

**PERANCANGAN BUKU CERITA BERGAMBAR
SEJARAH VOLKSWAGEN**



KARYA DESAIN

Oleh:

Dodi Kurniawan

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISKOMVIS
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2007

**PERANCANGAN BUKU CERITA BERGAMBAR
SEJARAH VOLKSWAGEN**



KARYA DESAIN

Oleh:

Dodi Kurniawan



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISKOMVIS
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2007

**PERANCANGAN BUKU CERITA BERGAMBAR
SEJARAH VOLKSWAGEN**



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI DISKOMVIS
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2007**

**PERANCANGAN BUKU CERITA BERGAMBAR
SEJARAH VOLKSWAGEN**



KARYA DESAIN

Oleh:

Dodi Kurniawan

001 1177 023

Diskomvis

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Dalam Bidang Desain Komunikasi Visual
2007**

Tugas Akhir Perancangan Buku Cerita Bergambar Sejarah Volkswagen ini diterima oleh Tim Penguji Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta pada tanggal 17 Juli 2007.

Pembimbing I/Anggota



Drs. Asnar Zacky.
NIP. 131 474 338

Pembimbing II/Anggota



FX. Widyatmoko, S. Sn.
NIP. 132 308 796

Cognate/Anggota



Drs. Baskoro Suryo Banindro
NIP. 131 996 632

**Ketua Prog. Studi Desain
Komunikasi Visual/ Anggota**



Drs. Lasiman M. Sn.
NIP : 131 773 135

Ketua Jurusan Desain/Ketua



Drs. A. Hendro Purwoko.
NIP : 131 284 654

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,



Drs. Sukarman.
NIP : 130 521 245



“Alam Takambang Jadi Guru”

Jadikan alam sebagai guru,
karena hanya ada dua guru,
guru sejati dan sejatinya guru.

Takjub, heran dan terasa bahwa diri kita dipenuhi tanda tanya, seribu macam atau satu tanda tanya: *Apakah ini? Darimanakah datangnya?*

Kemanakah kesudahannya?

Rahasia dan penuh rahasia

Bila sedang berfikir hendak menyelidiki, hendak tahu, apakah rahasia itu, kembalilah segala tanya yang sulit tadi kepada yang bertanya: mengapa saya bertanya? Siapa saya? Lalu bersandarlah kepada-Nya. Kupersembahkan semua ini untuk mama dan papa serta kakak dan adik-adikku. Terima kasih mama dan papa yang telah memberikan segalanya buat saya, yang telah mengajarkan saya kesabaran dan berserah diri pada-Nya. Nasehat dan pelajaran itulah yang telah lekat dalam hati saya. Itulah bekal saya berjuang dalam hidup, kalau sekiranya apa yang saya lakukan sudah patut disebut perjuangan. Karena itulah yang jadi pelita saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini dan menjalani hari esok.

Dengan Ikhlas,

Dodi Kurniawan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya sehingga tugas akhir perancangan buku cerita bergambar sejarah Volkswagen ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan banyak terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bpk. Drs. Sukarman.
2. Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bpk. Drs. Hendro Purwoko, M.kes.
3. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bpk. Drs. Lasiman M.Sn.
4. Pembimbing I, Bpk. Drs. Asnar Zacky yang telah responsif memberi arahan dan masukan hingga selesainya tugas akhir ini.
5. Pembimbing II, FX. Widyatmo. S.Sn yang telah memberikan banyak bantuan dan masukan dalam pembuatan tugas akhir ini.
6. Drs. Baskoro Suryo Banindro selaku Cognate.
7. Segenap Dosen program studi Diskomvis ISI Yogyakarta yang telah membukakan begitu banyak kemungkinan untuk mempelajari berbagai ilmu yang bermanfaat.

