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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan otomotif di Indonesia yang sedang ramai sekarang ini tidak lepas dari merk-merk mobil ternama, salah satunya Toyota di Indonesia. Toyota di Indonesia resmi didirikan pada tanggal 12 April 1971 yang pada awal perkembangannya masih mengekspor produk mereka dari luar negeri. Pada tahun 1977, Toyota Astra Motor memperkenalkan salah satu *milestones* mereka yaitu Toyota Kijang yang merupakan Kerjasama Indonesia Jepang. Toyota Kijang merupakan kendaraan yang dikenal sebagai kendaraan niaga pada awalnya yang dapat memuat banyak barang bawaan hingga berubah menjadi kendaraan keluarga.

Toyota Kijang memegang peran penting dalam kehidupan perekonomian Indonesia seperti hasil ekspor yang dihasilkan mulai dari generasi Kijang Super dimulai dari 3 negara, hingga Generasi Kijang Innova yang mencapai 29 negara seperti yang dikutip dari youtube.com dalam akun Toyota Motor Manufacturing Indonesia dan diakses pada 3 September 2017. Hal ini memunjukan bahwa Toyota Kijang adalah hasil karya Bangsa Indonesia yang diterima di beberapa Negara di Asia. Pada tahun 2003, Toyota Kijang berhasil mencapai produksi penjualan 1.000.000 unit sejak pertama kali diluncurkan (2014, Darmawan). Setelah mencapai di usia nya yang ke 40 tahun pada tahun 2017, Toyota kembali meluncurkan produk Toyota Kijang generasi ke 6 yaitu Kijang Innova Reborn.

Perancangan Buku Sejarah..., Jonathan Timothy, FSD UMN, 2018

Namun sayangnya setelah ditelusuri oleh penulis melalui *focus group discussion*, dalam usia nya yang ke 40 tahun sebagai merek legendaris dari Toyota Indonesia, Kijang masih mempunyai *image* sebagai mobil keluarga pada umumnya sama dengan kompetitornya yang minibus. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi terkait mengenai sejarah dan perkembangan Toyota Kijang di Indonesia.

Dari fakta dan informasi yang disebutkan diatas penulis berencana untuk membuat sebuah buku mengenai sejarah dan perkembangan Toyota Kijang di Indonesia yang diperuntukkan untuk orang usia 25 hingga 35 tahun. Dengan dibuatnya buku ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan memahami tentang merek legendaris dari Toyota di Indonesia ini muncul, meningkatkan *brand image*, serta memperkenalkan sejarah dan perkembangan Toyota Kijang secara jelas dan lengkap agar Toyota Kijang tetap dikenal hingga generasi sekarang bahwa Toyota Kijang adalah sebuah hasil kreatif dan inovatif yang dihasilkan oleh anak bangsa dan diterima di dunia sebagai kendaraan terbaik.

Buku yang dikemas secara informatif dipilih penulis sebagai solusi dari permasalahan ini karena belum pernah ada yang beredar dan informasi yang diberikan terkadang tidak lengkap hanya terdiri dari teks-teks penjelasan seputar sejarah singkat generasi dan perkembangannya yang sudah pasti tidak akan menarik perhatian dari orang dewasa untuk mengetahuinya.

Perancangan Buku Sejarah..., Jonathan Timothy, FSD UMN, 2018

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis dapat menarik beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana menginformasikan sejarah dan perkembangan dari merek Toyota Kijang sebagai brand legendaris dari Toyota di Indonesia melalui sebuah buku.
2. Bagaimana perancangan visual dari buku sejarah dan perkembangan Toyota Kijang di Indonesia.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terdapat batasan sebagai berikut :

Penulis akan membuat perancangan buku informative mengenai Sejarah dan Perkembangan produk Toyota Kijang berdasarkan tahun generasi pembuatan Toyota Kijang di Indonesia dengan batasan :

Demografis : Laki-laki umur 25-35 tahun.

Psikografis : aktif, calon pembeli Toyota Kijang di masa depan, gemar terhadap otomotif, orang yang memiliki ketertarikan dalam dunia otomotif khususnya kendaraan roda empat.

Geografis : Jabodetabek

Pendapatan : SES A

Perancangan Buku Sejarah..., Jonathan Timothy, FSD UMN, 2018

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari penelitian dengan judul "Perancangan Buku Informatif Sejarah dan Perkembangan Toyota Kijang di Indonesia" ini adalah :

. 1. Menginformasikan perkembangan Toyota Kijang dari sejarah lahirnya, evolusi logo, model per generasi, perkembangan mesin, perkembangan fitur, perkembangan Toyota Kijang di mancanegara, hingga Toyota Kijang dalam komunitas.

2. Meningkatkan *awareness brand* dari Toyota yaitu Toyota Kijang.

1.5. Manfaat Perancangan

Perancangan buku informasi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Manfaat bagi penulis

   Penulis dapat mengenali sejarah dan perkembangan Toyota Kijang serta mengerti dan memahami bagaimana tahap dalam merancang sebuah buku dari sejarah dan perkembangan Toyota Kijang di Indonesia

2. Manfaat bagi masyarakat

   Masyarakat dapat mengenal sejarah dan perkembangan dari Toyota Kijang bahwa Toyota Kijang adalah sebuah produk legendaris dari Toyota yang memiliki sejarah perkembangan yang panjang selama 40 tahun. Menjadi media informasi berupa tulisan yang jelas dan lengkap, yang kemudian diturunkan ke generasi muda tidak secara lisan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3. Manfaat bagi Universitas

   Penelitian dan perancangan buku ini dapat dijadikan referensi dalam membantu penelitian atau perancangan sejenis dan dapat dijadikan sumber informasi yang baru yang berkaitan dengan Toyota Kijang.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA