ekspresi diri (Kotler & Keller, 2006:261).

*Brand indentity* yang dimiliki Faiz *Motorcycle* sudah terlihat apik, tetapi mengingat kembali nama brand lama yang sudah disalahgunakan dan dari segi komunikasi dinilai perlu adanya perancangan ulang. Perancangan ulang dilakukan dengan cara mempertahankan karakteristik dari Faiz *Motorcycle*. Mengingat logo Faiz *Motorcycle* saat ini masih menyerupai logo kendaraan *Volkswagen*, dan memakai nama lama yaitu *Fanderle Faiz Wonder Cycle*, sehingga terkesan meniru dan tidak sejalan dengan Visi Misi dari Faiz *Motorcycle*. Tanpa adanya identitas baru baik itu logo maupun brand pendukung Faiz *Motorcycle*, hal tersebut menjadi permasalahan bagi Moh Wachid apabila calon konsumen mengetahui hal tersebut dan dikhawatirkan dapat memberikan dampak buruk pada usahanya. Perancangan ulang tersebut bertujuan untuk memperkuat nama baru Faiz *Motorcycle* yang sesuai karakteristik produk, Sehingga dengan brand baru yang dimiliki produk Faiz *Motorcycle* mampu dikenali kembali oleh target audiens secara spesifik maupun masyarakat secara luas, mengingat bengkel yang terbengkalai. Berikut kemiripan logo lama Faiz *Motorcycle* dengan brand *Volkswagen*.



**Gambar 1. Logo Lama Faiz Motorcycle dan Logo Volkswagen**  
(Sumber: Faiz Motorcycle dan google.images.com)



Perancangan atribut *brand identity* Faiz *Motorcycle* tersebut meliputi logo, media promosi *online* dan *offline*, *stationery*, web, penanda, seragam karyawan, dan media pendukung lainnya yang dinilai relevan. Faiz *Motorcycle* memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang dan menjadi produk yang cukup dikenal kembali, baik secara lokal maupun nasional. Dengan merancang ulang *brand identity* diharapkan dapat memberi pengaruh yang kuat kepada konsumen dalam membeli produk dari Faiz *Motorcycle*.

Menurut Aaker dan Biel (1993: 13) *brand identity* atau citra merek adalah 2 penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar. Penciptaan tersebut dapat tercipta berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar reputasinya dari orang lain atau media.

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek. Schiffman dan Kanuk (2011:33) menyebutkan faktor-faktor pembentuk citra merek yaitu kualitas atau mutu yaitu berkaitan dengan kualitas produk barang yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu. Dipercaya atau diandalkan yaitu berkaitan dengan pendapat atau kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat tentang suatu produk yang dikonsumsi. Kegunaan atau manfaat yang terkait dengan fungsi dari suatu produk barang yang bisa dimanfaatkan oleh konsumen. Harga, yang dalam hal ini berkaitan dengan tinggi rendahnya atau banyak sedikitnya jumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk mempengaruhi suatu produk, juga dapat mempengaruhi citra jangka panjang. Citra yang dimiliki oleh merek itu sendiri, yaitu berupa pandangan, kesepakatan dan informasi yang berkaitan dengan suatu merek dari produk tertentu.

Berdirinya suatu perusahaan atau merek dagang tidak lengkap dengan adanya *Brand identity*, begitu pula dengan Faiz *Motorcycle*. *Brand identity* pada Faiz *Motorcycle* akan dibangun sesuai karakteristik atau citra yang melekat pada bengkel Faiz *Motorcycle*. Sesuai apa yang telah dikatakan oleh Aaker dan Biel *brand identity* dinilai oleh konsumen baik secara negatif maupun positif. Mengingat *brand identity* yang dimiliki oleh Faiz *Motorcycle* sudah cukup apik, namun perihal penyalahgunaan sebuah merek dagang membuat nama *Fanderle Faiz Wonder Cycle* ternodai. Pasalnya hal tersebut tidak diketahui oleh sang pemilik, sehingga reputasi UMKM tersebut tercap jelek.