8. Terima kasih kepada mama dan papa yang telah menjadi orang tua yang sempurna, Uni Liza dan keluarga serta kedua adikku tercinta Rovi dan Asra, terimakasih atas doa dan semangatnya.
9. Seluruh keluarga besar sanggar SAKATO.
10. Teman-teman FORMISI
11. Teman-teman Kepompong 2000, Reta, Elang, Wahyu, Redy, Guritno, Reza, Yudi, Ikhsan, Roby , Iman, Supyan, Farid, Omand, Ruli, Hikmah, Thomas, Johan, Eric, Tedy, Aris, Rio, my PC , motorku CB. 100, BA.5474.ZA , special thanks to Mirza Al-Rasyid dan Wahyu, serta untuk teman-temanku yang tidak tersebut diatas, terima kasih semua !
12. Yang telah berjasa mengantarku, CB 100, BA 5474 ZA, yang tidak pernah mogok selama menyelesaikan tugas akhir ini.
Semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan dengan Ridho-Nya, dan semoga tugas akhir ini berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, Juli 2007

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Motto	iii
Halaman Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar isi	vii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Perancangan	8
D. Batas Lingkup Perancangan	9
E. Manfaat Perancangan	10
F. Metode Perancangan	11
G. Skematika Perancangan	13

BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. IDENTIFIKASI

1. Tinjauan Tentang Perancangan	15
2. Tinjauan Cergam	17
3. Sejarah dan Perkembangan Cergam	19
4. Sejarah Cergam Indonesia	23
5. Tinjauan Cergam Gaya Eropa, Amerika, Jepang dan Indoesia	26
6. Sejarah Volkswagen	35

B. ANALISIS

1. Analisis Mendasar Tentang Hakekat Cergam	59
2. Analisis Unsur Pokok Cergam	62
3. Analisis Mendasar Tentang Buku	72
4. Analisis Bisnis	76

BAB III. KONSEP AGUSTUS

A. TUJUAN PERANCANGAN

1. Deskripsi Tema	85
2. Sinopsis Cerita	85
3. Deskripsi Arah Bentuk	87

B. STRATEGI KREATIF

1. Target Audience	90
2. Isi Pesan	90

C. PENDEKATAN KREATIF

1. Story Line	91
2. Sentuhan Gaya Desain	105

D. SISTESIS

	106
--	-----

BAB IV. STUDI PERANCANGAN DAN KOMUNIKASI

A. Data Visual	107
B. Studi Visual.....	116
C. Studi Arsir	123
D. Studi Warna	125
E. Studi Tipografi	126
F. Story Line Halaman	127
G. Komposisi Rancangan Cergam (Layout)	136
H. Sketsa	137
I. Tahap Finishing Desain	141
J. Rancangan Pendukung	188
K. Katalog	192
L. Poster Pameran	193

BAB V. PENUTUP

1. Kesimpulan	194
2. Saran	195

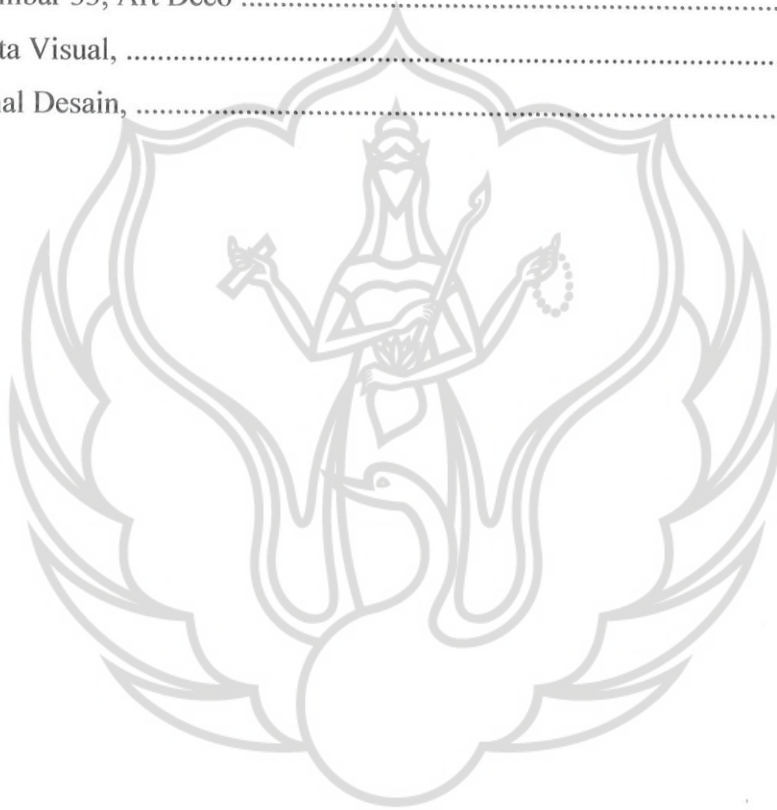
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1, Hitler dan Porsche	2
Gambar 2, Aladin by Walt Disney Company	7
Gambar 3, Majalah Bobo	18
Gambar 4, Alkitab Salinan Tangan Pada Abad XV	21
Gambar 5, Alkitab Empat Puluh Dua Baris	22
Gambar 6, Wayang Beber	23
Gambar 7, Asterix dan Obelix	27
Gambar 8, Watchtower Bible and Tract Society	29
Gambar 9, Cergam Sejarah Revolusi Indonesia	33
Gambar 10, Cergam Sunan Drajat	34
Gambar 11, Adolf Hitler	35
Gambar 12, Prototype Volkswagen	40
Gambar 13, Peletakan Batu Pertama Pabrik	41
Gambar 14, KdF-Wagen Ad	41
Gambar 15, Prototype Type 62	43
Gambar 16, Type 155 Half Track	43
Gambar 17, Schwimmwagen	44
Gambar 18, Kommandeurwagen	45
Gambar 19, Kubelwagen	46
Gambar 20, Beetle Type 877	48
Gambar 21, Beetle 1945	50
Gambar 22, Prototype Cabriolet	51
Gambar 23, Hebmuller	52
Gambar 24, Karmann Ghia	55
Gambar 25, Type 181	56
Gambar 26, Warna Vw	57

