

84255 14 109



RSOP
629.23
sua
d-1
2009

TUGAS AKHIR - PD 1381

DESAIN UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY

Puji Waluyo
3404 100 032

Dosen Pembimbing :
Ir. Kresno Soelasmono , MSR
Djoko Kuswanto S,T

PROGRAM STUDI DESAIN PRODUK INDUSTRI
JURUSAN DESAIN PRODUK INDUSTRI
Fakultas teknik sipil dan perencanaan
Institut teknologi sepuluh nopember surabaya
Tahun 2009

PERPUSTAKAAN ITS	
Tgl. Terima	26 - 2 - 2009
Terima Dari	17
No. Agenda Prp.	618



FINAL PROJECT - PD 1381

DESIGN OF TELKOM SPEEDY UNIT INTERNET MOBILE

Puji Waluyo

3404 100 032

Lecturer Consellor:

Ir. Kresno Soelasmono , MSR

Djoko Kuswanto S,T

DEPARTMENT OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN

Faculty Of Civil Engineering And Planning

Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

2009

LEMBAR PENGESAHAN

DESAIN UNIT *INTERNET MOBILE* TELKOM SPEEDY

Tugas Akhir (PD 1381)

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada

Program Studi S-1 Jurusan Desain Produk Industri
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya

Oleh:

PUJI WALUYO

Nrp. 3404 100 032

Disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir



Kresno Soelasmono, MSR.

Nip. 130674648

Djoko Kuswanto S,T

Nip. 132 366 516

Surabaya, Januari 2009

Desain Unit Internet Mobile Telkom Speedy

Nama Mahasiswa : Puji Waluyo
N.R.P : 3404 100 032
Jurusan : Desain Produk Industri, FTSP - ITS
Dosen Pembimbing : Ir. Kresno S, MSR
Djoko Kuswanto, S.T

ABSTRAKSI

Unit Internet Mobile Telkom Speedy adalah sarana promosi produk speedy yang menggunakan basis mobil Isuzu Elf yang bersifat *mobile*, adapun aktivitas promosinya meliputi layanan internet gratis keliling, penyampaian informasi tentang produk speedy, konsultasi dengan petugas speedy dan pengajuan aplikasi pemasangan internet speedy. Semua layanan tersebut bertujuan untuk menarik pelanggan untuk mamakai jasa internet speedy.

Dalam perancangan Unit Internet Mobile Speedy ini, pendekatan terhadap kebutuhan dan pemanfaatan basis mobil untuk memberikan pelayanan yang lebih baik dan menarik pengunjung dijadikan konsep awal. Pengembangan desain yang dilakukan khususnya pada konsep promosi untuk layanan internet gratis yang lebih menarik, dapat menampung lebih banyak pengunjung dan eksterior yang *eye cathing*.

Pengembangan konsep baru yang dilakukan adalah penambahan fungsi, yaitu selain sebagai media promosi juga dapat dijadikan sebagai media sosialisasi pemanfaatan internet yang bekerja sama dengan Departemen Komunikasi dan Informasi (Depkominfo) dan juga sebagai sarana hiburan. Dengan adanya sosialisasi tentang pemanfaatan internet diharapkan masyarakat bukan sekedar tahu internet tetapi juga tahu pemanfaatannya.

Kata Kunci : Layanan Internet Gratis, Konsep Baru, Fungsi Tambahan

Design of Telkom Speedy Unit Internet Mobile

Student Name : Puji Waluyo
N.R.P : 3404 100 032
Faculty : Industrial Product Design, FTSP – ITS
Consuller : Ir. Kresno S, MSR
Djoko Kuswanto, S.T

ABSTRACT

Internet Mobile Telkom Speedy is a promotion facility for Speedy,s product that use Isuzu ELF as its base. The promotion activity include free internet service, providing information about Speedy's product, consultation with Speedy's sales force and aplication proposal for internet installation. The purpose at all of the service is to attract customer to use Speedy internet.

On designing this unit internet mobile Telkom Speedy focusing on free internet service area and developing functions become the early concept. The design developmeny especially is made for the promotion concept of free internet to be more attractive, open and able to hold more visitors. And the exterior design is developed to be more eye catching and give more " inviting " image.

The development of new concept is focused on adding more function accept promotion media but also to be media for socialitation of internet usage that working together with Depkominfo and this internet mobile unit could be used as promotion media with entertainment facilities inside it. With the socialitation of internet usage we hope that people not just know internet but also understand its usage.

Key Word : Free Internet Service, New Concept, Added Functions

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin , kami panjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala kenikmatan yang diberikanNya serta nabi besar Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi semua umat, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir kami yang berjudul *Desain Unit Internet Mobile Telkom Speedy*.

Tugas akhir ini merupakan prasyarat dari mahasiswa tingkat sarjana yang akan menyelesaikan pendidikannya pada program strata satu. Adapun maksud dari tugas akhir ini adalah untuk membandingkan teori dasar dengan dunia kerja nyata. Sebagai manusia biasa kami tidak luput dari kesalahan dalam penyusunan tugas akhir kami ini, untuk itu kami sangat membuka diri untuk segala kritikan yang membangun terhadap hasil tugas akhir kami ini.

Kami menyadari dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih banyak kekurangan – kekurangan karena keterbatasan waktu dan kemampuan kami. Oleh karena itu kritik dan saran membangun sangat kami hargai dan kami berharap diwaktu mendatang kiranya ada yang dapat lebih menyempurnakan tugas akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca sekalian . Amien.

Surabaya, Januari 2009

Penyusun

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Allah SWT , atas segalaNya. Nabi besar Muhammad SAW sebagai utusanNya untuk menyampaikan wahyuNya
2. Keluarga tercinta, bapak ,ibu, kakak dan adik, atas segala bentuk dukungannya.
3. Bapak Ir. Kresno Soelasmono, MSR, dan Bapak Ir. Djoko Kuswanto, selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan petunjuk dan bimbingannya.
4. Ibu Ellya Zulaikha, ST, selaku dosen wali dan atas segala bantuannya.
5. Bapak Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, Msi, selaku Kajar Desain produk Industri, Ibu Eri Naharani Ustadzah, ST atas bimbingannya selama perancangan 1 – 4 serta bapak dan Ibu dosen Desain Produk ITS semua yang telah memberikan ilmunya dengan iklash, juga segenap karyawan jurusan Desain Produk Industri ITS.
6. Ibu Tari selaku perwakilan dari P.T. Telkom yang membantu pengumpulan data
7. The Lembique (aslam, antok, yudha, didi, aa', lavis, gundik, rama, ape, sony, sonder, bram, dofir, cindy, richo, junet, dodi, uyab, tyo, budi, irak, tobe, ilham, aryo, tekur, ardi, topan, clint, vivi , hendy dan lain – lain) atas segala kebaikannya baik jasmani maupun rohani.
8. Jasad dan ruhku yang masih dapat berkompromi sampai saat ini.
9. CorelDraw X3
10. Snakebox dan semua manusia yang mengenalku dan telah membantu selama ini

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
ABSTRAKSI	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Peningkatan Pengguna dan Pelanggan Internet di Indonesia dan kebutuhan akan Internet	1
1.1.2. Peningkatan Jumlah <i>ISP (Internet Service Provider)</i> dan Persaingannya di Indonesia	3
1.1.3. Perkembangan Teknologi <i>wi-fi</i> dan <i>hotspot</i>	5
1.1.4. Pentingnya Promosi Speedy.....	8
1.1.5. Sosialisasi tentang Manfaat Internet.....	9
1.2. Permasalahan	10
1.2.1. Permasalahan Utama	10
1.2.2. Permasalahan Teknis	11
1.2.3. Batasan Masalah	14
1.3. Tujuan Desain	15
1.4. Manfaat.....	16

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Eksisting.....	17
2.1.1. Data Eksisting – Telkom Speedy.....	17
2.1.1.1. Profil Telkom Speedy	17
2.1.1.2. Bentuk Promosi Telkom Speedy	18
2.1.1.3. Unit Internet Mobile Telkom Speedy	21

2.1.1.4. Kegiatan / Aktifitas Promosi Internet mobile Speedy.....	20
2.1.1.5. <i>Brand, Awareness, Cost dan Availability</i> Produk Speedy	24
2.1.2. Eksisting – Pemandang	25
2.2. Perilaku Pengguna Internet di Indonesia	29
2.3. Spesifikasi basis Kendaraan yang digunakan	32
2.4. Peraturan Pemerintah tentang Persyaratan Kendaraan karoseri	34

BAB III

METODOLOGI DESAIN

3.1. Skema Penelitian	41
3.2. Metode Analisis.....	42
3.3. Metode Konsep Desain.....	42
3.1.4. Metode Pengumpulan Data	
3.1.4.1. Wawancara.....	42
3.1.4.2. Observasi.....	42
3.1.5. Metode Studi dan Analisa.....	43

BAB IV

STUDI DAN ANALISA

4.1. Studi Analisa Fungsi	49
4.1.1. Fungsi Utama <i>unit internet mobile Speedy</i>	49
4.1.2. Potensi pengembangan fungsi <i>unit internet</i> <i>mobile Speedy</i>	49
4.1.3. Kesimpulan Studi Analisa Fungsi	52
4.2. Studi Analisa Pasar.....	52
4.2.1. Positioning.....	52
4.2.2. Targeting.....	54
4.2.3. Demografi Operasional.....	54
4.2.4. Segmentasi Pasar.....	55
4.3. Studi Analisa Sosial Budaya.....	56
4.3.1. Budaya suka yang gratis.....	57
4.3.4. Kesimpulan Studi Analisa Sosial Budaya.....	58

4.4. Studi Analisa Aktifitas	58
4.4.1. Aktifitas Petugas Promosi (<i>sales force</i>)Speedy....	59
4.4.1.1. Aktiitas Petugas promosi sebelum Beroperasi.....	59
4.4.1.2. Aktifitas petugas promosi setelah sampai di tempat beroperasi	60
4.4.1.3. Aktifitas Petugas Speedy saat beroperasi (melakukan kegiatan promosi)	61
4.4.2. Aktifitas Pengunjung	62
4.4.3. Permasalahan yang timbul dari aktifitas pada mobil <i>unit internet mobile Speedy</i> dan solusinya.....	63
4.4.4. Kesimpulan Studi Analisa Aktifitas.....	65
4.5. Studi Analisa Ekonomi.....	66
4.5.1. Keuntungan <i>Approach Community Marketing</i>	66
4.5.2.Keuntungan penambahan kapasitas layanan internet dan pemindahan layanan internet diluar kabin	66
4.5.3. Kesimpulan Studi Analisa Ekonomi	67
4.6. Studi Analisa Kebutuhan.....	67
4.6.1. Analisa Stake Holder mobil <i>unit internet mobile Speedy</i>	67
4.6.2. Objective Tree	69
4.6.3. QFD (<i>Quality Function Deployment</i>)	70
4.7. Studi Analisa Eksisting	73
4.7.1. Spesifikasi teknis	75
4.7.2. Komponen dan Mekanis.....	75
4.7.2.1. Bukan kabin bagian samping.....	75
4.7.2.2. Area internet gratis.....	76
4.7.2.3. Konfigurasi interior.....	77
4.7.2.4. Blocking Area.....	79
4.7.2.5. Eksterior.....	80
4.7.3. Kesimpulan Studi analisa Eksisting.....	81
4.8. Studi Analisa Volume.	81
4.8.1. Dimensi barang yang dibawa	81

4.8.2. Kesimpulan Studi Analisa Volume	83
4.9. Studi Analisa Blocking Area	84
4.9.1. Daftar Komponen	84
4.9.2. Pengelompokkan aktifitas sejenis saat aktifitas promosi	85
4.9.3. Pairwise Comparison	86
4.9.4. Alternatif Blocking Area.....	87
4.9.4.1. Alternatif 1 Blocking Area	87
4.9.4.2. Alternatif 2 Blocking Area	88
4.9.4.3. Alternatif 3 blocking area	89
4.9.4.4. Alternatif 4 blocking area	91
4.9.5. Penilaian Alternatif Blocking Area	92
4.9.6. Kesimpulan Studi Analisa Blocking Area.....	92
4.10. Studi Analisa Konfigurasi	92
4.10.1. Kriteria konfigurasi Komponen	92
4.10.2. Matriks Konfigurasi Komponen.....	93
4.10.3. Pembobotan Kriteria	94
4.10.4. Alternatif konfigurasi komponen	94
4.10.4.1. Alternatif konfigurasi 1	94
4.10.4.2. Alternatif konfigurasi 2	96
4.10.4.3. Alternatif konfigurasi 3	98
4.10.5. Penilaian alternatif konfigurasi komponen.....	100
4.10.6. Kesimpulan Analisa konfigurasi komponen.....	101
4.11. Studi Analisa Komponen.....	101
4.11.1. Penggantian Komponen	101
4.11.2. Penambahan komponen	104
4.11.3. Penggabungan / penambahan fungsi.....	104
4.11.4. Pengurangan komponen.	106
4.11.5. Kesimpulan Studi Analisa komponen.....	108
4.12. Studi Analisa Warna.....	108
4.12.1. Konsep Warna.....	108
4.12.2. Kesimpulan Studi Analisa Warna.....	110
4.13. Studi Analisa Etetika	111
4.13.1. Konsep Eksterior.....	111
4.13.2. Styling Tampak depan dan Belakang.....	112

4.13.3. Sketsa Awal Eksterior.....	114
4.13.4. Alternatif <i>Styling</i> Depan	115
4.13.4.1. Alternatif 1	115
4.13.4.2. Alternatif 2	115
4.13.4.3. Alternatif 3	116
4.13.4.4. Alternatif 4	116
4.13.4.5. Alternatif 5	117
4.12.4.6. Alternatif 6	117
4.13.5. Alternatif <i>Styling</i> Depan	118
4.13.5.1. Alternatif 1	118
4.13.5.2. Alternatif 2	118
4.13.5.3. Alternatif 3	119
4.13.5.4. Alternatif 4	119
4.13.5.5. Alternatif 5	120
4.13.5.6. Alternatif 6	120
4.13.6. Kesimpulan Studi Analisa Estetika	121
4.14. Studi Analisa Grafis pada Eksterior	121
4.14.1. Grafis Eksterior pada Eksisting	121
4.14.2. Grafis pada Produk Lain	122
4.14.3. Grafis pada Logotype Speedy dan Logo Telkom	122
4.14.4. Alternatif Grafis pada Eksterior	123
4.14.4.1. Alternatif 1	123
4.14.4.2. Alternatif 2	124
4.14.4.3. Alternatif 3	125
4.14.4.4. Alternatif 4	127
4.14.5. Kesimpulan Studi Analisa Grafis pada Eksterior.....	128
4.15. Studi Analisa Ergonomi	128
4.15.1. Antropometri pengguna unit internet mobile Telkom Speedy	128
4.15.2. Dimensi pada Eksisting	129
4.15.3. Dimensi yang dibutuhkan	131
4.15.4. Kesimpulan Studi Analisa Ergonomi.....	134
4.16. Studi Analisa Bentuk.....	134

4.16.1. Garis Styling pada Mobil Sport	134
4.16.2. Morfologi Bentuk	135
4.16.3. Sketsa Pengembangan Bentuk	136
4.16.3. Kesimpulan Studi Analisa Bentuk	137
4.17. Studi Analisa Mekanisme	137
4.17.1. Bukaan Kabin Bagian Samping	137
4.17.1.1. Alternatif Mekanisme Bukaan Kabin Bagian Samping.	138
4.17.2. Mekanisme Tempat LCD 30 inchi Sebagai Pengganti Penyangga	139
4.17.2.1. Alternatif tempat LCD 30 inchi	140
4.17.3. Mekanisme Atap Pelindung Tambahan pada Bagian Belakang	141
4.17.4. Kesimpulan Studi Analisa Mekanisme	143
4.18. Analisa <i>Human Interface</i>	143
4.18.1. Alur Pengunjung pada Eksisting	144
4.18.2. Alur pengunjung yang diharapkan pada final desain	145
4.18.3. Penambahan banner sebagai pintu masuk	145
4.18.4. Penambahan pelindung samping	146
4.18.5. Kesimpilan analisa <i>Human Interface</i>	148

BAB V

KONSEP DESAIN

5.1. Kebutuhan User	149
5.2. Solusi	149
5.3. Sketsa Desain	152
5.4. Alternatif Desain	153
5.4.1. Alternatif 1	153
5.4.2. Alternatif 2	154
5.4.3. Alternatif 3	155
5.4.4. Alternatif 4	157
5.5. Final Desain	158
5.5.1. Operasional	160

BAB VI
PENUTUP

6.1. Kesimpulan165

6.2. Saran165

DAFTAR PUSTAKA.....

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...
5. ...
6. ...
7. ...
8. ...
9. ...
10. ...
11. ...
12. ...
13. ...
14. ...
15. ...
16. ...
17. ...
18. ...
19. ...
20. ...
21. ...
22. ...
23. ...
24. ...
25. ...
26. ...
27. ...
28. ...
29. ...
30. ...
31. ...
32. ...
33. ...
34. ...
35. ...
36. ...
37. ...
38. ...
39. ...
40. ...
41. ...
42. ...
43. ...
44. ...
45. ...
46. ...
47. ...
48. ...
49. ...
50. ...
51. ...
52. ...
53. ...
54. ...
55. ...
56. ...
57. ...
58. ...
59. ...
60. ...
61. ...
62. ...
63. ...
64. ...
65. ...
66. ...
67. ...
68. ...
69. ...
70. ...
71. ...
72. ...
73. ...
74. ...
75. ...
76. ...
77. ...
78. ...
79. ...
80. ...
81. ...
82. ...
83. ...
84. ...
85. ...
86. ...
87. ...
88. ...
89. ...
90. ...
91. ...
92. ...
93. ...
94. ...
95. ...
96. ...
97. ...
98. ...
99. ...
100. ...



DAFTAR GAMBAR

BAB I

PENDAHULUAN

Gambar 1.1 Ilustrasi Kerja Koneksi Internet	1
Gambar 1.2 Alat alat yang Dapat Menunjang Teknologi Wi-fi ...	5
Gambar 1.3 AP yang diakses pada sebuah area hotspot	7
Gambar 1.4 Aktifitas akses internet pada sebuah area hotspot ...	7
Gambar 1.5 Contoh penerapan teknologi wi-fi didalam kantor ...	8
Gambar 1.6 Penambahan meja untuk internet gratis saat acara Tertentu.....	11
Gambar 1.7 Eksterior mobil promosi yang sedang beroperasi di kawasan Bukit Darmo Golf, surabaya.....	11
Gambar 1.8 Interior mobil promosi Speedy	12
Gambar 1.9 Penempatan Dongkrak	12
Gambar 1.10 Pintu Kabin	13
Gambar 1.11 Tempat Layanan Internet gratis	13
Gambar 1.12. Lampu dan AC	14

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Gambar 2.1 logo speedy dan telkom	17
Gambar 2.2. Telkom kafe di Plaza Tujungan	19
Gambar 2.3. Internet mobile Speedy	21
Gambar 2.4. interior mobil promosi speedy	22
Gambar 2.5. eksterior mobil promosi speedy	22
Gambar 2.6. internet mobile saat beroperasi	22
Gambar 2.7. aktivitas pengajuan aplikasi	23
Gambar 2.8. aktivitas pengunjung mencoba internet gratis	23
Gambar 2.9 Mobil promosi menggunakan basis Isuzu ELF	25
Gambar 2.10. Mobil promosi menggunakan basis Toyota Dyna	27
Gambar 2.11. Mobil promosi smart	27

Gambar 2.12. Mobil promosi menggunakan basis mini bus....	28
Gambar 2.13. Mobil promosi Pocari Sweat.....	28
Gambar 2.14. Grafik kategori situs yang biasa diakses	31
Gambar 2.15. Spesifikasi ELF NHR 77 PS.....	32

BAB III

METODOLOGI DESAIN

Gambar 3.1. Skema penelitian.....	41
-----------------------------------	----

BAB IV

STUDI DAN ANALISA

Gambar 4.1. skema fungsi utama	49
Gambar 4.2. potensi fungsi lain	51
Gambar 4.3. pelanggan internet di Indonesia	53
Gambar 4.4. promosi di sekolah	56
Gambar 4.5. promosi di instansi pemerintah	56
Gambar 4.6. promosi di perumahan	56
Gambar 4.7. promosi di taman kota	56
Gambar 4.8. pengunjung lebih	57
Gambar 4.9. layanan internet gratis	58
Gambar 4.10. skema analisa petugas sebelum beroperasi	59
Gambar 4.11. konfigurasi penataan barang	59
Gambar 4.12. skema aktifitas petugas setelah tiba di tempat Promosi	60
Gambar 4.13. aktifitas petugas promosi	60
Gambar 4.14. skema aktifitas petugas saat promosi	61
Gambar 4.15. interaksi antara petugas promosi dengan Pengunjung	61
Gambar 4.16. skema aktifitas pengunjung	62
Gambar 4.17. aktifitas pengunjung	62
Gambar 4.18. pengunjung berinteraksi dengan petugas	63
Gambar 4.19. pengunjung mencoba layanan internet gratis	63
Gambar 4.20. area keluar masuk kabin mobil	64
Gambar 4.21. contoh layanan internet gratis diluar kabin	65
Gambar 4.22. objective tree	70

Gambar 4.23. unit internet mobile Telkom Speedy	73
Gambar 4.24. Gambar tampak eksisting	74
Gambar 4.25. Bukaan kabin bagian samping	75
Gambar 4.26. Area internet gratis	76
Gambar 4.27. konfigurasi interior	77
Gambar 4.28. Blocking Area pada eksisting	78
Gambar 4.29. Eksterior unit internet mobile Telkom Speedy ...	79
Gambar 4.30. Pembuatan ekterior di karoseri Tugas Anda	80
Gambar 4.31. Gambar visualisasi dimensi barang yang dibawa.....	83
Gambar 4.32. Gambar dimensi minimal kabin	83
Gambar 4.33. Gambar barang – barang	85
Gambar 4.34. Alternatif 1 Blocking area	87
Gambar 4.35. Alternatif 2 Blocking area	88
Gambar 4.36. Alternatif 3 blocking area	89
Gambar 4. 37. Alternatif 4 blocking area	91
Gambar 4. 38. Alternatif konfigurasi 1 tampak atas	94
Gambar 4.39. Alternatif konfigurasi 1 tampak samping	95
Gambar 4.40. keterangan alternative konfigurasi 1	95
Gambar 4.41 operasional alternative konfigurasi 1	96
Gambar 4.42. Alternatif konfigurasi 2 tampak atas	96
Gambar 4.43. Alternatif konfigurasi 2 tampak samping	97
Gambar 4.44. keterangan alternatif konfigurasi 2	97
Gambar 4.45. operasional alternative konfigurasi 2	98
Gambar 4.46. Alternatif konfigurasi 3 tampak atas	98
Gambar 4.47. Alternative konfigurasi 3 tampak samping	99
Gambar 4.48. Keterangan alternative konfigurasi 3	99
Gambar 4.49. Operasional alternative konfigurasi 3	100
Gambar 4.50. Konsep analisa komponen	101
Gambar 4.51. Komponen ekterior pada eksisting	102
Gambar 4.52. Perbandingan Grille	102
Gambar 4.53. Perbandingan front lamp	102
Gambar 4.54. Perbandingan tempat nomor polisi	103
Gambar 4.55. Perbandingan front skirt	103
Gambar 4.56. Perbandingan spion samping	103

Gambar 4.57. Perbandingan tempat rear lamp	104
Gambar 4.58. Perbandingan rear skirt	104
Gambar 4.59. Komponen yang perlu ditambahkan	104
Gambar 4.60. Penggabungan fungsi komponen	105
Gambar 4.61. Penyangga LCD 30 inchi dan penyangga Speaker	106
Gambar 4.62. Solusi pengganti penyangga	107
Gambar 4.63. Respon psikologi terhadap warna	109
Gambar 4.64. Warna pada media promosi Speedy	109
Gambar 4.65. Warna pada logo Speedy dan Telkom	110
Gambar 4.66. Contoh penerapan warna	110
Gambar 4.67. Logotype Speedy	111
Gambar 4.68. Iklan Speedy	111
Gambar 4.69. Front styling	112
Gambar 4.70. Rear styling	113
Gambar 4.71. Sketsa awal styling depan dan belakang	114
Gambar 4.72. Alternatif Styling Depan 1	115
Gambar 4.73. Alternatif Styling Depan 2	115
Gambar 4.74. Alternatif Styling Depan 3	116
Gambar 4.75. Alternatif Styling Depan 4	116
Gambar 4.76. Alternatif Styling Depan 5	117
Gambar 4.77. Alternatif Styling Depan 6	117
Gambar 4.78. Alternatif Styling Belakang 1	118
Gambar 4.79. Alternatif Styling Belakang 2	118
Gambar 4.80. Alternatif Styling Belakang 3	119
Gambar 4.81. Alternatif Styling Belakang 4	119
Gambar 4.82. Alternatif Styling Belakang 5	120
Gambar 4.83. Alternatif Styling Belakang 6	120
Gambar 4.84. Grafis eksterior pada eksisting	121
Gambar 4.85. Grafis pada Produk lain	122
Gambar 4.86. Logotype Speedy	123
Gambar 4.87. Logo Telkom	123
Gambar 4.88. Alternatif Grafis Eksterior 1	124
Gambar 4.89. Alternatif Grafis Eksterior 2	125
Gambar 4.90. Alternatif Grafis Eksterior 3	126

Gambar 4.91. Alternatif Grafis Eksterior 4	127
Gambar 4.92. Antropometri pria Indonesia 95 %	128
Gambar 4.93. Antropometri rata – rata masyarakat Indonesia	129
Gambar 4.94. Antropometri user dengan dimensi Unit internet mobile	129
Gambar 4.95. Dimensi pada area Internet gratis	130
Gambar 4.96. Acuan dimensi pada area Internet gratis	130
Gambar 4.97. Dimensi pada area Internet gratis tampak samping	131
Gambar 4.98. Dimensi pada area Internet gratis tampak depan	132
Gambar 4.99. Acuan Dimensi untuk meja area Internet gratis	132
Gambar 4.100. Acuan Dimensi panjang area Internet gratis	133
Gambar 4.101. Acuan Dimensi tinggi LCD	133
Gambar 4.102. Acuan garis styling sporty	135
Gambar 4.104. Sketsa Pengembangan Bentuk	135
Gambar 4.105. alternatif 1 dan 2 mekanisme bukaan kabin samping	136
Gambar 4. 106. Alternatif 3 dan 4 bukaan kabin bagian samping	138
Gambar 4. 107 Alternatif tempat LCD 30 inchi	138
Gambar 4. 108. Ketentuan mekanisme bukaan pintu Belakang	141
Gambar 4. 109. Alternatif atap tambahan pada bukaan pintu Belakang	142
Gambar 4. 110. Pengunjung datang	
Gambar 4. 111. Alur pengunjung pada eksisting	144
Gambar 4. 112. Alur pengunjung pada final desain	145
Gambar 4. 113. Contoh pemasangan banner pada suatu eksibjisi	145
Gambar 4. 114. Contoh pemasangan banner pada final desain	146

Gambar 4. 115. Contoh penerapan backdrop sebagai sisi belakang suatu eksibisi	146
Gambar 4. 116. Contoh penerapan pemasangan pelindung Samping	147
Gambar 4. 117. Alur yang diharapkan setelah analisa <i>human interface</i> dilakukan	148

BAB V

KONSEP DESAIN

Gambar 5.1. Konsep <i>cepat dan friendly</i>	151
Gambar 5.2. Sketsa desain	152
Gambar 5.3. Alternatif Desain 1	153
Gambar 5.4. Alternatif Desain 2	154
Gambar 5.5. Alternatif Desain 3	155
Gambar 5.6. Alternatif Desain 4	157
Gambar 5.7. Tampak Samping	158
Gambar 5.8. Perspektif Kiri	158
Gambar 5.9. Perspektif Kanan	159
Gambar 5.10. Depan	159
Gambar 5.11. Gambar Operasional 1	160
Gambar 5.12. Gambar Operasional 2	161
Gambar 5.13. Gambar bukaan kabin sebelah kiri.....	162
Gambar 5.14. Gambar bukaan kabin bagian belakang	162
Gambar 5.15. Gambar bukaan kabin sebelah kanan.....	163
Gambar 5.16. Gambar petugas menata kursi dan meja.....	163
Gambar 5.17. Gambar Interior final desain.....	164
Gambar 5.18. Gambar area interaksi petugas – pengunjung....	164

DAFTAR TABEL

BAB I

PENDAHULUAN

Tabel 1.1 Pelanggan dan Pemakai Internet di Indonesia	3
Tabel 1.2 Jumlah ISP di Indonesia, 2008	3

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tabel 2.1. Spesifikasi Teknis dari Chassis ELF NKR 55 77PS	32
---	----

BAB III

METODOLOGI DESAIN

BAB IV

STUDI DAN ANALISA

Tabel 4.1. jenis jalan sesuai dengan kelas	54
Tabel 4.2. design atribut	71
Tabel 4.3. design atribut dan aspek teknis	71
Tabel 4.4. Product attribute	72
Tabel 4.5. Tabel tingkat kepentingan	73
Tabel 4.6. Daftar barang yang dibawa didalam kabin mobil ...	82
Tabel 4.7. Daftar barang yang dibawa didalam kabin mobil	84
Tabel 4.8. Pengelompokkan aktifitas	85
Tabel 4.9. Penentuan prioritas kriteria blocking area	86
Tabel 4.10 Penilaian Alternatif blocking area	92
Tabel 4.11 matriks konfigurasi komponen	93
Tabel 4.12. Penilaian kriteria konfigurasi komponen	94
Tabel 4.13. Penilaian alternatif konfigurasi	100
Tabel 4.14. Kriteria bukaan kabin bagian samping	137
Tabel 4.15. Tabel penilaian bukaan kabin bagian samping ..	139
Tabel 4.16. Tabel penentuan kriteria mekanisme bukaan Tempat LCD 30 inchi	139
Tabel 4.17. Tabel penilaian tempat LCD 30 inchi	141

Tabel 4.18. Tabel kriteria mekanisme atap pelindung tambahan 141

Tabel 4.19. Tabel penilaian atap pelindung tambahan 143

BAB V
KONSEP DESAIN

The background of the page is a repeating pattern of the ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) logo. Each logo consists of a stylized emblem inside a shield-like shape, with the letters 'ITS' and the full name of the institution below it. The logos are arranged in a grid across the entire page.

BAB I

PENDAHULUAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

1.1.1. Peningkatan Pengguna dan Pelanggan Internet di Indonesia dan kebutuhan akan Internet.

Dewasa ini perkembangan dan kemajuan teknologi informasi berjalan sangat cepat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, penyimpanan dan pengiriman data semakin murah dan semakin baik kualitasnya. Baik individu, institusi, maupun pemerintah ikut melakukan berbagai upaya untuk memanfaatkan perkembangan teknologi informasi ini. Kemudian muncul teknologi internet yang merupakan sebuah jaringan yang sangat besar yang mengkonesikan komputer dan *server* (komputer pusat) diseluruh dunia dalam satu jaringan yang terpusat. Secara harfiah, internet (kependekan daripada kata *interconnected-networking*) ialah rangkaian komputer yang terhubung di dalam beberapa rangkaian. Dengan Internet kita dapat mengakses data dan informasi kapan saja dan dimana saja. Internet dapat membuat bias jarak, ruang dan waktu yang merupakan suatu jaringan komunikasi tanpa batas yang melibatkan jutaan komputer yang tersebar diseluruh dunia. Internet memiliki kegunaan antara lain, Internet sebagai media komunikasi, media promosi, media komunikasi interaktif, alat pencari informasi dan sarana pertukaran data.



Gambar 1.1 Ilustrasi Kerja Koneksi Internet

Internet saat ini benar-benar telah merubah cara pandang dan hidup manusia, dari hanya melakukan kirim surat, membaca

surat, *download* dan *upload file* ke *web*, sampai dengan melakukan transaksi perbankan yang saat ini bisa dilakukan dengan "one click". Belum lagi dengan perkembangan koneksi *Broadband* (koneksi Internet jalur lebar) yang cepat dan semakin mendukung.

Terdapat dua bentuk akses internet yang umum, yaitu *dial-up*, dan jalur lebar. (*broadband*). Di Indonesia, seperti negara berkembang lainnya, dimana masih sekitar 42% dari akses Internet (menggunakan *broadband*) melalui fasilitas publik seperti warnet, *cybercafe*, lokasi *hotspot* dan lain lain. Tempat umum lainnya yang sering dipakai untuk akses internet adalah di kampus dan di kantor.

Data dari www.internetworldstats.com. yang merupakan badan statistik dunia yang mengamati perkembangan pengguna internet, saat ini dari 6 milyar lebih penduduk dunia (6.676.120.288 tahun 2008) ternyata sudah ada 1 milyar lebih (1.407.724.920 jiwa) yang terdaftar sebagai pengguna internet. Sedangkan pengguna internet di Indonesia dari jumlah total 234.693.997 jiwa penduduk Indonesia, saat ini (2008) sudah tercatat 20 juta lebih pengguna internet. Padahal pada tahun 2000 yang lalu, pemakai internet di Indonesia baru mencapai 2 jutaan orang. Ini artinya ada peningkatan sekitar 900%. Menurut sumber lain yaitu Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), bahwa saat ini pengguna internet di Indonesia sudah mencapai angka 28 juta orang¹. Belum lagi dukungan pemerintah agar masyarakat Indonesia harus sadar internet. Dalam beberapa tahun ke depan pengguna internet Indonesia akan semakin bertumbuh dengan pesat.

¹ Data APJII, 2008

Peta pemanfaatan Internet di Indonesia (ribu orang)										
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	
Pelanggan	134	256	400	581	667	866	1.087	1.500		
Pemakai	512	1.000	1.900	4.200	4.500	8.081	11.226	16.000	20.000	

Sumber: APJII

Tabel 1.1 Pelanggan dan Pemakai Internet di Indonesia

1.1.2. Peningkatan Jumlah *ISP* (*Internet Service Provider*) dan Persaingannya di Indonesia.

Dimulai pada dekade 90-an , Internet semakin berkembang pesat, di Indonesia sendiri bisnis Internet mulai dikenal sekitar tahun 95-an yang diawali dengan munculnya *Internet Service Provider* (*ISP*) yang menyediakan akses ke Internet dengan *bandwidth* berkisar antara 14.4 kbps hingga 28.8 kbps. Perkembangan tersebut juga telah menumbuhkan peningkatan jumlah perusahaan penyedia jasa layanan internet / *ISP* (*Internet Service Provider*), yang pada hingga akhir tahun 1999 daftar *ISP* di Indonesia baik yang sudah beroperasi maupun belum beroperasi sekitar 55 *ISP* , tetapi pada tahun 2001 jumlah *ISP* secara keseluruhan yang tercatat di Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) sudah menginjak angka 155 *ISP*. Bisnis *ISP* memiliki prospek yang bagus. Saat ini semua bisnis yang berbasis Internet tidak akan berkembang apabila infrastruktur dan koneksi ke Internet tidak dibangun terlebih dahulu, berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Data Jumlah *ISP*² yang ada di Indonesia tahun 2008 :

Data statistik industri internet Indonesia 2008	
Indikator	Jumlah
PJI (<i>ISP</i>)	274 perusahaan

² Data APJII tahun 2008

Warnet	4.000 usaha
Pengguna Internet (2007)	>25 juta orang
Target 2008	40 juta orang

Tabel 1.2 Jumlah ISP di Indonesia, 2008

Meski di tahun 2002 Indonesia masih dalam tahap awal perkembangan pasar internet, namun peningkatan jumlah pelanggan internet yang ada saat ini menunjukkan bahwa peluang pasar internet di Indonesia cukup besar. Pada tahun 2002 Indonesia mengalami peningkatan jumlah pelanggan internet, persentasi jumlah pelanggan internet menunjukkan kenaikan angka yang sangat tinggi, yaitu 121%, dari 760000 pelanggan meningkat menjadi 1.680.000 pelanggan. Perkembangan tersebut juga telah menumbuhkan peningkatan jumlah perusahaan penyedia jasa layanan internet / ISP (*Internet Service Provider*), yang pada akhir tahun 2002 ini telah mencapai 68 ISP. Hal ini menunjukkan bahwa peluang pasar yang dilahirkan dari internet cukup besar. Para perusahaan penyedia jasa internet tersebut tergabung dalam Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII). Saat ini tercatat sudah ada 144 perusahaan pemegang izin penyelenggaraan internet servive provider (ISP) dan 27 perusahaan pemegang izin prinsip ISP di seluruh Indonesia. Adapun jumlah pengguna internet di Tanah Air terus bertambah. Pada 2002 baru mencapai 5 jutaan, dan pada 2007 sudah mencapai angka 20 juta pengguna.