Brand suatu perusahaan merupakan penggambaran citra dari perusahaan itu sendiri, bagaimana orang mengenal, dan menghargai. Semakin tinggi citra suatu perusahaan tersebut semakin mengangkat brand yang dimiliki, sehingga konsumen percaya atas kualitas dan mutu perusahaan tersebut. Begitu pula dengan Faiz *Motorcycle*, dengan merancang ulang *brand identity* tak lain untuk mengait kembali konsumennya.

Rhenald Kasali (2003:110-114) dalam buku "*Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*" mengatakan bahwa identitas perusahaan atau identitas korporat disebut juga sebagai simbol perusahaan, apakah berbentuk logo perusahaan atau lambang lainnya.

Simbol selain dimaksud agar lebih mudah diingat oleh konsumen juga agar dijiwai oleh segenap karyawannya. Simbol sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa yang menjaga pelayanan, kredibilitas, dan keramahan manusia di dalamnya.

Menurut Cenadi (1999: 77-78), tahap terakhir dari proses desain *Corporate Identity* adalah tahap aplikasi. Dalam tahap ini seorang desainer komunikasi visual harus memahami pengaplikasian yang penting dan efektif untuk program *Corporate Identity* ini; apakah itu aplikasi pada *business stationery*, catalog, daftar harga, gedung perusahaan, atau bahkan kendaraan perusahaan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menciptakan suatu sistem komunikasi visual yang efektif dan menyatu. Berkonsultasi dengan klien juga sangat penting dalam tahap ini. Karena selama ini klien lah yang berurusan dengan sebuah perusahaan dan yang paling mengetahui tentang perusahaan dan apa yang dibutuhkan perusahaan. Banyak sekali aplikasi *Corporate Identity* yang sering digunakan, antara lain *Business Stationery* (kop surat, amplop, memo, kartu nama, forms), *advertising*, poster, brosur dan katalog, *signage system*, gedung perusahaan *annual report* (laporan tahunan), *newsletter* (Buletin perusahaan), kendaraan perusahaan.

Pada perancangan brand identity Faiz *Motorcycle* pengangaplikasian corporate identity sangat dibutuhkan mengingat brand saat ini masih kosong akan corporate identity. Cap dagang atau identitas Faiz *motorcycle* akan lebih kuat jika dilengkapi media lainnya seperti kop surat, kartu nama, notebook, stempel dan media lainnya yang sekiranya mendukung. Corporate identity merupakan baju bagi sebuah perusahaan, bagaimana konsumen pertama kali mengenali suatu perusahaan tak lain dari sebuah cover. Fungsi corporate identity sangat berpengaruh besar bagi suatu perusahaan, tanpa harus melakukan iklan jika corporate perusahaan menunjukkan hal yang sangat kuat, target audien pun langsung mengenalinya.

Begitu halnya dengan Faiz *Motorcycle*, sebuah UMKM bidang otomotif dimana dengan memperlihatkan penampiangnya target audien akan mengenali Faiz *Motorcycle* seperti apa. Oleh sebab itu corporate identity pada Faiz *Motorcycle* sangat diperlukan, sebagai daya tarik maupun imajinasi bagi target audien.

Menurut Buku yang ditulis oleh Suriyanto Rustan (2011, 42) “Mendesain Logo”, kriteria utama dalam sebuah logo adalah harus unik dan harus dapat mengakomodasi dinamika yang dialami oleh entitasnya dalam jangka waktu selama mungkin. Artinya logo harus mencerminkan dan mengangkat citra entitasnya sekaligus membedakannya dengan yang lain dan juga logo harus fleksibel sekaligus tahan lama.

Seperti yang diungkapkan diatas, *brand identity* Faiz *Morocycle* terutama logo sangat memerlukan *redesign*, mengingat logo Faiz *Morocycle* saat ini masih menyerupai logo salah satu *brand* otomotif ternama. Oleh karena itu, realisasi visual harus bisa menggambarkan apa



yang telah diungkapkan menurut Surianto Rustan, namun tetap harus melihat dan menganalisa data yang diperlukan sebelum memulainya.

Layout adalah seni meletakkan elemen desain melalui bidang dalam sebuah medium yang sudah ditentukan, yang nantinya diharapkan mampu mendukung konsep atau pesan yang dibawa. Dapat disimpulkan juga bahwa dengan cara memperhatikan *Layout* atau tata letak dari setiap elemen yang terdapat pada suatu karya, nantinya diharapkan mampu membuat pesan dan konsep yang telah dirancang sedemikian rupa dapat tersampaikan dengan baik (Surianto Rustan,2008:1).

Layout merupakan tata seni letak pada ilmu grafis, susunan elemen yang menarik akan membuat audien terpana. Pada perancangan Brand identity Faiz Motorcycle layout sangat diperlukan untuk menata unsur elemen yang ditemukan, baik itu pada media utama maupun media pendukung. Seni layout merupakan suatu tatanan desain yang indah, penempatan layout yang baik akan menarik bagi konsumen. Pada dasarnya seni layout tidak jauh dari unsur nirmana, baik itu bentuk garis, bidang, maupun warna. Layout memiliki banyak fungsi, terutama pada perancangan Brand identity Faiz Motorcycle. Pada perancangan ini seni layout banyak digunakan pada penyusunan corporate identity, terutama media utama dan media pendukung.

Metode Perancangan pada Faiz Motorcycle menggunakan dua metode, Data primer dan skunder. Data Primer merupakan pengumpulan data primer yaitu salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung dari obyek yang diamati untuk kepentingan perancangan Metode pengumpulan data primer akan dilakukan dengan dua tahap yaitu observasi dan wawancara. Data Sekunder ada data kepustakaan dan dokumentasi. Metode kepustakaan adalah metode pengumpulan data yang menggunakan literatur dari berbagai sumber kepustakaan, untuk memperoleh teori-teori yang berhubungan dengan proses penelitian yang dapat menunjang proses perancangan visual *brand identity* untuk Faiz Motorcycle. Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencatat data hasil *survey*, baik berupa artikel maupun foto dokumentasi sebagai bukti yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam metode dokumentasi ini akan menggunakan instrument berupa kamera dan alat tulis sebagai media pendukung.

Metode Analisis SWOT digunakan ntuk menganalisa media dan desain yang tepat dan efektif, maka perancang menggunakan metode analisis SWOT untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Analisis SWOT merupakan teknik perencanaan strategi yang bermanfaat untuk mengevaluasi Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dalam suatu proyek, baik proyek yang sedang berlangsung maupun dalam perencanaan proyek baru. Berikut analisis SWOT yang dilakukan pada perancangan bran identity Faiz Motorcyle :

1. Strength:
  - a. Konsumen dapat melakukan *custom design* sesuai permintaan.
  - b. Mengedepankan bentuk design sepeda klasik futuristik yang terkesan jadul namun modern merupakan ciri khas dari produk Faiz *Motorcycle*.
  - c. Satu-satunya produsen sepeda mesin di Indonesia yang menggunakan mesin pemotong rumput.
  - d. Inovasi mesin listrik akan membangun kesan klasik futuristik.
2. Weakness:
  - a. Waktu produksi cukup lama.
  - b. Tenaga ahli atau karyawan belum memumpuni untuk produksi.
  - c. Tidak adanya karyawan tetap sehingga perlu mengajari dari nol.
  - d. Tingkat promosi *brand* yang lemah. Kurangnya promosi terutama pada media online menyebabkan perputaran demand yang sempit sehingga *supply* produk Faiz *Motorcycle* tidak diketahui secara luas.
  - e. Logo lama mirip *brand Volkswagen*
  - f. Tidak ada identitas logo pada nama Faiz *Motorcycle*
3. Opportunity:
  - a. Tidak ada pesaing yang cukup kuat dalam bisnis sepeda mesin bergaya klasik seperti Faiz *Motorcycle*.
  - b. Gagasan baru mengenai ekspansi usaha ke arah sepeda bertenaga listrik akan menjadi peluang yang bagus untuk bersaing di pasar sepeda listrik.
  - c. Peminat sepeda meningkat terutama di era pandemi covid 19.
  - d. Kembalinya konsumen lama
4. Threat
  - a. Terdapat ancaman plagiat desain produk Faiz *Motorcycle* karena belum adanya hak paten.

