

PERANCANGAN BUKU TENTANG CUSTOM CULTURE DAN BENGKEL COSTUM MOTOR DI BANDUNG

DESIGNING OF CUSTOM CULTURE BOOKS AND COSTUM MOTOR WORKSHOPS IN BANDUNG

Bagus maulana¹, Novian Denny Nugraha S.Sn.,²

^{1,2,3}Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹Bagusmaulana@student.telkomuniversity.ac.id, ²dennynugraha@telkomuniversity.ac.id,

Abstrak

Kustom kulture merupakan budaya yang berasal dari Amerika, awal mula ini berkembang pada perang dunia kedua, dimana saat itu banyak veteran perang yang merubah kendaraan perang nya menjadi alat mobilitas sehari-hari. Hingga saat ini *kustom kulture* terus berkembang menyesuaikan oleh tren, tidak hanya sekedar mobil atau motor saja melainkan pakaian hingga model rambut. Mudah nya meraih informasi saat ini membuat *Kustom Kultur* berkembang sangat pesat di berbagai negara hingga di Indonesia. Di Indonesia sendiri peminatnya cukup banyak seperti di kota Bandung. Banyak nya peminat *Kustom Kulture* di Bandung membuat beberapa tokoh atau bengkel memiliki karakter berbeda-beda dalam membuat karya seperti Glanets Radical, Yasashii Garage, Flying Piston. Penelitian dalam perancangan buku ini terbagi atas dua metode yaitu pengumpulan data dan analisa data. Pengumpulan data menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu wawancara dan observasi langsung di lapangan guna mendapatkan data akurat. Sementara metode analisis yang di gunakan adalah SWOT. Dari hasil penelitian dan analisa di lapangan bengkel di Bandung memiliki karakter atau cara yang berbeda-beda dalam berkreasi.

Hasil penelitian ini yang ingin penulis sampaikan melalui buku fotografi, karena buku fotografi memiliki penyampaian pesan yang cukup intim. Hal ini yang ingin penulis sampaikan bahwa kustom kulture bukan sekedar bentuk melainkan karakter.

Kata kunci: Bandung, motor kustom, Buku fotografi

Abstract

Kustom kulture is a culture that originated in America, at the beginning it developed in the second world war, when at that time many war veterans turned their war vehicles into everyday mobility tools. Until now, custom culture has continued to evolve according to trends, not just cars or motorbikes to carry clothes to hairstyles. The ease of reaching information now makes Kustom Kultur grow very rapidly in various countries up to Indonesia. In Indonesia, there are quite a lot of people in Bandung. Many of the Kulture enthusiasts in Bandung make several characters or workshops have different characters in making works such as Glanets Radical, Yasashii Garage, Flying Piston. The research in designing this book is divided into two methods, namely data collection and data analysis. Data collection uses qualitative descriptive methods, namely interviews and direct observation in the field to

get accurate data. While the methodology used is SWOT. From the results of research and analysis in the field of workshops in Bandung, they have different characters or ways of creating.

The results of this study that the author wants to convey through photography books, because photography books have a fairly intimate delivery of messages. This is what the writer wants to say that custom culture is not just a form of passing character.

Keywords: Bandung, custom motorcycles, Photography book

1. Pendahuluan

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 negri seperti di jepang dan di eropa, di Indonesia sendiri dalam hasil karya tidak kalah dengan luar negri namun beberapa masih ada yang meragukan hasil karya yang di hasilkan oleh dalam negri, 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 trutama di bandung memiliki keuinkan 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 trutama di Bandung.

Penulis berharap dengan adanya buku ini masyarakat Indonesia mendukung dan

menghargai *Kustom Kulture* di Indonesia, serta hal positif yang dapat pelaku yang berda di dalamnya ikut terekspose sehingga Indonesia dapat diakui karyanya oleh dunia.

2. Dasar Teori

2.1 Teori Buku

Merupakan bentuk media massa pertama dan memberikan banyak manfaat dalam banyak hal. (Subandy, 2011:79). (menurut Surianto rustan dalam Desintha 2015:2) fungsi utama dari buku adalah menyampaikan informasi, berupa cerita, pengetahuan, laporan, dan lain-lain. Sebagai media buku dapat menyimpakan informasi sesuai dengan kapasitasnya.

2.2 Teori Layout

Pengertian layout menurut *Graphic Art Encyclopedia* (1992:296) Layout adalah merupakan pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah, atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan.

2.3 Teori Fotografi

Photografi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *Photos* (cahaya) dan *Graphos* (gambar) memiliki yang diartikan yang menghasilkan gambar dengan merekam cahaya. Di banding lukisan atau gambar hasil dari fotografi memiliki hasil yang sesuai dengan aslinya dan jauh lebih detail di banding gambar. Photography akan terus berkembang dan mengalami kemajuan yang sangat pesat saat memasuki era digital, tidak akan lagi memerlukan media film (Tjin & Mulyadi, 2014:66).

2.4 Teori Tipografi

Tipografi adalah suatu proses untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak, oleh karena itu menyusun meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang

tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. Huruf cetak memang huruf yang akan di cetakan pada suatu media tertentu.

