BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman yang modern ini industri otomotif merupakan sebagian industri yang tak lepas dari kencangnya arus perubahan. Perubahan dan perkembangan tersebut di latar belakangi salah satunya oleh globalisasi yang kian pesat, menuntut umat manusia untuk selalu melakukan inovasi dan kreasi dengan ilmu pengetahuannya. Perubahan industri otomotif tidak saja hanya dipengaruhi oleh manusia saja, namun juga dipengaruhi oleh budaya (*lifestyle*) dan tekonologi. Menurut Dunlop (1962) "Pengaruh perubahan teknologi telah menjadi kontroversi sejak awal revolusi industri. Keberagaman pandangan ini mencerminkan fakta bahwa perubahan teknologi seringkali memiliki efek yang berbeda pada berbagai kelompok di dalam masyarakat". Dalam dunia otomotif, perubahan teknologi ini menjadi sebuah arus industri yang mampu merubah pola hidup masyarakat, terutama masyarakat urban yang sangat erat dengan dibutuhkannya kemudahan dalam menjalani aktifitasnya.

Otomotif merupakan ilmu yang mempelajari tentang mesin kendaraan bermotor seperti mobil dan sepeda motor. Otomotif juga memiliki berbagai disiplin ilmu yang lebih spesifik tentang komponen dari sistem yang terkandung dalam kendaraan

bermotor (Daryanto, 2009). Industri otomotif mendorong perubahan dan perkembangan industri-industri pendukungnya untuk bergerak secara cepat ke arah teknologi tinggi dan modernisasi. Industri otomotif memerlukan teknologi canggih dalam setiap rantai proses perakitannya. Industri pendukung otomotif sendiri cakupannya sangat luas, karena meliputi terhadap industri besar, menengah maupun industri skala kecil. Industri pendukung tersebut berada di hulu dan hilir antara lain seperti besi, baja, non-ferros, plastik, karet, kaca, tekstil, permesinan, suspensi, industri serat fiber, industri kimia, industri komputer dan telekomunikasi, elektronik dan industri komponen lainnya merupakan industri dasar bagi terbentuknya industri otomotif. Sehingga industri ini dapat menyerap banyak tenaga kerja dan modal yang besar dan merata, termasuk di Indonesia.

Kendaraan bermotor pertama hadir di Indonesia (Hindia Belanda) tahun 1893. Orang pertama yang memiliki kendaraan bermotor di Indonesia adalah orang Inggris, John C Potter, yang bekerja sebagai Masinis Pertama di Pabrik Gula Oemboel, Probolinggo, Jawa Timur.



Gambar I.1 John C. Potter adalah salah satu dari dua orang laki-laki dalam mobil kuno ini

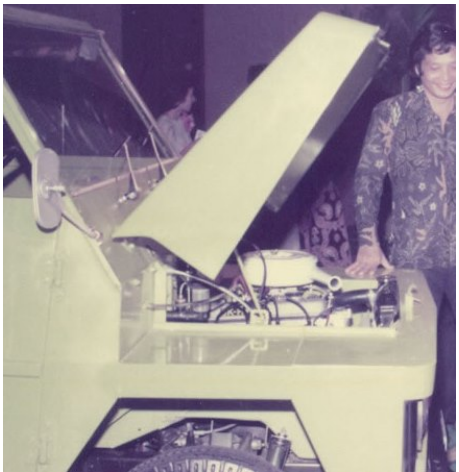
(Sumber: http://www.historyworld.net/about/sources.asp, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016)

Potter memesan langsung sepeda motornya ke pabriknya, Hildebrand und Wolfmuller, di Muenchen, Jerman. Potter pun satu-satunya orang yang menggunakan kendaraan bermotor di Indonesia pada saat itu. Industri otomotif di Indonesia pula mengalami perubahan yang dimulai tahun 1920 ketika *General Motors* (GM) mendirikan pabrik perakitan Chevrolet di Tanjoeng Priok, lalu pada 1953 DR Hasyim Ning mendirikan pabrik perakitan kedua PT Indonesia Service Company dan menjadi distributor berbagai merk mobil mulai dari Ford dan Fiat, sehingga dikenal sebagai Raja Mobil Indonesia yang selalu menguasai pangsa pasar domestik hingga 1970. Kemudian pada tahun 1969, William Soeryadjaja pendiri Astra (1957) membeli pabrik General Motors 1927 dari status BUMN PN Gaya Motor menjadi bagian dari imperium otomotif Astra yang menggantikan Hasyim Ning sebagai Raja Mobil Indonesia hingga 1991.

