



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penyampaian suatu informasi akan terus berkembang seiring dengan inovasi teknologi yang terjadi saat ini. Adanya pilihan berbagai gawai dari mulai laptop ringan hingga *smartphone*, membuat masyarakat semakin mudah untuk mengakses media internet guna mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Dalam data yang disebutkan oleh lembaga agensi global We Are Social ([datareportal.com](http://datareportal.com), 2020) sebanyak 175,4 juta penduduk Indonesia telah mengakses internet per Januari 2020 lalu. Dengan adanya kenaikan sebesar 17% atau 25 juta penduduk dari tahun sebelumnya, data tersebut menunjukkan bahwa dari 272,1 juta penduduk yang ada di Indonesia, 64% penduduknya sudah bisa mengakses internet.

Data Google Trends pada 2019 juga membuktikan bahwa penduduk Indonesia dengan umur 8 – 23 tahun yang memiliki akses internet, 85% dari mereka membaca berita secara *online* setiap harinya. Pihak Google ([thinkwithgoogle.com](http://thinkwithgoogle.com), 2019) juga memproyeksikan bahwa sektor media *online* di Indonesia bisa mengalami pertumbuhan ekonomi hingga \$ 9 miliar pada tahun 2025 dikarenakan adanya persaingan ketat antara pelaku bisnis media *online* di Indonesia maupun Asia Tenggara.

Dengan berdasarkan data yang telah disebutkan, penulis memilih untuk membuat tugas akhir karya jurnalistik dengan basis platform digital yang berbentuk *interactive multimedia storytelling* dan berisikan konten mengenai proses produksi suatu barang dimulai dari sebuah sketsa.

Salah satu proses awal dalam merancang sebuah barang atau produk adalah membuat sketsa, di mana hal tersebut merupakan pekerjaan dari sang desainer. Tidak seperti pekerja seni kebanyakan, desainer produk jarang bekerja dalam ruang tertutup dan harus memperhatikan apa kemauan dari sang klien. Seorang desainer juga cenderung bekerja sendiri guna mewakili konsep desain dengan cepat, fleksibel, dan opsi untuk memodifikasi konsep tersebut dengan mudah setelah dibuat. (Pipes, 2007, p. 111) Seorang desainer produk memang harus memperhatikan hingga memahami apa yang diinginkan oleh industri tempatnya bekerja dan juga masyarakat yang ingin menikmati karya dari industri tersebut. Desain memang dapat menentukan masa depan dari sebuah produk, apakah karyanya dapat diterima dan menghasilkan banyak keuntungan atau malah sebaliknya.

Hal tersebut juga terjadi pada skema industri otomotif di Indonesia saat ini. Saat masyarakat menginginkan motor yang irit bahan bakar namun juga nyaman, pabrikan motor seperti Yamaha dan Honda memberikan motor dengan desain ergonomis dengan mesin berkapasitas kecil. Saat masyarakat menginginkan motor premium dengan desain unik serta fitur melimpah, Piaggio mengeluarkan seri Vespa yang dapat terkoneksi dengan *smartphone*. Dari

keinginan masyarakat itulah para desainer mengambil peran yang besar dalam menentukan sebuah produk karya industri sepeda motor.

Dunia otomotif memang tak akan pernah lepas dari hubungannya dengan desain serta mesin-mesin beroda dua hingga belasan jumlahnya yang mengangkut manusia maupun kebutuhan hidup kita. Sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dunia sejak dulu kala, kendaraan berbentuk apapun memang memiliki fungsi untuk membantu kegiatan kita.

Otomotif sendiri dalam kamus besar bahasa Indonesia, disebut berhubungan dengan sesuatu yang berputar dengan sendirinya seperti motor dan sebagainya. Sementara kendaraan adalah sesuatu yang digunakan untuk dikendarai atau dinaiki seperti kuda, kereta, mobil maupun motor.