Berdasarkan buku *Typographic Design: Form and Communication*, bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu, tipografi memudahkan untuk menyampaikan pesan serta informasi melalui pandangan mata manusia.

2.5 Teori Warna

warna panjang gelombang cahaya tertentu, dan tiba di mata kita dengan mengambil salah satu dari tiga rute utama, ditularkan langsung dari sumber energi, seperti matahari, lilin, atau bola lampu. itu refleksi dari "berwarna" objek, ketika beberapa panjang gelombang cahaya yang ditransmisikan memukul objek akan telah diserap dan apa yang kita lihat adalah panjang gelombang yang bertahan. (Pipes, 2008:148).

3. Pembahasan

3.1 Data Pemberi Proyek

Bbq ride adalah sebuah acara pameran otomotif yang memiliki yang berasal dari kolektif yang berkumpul karena kegunaan hobi dan kegemaran menyukai *kustom kulture* kolektif tersebut berasal dari berbeda latar belakang mulai dari builder, seniman lukis, atau pemilik brand. Bbq ride sendiri berawal pada tahun 2015 yang dimana tujuan dari acaranya ini memperstukan pelaku-pelaku yang menyukai *kustom kulture* yang berada di kota Bandung.

3.2 Data Produk

Kustom kulture adalah sebuah *neologisme* (bentukan kata baru) Amerika untuk menggambarkan karya seni, kendaraan gaya rambut dan mode orang-orang yang mengedari dan membangun mobil dan motor di Amerika pada tahun 1950. (www.ratfink.com, 2012) Seni Kustom Kulture adalah seni memodifikasi kendaraan roda dua sesuai dengan keinginan si pengendara. *Kustom Kulture* ini

adalah hal yang mempresentasikan seorang pengendara, motor yang di buat biasanya mengobarkan kenyamanan pengendaranya.

3.2 Objek Penelitian

Mengenai kustom kulture yang berada di kota Bandung dan bengkel motor kustom Glanets Radical, Yasashii Garage, Flying Piston Garage.

3.3 Data Khalayak Sasaran

a. Segmentasi

Geografis

Daerah yang di tuju adalah kota Bandung, yang memiliki suhu sekitar 17°C, dan titik kordinat 6°54'53.08"S 107°36'35.32"E

berdasarkan observasi penulis.

Demografis

Usia : 20 – 25 tahun

Gender : Pria dan Wanita

Sosial Ekonomi : A-B

Pekerjaan : Mahasiswa – Pekerja

Psikografis

Pendekatan yang dilakukan penulis adalah masyarakat bandung yang menggemari otomotif dan masyarakat yang gemar tentang budaya.

3.4 Data Proyek Sejenis

Setelah melakukan analisis proyek sejenis berjumlah 2 buku, terdapat kesimpulan yang penulis tarik yaitu bahwa kebanyakan buku mengenai Kustom kulture kebanyakan hanya menunjukan bentuk motor tidak dari segi atau prosesnya.

3.5 Data Hasil Wawancara dan Observasi

a. Wawancara

Berdasarkan wawancara terhadap narasumber yang telah dilakukan kepada 3 narasumber, dapat ditarik kesimpulan bahwa kustom kulture di Bandung, Jawa Barat sudah cukup berkembang dengan adanya bengkel – bengkel yang memiliki ciri khas dalam setiap karyannya membuat hal ini perlu di beri tahu kepada public.

4. Konsep dan Hasil Perancangan

4.1 Konsep Pesan

Dalam sebuah perancangan, tentu ada pesan yang ingin disampaikan kepada halayak sasaran. Berdasarkan penelitian dan observasi di lapangan pesan utama yang ingin di sampaikan memberi edukasi serta informasi mengenai pemikiran builder dalam membuat motor, melalui layout dan konsep buku yang di kemas sesuai dengan karakter parabuildernya.

4.2 Konsep Visual

A. Fotografi

Fotografi yang di gunakan dalam buku fotografi adalah fotografi documenter tentang bengkel-bengkel sedang produksi dengan beberapa teknis yang di terapkan.

B. Layout

Penggunaan tata letak pada buku ini akan mengkombinasikan bentuk layout asimetris dan simetris sesuai kebutuhannya. Sebuah kombinasi ini diperlukan agar buku ini tidak terlalu bersifat repetitive dan menarik pembaca untuk terus membaca konten hingga akhir.

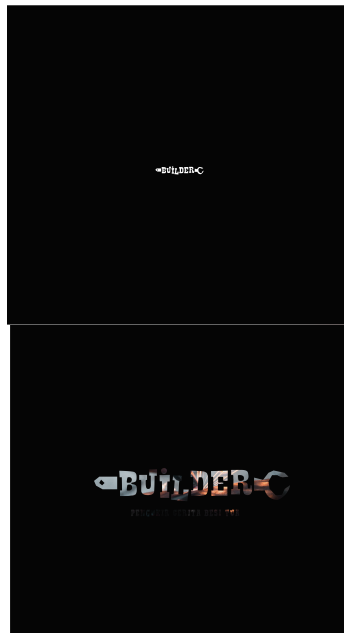
4.3 Konsep Bisnis

Perancangan bisnis buku fotografi berkerjasama dengan pickerstore salah satu brand yang berada di kota Bandung, pickerstore sendiri adalah salah brand *motorcycle apparel* dan salah pendiri dari bbq ride tujuan buku ini di buat guna mengenalkan kepada khalayak umum bahwa motor custom memiliki proses dalam setiap pembuatannya, dan kami ingin lebih menyadarkan bahwa karya dalam negri tidak kalah dengan negara lain.