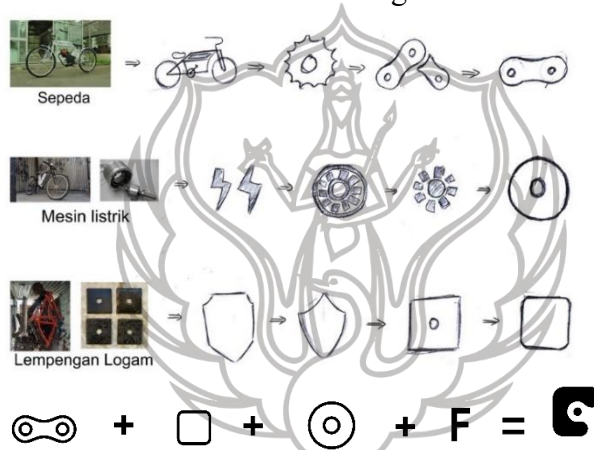
### Hasil dan Pembahasan

Pada era modern saat ini, banyak industri yang mengusung produk ramah lingkungan dan juga produk *recycle*. Faiz *Motorcycle* memiliki banyak keunikan salah satunya yaitu bahan dasar yang digunakan. Faiz *Motorcycle* menggunakan kerangka sepeda bekas yang di modifikasi menjadi sepeda yang apik dan memberi kesan klasik. Desain klasik yang diaplikasikan pada produk Faiz *Motorcycle* memiliki keunikan tersendiri yang dapat memikat *audiencenya*. Pemilik Faiz *Motorcycle* juga akan menggeser mesin yang digunakan, yaitu dari pemotong rumput menjadi mesin listrik sekaligus dalam rangka ekspansi usaha. Gagasan besar ini diharapkan akan menciptakan produk Faiz *Motorcycle* sebagai produk yang ramah lingkungan. Selain itu, pemilihan kerangka sepeda dari Faiz *Motorcycle* juga akan lebih memperhatikan detail produk dan kesan estetika yang memiliki nilai jual.

Citra visual yang ditampilkan Faiz *Motorcycle* mengusung konsep yang diusung ialah konsep ramah lingkungan atau *eco green*. *Eco green*

sendiri merupakan gerakan berkelanjutan yang digunakan dalam suatu perancangan dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan memasukkan unsur yang ramah lingkungan serta penggunaan energi dan sumber daya yang efektif dan efisien. Dengan menerapkan konsep desain *eco green*, diharapkan dapat memunculkan identitas Faiz Motorcycle dan bisa memberitahu informasi kepada masyarakat tentang pemanfaatan barang bekas serta energi ramah lingkungan dalam berkarya maupun berwirausaha, terutama limbah bekas dari besi.

Bentuk Ikonik merupakan data visual ikonik dalam pembuatan logo Faiz Motorcycle meliputi berbagai macam unsur Ikonik yang melekat pada UMKM tersebut yaitu *feel* atau nuansa *garage custome* motor. Unsur ikonik Faiz Motorcycle itu sendiri meliputi logam, mesin listrik dan produk utama Faiz yaitu sepeda mesin. Dengan menempatkan unsur elemen-elemen tersebut diharapkan dapat memperkuat identitas Faiz Motorcycle karena telah sesuai dan menggambarkan semua bagian dari Faiz Motorcycle. Maka muncul ide sketsa sebagai berikut:



**Gambar 2. Proses Pengelolaan Bentuk Simbolik Logo**  
(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

Font laker digunakan pada *Logotype* Faiz Motorcycle, dengan mengkombinasikan unsur unik pada Brand Faiz Motorcycle yaitu mesin listrik. Pengelolaan bentuk Rotor dan stator akan dibuat dalam bentuk sederhana dengan mengambil bagian menarik pada kedua bentuk tersebut, yaitu susunan kumparan coil dan magnet rotor dan stator.