Dunia otomotif juga sudah dianggap sebagai salah satu simbol kemajuan sejak 1886 (Wayback Machine, 2012) saat Karl Benz menemukan kendaraan roda empat atau yang lebih sering kita sebut sebagai mobil. Setelahnya, produk dari pabrik yang bergerak dalam bidang otomotif pun akan terus berinovasi dan menemukan sesuatu yang makin memudahkan hidup manusia sesuai dengan visi dan misi masing-masing pabrikan.

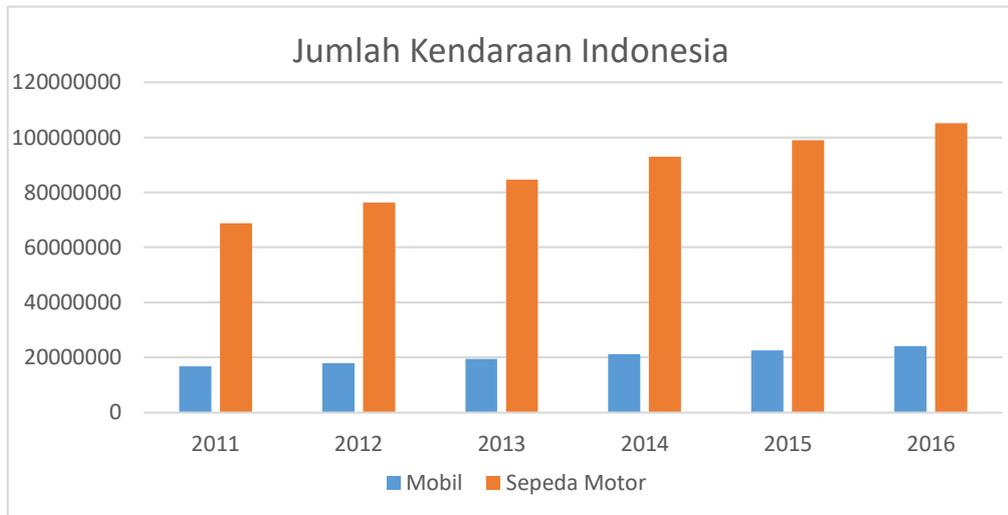
Apakah bukti dari adanya inovasi pada kendaraan yang makin memudahkan kegiatan masyarakat luas? Jika kita berfokus pada kendaraan darat seperti motor atau mobil, terdapat fitur yang dinamakan *Anti-Lock Brake System (ABS)*. Fitur yang didasarkan dari sebuah sensor kecil pada sistem pengereman itu berfungsi agar saat kendaraan melakukan pengereman mendadak, roda bagian depan tidak akan mengunci sehingga mobil atau motor hingga truk yang dipakai tidak akan

meluncur bebas saat mengerem. Kendaraan akan tetap terkontrol sekalipun pengereman dilakukan dengan keras.

Itulah salah satu contoh inovasi yang ada dalam dunia otomotif. Dari mulai fitur kecil yang telah disebutkan di atas hingga teknologi *autonomous/self-driving* yang sekarang sedang populer, semua teknologi terkini dapat diaplikasikan pada kendaraan. Inovasi pada kendaraan memang terus dilakukan. Karena alat yang kita ciptakan tersebut memang diciptakan untuk membuat tugas manusia menjadi lebih ringan.

Namun saat ini, manusia bukan hanya membuat kendaraan sekadar untuk berpindah tempat atau sebagai transportasi saja. Para manufaktur kendaraan pun saling berjuang dan berlomba untuk terus menggunakan teknologi dan inovasi yang bukan hanya ramah digunakan oleh manusia saja, namun juga ramah untuk tempat yang kita tinggali yaitu bumi. Maka dari itu, industri yang bergerak dalam bidang otomotif selalu menyesuaikan produk mereka dengan target pasar yang ditujukan padanya. Dari mulai insinyur, mekanik, hingga desainer pun menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Dengan terciptanya desain serta fitur yang membuat pengalaman berkendara semakin berbeda bagi para pengendara tiap tahunnya, maka penjualan kendaraan bermotor di Indonesia pun semakin laris, seperti yang bisa kita lihat lewat grafik pada gambar 1.1.