Gambar 27, Heroic Realism	63
Gambar 28, Futurism	64
Gambar 29, Victorian	64
Gambar 30, Victorian	65
Gambar 31, Art Nouveau	66
Gambar 32, Plakatstil	66
Gambar 33, Art Deco	67
Data Visual,	107
Final Desain,	141



DAFTAR TABEL

Tabel 1, Ukuran Kertas A	74
Tabel 2, Ukuran Kertas B	75
Tabel 3, Ukuran Kertas C	75
Tabel 4, Ukuran Kertas R	76





BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Sejarah *Volkswagen* diawali dari mimpi indah Ferdinand Porsche yang ingin membuat kendaraan yang dapat dijangkau semua golongan masyarakat. Hal ini sesuai dengan nama *Volkswagen* itu sendiri yang berarti mobil rakyat, artinya mobil ini sengaja diproduksi untuk memenuhi kebutuhan akan transportasi yang dapat dijangkau seluruh lapisan masyarakat.

Masa keemasan *Volkswagen* dimulai pada tahun 1933 saat Porsche diminta Adolf Hitler untuk membuat mobil rakyat. Sejalan dengan perkembangan zaman mobil ini banyak digemari konsumen, karena selain bentuknya yang menarik, harganya pun tergolong murah.

Kekalahan Jerman pada Perang Dunia I menyebabkan perekonomian Jerman dilanda resesi yang parah. Pengaruh jatuhnya perekonomian ini menyebabkan meningkatnya jumlah pengangguran. Hingga akhirnya Hitler membawa isu ini untuk naik ke puncak kekuasaan. Cara yang ditempuh untuk memulihkan keterpurukan perekonomian Jerman waktu itu adalah dengan membuka lapangan pekerjaan. Antara lain di bidang industri, pembukaan jalan-jalan baru untuk memperlancar transportasi guna mendukung perdagangan dan pendidikan. Untuk mengisi jalanan tersebut, Hitler meluncurkan kendaraan murah seperti *Volkswagen*.

Hitler menugasi Porsche untuk memproduksi mobil *Volkswagen* tersebut. Dia memberikan beberapa kriteria, antara lain : daya angkut mobil tersebut lima orang (dua dewasa di depan dan tiga orang anak di belakang), kecepatannya mencapai 62 mph (99,2 km per jam), pemakaian bahan bakar 33 galon per mil (14 km per liter), dan harganya 1.000 mark (86 Pounsterling).¹ Porsche memasang mesin boxer 4 silinder beserta pendingin udara pada rancangannya.

