

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

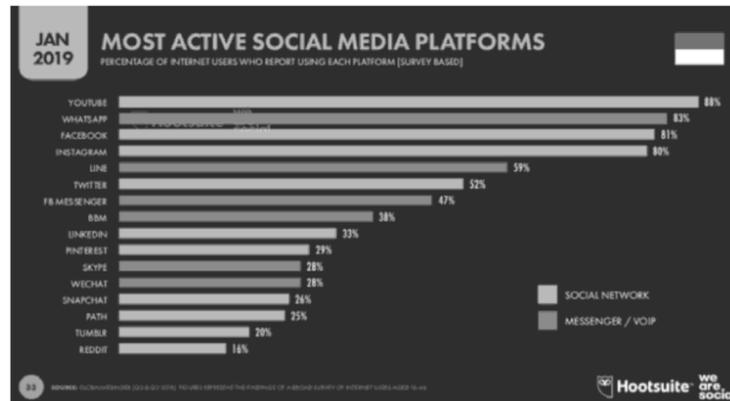
Menurut Coates dan Ellison (2014) media informasi adalah produk dari pengolahan data atau informasi menjadi bentuk visual yang beragam, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Media informasi juga memainkan peran yang signifikan dalam mendidik, menyebarkan berita, dan menyediakan hiburan bagi masyarakat (Pavlik & McIntosh, 2020).

2.1.1 Media Sosial

Taprial & Kanwar (2012) mendefinisikan media sosial sebagai platform yang dimanfaatkan individu untuk berinteraksi secara sosial, serta untuk berbagi konten, berita, foto, dan lainnya dengan orang lain secara daring (h.8). Media sosial juga berperan sebagai ruang komunitas daring di mana individu dapat berkumpul untuk bertukar pengetahuan, informasi, dan pendapat (Kurniasari & Nisa, 2023, h.3).

2.1.2 Instagram

Instagram berasal dari kata "insta" dan "gram." "Insta" merujuk pada istilah instan, sementara "gram" diambil dari kata telegram, yang berfungsi untuk membagikan informasi dengan cepat dan mudah kepada orang lain (Kartini dkk., 2022, h.21). Instagram merupakan salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia. Menurut survei yang dilakukan oleh *We Are Social* pada Januari 2019, Instagram menempati posisi keempat sebagai media sosial yang paling aktif digunakan oleh pengguna internet di Indonesia, setelah YouTube, WhatsApp, dan Facebook (Helianthusonfri, 2020, h.1).



Gambar 2.1 *We Are Social*
 Sumber: Helianthusonfri (2020)

Menurut Atmoko (2012) Instagram adalah aplikasi yang berfungsi sebagai media sosial dengan fungsi sama seperti Twitter, namun perbedaannya terletak pada fokus pengambilan foto sebagai sarana untuk berbagi informasi kepada penggunanya (h.10). Instagram memanfaatkan teknik pengolahan foto dan video, sehingga pengguna dapat mengakses informasi dengan cara yang efektif (Ferlitasari, 2018, h.1) dan Instagram dapat memberikan inspirasi serta meningkatkan kreatifitas penggunanya (Sidiq, 2017, h.18).

Dalam aplikasi Instagram terdapat beberapa fitur, dalam perancangan media informasi ini penulis menggunakan tiga fitur di Instagram, yaitu Instagram *feeds*, Instagram *reels*, dan Instagram *stories*. Berikut fitur yang tersedia di Instagram (<https://about.instagram.com/features>, 2024).

1. Instagram *Feeds*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan momen sehari-hari, foto, dan video, serta berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya. Fitur ini menyediakan informasi ukuran yang dapat disesuaikan oleh pengguna saat ingin mengunduh sesuatu.