Sumber: Badan Pusat Statistik & Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa

Pemerintah

Gambar 1.1 Statistik Jumlah Kendaraan di Indonesia

Sesuai dengan data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) tahun 2016, sudah dapat dipastikan kalau tiap tahunnya jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat terutama kendaraan roda dua. Memang pasar sepeda motor di Indonesia sangatlah laris karena terbukti kalau kendaraan tersebut digemari oleh masyarakat tanah air karena mobilitasnya yang tinggi. Maka dari itu penulis berfokus pada produk sepeda motor saja.

Indonesia saat ini pun sedang gencar mengeksport produk-produk sepeda motor berkualitas tinggi guna memperkenalkan desain karya anak bangsa kepada masyarakat global. Menurut data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), ekspor sepeda motor dalam tiga bulan pertama tahun 2018 mencapai 129.852 unit. Angka tersebut bahkan naik 47,1 persen dibanding Januari-Maret tahun 2017 yang tercatat sebanyak 88.251 unit saja.

Penyumbang terbesar dalam ekspor sepeda motor tersebut adalah manufaktur asal Jepang yaitu Honda. Honda sendiri di bawah naungan PT Astra Honda Motor (AHM) selaku agen tunggal pemegang merk (ATPM) di Indonesia, telah mendirikan pabrik di kawasan industri Karawang, Jawa Barat untuk terus memproduksi motor karya para desainer dan juga insinyur mereka. Menyumbang 56,51 persen dari total ekspor motor, Honda menjadi produsen sepeda motor yang sangat kompeten karena terus memunculkan teknologi dan fitur yang membuat orang-orang nyaman menggunakan motornya.

Sebelum merilis sepeda motor, Honda pastinya membuat desain awal atau sketsa produknya terlebih dahulu sebelum masuk ke dalam jalur produksi. Karena sketsa sendiri memiliki tujuan sebagai metode untuk mengkomunikasikan informasi yang lengkap dan tidak ambigu kepada mereka yang bertanggung jawab untuk pembuatan, perakitan, dan pemasaran produk, media persuasi yang menjual ide kepada klien, dan meyakinkan mereka bahwa brief mereka sedang dipuaskan, dan juga mengeksternalkan dan menganalisis pikiran dan menyederhanakan berbagai masalah dalam masyarakat untuk membuatnya lebih mudah dipahami, Gambaran desain memang diperlukan oleh insinyur dan desainer itu sendiri dengan tujuan untuk mengkomunikasikan karyanya hingga menjadi produk jadi kepada orang-orang yang bertanggung jawab dalam jalur produksi dan manufaktur.

Memang sepeda motor tak akan pernah lepas dari kehidupan kita sehari-harinya. Baik itu punya pribadi, rental, atau menggunakan jasa ojek online

sekalipun, kita pasti menggunakan transportasi roda dua tersebut. Jumlahnya pun mencapai empat kali lipat dari unit mobil yang ada di Tanah Air kita ini.

Berdasarkan pada keinginan penulis atas cara pembuatan sepeda motor dari awal hingga akhir, maka penulis akan membuat sebuah karya jurnalistik yang akan memberikan wawasan mengenai cara pembuatan sepeda motor untuk fokus dalam tugas akhir ini yang nantinya bisa dikembangkan menjadi cara pembuatan produk lain baik dari bidang otomotif maupun luar otomotif. Penulis tertarik menyampaikan informasi lewat karya jurnalistik mengenai proses produksi sepeda motor dan produk lain tersebut dengan cara yang kreatif sesuai dengan pemikiran Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (Kovach & Rosenstiel, 2001, p. 189) yang menyebutkan bahwa seorang jurnalis harus bisa mengemas hal yang penting dan relevan menjadi sebuah hal yang menarik masyarakat untuk menikmati karya jurnalis tersebut.