**Gambar 3. Font Lakers**  
(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

Kombinasi font dan Rotor Stator ini akan di terapkan pada huruf “F” untuk mewakili kata Faiz dan huruf “O” untuk mewakili kata Motorcycle, sehingga komposisinya menjadi seimbang dan mudah untuk dibaca. Pemilihan pada Huruf “F” dan “O” tak lain untuk menjaga keterbacaan dari font Laker tersebut, jika diterapkan pada semua huruf keterbacaan akan terasa rumit dan font terlihat terpotong sehingga dikhawatirkan tujuan tidak tersampaikan.

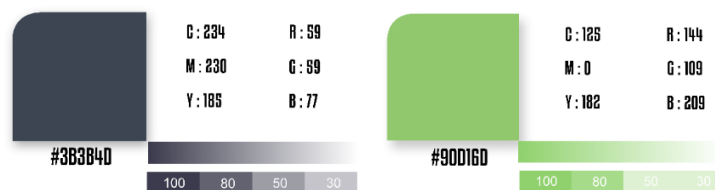


FAIZ  
MOTOR = FAIZ MOTORCYCLE

**Gambar 4. Pengelolaan Bentuk Huruf Dengan Rotor Stator**  
(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

Warna ditentukan berdasarkan data visual yaitu warna logam, listrik dan kesan *Eco Green*. Warna logam dan cahaya listrik memiliki kedekatan warna yang sama, sedangkan warna daun melambangkan kesan ramah lingkungan sesuai citra yang diangkat oleh Faiz Motorcycle. Maka muncul dua warna dominan yang akan diterapkan, yaitu warna biru dan hijau.

Selain itu, untuk menambah kesan *vintage* atau nuansa klasik pada Faiz Motorcycle, maka warna pastel menjadi salah satu pilihan. Sehingga dengan warna tersebut akan membangun emosi yang lebih mendalam bagi target audien.



**Gambar 5. Color Hex Biru dan Hijau**  
(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

Dalam ilmu psikologi, warna biru memiliki makna kedamaian, ketenangan dan kepercayaan diri. Warna tersebut sangat cocok diterapkan pada brand Faiz Motorcycle yang menggunakan mesin listrik sebagai inovasi baru sehingga diharapkan dapat menarik target market lebih luas.

Kesan yang yang ditimbulkan oleh warna hijau yaitu ketenangan dan kedamaian. Warna hijau juga memiliki kesan ramah serta menggambarkan perasaan empati sesuai citra yang ditonjolkan pada brand Faiz Motorcycle.

## Hasil Akhir

Dengan mempertimbangkan dan menggabungkan berbagai unsur ikonik pada Faiz Motorcycle. Yakni unsur logam, sepeda, warna, mesin listrik, serta mengkombinasikan font laker dengan Rotor, Stator. Maka terciptalah identitas visual yang dapat menunjukkan citra positif bagi Faiz Motorcycle.

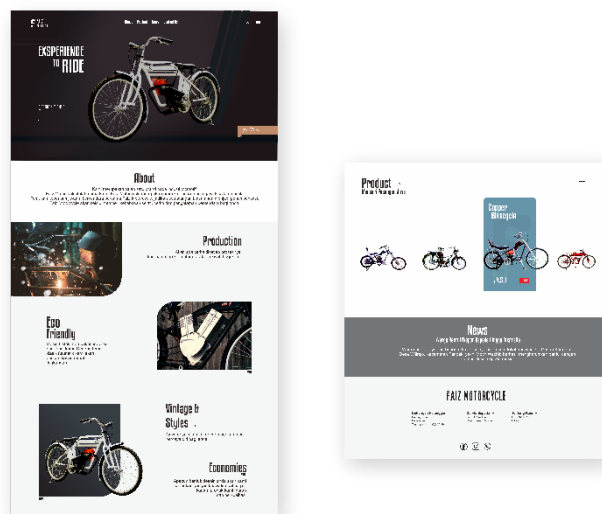


Gambar 6. Logo Final Faiz Motorcycle  
(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