4.4 Hasil Perancangan

Buku Fotografi ini akan dicetak menggunakan kertas matt peaper dan berukuran B5 yaitu 20 x 25 cm dan menggunakan hard cover .

a. Cover



Gambar 4. 1 Cover Depan Dan Belakang

Sumber: Bagus Maulana , 2019

Cover buku menggunakan teknik laser cutting berbentuk logo buku di bagian tengah buku .guna membuat kesan yang lebihh maskulin kover dominan warna hitam. Pada bagian cover belakang ditambahkan sebuah logo.

b. Bagian Pendahuluan

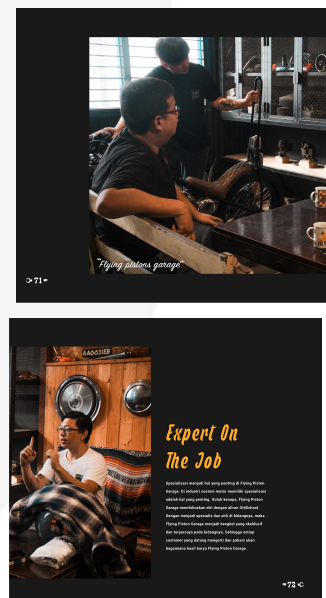


Gambar 4.2 Pfreace

Sumber:Bagus Maulana , 2019

Sebelum memasuki ada sebuah pengantar yang menjelaskan ranah kustom kulture di Bandung, den menjelaskann bagaimana setiap pelaku kustom berkarya.

c. Bagian Isi



Gambar 4.3 Halaman Isi

Sumber: Bagus Maulana , 2019

Pada bagian isi akan dijelaskan mengenai salah satu bengkel dari tingga bengkel yang di kenal memiliki ciri, dan di jelaskan pembeda dari setiap bengkel.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan dan saran

Kesimpulan dari perancangan media informasi mengenai motor *custom* di kota Bandung. Penulis melakukan observasi lapangan mengenai karakter para pelaku motor *custom*, dan yang dapat di lihat secara awam bahwa motor tua di kota bandung cukup banyak peminatnya hal tersebut dapat di lihat saat ada acara-acara mengenai motor tua atau motor *custom* pasti banyak motor-motor yang jarang di temukan di jalanan sehari-hari, banyaknya komunitas motor custom juga membuat skena ini semakin besar, besarnya sekna *custom culture* di Bandung dengan di adakanya acara tahunan yaitu BBQ RIDE yang selalu memilih tema yang berbeda-beda tiap tahunnya selain acara tahhunan yang di adakan juga banyak acara-acara lain yang di adakan komunitas lainnya guna membesarkan skena *custom culture*. Melihat perkembangan custom di Bandung selain dari komunitasnya saat ini banyak bengkel yang sudah memiliki idealisnya atau pun cirikhasnya yang membuat motor-motor yang berada di Bandung memiliki keunikan dan berbeda. Mulai dari bengkel yang kental budaya local hingga dengan percampuran antar budaya hal ini yang membuat builder yang ada di bandung perlu di informasikan adapun motor yang di hasilkan sudah dapat di sejajarkan dengan hasil dari builder luar.

- [4] Samara, Timothy. (2006). Type Style Finder. Singapore:page 8
- [5] Suwarno, Wiji. (2011). Perpustakaan & Buku: Wacana Penulisan & Penerbitan. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- [6] Stevenson, George A., Graphic Arts Encyclopedia, Edisi 3, New York: Design Press 1992.
- [7] Tjin, Mulyadi. (2014). *Kamus Fotografi*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo Graphic Art Encyclopedia (1992:296), Judul: Pengertian Layout.
- [8] Widiatmoko Soedarmoko, Didit. 2013 Metodologi Penelitian Visual: Dari Seminar Ke Tugas Akhir. Bandung: Antapani.
- [9] Kusrianto, Adi (2005), *Huruf Display dengan Komputer dan Manual*, Penerbit Andi Offset , Yogyakarta.

Sumber Lainnya

<http://www.ratfink.com/kustom-kulture.php>

Daftar Pustaka

- [1] Aditiawan, Ranga & Farran Bianca . (2010) *Belajar fotografi untuk hobi dan bisnis*. Jakarta: Niaga Swadaya
- [2] Kusrianto, Adi. (2009). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Penerbit Andi : Yogyakarta.
- [3] Pipes, Alan (2008). Foundations of Art and Design. (2nd edition). London: Laurence King