Tabel 2.1 Instagram Feeds

Jenis Feeds	Rasio Ukuran Gambar	Resolusi
Foto (persegi)	1:1	1080 x 1080 piksel
Foto (landscape)	1,91:1	1080 x 608 piksel
Foto (portrait)	4:5	1080 x 1350 piksel
Video (square)	1:1	1080 x 1080 piksel
Video (landscape)	1,91:1	1080 x 608 piksel
Video (portrait)	4:5	1080 x 1350 piksel

Sumber: <https://about.instagram.com/features>

2. Instagram *Reels*

Fitur ini memudahkan pengguna untuk berkreasi dalam mengedit video pendek melalui smartphone, bahkan memungkinkan mereka untuk menambahkan audio atau musik ke video yang dibuat. Jenis *feeds* Video (portrait), rasio ukuran gambar 9:16, dan resolusi 1080 x 1920 piksel.

3. Instagram *Stories*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan momen sehari-hari, foto, dan video, serta berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya. Jenis *feeds* Foto dan Video (*portrait*), rasio ukuran gambar 9:16, dan resolusi 1080 x 1920 piksel.

2.2 Desain Komunikasi Visual

Menurut Tinarbuko (2015), Desain Komunikasi Visual merupakan ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ekspresi kreativitas, yang diterapkan melalui berbagai media komunikasi visual. Ini melibatkan pengolahan elemen desain grafis, seperti gambar (ilustrasi), teks, warna, komposisi, dan tata letak, untuk menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio-visual kepada audiens yang ditargetkan. Sebagai bagian dari seni terap, desain komunikasi visual fokus pada perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual (h.5).

2.2.1 Elemen Desain

Menurut Landa (2010) garis (line), bentuk (shape), warna (color), dan tekstur (texture) merupakan elemen penting yang membentuk desain dua

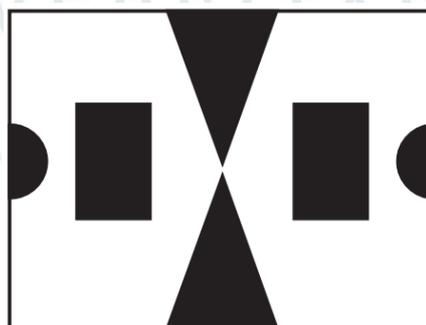
dimensi (h.16). Tanpa pemahaman tentang dasar-dasar seperti elemen dan prinsip desain grafis, komunikasi visual yang dihasilkan akan menjadi tidak efektif, kurang komunikatif, dan pesan tidak akan tersampaikan dengan baik kepada audiens (Richard, 2012, h.10-11). Dalam perancangan ini elemen-elemen desain digunakan sebagai acuan untuk membuat desain media informasi.

2.2.2 Prinsip Desain

Menurut Landa (2010) untuk menyusun berbagai elemen desain, terdapat prinsip-prinsip yang saling terkait dan harus diterapkan secara bersamaan. Prinsip-prinsip tersebut mencakup keseimbangan, kesatuan, penekanan atau hierarki visual, serta irama (h.24). Dalam perancangan ini prinsip-prinsip desain digunakan sebagai acuan untuk membuat desain media informasi.

2.2.2.1 Keseimbangan

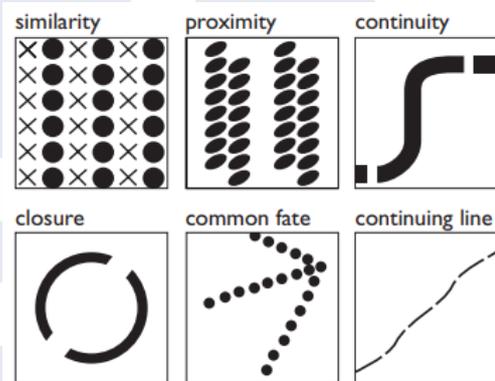
Keseimbangan atau balance merujuk pada penyebaran berat visual yang harmonis antara dua sisi sumbu. Audiens cenderung lebih sensitif terhadap ketidakseimbangan, sehingga penting untuk mempertimbangkan keseimbangan saat membuat komposisi. Faktor-faktor yang memengaruhi keseimbangan visual meliputi dimensi, bentuk, nilai, warna, dan tekstur (Landa, 2010, h.25).