Perancangan *brand identity* Faiz Motorcycle menerapkan gaya desain minimalis dengan unsur klasik futuristik. Sehingga hal tersebut semakin menambah nilai karakter produk yang kuat. Gaya desain yang minimalis digunakan karena mudah diaplikasikan di berbagai media namun tetap terlihat elegan.

Dalam perancangan sebuah *brand identity* baik untuk produk maupun perusahaan, media pendukung khususnya yang berkaitan dengan sosial media dapat memperkuat media utama. Oleh karena itu, media pendukung yang akan diaplikasikan pada Faiz Motorcycle antara lain:

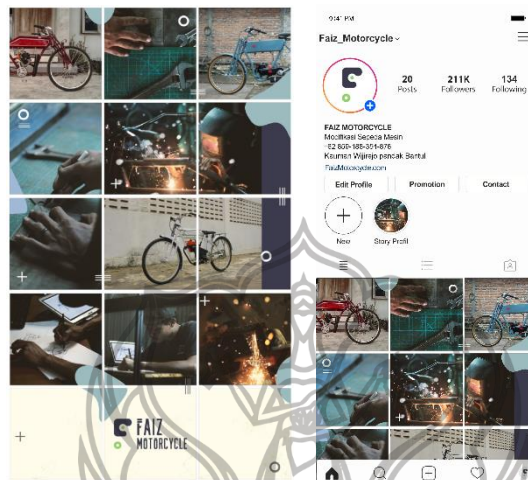
## Website



Gambar 7. Website Faiz Motorcycle  
(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

Desain Website Faiz Motorcycle merupakan sebuah prototype visual dengan satu halaman guna memperkuat media utama perancangan brand identity Faiz motorcycle. Dengan menampilkan tagline “Exsperience to Ride”, Faiz Motocyle mengajak para pengendara untuk merasakan pengalaman baru dengan mengendarai produk Faiz yang unik. Layout pada web dibuat sederhana dengan tulisan atau copywriting bertuliskan kata-kata yang menggelitik yang dapat menarik klien sebagai bagian dari kerabat Faiz Motorcycle.

## Instagram



**Gambar 8.** *Instagram Faiz Motorcycle*  
(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

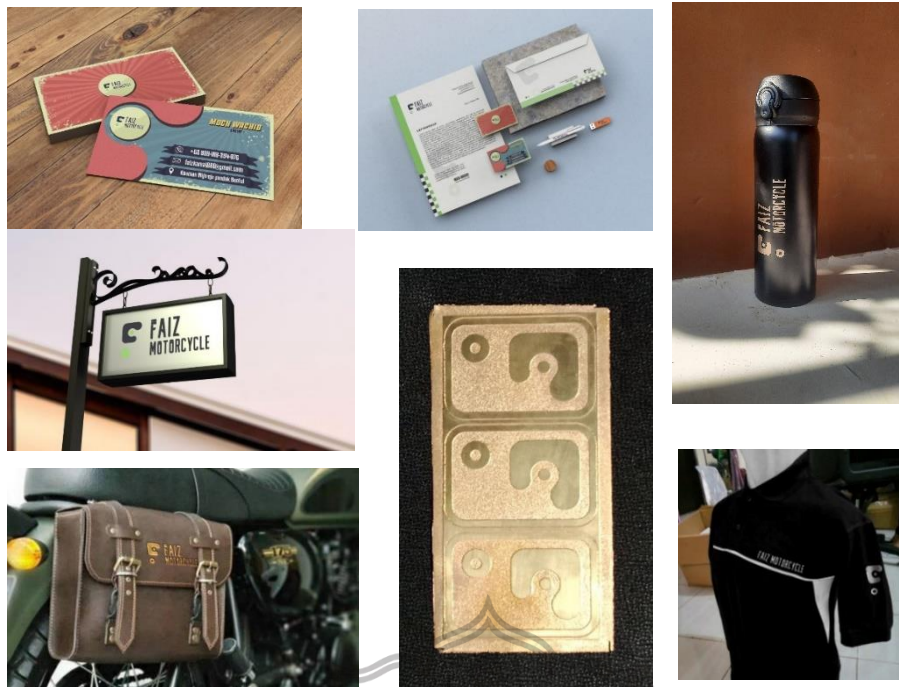
Instagram merupakan salah satu media sosial kekinian yang saat ini menjadi tren di semua kalangan usia dimana pengguna dapat membagikan foto atau video mereka. Selain itu, instagram juga merupakan media promosi atau iklan yang efektif. Desain *feed* Instagram khusus untuk brand Faiz Motorcycle merupakan desain prototype guna memperkuat media utama dalam perancangan *brand identity* Faiz Motorcycle.