PT Toyota-Astra Motor atau biasa disingkat dengan TAM merupakan Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) Mobil Toyota di Indonesia. PT Toyota-Astra Motor diresmikan pada tanggal 12 April 1971. Peranan TAM semula hanya sebagai importir kendaraan Toyota, namun setahun kemudian sudah berfungsi sebagai distributor. Saat itu Toyota berupaya untuk memasuki pangsa pasar mobil Indonesia yang murah namun dapat digunakan untuk berbagai keperluan, sehingga Toyota mulai memasarkan Toyota Kijang di Indonesia. Toyota Kijang sendiri berawal ketika

Toyota berhasil membuat kendaraan angkutan sederhana yang pertama kali diperkenalkan di Filipina dengan nama Toyota Tamaraw pada tahun 70-an, namun karena satu lain hal Tamaraw tidak begitu sukses di antara masyarakat Filipina. Setelah itu, Toyota mulai mencoba kembali, namun untuk pangsa pasar Indonesia akan kendaraan 'merakyat' tersebut dengan nama yang disesuaikan dengan masyarakat Indonesia, yaitu Toyota Kijang. Hasilnya, Toyota Kijang berhasil menarik minat serta memenuhi keinginan masyarakat Indonesia, karena beberapa keunggulan yang sesuai dengan kebutuhan indonesia, diantaranya Toyota Kijang dapat digunakan untuk mengangkut barang maupun penumpang (multimoda), material dan konstruksi mobil yang kuat, mudah dalam perakitan dan pencarian suku cadangnya.

Tepatnya tahun 1977 Toyota pertamakali meluncurkan Toyota Kijang generasi pertamanya dalam acara Pekan Raya Jakarta 1975, dengan disaksikan oleh Mantan Presiden RI, Soeharto, dan Mantan Gubernur DKI Jakarta, Ali Sadikin, yang dimana mobil generasi pertama Toyota Kijang ini masih berbentuk *pick-up* namun berfungsi sebagai kendaraan yang dapat mengangkut barang atau pun penumpang (multimoda). Model ini sering dijuluki *"Kijang Buaya"* karena tutup kap mesinnya yang dapat dibuka sampai ke samping.



Gambar I.2 Kap Mesin (Bonnet) Toyota Kijang Generasi Ke-1

(Sumber: www.carmudi.co.id, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016)

Kijang generasi perdana ini diproduksi dari tahun 1977 hingga pada tahun 1981. Desain mobil ini secara umum terlihat sangat kaku dengan lekukan-lekukan pinggiran yang tajam.



Gambar I.3 Generasi Ke-1 Toyota Kijang

(Sumber: www.carmudi.co.id, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016)

Desain seperti ini dipertahan kan hingga masuk pada generasi ke-2 Toyota Kijang (1981), yang kemudian Toyota selain meluncurkan tipe pick-up meluncurkan pula varian mobil Kijang yang ber-tipe minibus atau disebut juga MPV (*multipurpose*

vehicle). Pada saat itu Toyota Kijang ini cukup menjadi primadona masyarakat Indonesia karena mobil ini terbilang ekonomis, performanya tagguh dan juga serbaguna.

Gambar I.4 

Generasi Ke-2 Toyota Kijang

(Sumber: http://www.modifisexy.com/2015/11/26/sejarah-toyota-kijang-dari-generasi-ke-generasi/, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016)

Pada sekitar tahun 1986 Toyota meluncurkan Kijang Super sebagai generasi ke-3. Disusul pada tahun 1992 yang di namai Kijang Grand atau Kijang Super. Pada generasi ke-3 ini desain mobil secara visual mulai berubah signifikan, terlihat dari eksterior *body* nya yang lebih halus pada lekukannya, dan mengarah pada bentuk-bentuk yang cukup modern. Selain itu pada generasi ke-3 ini mulai diperkenalkannya istilah Toyota *Original Body* atau Lebih dikenal dengan sebutan *full pressed body,* yakni teknologi pembuatan *body* mobil dari plat besi yang di-*press* lalu dilas tanpa menggunakan dempul sama sekali. Juga istilah sasis pendek dan sasis panjang, sehingga menjadi varian yang dapat dipilih ketika konsumen akan membeli mobil Toyota Kijang. Mayoritas pasar otomotif di Indonesia dikuasai oleh mobil minibus