Mengerjakan pemilihan tema terlebih dahulu dapat mempengaruhi suatu karya jurnalistik agar bisa memuat informasi yang relevan serta menarik. Setelah memilih tema berupa proses produksi barang dengan fokus sepeda motor Honda, maka Honda ADV 150 yang pertama kalinya hadir pada 2019 lalu penulis pilih sebagai subjek peliputan. Motor tersebut dipilih karena keunikan jenis motornya yang berada pada kelas *scooter matic* (skutik) 150cc namun mengusung gaya *adventurer*, menjadikannya motor dengan tema *adventure* pertama di kelasnya dalam pasar skutik 150cc Indonesia dan juga dunia. Presiden Direktur PT AHM Toshiyuki Inuma mengatakan bahwa Honda ADV 150 didesain untuk menghadirkan pengalaman berkendara yang berbeda,

terlihat dari garis desain yang tajam serta fisik motor yang kekar dan tinggi menguatkan aura motor petualang yang berbeda dengan skutik besar 150cc lain seperti Yamaha NMax, Yamaha Aerox, bahkan saudara satu pabriknya Honda PCX. Karena kemunculannya ini Honda bisa membuka pasar baru untuk motor kelas 150cc yaitu motor skutik bertema *adventure*.

Oleh karenanya dalam kesempatan ini, penulis akan membuat sebuah *reporting base project* berbasis *online* yaitu *website* berita dengan judul “Merakit.id: Dari Sketsa Jadi Kenyataan” yang memuat beragam informasi mengenai proses pembuatan Honda ADV 150 untuk fokus pembahasan dalam tugas akhir yang bisa dikembangkan dalam mengulas barang atau produk lainnya dengan penyampaian yang berbeda dari *website* berita yang sudah ada.

## **1.2 Tujuan Karya**

Dalam membuat karya jurnalistik berjudul “Merakit.id: Dari Sketsa Jadi Nyata” ini, penulis memiliki beberapa tujuan. Berikut adalah tujuan utama penulis dalam membuat karya ini:

1. Memberikan wawasan ataupun informasi kepada masyarakat luas mengenai proses penciptaan sebuah produk atau barang berbagai industri dari hanya sebuah gambar hingga masuk ke jalur produksi, sepeda motor salah satunya.
2. Mengemas informasi mengenai proses penciptaan sebuah produk atau barang berbagai industri dari hanya sebuah gambar hingga

masuk ke jalur produksi dengan menarik lewat *website* berita, sepeda motor salah satunya.

3. Memperkenalkan proses produksi berbagai industri di Indonesia kepada masyarakat luas.
4. Meningkatkan daya tarik dari produk keluaran industri di Indonesia.

### **1.3 Kegunaan Karya**

#### **1.3.1 Akademis**

Dari segi Akademik, *interactive website* yang saya buat ini adalah bentuk dari penggabungan beberapa pendekatan konseptual yang diwujudkan menjadi sebuah karya. Sehingga diharapkan dapat menjadi sebuah konsep *interactive website* yang dapat diuji seiring dengan perkembangan bidang praktik ilmu komunikasi dengan teknologi informasi khususnya fotografi, *web design*, hingga penulisan konten.

#### **1.3.2 Praktis**

Dari segi Praktis, penulis berharap karya ini mampu memberikan wawasan seputar pembuatan *interactive website* dari konsep hingga langkah-langkahnya untuk manufaktur maupun masyarakat yang tertarik untuk membuat karya serupa.

### **1.3.3 Sosial**

Dari segi Sosial, harapan penulis dari karya ini adalah mampu memberikan wawasan kepada masyarakat luas atas proses pembuatan transportasi serta produk lainnya yang sering kita gunakan untuk mobilisasi melakukan kegiatan kita sehari-harinya serta mampu menarik masyarakat untuk terus mengapresiasi hasil karya anak bangsa.