Diantara sekian banyak perusahaan penyedia jasa internet yang ada di Indonesia ,LinkNet, TelkomNet, IndosatNet, CBN, IndoNet, RadNet, Centrin Dnet , MegaNet dan DNet adalah merupakan perusahaan penyedia jasa yang bias dikatakan masih eksis dan bersaing dari tahun 2002 sampai saat ini. Dari jumlah pelanggan internet yang ada di Indonesia lebih dari 20 persen diantaranya mempergunakan ISP (*Internet Service Provider*) Telkomnet milik PT Telkom dan pertumbuhan pengguna Internet

di Indonesia relatif stabil yaitu 25% per tahun, namun cenderung berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk.³

1.1.3. Perkembangan Teknologi *wi-fi* dan *hotspot*

Perkembangan internet dan peningkatan ISP menunjang adanya teknologi teknologi yang mendukung kualitas internet. Saat ini banyak sekali dijumpai dipasaran perangkat-perangkat yang telah mendukung komunikasi secara wireless atau nirkabel atau sering disebut *Wireless Fidelity (Wi-Fi)* . Wi-Fi (atau Wi-fi, WiFi, Wifi, wifi) merupakan kependekan dari *Wireless Fidelity*, memiliki pengertian yaitu sekumpulan standar yang digunakan untuk Jaringan Lokal Nirkabel / tanpa kabel (*Wireless Local Area Networks* – WLAN. Awalnya Wi-Fi ditujukan untuk penggunaan perangkat nirkabel dan Jaringan Area Lokal (LAN), namun saat ini lebih banyak digunakan untuk mengakses internet. Secara teknis operasional, Wi-Fi merupakan salah satu varian teknologi komunikasi dan informasi yang bekerja pada jaringan dan perangkat tanpa kabel. Hal ini memungkinkan seseorang dengan komputer dengan kartu perangkat nirkabel (*wireless card*) atau *personal digital assistant (PDA)* untuk terhubung dengan internet dengan menggunakan titik akses (atau dikenal dengan *hotspot*) terdekat. Perkembangan teknologi tersebut diimbangi dengan perkembangan dari perangkat *Wi-Fi* itu sendiri, seperti *notebook*, *personal computer* dan *gadget* (contoh : *PDA*, *Smart Phone*) .

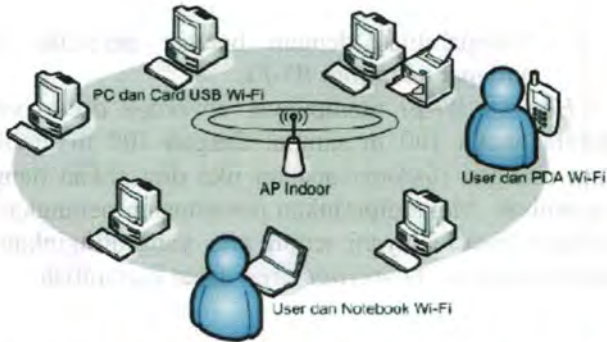


Gambar 1.2 Alat alat yang Dapat Menunjang Teknologi Wi-fi

³ Sylvia W. Sumarlin, Ketua Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2008

Di Indonesia sendiri, penggunaan Internet berbasis Wi-Fi sudah mulai menjamur di beberapa kota besar. Di Jakarta, misalnya, para pecinta Internet yang sedang *browsing* sambil menunggu pesawat *take off* di ruang tunggu bandara, sudah bukan merupakan hal yang asing. Fenomena yang sama terlihat diberbagai kafe seperti Kafe Starbuck dan La Moda Cafe di Plaza Indonesia, Coffee Club Senayan, dan Kafe Mister Bean Coffee di Cilandak Town Square dimana pengunjung dapat membuka Internet untuk melihat berita politik atau gosip artis terbaru sembari menikmati cappucino panas.

HotSpot adalah definisi untuk daerah yang dilayani dengan luasan tertentu oleh satu layanan akses yang biasa disebut *Access Point (AP) Wireless LAN* yang menggunakan suatu standar, dimana pengguna dapat masuk ke dalam *Access Point* secara bebas dan *mobile* menggunakan perangkat sejenis *notebook*, *PDA* atau lainnya. Koneksi bisa berupa koneksi ke internet, server, *sharing file* (saling tukar data), dan sebagainya seperti layaknya menggunakan media kabel. *HotSpot* memungkinkan sebuah koneksi yang mencapai 384 kbps sampai dengan 3,5 Mbps yang tidak lagi harus menunggu lama dengan koneksi seperti *dial-up* terdahulu, dan kecenderungan para pengguna yang ingin mengakses dari mana saja dan kapan saja informasi dan data baik yang bekerja dari rumah atau para pekerja dari luar kantornya misalnya di cafe-cafe atau di jaringan publik lainnya. Mobilitas yang tinggi dari pengguna internet membuat penggunaan *hotspot* menjadi tuntutan. Walaupun secara umum koneksi *wireless* masih belum bisa mengalahkan teknologi pendahulunya koneksi dengan kabel (*wired*), perlu dipertimbangkan peningkatan mobilitas yang luar biasa pada teknologi *wireless*. Pertemuan bisnis yang memerlukan koneksi internet dapat dilakukan tidak terbatas di ruang rapat tetapi dapat dilakukan di semua area publik seperti restoran atau *lobby* hotel.



Gambar 1.3 AP yang diakses pada sebuah area hotspot



Gambar 1.4 Aktifitas akses internet pada sebuah area hotspot

Ada beberapa kelebihan mengapa teknologi ini menjadi trend diantaranya⁴ ;

1. Banyaknya disediakannya koneksi di tempat umum, seperti café, lobi hotel, restoran, *executive lounge* bandara .
2. Pengguna bisa bekerja secara *mobile* tanpa harus mencari kabel koneksi.
3. Membuang kerumitan kabel.
4. Transfer data bisa mencapai 4 mbps dengan tergantung standart yang digunakan

⁴ Deris Setiawan (Dosen Jurusan Sistem Komputer FASILKOM UNSRI), www.unsri.ac.id, 2006

5. Kompatibilitas dengan banyak peralatan yang sudah terdapat teknologi *Wi-Fi*.

Hotspot Wi-Fi mempunyai *coverage area* yang terbatas rata-rata hanya 100 m sampai dengan 200 m untuk perangkat dalam ruangan (*indoor*) apalagi jika dipisahkan dengan dinding atau tembok. Maka diperlukan penempatan perangkat AP dengan tepat agar bisa melayani semua area yang diinginkan, jika diluar ruangan (*outdoor*) *coverage area* dapat bertambah.



Gambar 1.5 Contoh penerapan teknologi wi-fi didalam kantor

1.1.4. Pentingnya Promosi Speedy

Hingga akhir tahun 2008, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk berharap dapat memperluas layanan internet broadband Speedy sebanyak satu juta nomor. Pada akhir Agustus jumlah pelanggan Speedy baru mencapai 510.000 satuan sambungan layanan (SSL). Potensi penambahan pelanggan Speedy disesuaikan dengan jumlah pelanggan telepon kabel karena infrastruktur dasar Speedy menggunakan jaringan kabel yang sama. Saat ini jumlah pelanggan telepon kabel Telkom mencapai 8,7 juta nomor.

Direktur Utama Telkom Rinaldi Firmansyah mengatakan "Target satu juta pelanggan Speedy didorong perluasan jaringan dan peningkatan kapasitas akses," di sela peluncuran Speedy Cermat dan Flexi Cash, di Jakarta, Jumat (29/8)⁵. Menurut Dirut Telkom Rinaldi, layanan internet Speedy mengalami pertumbuhan yang pesat dari 93.000 SSL pada akhir 2006 dan 241.000 SSL di akhir 2007. Pertumbuhan pengguna internet juga didukung oleh Menkominfo (Menteri Komunikasi dan Informatika) Mohammad Nuh. Mohammad Nuh mengatakan saat ini pengguna telepon seluler di Indonesia mencapai 60 juta orang. Namun, pengguna internet baru 6 persen dari penduduk Indonesia atau sekitar 14,4 juta pengguna. Menkominfo juga mengatakan "Perkembangan telepon seluler sangat luar biasa, sementara internet masih jauh tertinggal,"⁶.

Dengan target tersebut maka P.T Telkom perlu melakukan promosi produk speedy dengan baik, salah satu bentuk promosi dengan teknik jemput bola adalah dengan adanya mobil promosi yang dapat berkeliling menjemput pelanggan. Dengan desain mobil promosi speedy (*Internet Mobile Speedy*) yang menarik memungkinkan untuk meningkatkan respon yang baik oleh masyarakat, yang intinya tentu saja meningkatkan pelanggan speedy.

1.1.5. Sosialisasi tentang Manfaat Internet

Saat ini sudah banyak tempat – tempat umum yang disediakan oleh pemerintah kota / kabupaten yang sudah terjangkau internet melalui titik *hotspot*. "Semua alun-alun di 38 kabupaten/kota telah terpasang, kita hanya menunggu pemanfaatan oleh masyarakat, jika nanti banyak yang memanfaatkan, maka kami minta pihak Telkom memperluas

⁵ Akhir 2008, Pelanggan Speedy Ditarget Satu Juta, Kompas, 2008

⁶ Perkembangan Internet, Tempo Interaktif, 2008

jaringannya,” ujar Menteri Komunikasi dan Informasi Muhammad Nuh pada 20 Desember 2007, seperti dikutip sejumlah media. Tetapi pemanfaatan layanan internet tersebut masih sangat rendah. Djadi Soegiarto, Communication Manager Telkom Divre V Jawa Timur mengatakan, rendahnya penetrasi internet di Indonesia juga disebabkan rendahnya tingkat kepemilikan perangkat keras seperti komputer dan modem serta kurangnya sosialisasi pemanfaatan internet ini sendiri.

Djadi Soegiarto juga menjelaskan, dari 73 ribu desa di Indonesia, yang belum tersambung jaringan mencapai 38 ribu desa. Target nasional pada 2008-2009 semua kabupaten/kota di Indonesia akan terpasang *hot spot* dan tersambung jaringan internet. Untuk Menyikapi hal ini, Telkom Speedy Jawa Timur menggandeng Departemen Komunikasi dan Informasi, secara berkala akan melakukan sosialisasi pemanfaatan internet di sekolah – sekolah, instansi pemerintah dan di tempat – tempat umum.

Hal ini sesuai dengan anjuran Menteri Komunikasi dan Informasi Muhammad Nuh yang menyatakan bahwa masyarakat Indonesia diharapkan untuk “melek” internet, M.Nuh menambahkan, “di masa mendatang kebutuhan akan informasi dan data lebih penting daripada sekadar kebutuhan pada hiburan. Saluran untuk kebutuhan informasi adalah melalui internet”.

1.2. Permasalahan

1.2.1. Permasalahan Utama

- Unit internet mobile pada eksisting belum dapat menonjolkan layanan internet gratis, sehingga masyarakat umum cenderung kurang dapat mengidentifikasi bahwa mobil tersebut memiliki layanan internet gratis.



Gambar 1.6 Penambahan meja untuk internet gratis saat promosi yang sedang beroperasi



Gambar 1.7 Eksterior mobil promosi yang sedang beroperasi

- Kurang memaksimalkan eksterior unit internet mobile sebagai sarana promosi dengan image cepat dan faktor penunjang estetika.
- Mobil promosi eksisting yang ada memiliki potensi lain selain mobil promosi, yaitu dari aspek edukasi dan hiburan. Mobil promosi eksisting yang ada hanya dijadikan sarana transportasi dan sarana angkut barang yang akan dipakai untuk sosialisasi internet disuatu tempat, misalnya sekolah atau instansi pemerintah.

1.2.2. Permasalahan Teknis

Berikut ini merupakan permasalahan – permasalahan teknis yang ada pada produk eksisting mobil promosi Telkom Speedy yang diharapkan dapat diselesaikan melalui pendekatan desain :

1. Konfigurasi Komponen



- Konfigurasi komponen masih kurang baik, terlihat tidak rapi dan tidak ada *blocking area* yang jelas.
- Masih terdapat komponen – komponen yang kurang maksimal secara fungsi, hal ini mengurangi efisiensi dari interior mobil.

Gambar 1.8 Interior mobil promosi Speedy



Gambar 1.9 Penempatan Dongkrak

2. Komponen mobil promosi kurang mendukung kenyamanan pengguna Layanan internet gratis, hal ini disebabkan :

- Layanan internet gratis berada didalam kabin mobil sehingga masyarakat sulit untuk mengidentifikasi
- Hanya menampung 2 orang pengunjung untuk mencoba layanan internet gratis didalam mobil, yang seharusnya dapat menampung lebih banyak lagi pengunjung jika terdapat penambahan komponen dan bukaan kabin lebih banyak.





Gambar 1.10 Pintu Kabin



Gambar 1.11 Tempat Layanan Internet gratis

3. Dengan bukaan kabin hanya satu, sehingga menyebabkan :

Pemasangan AC tambahan pada interior dan membutuhkan penerangan lebih untuk interior mobil, hal tersebut dapat ditiadakan dengan bukaan kabin lebih banyak / lebar atau layanan internet gratis berada diluar kabin



Gambar 1.12. Lampu dan AC

1.2.3. Batasan Masalah

1. Menggunakan basis mini bus seperti pada eksisting, yaitu Isuzu ELF yang dimodifikasi sehingga dimensinya dapat digunakan untuk promosi dengan baik.
2. Salah satu bentuk promosi dari unit internet mobile adalah layanan onternet gratis.
3. Menambah *body kit* dan *wide body kit* serta assesoris yang menunjang konsep desain yang diinginkan.
4. Pada posisi mobil promosi berjalan, berfungsi sebagai media iklan berjalan yang menggunakan *cutting stiker* atau cat yang berada pada sisi - sisi kabin
5. Pada posisi mobil promosi berhenti, berfungsi sebagai sarana promosi, hiburan dan pelayanan produk Speedy.



1.3. TUJUAN DESAIN

- **Konsep Awal**

Desain unit internet mobile yang berfungsi sebagai promosi produk Speedy, edukasi dan hiburan. Mobil sebagai sarana promosi produk Speedy yang dapat juga digunakan sebagai sarana sosialisasi internet di masyarakat, baik di sekolah sekolah maupun instansi pemerintahan.

Desain eksterior mobil promosi berkonsep cepat yang dapat diaplikasikan pada desain ekterior yang *sporty*. Unit internet mobile juga dilengkapi dengan fasilitas *hotspot* sehingga pengunjung disekitar area promosi dapat melakukan aktifitas internet langsung dengan alat mereka sendiri yang kompatibel dengan teknologi *wi-fi*, misalnya menggunakan laptop. Juga dapat menilai langsung kualitas *wi-fi* Speedy.

Desain eksterior unit internet mobile juga didesain lebih *friendly*, hal ini dapat diaplikasikan dengan mengubah tempat layanan internet gratis dari didalam kabin menjadi diluar kabin sehingga terlihat oleh masyarakat, lebih komunikatif dan lebih berkesan mengundang.

- **Tujuan.**

Tujuan perancangan mobil promosi adalah untuk mendapatkan sebuah rancangan yang menghasilkan kemudahan dalam menggelar sebuah even promosi, dengan kelebihan yaitu :

- Fungsi utama adalah sebagai mobil promosi dan fungsi sekundernya adalah sebagai mobil sosialisasi internet untuk sekolah ataupun instansi pemerintahan. Dalam hal ini pihak Telkom berkerja sama dengan Departemen Komunikasi dan Informasi (Depkominfo).
- Dengan konsep lebih *friendly*, diharapkan lebih menarik dan lebih memberikan imej positif bagi konsumen khususnya segmen menengah

- Tampilan mobil promosi yang komunikatif dan dapat mencuri perhatian massa.
- Mendapatkan sistem mekanis mobil promosi dengan operasional yang mudah.
- Estetika mencerminkan identitas produk, yaitu akses internet cepat

1.4. MANFAAT

Manfaat yang didapat dari desain mobil promosi Telkom Speedy ini adalah :

- Memberikan kesan promosi dan *image* yang beda dan lebih baik dengan yang sebelumnya
- Meningkatkan jumlah pelanggan dengan adanya promosi yang interaktif yang digelar pada mobil promosi.
- Memberikan promosi tentang produk Speedy khususnya dan edukasi internet serta teknologi wi-fi secara interaktif pada umumnya
- Dengan penggabungan fungsi sebagai media promosi Speedy dan sebagai media sosialisasi internet ke masyarakat, diharapkan mampu meningkatkan kerja sama dan hubungan yang saling menguntungkan antara PT. Telkom Indonesia dengan Departemen Komunikasi dan Informasi (Depkominfo).

The background of the page is a repeating pattern of the ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) logo. Each logo consists of a blue shield with a white emblem inside, followed by the letters 'ITS' in a bold, sans-serif font. The logos are arranged in a grid-like pattern across the entire page.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. TINJAUAN EKSISTING

2.1.1. Data Eksisting – Telkom Speedy

2.1.1.1. Profil Telkom Speedy



Gambar 2.1 logo speedy dan telkom

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) dengan Visi "*To Become a Leading InfoCom Player in the Region*" senantiasa berusaha untuk memberikan layanan dan jasa terbaik bagi masyarakat Indonesia. Salah satu layanan unggulan TELKOM di 2006 ini adalah TELKOM Speedy. TELKOM Speedy merupakan Layanan internet access end to end dari PT TELKOM dengan basis teknologi *Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)*, yang dapat menyalurkan data dan suara

secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan maksimal 384 kbps yang dijamin dari Modem sampai BRAS (*Broadband Remote Access Server*) di sisi perangkat TELKOM. Dengan slogan "*Speed that you can trust*" maka TELKOM Speedy menjadi solusi utama bagi akses broadband koneksi Internet tidak hanya di kalangan bisnis namun meluas sampai ke rumah-rumah.

Rencananya layanan TELKOM Speedy ini akan diluncurkan dengan cakupan layanan nasional secara bertahap mulai awal Mei 2006. Pada awalnya beberapa daerah yang sudah dapat dilayani (*first package*) meliputi:

1. Sumatera: Medan, Pekanbaru, Padang, Batam, Palembang, Lampung
2. Jawa: Bandung, Cirebon, Semarang, Yogyakarta, Solo, Surabaya.

Cakupan layanan TELKOM Speedy senantiasa terus diperluas ke daerah-daerah lainnya di 2006 ini dan tahun-tahun berikutnya untuk memenuhi kebutuhan akses broadband yang telah meningkat pesat. Paralel dengan perluasan layanan akses broadband, TELKOM pun akan segera menyiapkan beragam layanan *Content Broadband* seperti : *Game Broadband Online, Video Streaming, Audio download, web conferences, Home surveillances* dan masih banyak lagi.

Saat ini P.T Telkom telah melakukan Kerja sama dengan beberapa Internet content provider yaitu dengan PT. Cowon-Namu Indonesia untuk konten komunitas, PT. Ciptamaya Solution dan PT. Penta Company untuk konten edukasi, PT. Jaspacenet dan PT. BolehNet untuk Game Online dan PT. Indonusa Telemedia untuk *Internet Streaming*.

2.1.1.2. Bentuk Promosi Telkom Speedy

Pemasaran Speedy saat ini masih bisa dikatakan belum maksimal, kondisi ini dilihat dari pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan masih dibawah dari target nasional Telkom. Untuk dapat meningkatkan pemasaran, Pihak Telkom melakukan sejumlah promosi yang menunjang pencapaian target, antara lain yaitu :

- **Telkom Cafe, *lifestyle yang full hi-tech di Surabaya***¹



Gambar 2.2. Telkom kafe di Plaza Tujungan

Hadir disalah satu pusat perbelanjaan terbesar di pusat kota Surabaya, Cafe Telkom, menawarkan sebuah kenikmatan tersendiri. Selain menu yang istimewa, open cafe dengan luas area sekitar 10X10 M² itu juga menawarkan fasilitas *full hi-tech*. Tersedia *Speedy*

Hot Spot internet access, serta dukungan TV kabel yang siap memanjakan para pengunjungnya.

Dikatakan oleh Iskriyono, GM Telkom Surabaya Barat, bahwa Telkom Cafe ini merupakan yang pertama kalinya ada. "Untuk lebih mendekatkan kepada pelanggan, melalui *indirect communication*, kita coba hadirkan sebuah suasana baru yang terkesan rileks," disela pembukaan Telkom Cafe oleh GM Telkom Jatim, Husni Thamrin, Jumat (22/09). Menjelaskan tentang pangsa pasar yang dituju, Iskriyono mengatakan ada pada anak muda (pelajar, mahasiswa), serta eksekutif muda. Suasana modern memang tampak melekat pada sekeliling lokasi Telkom Cafe. Hal ini karena didukung dengan lokasinya yang persis berada di area *lifestyle center*. Menurut Dian Apriliana, Promotion Manager Tunjungan Plaza, *lifestyle center* yang berada di Lower Ground TP II ini menggabungkan dua kebutuhan warga metropolitan. "*Lifestyle center* ini hadir sebagai pusat *lifestyle, trend setter, dan hang out* pertama di Surabaya".

¹ www.telkomspeedy.com

Sementara itu dalam sambutannya, Husni Thamrin mengatakan bahwa kehadiran Telkom Cafe ini merupakan bentuk keseriusan Telkom Jatim dalam menggarap pangsa pasar Multimedia. Dimana pada dua hari sebelumnya, Direktur Konsumer Telkom, Guntur Siregar juga telah meresmikan layanan Multimedia lainnya. "Setelah Multimedia Center di Plasa Marina, dan Speedy Hot Spot di bandara Juanda, kita juga telah jajahi beberapa pusat kunjungan masyarakat, yang salah satunya adalah dengan kehadiran Telkom Cafe ini."

PT Telkom sangat memanfaatkan *marketing via internet*. Karena memang internet telah mulai menjadi makanan sehari-hari hampir bagi semua orang. Dan, "internet menjadi kebutuhan sehari-hari semua orang". *Mindset* inilah yang sedang dibentuk, tentu saja akan sangat mendukung untuk omset produk speedy. Satu hal lagi, yaitu "social marketing dengan tetap mengedepankan profit". *Marketing* speedy yang ingin menumbuhkan kebutuhan yang besar akan kebutuhan internet yang cepat dan terakses dimana saja, selain memang dengan tujuan bisnis (profit) terkandung juga pencerdasan bagi masyarakat akan pentingnya "internet dalam komunikasi dan globalisasi".

- **Forum untuk para pengguna speedy**

www.myspeedyblogger.com sebuah web yang memfasilitasi masyarakat untuk memesan speedy secara *online* dan para *blogger* untuk mendapatkan *fee* dari pemasangan banner Speedy pada blog mereka.

Speedy rutin mengadakan acara-acara bagi para komunitas penggunanya. Selain itu juga ikut bergabung dalam komunitas, club dan forum-forum lokal. Secara personal (bukan secara perusahaan) dan nonformal menjalin hubungan dengan komunitas-komunitas tertentu. Sebagai contoh, Telkom Speedy

Wilayah Bandung menjalin hubungan dengan para *blogger* Bandung(Batagor) dengan mengikuti event-event mereka,aktif pada forum dan mensponsori kegiatan mereka. *Feedback* dari hubungan ini adalah para *blogger* aktif pula pada forum-forum dari speedy.

- **Pemasangan titik *hotspot* gratis**

Dalam kurun enam bulan Telkom berhasil memasang *hot spot* atau jaringan internet nirkabel ini di 38 alun-alun di kota dan kabupaten serta di 300 titik kota Surabaya yang tersebar di mal, sekolah dan tempat-tempat umum.

2.1.1.3. Unit Internet Mobile Telkom Speedy



Gambar 2.3. Internet mobile Speedy



Gambar 2.4. interior mobil promosi speedy



Gambar 2.5. eksterior mobil promosi speedy



Gambar 2.6. internet mobile saat beroperasi

2.1.1.4. Kegiatan / Aktifitas Promosi Internet mobile Speedy

Program promosi keliling pada dasarnya adalah bagian dari aktivitas promosi penjualan yang ditujukan secara langsung kepada konsumen tertentu pada lokasi - lokasi yang potensial yang didatangi oleh konsumen dari segmentasi tertentu sehingga tercipta bentuk komunikasi secara langsung.

Adapun Tujuan Promosi keliling dari unit internet mobile Speedy antara lain, :

- Sebagai sarana penyampaian informasi lebih detail kepada konsumen secara langsung tentang produk / jasa secara satu arah maupun dua arah.
- Sarana pemasaran secara langsung dan edukasi tentang pemanfaatan internet kepada konsumen menurut segmentasi yang dituju.
- Peragaan operasional produk / jasa secara langsung sehingga konsumen dapat mengerti keunggulan produk / jasa tersebut.
- Memberikan layanan internet gratis.
- Pengisian aplikasi baru / pemasangan jaringan internet.

Kegiatan promosi keliling juga dapat dikatakan sebagai pemasaran melalui even atau biasa disebut *event marketing*. Sebuah event marketing akan sangat efektif apabila berdiri sendiri tanpa media lain.



Gambar 2.7. aktivitas pengajaran aplikasi



Gambar 2.8. aktivitas pengunjung mencoba internet gratis

2.1.1.5. *Brand, Awareness, Cost dan Availability Produk Speedy*²

Brand adalah *image* yang ditampilkan dari suatu produk atau layanan, dimana dengan branding ini suatu layanan bisa diposisikan sasaran pelanggannya. Speedy adalah *brand* dari layanan internet kecepatan tinggi dari Telkom yang berbasis pada teknologi ADSL/ADSL2+. Speedy yang berasal dari kata Speed, diharapkan akan mampu untuk memberikan *image* mengenai kecepatan. Dari penggambaran logo yang ada menunjukkan bahwa kecepatan adalah *image* yang ingin dimunculkan dari layanan Speedy. Kecepatan koneksi sampai dengan 1 Mbps.

Branding Speedy juga bisa digabungkan dengan pembentukan komunitas, seperti yang saat ini banyak menjadi tren adalah adanya *hotspot café* maupun tempat nongkrong lain, dengan demikian Speedy akan lebih dikenal sebagai layanan internet akses dari Telkom.

Pemberikan *awareness* pada sasaran *user* yang dianggap potensial sebagai pelanggan Speedy sangat penting. Hal ini bisa disesuaikan dengan komunitas yang sedang dikembangkan. Misalnya saja sekolah, akan memberikan dampak kepada penjualan ke rumah-rumah, mengingat dengan adanya Speedy di sekolah, otomatis pada murid akan terbiasa dengan Speedy dan komunikasi dalam pembahasan materi pembelajaran bisa diakses hanya dengan Speedy. Saat ini para orang tua bisa digugah untuk memasang Speedy di rumahnya agar anak-nya tidak tertinggal dalam pelajaran maupun sebagai *monitoring* kemajuan prestasi anak disekolah.

Awareness juga dapat berupa promosi dengan menggunakan kata – kata semboyan, misalnya “ *Speed acces* “, dengan *awareness* yang jelas akan meningkatkan imajinasi calon

² Henri Setiawan W, Broadband Wireline Engineer, Lab. Wireline – R&D Of Infrastructure, SWA online, 2007

pelanggan yang memudahkan untuk pemilihan suatu layanan saat *user* membutuhkan.

Setelah *brand* tercipta dan masyarakat tahu terhadap layanan Speedy, maka *cost* atau *tariff* akan menjadi parameter selanjutnya yang menentukan kesuksesan pemasaran Speedy. Tarif atau *cost* Speedy ditentukan oleh beberapa hal, yaitu masalah biaya instalasi, harga modem, abonemen dan biaya pemakaian. Kondisi ini sebenarnya bisa diatasi dengan beberapa strategi seperti penjualan langsung, maupun penjualan tidak langsung. Penggunaan *discount* pada awal pemasaran menunjukkan produk atau layanan belum *mature*, sehingga kalau bisa pemberian *discount* harga diawal peluncuran produk layanan bisa dihindari

Kejelian *customer care* terutama yang berbasis pada *phone based* menjadi salah satu faktor utama dalam hal *availability*, seperti hal informasi yang disampaikan sebaiknya tidak menginformasi keterbatasan alat produksi yang ada namun lebih diarahkan pada kesiapan infrastruktur dengan mengatakan kepada pelanggan akan diusahakan dalam waktu secepatnya, dibandingkan dengan informasi pada area calon pelanggan belum bisa dijangkau atau dilayani dengan Speedy. Bila informasi yang disampaikan kurang tepat, maka pengaruh akan branding, *awareness* serta *cost* bisa menjadi suatu rumor yang kurang sedap dan akan menyebabkan Speedy menjadi suatu produk yang tidak siap jual maupun Speedy diinformasikan sebagai layanan yang kurang bagus karena cakupan. Hal ini tentunya akan sangat merugikan bagi Telkom.

2.1.2. Eksisting - Pemandangan

1. Mobil promosi menggunakan basis Isuzu ELF



Dengan basis ELF yang berukuran sedang, sehingga tidak terlalu memakan tempat.



Gambar 2.9 Mobil promosi menggunakan basis Isuzu ELF

Terdapat speaker diatas kabin depan.

Sisi kiri dinding kabin dapat dibuka dan dijadikan sebuah panggung

Diatas kabin terdapat tempat barang

2. Mobil Promosi dengan basis Toyota Dyna



Dengan basis Toyota Dyna yang berukuran besar, dapat memuat barang banyak ..

Terdapat speaker diatas kabin depan.

Sisi kiri maupun kanan dinding kabin dapat dibuka dan dijadikan sebuah panggung yang cukup lebar untuk sebuah even.



Diatas kabin
terdapat tempat
barang



Gambar 2.10. Mobil promosi menggunakan basis Toyota Dyna

3. Mobil promosi dengan model dinding kabin yang dapat dijadikan atap.



Gambar 2.11. Mobil promosi smart

Menggunakan basis truk Fuso, dengan atap yang menggunakan sistem hidrolis untuk menaikannya. Dengan tinggi atap lebih dari 3 meter, sehingga panggung tampak lebar



Menggunakan basis minibus dengan penambahan panggung. Dinding kabin dijadikan atap, tetapi tidak bisa ditinggikan lagi.

Gambar 2.12. Mobil promosi menggunakan basis mini bus



Gambar 2.13. Mobil promosi Pocari Sweat

2.2. Perilaku Pengguna Internet di Indonesia.

Di Indonesia perilaku atau kebiasaan yang dilakukan yang berkaitan dengan menggunakan layanan internet masih hampir sama dengan negara – negara di Asia Tenggara, layanan di internet yang biasa dilakukan antara lain,:

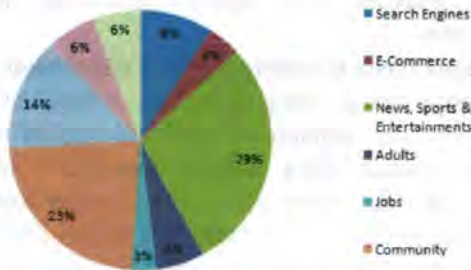
1. Layanan pertama yang biasa dibuka adalah layanan email dan layanan Yahoo Messenger.
2. Friendster, entah sekedar *Add friends*, atau kasih *comment/testimonial*, *upload* foto, dan seterusnya. Layanan *social networking friendster* memang sangat populer di kawasan Asia Tenggara, mereka cukup merajai di sini, dengan pangsa pasar 45% di Filipina, 15% di Malaysia, 14% di Singapura, dan 13% di Indonesia.
3. Mencari dengan Google Indonesia menjadi pilihan. Setidaknya masyarakat Indonesia masih suka mencari informasi.
4. Membuka *Blog*, dan nampaknya layanan dari Google yakni *blogspot/blogger* masih menjadi pilihan yang lebih baik ketimbang yang lain seperti *multiply* dan *wordpress*. Nampaknya *blogging* dan *blogwalking* mulai menjadi gaya berinternet.
5. *Download*, walaupun mungkin agak lambat diakses dari Indonesia, tapi ternyata *download* masih menduduki peringkat yang lebih tinggi dari sekedar nonton di internet.
6. Nonton video, Seperti di negara lain, YouTube masih menjadi pilihan.
7. Mengikuti diskusi di forum – forum di internet
8. Melihat berita dan informasi terkini, diantaranya koran *online* dan situs informasi dari luar negeri.
9. Membuka situs – situs khusus orang dewasa.

Dari aktifitas di atas, kebiasaan tersebut dapat digolongkan jenis – jenis situs di internet secara garis besar menjadi beberapa kategori³ dan definisi:

- *Search Engine*: Mesin pencari, sumber informasi, atau pusat referensi.
- *E-Commerce*: Termasuk bursa *online*, *online store*, dan pusat lelang.
- *Portal/News*: Kumpulan berita-berita yang umumnya hanya dibaca, tanpa balasan dari pembaca.
- *Adult Sites*: Kumpulan situs-situs yang hanya pantas untuk orang dewasa, meskipun cara penyajiannya bisa tergolong kategori lain.
- *Job Boards*: Pusat karir atau kumpulan iklan lowongan kerja
- *Community*: Kumpulan situs- situs yang mengandalkan jumlah komunitas, seperti *Social Networking*, forum diskusi, dan *blogging*.
- *Free Hosting*: Kumpulan situs-situs yang umumnya berguna sebagai tempat *download file-file* foto, *video*, dan lain-lain.
- *Advertising Network*: Kumpulan situs-situs penyaji iklan di internet.
- *Local Content*: Situs yang dioperasikan oleh orang Indonesia, dan menyajikan materi lokal.
- *User Generated Content*: Sebagian besar materi disajikan oleh anggota komunitas, bukan pemilik situs.

Bisa disimpulkan bahwa situs-situs populer yang diakses masyarakat Indonesia pada umumnya didominasi oleh situs-situs berita dan hiburan (29%), situs-situs komunitas (termasuk *Social Networking*) (23%), dan situs-situs *download* (14%).

³ Web Information Company Indonesia, 2007



Gambar 2.14. Grafik kategori situs yang biasa diakses

Hasil penelitian⁴ menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna (59,1%) sudah memahami dalam menggunakan Internet, tindakan pengguna hampir sebagian (43,4%), dalam menelusuri Internet sudah tepat, tingkat penggunaan Internet belum maksimal (kurang dari 25 %). Pada umumnya pengguna (93,3%) antusias dalam menelusuri informasi melalui Internet, pemanfaatan Internet belum optimal dan belum sepenuhnya menunjang pemenuhan kebutuhan informasi pengguna.

Dari survei⁵ yang didapat dari internet, berdasarkan kategori usia, kebanyakan (63 persen) pengguna internet berasal dari kalangan usia 18-23 tahun. Menurut kategori gender, sebanyak 63,3 persen internet *user* berjenis kelamin perempuan. Pada kategori jenis pekerjaan, mayoritas berasal dari golongan mahasiswa. Untuk kategori lokasi, aktivitas internet (37 persen) dilakukan di rumah. Pada kategori access device, umumnya (52 persen) aktivitas internet dilaksanakan dengan menggunakan PC. Sementara menurut kategori *experience level* (57 persen), internet *user* mengaku berada di tingkat menengah. Berdasarkan kategori penggunaan (33 persen), aktivitas yang sering dilakukan oleh

⁴ Suhendi, dosen universitas Gunadarma, Perilaku pengguna Internet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi, 2007

⁵ Tesis Suhendi, Perilaku pengguna Internet....., Universitas Guna Darma Jakarta, 2003, digilib.gunadarma.ac.id

kebanyakan internet *user* adalah *browsing* atau pencarian informasi / data.

2.3. Spesifikasi basis Kendaraan yang digunakan

Adapun chassis yang digunakan sebagai standarisasi unit mobil reportase ini. Setelah mempertimbangkan berbagai aspek yang mempengaruhi daya angkut, kapasitas, dan kebutuhan-kebutuhan yang lain, yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengguna didalamnya. Chassis IZUZU ELF NHR 55 77 PS merupakan salah satu chassis yang dapat memenuhi kebutuhan dan kelayakan untuk digunakan di jalan. Berikut adalah spesifikasi teknis dari chassis IZUZU ELF NHR 77 PS.