Dalam desain feed Instagram Faiz Motorcycle ini akan menampilkan konten yaitu berupa logo utama, proses produksi, serta produk-produk Faiz Motorcycle itu sendiri. Selain itu, logogram Faiz Motorcycle akan diterapkan pada Foto Profil akun, serta logo utama sebagai pondasi *feed* konten Instagram.

Dalam sebuah branding, akan lebih fungsional apabila logo dapat diterapkan ke berbagai media. Pengaplikasian logo tersebut bertujuan untuk memperkuat Brand dan citra Faiz Motorcycle kepada masyarakat luas. Pengaplikasian Logo pda kartu nama, kop surat, signage, *tumbler*, tas, seragam, dan *Headbadge*.

Kartu nama Faiz Motorcycle didesain dengan gaya klasik untuk menunjukkan kesan klasik pada usaha Faiz Motorcycle. Kartu nama ini sebagai identitas atau tanda pengenal yang praktis digunakan pada saat pertama klien mengenal pemilik usaha secara tatap muka.





**Gambar 9. Penerapan Logo Faiz Motorcycle diberbagai Media**

(Sumber: Janu Dwi Prastyo, 2022)

Kartu nama Faiz Motorcycle didesain dengan gaya klasik untuk menunjukkan kesan klasik pada usaha Faiz Motorcycle. Kartu nama ini sebagai identitas atau tanda pengenal yang praktis digunakan pada saat pertama klien mengenal pemilik usaha secara tatap muka.

Kop surat dan amplop dapat digunakan sebagai alat perjanjian resmi, seperti kerja sama, menjalin hubungan dengan vendor, proyek, maupun perjanjian kontrak. Desain kop surat dan amplop pada Faiz Motorcycle memperlihatkan sentuhan desain berupa bentuk geometri menyerupai *zebracross* dengan warna dasar logo Faiz Motorcycle.

Desain Signage Faiz Motorcycle dibuat guna keperluan sebuah tanda lokasi dimana Faiz Motorcycle berada. Signage dibuat dengan menggunakan bahan metal dan *softbox* dengan bentuk gantung. Lokasi pemasangan berada di pinggir jalan tepat di depan bengkel Faiz Motorcycle berdiri.

Seragam karyawan merupakan atribut yang dipakai oleh karyawan Faiz Motorcycle sebagai identitas serta memberi kesan usaha yang profesional. Desain tas pada Faiz Motorcycle menerapkan konsep tas klasik, selain menjadi pelengkap kendaraan, tas juga berfungsi sebagai tempat penyimpanan.

*Headbadge* dan tumbler merupakan unsur yang melekat pada dunia otomotif, terutama sepeda mesin. Desain *headbage* dibuat dari lempengan kuningan dan penempatan di leher sepeda. Sedangkan tumbler berfungsi sebagai bekal minum ketika berkendara.

