

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri otomotif ialah merancang mengembangkan, memproduksi, memasarkan, dan menjual serta melakukan purna jual kendaraan bermotor. Pengertian otomotif jika dilihat dari fungsi kata otomotif yang berkedudukan sebagai kata sifat, otomotif merupakan sesuatu yang berhubungan dengan alat yang dapat berputar atau bergerak dengan sendirinya. Otomotif biasanya akan dikaitkan dengan motor atau mesin yang dapat menggerakkan benda yang lebih besar daripada mesin/motor penggerak tersebut. Otomotif juga mempunyai kaitan yang sangat erat dengan dunia industri dan transportasi di mana kedua bidang tersebut pada umumnya akan menggunakan tenaga mesin atau motor untuk menggerakkan alat pada mobil, motor, bus, dan alat-alat besar yang sering kali digunakan di industri-industri besar.

Daryanto (2009) menjelaskan bahwa perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin mengglobal membawa dampak pada dunia usaha, perkembangan pesat industri otomotif di Indonesia membuat tingkat persaingannya menjadi ketat. Karena adanya perkembangan dan kemajuan teknologi, dunia usaha dituntut untuk selalu dapat bersaing dalam hal peningkatan mutu produk barang dan jasa. Dimana para perusahaan dalam bidang dealer mobil terus melakukan inovasi terhadap produknya. Hal ini terlihat dari semakin beraneka ragamnya merek dan jenis mobil di Indonesia. Akibatnya konsumen semakin selektif dalam

memilih produk yang akan dibeli. Banyaknya produk yang memiliki kesamaan bentuk, kegunaan dan fitur-fitur lain membuat konsumen kesulitan untuk membedakan produk. Inovasi produk terus dilakukan oleh para perusahaan mobil untuk menarik perhatian konsumen dan tentu saja agar konsumen bersedia membeli produk yang dihasilkan. Berbagai merek beredar di seluruh dunia sampai dengan akhir dekade 1960 merek- merek yang mendominasi pasaran sedan di Indonesia adalah sedan-sedan buatan Amerika, dan juga Eropa. Tetapi dengan mulai masuknya sedan buatan Jepang pada awal dekade 1970 maka dominasi pemasaran sedan di Indonesia mulai beralih ke merek Jepang

Salah satunya inovasi pada desain Honda Civic, Honda Civic merupakan mobil yang diproduksi oleh Honda Motor Co. Sejarah Honda Civic diawali dengan diperkenalkannya *coupe* 2 pintu pada Juli 1972 dan kemudian diikuti dengan versi hatchback 3 pintu pada bulan September 1972. Mobil Honda Civic merupakan mobil sedan yang menganut sistem gerak roda depan, dimana mesinnya diletakan melintang. Hal ini bertujuan untuk menyamakan mobil yang terbilang kecil namun

menyediakan ruang interior yang cukup luas. *Sporty*, futuristik, modern, nyaman, lincah, irit, interior lega dan lainnya, Itulah yang digambarkan dari sebuah mobil Honda yang diberi nama Civic. Sedan yang berasal dari Jepang tersebut telah sukses mencuri hati pemakainya di seluruh dunia. Dengan terus dilakukan perbaikan dari jaman ke jaman, bisa dibilang Honda Civic merupakan salah satu mobil terlaris di dunia. Hal tersebut tidak bisa dipungkiri karena beberapa faktor yang mempertahankan Honda Civic terus diminati bagi sejumlah pengguna maupun penggemarnya.

Seiring berkembangnya waktu produsen Honda telah melakukan banyak inovasi pada desain Honda Civic, hingga saat ini Honda Civic sudah memasuki generasi kesepuluh yang diluncurkan pada tahun 2016 dengan kode bodi FC dan FK, model ini jadi model yang paling baru. Mesinnya memakai 1.500 cc, 4 silinder turbo. Pada generasi ini juga, Honda merayakan 43 tahun kehadiran Civic di dunia otomotif Internasional. Jika dilihat dari tampilan, model ini punya desain yang cukup gahar dan sangat *sporty*. Tak heran banyak orang yang menyukai desain terbaru Civic ini. Dari ukuran, model ini mendapatkan ukuran yang lebih panjang. *Wheelbasenya* memanjang 1,2 inci serta bodinya melebar hampir 2 inci. Ruang kabinnya pun cukup lega, nyaman digunakan. Untuk harganya sendiri, model ini dijual dengan harga 600 juta rupiah. Sedangkan untuk versi Type-R harganya bisa mencapai 1 Milyar. Jika dibandingkan dengan generasi kesembilan dengan kode bodi FB, FG dan GK, terlihat sangat jauh sekali perbedaan desainnya. Di generasi kesepuluh ini Honda Civic Turbo terlihat punya desain yang sangat *sporty*. Hal tersebut dapat dilihat dari bagian depan, samping, dan belakangnya yang punya