Gambar 2.15. Spesifikasi ELF NHR 77 PS

No.	ITEM	NKR 77PS
Dimensi (mm)		
1.	Cabin to End (CE)	3.025
2.	Panjang Total (OAL)	4.590
3.	Lebar Total (OW)	1.695
4.	Tinggi Total (OH)	2.105
5.	Jarak Poros (WB)	2.490
6.	Jarak Pijak Depan (AW)	1.395
7.	Jarak Pijak Belakang (CW)	1.375
8.	Jarak Terendah (HH)	190

Berat (Kg)		
1.	Berat Kotor (GVW)	5.100
2.	Gross Axle Weight	
	Depan	1.080
	Belakang	440
Total		1.520
Mesin		
1.	Tipe	4JBI
2.	Jumlah Silinder	4
3.	Garis Tengah x Langkah (mm)	93 x 102
4.	Piston Displacement (cc)	2.771
5.	Tenaga Maksimum (ps/rpm)	77 / 3.600
6.	Torsi Maksimum (kgm/rpm)	17,8 / 2.000
Kopling		
1.	Tipe	Pelat Kering Tunggal
2.	Diameter (mm)	240
Transmisi		
1.	Tipe	MSB5S
2.	Perbandingan Gigi	
	1	5,016
	2	2,672
	3	1,585
	4	1,000
	5	0,770
	Mundur	4,783
Kemampuan		
1.	Daya Tanjak (tan)	0,36
2.	Radius Putar (m)	5,4
3.	Kecepatan Maksimum (km/jam)	132



Roda		
1.	Depan	Single (750-15-10PR)
2.	Belakang	Single (750-15-10PR)
3.	Velg	5.5K x 15 – 6 ST
Suspensi		
1.	Depan	Semi-elliptical alloy leaf springs
2.	Belakang	Semi-elliptical alloy leaf springs
Rem		
1.	Sistem Rem Utama	Hydraulic Vacum Assisted, dual circuit
2.	Rem Roda Depan	Two Leading (60x279,4 mm)
3.	Rem Roda Belakang	Dual Two Leading (60x279,4 mm)
4.	Rem Tangan	Mekanisme
Gandar		
1.	Gandar (Axle) Depan	Bentuk elliot terbalik, 1 beam section
2.	Gandar (Axle) Belakang	Bentuk banjo
3.	Final Gear Ratio (to 1)	7,784
Lain-lain		
1.	Sistem Kemudi	Recirculating Ball
2.	Kapasitas Tangki Solar (liter)	75
3.	Accu (V – AH)	12 - 50
4.	Altenator (V – A)	12 - 50

Tabel 2.1. Spesifikasi Teknis dari Chassis ELF NKR 55 77PS

2.4. Peraturan Pemerintah tentang Persyaratan Kendaraan Karoseri

Penerapan Layak Jalan Kendaraan Bermotor pada Industri Karoseri pada S.K. Dirjen tersebut dibawah menjadi pedoman bagi setiap perusahaan karoseri dalam memproduksi kendaraan. Dalam upaya peningkatan kinerja industri karoseri

maka pada tahun 2003 telah dibentuk ASKARINDO yang merupakan Asosiasi industri karoseri Indonesia dengan maksud menjembatani pemerintah dengan industri karoseri sehingga tujuan pemerintah agar setiap kendaraan memenuhi persyaratan teknis dan layak jalan dapat terpenuhi.

Undang Undang No. 14 tahun 1993

1. DEFINISI MOBIL PENUMPANG

Yang dimaksud dengan mobil penumpang adalah setiap kendaraan bermotor yang dilengkapi sebanyak – banyaknya (maksimal) 8 tempat duduk tidak termasuk tempat duduk pengemudi. Baik dengan maupun tanpa perlengkapan pengangkutan bagasi.

2. RANGKA LANDASAN

Setiap kendaraan bermotor harus memiliki rangka landasan yang memenuhi persyaratan :

- a. Dapat menahan seluruh beban, getaran, dan guncangan kendaraan berikut muatannya, sebesar jumlah berat kendaraan yang diperbolehkan.
- b. Konstruksi menyatu atau secara terpisah dengan badan kendaraan yang bersangkutan.
- c. Tahan terhadap korosi
- d. Dilengkapi dengan pengait di bagian depan dan bagian belakang

3. BADAN KENDARAAN BERMOTOR

- a. Badan kendaraan harus dirancang cukup kuat untuk menahan semua jenis beban sewaktu kendaraan dioperasikan dan diikat kukuh pada rangka landasannya.
- b. Kaca depan dan jendela dari kendaraan harus dibuat dari kaca aman (safety glass) yang

memenuhi persyaratan : dibuat dari bahan tahan goresan, dibuat dari bahan yang kebingungannya tidak akan luntur, jika kaca pecah tidak embahayakan pengemudi atau penumpang yang duduk di samping pengemudi, tebal kaca tidak kurang dari 5 mm. Boleh dipergunakan kaca berwarna atau kaca yang berlapis bahan berwarna (film coating), asal dapat tembus cahaya dengan prosentase penembusan cahaya tidak kurang dari 70 %.

- c. Setiap ruang pengemudi dan penumpang harus mempunyai pintu masuk dan atau pintu keluar, dirancang sedemikian rupa sehingga tidak dapat terbuka tanpa sengaja, engsel pintu samping kecuali pintu sorong pada sisi kendaraan bermotor harus dipasang pada sisi pintu di sebelah depan menurut arah kendaraan.
- d. Pada bagian dalam kendaraan bermotor tidak boleh terdapat bagian yang menonjol yang dapat memebahayakan keselamatan.

4. UKURAN DAN MUATAN KENDARAAN BERMOTOR

Ukuran – ukuran (panjang, lebar, tinggi) tidak boleh mengganggu stabilitas kendaraan sewaktu berjalan. Ukuran utama kendaraan bermotor dengan atau tanpa muatannya adalah sebagai berikut :

- a. Lebar maksimum 2.500 mm
- b. Tinggi maksimum 4.200 mm dan tidak lebih dari 1,7 kali lebar kendaraan
- c. Panjang maksimum kendaraan bermotor tunggal 12.000 mm
- d. Panjang bagian kendaraan tanpa muatan yang menjulur ke belakang dari sumbu paling belakang, maksimum $62,50 \% \times$ jarak sumbu, sedangkan yang menjulur ke depan dari sumbu

paling depan atau *Front Over Hang* (jarak antara sumbu roda depan dengan bumper depan), maksimum 47,50 % dari jarak sumbunya.

- e. Sudut pergi bagian belakang bawah kendaraan (departure angle) sekurang – kurang (diatas) 8 derajat diukur dari atas permukaan jalan.
- f. Jumlah berat yang diijinkan pada setiap kendaraan bermotor ditentukan berdasarkan : berat kosong kendaraan, dimensi kendaraan, titik berat muatan dan pengemudi, kelas jalan.
- g. Selisih muatan roda kiri dan roda kanan tidak boleh lebih dari 8 %.

5. RUANG PENGEMUDI

- a. Memungkinkan pengemudi mempunyai pandangan bebas ke depan dan ke samping.
- b. Tidak ada gangguan cahaya dari dalam kendaraan.
- c. Mempunyai peralatan untuk menyesuaikan posisi duduk pengemudi.

6. RUANG PENUMPANG

- a. Ruang penumpang dan ruang pengemudi tidak boleh terpisah
- b. Ruang penumpang dari kendaraan bermotor harus dibuat sedemikian rupa agar dapat ditempati dengan aman (penumpang tidak boleh jatuh keluar / kehilangan keseimbangan) sebagai akibat getaran, guncangan, benturan dsb)
- c. Ruang penumpang harus dilengkapi dengan lampu cukup terang, tetapi tidak menyilaukan pengemudi.

- d. Pengaturan sirkulasi udara yang baik untuk menghindari masuknya gas buang ke dalam ruang penumpang.
- e. Pembuatan lubang pembuangan udara pada bagian depan dan pembuangan udara pada bagian samping belakang dari badan kendaraan agar nyaman.

7. TEMPAT DUDUK (SEAT)

- a. Ukuran lebar tempat duduk pengemudi dan penumpang sekurang – kurangnya 400 mm.
- b. Panjang tempat duduk minimum 350 mm arah muka belakang pengemudi dan penumpang
- c. Jarak vertikal antara bidang yang diduduki terhadap atap minimum 950 mm
- d. Kemiringan sandaran tempat duduk yang dipasang adalah 15°
- e. Tempat duduk untuk pengemudi dapat distel maju – mundur.
- f. Tempat duduk seluruhnya menghadap ke arah bagian depan kendaraan dan jaraknya berdekatan 750 mm

8. LAMPU

- a. Setiap kendaraan harus memiliki lampu penerangan luar yang baik di depan dan belakang kendaraan serta lampu di dalam kendaraan dipasang setangkup dan simetris yakni tidak lebih dari 1250 mm dari atas tanah.
- b. Lampu utam dekat dan jauh berjumlah 2. berwarna putih / kuning muda, di pasang di muka.
- c. Lampu sein harus genap dengan sinar kelap – kelip berwarna kuning tua dan dapat dilihat siang / malam.

- d. Lampu rem 2 buah dan merah yang mengeluarkan cahaya lebih besar dari lampu posisi belakang di kanan – kiri.
- e. Lampu depan harus terpasang di depan, berjumlah 2 buah untuk kanan – kiri berwarna putih / kuning muda dapat bersatu dengan lampu utama dekat.
- f. Lampu belakang berjumlah 2 buah - kanan – kiri - berwarna kuning muda / putih dan tidak menyilaukan.
- g. Lampu penerangan plat nomor dipasang di bagian belakang kendaraan dapat menerangi plat nomor pada malam hari.

9. MOTOR PENGGERAK

Syarat motor penggerak :

- a. Dapat di jalan menanjak dengan kecepatan min 20 km / jam pada segala kondisi jalan.
- b. Kendaraan bermotor yang menggunakan BBM (yang mudah terbakar) harus memiliki ; tangki, corong pengisi, lubang udara bahan bakar, saluran pipa – pipa yang berfungsi menyalurkan BBM tersebut.
- c. Tangki BBM serta pipa konstruksi cukup kuat dan diikat dengan sehingga dapat menahan guncangan dan getaran dari kendaraan, tahan korosi, ditempatkan di bagian kendaraan yang terlindung dan terpisah dari ruang motor dengan jarak aman, serta ditempatkan di jarak tertentu dari pintu kendaraan yang menjamin keselamatan.
- d. Lubang tangki BBM tidak boleh terletak pada arah mulut pipa pembuangan asap dan harus terletak di sisi paling minimum 30 cm dari

mulut pipa pembuangan asap, dan terletak paling minimal 20 cm dari switch / pemusat hantaran listrik terbuka, serta tidak boleh ditempatkan di dalam ruang penumpang. Lubang tangki BBM harus tertutup dengan dilengkapi pengunci.

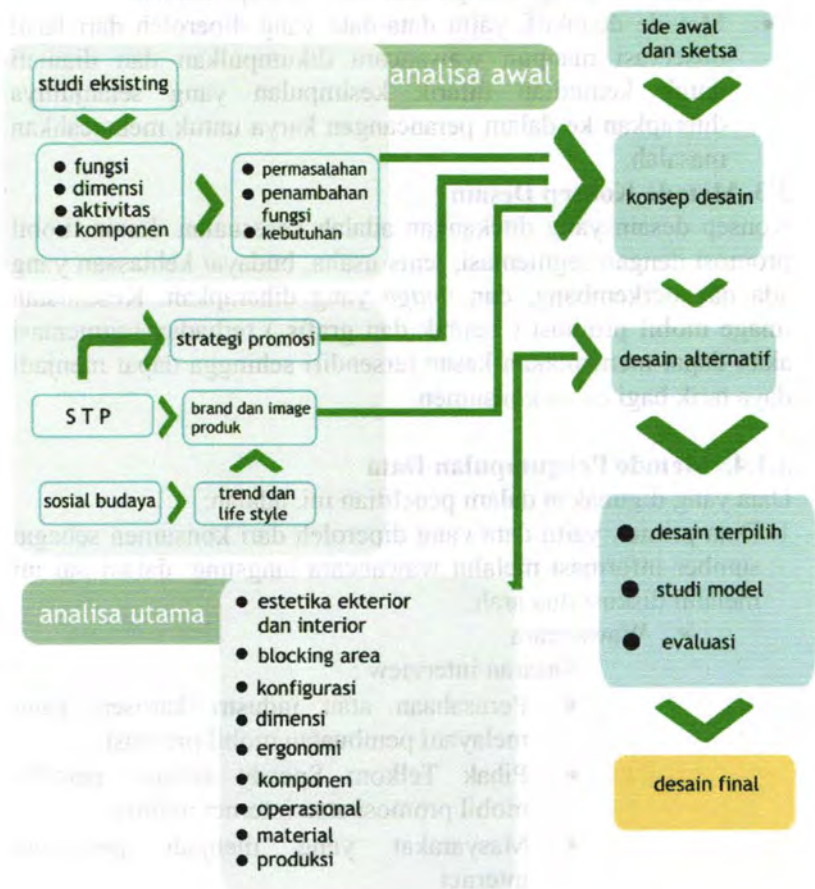
The background of the page is a repeating pattern of the ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) logo. Each logo consists of a blue shield with a white emblem inside, followed by the letters 'ITS' in a bold, sans-serif font. The logos are arranged in a grid-like pattern across the entire page.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

BAB III METODOLOGI DESAIN

3.1. SKEMA PENELITIAN



Gambar 1.1. Skema penelitian

3.2. Metode Analisis

- Menggunakan metode komparatif, yaitu dengan membandingkan hasil pengamatan dan penelitian antara mobil promosi yang sudah ada dengan ide awal dan kebutuhan yang disimpulkan dari beberapa analisa.
- Metode deduktif, yaitu data-data yang diperoleh dari hasil observasi maupun wawancara dikumpulkan dan diamati untuk kemudian ditarik kesimpulan yang selanjutnya diterapkan ke dalam perancangan karya untuk memecahkan masalah.

3.3. Metode Konsep Desain

Konsep desain yang ditekankan adalah kesesuaian desain mobil promosi dengan segmentasi, jenis usaha, budaya/ kebiasaan yang ada dan berkembang, dan *image* yang diharapkan. Kesesuaian *image* mobil promosi (bentuk dan grafis) terhadap segmentasi akan dapat menciptakan kesan tersendiri sehingga dapat menjadi daya tarik bagi calon konsumen.

3.1.4. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini, adalah:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari konsumen sebagai sumber informasi melalui wawancara langsung, dalam hal ini melalui diskusi dua arah..
 - Wawancara
 - Sasaran interview :
 - Perusahaan atau industri karoseri yang melayani pembuatan mobil promosi.
 - Pihak Telkom Speedy sebagai pemilik mobil promosi atau internet mobile
 - Masyarakat yang menjadi pengguna internet
 - Observasi
 - dilakukan langsung pada area oprasional mobil promosi. Lokasi yang merupakan tempat strategis bagi mobil promosi untuk beroperasi.

Juga pada tempat perusahaan karoseri yang merakit mobil promosi. Observasi bertujuan untuk mendapatkan gambaran permasalahan dengan mengamati fakta / bukti secara langsung.

2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil analisis terhadap data-data yang mendukung oleh peneliti. Data-data tersebut termasuk data dari jurnal, internet, surat kabar, hasil penelitian seorang ahli, dan laporan-laporan.

3.1.4. Metode Studi dan Analisa

Studi dan Analisis data bertujuan untuk melengkapi dan mengolah data primer yang telah diperoleh melalui wawancara, kuisisioner dan observasi terhadap *stake holder* yang berhubungan langsung dengan mobil promosi .Analisa yang dilakukan meliputi :

I. Studi Analisa aktivitas

Menganalisa aktivitas petugas dari pihak speedy dan pengunjung yaitu masyarakat yang mengunjungi mobil promosi, yang berhubungan dengan internet mobile speedy sehingga dapat diketahui aspek – aspek apa yang mempengaruhi aktivitas tersebut mulai dari permasalahan, kebutuhan hingga solusi yang ditawarkan.

II. Studi Analisa Fungsi

Studi analisa fungsi ini ditujukan untuk mengidentifikasi fungsi - fungsi lain dari mobile internet Telkom speedy yang dapat dikembangkan untuk menjadi potensi selain potensi utama dari desain mobile internet Telkom speedy ini. Hasil dari analisa fungsi ini adalah pengembangan fungsi lain dari fungsi utama mobile internet Telkom speedy, yaitu sebagai media sosialisasi pemanfaatan internet yang bekerja sama dengan Departemen Komunikasi dan Informasi (Depkominfo).

III. Studi Analisa Kebutuhan

Studi Analisa Kebutuhan ini ditujukan untuk mengidentifikasi kebutuhan user yang sudah dijelaskan pada stake holder yang akan berpengaruh pada desain internet mobile Speedy. Hasil dari analisa kebutuhan ini adalah untuk mendapatkan kebutuhan - kebutuhan desain akan sebuah desain internet mobile Speedy yang menjadi inti dari proyek ini, sehingga dapat bertemunya dua unsur, yaitu kreativitas desain dan pemenuhan kebutuhan stake holder tersebut.

IV. Studi Analisa *Trend style*

Studi Analisa Trend Style ini ditujukan untuk mengidentifikasi trend style dari desain produk-produk yang sedang berkembang saat ini dan juga trend style dari para pengguna internet pada umumnya. Trend produk yang akan dianalisa dikhususkan pada produk - produk yang biasa digunakan oleh mereka yang juga pengguna internet.

V. Studi Analisa Bentuk

Studi Analisa Bentuk ini ditujukan untuk mengidentifikasi pengembangan desain bentuk dari kendaraan - kendaraan promosi yang dapat menjadi acuan bentuk internet Mobile Speedy. Dengan bentuk eksterior yang menarik diharapkan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang menyaksikan promosi Speedy tersebut.

VI. Studi Analisa Pasar

Studi Analisa Pasar ini ditujukan untuk mengidentifikasi lingkup pasar dan penggunaan internet Mobile Speedy sesuai dengan pengembangan potensi fungsinya, dengan menganalisa segmentasi, target dan positioning produk speedy tersebut. Dengan mengetahui STP dari produk speedy tersebut diharapkan dapat diimplementasikan kedalam desain internet Mobile Speedy sehingga sesuai sasaran.

VII. Studi Analisa konfigurasi

Studi Analisa Konfigurasi ini ditujukan untuk mengidentifikasi kebutuhan akan pembagian ruang kabin, mulai dari ruang kabin penumpang, kabin belakang dan juga penempatan / tata letak komponen. Selain konfigurasi ruang, juga akan dibahas mengenai pembagian aktivitas sehingga diharapkan dari analisa ini dapat ditemukan solusi untuk peningkatan kenyamanan pengguna saat berada di dalam kabin, terutama kenyamanan pengunjung Internet Mobile Speedy.

VIII. Studi Analisa Blocking Area

Studi analisa blocking area ditujukan untuk mengidentifikasi dari komponen yang ada dengan aktifitas pengguna dan selanjutnya adalah pengelompokkan komponen dengan aktifitas yang sejenis. Sehingga terdapat pembagian area yang baik.

IX. Studi Analisa Warna

Studi analisa Warna ini ditujukan untuk memilih warna yang tepat untuk diaplikasikan terhadap desain Internet Mobile Speedy baik itu eksterior dan juga interiornya. Proses pemilihan didahului oleh pengidentifikasian warna mobil eksisting dan juga warna image dari produk Speedy. Selanjutnya hanya mengatur komposisi warna yang disesuaikan dengan konsep “cepat” yang merupakan image dari Speedy. Hal tersebut dapat diaplikasikan melalui striping pada eksterior.

X. Studi Analisa Estetika Eksterior

Studi analisa estetika eksterior ini bertujuan untuk memberikan nilai estetika yang dapat diaplikasikan pada unit internet mobile Speedy yang sesuai dengan konsep dan image yang diharapkan.

XI. Studi Analisa Grafis pada Eksterior

Studi analisa grafis pada eksterior bertujuan untuk menentukan grafis pada eksterior yang sesuai dengan konsep yang diinginkan dengan warna yang sudah terpilih

dari studi analisa warna, sehingga juga dapat menjadi faktor penambah estetika pada eksterior.

XII. Studi Analisa Volume

Studi analisa volume ini ditujukan untuk mengidentifikasi dimensi yang dibutuhkan dengan identifikasi volume barang – barang yang diperlukan juga area aktivitas yang dilakukan, untuk kemudian proses selanjutnya yaitu menemukan dimensi dan pembagian ruang menurut ukuran.

XIII. Studi Analisa sosial budaya

Studi Analisa Sosial Budaya ini ditujukan untuk mengidentifikasi kebiasaan - kebiasaan yang umum dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat kota –kota besar yang merupakan pengguna internet., dimana unsur dari kebiasaan tersebut menjadi pertimbangan dari faktor pemenuhan kebutuhan konsumen akan fasilitas pada Internet Mobile speedy.

XIV. Studi Analisa ergonomi

Studi Analisa Ergonomi ini ditujukan untuk mengetahui dan mendapatkan batasan dimensi pada area pengemudi, petugas promosi dan pengunjung Internet Mobile Speedy yang disesuaikan dengan antropometri tubuh masyarakat Indonesia. Batasan dimensi tersebut kemudian difungsikan sebagai patokan untuk mengidentifikasi tingkat kenyamanan pengguna dengan interaksinya terhadap komponen - komponen yang terdapat pada Internet Mobile Speedy, sehingga dapat meminimalisir faktor stress atau cedera terhadap pengguna.

XV. Studi Analisa teknis / mekanisme

Studi analisa Mekanisme ini ditujukan untuk mengidentifikasi mekanisme komponen pada Internet Mobile Speedy, untuk kemudian dikembangkan dari segi mekanisme dan fungsinya agar lebih mendukung aktifitas dan memberi kenyamanan pada pengguna (petugas

promosi dan pengunjung) pada desain Internet Mobile Speedy. Operasional komponen yang dibahas pada analisa ini adalah tenda, interior sebagai ruang untuk layanan internet gratis dan komponen – komponen tambahan lainnya.

XVI. Studi Analisa komponen

Studi Analisa Komponen ini bertujuan untuk mengidentifikasi secara terukur sesuai dengan kebutuhan dari stake holder Internet Mobile Speedy. Komponen – komponen tambahan yang teridentifikasi dari kebutuhan tersebut dianalisa apakah layak untuk diadakan.

XVII. Studi Analisa material

Studi Analisa material ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik material beserta proses produksinya untuk kemudian diadakan pemilihan material beserta proses produksi dari material tersebut yang paling tepat untuk diaplikasikan pada eksterior dan interior desain Internet Mobile Speedy, mulai dari struktur rangka, body shell, hingga komponen pendukung layanan internet gratis dalam interior. Dalam pemilihan jenis material ini disertai dengan beberapa pertimbangan teknis untuk menentukan jenis material yang paling tepat untuk digunakan pada setiap komponen.

The background of the page is a repeating pattern of the ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) logo. Each logo consists of a circular emblem with a crown on top, followed by the letters 'ITS' and the full name of the institution in Indonesian: 'Institut Teknologi Sepuluh Nopember'. The logos are arranged in a grid and are rendered in a light blue color.

BAB IV

ANALISA

BAB IV STUDI DAN ANALISA

4.1. Studi Analisa Fungsi

Studi analisa fungsi ini ditujukan untuk mengidentifikasi fungsi – fungsi lain dari unit *internet mobile* Speedy yang dapat dikembangkan untuk mejadi potensi utama dari desain unit *internet mobile* .Hasil dari studi dan analisa fungsi ini adalah pengembangan fungsi lain dari fungsi utama unit *internet mobile*, yaitu sebagai media promosi produk Speedy dengan layanan internet gratis.

4.1.1. Fungsi Utama unit *internet mobile* Speedy

Sejak pertama kali diresmikan pada akhir tahun 2005, unit *internet mobile* Speedy mempunyai fungsi utama yaitu sebagai kendaraan promosi keliling produk Speedy dengan mengandalkan layanan internet gratis, selain itu terdapat fungsi – fungsi lain selain fungsi utama tersebut, yaitu :



Gambar 4.1. skema fungsi utama

4.1.2. Potensi pengembangan fungsi unit *internet mobile* Speedy

Pada awal tahun 2006 unit *internet mobile* Speedy datang dengan bentuk promosi yang cukup menarik, yaitu Telkom Speedy sebagai perusahaan penyedia jasa internet yang cukup besar di Indonesia memberikan layanan internet gratis keliling. Karena pada saat itu internet gratis dan juga titik – titik hotspot masih jarang, maka konsep promosi dengan mengandalkan sisi

layanan internet gratis dinilai dapat menarik konsumen dan sebagai promosi yang efektif.

Dengan semakin banyaknya titik – titik hotspot dan pemasangan internet di lingkungan kantor, instansi pemerintah dan sekoah sekolah, maka hanya mengandalkan Layanan internet gratis saat ini (tahun 2008) sebagai *interest point* pada promosi Speedy dinilai kurang. Unit *internet mobile* Speedy perlu penambahan fungsi baru yang dapat berupa fungsi sebagai media edukasi manfaat internet. Djadi Soegiarto, Communication Manager Telkom Divisi Regional V Jawa Timur mengatakan, rendahnya penetrasi internet di Indonesia juga disebabkan rendahnya tingkat kepemilikan perangkat keras seperti komputer dan modem dan penyebab kedua adalah rendahnya pengetahuan masyarakat Indonesia tentang manfaat dari internet. Menyikapi hal ini, Telkom Jawa Timur menggandeng Depkominfo dalam kerjasama dalam program sosialisasi pemanfaatan internet¹. Edukasi tentang pemanfaatan internet dilakukan juga bertujuan untuk menerapkan *mindset* kebutuhan akan internet ke masyarakat sesuai dengan yang diharapkan Depkominfo dan juga Pihak Telkom Speedy.

Strategi promosi pihak Telkom Speedy salah satunya yaitu metode pemasaran dengan pendekatan ke komunitas. Atau dengan bahasa yang lebih familiar “*Community Approach Marketing*”. Salah satu penerapan marketing dengan pendekatan ke komunitas pada PT Telkom adalah pada produk speedy dan flexi. Hal-hal yang dilakukan antara lain :

- Forum untuk para pengguna speedy yaitu www.myspeedyblogger.com yang merupakan sebuah *web* yang memfasilitasi masyarakat untuk memesan speedy

¹ Telkom Genjot Jumlah Pelanggan Speedy, Tempo Interaktif, 2008

secara *online* dan para *blogger* untuk mendapatkan *fee* dari pemasangan banner speedy pada *blog* mereka.

- *Telkom Cyber Community*, merupakan ruang bersama yang memanfaatkan teknologi informatika untuk bertumbuh bersama, saling mendidik, saling mendukung, dan saling berbagi.

Dari hal yang dijelaskan tersebut diatas dapat kita identifikasi, bahwa Unit *internet mobile* Speedy memiliki potensi fungsi lain selain fungsi utamanya. Fungsi lain yang dapat ditambahkan yaitu :



Gambar 4.2. potensi fungsi lain

• *Entertainment*

Fungsi *entertainment* atau memberikan sesuatu yang menghibur perlu ditambahkan pada Unit *internet mobile* Speedy. Hal tersebut dapat diaplikasikan pada :

1. Memberikan siaran tv kabel melalui layar LCD dengan bekerja sama dengan produk Telkom yaitu TelkomVision. Hal ini dapat lebih menarik pengunjung dengan siarannya. Hal tersebut dapat dimanfaatkan dengan acara nonton bareng siaran sepak bola. Menampilkan produk lain dari Telkom (Telkom Vision) juga dapat menjadikan *brand* nama Telkom lebih kuat dimata masyarakat.
2. Seperti disebutkan diatas, bahwa Telkom menerapkan strategi marketing dengan pendekatan komunitas, maka Unit *internet mobile* Speedy dapat dijadikan media pendukung untuk

acara berkumpul suatu komunitas. Misalnya menggandeng komunitas *game online* mengadakan lomba *game* dengan PC yang tersedia di Unit *internet mobile Speedy*.

- **Informasi teknologi yang berkembang**

Fungsi sebagai media edukasi dapat berupa penambahan komponen yang menyediakan *content* tentang teknologi yang berkembang, misalnya penambahan layar LCD yang menampilkan cara penggunaan Google Earth yang merupakan teknologi yang memungkinkan kita untuk melihat peta dari gambar satelit. Hal ini dapat :

1. Menambah daya tarik pengunjung Unit *internet mobile Speedy*
2. Memberikan *image update* masalah teknologi
3. Menanamkan *mindset* kebutuhan akan internet ke pengunjung

4.1.3. Kesimpulan Studi Analisa Fungsi

Penambahan fungsi tambahan selain fungsi utama yang dapat diterapkan pada desain Unit *internet mobile Speedy*, yaitu :

- Fungsi hiburan dengan penambahan komponen
- Fungsi sebagai media edukasi, bukan sekedar menjadi sarana transportasi dan sarana pengangkutan saat melakukan kegiatan sosialisasi pemanfaatan internet seperti pada eksisting.

4.2. Studi Analisa Pasar

Studi analisa pasar ini ditujukan untuk mengidentifikasi lingkup pasar dan penggunaan unit *internet mobile Speedy* sesuai dengan segmentasi, target, dan positioning yang dituju. Hal tersebut dapat bertujuan untuk mengetahui lingkup desain dan batasan desain dari unit *internet mobile Speedy*.

4.2.1. Positioning

Di Indonesia PT. Telkom dengan *Speedy* nya sebagai penyedia jasa internet menguasai kurang lebih 30 % pelanggan

internet di Indonesia², kebanyakan pelanggan adalah *Small Medium Enterprise (SME)*, *Small Office Home Office (SOHO)* dan jasa warung internet (warnet) sampai dengan Individu. Dengan angka tersebut Telkom Speedy dapat dikatakan sebagai market leader di kelas tersebut. Sebagai market leader sudah seharusnya Telkom Speedy melakukan promosi yang beda dengan penyedia jasa internet yang lainnya, salah satunya dengan peluncuran unit *internet mobile*.



Gambar 4.3. pelanggan internet di Indonesia

Unit *internet mobile* sendiri oleh pihak Telkom Speedy diposisikan sebagai :

- Sarana promosi keliling dengan layanan internet gratis, untuk kegiatan promosi yang berdiri sendiri ataupun sebagai sarana pendukung kegiatan promosi.
- Sebagai tempat konsultasi dan pengajuan aplikasi / pemasangan baru
- Fungsi sebagai alat transportasi dan pengangkutan barang
- Sebagai media edukasi tentang manfaat internet, untuk menanamkan mindset kebutuhan akan internet di masyarakat.

² Bisnis Indonesia, Speedy target satu juta pelanggan, 2008

4.2.2. Targeting

Dengan fungsi utama sebagai sarana promosi keliling dan media edukasi, unit *internet mobile Speedy* memiliki target pasar utama, yaitu sebagai berikut :

- Target Market : PT. Telkom
- Target Pengguna (user)
 1. Pengunjung

Masyarakat perkotaan (studi kasus Surabaya) khususnya mereka yang berada disekitar unit *internet mobile Speedy* beroperasi.
Gender : Pria dan Wanita
Sosial Ekonomi : menengah (B) – menengah Atas (B+)
 2. Petugas Promosi (*sales force*)

Gender : Pria dan Wanita
Usia : 24 – 40 th

4.2.3. Demografi Operasional

Operasional unit *internet mobile Speedy* nantinya akan menyesuaikan dengan produk eksisting, yaitu dengan penjelasan sebagai berikut :

- Wilayah operasional :
Perumahan kelas menengah – menengah atas, Taman Kota / Alun – alun, sekolah tingkat SMP dan SMU dan Instansi Pemerintah.
- Jenis Jalan :

Tabel 4.1. jenis jalan sesuai dengan kelas

Kelas Jalan	Fungsi Jalan	Lebar jalan (m)	berat max (ton)	kecepatan min (kMph)	Jenis angkutan
Kelas I	arteri	>8	>10	30	bus tingkat busway metromini taxi
Kelas	arteri	>8	10	30	metromini

II					mikrolet taxi
Kelas IIIA	arteri kolektor	>8-7	8	20-30	metromini mikrolet taxi
Kelas IIIB	kolektor	7	8	20	bus kecil mikrolet taxi
Kelas IIIC	lokal	5	8		bus kecil mikrolet taxi becak

- Waktu Operasional :

Senin – Jum'at : antara pukul 09.00 – 17.00 untuk lokasi sekolah dan instansi pemerintah dengan frekuensi 3 – 5 kali sebulan

Sabtu – minggu : antara pukul 09.00 – 17.00 untuk lokasi Taman Kota / Alun – alun dengan frekuensi 2- 4 kali dalam sebulan.

Untuk kegiatan tertentu waktu operasional bisa sampai pukul 21.00 malam

(khusus hari Sabtu – Minggu)

4.2.4. Segmentasi Pasar

Segmentasi Speedy pada awal berdirinya (awal tahun 2006) adalah perusahaan perusahaan menengah dan menengah ke atas, seiring perkembangan permintaan semakin banyak dan target pelanggan ditingkatkan akhir 2008 pelanggan speedy ditarget lebih dari Satu juta sambungan³, maka Speedy memperluas segmentasinya hingga meliputi *Small Medium Enterprise (SME)*,

³ Direktur Utama Telkom Rinaldi Firmansyah, 2008



Small Office Home Office (SOHO) jasa warung internet (warnet) sekolah dan instansi pemerintah sampai dengan Individu yaitu perumahan kelas menengah hingga menengah atas. Unit *internet mobile* Speedy sendiri disegmentasikan untuk pengunjung menengah – menengah atas.



Gambar 4.4. promosi di sekolah



Gambar 4.5. promosi di instansi pemerintah



Gambar 4.6. promosi di perumahan



Gambar 4.7. promosi di taman kota

4.3. Studi Analisa Sosial Budaya

Studi analisa sosial budaya ini ditujukan untuk mengidentifikasi kebiasaan – kebiasaan yang umum dilakukan oleh masyarakat Indonesia, khususnya masyarakat perkotaan, dimana mobil *unit internet mobile* Speedy beroperasi. Dengan mengetahui kebiasaan – kebiasaan tersebut maka hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan dari faktor pemenuhan kebutuhan



dan fasilitas yang ada pada mobil *unit internet mobile* Speedy nantinya.

4.3.1. Budaya suka yang gratis

Tidak dapat dipungkiri, masyarakat Indonesia pada umumnya suka dengan sesuatu yang gratis. Tidak terkecuali dengan layanan internet gratis, masyarakat di sekitar mobil *unit internet mobile* Speedy beroperasi antusias dengan layanan internet gratis.



Gambar 4.8. pengunjung lebih

Hal tersebut terkadang menyebabkan mereka (pengunjung yang menikmati layanan internet gratis didalam kabin mobil *unit internet mobile* Speedy) berlama – lama, sehingga jika terdapat pengunjung lainnya datang maka harus mengantri atau petugas menambah dengan kursi tambahan. Berlama – lama dapat dimungkinkan karena kenyamanan pada pengunjung yang ber-internet gratis (didalam kabin, duduk di kursi dan terdapat AC didalam) terlalu berlebihan. Karena pihak Speedy menginginkan banyak pengunjung yang datang dan mencoba internet gratis maka perlu adanya sirkulasi pengunjung yang baik.

Solusi : menambah kapasitas layanan internet gratis dan meniadakan kursi untuk pelanggan yang ber-internet gratis

dengan tujuan pengunjung tidak berlama- lama sehingga sirkulasi pengunjung dapat berjalan baik.

4.3.4. Kesimpulan Studi Analisa Sosial Budaya

Diperlukannya ruang yang lebar untuk area internet gratis untuk kelancaran sirkulasi pengunjung yang ingin mencoba layanan internet gratis. Untuk pengunjung yang sedang mencoba layanan internet gratis dinilai tidak diperlukannya tempat duduk hal ini untuk menghindari pengunjung berlama – lama , sehingga mengganggu kenyamanan pengunjung lainnya yang ingin mencoba layanan internet gratis.

layanan internet gratis



strategi promosi yang cocok untuk masyarakat Indonesia
tingginya peningkatan pengguna internet di internet

Gambar 4.9. layanan internet gratis

4.4. Studi Analisa Aktifitas

Studi analisa aktifitas ini ditujukan ununtuk mengetahui aktifitas apa saja yang dilakukan oleh pengguna *unit internet mobile* Speedy termasuk petugas promosi dari pihak Speedy dan pengujung atau masyarakat di sekitar *unit internet mobile* Speedy beroperasi. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui secara langsung permasalahan yang timbul dan kebutuhan yang diperlukan dari aktifitas pengguna *unit internet mobile* Speedy. Dan selanjutnya dicari solusi awal yang berhubungan dengan aspek desain, sehingga desain *unit internet mobile* Speedy selanjutnya menjadi lebih baik.