atau yang sering kita sebut *multi purpose vehicle* (MPV), MPV menguasai 75% penjualan mobil di Indonesia, sisanya adalah mobil seperti sedan dan *city car*. Berdasarkan Brand, Toyota merupakan market leader dengan menguasai 37,9% pasar mobil di Indonesia, diikuti Daihatsu 14,7% dan Mitsubishi 14,1% pasar mobil. Dalam iklim persaingan industry otomotif seperti ini, Toyota mampu menjadi *market leader*, hal ini tentu bukan hal yang biasa. PT. Toyota Astra Motor melalui produk Toyota kijang meraih penghargaan indonesian customer loyalty award 2005 untuk kategori mobil non sedan berdasarkan Survey Indonesian Customer Loyalty Index 2005.



Gambar I.5 Generasi Ke-3 Toyota Kijang

(Sumber: http://www.modifisexy.com/2015/11/26/sejarah-toyota-kijang-dari-generasi-ke-generasi/, diunduh pada tanggal 7 Oktober 2016)

Penelitian mengenai objek Toyota Kijang cukup banyak dilakukan, contohnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Kijang Innova” oleh Dina Puspitasari (2010) atau “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian mobil kijang” oleh

Cece. A. Namun hingga saat ini belum ada penelitian dengan objek Toyota Kijang dari sudut pandang perkembangan desain bentuk mobil tersebut. Adapun penelitian dengan menggunakan teori mayal

Sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor alasan penulis untuk membuat penelitian yang berobjek Toyota Kijang generasi pertama (1975-1981), Toyota Kijang generasi kedua (1981-1986) dan Toyota Kijang generasi ketiga (1986-1996) dengan sudut pandang desain bentuk mobil. Selain itu ketertarikan lain untuk meneliti penelitian ini adalah karena ketertarikan pribadi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil identifikasi masalah sebagai berikut:

- Mobil Toyota Kijang antara generasi pertama, kedua dan generasi ketiga memiliki perubahan gaya desain baik interior, maupun eksterior.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil identifikasi masalah sebagai berikut:

- Aspek-aspek apa saja yang mendorong perubahan desain mobil Toyota Kijang generasi pertama, Toyota Kijang generasi kedua dan Toyota Kijang generasi ketiga.
- Apa yang berubah, apa yang tetap (dipertahankan), apa yang hilang, dan apa yang baru, dari mobil Toyota Kijang generasi pertama, Toyota Kijang generasi kedua dan Toyota Kijang generasi ketiga.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitiannya adalah:

- Mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan fenomena perubahan desain mobil Toyota Kijang generasi ke-1, Toyota Kijang generasi ke-2 dan Toyota Kijang generasi ke-3.
- Manganalisis apa yang berubah, apa yang tetap (dipertahankan), apa yang hilang, apa yang baru pada mobil Toyota Kijang generasi pertama, Toyota Kijang generasi kedua dan Toyota Kijang generasi ketiga.
-

1.5 Manfaat Penelitian

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

- Pada bidang akademis :
    - Menjadi rujukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan topik, obyek dan metodologi yang serupa. Terutama mengenai perubahan sebuah objek desain berupa otomotif.
- Pada bidang praktisi :
    - Memberikan informasi terhadap instansi yang bersangkutan, masyarakat dan pihak-pihak lain mengenai otomotif dalam bidang desain, khususnya mobil di Indonesia.

1.6 Ruang Lingkup Masalah

Berdasarkan ruang lingkup otomotif yang cukup luas, maka untuk memusatkan perhatian pada masalah yang diteliti, dibatasi masalah sebagai berikut:

- Artefak yang diteliti adalah mobil Totota Kijang yang sampai saat ini dibagi kedalam 6 (enam) periode berdasarkan generasi yang dikeluarkan oleh

perusahaan Toyota Indonesia yaitu, Toyota Kijang generasi pertama (1975-1981), Toyota Kijang generasi kedua (1981-1986), Toyota Kijang generasi ketiga (1986-1996), Toyota Kijang generasi keempat (1997-2004), Toyota Kijang generasi kelima (2004-2015) dan Toyota Kijang generasi keenam (2015). Namun peneliti hanya terfokus pada perubahan 3 generasi saja, yaitu Toyota Kijang generasi pertama (1975-1981), Toyota Kijang generasi kedua (1981-1986) dan Toyota Kijang generasi ketiga (1986-1996).