Gambar 2.2 Keseimbangan
Sumber: Landa (2010)

2.2.2.2 Kesatuan

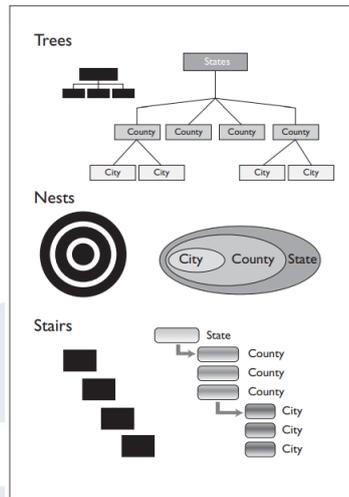
Kesatuan atau unity muncul ketika seluruh elemen desain berfungsi bersama dengan cara yang harmonis. Otak manusia secara alami cenderung mengaitkan apa yang dilihatnya satu sama lain. Kesatuan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti posisi, alur, konsistensi, bentuk, dan warna (Landa, 2010, h.31).



Gambar 2.3 Kesatuan
Sumber: Landa (2010)

2.2.2.3 Hierarki visual

Hirarki visual atau visual hierarchy merujuk pada pengaturan elemen-elemen visual sedemikian rupa sehingga menonjolkan elemen tertentu. Elemen yang diberi perhatian utama adalah yang menjadi fokus dalam desain visual untuk mengatur proporsinya. Penekanan pada elemen ini dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti isolasi, penempatan, ukuran, kontras, panduan visual, struktur diagram, struktur berlapis, dan struktur bertingkat (Landa, 2010, h.28).



Gambar 2.4 Hierarki visual
Sumber: Landa (2010)

2.2.2.4 Irama

Ritme atau rhythm tercipta melalui penggunaan pola yang berulang. Pengulangan pola ini mendorong audiens untuk mengeksplorasi karya secara lebih mendalam. Berbagai elemen dapat digunakan untuk membangun ritme, termasuk warna, tekstur, pola, dan lainnya (Landa, 2010, h.30).

Yusa dkk., (2023, h.155) membagi beberapa prinsip desain untuk Instagram sebagai berikut:

2.2.2.5 Tujuan Konten

Memahami tujuan konten adalah kunci dalam desain grafis untuk media sosial. Ini berarti mengetahui maksud dari setiap konten yang dibuat, apakah untuk meningkatkan kesadaran merek, mendorong penjualan, atau meningkatkan interaksi pengguna. Dengan pemahaman yang baik tentang tujuan ini, desainer dapat membuat desain yang tepat dan efektif. Misalnya, jika tujuannya adalah meningkatkan interaksi, desainer perlu menekankan elemen visual yang mendorong partisipasi, seperti menambahkan pertanyaan dalam gambar atau menggunakan ajakan bertindak yang jelas.

2.2.2.6 Tipografi yang Efektif untuk Media Sosial

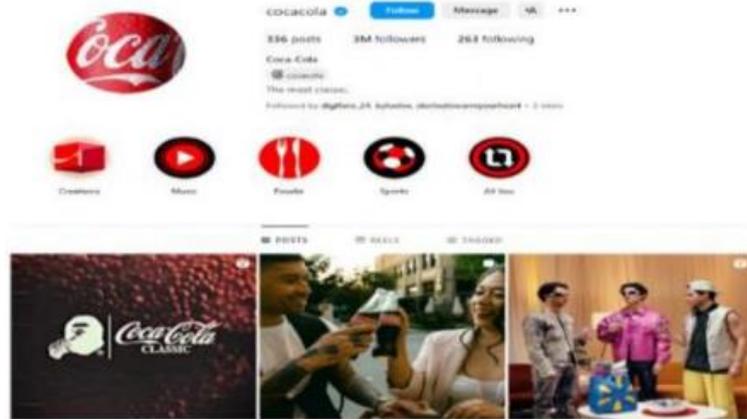
Tipografi yang efektif adalah prinsip kunci dalam desain grafis untuk media sosial. Memilih jenis huruf yang tepat dapat memengaruhi daya tarik dan kesan keseluruhan dari konten. Font yang mudah dibaca dan sesuai dengan identitas merek dapat meningkatkan daya tarik konten. Sebagai contoh, saat membuat kutipan atau teks menonjol pada gambar, menggunakan font yang menarik namun tetap mudah dibaca akan meningkatkan efektivitas pesan tersebut.