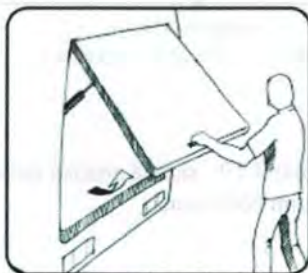
4.4.1.2. Aktifitas petugas promosi setelah sampai di tempat beroperasi

tiba di tempat promosi
 ▼
 membuka pintu kabin mobil
 ▼
 mengeluarkan barang barang
 ▼
 menata barang barang
 ▼
 menyiapkan peralatan untuk layanan internet gratis

Gambar 4.12. skema aktifitas petugas setelah tiba di tempat promosi



membuka pintu kabin samping



membuka pintu kabin belakang



menata barang barang



mengeluarkan barang barang

Gambar 4.13. aktifitas petugas promosi

4.4.1. Aktifitas Petugas Promosi (sales force)Speedy

4.4.1.1. Aktiitas Petugas promosi sebelum beroperasi



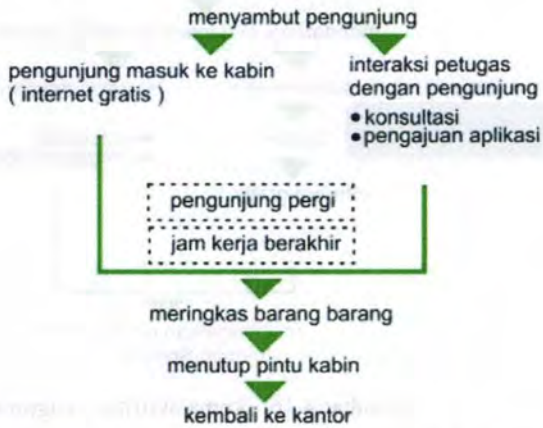
Gambar 4.10. skema analisa petugas sebelum beroperasi



Gambar 4.11. konfigurasi penataan barang

Dari aktifitas petugas sebelum beroperasi, Konfigurasi komponen saat dimasukkan ke dalam kabin mobil *unit internet mobile* Speedy adalah lingkup desain yang perlu diperbaiki. Pada eksisting dapat kita lihat konfigurasi penataan komponen (peralatan dan barang) tidak rapi sehingga memakan banyak tempat.

4.4.1.3. Aktifitas Petugas Speedy saat beroperasi (melakukan kegiatan promosi)

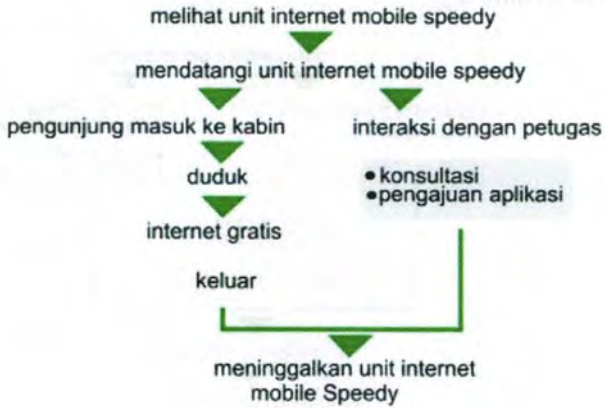


Gambar 4.14. skema aktifitas petugas saat promosi

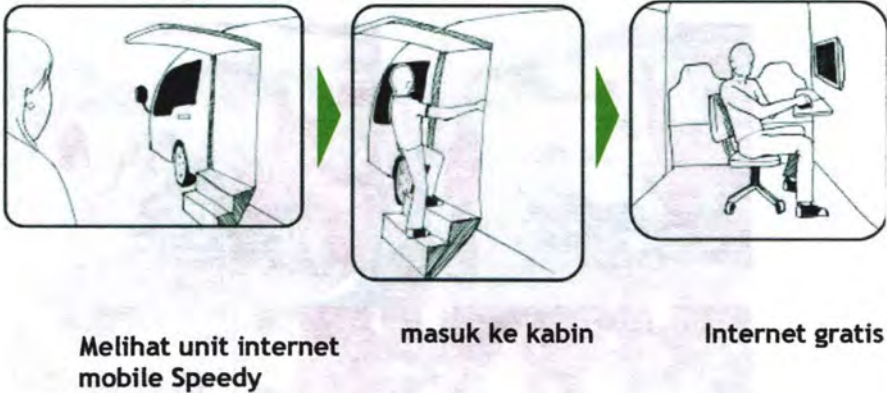


Gambar 4.15. interaksi antara petugas promosi dengan pengunjung

4.4.2. Aktifitas Pengunjung



Gambar 4.16. skema aktifitas pengunjung



Gambar 4.17. aktifitas pengunjung



Gambar 4.18. pengunjung berinteraksi dengan petugas

4.4.3. Permasalahan yang timbul dari aktifitas pada mobil unit internet mobile Speedy dan solusinya.

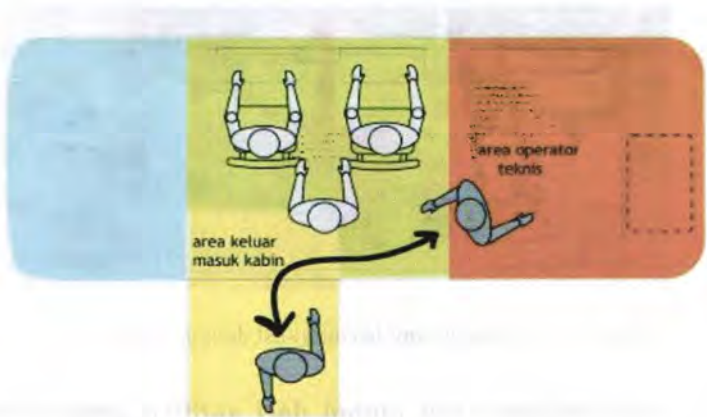
1. Konfigurasi komponen (barang barang) saat pengangkutan kurang tertata rapi, sehingga tidak efisien (memakan tempat) dan kurang nyaman dalam pengambilan.

Solusi : Pengaturan kembali konfigurasi yang sesuai dengan luasan pada kabin mobil. Konfigurasi komponen dianalisa lebih lanjut pada studi analisa Konfigurasi.

2. Akses keluar masuk ke dalam kabin (ruangan komputer server) bagi petugas terasa kurang nyaman saat terdapat pengunjung yang masuk ke kabin mobil (internet gratis). Saat terdapat pengunjung yang masuk ke kabin jumlahnya melebihi 2 orang, maka akses keluar masuk kabin menjadi tidak nyaman.



Gambar 4.19. pengunjung mencoba layanan internet gratis

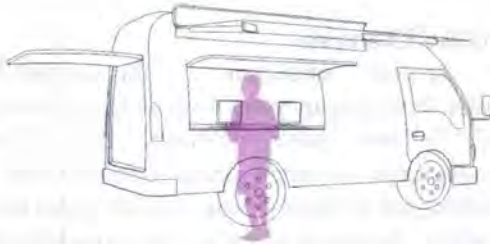


Gambar 4.20. area keluar masuk kabin mobil

Solusi : Area layanan internet gratis diperluas atau bisa dipindah. Misalnya area layanan internet berada diluar kabin, sehingga petugas bagian teknis dapat menjalankan tugasnya dengan nyaman tanpa terganggu oleh banyaknya pengunjung yang datang.

3. Dengan layanan internet di dalam kabin mobil maka kurang bisa memberikan informasi bahwa mobil tersebut menyediakan layanan internet gratis dan juga kurang berkesan ” mengundang ” pengunjung.

Solusi : Dengan memindah area layanan internet gratis maka orang dapat melihat dengan mudah dan dapat mengidentifikasi mobil tersebut. Melihat orang lain ber-internet gratis juga dapat menarik pengunjung lainnya.



Gambar 4.21. contoh layanan internet gratis diluar kabin

4. Pintu kabin yang terbuka hanya satu, hal ini mengakibatkan kabin memerlukan pemasangan AC dan penerangan yang lebih.

Solusi : kabin dengan pintu bukaan lebih dari satu atau tempat layanan internet di luar kabin mobil

4.4.4. Kesimpulan Studi Analisa Aktifitas

Masih terjadinya permasalahan terkait dengan aktifitas pengguna (petugas promosi ataupun pengunjung / konsumen). Hal tersebut dapat diselesaikan dengan solusi – sosis berikut :

- Pengaturan kembali konfigurasi yang sesuai dengan luasan pada kabin mobil. Konfigurasi komponen dianalisa lebih lanjut pada studi analisa Konfigurasi.
- Area layanan internet gratis diperluas atau bisa dipindah. Misalnya area layanan internet berada diluar kabin, sehingga petugas bagian teknis dapat menjalankan tugasnya dengan nyaman tanpa terganggu oleh banyaknya pengunjung yang datang
- Pemindahan area internet gratis
- Penambahan kapasitas untuk layanan internet gratis
- Menambah pintu bukaan kabin

Pemberian solusi pada permasalahan yang timbul yang terkait dengan aktifitas pengguna pada tersebut mobil *unit internet mobile* Speedy diharapkan dapat memberikan kenyamanan selama sebelum, saat ataupun setelah kegiatan promosi, selain juga untuk meningkatkan mutu promosi kepada konsumen.

4.5. Studi Analisa Ekonomi

Studi analisa ekonomi ini ditujukan untuk mengidentifikasi keuntungan yang bisa didapat dari desain unit internet mobile Telkom Speedy nantinya, yang dilihat dari segi ekonomi. Keuntungan tersebut dapat berupa nilai lebih dan keunggulan dibanding dengan desain sebelumnya. Hal - hal yang akan dibahas adalah keuntungan dari potensi penambahan fungsi.

4.5.1. Keuntungan *Approach Community Marketing*

Saat ini strategi marketing yang diadopsi oleh Speedy untuk promosinya adalah pemasaran dengan pendekatan komunitas atau *Approach Community Marketing*⁴, dengan kata lain Speedy berusaha membidik pasar dengan kapasitas yang luas. Dengan pemasaran seperti ini maka unit *internet mobile* dapat difungsikan misalnya sebagai, :

- Komunitas Gamer - Kompetisi *game multiplayer*
- Komunitas Blogger - Acara kumpul – kumpul para *blogger*

Keuntungan *Approach Community Marketing*

- Pendekatan dengan komunitas, penyampaian promosi lebih mudah meluas
- Promosi lebih terfokus pada mereka yang menggunakan internet secara langsung
- Konsep promosi yang lebih menarik dari unit internet mobile Telkom Speedy

4.5.2. Keuntungan penambahan kapasitas layanan internet dan pemindahan layanan internet diluar kabin

Dengan kapasitas 2 orang untuk layanan internet gratis dan berada didalam kabin , perolehan pelanggan unit internet mobile eksisting mencapai 6 orang dalam satu bulan dengan rata - rata pengunjung mencapai 15 - 20 orang setiap operasi. Hal ini dinilai kurang maksimal jika melihat target perolehan pelanggan yang mencapai satu setengah juta pelanggan untuk tahun 2009.

⁴ Diskusi blog tentang strategi pemasaran Speedy, pinkerz.wordpress.com, 2008

Dengan menambah kapasitas layanan internet gratis dan memindahkan area nya diluar kabin maka bisa didapatkan keuntungan :

- Lebih banyak pengunjung yang mencoba layanan internet gratis maka lebih banyak calon pelanggan. Pemakai layanan internet gratis dapat mencapai 32 orang (dengan asumsi waktu 1 jam setiap orang) , dengan waktu operasional selama 8 jam
- Layanan internet gratis lebih mudah terlihat, lebih komunikatif
- Pemanfaatan unit *internet mobile* lebih maksimal Untuk mendukung pemasaran dengan pendekatan komunitas maka dilakukan penambahan kapasitas layanan internet gratis dari 2 orang menjadi 4 orang.

4.5.3. Kesimpulan Studi Analisa Ekonomi

Keuntungan yang dapat dicapai dengan desain unit *internet mobile* Telkom Speedy yang baru adalah :

1. Dengan pemasaran dengan pendekatan komunitas yang dapat memaksimalkan promosi dari unit *internet mobile* Telkom Speedy
2. Penambahan kapasitas layanan internet gratis dari 2 orang menjadi 4 orang, hal ini untuk mendukung pemasaran dengan pendekatan komunitas dan perkiraan pemakai layanan internet gratis dapat mencapai 32 orang (dengan asumsi waktu 1 jam setiap orang) , dengan waktu operasional selama 8 jam
3. Layanan internet gratis dipindah diluar kabin agar lebih komunikatif.

4.6. Studi Analisa Kebutuhan

Studi Analisa Kebutuhan diharapkan dapat mengidentifikasi kebutuhan *user* yang kemudian menjadi sebuah acuan atau pertimbangan dalam desain mobil unit *internet mobile* Speedy yang diharapkan.

4.6.1. Analisa Stake Holder mobil unit *internet mobile* Speedy

Analisa Stake Holder bertujuan untuk mengetahui kebutuhan masing – masing user yang bersangkutan dengan mobil *unit internet mobile Speedy* diharapkan yaitu :

- PT. Telkom

Sebagai pihak pemilik (perusahaan yang menyediakan / mengadakan mobil *unit internet mobile Speedy*.

Kebutuhan :

- ✓ Mobil *unit internet mobile Speedy* diharapkan menambah jumlah pelanggan
- ✓ Mobil *unit internet mobile Speedy* mampu menginformasikan produk Speedy dengan efektif
- ✓ Mobil *unit internet mobile Speedy* dapat menerapkan *mindset* kebutuhan akan internet di mata masyarakat.

- Petugas Promosi (*sales force*)

Sebagai pengguna utama dari pihak Speedy

Kebutuhan :

- ✓ Mobil *unit internet mobile Speedy* memiliki operasional yang mudah
- ✓ Mobil *unit internet mobile Speedy* memiliki kenyamanan pengoperasian
- ✓ Mobil *unit internet mobile Speedy* menyediakan komponen yang mendukung kegiatan promosi. Pengunjung Promosi / Konsumen

- Pengunjung Promosi / Konsumen

Konsumen sebagai pengguna layanan internet gratis dan sebagai target promosi

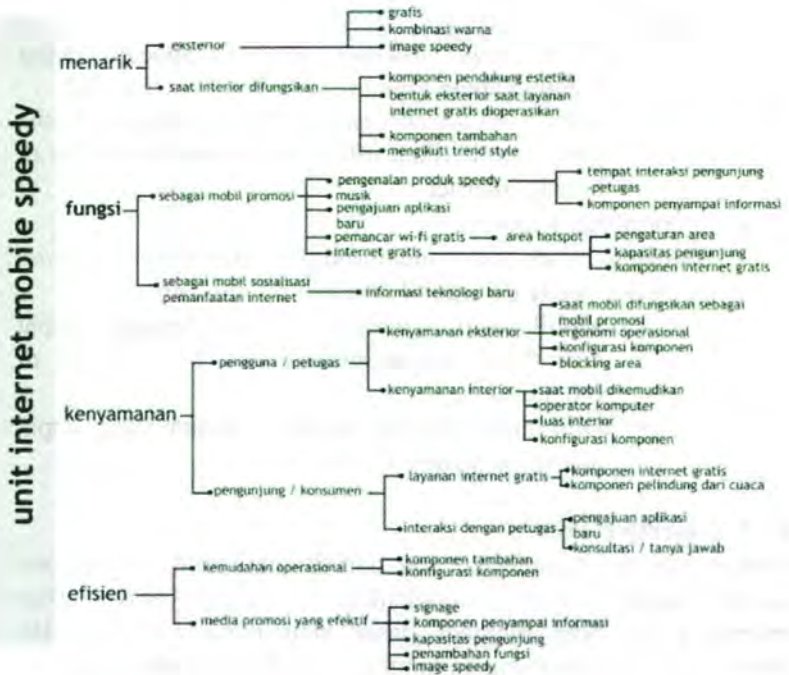
Kebutuhan :

- ✓ Kenyamanan layanan internet gratis
- ✓ Sebagai media informasi dan hiburan
- ✓ Mobil *unit internet mobile Speedy* memiliki sirkulasi pengunjung dengan baik

- DepKominfo (Departemen Komunikasi dan Informasi)
Pihak pemerintah yang mendukung peningkatan pengguna internet dan pengetahuan akan internet di Indonesia
 - ✓ Mobil *unit internet mobile* Speedy dapat meningkatkan minat masyarakat akan internet
 - ✓ Mobil *unit internet mobile* Speedy menjadi media yang memberikan informasi tentang teknologi di bidang internet
- Perusahaan Karoseri
Sebagai pihak yang memproduksi Mobil *unit internet mobile* Speedy dan mobil promosi produk lain
 - ✓ Mobil *unit internet mobile* Speedy dapat diproduksi dengan proses yang ada saat ini di Indonesia
 - ✓ Diproduksi dengan bahan – bahan yang dapat diperoleh dengan mudah
 - ✓

4.6.2. Objective Tree

Berikut adalah data objective tree dari desain Mobil *unit internet mobile* Speedy dapat meningkatkan minat masyarakat akan internet yang akan menjadi dasar atau penguatan ide dan pemikiran untuk menemukan karakteristik dari produk yang akan di desain.



Gambar 4.22. objective tree

4.6.3. QFD (*Quality Function Deployment*)

Quality Function Deployment atau QFD adalah metodologi yang berguna untuk mendapatkan keinginan atau kebutuhan atas permintaan pasar. Kebutuhan tersebut berdasarkan survey lapangan dan wawancara yang kemudian diolah menjadi sebuah atribut produk yang dibutuhkan.

design attribute



Tabel 4.2. design atribut

Berdasarkan table diatas, kemudian kita dapat mengidentifikasi pengembangan dari atribut desain Mobil unit internet mobile Speedy yang terbagi atas poin – poin disetiap atribut yang berhubungan dengan aspek teknis. Berikut adalah tabelnya :

	product attribute	technical aspects
kenyamanan	kenyamanan area operator kelancaran sirkulasi pengunjung fasilitas pendukung kenyamanan pengunjung fasilitas pendukung kenyamanan petugas keleluasaan area internet gratis	blocking area layanan internet gratis fasilitas komponen pelindung dari cuaca ergonomi pengunjung luas area aktifitas internet gratis kapasitas pengunjung sirkulasi pengunjung konfigurasi komponen teknis
menarik	bentuk eksterior menarik mudah diidentifikasi	bentuk eksterior (penataan saat beroperasi) kapasitas layanan internet gratis komponen pendukung estetika warna eksterior signage fasilitas promosi
efektif	media promosi yang efektif konfigurasi komponen kemudahan operasional	mekanisme komponen material komponen ergonomi saat operasional fasilitas promosi letak fasilitas promosi
fungsi	fasilitas edukasi fasilitas hotspot fasilitas hiburan	komponen pendukung edukasi tata letak pemancar wi-fi fasilitas pendukung hiburan tata letak fasilitas edukasi

Tabel 4.3. design atribut dan aspek teknis

Setelah mengetahui aspek – aspek teknis dari mobil *unit internet mobile Speedy*, kemudian dapat dilanjutkan dengan proses yang berikutnya, yaitu penyimpulan aspek teknis terpenting yang akan dijelaskan oleh tabel berikut ini :

Tabel 4.4. Product attribute



product attribute	blocking area	bentuk eksterior (penataan saat beroperasi)	mekanisme komponen	Konfigurasi komponen	fasilitas komponen pendukung kenyamanan ergonomi operasional	luas area aktifitas internet gratis	warna eksterior	fasilitas promosi	fasilitas penyalang hiburan	sirkulasi pengunjung	material komponen
konfigurasi komponen efektif	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○
media promosi yang efektif	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
kemudahan operasional	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
keteluasaan area internet gratis	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○
bentuk eksterior menarik	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
fasilitas pendukung kenyamanan pengunjung	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
fasilitas pendukung kenyamanan petugas	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
kelancaran sirkulasi pengunjung	●	●	●	●	●	●	●	○	○	○	○
kenyamanan area operator	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
fasilitas edukasi	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
fasilitas hotspot	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
mudah diidentifikasi	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
fasilitas hiburan	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	20	25	17	25	19	18	20	6	20	19	7

○ 1 - kurang penting /kurang berkaitan
 ● 2 - penting /berkaitan
 ● 3 - sangat penting /sangat berkaitan

Setelah proses penilaian dari tabel diatas akan didapatkan perolehan ranking untuk aspek teknis, sebagai berikut :

konfigurasi komponen	25	important ↑
bentuk eksterior (penataan saat beroperasi)	25	
blocking area	20	
luas area aktifitas internet gratis	20	
fasilitas promosi	19	
sirkulasi pengunjung	19	
fasilitas komponen pendukung kenyamanan	19	
fasilitas pendukung hiburan	18	
ergonomi operasional	17	
mekanisme komponen	16	
material komponen	7	
warna eksterior	6	

Tabel 4.5. Tabel tingkat kepentingan

4.7. Studi Analisa Eksisting

Studi eksisting ditujukan untuk mengidentifikasi spesifikasi unit internet mobile speedy sebagai eksisting sehingga didapatkan aspek - aspek yang perlu atau yang tidak perlu didesain kembali dengan kata lain studi analisa eksisting menjadi evaluasi.



Gambar 4.24. unit internet mobile Telkom Speedy

4.7.1. Spesifikasi teknis

Technical data

type	: OHV direct injection
fuel	: diesel
engine capacity	: 2771 cc
output	: 77 HP / 3600 rpm
torque	: 174 Nm / 200 rpm
gearbox	: 5 speed manual
max speed	: 132 km / h

Dimension

length	: 4930 mm
width	: 1820 mm
height	: 2300 mm
wheelbase	: 2490 mm
track width	: 1085 mm

Others

weight	: 2490 kg
turning radius	: 5.4 m
accu	: 12 x 50 VAh
dynamo	: 12 x 50 VA
back door	: full hatchback
left center door	: 1 m wide, swing type
front seats	: 1/3, 2/3 type
central lock	: 4 doors

4.7.2. Komponen dan Mekanis

4.7.2.1. Buka an kabin bagian samping



Gambar 4.25. Buka an kabin bagian samping

Keterangan :

- Pintu samping kabin berada disisi samping kiri kabin dengan mekanisme bukaan ke arah atas.
- Pintu kabin bagian samping terbagi menjadi dua bagian, yaitu :
 1. Bagian atas, yang menjadi atap
 2. Bagian bawah yang menjadi tangga untuk naik kedalam kabin

Peletakkan pintu kabin perlu dirubah untuk kenyamanan mobilitas operator, hal ini dikarenakan area akses keluar – masuk operator ke dalam kabin mobil dapat terhalangi / terganggu oleh pengunjung yang memanfaatkan layanan internet gratis didalam kabin mobil.

4.7.2.2. Area internet gratis



Gambar 4.26. Area internet gratis

Keterangan :

- Layanan internet gratis berada didalam kabin mobil dengan posisi duduk (saat pengunjung berinternet)
- Layanan internet gratis tersedia dengan kapasitas 2 orang

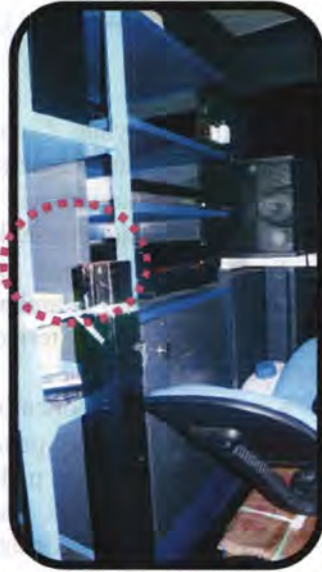
Dengan area layanan internet seperti pada eksisting diatas, maka terdapat beberapa permasalahan yang timbul yang berhubungan dengan kenyamanan petugas promosi maupun pengunjung, yaitu area internet gratis menyatu dengan area akses keluar - masuk petugas promosi kedalam kabin hal ini menyebabkan terganggunya mobilitas petugas promosi. Dan yang kedua adalah jika terjadi situasi dimana pengunjung melebihi

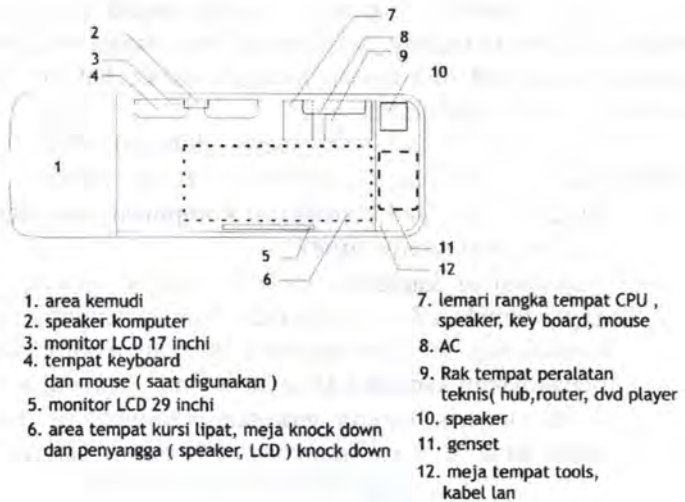
kuota internet gratis (2 orang), maka terjadi penumpukkan pengunjung dan terkadang pengunjung yang hanya ingin melihat aktifitas berinternet ikut masuk kedalam kabin, hal ini semakin memadati area internet gratis.

Maka dari itu hal yang perlu didesain ulang (yang berhubungan dengan area layanan internet gratis) adalah :

- Blocking area dan konfigurasi komponen yang berada di area layanan internet gratis
- Penambahan kapasitas layanan internet gratis, hal ini dapat dimaksudkan untuk menampung pengunjung lebih banyak lagi sehingga promosi menjadi lebih efektif dan penambahan kapasitas layanan internet juga dapat terlihat lebih menarik karena terkesan mengundang dan juga mendukung strategi ” *approach community marketing* ”.

4.7.2.3. Konfigurasi interior





Gambar 4.27. konfigurasi interior

Dari gambar yang ditunjukkan diatas, maka konfigurasi pada eksisting mempunyai kekurangan :

- Konfigurasi komponen masih kurang baik dan kurang tertata rapi saat pengangkutan
- Terdapat komponen yang dinilai tidak perlu dan komponen perlu ditambahkan

Dengan kekurangan yang terjadi pada eksisting tersebut dapat diberikan solusi berupa:

- Konfigurasi komponen perlu didesain ulang
- Pengurangan dan penambahan komponen, misalnya seperti yang terlihat pada gambar, terlihat komponen rak rangka besi banyak bagiannya yang kosong sehingga komponen tersebut dapat ditiadakan.

4.7.2.4. Blocking Area



- A. area kemudi
- B. area akses internet gratis
- C. area operator teknis
- D. area keluar - masuk pengunjung
- E. area konsultasi dan pengajuan aplikasi

Gambar 4.28. Blocking Area pada eksisting

Keterangan :

- Blocking area terbagi atas 5 area yang dijelaskan pada gambar
- Blocking area pada eksisting kurang memberikan kenyamanan akses petugas / operator teknis
- Dengan blocking area tersebut area layanan internet gratis kurang efektif (segi kapasitas dan dari segi estetika)

4.7.2.5. Eksterior



Gambar 4.29. Eksterior unit internet mobile Telkom Speedy

Keterangan :

- eksterior menggunakan warna dominan merah dan hitam, warna yang biasa digunakan promosi speedy
- grafis pada eksterior sudah mencerminkan kecepatan tetapi tidak sesuai dengan tema promosi - promosi speedy di media lain (tv, media cetak)
- material yang digunakan untuk body mobil adalah GFRP, merupakan material yang baik untuk bahan pembentuk body ditinjau dari segi kekuatan, bobot dan kemudahan proses



Gambar 4.30. Pembuatan ekterior di karoseri Tugas Anda

Dengan mengetahui penjelasan tentang eksterior eksisting tersebut, maka didapatkan beberapa hal berikut :

- Bentuk eksterior dapat diolah lagi sehingga dapat menambah nilai estetika
- Grafis eksterior dapat diolah kembali dan disesuaikan dengan image cepat pada promosi speedy di media lain
- Bahan tidak perlu di ganti

4.7.3. Kesimpulan Studi analisa Eksisting

Selain dapat diketahui spesifikasi teknis dari basis kendaraan yang dapat menjadi batasan desain, juga terdapat hal – hal yang perlu untuk dirubah / didesain kembali untuk mencapai hasil yang lebih baik dari eksisting, seperti :

- Blocking area yang meliputi area layanan internet gratis, pintu kabin yang menjadi akses keluar – masuk petugas promosi
- Kapasitas layanan internet gratis dapat ditambah untuk memaksimalkan fungsi layanan internet gratis.
- Konfigurasi komponen, penambahan dan pengurangan komponen yang dinilai tidak maksimal fungsinya.
- Pengolahan kembali bentuk eksterior dan grafis pada ekterior sehingga lebih memiliki nilai estetika

Bahan dinding eksterior pada eksisting tidak perlu diganti yaitu GFRP yang merupakan bahan yang masih dipakai dibanyak karoseri ditinjau dari segi kekuatan, bobot dan kemudahan proses.

4.8. Studi Analisa Volume

Studi analisa volume ini ditujukan untuk mengidentifikasi dimensi barang - barang yang dibawa / diperlukan, sehingga dapat diketahui volume total yang dibutuhkan. Hal ini nantinya digunakan untuk menentukan dimensi volume minimal ruang kabin.

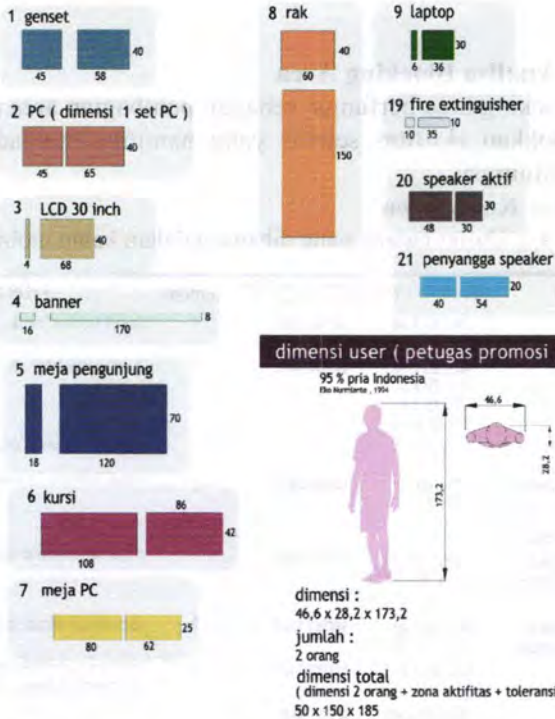
4.8.1. Dimensi barang yang dibawa

Dibawah ini merupakan visualisasi dimensi Barang – barang tersebut :

Tabel 4.6. Daftar barang yang dibawa didalam kabin mobil

no	nama	dimensi (cm)	jumlah	volume total (cm) saat dibawa / simpan
1	genset	58 x 40 x 45	1	58 x 40 x 45
2	PC ● CPU ● LCD 15 inch ● key board ● mouse	40 x 20 x 48 36 x 30 x 3 45 x 15 x 3 5 x 10 x 3,5	5	(65 x 40 x 45) x 5
3	LCD 30 inch	68 x 40 x 8	1	68 x 40 x 4
4	banner ● saat terpasang ● saat disimpan	170 x 60 x 20 170 x 8 x 8	2	170 x 8 x 16
5	meja pengujung ● saat dipakai ● saat disimpan	120 x 70 x 75 120 x 70 x 18	1	120 x 70 x 18
6	kursi ● saat dipakai ● saat disimpan	86 x 42 x 48 86 x 42 x 18	6	86 x 42 x 108
7	meja PC	62 x 25 x 2	1	62 x 25 x 80
8	rak	150 x 60 x 40	1	150 x 60 x 40
9	laptop	36 x 30 x 6	1	36 x 30 x 6
10	kabel LAN	20 x 20 x 10	1	didalam rak
11	tools ringan	30x 15 x 10	1	didalam rak
12	DVD player	35 x 20 x 8	1	didalam rak
13	hub	15 x 20 x 5	1	didalam rak
14	modem	15 x 15 x 6	1	didalam rak
15	pemancar wi-fi	18 x 20 x 6	1	didalam rak
16	ban cadangan	42 x 42 x 20	1	tidak didalam kabin
17	dongkrak	18 x 12 x 12	1	didalam rak
18	tools berat	36 x 18 x 10	1	didalam rak
19	fire extinguisher	35 x 10 x 10	1	35 x 10 x 10
20	speaker aktif	30 x 30 x 24	1 pasang	30 x 30 x 48
21	penyangga speaker ●saat digunakan ●saat disimpan	160 x 3 x 40 54 x 20 x 20	2	54 x 20 x 40

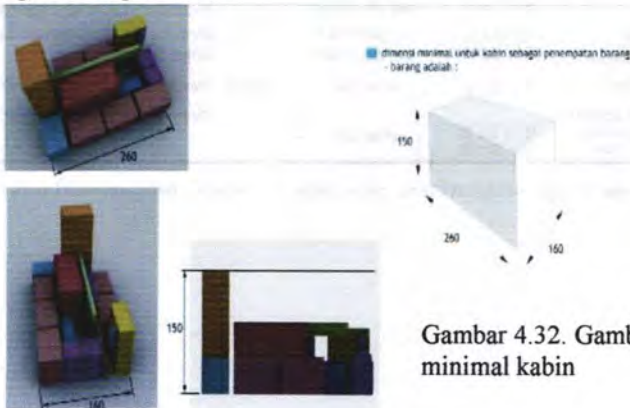
Dibawah ini merupakan visualisasi dimensi Barang – barang tersebut :



Gambar 4.31. Gambar visualisasi dimensi barang yang dibawa

4.8.2. Kesimpulan Studi Analisa Volume

Dengan data dimensi barang – barang bawaan pada Gambar maka didapat dimensi minimal untuk kabin sebagai penempatan barang - barang adalah :



Gambar 4.32. Gambar dimensi minimal kabin

4.9. Studi Analisa Blocking Area

Blocking area berfungsi sebagai pembagian area menurut pengelompokkan aktifitas sejenis yang nantinya menjadi acuan analisa konfigurasi.

4.9.1. Daftar Komponen

Tabel 4.7. Daftar barang yang dibawa didalam kabin mobil

no	nama	dimensi (cm)	frekuensi operasional / penggunaan	jumlah	keterangan
1	genset	70 x 45 x 58	setiap saat	1	untuk sumber listrik
2	PC ● CPU ● LCD 15 inch ● key board ● mouse	40 x 20 x 48 36 x 30 x 3 45 x 15 x 3 5 x 10 x 3,5	setiap saat	5	1 untuk operator ,4 untuk internet gratis
3	LCD 30 inch	60 x 40 x 8		1	untuk sosialisasi manfaat internet
4	banner ● saat terpasang ● saat disimpan	170 x 60 170 x 5	setiap saat	2	untuk informasi produk
5	meja pengujung ● saat dipakai ● saat disimpan	120 x 70 x 75 120 x 70 x 18	setiap saat	1	meja dapat dilipat saat disimpan
6	kursi ● saat dipakai ● saat disimpan	86 x 42 x 48 86 x 42 x 18	setiap saat	6	kursi dapat dilipat saat disimpan
7	meja PC	62 x 25 x 2	setiap saat	1	ukuran untuk kapasitas 1 PC, meja terintegrasikan dengan interior mobil
8	rak	150 x 60 x 40	setiap saat	1	
9	laptop	36 x 30 x 6	setiap saat	1	digunakan untuk pencatatan administrasi
10	kabel LAN	20 x 20 x 10	saat dibutuhkan	1	digunakan untuk cadangan (jarang)
11	tools ringan	30x 15 x 10	setiap saat	1	berupa box yang berisi tools ringan, seperti obeng, tang, gunting, selotip
12	DVD player	35 x 20 x 8	setiap saat	1	merupakan suatu kesatuan dengan PC untuk server (petugas teknis) yang bertempat di rak
13	hub	15 x 20 x 5	setiap saat	1	
14	modem	15 x 15 x 6	setiap saat	1	
15	pemancar wi-fi	18 x 20 x 6	setiap saat	1	
16	ban cadangan	42 x 42 x 20	saat dibutuhkan	1	digunakan untuk cadangan (sangat jarang)
17	dongkrak	18 x 12 x 12	saat dibutuhkan	1	digunakan untuk penggantian ban (sangat jarang)
18	tools berat	36 x 18 x 10	saat dibutuhkan	1	digunakan untuk penggantian ban (sangat jarang)
19	fire extinguisher	35 x 10 x 10	saat dibutuhkan	1	sangat jarang digunakan
20	speaker aktif	30 x 30 x 24	setiap saat	1 pasang	digunakan untuk audio dari tayangan yang ada di LCD
21	penyangga speaker ● saat digunakan ● saat disimpan	160 x 3 x 40 54 x 20 x 20	setiap saat	2	penyangga dapat diringkas seperti tripod

setiap saat → digunakan setiap unit internet mobile beroperasi / melakukan kegiatan promosi (sering)



Gambar 4.33. Gambar barang - barang

4.9.2. Pengelompokan aktifitas sejenis saat aktifitas promosi

Tabel 4.8. Pengelompokan aktifitas

area	aktifitas	komponen yang terkait	luas area (minimal)
K	<ul style="list-style-type: none"> ● pengunjung mencoba layanan internet gratis ● edukasi tentang manfaat internet 	<ul style="list-style-type: none"> ● PC (set) x 4 ● LCD 30 inch ● meja untuk PC 	luas area aktifitas internet untuk 4 orang + dimensi komponen terkait
L	interaksi pengunjung dengan petugas promosi speedy <ul style="list-style-type: none"> ● pengajuan aplikasi baru ● tanya jawab / konsultasi ● penyampaian informasi tentang produk speedy 	<ul style="list-style-type: none"> ● meja ● kursi x 5 ● banner x 2 ● laptop ● speaker aktif ● penyangga speaker 	luas area aktifitas konsultasi untuk 5 orang + dimensi komponen terkait
M	kemudi	sama dengan eksisting	sama dengan eksisting
N	pengaturan teknis jaringan (area operator)	<ul style="list-style-type: none"> ● PC ● kursi ● rak ● DVD player ● kabel LAN ● genset ● hub ● modem ● pemancar wi-fi ● fire extinguisher ● tools ringan 	luas area aktifitas operator untuk 1 orang + dimensi komponen terkait
O	akses petugas keluar masuk unit mobil		luas area aktifitas berjalan untuk 1 orang
P	area tambahan untuk acara tertentu	meja	menyesuaikan dengan kegiatan
Q	area hotspot efektif		100 m disekitar unit internet mobile speedy

4.9.3. Pairwise Comparison

Dalam Pairwise comparison pertama yang harus dilakukan adalah menentukan kriteria blocking area, yaitu :

- Kenyamanan akses petugas untuk keluar/ masuk area teknis
- Bentuk ekterior saat promosi terkesan terbuka ,mengundang(menarik)
- Kapasitas layanan internet gratis maksimal
- Kenyamanan sirkulasi pengunjung (layanan internet gratis)

Selanjutnya menentukan urutan prioritas dari kriteria - kriteria tersebut, sehingga didapat kriteria mana yang akan menjadi prioritas utama dalam menentukan desain blocking area.

