

BAB I PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang

Kustom Kulture adalah sebuah *neologisme* (bentukan kata baru) Amerika untuk menggambarkan karya seni, kendaraan gaya rambut dan mode orang-orang yang mengendarai dan membangun mobil ataupun motor di Amerika pada tahun 1950. (Ed"Big Daddy"Roth.2008) scene ini berkembang pesat di Asia hal ini di perkuat dengan acara *Kustom Kulture* di negara Jepang yang sudah bertaraf internasional seperti Yokohama Hot Rod Custom Show, Joints Custom Bike Show di Nagoya atau New Order Chopper Show di Kobe. Besarnya acara di Jepang membuat *scene Kustom Kulture* berkembang hingga Asia Tenggara.

Untuk perkembangan *Kustom Kulture* di Asia Tenggara secara khususnya yang sebenarnya sudah berkembang cukup lama. Bahkan di beberapa negara, *Kustom Kulture* sudah ada sejak taun 70-an. Beberapa negara yang menurut Penulis perkembangannya cukup signifikan. Negara-negara tersebut adalah Indonesia, Thailand, Malaysia, Brunei dan Singapore yang menjadikan Jepang sebagai refrensi atau kiblat dalam pembuatan sebuah karya.

Di Asia Tenggara Indonesia adalah salah satu negara yang *scene Kustom Kulture* berkembang cukup pesat hal ini di tunjukan

banyak karya-karya yang berasal dari Indonesia yang mengikuti lomba-lomba yang berada di luar negeri seperti di Jepang dan di Eropa, di Indonesia sendiri dalam hasil karya tidak kalah dengan luar negeri namun beberapa masih ada yang meragukan hasil karya yang di hasilkan oleh dalam negeri, hal ini di sebabkan kurangnya informasi mengenai bengkel atau builder di daerahnya, seperti di kota Bandung banyak builder atau bengkel yang menyediakan jasanya namun kebanyakan masyarakat Indonesia masih menyamakan antara profesi builder dengan mekanik.

Perlunya media informasi mengenai perkembangan kustom kulture serta pelaku di dalamnya guna memperlihatkan bahwa kustom kulture yang berkembang di Indonesia terutama di Bandung memiliki keunikan sama halnya seperti kustom kulture yang berkembang di daerahnya. Banyaknya media yang membahas tentang kustom kulture kebanyakan yang di bahas hanya dari daerah asalnya saja belum ada yang membahas mengenai di Indonesia terutama di Bandung.

Penulis berharap dengan adanya buku ini masyarakat Indonesia mendukung dan menghargai *Kustom Kulture* di Indonesia, serta hal positif yang di dapat pelaku yang berda di dalamnya ikut terekspose sehingga Indonesia dapat di akui karyanya oleh dunia.

1.3 Permasalahan

1.3.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas permasalahan yang di temukan sebagai berikut:

1. Ketidaktahuan masyarakat akan perkembangan budaya *kustom kulture* terutama bidang motor *Kustom* di Bandung.
2. Banyaknya motor *custom* atau bengkelnya yang belum terekspose masyarakat.
3. Kurangnya apresiasi dalam sebuah hasil karya.

1.4 Rumusan masalah

1. Bagaimana Buku photography mengenai *kustom kulture* dan bengkel motor *Custom* di kota Bandung.

1.4 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Ingin memberi tahukan tentang perkembangan *kustom kulture* di kota Bandung.
2. Mengenalkan builder yang berada di Bandung kepada kota lain.
3. Menggali tentang perkembangan motor kustom di kota Bandung .

1.5 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup yang akan di bahas dalam penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Apa
Perancangan ini terfokus pada karakter setiap bengkel atau builder yang dalam membuat karyanya memiliki cara yang berbeda.
2. Bagaimana

Merancang sebuah buku fotografi mengenai berkembang *scene* motor *custom* di Bandung.

3. Dimana

Penelitian akan di laksanakan di kota Bandung sebagai focus.

4. Kapan

Pengumpulan data, analisis, hingga proses perancangan dan penerapan dilakukan pada jangka waktu Januari s.d. Agustus 2019.

5. Siapa

Di tujukan kepada penyuka *otomotif* khususnya dewasa muda dengan rentan umur 20 – 25 tahun.

1.6 Metode penelitian kualitatif

Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan data kualitatif adalah teknik pengumpulan data yang paling strategis, karena penelitian kualitatif merupakan teknik pengumpulan data secara mendalam.

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data atau teori-teori yang diambil oleh penulis pada buku, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan memperkuat data penelitian (Widiatmoko, 2013: 8). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori yang terdapat dalam buku, teori tersebut digunakan untuk mendukung perancangan.

2. Wawancara

Peneliti akan melakukan wawancara terhadap beberapa narasumber, Purnama, Franky, Rudi, Chandra beliau merupakan beberapa builder serta pelaku *kustom*.

3. Observasi

Penulis melakukan observasi terhadap pengguna motor *custom* mulai dari bentuk motor hingga gaya berbaikanya.