Gambar 2.5 Tipografi yang Efektif untuk Media Sosial
Sumber: <https://www.instagram.com/pizzahut.indonesia/>

2.2.2.7 Pemilihan Warna yang Menarik dan Konsisten

Pemilihan warna yang menarik dan konsisten merupakan elemen penting dalam desain grafis untuk media sosial. Warna berperan dalam menarik perhatian pengguna dan membantu membentuk identitas merek. Menggunakan palet warna yang selaras dengan merek akan menciptakan kesan yang kuat. Sebagai contoh, Coca-Cola dengan warna merah ikoniknya sangat mudah dikenali dan diingat oleh pengguna.



Gambar 2.6 Instagram Coca-Cola
 Sumber: <https://www.instagram.com/cocacola/>

2.2.2.8 Komposisi Visual yang Memikat

Komposisi visual yang menarik melibatkan penataan elemen desain secara harmonis untuk menghasilkan daya tarik yang kuat. Penempatan yang cermat dari gambar, teks, dan elemen lainnya dapat meningkatkan keseluruhan estetika konten. Contohnya, saat merancang iklan untuk media sosial, menjaga keseimbangan antara gambar produk dan teks penawaran dapat meningkatkan kejelasan pesan yang ingin disampaikan.



Gambar 2.7 Iklan Produk Xiaomi
 Sumber: <https://www.mi.co.id/id/product/xiaomi-watch-2-pro/>

2.2.2.9 Penggunaan Gambar dan Grafis yang Relevan

Penggunaan gambar dan grafik yang sesuai adalah prinsip kunci dalam desain grafis untuk media sosial. Memilih gambar atau grafik yang relevan dengan konten dan audiens dapat meningkatkan daya tarik serta pemahaman pesan yang disampaikan. Sebagai contoh, dalam konten yang berkaitan dengan kebugaran dan kesehatan, penggunaan gambar yang mencerminkan gaya hidup sehat akan lebih menarik bagi audiens yang tertarik pada topik tersebut.

2.2.3 Layout

Menurut Ambrose & Harris (2005) Layout adalah gabungan antara gambar dan teks yang diatur sedemikian rupa pada sebuah halaman. Penggunaan layout mencerminkan kebiasaan manusia dalam mengorganisasi dan menyusun sesuatu sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Tujuan dari layout adalah agar pembaca dapat dengan mudah memahami informasi yang kompleks (h.108).

2.2.3.1 Grids Instagram

Menurut Adi (2022) apabila grid Instagram disusun dengan menarik dan memiliki konsep yang jelas, pengunjung akan lebih lama menghabiskan waktu di akun tersebut. Di samping itu, tampilan grid yang terstruktur dengan baik akan memberikan kesan yang profesional dan tidak terlihat sembarangan (h.36). Adi (2022) menjelaskan beberapa jenis grid Instagram sebagai berikut: (h.36-38)

1. *Checkerboard Feed*

Konsep grid feed ini mirip dengan pola ubin pada lantai. Sebagai contoh, jika urutan posting mencakup foto dan kutipan, tampilan grid akan terlihat estetik seperti ubin lantai yang memiliki motif yang teratur.



Gambar 2.8 Checkerboard Feed
Sumber: Adi (2022)

2. *Square*

Konsep tampilan setiap feed terdiri dari foto atau video yang memiliki palet warna yang harmonis. Tidak diperlukan teks, ornamen, atau elemen desain tambahan lainnya. Namun, setiap posting harus menggunakan warna, efek, dan filter yang serasi.



Gambar 2.9 Square
Sumber: Adi (2022)

3. *Puzzle*

Desain tampilan grid ini menyerupai puzzle. Pengunjung dapat melihat keseluruhan desain saat mereka mengunjungi

grid Instagram. Namun, bagi kun baru, perlu berhati-hati dalam menerapkan konsep ini. Setiap posting yang dibagikan mungkin terlihat mengganggu jika gambarnya tidak memiliki makna yang jelas. Alternatifnya, menerapkan konsep di mana hanya latar belakang feed yang membentuk puzzle, sementara detail gambar di setiap posting memiliki desain yang berbeda.