Prototipe pertama sebanyak 30 buah diuji pada tahun 1937 dan 1938. Setelah itu Hitler mengubah nama mobil tersebut menjadi *KdF-Wagen* atau *Strength of Joy* yang berbau Nazi. Hal ini membuat Porsche kecewa, karena dia bukan anggota Nazi dan dia juga tidak mendukung propaganda Hitler pada kampanye iklan mobil tersebut. Porsche lebih memilih bersikap profesional dan meneruskan cita-citanya tanpa mau dicampuri urusan politik. Tahun 1939 pabrik VW dibangun di Wolfsburg yang menjadi cikal bakal pabrik mobil terbesar dalam satu atap. Sebuah pabrik yang memiliki kapasitas produksi 150.000 unit per tahun.



Gambar 1
Hitler dan Ferdinand Porsche

¹Majalah VW Mania, *Alat Propaganda yang Melegenda*, Volume 1, hal. 14.

Pecahnya Perang Dunia II mengakibatkan produksi KdF-Wagen yang baru mencapai 630 unit dan baru dipakai oleh para pejabat Nazi dihentikan. Pabrik dikuasai oleh militer. Pabrik tersebut harus memproduksi *Kubelwagen*, *Schwimmwagen* dan *Kommandeurwagen* yang bentuknya mirip *KdF-Wagen* tetapi menggunakan mesin penggerak 4x4. Setelah perang berakhir, tentara Inggris mengambil alih pabrik dan Porsche dipenjarakan di Prancis bersama anaknya bernama Ferry selama dua tahun.

Tanggal 10 April 1945, *KdF-Wagen* memasuki era baru perjalanan sejarah. Pabrik *KdF-Wagen* yang porak poranda akibat dibombardir sekutu diubah menjadi kawasan “Volkstrum” atau zona militer. Segala sesuatu yang berbau Nazi dikikis habis. Kemudian nama *KdF-Stadt* diganti dengan *Volkswagenwerks* dan kotanya diberi nama Wolfsburg. Penggantian nama tempat ini terjadi pada tanggal 11 April 1945.²

Keputusan penting yang memastikan kesuksesan *Volkswagen* adalah tidak mengubah penampilan bentuk mobil yang unik. Sejak saat itu *Volkswagen* diberi kode *type I* dan terus disempurnakan, baik mengenai kualitas mesin maupun penambahan aksesoris pada *body* mobil. Nordhoff menyadari pentingnya meningkatkan ekspor mobil tersebut demi kelangsungan hidup *Volkswagen* pasca Perang Dunia II. Saat itu, mobil merupakan barang langka dan *Volkswagen* bergerak cepat menangkap peluang tersebut, *Volkswagen* tampil sebagai satu-satunya mobil yang diproduksi di awal tahun pasca Perang Dunia II, dan sejak

²Majalah VW Mania, *History of VW*, Vol.4, Agustus 2002, hal 26

saat itulah ketika orang berbicara mengenai mobil Jerman, itu berarti *Volkswagen* dan Perusahaan Wolfsburg menjadi simbol dari keajaiban dan menjadi pengendali ekonomi Jerman Barat. Saat itulah Beetle pun menjadi ikon di eranya.³

Tahun 1951 Porsche meninggal dunia. Satu tahun sebelumnya ia sempat mengunjungi pabrik Wolfsburg. Saat ia melihat pabrik yang berdiri megah, ia sangat terharu dan menangis karena pada akhirnya mimpinya menjadi kenyataan.

Volkswagen Beetle untuk pertama kalinya masuk ke Amerika Serikat pada 17 Januari 1949. Mobil yang di Indonesia dikenal juga dengan VW Kodok itu masih menjadi mobil rakyat yang populer sejalan dengan permintaan yang terus mengalir dari seluruh dunia.⁴ Memasuki era 1950-an, VW menambah varian produknya dengan meluncurkan Transporter Vans dan Microbus. Sementara *Beetle* telah mencapai 100.000 unit dan 1.000 unit di antaranya model *convertible* hingga akhirnya produksi Beetle menjadi semakin meningkat hingga mencapai 500.000 unit.