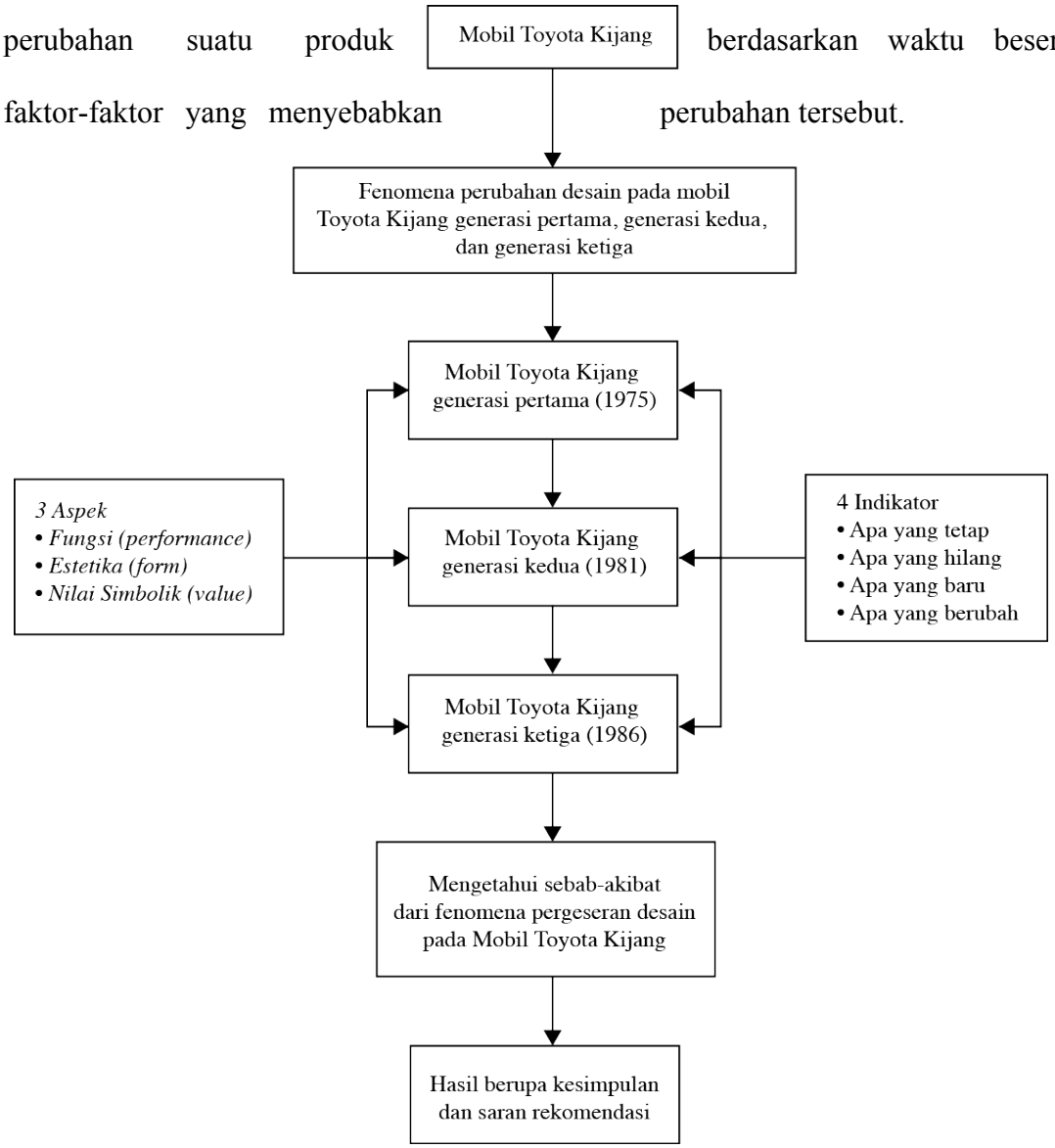
- Penelitian berfokus pada unsur-unsur desain eksterior dan interior pada mobil Toyota Kijang generasi pertama (1975-1981), Toyota Kijang generasi kedua (1981-1986) dan Toyota Kijang generasi ketiga (1986-1996).
- Penelitian akan dilakukan di Bandung pada tahun 2016.