Tabel 4.9. Penentuan prioritas kriteria blocking area

	A	B	C	D	nilai	
A		1	0	0	1	$1/6 \times 100\% = 16,7\%$
B	0		1	1	2	$2/6 \times 100\% = 33,3\%$
C	1	0		0	1	$1/6 \times 100\% = 16,7\%$
D	1	0	1		2	$2/6 \times 100\% = 33,3\%$
	total				6	

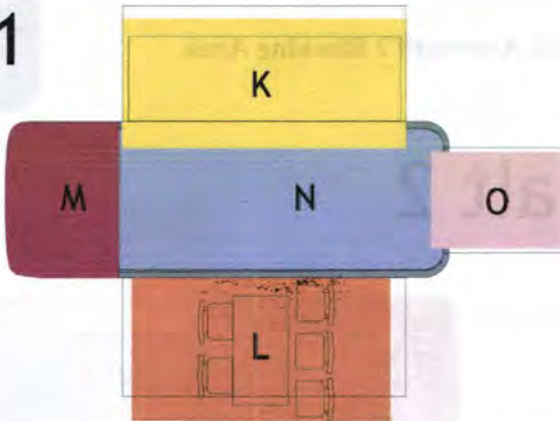
urutan prioritas kriteria →

1. B
2. D
3. C
4. A

4.9.4. Alternatif Blocking Area

4.9.4.1. Alternatif 1 Blocking Area

alt 1



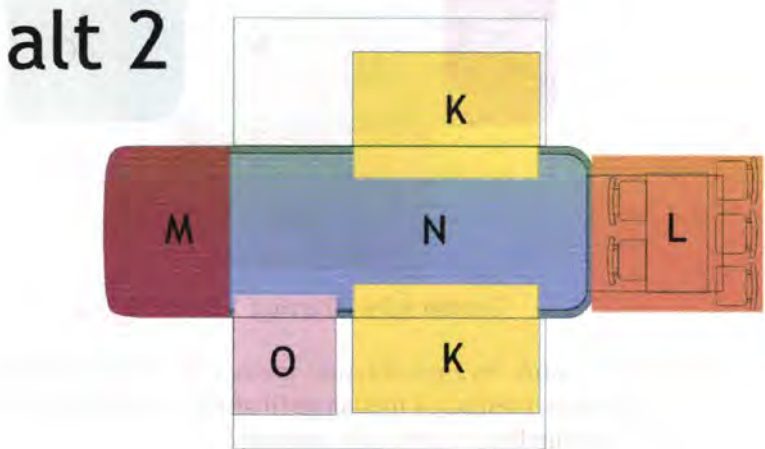
Gambar 4.34. Alternatif 1 Blocking area

- Area untuk layanan internet gratis (K) berada diluar (eksterior) sehingga mudah terlihat dari luar, hal ini dapat “mengundang” perhatian masyarakat
- Area untuk layanan internet gratis (K) menjadi satu bagian (disisi kanan kabin) dengan kapasitas layanan internet 4 unit PC
- Area O (akses keluar masuk petugas kedalam kabin mobil) berada di bagian belakang mobil jauh dari area (K) hal ini dapat mencegah ketidak nyamanan jika terjadi penumpukkan pengunjung
- Area operator teknis berada didalam kabin mobil, dibuat lebih luas karena komponen yang berkaitan dengan aktifitas tersebut lebih banyak
- Area interaksi pengunjung dengan petugas promosi (L) saling berlawanan sisi dengan area internet gratis (K),

sehingga mengurangi pandangan petugas promosi ke arah pengunjung

- Area (L) terlindungi dengan baik oleh atap pelindung tambahan

4.9.4.2. Alternatif 2 Blocking Area



Gambar 4.35. Alternatif 2 Blocking area

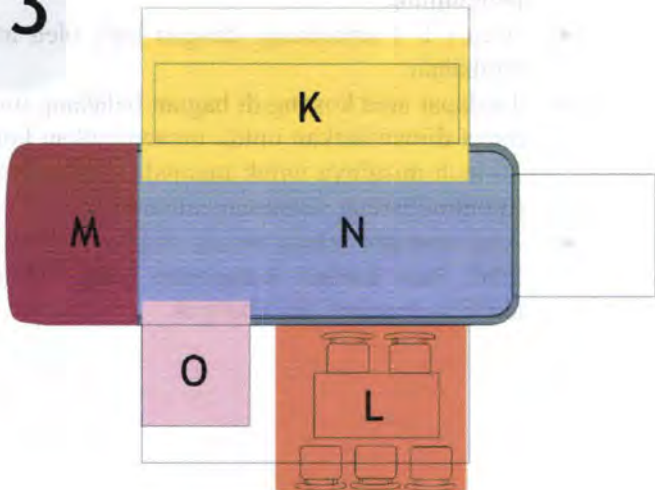
- Area untuk layanan internet gratis (K) berada diluar (eksterior) sehingga mudah terlihat dari luar, hal ini dapat “ mengundang “ perhatian masyarakat
- Area untuk layanan internet gratis (K) menjadi dua bagian (disisi kanan dan kiri kabin), sehingga layanan internet gratis mudah terlihat oleh pengunjung di dua sisi, kapasitas layanan internet 4 unit PC
- Area O (akses keluar masuk petugas kedalam kabin mobil) berada di bagian sisi kiri kabin dekat dengan area K, jika terjadi penumpukkan pengunjung di area K, maka

mengurangi kenyamanan (akses keluar masuk petugas kedalam kabin mobil)

- Area operator teknis berada didalam kabin mobil, dibuat lebih luas karena komponen yang berkaitan dengan aktifitas tersebut lebih banyak
- Area interaksi pengunjung dengan petugas promosi (L) berada dibagian belakang kabin mobil, berdekatan dengan area internet gratis (K), sehingga petugas promosi mudah melihat pengunjung di area K
- Area L kurang terlindungi (dari cuaca) dengan baik, sehingga perlu adanya atap pelindung tambahan

4.9.4.3. Alternatif 3 blocking area

alt 3

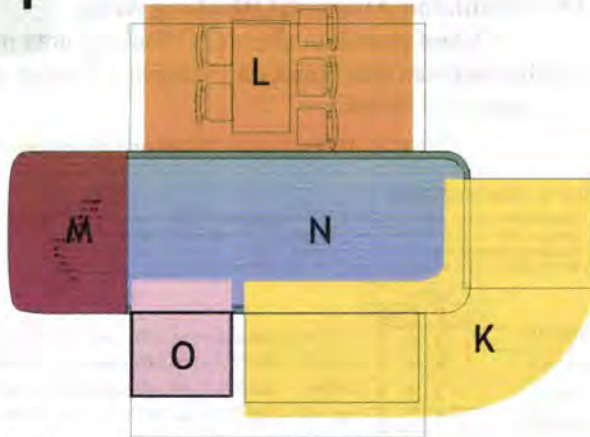


Gambar 4.36. Alternatif 3 blocking area

- Area untuk layanan internet gratis (K) berada diluar (eksterior) sehingga mudah terlihat dari luar, hal ini dapat “ mengundang “ perhatian masyarakat
- Area untuk layanan internet gratis (K) menjadi satu bagian (disisi kanan kabin) dengan kapasitas layanan internet 4 unit PC
- Area O (akses keluar masuk petugas kedalam kabin mobil) berada berada dekat dengan area interaksi antara pengunjung dengan petugas promosi, hal ini tidak begitu bermasalah dengan kenyamanan dikedua area tersebut
- Area operator teknis berada didalam kabin mobil, dibuat lebih luas karena komponen yang berkaitan dengan aktifitas tersebut lebih banyak
- Area interaksi pengunjung dengan petugas promosi (L) saling berlawanan sisi dengan area internet gratis (K), sehingga mengurangi pandangan petugas promosi ke arah pengunjung
- Area (L) terlindungi dengan baik oleh atap pelindung tambahan.
- Terdapat area kosong di bagian belakang mobil, sehingga dapat dimanfaatkan untuk menempatkan komponen LCD 30 inch misalnya untuk menjadi sarana promosi, hiburan (nonton bareng) ataupun edukasi
- Area operator teknis berada didalam kabin mobil, dibuat lebih luas karena komponen yang berkaitan dengan aktifitas tersebut lebih banyak

4.9.4.4. Alternatif 4 blocking area

alt 4



Gambar 4. 37. Alternatif 4 blocking area

- area untuk layanan internet gratis (K) menjadi dua bagian (disisi belakang dan kiri kabin), sehingga layanan internet gratis mudah terlihat oleh pengunjung di dua sisi, kapasitas layanan internet 4 unit PC
- area untuk layanan internet gratis (K) berada diluar (eksterior) sehingga mudah terlihat dari luar, hal ini dapat “ mengundang “ perhatian masyarakat
- di area untuk layanan internet gratis (K) terdapat space kosong untuk mereka yang ingin melihat pengunjung lainnya yang ber-internet gratis
- area O (akses keluar masuk petugas kedalam kabin mobil) berada di bagian sisi kiri kabin dekat dengan area K, jika terjadi penumpukkan pengunjung di area K maka mengurangi kenyamanan (akses keluar masuk petugas kedalam kabin mobil)
- area (L) terlindungi dengan baik oleh atap pelindung tambahan

- area operator teknis berada didalam kabin mobil, dibuat lebih luas karena komponen yang berkaitan dengan aktifitas tersebut lebih banyak

4.9.5. Penilaian Alternatif Blocking Area

Dalam penilaian alternatif blocking area perlu ditentukan dahulu koefisien dan bobot dari kriteria – kriteria dari blocking area, seperti di bawah :

Tabel 4. 10 Penilaian Alternatif blocking area

kriteria blocking area

A. kenyamanan akses petugas untuk keluar/ masuk area teknis	→ 16,7 %	→	koefisien
B. bentuk ekterior saat promosi terkesan terbuka ,mengundang(menarik)	→ 33,3 %	→	0,167
C. kapasitas layanan internet gratis maksimal	→ 16,7 %	→	0,167
D. kenyamanan sirkulasi pengunjung (layanan internet gratis)	→ 33,3 %	→	0,333

	kriteria				
	A	B	C	D	
alternatif 1	5	3	4	3	$(5 \times 0,167) + (3 \times 0,333) + (4 \times 0,167) + (3 \times 0,333) = 3,501$
alternatif 2	3	4	4	4	$(3 \times 0,167) + (4 \times 0,333) + (4 \times 0,167) + (4 \times 0,333) = 3,833$
alternatif 3	3	3	4	3	$(3 \times 0,167) + (3 \times 0,333) + (4 \times 0,167) + (3 \times 0,333) = 3,167$
alternatif 4	3	4	3	4	$(3 \times 0,167) + (4 \times 0,333) + (3 \times 0,167) + (4 \times 0,333) = 3,666$

- 1 → sangat kurang
 2 → kurang
 3 → cukup
 4 → baik
 5 → sangat baik

4.9.5. Kesimpulan Studi Analisa Blocking Area

Pada studi analisa blocking area yang telah dijelaskan tersebut, telah didapatkan alternatif blocking area yang sesuai dan memenuhi dengan kriteria yang telah ditentukan, yaitu alternatif 2 blocking area. Dengan demikian blocking area alternatif 2 dipakai sebagai acuan dalam desain unit internet mobile Telkom Speedy.

4.10. Studi Analisa Konfigurasi

Studi analisa konfigurasi ini ditujukan untuk mengidentifikasi kebutuhan akan penempatan komponen - komponen sehingga dapat mendukung kenyamanan petugas maupun pengunjung, yang meliputi ruang kabin dan diluar kabin. Di saat kegiatan promosi maupun saat komponen komponen tersebut diangkut didalam mobil (perjalanan menuju tempat promosi)

4.10.1. Kriteria konfigurasi Komponen

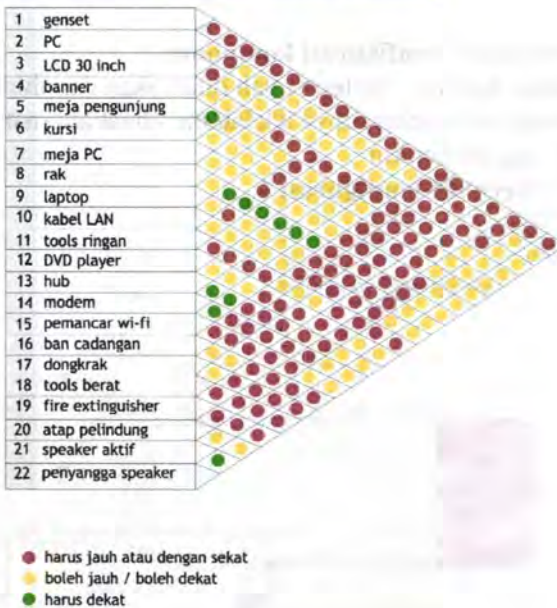
Adapun beberapa kriteria yang menjadi penentuan konfigurasi komponen pada unit internet mobile Telkom Speedy, adalah :

- A . Kenyamanan dan keleluasaan area operator teknis
- B. Konfigurasi komponen mendukung kenyamanan mobilitas (area operator teknis - area akses keluar masuk kabin - area interaksi antara pengunjung dan petugas) petugas.
- C. Kesesuaian penempatan komponen dengan matriks konfigurasi
- D .Kemudahan untuk menjangkau komponen sesuai dengan penggunaan oleh petugas

4.10.2. Matriks Konfigurasi Komponen

Matriks konfigurasi komponen dibawah ini bertujuan untuk menentukan peletakkan komponen – komponen menurut jenis dan karakteristiknya.

matriks konfigurasi komponen



Tabel 4.11 matriks konfigurasi komponen

4.10.3. Pembobotan Kriteria

Kriteria – kriteria yang telah di tentukan berdasarkan kebutuhan dan disesuaikan dengan konsep yang ditentukan.

Tabel 4.12. Penilaian kriteria konfigurasi komponen

pairwise comparison

	A	B	C	D	nilai	
A	1	1/2	1/2	1	2	$2/6 \times 100\% = 33,3\%$
B	1/2	1	1	1	$2\frac{1}{2}$	$2,5/6 \times 100\% = 41,6\%$
C	1/2	0	1	1/2	1	$1/6 \times 100\% = 16,7\%$
D	0	0	1/2	1	$\frac{1}{2}$	$0,5/6 \times 100\% = 8,4\%$
	total				6	

urutan
prioritas
kriteria

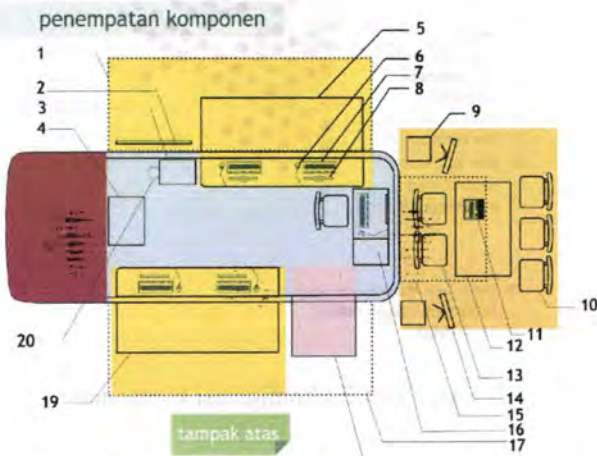
1. B
2. A
3. C
4. D

4.10.4. Alternatif konfigurasi komponen

Setelah kriteria – kriteria telah ditentukan dan dilakukan pembobotan, maka selanjutnya adalah membuat alternatif – alternatif , seperti berikut :

4.10.4.1. Alternatif konfigurasi 1

alt . 1



Gambar 4. 38. Alternatif konfigurasi 1 tampak atas



Gambar 4.39. Alternatif konfigurasi 1 tampak samping

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| 1. Atap Pelindung tambahan | 11. Laptop | 20. fire extinguisher |
| 2. LCD 30 inchi | 12. Meja untuk interaksi pengunjung dan petugas | 21. toolbox ringan |
| 3. Rak | 13. kursi petugas | 22. toolbox berat |
| 4. Genset | 14. Banner | 23. lampu |
| 5. Bukaan kabin bagian samping kanan | 15. bukaan kabin bagian belakang | 24. tangga |
| 6. mouse | 16. meja PC operator dan rak peralatan teknis | area peralatan teknis / operator |
| 7. Keyboard | 17. atap pelindung tambahan | area interaksi pengunjung dan petugas |
| 8. LCD 15 inchi | 18. pintu untuk akses keluar -masuk petugas | area pengemudi |
| 9. speaker | 19. bukaan kabin bagian samping kiri | area akses (keluar/masuk kabin) petugas |
| 10. kursi pengunjung | | area layanan internet gratis |

Gambar 4.40. keterangan alternative konfigurasi 1

- LCD 30 inchi berada diluar (di sisi kanan kabin), dapat di pindah disisi kiri kabin jika sisi kanan kabin tidak difungsikan sebagai layanan internet gratis
- Meja PC operator teknis (16) sekaligus menjadi tempat komponen teknis seperti Modem, Hub, DVD player dan pemancar wi-fi
- Genset (4) dipindah dibagian depan kabin karena tempat semula dipakai untuk meja operator teknis
- Banner ditempatkan di area interaksi petugas – pengunjung

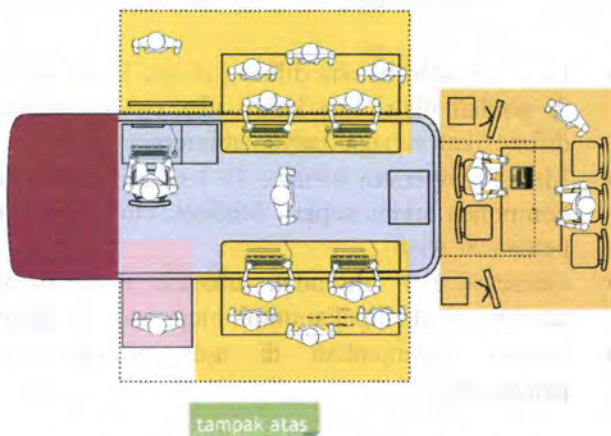
- Speaker (9) kurang dekat dengan LCD 30 inchi (2)
- Area keluar masuk kabin (petugas) dekat dengan area interaksi antara pengunjung dan petugas, mempermudah mobilitas petugas



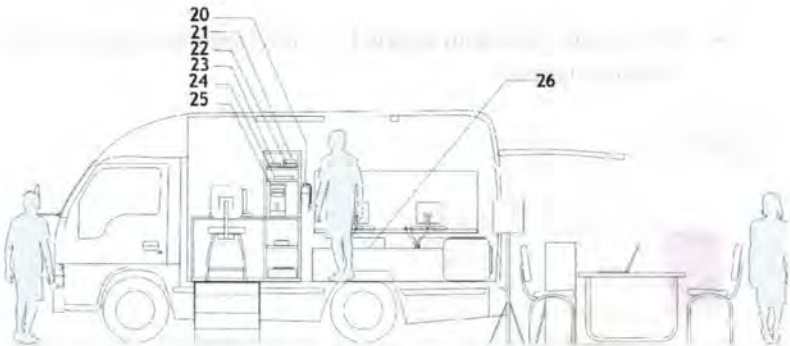
Gambar 4.41 operasional alternative konfigurasi 1

4.10.4.2. Alternatif konfigurasi 2

alt . 2



Gambar 4.42. Alternative konfigurasi 2 tampak atas



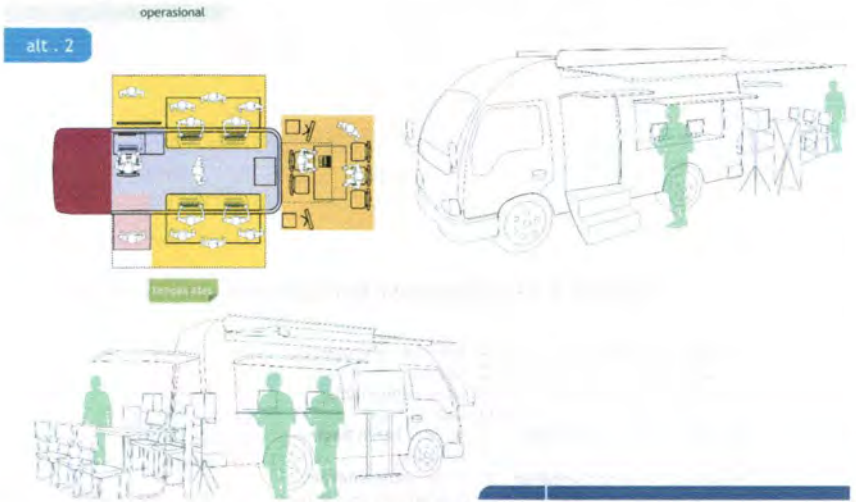
Gambar 4.43. Alternative konfigurasi 2 tampak samping

- | | | |
|--|---|--------------------|
| 1. Atap Pelindung tambahan | 11. kursi petugas operator | 21. pemancar wi-fi |
| 2. Bukaannya kabin bagian samping kanan | 12. Genset | 22. hub |
| 3. pintu untuk akses keluar -masuk petugas | 13. kursi pengunjung | 23. modem |
| 4. atap pelindung tambahan | 14. Laptop | 24. DVD player |
| 5. bukaan kabin bagian samping kiri | 15. bukaan kabin bagian belakang | 25. PC operator |
| 6. meja PC operator | 16. Meja untuk interaksi pengunjung dan petugas | 26. tangga |
| 7. LCD 15 inchi | 17. kursi petugas promosi | |
| 8. LCD 30 inchi | 18. rak peralatan teknis | |
| 9. Keyboard | 19. Banner | |
| 10. mouse | 20. speaker | |
- area peralatan teknis / operator
 area interaksi pengunjung dan petugas
 area pengemudi
 area akses (keluar/masuk kabin petugas
 area layanan internet gratis

Gambar 4.44. keterangan alternatif konfigurasi 2

- Meja operator teknis (3) dekat dengan pintu akses keluar - masuk kabin (19) yang dapat menambah kenyamanan mobilitas petugas
- Area interaksi petugas - pengunjung berjauhan dengan akses keluar - masuk kabin yang dapat mengurangi kenyamanan pengawasan petugas terhadap area tersebut
- Tempat Genset (4) tetap seperti pada eksisting
- Banner (14) dan speaker (9) ditempatkan di area interaksi petugas – pengunjung
- Speaker (9) kurang dekat dengan LCD 30 inchi (2)

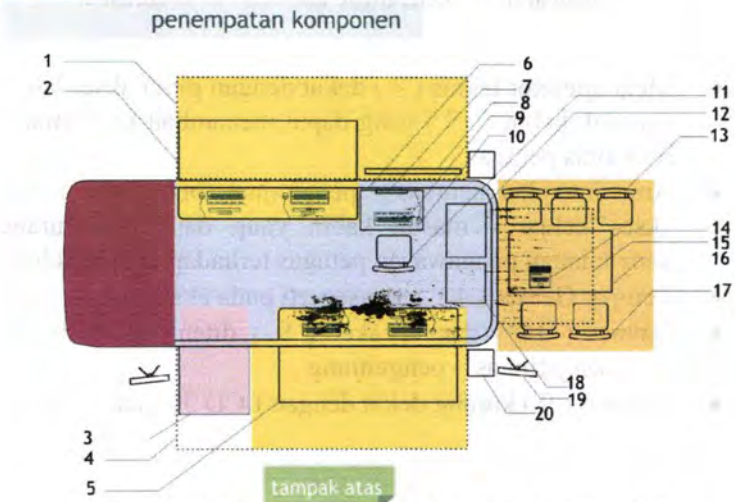
- Rak untuk peralatan teknis (3) terintegrasi dengan meja operator teknis



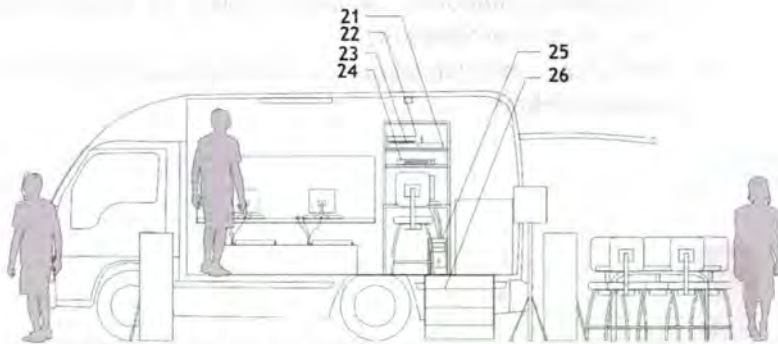
Gambar 4.45. operasional alternative konfigurasi 2

4.10.4.3. Alternatif konfigurasi 3

alt . 3



Gambar 4.46. Alternative konfigurasi 3 tampak atas



Gambar 4.47. Alternative konfigurasi 3 tampak samping

- | | | |
|--|---|--------------------|
| 1. Atap Pelindung tambahan | 11. kursi petugas operator | 21. pemancar wi-fi |
| 2. Bukaian kabin bagian samping kanan | 12. Genset | 22. hub |
| 3. pintu untuk akses keluar -masuk petugas | 13. kursi pengunjung | 23. modem |
| 4. atap pelindung tambahan | 14. Laptop | 24. DVD player |
| 5. bukaian kabin bagian samping kiri | 15. bukaian kabin bagian belakang | 25. PC operator |
| 6. meja PC operator | 16. Meja untuk interaksi pengunjung dan petugas | 26. tangga |
| 7. LCD 15 inci | 17. kursi petugas promosi | |
| 8. LCD 30 inci | 18. rak peralatan teknis | |
| 9. Keyboard | 19. Banner | |
| 10. mouse | 20. speaker | |
-
- | | |
|--|---|
| | area peralatan teknis / operator |
| | area interaksi pengunjung dan petugas |
| | area pengemudi |
| | area akses (keluar/masuk kabin petugas |
| | area layanan internet gratis |

Gambar 4.48. Keterangan alternative konfigurasi 3

- Meja operator teknis (3) kurang dekat dengan pintu akses keluar - masuk kabin (19) yang dapat mengurangi kenyamanan mobilitas petugas
- Area interaksi petugas - pengunjung berjauhan dengan akses keluar - masuk kabin yang dapat mengurangi kenyamanan pengawasan petugas terhadap area tersebut
- Tempat Genset (4) tetap seperti pada eksisting
- Banner (14) ditempatkan di sisi kiri kabin untuk para pengunjung yang melihat dari sisi kiri mobil (pejalan kaki)
- Speaker (9) dekat dengan LCD 30 inci (2)

- Pemisahan komponen rak untuk tools (18) dengan rak untuk peralatan teknis (6)
- Rak untuk peralatan teknis (6) terintegrasi dengan meja operator teknis



Gambar 4.49. Operasional alternative konfigurasi 3

4.10.5. Penilaian alternatif konfigurasi komponen

Dalam penilaian alternatif blocking area perlu ditentukan dahulu koefisien dan bobot dari kriteria – kriteria dari blocking area, seperti di bawah :

kriteria konfigurasi

koefisien

- A . kenyamanan dan keleluasaan area operator teknis → 33,3 % → 0,333
- B . konfigurasi komponen mendukung kenyamanan mobilitas (area operator teknis - area akses keluar masuk kabin - area Interaksi antara pengunjung dan petugas) petugas → 41,6 % → 0,416
- C . kesesuaian penempatan komponen dengan matriks konfigurasi → 16,7 % → 0,167
- D . kemudahan untuk menjangkau komponen sesuai dengan penggunaan oleh petugas → 8,4 % → 0,084

	kriteria				
	A	B	C	D	
alternatif 1	4	5	3	3	$(5 \times 0,333) + (3 \times 0,416) + (4 \times 0,167) + (3 \times 0,084) = 3,833$ ✓
alternatif 2	4	4	3	3	$(3 \times 0,333) + (4 \times 0,416) + (4 \times 0,167) + (4 \times 0,084) = 3,667$
alternatif 3	4	3	3	4	$(3 \times 0,333) + (3 \times 0,416) + (4 \times 0,167) + (3 \times 0,084) = 3,167$

Tabel 4.13. Penilaian alternatif konfigurasi

4.10.6. Kesimpulan Analisa konfigurasi komponen

Pada studi analisa blocking area yang telah dijelaskan tersebut, telah didapatkan alternatif konfigurasi komponen yang sesuai dan memenuhi dengan kriteria yang telah ditentukan, yaitu alternatif 1 konfigurasi komponen. Dengan demikian konfigurasi komponen alternatif 1 dipakai sebagai acuan dalam desain unit internet mobile Telkom Speedy.

4.11. Studi Analisa Komponen

Studi analisa komponen ini bertujuan untuk mengidentifikasi komponen yang diperlukan dan yang sekiranya ditiadakan, hal tersebut dinilai dari tingkat kepentingan dan penggunaan atau juga dapat dikarenakan oleh penggabungan fungsi sehingga dapat lebih efisien.



Gambar 4.50. Konsep analisa komponen

Didalam analisa studi komponen ini terdapat beberapa cara untuk mendapatkan komponen yang sesuai dengan konsep unit internet mobile Telkom Speedy, yaitu :

4.11.1. Penggantian Komponen

Penggantian komponen ini ditujukan untuk penambahan estetika serta memberikan image cepat pada unit internet mobile Telkom Speedy seperti pada konsep desainnya. Image cepat dapat diaplikasikan dengan tampilan sporty pada eksterior unit internet mobile Telkom Speedy. Secara umum penggantian komponen dilakukan di sekitar area eksterior unit internet mobile Telkom Speedy.

Hal pertama yang dilakukan adalah menentukan komponen – komponen mana (ekterior) pada eksisting yang akan diganti, dan selanjutnya dilakukan beberapa analisa

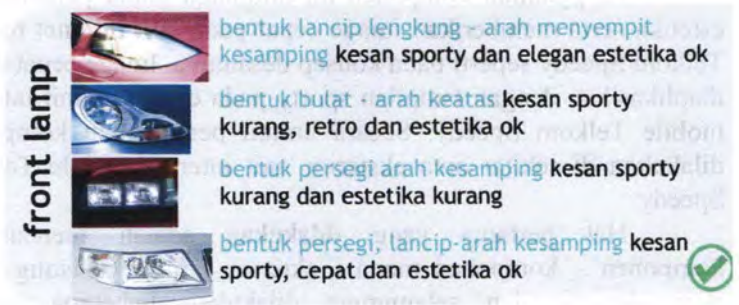
pemilihan komponen eksterior , hal tersebut ditunjukkan oleh gambar



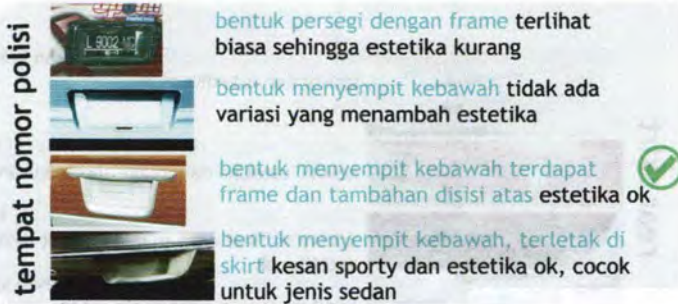
Gambar 4.51. Komponen ekterior pada eksisting



Gambar 4.52. Perbandingan Grille



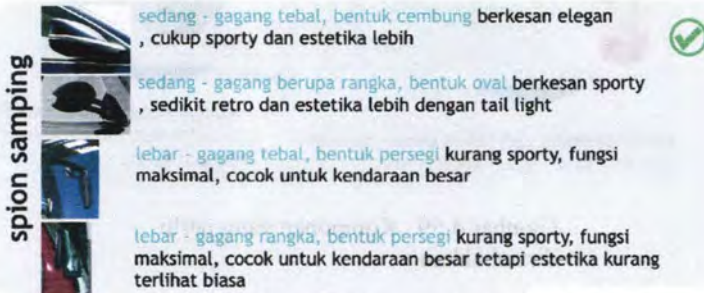
Gambar 4.53. Perbandingan front lamp



Gambar 4.54. Perbandingan tempat nomor polisi



Gambar 4.55. Perbandingan front skirt



Gambar 4.56. Perbandingan spion samping

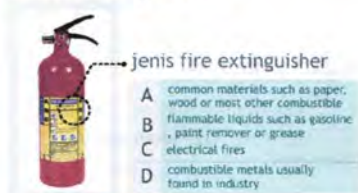


Gambar 4.58. Perbandingan rear skirt

4.11.2. Penambahan komponen

Penambahan komponen ditujukan untuk kebutuhan atau keperluan karena memang di unit internet mobile Telkom Speedy (eksisting) belum tersedia.