## Kesimpulan

Sebagai pelaku UMKM pada bidang otomotif khususnya sepeda mesin, produk Faiz Motorcycle menjadi produk yang tidak kalah saing dengan produk otomotif lainnya, terutama kendaraan bermotor dengan gaya desain yang sama, karena Faiz Motorcycle memiliki sebuah keunikan tersendiri yang mampu memikat calon pelanggan. Perancangan brand identity Faiz Motorcycle menerapkan unsur, komposisi, dan desain yang unik, sehingga terciptalah identitas visual yang dapat menunjukkan citra positif bagi Faiz Motorcycle.

Perancangan *brand identity* Faiz Motorcycle menerapkan gaya desain minimalis dengan unsur klasik futuristik. Sehingga hal tersebut semakin menambah nilai karakter produk yang kuat. Gaya desain yang minimalis digunakan karena mudah diaplikasikan di berbagai media namun tetap terlihat elegan. Selain itu, untuk memperkuat brand Faiz Motorcycle, perancang menggunakan media promosi yang disesuaikan dengan perkembangan zaman di era digital saat ini seperti website dan Instagram. Peran media sangat penting terlebih hampir semua orang telah menggunakan gawai dan media sosial dalam berinteraksi maupun berbelanja.

Proses perancangan *brand identity* Faiz Motorcycle cukup memakan waktu yang cukup panjang serta mengalami beberapa kendala. Mulai dari menemui klien Faiz yang gagal karena kesibukan waktu masing-masing, bahkan perancang juga kesulitan untuk bertemu dengan pemilik yang memiliki kesibukan bekerja di Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), sehingga proses pencarian data di lokasi lebih banyak diwaliki oleh anak belia. Selain itu, kesulitan juga dialami ketika melakukan survei lapangan

kepada target audien dan ketika hendak mencari komunitas sepeda klasik sebagai bahan survei pertanyaan terkait Faiz Motorcycle. Sehingga survei banyak dilakukan pada komunitas sepeda *roundtank* di grup Facebook. Kendala lain juga ditemui di lokasi perancangan terutama pada dokumentasi produk Faiz Motorcycle yang terbatas. Terdapat beberapa dokumentasi produk yang memiliki kualitas gambar rendah sehingga perancang kesulitan dalam memilah produk untuk diterapkan dalam media pendukung. Namun, pada akhirnya perancang dapat menyelesaikan penelitian serta perancangan brand identity Faiz Motorcycle semaksimal mungkin.

Setiap perusahaan tentunya memiliki identitas masing-masing. Identitas tersebut mencerminkan citra perusahaan terhadap masyarakat. Karya-karya dibidang desain komunikasi visual (DKV) khususnya *brand identity* memiliki peran yang penting dalam terbentuknya sebuah *brand* suatu perusahaan maupun lembaga. Maka dari itu, perancangan *brand identity* ini diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan *brand awareness* Faiz Motorcycle, sehingga *brand* dapat lebih dikenal oleh masyarakat secara luas, khususnya para penghobi maupun pencinta gaya hidup *vintage*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker, David A. and Alexander L. Biel. 1993. *Brand Equity & Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brands*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kasali, R. 2003. *Manajemen public relations dan aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Grafiti.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, 86 Edisi ke 11. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Rustan, Suriyanto. 2008. *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama.
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustan, Suriyanto. 2011. *Huruf Font Tipografi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Schiffman, L.G., Hansen, H. and Kanuk, L. 2011. *Consumer Behavior: A European Outlook*. New York: Financial Times Prentice Hall.

### Skripsi Tugas Akhir

- Cenadi, Christine Suharto. 1999. *Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya*. Makalah – Jurusan Desain Komunikasi Visual. Universitas Kristen Petra: 87 Jakarta.

### Narasumber

- Moh Wachid (54), Pemilik Faiz Motorcycle, Yogyakarta, Wawancara pribadi, tanggal 26 Agustus 202

