

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena beralih membeli mobil bekas telah menggambarkan kompleksnya dinamika industri otomotif dan pilihan konsumen. Pemikiran ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berperan sangat penting ketika membeli ingin membeli mobil (Riyanto, 2010). Pada hasil survei oleh OLX Autos, minat dalam membeli mobil bekas mengalami pelonjakan sebanyak 50%. Pada tahun 2020 penjualan mobil meningkat dari 1,4 unit per minggu menjadi 2,1 per minggu. Dari segi peminatan konsumen mobil bekas sebanyak 30% konsumen memilih mobil jenis MPV, lalu 19% jenis SUV, dan 18% jenis *hatchback*. CEO Edwin Mobilindo, Edi Winarno, mengatakan bahwa jenis MVP memiliki nilai jual yang stabil dibandingkan dengan jenis mobil lainnya. Hal ini disebabkan sebuah budaya kebiasaan untuk menggunakan jenis MPV sebagai mobil yang digunakan untuk berpergian bersama keluarga atau kerabat terdekat.

Akan tetapi masih banyak yang mengalami sebuah keraguan ketika ingin membeli sebuah mobil bekas. Hal ini dapat terjadi karena memilih sebuah keputusan yang terlalu cepat dan kurangnya ilmu pengetahuan tentang cara menginspeksi dan membeli sebuah mobil bekas (Garasi.id, 2020). Hasil survei oleh OLX Autos juga mengatakan bahwa 70% konsumen menggunakan sebuah *platform* media informasi sebagai sumber utama hanya untuk mengecek harga mobil bekas dibandingkan mencari informasi tentang kondisi pada mobil tersebut.

Masalah dan risiko untuk seseorang yang tidak memiliki pengetahuan dalam menginspeksi pada mobil bekas akan sangat besar dan memberikan konsekuensi yang sangat banyak seperti kerugian dalam segi finansial, Ketidakcocokan dengan gaya hidup, memberikan bekas pengalaman yang sangat buruk, dan dapat membahayakan nyawa seseorang atau diri sendiri (TeknoKreatips, 2023)

Melihat permasalahan dari fenomena tersebut, membuat sebuah media informasi tentang cara menginspeksi sebuah mobil bekas dapat menjadi sebuah solusi dari masalah desain dan sosial yang terjadi pada fenomena tersebut. Menurut Purnawati dan Eldawi (2001), media informasi adalah segala sesuatu yang digunakan untuk memberikan pesan yang datang dari pengirim pesan untuk penerima pesan agar penerima pesan dapat terpengaruh dalam aspek pikiran, perasaan, dan perhatian dari pesan yang diterima untuk menciptakan sebuah proses belajar mengajar.

Dari topik pembahasan diatas, penulis memutuskan untuk menciptakan sebuah solusi dengan membuat sebuah media informasi yang berisikan bagaimana cara menginspeksi sebuah mobil bekas agar dapat membeli mobil bekas yang sehat dan dapat digunakan sehari-hari. Dengan dibuatnya Tugas akhir ini, masyarakat dapat mengetahui tips cara menginspeksi mobil bekas tanpa harus mengeluarkan biaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada laporan ini adalah :

1. Masyarakat tidak menyadari bahwa melakukan proses inspeksi pada mobil bekas sangat penting.
2. Masyarakat masih kebingungan mencari jenis media informasi yang baik untuk digunakan dalam mencari informasi tentang menginspeksi mobil bekas.

Melihat rumusan masalah yang telah disimpulkan maka pertanyaan yang disampaikan pada penulisan proposal Tugas Akhir adalah bagaimana perancang sebuah media informasi buku panduan cara menginspeksi sebuah mobil bekas sebagai kendaraan sehari-hari?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang dirumuskan untuk perancangan media informasi ini adalah sebagai berikut:

1. Demografis

- a. Usia: 45-55 Tahun

Menurut hasil survei kajian ekonomi dan keuangan oleh Kemenkeu RI pada tahun 2020, menunjukkan bahwa pengeluaran akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya usia kepala rumah tangga. Rumah tangga yang memiliki usia disekitar 50 tahun menjadi salah satu rumah tangga dengan pengeluaran tertinggi (Wicaksono, Nugroho, Woroutami, 2020).

- b. Gender : Laki-laki dan Perempuan

- c. Kewarganegaraan : Indonesia

- d. Sosial Economic Status (SES): B

Menurut hasil data oleh Indonesia Data pada tahun 2022 menunjukkan bahwa kategori SES B memiliki total pengeluaran dalam sebuah rumah tangga sebesar Rp3.000.000-Rp.5.000.000 per bulannya. Menurut ahli perencanaan keuangan, Andy Nugroho, bahwa dengan UMP di Jakarta sebesar Rp.5.060.000 hanya bisa melakukan cicilan mobil baru sebesar 1.500.000. Maka dari itu lebih masuk akal untuk membeli sebuah mobil bekas (Rahadiansyah, 2023).

2. Geografis

- a. Negara : Indonesia

- b. Provinsi : DKI Jakarta

Menurut hasil laporan berjudul “Indonesia Used Car Market Outlook to 2025” DKI Jakarta telah menjadi salah satu kota dengan penjualan mobil bekas tertinggi dengan rasio kepemilikan mobil sebanyak 405 mobil per 1000 orang di DKI Jakarta. Hasil laporan

oleh situs Oto.com juga menunjukkan bahwa pencarian mobil bekas di Jabodetabek pada tahun 2019 telah mencapai 60% selama enam bulan terakhir dan mayoritas 30% merupakan warga dari DKI Jakarta.

3. Psikografis

- a. Memiliki ketertarikan dalam membeli mobil bekas.
- b. Ingin mencari tahu cara menginspeksi ketika ingin membeli mobil bekas.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang sebuah media informasi tentang cara menginspeksi mobil bekas sebagai kendaraan sehari-hari

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapatkan pada perancangan tugas akhir untuk penulis yaitu agar dapat memahami bagaimana cara merancang sebuah media informasi dengan baik dan terstruktur. Adapun keuntungan untuk orang lain yaitu dapat memahami cara menginspeksi sebuah mobil bekas agar tidak mengalami kerugian dan memberikan pengalaman buruk dalam membeli sebuah mobil bekas. Keuntungan yang didapatkan untuk universitas yaitu menjadikan perancangan tugas akhir ini sebagai sumber pengetahuan dalam merancang sebuah media informasi dan referensi untuk para mahasiswa DKV lainnya yang ingin mengambil topik media informasi.

U M W I N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A