■ fire extinguisher



belum tersedia dan untuk penanggulangan pertama saat terjadi kebakaran

■ pemancar wi-fi



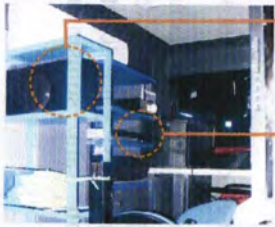
sebagai komponen utama fungsi unit internet mobile sebagai hotspot gratis

Gambar 4.59. Komponen yang perlu ditambahkan

4.11.3. Penggabungan / penambahan fungsi

Penggabungan fungsi ditujukan untuk efisiensi komponen, karena komponen dinilai dapat digabung fungsinya dengan komponen lainnya yang sejenis. Dalam eksisting hal tersebut terjadi pada komponen rak peralatan teknis dan komponen meja PC operator seperti dijelaskan pada gambar

eksisting

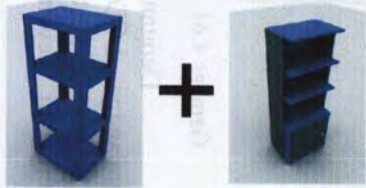


rak peralatan teknis

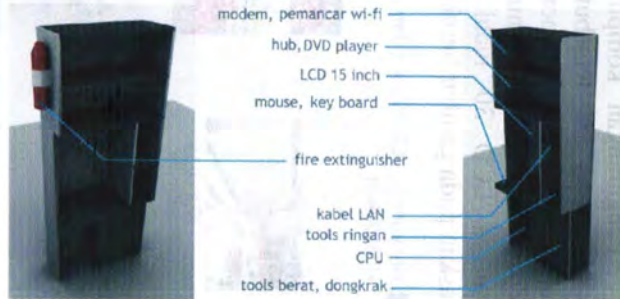
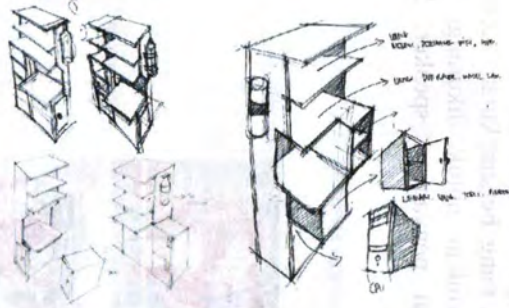
meja PC operator

- kurang efisien - banyak space yang masih kosong
- memakan tempat (interior)

mengabungkan fungsi komponen tersebut dalam satu komponen



solusi



4.11.4. Pengurangan komponen

Pengurangan komponen ditujukan untuk tujuan lebih praktis, karena hal tersebut juga mengurangi aktifitas yang berhubungan dengan komponen yang bersangkutan. Komponen pada eksisting yang memungkinkan untuk dikurangi adalah penyangga LCD 30 inchi dan penyangga speaker. Seperti dijelaskan pada gambar berikut :

- penyangga LCD 30 inch dan penyangga speaker ditiadakan

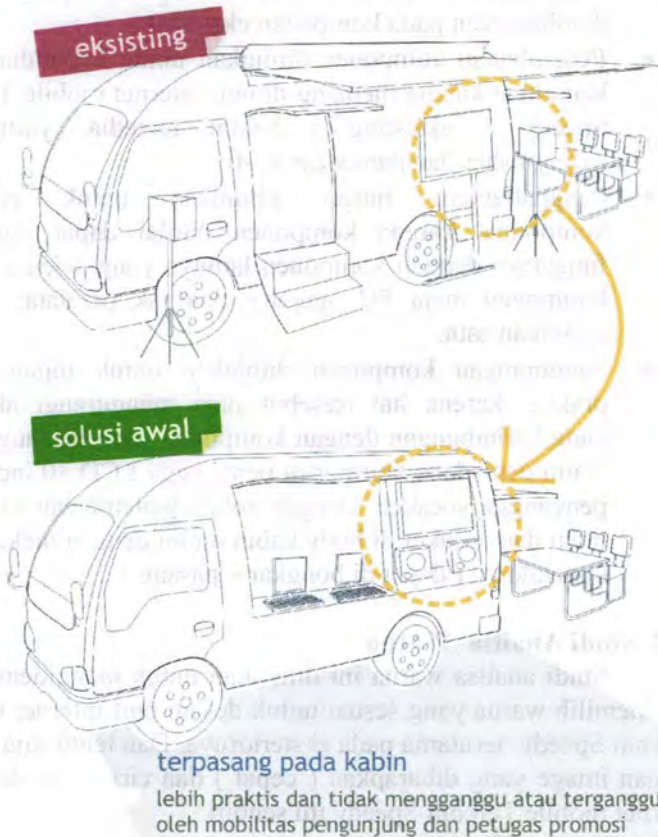


- tidak praktis - memasang / melepas penyangga saat akan melakukan kegiatan promosi
- memerlukan space lebih sehingga memakan tempat, lebih - lebih tempat umum
- penyangga dapat terjatuh karena mobilitas pengunjung ataupun petugas promosi

Gambar 4.61. Penyangga LCD 30 inchi dan penyangga speaker

Dengan melihat keterangan tersebut diatas, maka penyangga LCD 30 inchi dan penyangga speaker dapat ditiadakan. Dan tentu saja diperlukan solusi yang tepat sebagai pengganti penyangga tersebut. Salah satu solusinya adalah

penempatan pada body kabin , sehingga tidak perlu untuk memasang penyangga saat melakukan aktivitas promosi. Dibawah ini merupakan gambar dari solusi yang dapat direalisasikan untuk mengatasi hal tersebut.



Gambar 4.62. Solusi pengganti penyangga

4.11.5. Kesimpulan Studi Analisa komponen

Dari studi analisa komponen yang telah dijelaskan diatas maka terdapat beberapa hal yang diperoleh, yaitu :

- Penggantian komponen yang ditujukan untuk penambahan estetika serta memberikan image cepat pada unit internet mobile Telkom Speedy yang dapat diaplikasikan pada komponen eksterior
- Penambahan komponen ditujukan untuk kebutuhan atau keperluan karena memang di unit internet mobile Telkom Speedy (eksisting) belum tersedia, yaitu fire extinguisher dan pamancar wi-fi.
- Penggabungan fungsi ditujukan untuk efisiensi komponen, karena komponen dinilai dapat digabung fungsinya dengan komponen lainnya yang sejenis. Yaitu komponen meja PC operator dan rak peralatan teknis dijadikan satu.
- Pengurangan komponen ditujukan untuk tujuan lebih praktis, karena hal tersebut juga mengurangi aktifitas yang berhubungan dengan komponen yang bersangkutan. Yaitu peniadaan komponen penyangga LCD 30 inchi dan penyangga speaker. Dengan solusi penempatan LCD 30 inchi dan speaker di body kabin mobil dengan mekanisme knockdown (dapat di bongkar – pasang)

4.12. Studi Analisa Warna

Studi analisa warna ini ditujukan untuk mengidentifikasi dan memilih warna yang sesuai untuk desain unit internet mobile Telkom Speedy, terutama pada eksteriornya. Dan tentu saja sesuai dengan image yang diharapkan (cepat) dan ciri – ciri dari unit internet mobile Telkom Speedy itu sendiri.

4.12.1. Konsep Warna

Adapun konsep warna yang diharapkan untuk diaplikasikan pada unit internet mobile Telkom Speedy adalah :

- Warna mencerminkan image Speedy, yaitu image yang ditonjolkan oleh produk layanan internet, akses cepat dan Teknologi

- Warna mewakili ciri warna Speedy dan Telkom

Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi analisa penggunaan warna pada eksterior unit internet mobile Telkom Speedy yang patut dijadikan pertimbangan dan referensi, yaitu :

1. Respon psikologi terhadap warna

psycological response

warna merah	■	→	agresif, power, energy, speed
warna biru	■	→	trust, technology, security
warna hitam	■	→	elegance

Gambar 4.63. Respon psikologi terhadap warna

2. Warna yang biasa ditampilkan pada iklan – iklra produk Speedy, baik media cetak maupun elektronik.

warna pada media promosi Speedy



Gambar 4.64. Warna pada media promosi Speedy

3. Warna yang digunakan pada logo Speedy dan P.T. Telkom Indonesia



Gambar 4.65. Warna pada logo Speedy dan Telkom

4.12.2. Kesimpulan Studi Analisa Warna

Dengan pertimbangan dan acuan yang dijelaskan diatas, maka dapat diperoleh pemilihan warna yang dapat diaplikasikan pada desain unit internet mobile yang baru. Yang dijelaskan sebagai berikut :

- Warna Dominan : Merah
- Warna Sekunder : Hitam
- Warna Aksentuasi : Biru dan Putih



Gambar 4.66. Contoh penerapan warna

4.13. Studi Analisa Estetika

Studi analisa estetika ini ditujukan untuk mengidentifikasi estetika (bentuk dan grafis) pada eksisting, menilai dan menyesuaikan dengan konsep desain dan kemudian diaplikasikan pada alternatif – alternative untuk mendapatkan estetika yang lebih menarik.

4.13.1. Konsep Eksterior

Speedy merupakan penyedia jasa internet dengan menonjolkan image akses internet cepat. Hal ini juga ditunjukkan pada logotype Speedy yang didesain dengan image cepat (logotype seolah berlari kencang yang digambarkan dengan kemiringan tulisan dan garis – garis tegas). Juga dengan slogan “ akses internet cepat “



Gambar 4.67. Logotype Speedy

Pada beberapa media iklan speedy, *image* cepat ditampilkan dengan mobil *sport* dan wanita yang terkesan agresif.



Gambar 4.68. Iklan Speedy

4.13.2. Styling Tampak depan dan Belakang

Garis – garis tarikan pada mobil – mobil sport yang mencerminkan kecepatan menjadi acuan untuk desain unit internet mobile Telkom Speedy selanjutnya.

front styling



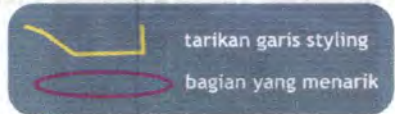
garis styling depan
 tarikan garis agresif (kearah belakang dan atas)

komponen

head lamp → lancip, sipit

grill → lebar, garis mengikuti garis head lamp

Gambar 4.69.
 Front styling



rear styling



garis styling belakang

tarikan garis tegas, garis lurus menyamping keatas

komponen

head lamp → lancip, menyempit kesamping

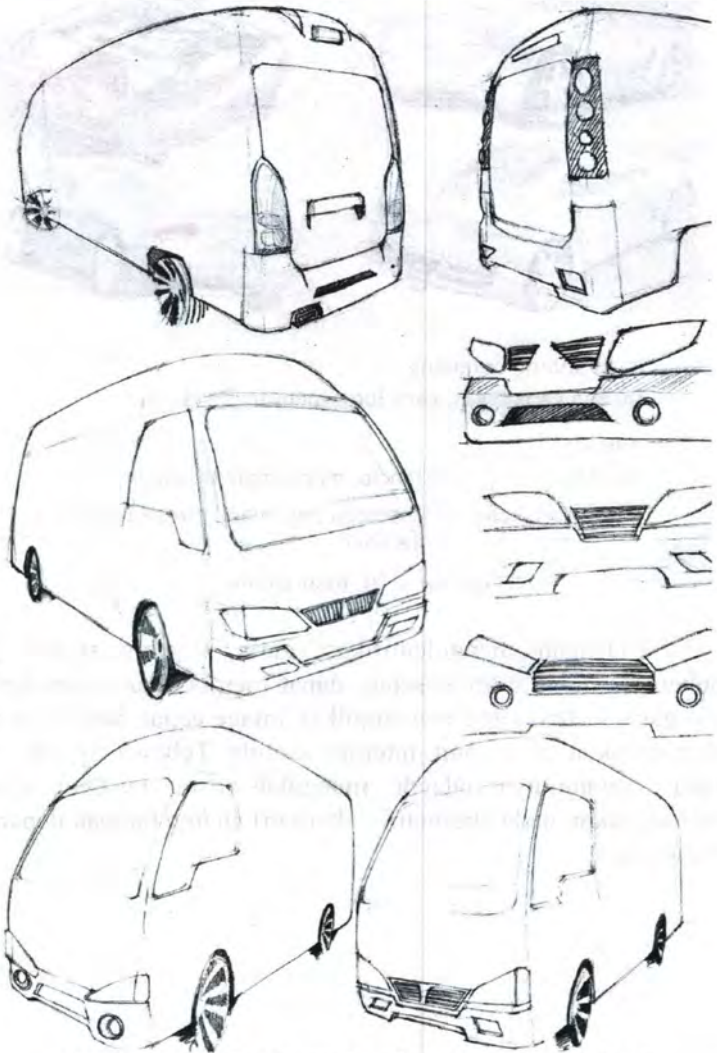
bagian belakang → asesoris penunjang estetika, knalpot terlihat

Gambar 4.70. Rear styling

Dengan mengidentifikasi garis – garis *styling* pada beberapa mobil sport tersebut, dapat memberikan acuan tentang ciri garis styling yang menampilkan image cepat. Sehingga dapat diaplikasikan pada unit internet mobile Telkom Speedy yang baru. Selanjutnya adalah mengolah data tersebut dengan menampilkan pada alternatif – alternatif *styling* tampak depan dan belakang.

4.13.3. Sketsa Awal Eksterior

sketsa awal



Gambar 4.71. Sketsa awal styling depan dan belakang

4.13.4. Alternatif Styling Depan
4.13.4.1. Alternatif 1



Gambar 4.72. Alternatif Styling Depan 1

side mirror

bentuk lancip dan lengkung, juga terdapat tail light untuk menambah estetika

head light

lancip dan lengkung yang terkesan agresif dan cepat

front skirt

bentuk tidak banyak variasi, hanya penambahan air scoop yang diharapkan menambah nilai estetika dan juga fog lamp dengan bentuk mengikuti head light

grille

lebar diantara head light dan mengikuti arah garis head light dengan frame warna mengkilat

4.13.4.2. Alternatif 2



Gambar 4.73. Alternatif Styling Depan 2

side mirror

bentuk lancip dan lengkung, juga terdapat tail light untuk menambah estetika

head light

lancip dan lengkung yang terkesan agresif dan cepat

front skirt

bentuk tidak banyak variasi, hanya penambahan air scoop yang diharapkan menambah nilai estetika dan juga fog lamp yang berbentuk bundar

grille

lebar diantara head light dan mengikuti arah garis head light dengan frame warna mengkilat

4.13.4.3. Alternatif 3



side mirror
persegi dengan sisi - sisi lengkung yang terpasang di bagian atas yang berkesan tangguh

head light
lancip dan tidak banyak lengkung

front skirt
dengan variasi bentuk dan penambahan air scoop lebar yang diharapkan menambah nilai estetika dan juga fog lamp yang berbentuk lancip

grille
tipis / kecil diantara head light

Gambar 4.74. Alternatif Styling Depan 3

4.13.4.4. Alternatif 4



side mirror
bentuk persegi dengan sisi - sisi lengkung, terdapat tail light yang dapat menambah estetika

head light
bentuk perpaduan antara lengkung dan garis lurus

front skirt
bentuk tidak banyak variasi, hanya penambahan air scoop yang diharapkan menambah nilai estetika

grille
bentuk tipis / kecil diantara head light dan mengikuti arah garis head light

Gambar 4.75. Alternatif Styling Depan 4

4.13.4.5. Alternatif 5



Gambar 4. 76 Alternatif Styling Depan 5

side mirror
bentuk persegi yang disatukan dengan bentuk lengkung, dengan penyangga yang sporty

head light
bentuk lancip yang “ agresif “

front skirt
bentuk tidak banyak variasi, hanya penambahan air scoop di sisi kanan kiri yang diharapkan menambah nilai estetika

grille
bentuk besar dan lebar yang sporty diantara head light

4.13.4.6. Alternatif 6



Gambar 4. 77. Alternatif Styling Depan 6

side mirror
bentuk lancip dan lengkung, juga terdapat tail light untuk menambah estetika

head light
bentuk lancip dan sipit

front skirt
bentuk banyak variasi pada bentuk, juga terdapat dua buah fog lamp di kanan dan kiri

grille
kecil dan tipis yang disatukan dengan front skirt

4.13.5. Alternatif Styling Depan 4.13.5.1. Alternatif 1



alt 1

handle
bentuk persegi dengan sisi - sisi lengkung dan tidak banyak variasi

rear light
bentuk lengkung dan lancip yang terdiri dari dua bagian, bagian pada kabin dan bagian lain pada pintu, juga terdapat stop lamp tambahan di sisi atas

rear skirt
bentuk tidak banyak variasi, hanya penambahan air scoop yang diharapkan menambah nilai estetika

exhaust
dengan jumlah dua dan terletak di rear skirt, agar terkesan sporty

Gambar 4.78. Alternatif Styling Belakang 1

4.13.5.2. Alternatif 2



alt 2

handle
bentuk persegi dengan sisi - sisi lengkung dan tidak banyak variasi

rear light
memanjang keatas yang terdiri dari bentuk - bentuk lingkaran, juga terdapat stop lamp tambahan di bagian atas dengan bentuk memanjang

rear skirt
bentuk tidak banyak variasi, hanya penambahan air scoop yang diharapkan menambah nilai estetika

exhaust
tidak banyak perubahan bentuk, hanya ditempatkan di rear skirt

Gambar 4.79. Alternatif Styling Belakang 2

4.13.5.3. Alternatif 3



alt 3

Gambar 4.80. Alternatif Styling Belakang 3

handle
bentuk persegi dengan sisi - sisi lengkung dan frame hitam

rear light
bentuk simpel dengan penempatan dibagian atas, juga terdapat stop lamp tambahan di sisi atas dengan bentuk kecil

rear skirt
terdapat variasi bentuk, dan penambahan air scoop yang berada disisi kanan - kiri untuk menambah nilai estetika

exhaust
bentuk persegi dengan sisi lengkung yang berada di tengah rear skirt

4.13.5.4. Alternatif 4



alt 4

Gambar 4.81. Alternatif Styling Belakang 4

handle
bentuk persegi dengan sisi - sisi lengkung dan frame warna chrome

rear light
bentuk segi lima dengan sisi lengkung yang terlihat simpel

rear skirt
terdapat variasi bentuk dibagian bawah, juga penambahan air scoop yang diharapkan menambah nilai estetika

exhaust
tidak banyak perubahan bentuk, hanya ditempatkan di rear skirt

4.13.5.5. Alternatif 5



alt 5

handle

bentuk persegi simpel dengan sisi - sisi lengkung dan tidak banyak variasi

rear light

memanjang keatas dengan bentuk persegi dan lengkung

rear skirt

terdapat variasi bentuk dibagian bawah dan terlihat lebih simpel tanpa air scoop

exhaust

tidak banyak perubahan bentuk, hanya ditempatkan di rear skirt

Gambar 4.82. Alternatif Styling Belakang 5

4.13.5.6. Alternatif 6



alt 6

handle

bentuk persegi simpel dengan sisi - sisi lengkung dengan tambahan variasi pada bagian atas handle

rear light

bentuk lancip memanjang dengan motif garis, juga terdapat stop lamp tambahan di sisi atas dengan bentuk bulat

rear skirt

terdapat variasi bentuk, dan penambahan air scoop yang berada di sisi kanan - kiri dengan bentuk mengikuti rear light

exhaust

bentuk persegi dengan sisi lengkung yang berada di tengah rear skirt

Gambar 4.83. Alternatif Styling Belakang 6

4.13.6. Kesimpulan Studi Analisa Estetika

Estetika pada eksterior unit internet mobile Telkom Speedy menggunakan garis – garis styling bergaya sport dengan tujuan agar unit internet mobile Telkom Speedy dapat mencerminkan image cepat. Dengan bentuk lampu depan sipit – lancip, grille depan mengikuti garis lampu, garis body yang tegas. Tampak belakang menggunakan lampu belakang yang lebar dan variasi di rear skirt.

Pada styling tampak depan terpilih alternatif 2, sedangkan untuk pemilihan alternatif styling tampak belakang terpilih alternatif 2.

4.14. Studi Analisa Grafis pada Eksterior

Studi analisa grafis pada eksterior ini ditujukan untuk mengidentifikasi grafis pada eksterior yang sesuai dengan konsep yang diharapkan, yaitu cepat, image speedy dan tentu saja menarik.

4.14.1. Grafis Eksterior pada Eksisting

grafis eksterior pada eksisting



warna → dominan merah kombinasi hitam dengan gradasi
gambar → orang berlari dan speedometer

Gambar 4.84. Grafis eksterior pada eksisting

- Grafis eksterior pada eksisting terlalu banyak gambar dengan penampilan gambar kurang menarik, tidak sesuai dengan gaya desain logotype “Speedy”

- Dengan penggabungan warna menggunakan gradasi, unit internet mobile dinilai kurang elegan. Warna gradasi juga tidak memberi kesan cepat.

4.14.2. Grafis pada Produk Lain

Untuk mendapatkan grafis eksterior yang memiliki kesan cepat dan sporty., maka kita perlu untuk melihat referensi berupa grafis pada produk – produk lain yang memiliki ciri dari kesan sporty, cepat dan juga elegan.



Gambar 4.85. Grafis pada Produk lain

Penggunaan striping berupa permainan garis tegas dan pengolahan warna yang cerah / terang memberikan kesan sporty dan elegan.

4.14.3. Grafis pada Logotype Speedy dan Logo Telkom

Grafis pada logotype Speedy dan logo P.T Telkom juga dapat dijadikan ide dalam menuangkan alternatif – alternatif grafis pada eksterior.



Gambar 4.86. Logotype Speedy



Gambar 4.87. Logo Telkom

- Logotype Speedy dengan garis – garis tegas yang mencerminkan kecepatan
- Grafis pada logo Telkom juga berupa garis yang memberikan penggambaran bumi berputar dengan cepat.

4.14.4. Alternatif Grafis pada Eksterior

Dengan mengacu pada referensi grafis pada produk – produk lain yang memiliki kesan sporty, grafis pada logotype Speedy dan dipadu dengan warna terpilih (dari Studi analisa Warna), maka dapat diaplikasikan pada berikut :

4.14.4.1. Alternatif 1

- Warna dominan merah, dipadu dengan garis hitam dan aksentuasi garis putih
- Kesan sporty langsung terlihat jelas dengan tampilan dua garis berwarna hitam yang melintang, dengan aksentuasi warna putih berupa garis untuk mengisi sisi samping





Gambar 4.88. Alternatif Grafis Eksterior 1

4.14.4.2. Alternatif 2

- Warna dominan merah, dengan warna 1/3 hitam di bagian bawah dan aksentuasi warna putih dan biru.
- Striping berupa garis - garis lengkung dengan warna putih dan biru memberikan kesan teknologi, kesan sporty

ditampilkan dengan perpaduan warna merah dan hitam berupa garis yang tegas



Gambar 4.89. Alternatif Grafis Eksterior 2

4.14.4.3. Alternatif 3

- Dengan warna dominan merah kombinasi hitam dengan gaya perpaduan kotak - kotak yang menggambarkan sisi

teknologi dan aksentuasi warna biru berupa garis, sehingga menambah nilai estetika

- Warna dominan merah, warna sekunder hitam dan warna aksentuasi biru



Gambar 4.90. Alternatif Grafis Eksterior 3

4.14.4.4. Alternatif 4

- Perpaduan warna merah dengan warna hitam berupa garis miring yang berkesan sporty, dipadu dengan aksentuasi garis putih untuk lebih menambah kesan sporty
- Warna dominan merah, warna sekunder hitam dan warna aksentuasi putih.



Gambar 4.91. Alternatif Grafis Eksterior 4

4.14.5. Kesimpulan Studi Analisa Grafis pada Eksterior

Grafis pada eksterior menggunakan striping berupa perpaduan garis tegas dengan kesan sporty dan cepat tetapi tetap menarik dan kelihatan elegan. Penempatan logotype Speedy berada di sisi kanan, kiri dan belakang kabin. Logo Telkom juga di tampilkan pada sisi kanan dan kiri kabin.

Dengan pertimbangan dari keterangan yang di paparkan disetiap alternatif, maka terpilih alternatif grafis pada eksterior 2 yang akan diaplikasikan pada final desain nantinya.

4.15. Studi Analisa Ergonomi

Studi analisa ergonomi ini ditujukan untuk mengetahui sisi - sisi kebutuhan pengguna (pengunjung maupun petugas promosi) yang berhubungan dengan kenyamanan saat melakukan aktifitas yang berhubungan dengan unit internet mobile Telkom Speedy.

4.15.1. Antropometri pengguna unit internet mobile Telkom Speedy

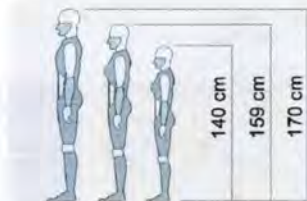
- Petugas Promosi

Antropometri petugas promosi menggunakan antropometri pria Indonesia 95 %.



Gambar 4.92. Antropometri pria Indonesia 95 %

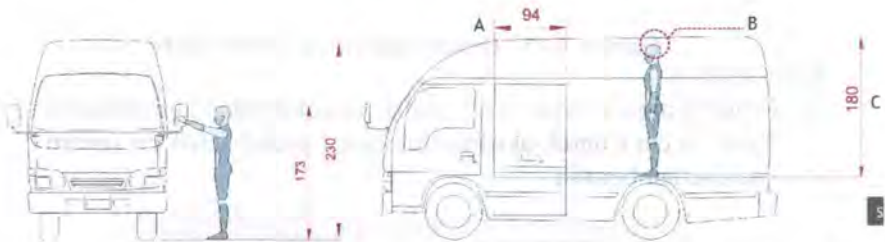
- Pengunjung / Pengguna layanan internet gratis
Antropometri pengunjung memakai ukuran rata – rata tubuh masyarakat Indonesia



Gambar 4.93. Antropometri rata – rata masyarakat Indonesia

4.15.2. Dimensi pada Eksisting

Berikut adalah dimensi pada eksisting yang berhubungan dengan antropometri dan kenyamanan pengguna baik petugas promosi ataupun pengunjung / pengguna internet gratis.



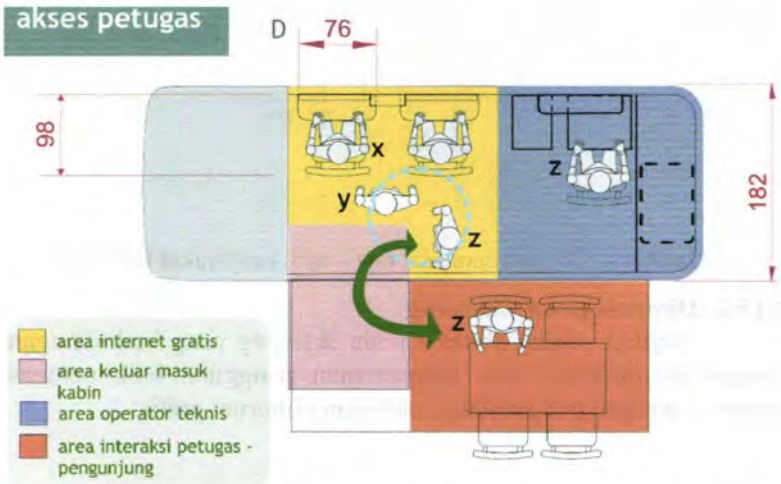
Gambar 4.94. Antropometri user dengan dimensi Unit internet mobile

Keterangan :

- A . Lebar pintu sudah memenuhi antropometri zona sirkulasi 95 % Pria (76,2 - 91,4)
- B .Jarak antara bagian tubuh manusia paling atas dengan bagian part mobil sudah memenuhi standart, yaitu 8 cm (standart sekurang - kurangnya 5 - 8 cm)
- C . Jarak antara lantai kabin dengan atap kabin

Dimensi pada area internet gratis yang ada di eksisting. Terdapat dimensi yang sudah sesuai dengan antropometri standart

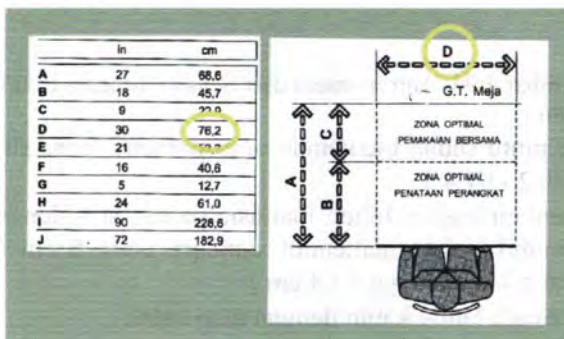
dan juga terdapat kekurangan yang menyebabkan ketidaknyamanan pada pengunjung ataupun pada petugas promosi.



Gambar 4.95. Dimensi pada area Internet gratis

Keterangan :

D . Dimensi area internet gratis sudah sesuai dengan antropometri yaitu 76 cm (untuk aktifitas internet 1 orang), hal ini seperti pada acuan berikut :



Gambar 4.96. Acuan dimensi pada area Internet gratis

Permasalahan :

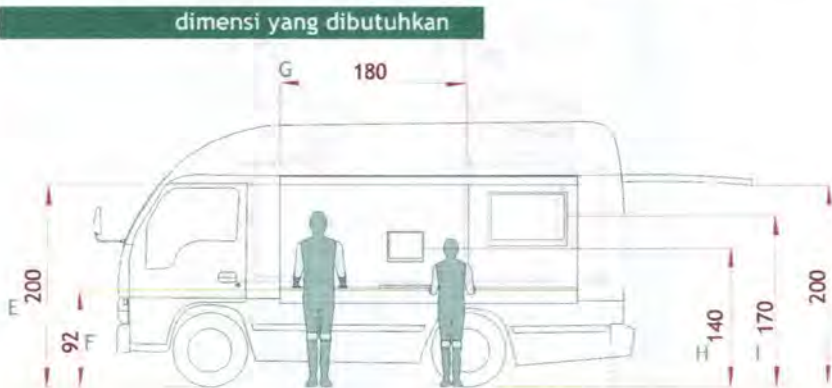
- Ketidaknyamanan sirkulasi petugas promosi (z) dengan pengunjung yang melihat aktifitas internet gratis (y)
- Ketidaknyaman tersebut juga berdampak pada pengguna internet gratis dan pengunjung yang melihat aktifitas berinternet yang berada didalam kabin.

Solusi :

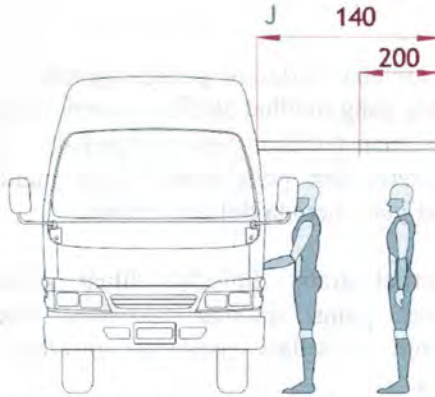
- Area internet gratis dipindah diluar kabin, sehingga pengunjung yang melihat aktifitas internet tidak menghalangi sirkulasi petugas promosi begitupun sebaliknya.

4.15.3. Dimensi yang dibutuhkan

Dengan ide pemindahan area layanan internet gratis, maka diperlukan dimensi yang sesuai dengan antropometri pengguna. Hal ini juga mempengaruhi dimensi yang berhubungan dengan pengunjung yang hanya melihat aktifitas internet gratis. Dengan area internet gratis berada di luar kabin diharapkan pengunjung merasa nyaman saat melakukan aktifitas internet.



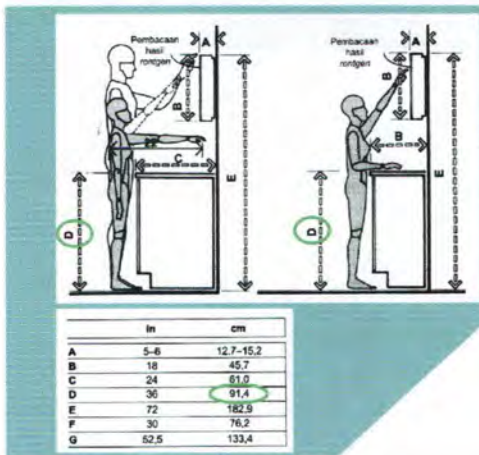
Gambar 4.97. Dimensi pada area Internet gratis tampak samping



Gambar 4.98. Dimensi pada area Internet gratis tampak depan

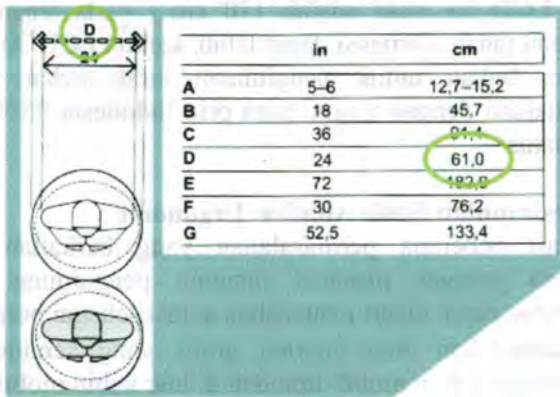
Keterangan :

- E . Tinggi bukaan kabin harus melebihi tinggi pria Indonesia 95 %, yaitu $173 \text{ cm} + (5 - 8 \text{ cm})$
 F . Tinggi meja untuk area internet gratis sesuai antropometri pria 95 % dan wanita 5 % yaitu 92 cm dari permukaan tanah sesuai dengan acuan dibawah :



Gambar 4.99. Acuan Dimensi untuk meja area Internet gratis

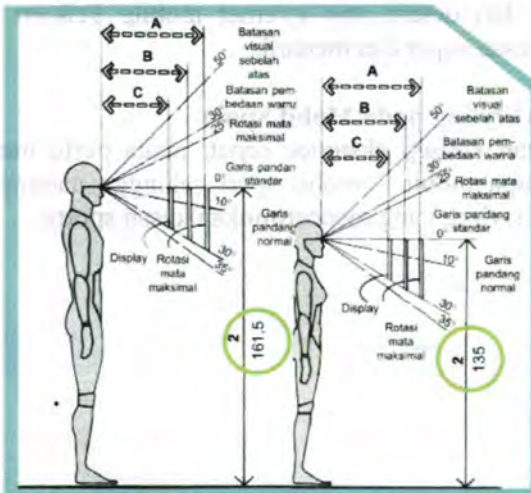
G . Panjang area internet gratis (untuk 2 orang), sesuai dengan zona kepadatan yaitu 180 cm seperti pada acuan di bawah :



Gambar 4.100. Acuan Dimensi panjang area Internet gratis

J . Lebar area internet gratis (untuk 2 orang) adalah 140 cm, sesuai / melebihi dengan zona kepadatan seperti pada acuan dimensi panjang area Internet gratis di atas

H Tinggi LCD 15 inchi pada area internet gratis adalah 140 cm (garis tengah) Menyesuaikan dengan tinggi mata wanita Indonesia 5 % seperti acuan dibawah :



Gambar 4.101. Acuan Dimensi tinggi LCD

I .Tinggi LCD 30 inchi adalah 170 cm (garis tengah) dari permukaan tanah. Dimensi dapat lebih, karena LCD 30 inchi ini ditujukan bukan untuk penglihatan jarak dekat sehingga menyesuaikan dengan tinggi mata pria Indonesia 95 % seperti acuan diatas

4.15.4. Kesimpulan Studi Analisa Ergonomi

Dari beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kenyamanan petugas promosi maupun pengunjung layanan internet gratis, dapat dicari pemecahan solusi sebagai berikut :

- Pindahkan area internet gratis yang semula berada didalam kabin mobil dipindah di luar kabin mobil
- Tinggi LCD 30 inchi ditinggikan hingga menjadi 170 cm.
- Lebar atap pelindung minimal adalah 122 cm untuk 2 orang berbaris.

4.16. Sudi Analisa Bentuk

Studi analisa bentuk ini ditujukan untuk mengidentifikasi bentuk dari kendaraan yang menganut konsep cepat dan sporty, dengan hasil pengamatan tersebut diharapkan dapat diaplikasikan pada bentuk dari desain unit internet mobile Telkom Speedy, sehingga terkesan cepat dan menarik

4.16.1. Garis Styling pada Mobil Sport

Dengan konsep eksterior cepat, maka perlu mengamati referensi berupa mobil – mobil sport sehingga nantinya dapat diketahui ciri styling yang mencerminkan kesan sporty.

garis styling sporty



bentuk rounded dan aerodinamis dengan garis body yang tegas



Gambar 4.102. Acuan garis styling sporty

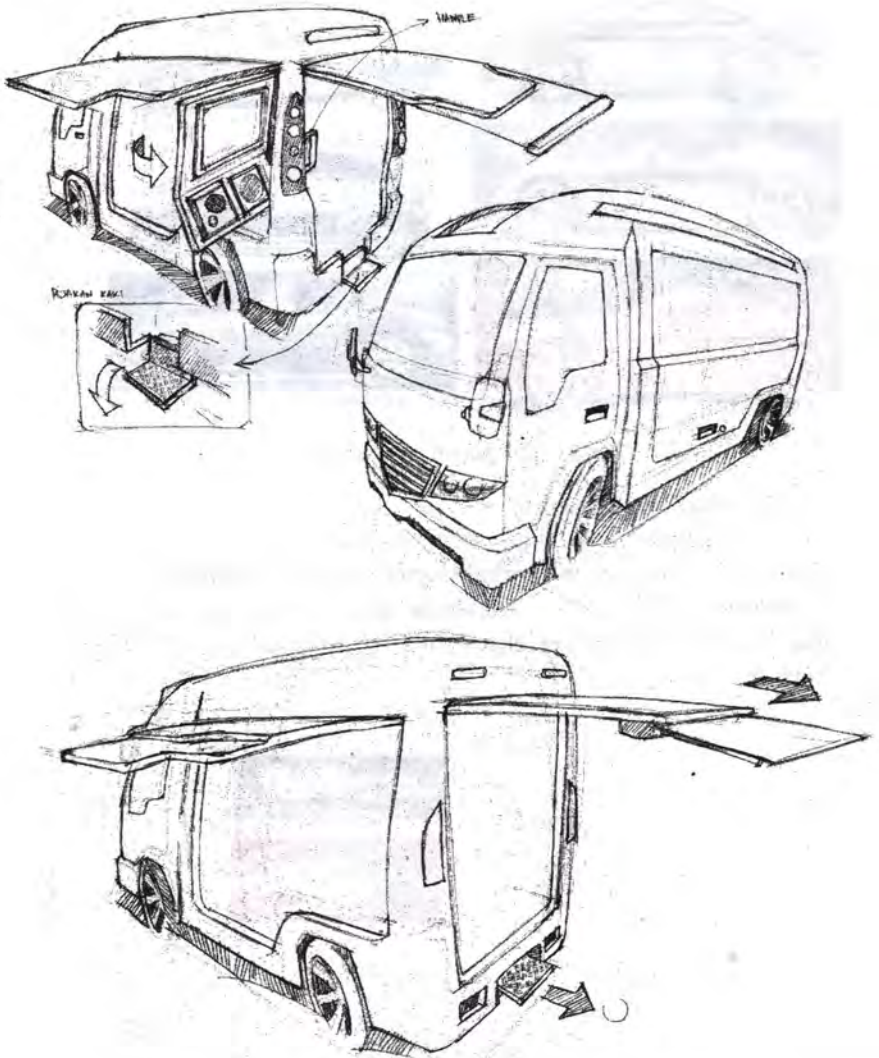
4.16.2. Morfologi Bentuk

Bentuk yang akan menjadi acuan adalah bentuk dari *mouse*, karena masih berhubungan dengan aktifitas internet, bentuknya yang *rounded*, mouse juga sering dipakai untuk mencerminkan kecepatan akses internet pada iklan – iklan cetak Speedy.