Gambar 2.10 Puzzle
Sumber: Freepik (2024)

2.2.4 Tipografi

Menurut Poulin (2012) tipografi adalah proses merancang huruf, angka, dan tanda baca yang berfungsi secara bersama-sama untuk membentuk teks dalam suatu karya tulis (h.247). Dalam tipografi, terdapat dua aspek penting yang perlu diperhatikan sebelum diterapkan, yaitu legibility dan readability. Legibility merujuk pada sejauh mana karakteristik huruf dapat dikenali dengan mudah oleh pembaca dan membedakan satu huruf dengan yang lainnya. Sementara itu, readability berkaitan dengan kenyamanan saat membaca, di mana teks harus mudah dipahami dan enak untuk dibaca (Supriyono, 2010, h.24).

2.2.4.1 Klasifikasi Tipografi

Menurut Landa (2019, h.38) Terdapat berbagai macam jenis tipografi yang telah digunakan sepanjang sejarah, dan

jumlahnya semakin bertambah seiring perkembangan zaman. Jenis-jenis tipografi ini antara lain sebagai berikut:

1. *Old Style*

Jenis yang terdiri dari *Caslon*, *Garamond*, *Hoefler Text* dan *Times New Roman*

2. *Transitional*

Peralihan dari gaya tipografi *Old Style* ke gaya *Modern* mencakup beberapa jenis, antara lain *Baskerville*, *Century*, dan *ITC Zapf International*.

3. *Modern*

Jenis tipografi yang berlawanan dengan *Old Style* meliputi *Didot*, *Bodoni*, dan *Walbaum*.

4. *Slap Serif*

Jenis tipografi ini memiliki karakteristik yang khas pada ketebalannya, termasuk *American Typewriter*, *Memphis*, *ITC Lubalin Graph*, *Clarendon*, dan *Bookman*.

5. *Sans Serif*

Jenis tipografi ini tidak memiliki serif dan ditandai dengan perbedaan ketebalan *stroke* yang konsisten. Contohnya termasuk *Helvetica* dan *Futura*.

6. *Script*

Jenis tipografi ini meniru tulisan tangan manusia dan memiliki karakteristik yang mencerminkan gaya penciptanya. Contohnya meliputi *Brush Script*, *Allegro Script*, dan *Snell Roundhand Script*.

2.2.4.2 Pengaplikasian Tipografi di Media Feeds Instagram

Menurut Sulaiman dkk., (2023) sebuah perusahaan e-commerce yang menyediakan marketplace untuk pengusaha, dirancang dengan kesan formal dan profesional. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan di kalangan calon pelaku usaha. Meskipun demikian, citra profesional tersebut tidak terkesan kaku,

melainkan lebih bersifat menyenangkan. Untuk mencapai itu, dipilihlah typeface Poppins, yang merupakan sans-serif dan memberikan kesan profesional berkat keterbacaan yang baik serta jarak antar huruf yang tepat, sehingga memudahkan penyampaian pesan.



Gambar 2.11 Pengaplikasian Tipografi di Media Feeds Instagram
Sumber: Sulaiman (2023)

2.2.5 Warna

Menurut Landa (2010) warna merupakan sifat atau deskripsi dari energi cahaya yang hanya dapat kita lihat jika ada cahaya, sementara warna yang tampak pada permukaan objek di sekitar kita berasal dari cahaya yang dipantulkan, di mana saat cahaya mengenai objek, sebagian diserap dan cahaya yang tidak diserap dipantulkan menjadi warna yang kita lihat, contohnya tomat yang menyerap semua cahaya kecuali cahaya merah, sehingga warna merah yang terlihat merupakan cahaya yang dipantulkan, sehingga warna yang dipantulkan ini dikenal sebagai warna subtraktif atau bisa disebut warna yang berasal dari pigmen (h.19).



Gambar 2.12 Warna Subtraktif
Sumber: Landa (2010)

Laure dan Pentak (2011, h.260) mendefinisikan warna menjadi 3 kategori warna premier, warna sekunder, dan warna tersier:

1. Warna Premier

Warna utama, yang dikenal sebagai warna primer, terdiri dari merah, biru, dan kuning. Dengan mengombinasikan dua atau tiga dari warna primer ini, kita bisa menciptakan semua warna lainnya. Ketika ketiga warna tersebut digabungkan, hasilnya adalah cahaya putih.