Tahun 1953 pabrik VW di buka di Sao Paolo Brazil. Tiga tahun kemudian Beetle mencapai 2 juta unit dan tahun ini juga *Karmann Ghia* mulai diproduksi. Era 1960-an ditandai dengan produksi *Beetle* yang mencapai 3 juta unit dan 10 juta unit pada tahun 1965. Setahun kemudian produksi mobil tersebut meningkat menjadi 12 juta unit. Catatan produksi Beetle yang fenomenal terus berlanjut,

³ Majalah VW Mania, History of VW, vol 5, September 2002, hal 27

⁴Google search \ mcllellansautomotive.htm

yaitu pada tahun 1972 mencatat rekor 15.007.034 dan berhasil mengalahkan rekor produksi Ford Model T di tahun tersebut.

Tahun 1974 menjadi akhir dari produksi *Beetle* di Wolfsburg Jerman, termasuk *Karmann Ghia*. Sebagai gantinya pabrik dipakai untuk memproduksi model *Golf* dan *Scirocco* hingga secara resmi semua *Beetle* produksi Jerman berakhir tahun 1978, karena setelah itu semua produksi dialihkan ke Puebla Mexico.

Periode 1980-an, produksi *Beetle* telah mencapai 20 juta unit. Selama era ini beberapa hal penting terjadi, diantaranya peluncuran generasi kedua jenis *Golf* dan *Jetta*. Tahun 1990-an VW semakin rajin meluncurkan model baru, diantaranya *Vento*, *Fox*, dan tahun 1994 meluncurkan *Concept One (new beetle)*.

Tanggal 30 Juli 2003 menjadi akhir dari produksi *Beetle* di Meksiko, sebagai satu-satunya pabrik mobil yang masih membuat mobil fenomenal tersebut. Sebagai hadiah perpisahan, di tahun tersebut diproduksi 3.000 edisi khusus (*limited edition*). Tidak ada mobil yang sepopuler *VW Beetle* yang jumlah produksinya terbesar di dunia. Meskipun hanya diproduksi di Meksiko, pada tahun 1992 mampu memecahkan rekor dunia dengan memproduksi lebih dari 21,5 juta unit dan merupakan mobil yang paling banyak dijual di dunia dengan bentuk yang nyaris tidak berubah selama 66 tahun. Hal ini merupakan hal tersulit

bagi perkembangan pasar mobil dunia untuk beberapa dekade setelah Perang Dunia II, dan VW mampu melakukannya⁵.

Mobil VW ini sangat fenomenal. Banyak orang yang menyukai mobil ini. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya klub VW yang tersebar di setiap kota di Indonesia bahkan di seluruh dunia. Namun, belum ada yang menggambarkan perjalanan dan proses metamorfosa *Volkswagen* ke dalam sebuah cergam yang menarik, dan sampai sekarang banyak yang tidak tahu tentang perjalanan panjang *Volkswagen*, bahkan penggemarnya sekalipun.

Perjalanan panjang dan perkembangan *Volkswagen* merupakan suatu hal yang menarik untuk dicermati dan diangkat ke dalam sebuah karya Desain Komunikasi Visual. Bentuknya yang unik dan kisahnya yang fenomenal memberikan daya tarik tersendiri ketika hal tersebut dituangkan ke dalam perancangan, terutama dalam bentuk cergam (*cerita bergambar*) yang bersifat dokumentatif. Sebuah perjalanan sejarah dan perkembangan bentuk dari zaman ke zaman.

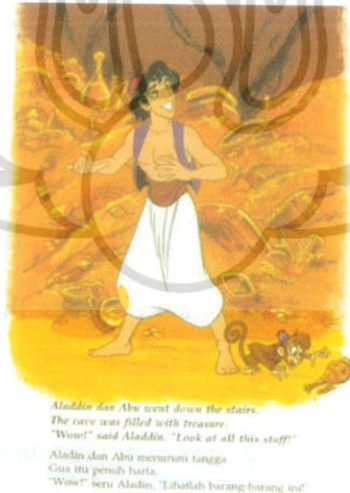
Visualisasi sejarah dari sesuatu yang melegenda ketika dituangkan ke dalam sebuah perancangan akan memberikan suatu nilai lebih. Ia tidak hanya menjadi cerita, tetapi memberikan nilai estetis untuk dinikmati dan beberapa nilai yang berkaitan dengan kehidupan untuk dijadikan pelajaran dalam kehidupan manusia. Kerja keras dan perjalanan panjang dari sebuah ide yang dituangkan akan menjadi suatu karya yang menarik untuk diperhatikan dan mempunyai nilai

⁵ Google search\Volkswagen's History.htm

keunikan tersendiri untuk dihadirkan pada khalayak umum (*audiences*). Hal ini didukung pula dengan penentuan format yang menarik dan kreatif yang mampu mewakili ide.