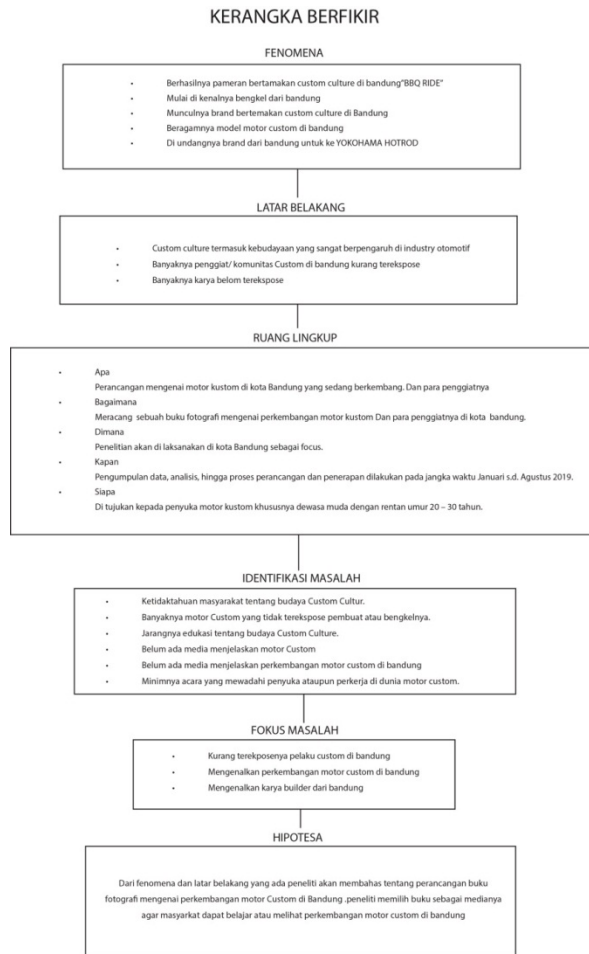
1.7 Metode analisis data dan AIDDA

- *Strengths* : Buku berjenis baru sehingga mempermudah untuk menyampaikan pesan kepada sang pembaca. Mempunyai bentuk desain yang baru, *Simply* dan konten yang ringan serta jenis buku *Coffee table book* ini yang masih jarang di Indonesia. Dan dapat bersaing dengan buku lainnya bahkan dengan buku import.
- *Weakness* : Masih belum dapat bersaing dengan buku import pada dasar konten (Motor yang ada di Indonesia berasal dari Negara Jepang, Inggris dan Eropa). *Mindset* pembaca di Indonesia adalah buku import lebih bagus dari buku lokal.
- *Opportunity* : jarang nya buku yang membahas mengenai kustom kulture di Indonesia terutama di kota Bandung sendiri. Buku yang beredar di pasar kebanyakan hanya membahas sejarahnya tidak ada yang membahas secara mendalam.
- *Treats* : Keberadaan buku import yang mendapati semua konten, dan desain yang menarik dan sudah dikenal oleh pelaku di skena *kustom kulture*.

No.	Metode	Pendekatan
1.	Awerness (kesadaran)	Merancang elemtgrafis guna di post di social media, sehingga para audience tau dengan adanya buku ini.
2.	Interest (ketertarikan)	Memberikan sticker untuk membuat audience penasaran dengan media utamanya dan memberikan info tentang buku.
3.	Desaire (keinginan)	Pada tahap ini setelah pembaca tertarik .
4.	Decision (keputusan)	Setelah menerima penjelasan dan informasi mengenai buku pembeli dapat mempertimbangkan membeli dengan melihat bonus dan pengalaman yang di dapat.
5.	Action (Tindakan)	Tahap ini pembeli sudah membeli produknya dan sudahh membaca bukunya

		dan menyadari isi buku.
--	--	-------------------------

Gambar 1.1 Tabel AIDDA
(Sumber: Bagus 2019)



Gambar 1.2 kerangka kerangka perancangan
(Sumber: Bagus 2019)

1.8 Pembabakan

Dalam penyusunan penelitian, berikut ini merupakan sistematis penulisan tugas akhir :

BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah yang menjelaskan dan menjabarkan gambaran secara umum terkait masalah yang diangkat, dan juga menjelaskan fokus permasalahan dengan rumusan masalah dan ruang lingkup masalah serta tujuan perancangan pada akhir proyek berikut. Pada BAB ini dijelaskan pula metode pengumpulan data yang akan dilakukan dan bagaimana kerangka perancangan yang digunakan sebagai acuan untuk proses penelitian.

BAB II Dasar Pemikiran

Memaparkan dan menjelaskan teori yang relevan yang dapat digunakan sebagai acuan dan panduan dalam perancangan yang mengacu dari fenomena dan permasalahan yang diambil.

BAB III Data dan Analisis Masalah

Menguraikan data-data yang telah didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan kuesioner yang dilakukan. Menjelaskan hasil analisis dari data yang sudah didapatkan dan dengan menggunakan teori yang sudah dipaparkan secara jelas pada BAB II terhadap strategi perancangan.

BAB IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep perancangan yang terdiri dari konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, konsep konten, dan konsep visual. Serta menampilkan hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visual yang sudah teraplikasi pada media tujuan.

BAB V Penutup

Menjelaskan saran dan masukan pada waktu siding