Gambar 4.103. Morfologi bentuk

4.16.3. Sketsa Pengembangan Bentuk



Gambar 4.104. Sketsa Pengembangan Bentuk

4.16.4. Kesimpulan Studi Analisa Bentuk

Konsep bentuk eksterior mengacu pada styling mobil sport dan tetap dengan kesan cepat. Untuk morfologi bentuk ide diambil dari bentuk mouse yang rounded dan telah banyak menjadi obyek pada iklan cetak produk Speedy.

4.17. Studi Analisa Mekanisme

Studi analisa fungsi ini ditujukan untuk mengidentifikasi mekanisme komponen - komponen pada unit internet mobile Telkom Speedy untuk dikembangkan dari segi mekanisme dan fungsinya agar lebih mendukung aktivitas petugas maupun pengunjung. Pada analisa mekanisme ini komponen yang dibahas meliputi atap pelindung tambahan pada bagian samping dan bagian belakang, bukaan kabin dan mekanisme tempat LCD 30 inchi dan speaker.

4.17.1. Bukaan Kabin Bagian Samping

Bukaan kabin bagian samping memerlukan mekanisme dan bentuk yang sesuai dengan keperluan. Hal tersebut dijelaskan pada kriteria – kriteria yang menjadi acuan pemilihan alternatif mekanisme bukaan kabin bagian samping.

Kriteria dari mekanisme bukaan kabin bagian samping :

Tabel 4.14. Kriteria bukaan kabin bagian samping

kriteria	koefisien kriteria				
	A	B	C	D	
A. estetika eksterior	0	1	1	2	0,33
B. kemudahan operasional	1	1	0	2	0,33
C. fungsi maksimal	0	0	1	1	0,17
D. biaya produksi	0	1	0	1	0,17

4.17.1.1. Alternatif Mekanisme Buka-an Kabin Bagian Samping



alternatif 1

bukaan kabin bagian samping lebar dapat sekaligus menjadi atap pelindung bagi pengunjung layanan internet gratis



alternatif 2

bukaan kabin bagian samping kecil, atap pelindung tambahan bagi pengunjung layanan internet gratis terletak di dalam body bagian atas

Gambar 4.105. alternatif 1 dan 2 mekanisme bukaan kabin samping



alternatif 3

bukaan kabin bagian samping sedang, tetapi masih terdapat atap pelindung tambahan bagi pengunjung layanan internet gratis terletak di bagian atas kabin



alternatif 4

bukaan kabin bagian samping sedang, atap pelindung tambahan bagi pengunjung layanan internet gratis terintegrasi dengan bukaan kabin

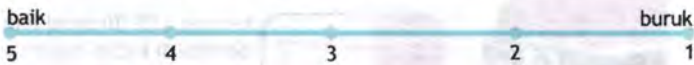
Gambar 4. 106. Alternatif 3 dan 4 bukaan kabin bagian samping

Setelah dibuat alternatif – alternatif nya, selanjutnya dinilai menurut kriteria – kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

Tabel 4.15. Tabel penilaian bukaan kabin bagian samping

tabel penilaian bukaan kabin bagian samping

	kriteria					
	A	B	C	D		
alternatif 1	4	4	3	4	$(4 \times 0,33) + (4 \times 0,33) + (3 \times 0,17) + (4 \times 0,17)$	3,83
alternatif 2	2	2	4	2	$(2 \times 0,33) + (2 \times 0,33) + (4 \times 0,17) + (2 \times 0,17)$	2,34
alternatif 3	2	2	4	2	$(2 \times 0,33) + (2 \times 0,33) + (4 \times 0,17) + (2 \times 0,17)$	2,34
alternatif 4	4	3	4	3	$(4 \times 0,33) + (3 \times 0,33) + (4 \times 0,17) + (3 \times 0,17)$	3,50



4.17.2. Mekanisme Tempat LCD 30 inchi Sebagai Pengganti Penyangga.

Dengan hasil studi dan analisa komponen yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa terdapat penggantian pengurangan komponen, yaitu salah satunya penyangga LCD 30 inchi. Dengan hasil tersebut maka perlu adanya studi dan analisa mekanisme untuk tempat LCD 30 inchi sebagai pengganti penyangga untuk mendapatkan operasional yang lebih praktis.

Tabel 4.16. Tabel penilaian tempat LCD 30 inchi

kriteria	koefisien kriteria				
	A	B	C	D	
A. estetika eksterior					
B. kemudahan operasional					
C. fungsi maksimal					
D. biaya produksi					
A	1	0	1	1	2,033
B	0	1	0	0	1,017
C	0	1	1	2	2,033
D	0	1	0	1	1,017

4.17.2.1. Alternatif tempat LCD 30 inchi



alternatif 1

tempat LCD 30 inchi dan speaker berada di kabin bagian belakang terintegerasi dengan bukaan kabin belakang . LCD 30 inchi dapat dilipat kedalam saat disimpan



alternatif 2

tempat LCD 30 inchi dan speaker berada di kabin bagian samping terintegerasi dengan bukaan kabin LCD 30 inchi dapat dilipat kedalam saat disimpan



alternatif 3

tempat LCD 30 inchi dan speaker berada di kabin bagian samping pisah dengan bukaan kabin . LCD 30 inchi dan speaker dapat diarahkan samping atau belakang.



alternatif 4

tempat LCD 30 inchi dan speaker berada menjadi satu kesatuan dengan mekanisme geser. tempat LCD 30 inchi dan speaker dapat digeser kearah keluar ataupun masuk kedalam kabin.

Gambar 4. 107 Alternatif tempat LCD 30 inchi

Setelah dibuat alternatif – alternatif nya, selanjutnya dinilai menurut kriteria – kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

Tabel 4.17. Tabel penilaian tempat LCD 30 inci

	kriteria					
	A	B	C	D		
alternatif 1	3	4	2	4	$(3 \times 0,33) + (4 \times 0,17) + (2 \times 0,33) + (4 \times 0,17)$	3,01
alternatif 2	3	4	2	4	$(3 \times 0,33) + (4 \times 0,17) + (2 \times 0,33) + (4 \times 0,17)$	3,01
alternatif 3	4	4	4	2	$(4 \times 0,33) + (4 \times 0,17) + (4 \times 0,33) + (2 \times 0,17)$	3,66
alternatif 4	4	4	2	2	$(4 \times 0,33) + (4 \times 0,17) + (2 \times 0,33) + (2 \times 0,17)$	3,32

baik buruk

5 4 3 2 1

4.17.3. Mekanisme Atap Pelindung Tambahan pada Bagian Belakang

Mekanisme atap pelindung tambahan pada bagian belakang diperlukan karena sebagai fasilitas pelindung untuk area interaksi antara petugas dengan pengunjung.

Tabel 4.18. Tabel kriteria mekanisme atap pelindung tambahan

kriteria	koefisien kriteria				
	A	B	C	D	
A. estetika eksterior					
B. kemudahan operasional					
C. fungsi maksimal					
D. biaya produksi					
	A	B	C	D	
	0	1	1	2	0,33 ✓
	1	0	½	½	0,25 ✓
	0	1	1	2	0,33 ✓
	0	½	0	½	0,09



penambahan atap pelindung tambahan disesuaikan dengan mekanisme bukaan kabin seperti pada gambar disebelah

Gambar 4. 108. Ketentuan mekanisme bukaan pintu belakang



alternatif 1

atap tambahan terpasang di bagian dalam pintu kabin belakang mekanisme atap tambahan ditarik dan dapat menutup kembali dengan mekanisme pegas. terdapat penyangg berupa tiang tambahan.



alternatif 2



atap tambahan terpasang di bagian dalam pintu kabin belakang mekanisme atap tambahan ditarik, dengan menggunakan rangka dibagian bawah sebagai penyangga



alternatif 3

mekanisme hampir sama dengan alternatif 2 hanya saja penempatan tempat atap tambahan berada di luar pintu kabin belakang.



alternatif 4

bukaan atap tambahan menggunakan mekanisme lipat, dengan engsel dan kunci untuk menjaga posisi atap tambahan saat difungsikan

Gambar 4. 109. Alternatif atap tambahan pada bukaan pintu belakang

Tabel 4.19. Tabel penilaian atap pelindung tambahan

tabel penilaian atap pelindung tambahan

	kriteria					
	A	B	C	D		
alternatif 1	2	2	4	3	$(2 \times 0,33) + (2 \times 0,25) + (4 \times 0,33) + (3 \times 0,09)$	2,75
alternatif 2	3	4	3	4	$(3 \times 0,33) + (4 \times 0,25) + (3 \times 0,33) + (4 \times 0,09)$	3,34
alternatif 3	2	4	3	4	$(2 \times 0,33) + (4 \times 0,25) + (3 \times 0,33) + (4 \times 0,09)$	3,01
alternatif 4	3	4	2	4	$(3 \times 0,33) + (4 \times 0,25) + (2 \times 0,33) + (4 \times 0,09)$	3,01



4.17.4. Kesimpulan Studi Analisa Mekanisme

Dari studi dan analisa mekanisme yang telah dipaparkan diatas dapat kita tarik kesimpulan, sebagai berikut :

1. Pada bukaan kabin bagian samping (untuk pengguna layanan internet gratis) memakai mekanisme bukaan seperti pada alternatif 1. Mekanisme *swing* vertikal 90 derajat, dengan tambahan komponen *stabilizer pneumatic*. Bukaan kabin sekaligus menjadi atap pelindung pengunjung yang mencoba layanan internet gratis.
2. Mekanisme tempat LCD 30 inchi memakai alternatif nomor 3, dengan mekanisme *swing* horisontal 90 derajat, sehingga dapat dilihat dari arah samping atau arah belakang.
3. Atap pelindung tambahan pada pintu belakang menggunakan mekanisme seperti pada alternatif 2. Dengan tambahan atap pelindung yang ditempatkan pada sisi dalam pintu belakang.

4.18. Analisa Human Interface

Analisa *Human Interface* ditujukan untuk mengatur alur aktifitas pengunjung saat mendatangi unit internet mobile Telkom Speedy dengan penyelesaian desain sehingga pengunjung dapat mengetahui alur saat mengunjungi unit internet mobile Telkom Speedy dengan sendirinya.

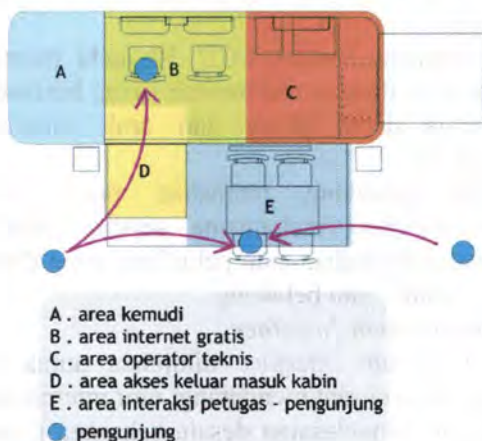
Pada eksisting tidak ada alur pengunjung yang ditetapkan oleh pihak Speedy, hanya saja pihak Speedy menginginkan terjadinya interaksi antara pengunjung dan petugas

4.18.1. Alur Pengunjung pada Eksisting



Gambar 4. 110. Pengunjung datang

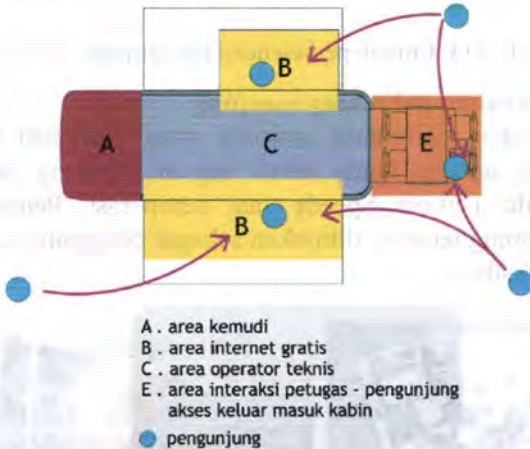
Dengan penempatan area internet gratis berada di dalam, maka mayoritas pengunjung melakukan interaksi dengan petugas sebelum mencoba layanan internet gratis, dan area interaksi petugas - pengunjung menjadi “pintu masuk” pengunjung saat datang.



Gambar 4. 111. Alur pengunjung pada eksisting

4.18.2. Alur pengunjung yang diharapkan pada final desain

Alur pengunjung yang diharapkan pada final desain adalah seperti dijelaskan pada gambar 4. 112 dibawah, tetapi terlebih dahulu menentukan dahulu bagaimana caranya agar pengunjung dapat mengetahui mana sisi depan dan sisi belakang dari unit internet Mobile Telkom Speedy saat beroperasi.



Gambar 4. 112. Alur pengunjung pada final desain

4.18.3. Penambahan banner sebagai pintu masuk

Penambahan banner yang dipasang pada area interaksi petugas – pengunjung dengan tujuan selain sebagai penyampai informasi juga dapat menjadi tanda pintu masuk atau bagian depan suatu eksibisi (saat beroperasi)



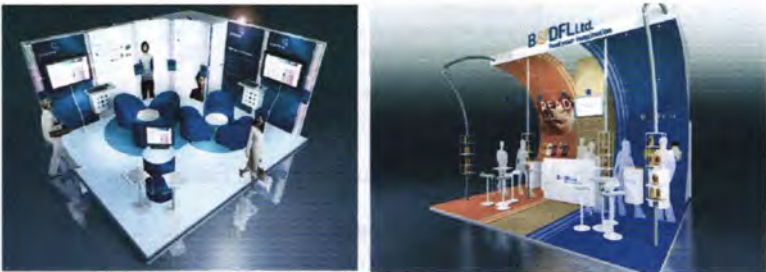
Gambar 4. 113. Contoh pemasangan banner pada suatu eksibisi



Gambar 4. 114. Contoh pemasangan banner pada final desain

4.18.4. Penambahan pelindung samping

Penambahan pelindung samping yang bertujuan sebagai pelindung dan sebagai tanda untuk bagian belakang dari unit internet mobile Telkom Speedy saat beroperasi. Penambahan pelindung samping tersebut ditujukan sebagai pengganti *backdrop* pada sebuah eksibisi.



Gambar 4. 115. Contoh penerapan backdrop sebagai sisi belakang suatu eksibisi

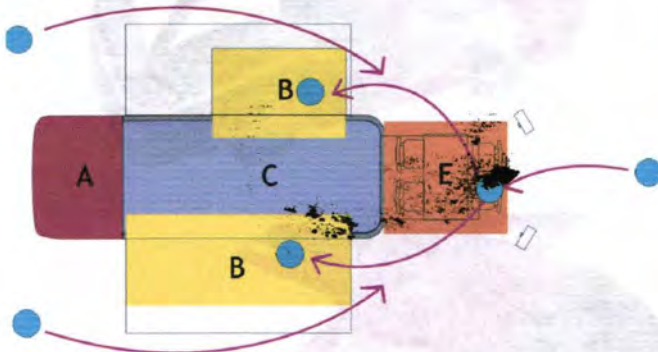
Contoh penerapan pemasangan pelindung samping pada final desain adalah sebagai berikut :



Gambar 4. 116. Contoh penerapan pemasangan pelindung samping

4.18.5. Kesimpulan analisa *Human Interface*

Arah pengunjung unit internet mobile Telkom Speedy yang diharapkan dengan adanya penambahan komponen berupa banner (sebagai tanda bagian depan) dan pelindung samping (sebagai tanda bagian belakang).



Gambar 4. 117. Alur yang diharapkan setelah analisa *human interface* dilakukan

The background of the entire page is a repeating pattern of the ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) logo. Each logo consists of a circular emblem with a stylized figure inside, followed by the letters 'ITS' and the full name of the institution in Indonesian. The logos are arranged in a grid-like fashion across the page.

BAB V

KONSEP DESAIN

BAB V KONSEP DESAIN

Berdasarkan hasil studi dan analisa, maka didapatkan kriteria produk perancangan unit internet mobile Telkom Speedy dengan tampilan yang memiliki kesan cepat, sporty dan pengembangan fungsi utama sebagai media *entertainment dan education*

5.1. Kebutuhan User

Melihat kebutuhan pengguna yang didasarkan dari hasil studi dan analisa serta observasi, dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. **Eksterior menarik** ; kebutuhan akan tampilan unit internet mobile yang komunikatif (dapat memberikan informasi bahwa unit ini memberikan layanan internet gratis), mampu memberikan daya tarik dan minat bagi pengunjung. Eksterior memberikan image cepat, hal ini dapat diaplikasikan dengan konsep eksterior dengan gaya *sporty*.
2. **Kenyamanan** ; kebutuhan yang timbul berdasarkan permasalahan terkait dengan pemenuhan aspek kenyamanan bagi petugas promosi dalam melakukan aktifitas promosi (meliputi akses keluar masuk kedalam kabin mobil, memasukkan dan mengeluarkan barang dan saat interaksi dengan pengunjung) dan kenyamanan pengunjung saat interaksi dengan petugas maupun saat melakukan kegiatan internet gratis
3. **Efisien** ; adanya potensi lain dari unit internet mobile dan juga fungsi komponen – komponen yang ada dari unit internet mobile Telkom Speedy yang masih belum dimaksimalkan.

5.2. Solusi

Dengan analisa dan studi yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa solusi yang dapat diaplikasikan untuk

mengatasi permasalahan – permasalahan, yang didefinisikan sebagai berikut :

1. **Eksterior Menarik;** merupakan pengembangan unit internet mobile Telkom Speedy melalui konsep *Friendly* dengan pengaplikasian pada layanan internet gratis yang lebih terbuka dan penambahan kapasitas layanan internet gratis.
2. **Nyaman;** memberikan kenyamanan bagi pengguna (petugas promosi dan pengunjung) baik operasional komponen maupun faktor ergonomi . Pengaplikasiannya pada pengaturan kembali blocking area, konfigurasi komponen.
3. **Efisien;** penggabungan fungsi utama unit internet mobile Telkom Speedy sebagai media promosi dengan fungsi sebagai media edukasi dan hiburan .

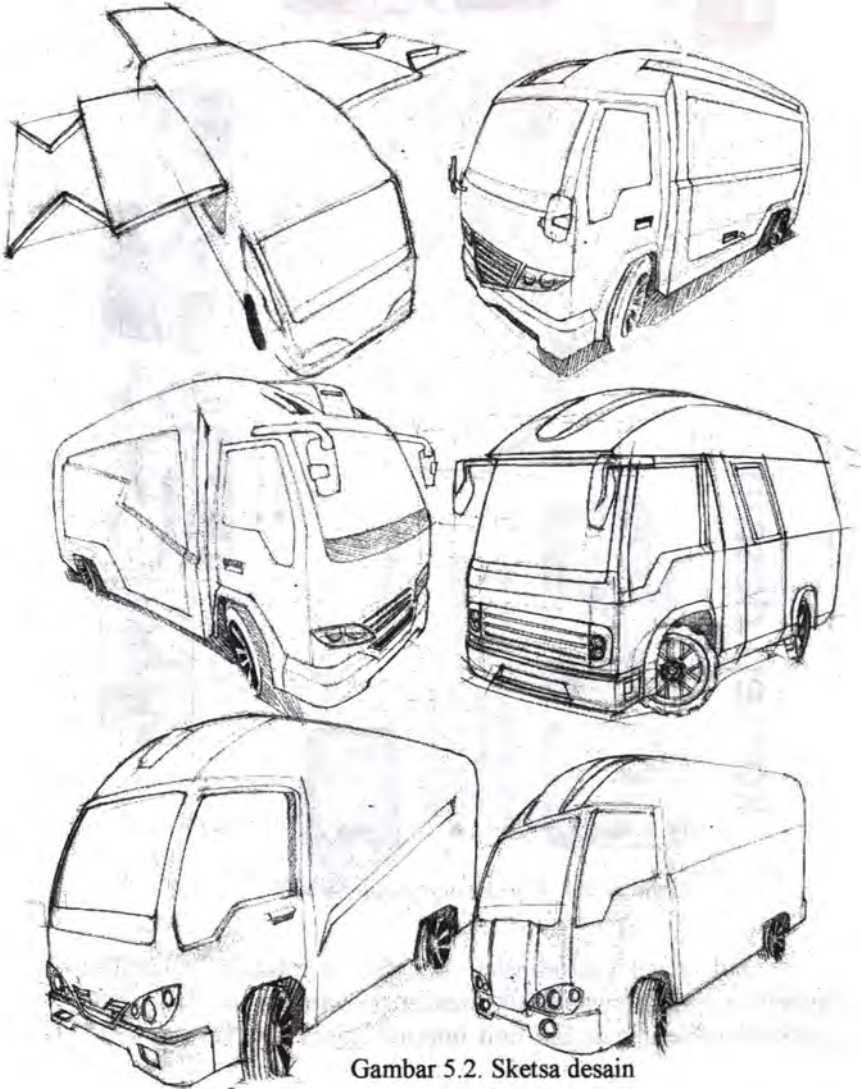


Gambar 5.1. Konsep *cepat dan friendly*

Dari hasil perumusan konsep, kemudian dilakukan pengembangan ide awal untuk mencapai bentuk dasar yang akan diaplikasikan dalam desain unit internet monile Telkom Speedy.

Berikut adalah beberapa pengembangan ide awal berupa sketsa desain.

5.3. Sketsa Desain



Gambar 5.2. Sketsa desain

5.4. Alternatif Desain

5.4.1. Alternatif 1



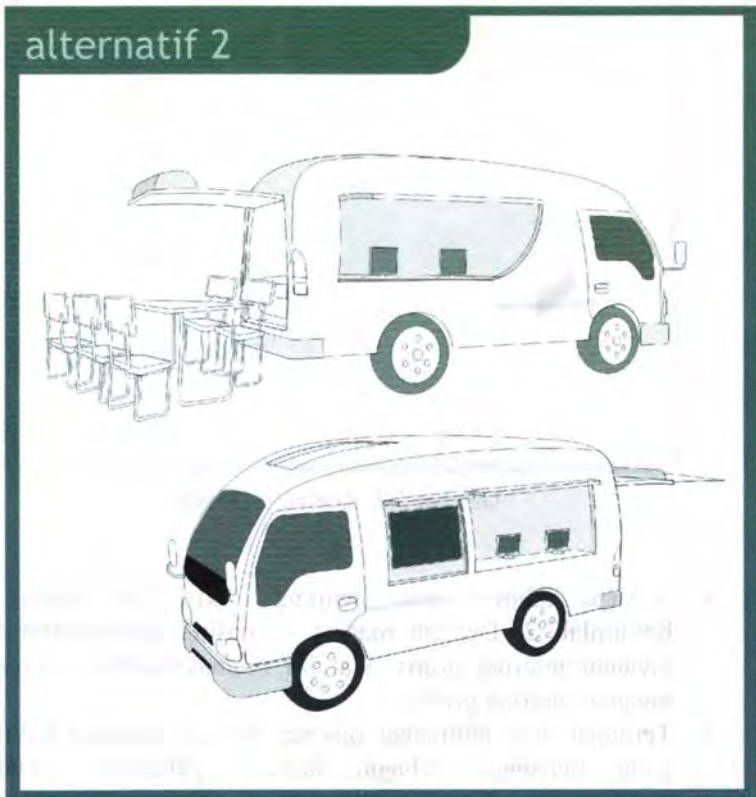
Gambar 5.3. Alternatif Desain 1

- Bukan kabin bagian samping (kiri dan kanan) berjumlah 2. Dengan masing – masing berkapasitas 2 layanan internet gratis. Hal ini memaksimalkan fungsi layanan internet gratis.
- Terdapat atap tambahan disetiap bagian samping kabin yang berfungsi sebagai fasilitas pelindung untuk pengunjung internet gratis, hal tersebut menyebabkan

bentuk eksterior kurang menarik karena bukaan kabin terkesan menumpuk dengan atap pelindung tambahan.

- LCD 30 inchi ditempatkan di dinding kabin sebelah kanan, sedangkan speaker ditempatkan disisi belakang kabin dengan bantuan penyangga. Pengurangan komponen penyangga LCD 30 inchi.
- Akses keluar masuk petugas berada di bagian samping sama seperti pada eksisting.

5.4.2. Alternatif 2



Gambar 5.4. Alternatif Desain 2

- Buka kabin bagian samping (kiri dan kanan) berjumlah 2. Dengan masing – masing berkapasitas 2 layanan internet gratis. Hal ini memaksimalkan fungsi layanan internet gratis.
- Buka kabin sekaligus berguna sebagai atap pelindung bagi pengunjung / pengguna layanan internet gratis
- LCD 30 inchi ditempatkan didinding kabin sebelah kiri yang bertujuan untuk pengunjung di bagian kiri, dan pengurangan komponen penyangga LCD 30 inchi.
- Akses keluar masuk petugas berada di bagian belakang kabin dengan tujuan agar lebih luas dan lebih mudah dijangkau saat petugas berada pada area interaksi dengan pengunjung.
- Terdapat variasi bentuk dibagian kepala mobil, untuk menambah estetika eksterior

5.4.3. Alternatif 3



Gambar 5.5. Alternatif Desain 3

- Buka kabin bagian samping (kiri dan kanan) berjumlah 2. Dengan masing – masing berkapasitas 2 layanan internet gratis. Hal ini memaksimalkan fungsi layanan internet gratis, dengan bentuk bukaan yang lebih menarik
- Buka kabin sekaligus berguna sebagai atap pelindung bagi pengunjung / pengguna layanan internet gratis
- LCD 30 inchi dan speaker ditempatkan didinding kabin sebelah kiri yang bertujuan mengurangi komponen yang dapat ditiadakan yaitu penyangga.
- Akses keluar masuk petugas berada di bagian belakang kabin dengan tujuan agar lebih luas dan lebih mudah dijangkau saat petugas berada pada area interaksi dengan pengunjung.
- Terdapat variasi bentuk dibagian kepala mobil yaitu bentuk menonjol seperti scroll pada mouse, hal ini dilakukan untuk menambah estetika eksterior

5.4.4. Alternatif 4

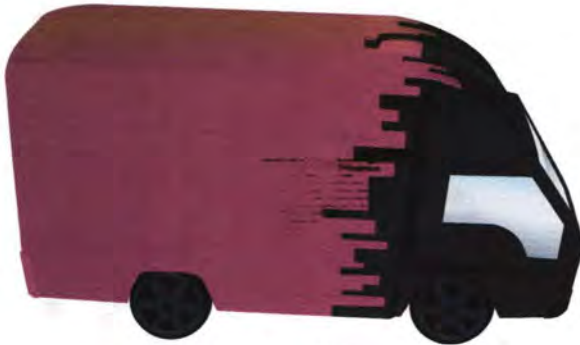


Gambar 5.6. Alternatif Desain 4

- Bukan kabin bagian samping (kiri dan kanan) berjumlah 2. Dengan masing – masing berkapasitas 2 layanan internet gratis. Hal ini memaksimalkan fungsi layanan internet gratis. Juga dengan bentuk bukaan yang lebih menarik
- Bukaan kabin sekaligus berguna sebagai atap pelindung bagi pengunjung / pengguna layanan internet gratis
- LCD 30 inchi dan speaker ditempatkan didinding kabin sebelah kiri yang bertujuan mengurangi komponen yang dapat ditiadakan yaitu penyangga.

- Akses keluar masuk petugas berada di bagian belakang kabin dengan tujuan agar lebih luas dan lebih mudah dijangkau saat petugas berada pada area interaksi dengan pengunjung.
- Terdapat variasi bentuk dibagian kepala mobil yaitu bentuk menonjol seperti scroll pada mouse, hal ini dilakukan untuk menambah estetika eksterior

5.5. Final Desain



Gambar 5.7. Tampak Samping



Gambar 5.8. Perspektif Kiri



Gambar 5.9. Perspektif Kanan



Gambar 5.10. Depan

Gambar 5.11. Gambar Operasional 1

LAYANAN INTERNET GRATIS

KAPASITAS LAYANAN INTERNET GRATIS MAKSIMAL 4 ORANG

BENTUK KEPALA

BENTUK SCROLL PADA MOUSE

BUKAAN KABIN BELAKANG & ATAP TAMBAHAN

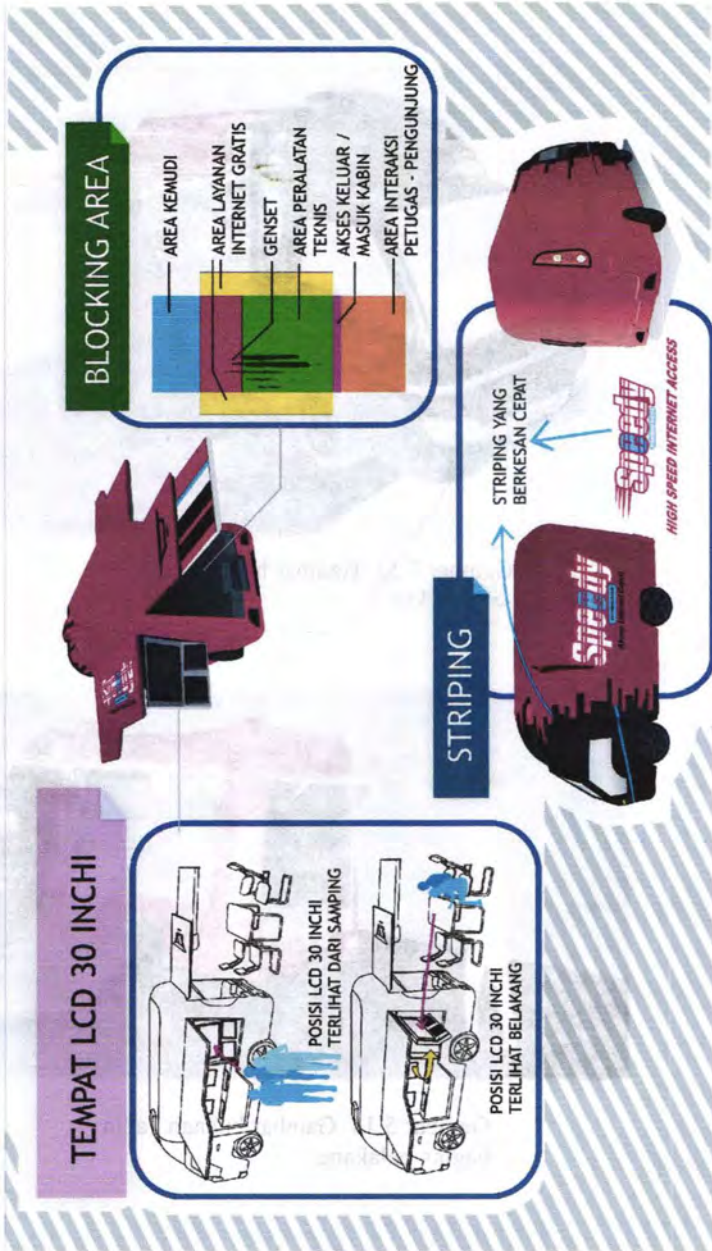
BUKAAN PINTU BELAKANG

BUKAAN ATAP PELINDUNG TAMBAHAN

BUKAAN KABIN SAMPING

PINTU GENSET DIBUKA KEARAH ATAS

GENSET DIKELUARKAN DENGAN MEKANISME GESER



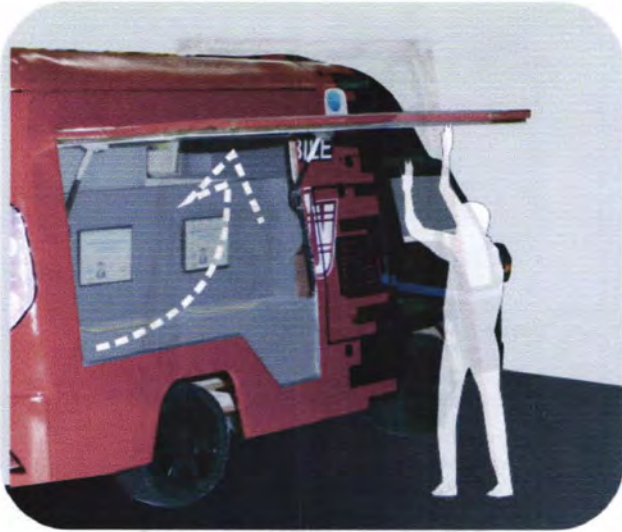
Gambar 5.12. Gambar Operasional 2



Gambar 5.13. Gambar bukaan kabin sebelah kiri



Gambar 5.14. Gambar bukaan kabin bagian belakang



Gambar 5.15. Gambar bukaan kabin
sebelah kanan



Gambar 5.16. Gambar petugas menata
kursi dan meja



Gambar 5.17. Gambar Interior final desain



Gambar 5.18. Gambar area interaksi petugas - pengunjung

The background of the page is a repeating pattern of the ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) logo and the acronym 'ITS'. The logo consists of a circular emblem with a crown on top, and the letters 'ITS' are placed to the right of the emblem. The pattern is light blue and covers the entire page.

BAB VI

PENUTUP

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Desain unit *internet mobile* Telkom Speedy merupakan unit promosi Produk Speedy (layanan penyedia jasa internet) dengan menggunakan basis Isuzu ELF 77 PS. Desain Unit internet mobile Telkom Speedy mengalami beberapa perubahan dibandingkan dengan desain eksisting. Antara lain di area layanan internet gratis, konfigurasi, blocking area, estetika pada eksterior dan konsep *friendly* yang diterapkan pada desain unit *internet mobile* Speedy yang baru.

Dengan adanya proyek perancangan ini nantinya diharapkan mampu memaksimalkan promosi dari produk Speedy dengan banyaknya pengunjung yang datang di lokasi promosi unit *internet mobile*, image cepat (seperti pada *logotype* Speedy , *speed that you can trust*) dapat tercermin pada desain unit *internet mobile* Speedy, serta dapat meningkatkan minat dan pengetahuan masyarakat di bidang internet. Konsep *Friendly* yang lebih terbuka juga diharapkan mampu mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa unit ini adalah unit *internet mobile* Telkom Speedy, sehingga dapat mengundang pengunjung sebanyak – banyaknya.

6.2. Saran

Penambahan unit internet mobile oleh pihak P.T. Telkom sangat diperlukan khususnya untuk daerah – daerah (kota – kota kecil), dan tentunya dengan konsep yang telah dianalisa sebelumnya yaitu dengan konsep yang lebih terbuka (*friendly*). Untuk tujuan sosial, Unit internet mobile Telkom Speedy juga sudah tidak lagi membidik segmen mereka yang baru mengenal internet, tetapi sudah harus membidik mereka yang sudah mengenal internet untuk supaya internet menjadi kebutuhan mereka. Kerjasama antar anak perusahaan P.T. Telkom juga diharapkan terjalin dengan baik untuk mendukung adanya konsep promosi yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

1. Ulrich, Karl T. & Steven D. Eppinger. 2001 **Perancangan & Pengembangan Produk**. Salemba Teknika, Jakarta
2. Panero, Julius & Martin Zelnik. 2003. **Dimensi Manusia dan Ruang Interior**, Erlangga , Jakarta
3. Nurmianto, Eko. 2004. **Ergonomi Konsep Dasar Dan Aplikasinya**, Guna Widya, Surabaya.