2. Warna Sekunder

Warna sekunder adalah warna yang dihasilkan dari penggabungan dua warna primer.

3. Warna Tersier

Warna tersier adalah warna yang dihasilkan dari penggabungan antara warna primer dan warna sekunder.

2.2.6 Fotografi

Menurut Nugroho & Nanda.,dkk (2024) fotografi merupakan kegiatan atau proses menciptakan seni gambar atau foto menggunakan cahaya sebagai media, dengan alat yang disebut kamera, untuk mencapai tujuan tertentu (h.125). Fotografi dalam Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan hal yang penting dan digunakan dalam membuat elemen-elemen visual (Harsanto, 2019, h.25).

2.2.6.1 Fotografi Desain

Menurut Harsanto (2019) fotografi desain merupakan alat komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada orang lain, dengan memanfaatkan media yang hanya dapat dipahami melalui indra penglihatan. Fotografi desain memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai alat visual dan sebagai sarana komunikasi (h.26-27).

1. Visual

Istilah "visual" merujuk pada segala sesuatu yang dapat dilihat dan dipersepsikan oleh indra penglihatan atau mata.

2. Komunikasi

Komunikasi adalah aktivitas yang melibatkan penyampaian informasi yang mengandung pesan dan ide dari satu pihak ke pihak lainnya, dengan tujuan untuk saling memahami, berbagi, dan mencapai kebersamaan.

2.2.6.2 Unsur Fotografi

Sebagai desain grafis yang mengikuti prinsip-prinsip desain, Karyadi (2017, h.12-15) menyebutkan bahwa fotografi memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

1. Komposisi

Komposisi foto terdiri dari berbagai elemen yang disusun sedemikian rupa, sehingga keseimbangan antara komponen gambar dapat menyampaikan makna yang jelas (h.32).

2. Sumber Cahaya

Cahaya adalah unsur yang paling krusial dalam fotografi, karena cahaya dapat berasal dari sumber alami seperti matahari, serta sumber buatan seperti *blitz*, lilin, dan lampion.



Gambar 2.13 Sumber Cahaya
Sumber: Karyadi (2017)

Terdapat beberapa metode untuk mengambil foto seperti (Cahaya Depan, Cahaya Belakang, Cahaya Atas, Cahaya Bawah, Cahaya Samping).

3. Fungsi dan Tujuan

Harsanto (2019, h.16-19) mengatakan fotografi memiliki 3 tujuan yakni:

a. Periklanan

Fotografi promosi berhubungan dengan iklan karena mampu menyampaikan identitas perusahaan yang kuat dan memberikan bukti yang meyakinkan. Sementara itu, fotografi periklanan sering menggunakan gambar yang sederhana namun tetap komunikatif, sehingga mudah dipahami oleh audiens.

b. Jurnalistik

Fotografi jurnalistik memiliki tujuan untuk melaporkan peristiwa sosial yang mencerminkan keadaan sebenarnya dan dilakukan tanpa adanya manipulasi.

c. Dokumentasi

Fotografi Dokumentasi memiliki tujuan untuk mendokumentasikan peristiwa yang terjadi di masa lalu dan saat ini. Kekuatan warna dalam foto menjadi elemen krusial untuk mendukung peran dokumentasi.

2.2.6.3 Gambar Digital

Khairunnisa dkk., (2023, h.141) menyatakan bahwa gambar digital adalah representasi visual yang terdiri dari piksel yang menyimpan informasi warna dan kecerahan. Dihasilkan melalui digitalisasi dan perangkat seperti kamera digital, gambar ini disimpan dalam format seperti JPEG dan PNG. Aplikasi gambar digital dalam desain grafis, animasi, dan pengolahan citra medis menunjukkan pentingnya pemahaman konsep ini di era teknologi yang terus berkembang.