Kerangka Penelitian

Penelitian ini berawal dari struktur pemikiran yang dirancang untuk mempertajam substansi dan struktur permasalahan penelitian. Struktur pemikiran yang dirancang berfokus kepada tujuan penelitian yakni, untuk mengetahui penyebab dan akibat perubahan desain yang terjadi pada mobil Toyota Kijang generasi pertama, Toyota Kijang generasi kedua dan Toyota Kijang generasi ketiga.

Penelitian dibagi kedalam tiga bagian yaitu Objek (O), Fitur-fitur desain (F), dan Fenomena perubahan pada suatu produk (P). Objek merupakan suatu artefak

yang diteliti. Fitur-fitur desain merupakan karakteristik suatu produk, dalam hal ini dipersempit menjadi fitur-fitur utama yang membentuk suatu artefak. Fenomena perubahan pada suatu produk dalam rancangan penelitian ini berkaitan dengan perubahan suatu produk berdasarkan waktu beserta faktor-faktor yang menyebabkan perubahan tersebut.



Bagan I.1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Dok. Pribadi)

Rancangan penelitian ini secara umum membahas mengenai teori-teori yang menjelaskan keterkaitan antara objek-fitur desain-waktu. Lalu dibahas juga mengenai perkembangan dari masing-masing bagian dengan mempersempit bahasan penelitian sehingga fokus membahas aspek-aspek yang berkaitan dengan objek penelitian. Kasus penelitian secara khusus membahas tentang hubungan antara ketiga bagian yang telah difokuskan. Objek difokuskan kepada mobil Toyota Kijang generasi pertama, Toyota Kijang yang hanya pada 2 generasi saja yaitu Toyota Kijang generasi kedua (1981) dan Toyota Kijang generasi ketiga (1986). Fitur desain difokuskan kepada 3 (tiga) fitur terwujudnya suatu artefak yakni, Fungsi *(performance)*, Estetika *(form)*, dan Nilai Simbolik *(value*) dan Fenomena perubahan pada suatu produk difokuskan kepada analisa perubahan objek berdasarkan Waktu dengan empat indikator yaitu,apa yang tetap, apa yang hilang, apa yang baru dan apa yang berubah.

1.7 Sistematika Penelitian

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis, kerangka pemikiran secara teoritis dan konseptual, teknik pengumpulan dan analisis data, Objek penelitian, lokasi dan waktu

penelitian, serta sistematika penulisannya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penjabaran penelitian yang menyangkut dan mendukung dari objek yang diteliti. Diuraikan juga mengenai otomotif khususnya Mobil Toyota Kijang secara fundamental seperti definisi, macam, unsur, fungsi dan sejarah.

BAB III OBJEK PENELITIAN

Bab ini merupakan bab yang secara khusus membahas tentang kasus/objek penelitian. Diuraikan mengenai pemilihan komponen-komponen mobil Toyota Kijang yang diperoleh berdasarkan studi literature dan pertimbangan pemilihan

komponen mobil Toyota Kijang sebagai studi kasus. Kemudian secara khusus menguraikan fitur-fitur yang ada pada masing-masing generasi mobil dan mengkomparasi fitur-fitur tersebut berdasarkan periode waktu yang dipilih sebagai sampel objek yang diteliti. Hasil komparasi tersebut kemudian dideskripsikan secara naratif. Posisi bab iii pada rancangan penelitian adalah pembahasan secara khusus kepada kasus penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan pembedahan objek penelitian yaitu mobil Toyota Kijang. Fitur-fitur yang ada pada objek penelitian diuraikan kedalam 3 (tiga) aspek yaitu fitur fungsi *(performance)*, estetika *(form)*, dan nilai simbolik *(value)*. Setelah penguraian fitur-fitur yang ada pada objek penelitian dilakukan analisis perubahan produk berdasarkan waktu dengan 4 (empat) indikator sebagai acuan yakni, apa yang tetap, apa yang hilang, apa yang baru dan apa yang berubah.

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.