LAPORAN ILMIAH / JURNAL

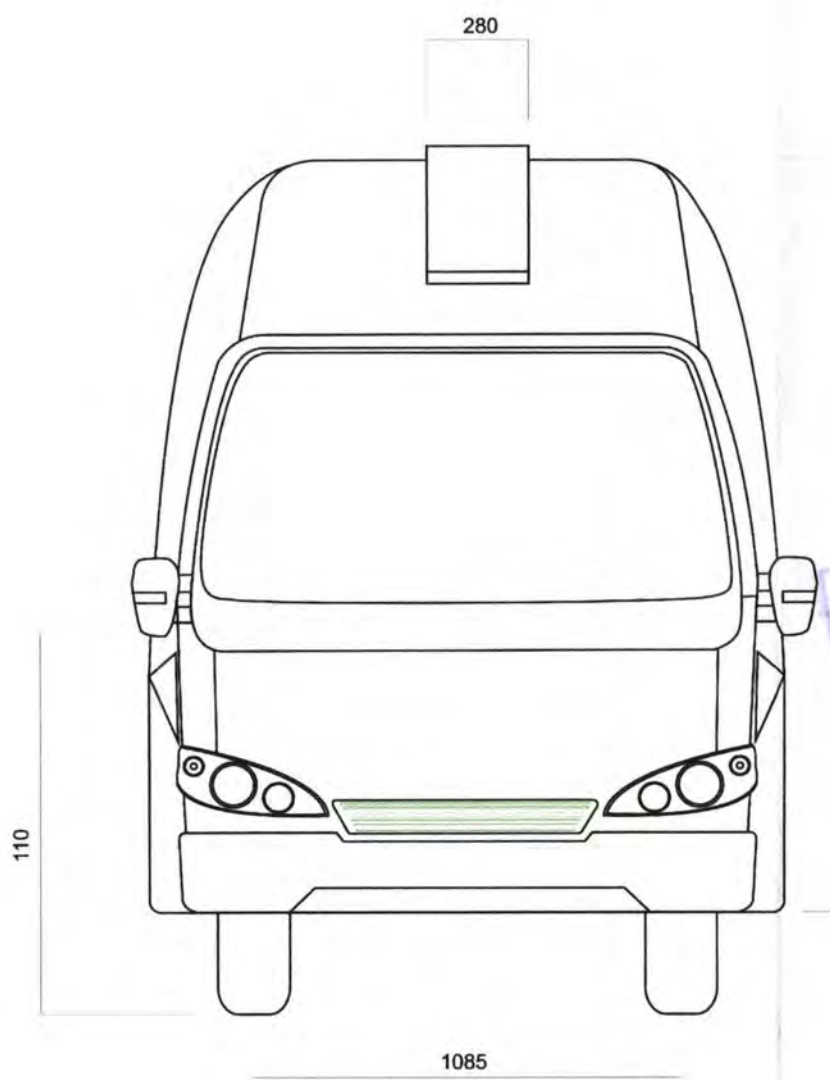
4. Skripsi Sistem Informasi ITB, ” **Perilaku pengguna Internet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi: suatu studi dekriptif tentang perilaku pengguna Internet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi** ”, Suhendi, 2003.
5. Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya, ” **Strategi Komunikasi Pengemasan Pesan Produk *Speedy Broadband Access Internet* PT. Telkom Divisi Regional v Jawa Timur** ”, Yustisia Ditya Sari, 2006
6. Laporan ilmiah akademis (Dosen Jurusan Sistem Komputer FASILKOM UNSRI), ” **Konsep Dasar Internet & Tips Memilih ISP**”, Deris Stiawan, 2006
7. Paper Dosen Jurusan Manajemen, Universitas Gunadarma, ” **Pengaruh Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan Telkomnet Instan Terhadap Minat Pembelian Telkomnet Speedy** ”, Epy Ponco Istiyono, Ely Sapto Utomo, Emmy Indrayani, 2007

MEDIA ONLINE / INTERNET

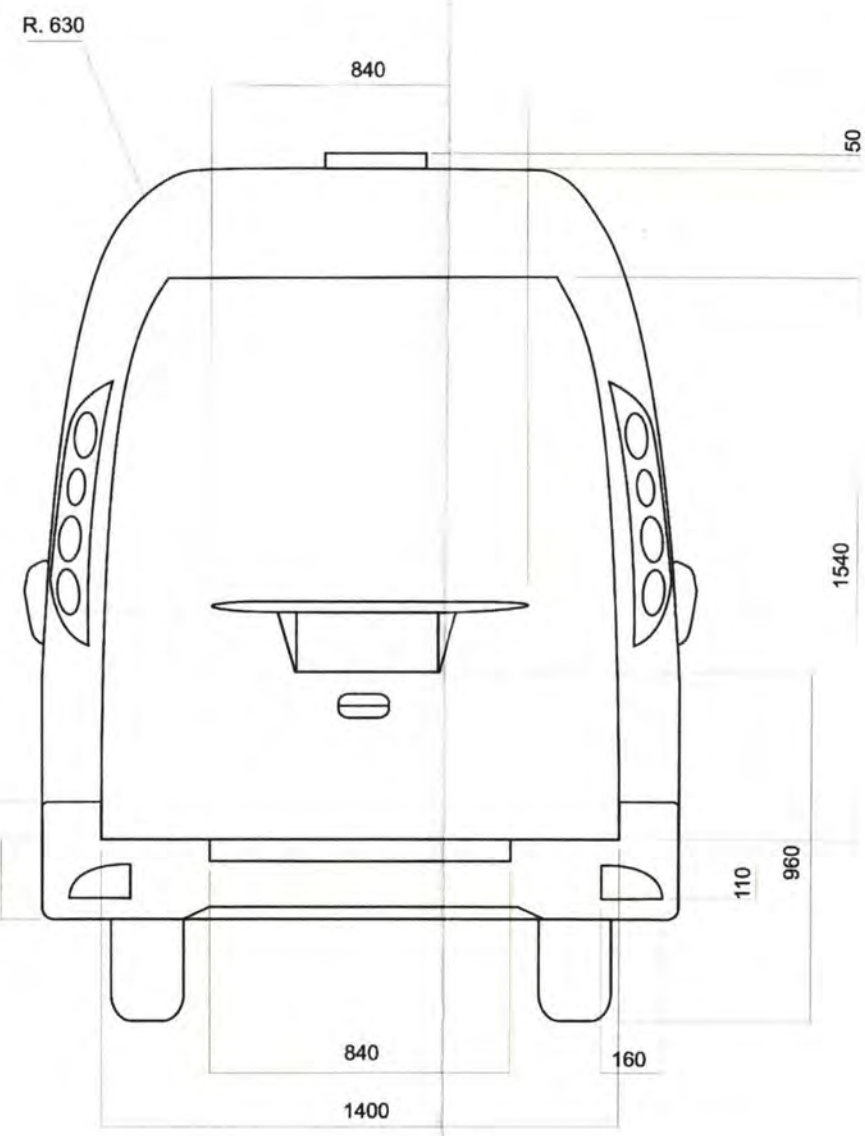
8. Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia, www.apjii.or.id, diakses Oktober 2008
9. Telkom Speedy, www.telkomspeedy.com, diakses Oktober 2008

10. <http://pinkerz.wordpress.com/2008/07/17/community-approach-marketing/>, diakses Oktober 2008
11. www.tempointeraktif.com, diakses Oktober 2008
12. www.swa.co.id

LAMPIRAN

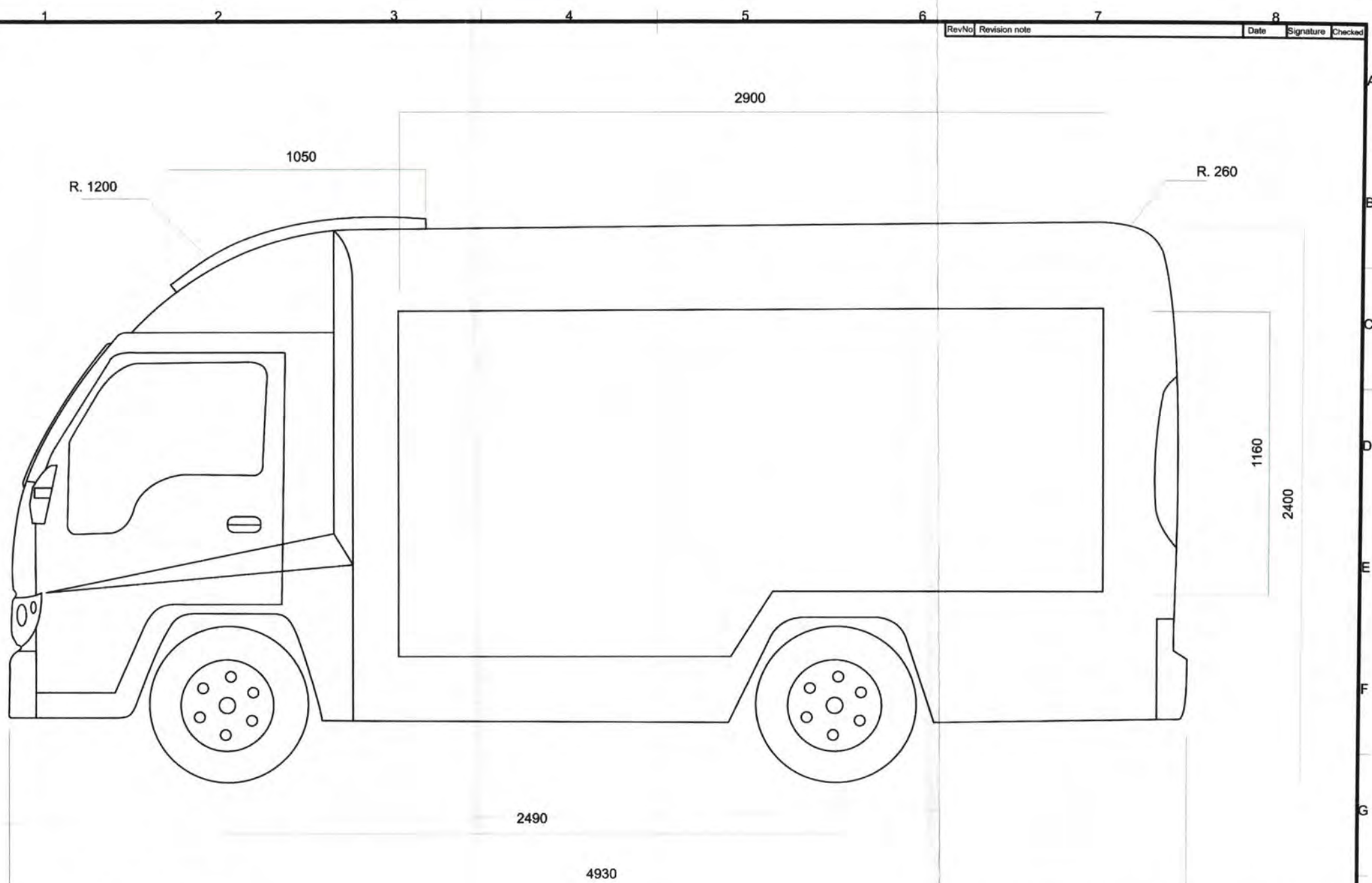


TAMPAK DEPAN



TAMPAK BELAKANG

Itemref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by	Checked by	Approved by - date	Unit	Date	Scale	
PUJI WALLIYO	KRESNO S		mm	22/01/2009	1:10	
GAMBAR TAMPAK				DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA		
				NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 4



2900

1050

R. 1200

R. 260

1160

2400

2490

4930

TAMPAK SAMPING KIRI

RevNo	Revision note	Date	Signature	Checked
-------	---------------	------	-----------	---------

Itemref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by	Checked by	Approved by - date	Unit	Date	Scale	
PUJI WALUYO	KRESNO S		mm	22/01/2009	1:10	
GAMBAR TAMPAK				DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA		
				NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 2

2000

720

1180

600

890

520

960

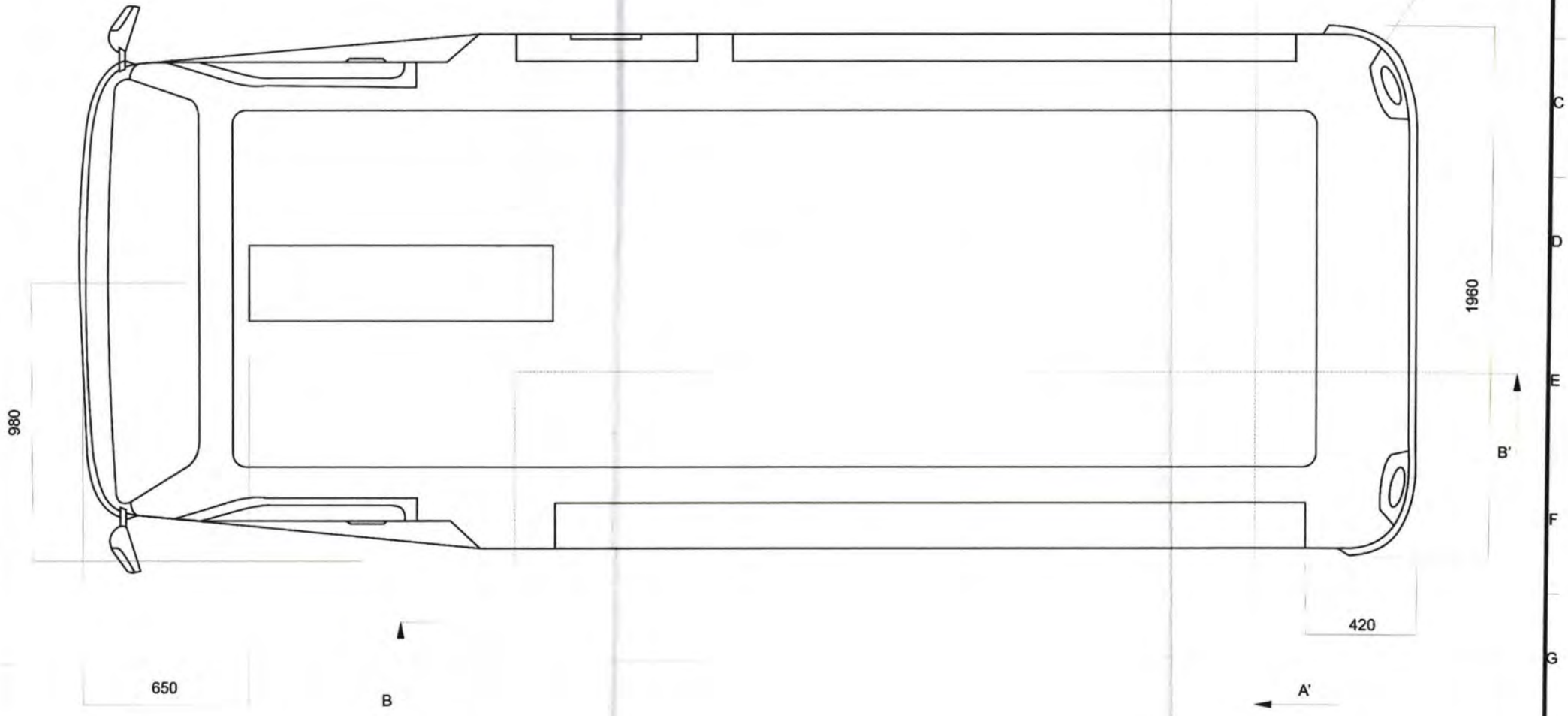
1420

480

300

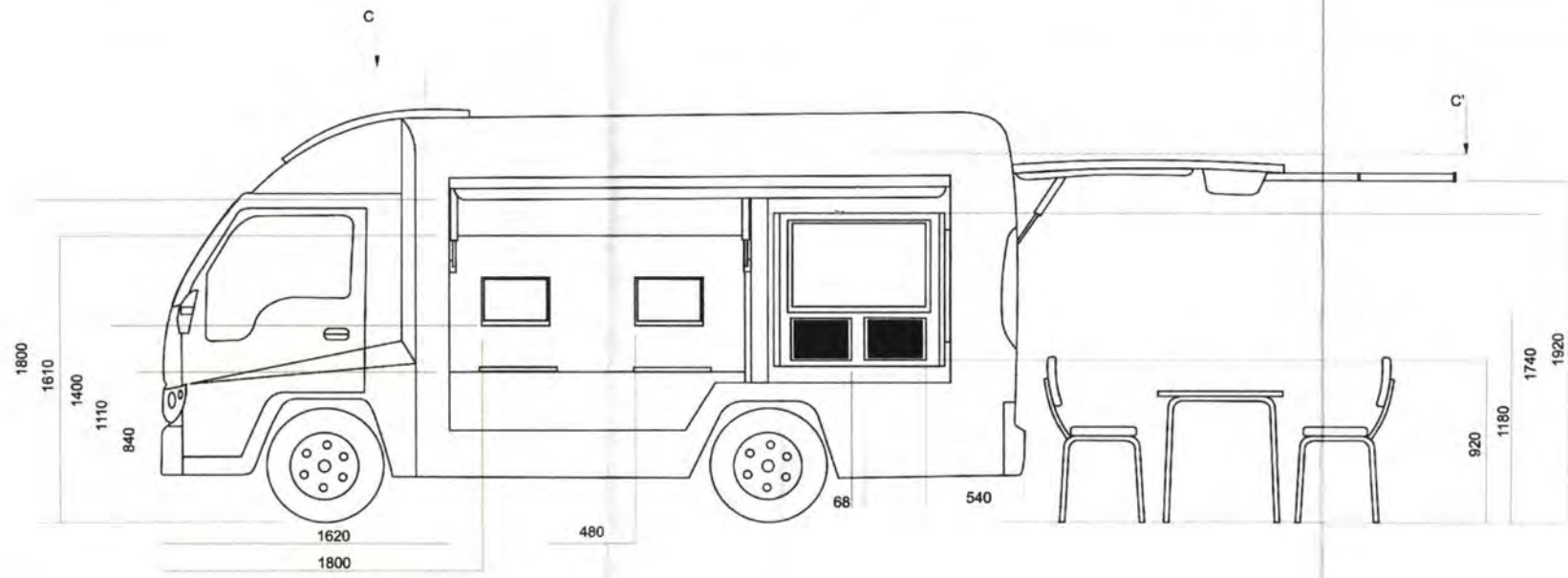
TAMPAK SAMPING KANAN

Inref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Signed by	Checked by	Approved by - date	Unit	Date	Scale	
R WALUYO	KRESNO S		mm	22/01/2009	1:10	
GAMBAR TAMPAK				DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA		
				NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 1

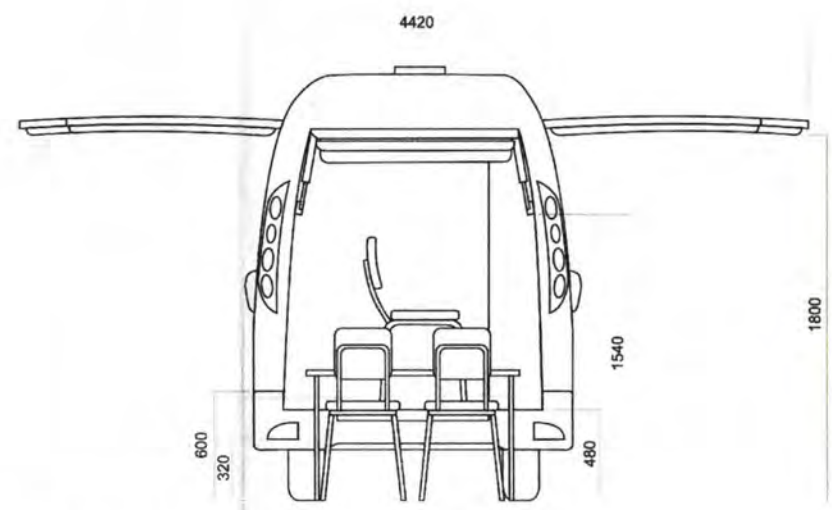


TAMPAK ATAS

Itemref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by	Checked by	Approved by - date	Unit	Date	Scale	
PLUJ WALUYO	KRESNO S		mm	22/01/2009	1:10	
GAMBAR TAMPAK				DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA		
				NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 3



TAMPAK SAMPING KIRI SAAT BEROPERASI



TAMPAK BELAKANG SAAT BEROPERASI

Itemref				Quantity		UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by		Checked by		Approved by - date		Unit		Date		Scale
PLUJI WALUYO		KRESNO S				mm		22/01/2009		1:20
GAMBAR TAMPAK						DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA				
						NRP 3404 100 032			Edition 1	Sheet 5

1

2

3

4

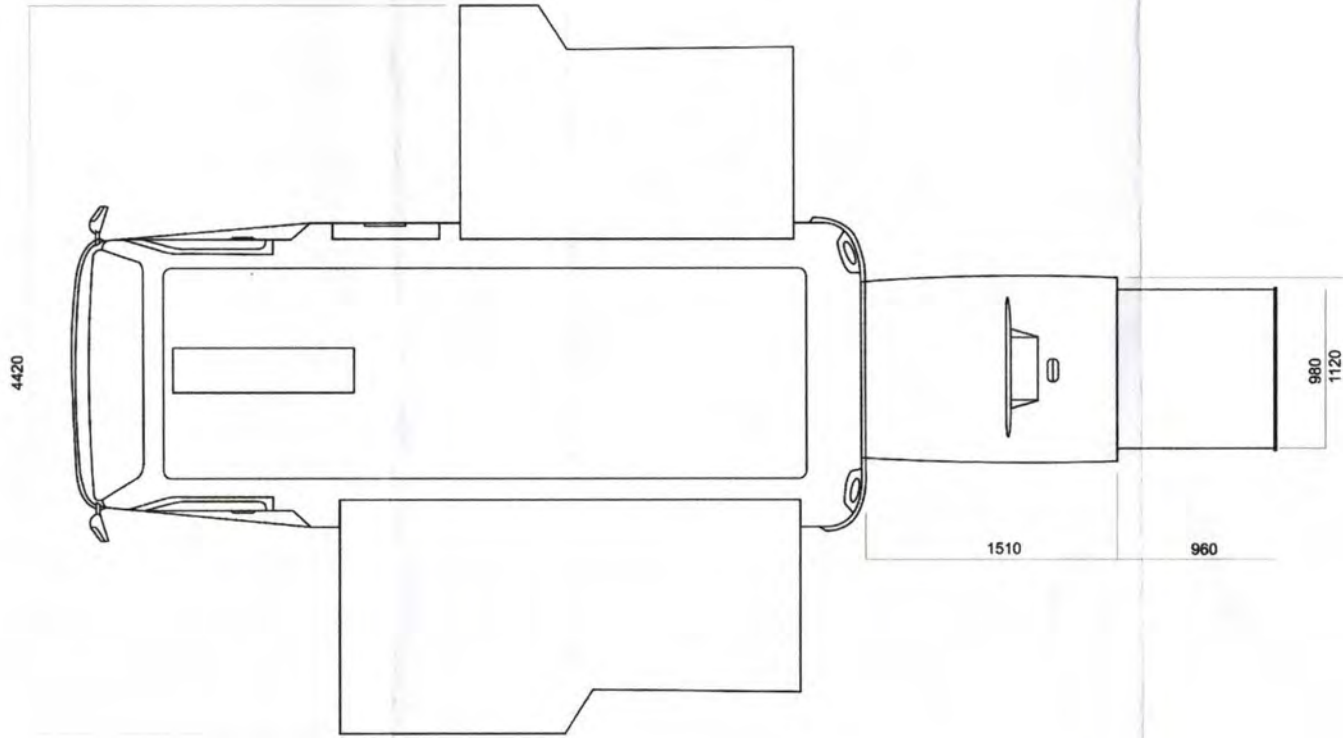
5

6

7

8

RevNo	Revision note	Date	Signature	Checked
-------	---------------	------	-----------	---------



TAMPAK ATAS SAAT BEROPERASI

Itemref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by	Checked by	Approved by - date	Unit	Date	Scale	
PLI WALIYO	KRESNO S		mm	22/01/2008	1:20	
GAMBAR TAMPAK			DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA			
			NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 6	

1

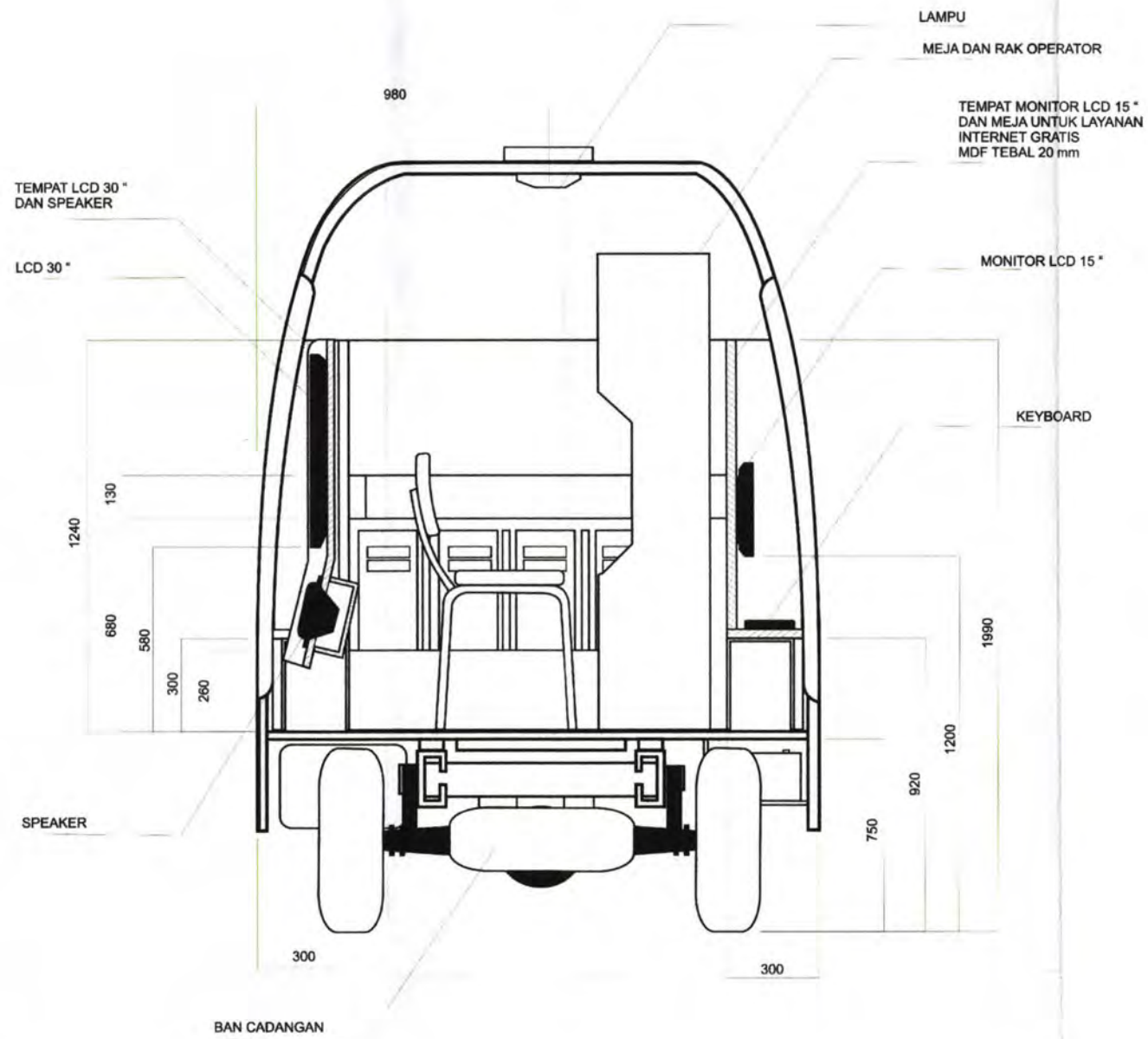
2

3

6

7

8



LAMPU
 MEJA DAN RAK OPERATOR
 TEMPAT MONITOR LCD 15"
 DAN MEJA UNTUK LAYANAN
 INTERNET GRATIS
 MDF TEBAL 20 mm

TEMPAT LCD 30"
 DAN SPEAKER

LCD 30"

MONITOR LCD 15"

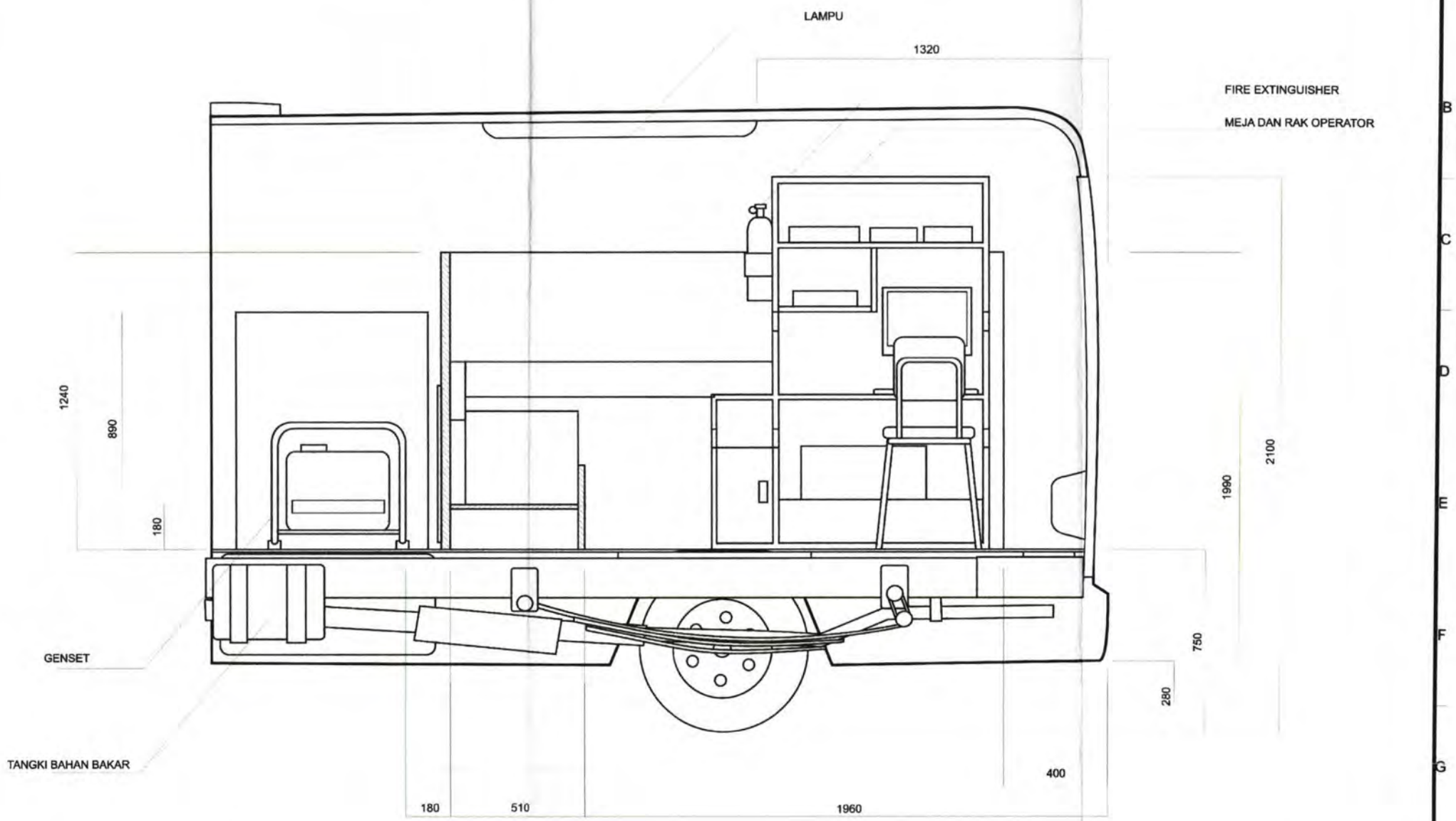
KEYBOARD

SPEAKER

BAN CADANGAN

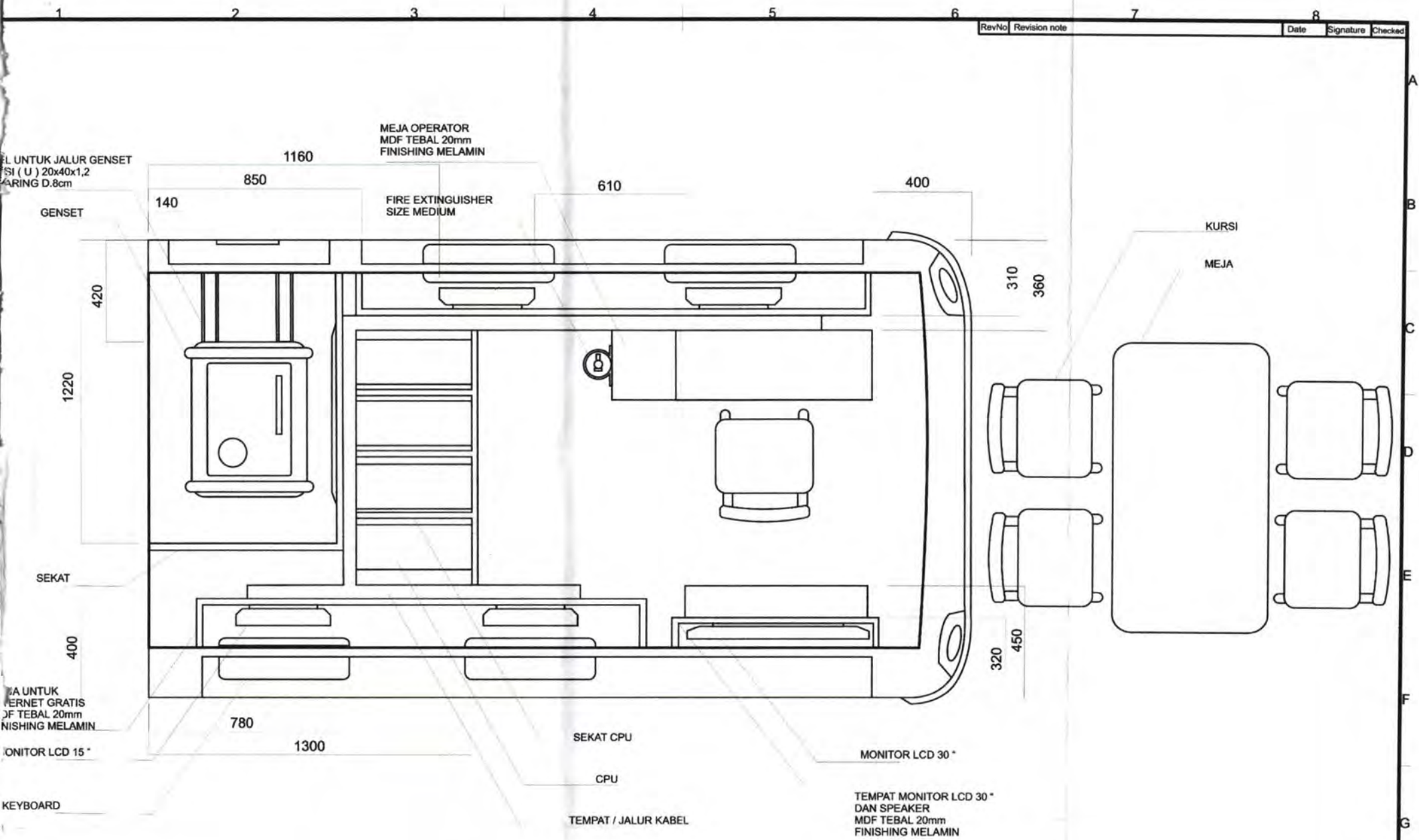
GAMBAR POTONGAN A - A'

Itemref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by	Checked by	Approved by - date	Unit	Date	Scale	
PUJI WALIYO	KRESNO S		mm	22/01/2009	1:10	
GAMBAR POTONGAN				DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA		
				NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 1



GAMBAR POTONGAN B - B'

Itemref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by	Checked by	Approved by - date		Date	Scale	
PUJI WALLIYO	KRESNO S			22/01/2009	1:10	
GAMBAR POTONGAN				DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA		
				NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 2



GAMBAR POTONGAN C-C'

Itemref	Quantity	UNIT INTERNET MOBILE TELKOM SPEEDY			Article No./Reference	
Designed by	Checked by	Approved by - date		Date	Scale	
PUJI WALUYO	KRESNO S			22/01/2009	1:10	
GAMBAR POTONGAN				DESAIN PRODUK INDUSTRI ITS SURABAYA		
				NRP 3404 100 032	Edition 1	Sheet 3