a. *Bit/Color Resolution*

Bit adalah ukuran jumlah bit yang disimpan per piksel, menunjukkan jumlah warna yang dapat ditampilkan secara bersamaan di layar. Semakin banyak bit yang digunakan, semakin banyak variasi warna yang dapat ditampilkan.

b. *Device/Output Resolution*

Bit adalah ukuran jumlah bit yang disimpan per piksel, menunjukkan jumlah warna yang dapat ditampilkan secara bersamaan di layar. Semakin banyak bit yang digunakan, semakin banyak variasi warna yang dapat ditampilkan.

c. *Screen Resolution*

Screen resolution mengacu pada jumlah dpi dalam halftone yang digunakan oleh layar untuk menampilkan gambar abu-abu atau separasi warna.

Resolusi layar diukur dalam satuan lines per inch (lpi).

d. *Image Resolution*

Image resolution menunjukkan jumlah informasi yang tersimpan untuk setiap warna, diukur dalam satuan pixels per inch (ppi). Semakin tinggi resolusi

gambar, semakin besar ukuran file yang dihasilkan, yang dapat mempengaruhi waktu pemuatan dan pencetakan. Contoh ukuran resolusi gambar adalah 640 x 480, 800 x 600, dan 1024 x 768.

2.3 Vespa Klasik

Menurut Dini (2012) Vespa adalah merek skuter yang berasal dari Italia, dan diproduksi oleh perusahaan Piaggio sejak tahun 1946, Vespa tetap menjadi pilihan transportasi yang menarik bagi banyak orang, baik dari segi desain maupun pengalaman berkendara (h.99). Di Indonesia, Vespa juga telah mendapatkan apresiasi, terutama ketika pemerintah memberikan sepeda motor Vespa kepada kontingen Pasukan Penjaga Perdamaian Indonesia (Suandito, 2020, h.28).

2.3.1 Komunitas dan Pengguna

Menurut Kartajaya (2015) komunitas memainkan peran penting dalam kelangsungan merek dan produk Vespa. Saat seseorang membeli Vespa, mereka otomatis menjadi bagian dari komunitas dan menjalin ikatan persaudaraan dengan sesama pengguna Vespa (h.328).

2.3.2 Touring Vespa Klasik

Menurut Kartajaya (2015) pengguna Vespa klasik melakukan kegiatan berkumpul, berbagi ilmu mengenai Vespa klasik, Touring ataupun mengadakan berbagai kegiatan sosial (h.328). The University of Michigan (2005, h.67) menjeleaskan bahwa pengguna Vespa klasik menikmati acara Touring yang diselenggarakan oleh klub.

2.4 Penelitian Yang Relevan

Untuk menguatkan dasar penelitian dan menyoroti kebaruan dari studi ini, penting untuk meninjau penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dibahas. Dalam subbab ini, akan dibahas beberapa penelitian sebelumnya yang secara signifikan berkontribusi pada pemahaman mengenai Vespa klasik.

Tabel 2.2 Penelitian Yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Perancangan Buku Sejarah Vespa Di Indonesia	Situmorang, Lutfi Yohanes (2016)	Hasil penelitian mengungkapkan kurangnya pemahaman pengguna Vespa tentang sejarah dan perkembangan Vespa di Indonesia. Buku ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang Vespa dan menjadi referensi bermanfaat.	Mengembangkan dalam bentuk media sosial, dan memfokuskan topik mengenai <i>Touring</i> .
2.	Perancangan Buku Pengetahuan Dasar Menangani Masalah Vespa Klasik	Cahyo Nugroho, Agung (2019)	Penelitian ini bertujuan merancang buku edukatif yang mengajarkan cara menangani masalah mesin Vespa, ditujukan untuk pengguna usia 17-30 tahun, agar lebih mudah dipahami dibandingkan buku sebelumnya.	Menekankan pada target usia 18-25 tahun, melalui media sosial.
3.	Ikatan Kekeluargaan Vespa Extreme Jakarta	Marshell, Josua (2023)	Penelitian bertujuan untuk mengembangkan aplikasi web yang menerapkan metode forward chaining untuk mendeteksi kerusakan berdasarkan gejala yang muncul.	Mengadaptasi informasi melalui media sosial untuk pengguna Vespa klasik