banyak lekukan tajam, lekuk tajam ini terlihat cukup menjadikannya mobil yang punya nuansa *sporty*. Desain *sporty* pada Honda Civic gen 10 menjelaskan citra yang menyolok pada suatu produk. Melalui slogan mereka “*The Power of Dreams*”, Honda mencoba mewujudkan keinginan dan kebutuhan dari pelanggan mereka.

Timbulnya perilaku konsumen yang semakin berkembang terus sedikit demi sedikit (Roberts, 2004). Sedikit demi sedikit, konsumen makin peka dengan isu- isu seperti desain, kualitas, harga, kemudahan penggunaan (*usability*), inovasi, ketersediaan (*availability*), dan keamanan (*safety*). Proses ini menekankan pada hubungan tak berwujud yakni hubungan emosional antara produk dengan user (Ürgen, 2006). Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa masyarakat menilai sebuah produk lebih dari sekedar fungsi, yakni karena adanya hubungan emosi dengan suatu produk. Emosi berperan dalam pengambilan keputusan yang dilakukan seseorang terhadap suatu produk

Menurut penjelasan diatas menjadikan salah satu faktor alasan untuk dilakukan penelitian yang berobjek Honda Civic Gen 10. Selain itu ketertarikan lain untuk meneliti penelitian ini adalah karena ketertarikan pribadi.



Gambar 1. 1 Komponen Honda Civic Gen 10 Yang Mengacu Pada Aspek Sporty
(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pada desain Honda Civic gen 10 terdapat konsep visual yang penuh makna salah satunya yakni pada bentuk desain bodi , lampu depan belakang yang membuatnya tampak *sporty* dan terlihat lebih dewasa sebagai elemen yang disajikan (*presented*).
2. Mengidentifikasi potensi-potensi yang dikandung dari form elemen dan sistem desain visual yang memancarkan stimulus yang signifikan terhadap tampilan/ image *sporty*

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dibatasi pada produk Honda Civic gen 10
2. Berfokus untuk meneliti aspek-aspek *sporty* pada desain Honda Civic Gen 10

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tampilan desain kendaraan dengan kandungan sifat *Sporty* dapat mempengaruhi persepsi pengguna dan pengamatnya?

1.5 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan studi pustaka untuk mengumpulkan data. Sumber data tambahan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara kepada pihak terkait dan juga menggunakan sumber tertulis seperti sumber buku, jurnal, dan dokumen.

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk meneliti aspek *Sporty* pada bentuk desain Honda Civic Gen 10
2. Mengurai elemen-elemen desain visual dari objek Honda Civic gen 10, seperti Struktur bentuk desain bodi secara keseluruhan dan elemen-elemen yang berpotensi memancarkan stimulus-stimulus yang mengandung sifat-sifat *sporty*

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan serta edukasi dalam berbagai bidang khususnya pada bidang desain, yaitu diantaranya:

1. Menjadi rujukan serta referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan topik, obyek dan metodologi yang serupa, terutama mengenai sebuah objek desain (visual)
2. Memberikan informasi terhadap instansi yang bersangkutan, masyarakat, mahasiswa dan pihak-pihak lain mengenai otomotif dalam bidang desain, khususnya industri mobil di Indonesia.

1.8 Sistematika Penulisan

Hasil dari penelitian ini, dituangkan dalam laporan yang disusun berdasarkan sistematika penulisan berikut ini:

1. **BAB I PENDAHULUAN** Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, metode penelitian, kerangka penelitian, tujuan dan manfaat
2. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA** Bab ini berisikan tentang penjabaran penelitian yang menyangkut dan mendukung dari objek yang diteliti.
3. **BAB III METODE PENELITIAN** Bab ini merupakan bab yang secara khusus membahas tentang metode yang digunakan dalam penelitian
4. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN** Bab ini merupakan bab yang secara khusus membahas tentang kasus/objek penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN Bab ini berisi kesimpulan dari semua pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya dan memberikan sedikit saran yang bersifat membangun