Sejarah *Volkswagen* akan dituangkan dalam perancangan Desain Komunikasi Visual berupa buku cerita bergambar. Format ini merupakan ilustrasi penggambaran satu adegan atau lebih dari sebuah cerita. Karya-karya tersebut divisualkan dengan beberapa halaman, dan adegan yang diambil merupakan adegan yang paling menarik atau yang dapat mewakili, serta menggambarkan inti cerita. Hal ini bertujuan untuk memberikan penggambaran yang jelas kepada audiens tentang apa yang ingin disampaikan, baik mengenai konsep atau ide awal dari karya tersebut.

Contoh cergam :



Gambar 2
Contoh Cergam
"Aladin" by Walt Disney Company.

Bentuk cerita bergambar mempunyai perbedaan dengan komik. Komik memiliki isi cerita yang dibagi-bagi dalam bentuk panel, melalui kata serta gambar. Jika kita sudah membaca keseluruhan panel pada halaman itu, barulah kita dapat mengerti cerita pada halaman tersebut. Sedangkan pada buku cerita bergambar, isi cerita ditulis dalam satu kesatuan melalui gambar pendukung. Melalui gambar ini perancang menggambarkan tentang ide dan apa yang ingin disampaikannya. Melalui gambar ini pula perancang menuangkan beberapa keunikan dengan berpatokan pada nilai estetis sebuah karya seni.

Media cergam dipilih karena media ini cukup mampu merebut perhatian banyak orang. Sifat cergam yang ringan, komunikatif dan sederhana membuat cergam tidak terlalu berat untuk dicerna dan dimengerti. Gambar-gambar yang ditampilkan dalam bentuk metamorfosa tersebut banyak digemari dari berbagai kalangan saat ini. Selain terbilang unik, cergam juga mempunyai nilai estetis yang tinggi sebagai karya seni.

B. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam perancangan cergam ini adalah “bagaimana merancang sebuah buku cerita bergambar yang mampu memvisualisasikan sejarah *Volkswagen* dengan menggunakan tiga apresiasi gaya gambar.

C. TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan yang mendasar dari perancangan ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk memperoleh perancangan cergam yang artistik, komunikatif dan dapat menarik perhatian audiens.
2. Untuk memperoleh konsep kreatif, komunikatif, dan persuasif kepada audiens, sehingga mereka tertarik dan dapat mengetahui sejarah *Volkswagen* itu sendiri.

D. BATAS LINGKUP PERANCANGAN

Perancangan ini memerlukan batasan-batasan lingkup perancangan agar tujuan yang diharapkan dapat mencapai sasaran dengan tepat. Selain itu segala ide yang akan disampaikan oleh perancang dapat ditangkap dengan baik dan benar oleh *audiens*. Adapun batas lingkup perancangan dalam karya desain komunikasi visual adalah sebagai berikut.

1. Sejarah *Volkswagen* mulai dari prototype yang pertama dan perkembangannya dari tahun ke tahun akan ditampilkan berdasarkan model yang mewakili tahun produksinya.
2. Pembatasan yang kedua adalah, untuk memudahkan mengilustrasikan dalam bentuk cergam, maka gambar yang divisualkan dibatasi menjadi tiga teknik perancangan, yaitu teknik manual, teknik penggabungan manual dengan komputer, dan teknik komputer melalui cerita yang dianggap menarik dan komunikatif.

E. MANFAAT PERANCANGAN

1. Bagi Dunia Ilustrasi dan Buku bacaan di Indonesia

- a. Menambah kontribusi pada dunia ilustrasi dan buku bacaan tentang sejarah *Volkswagen* khususnya di Indonesia.
- b. Memberikan inspirasi baru dunia ilustrasi dan buku bacaan di Indonesia, untuk mengangkat sejarah kendaraan lainnya, dengan penyajian dan ilustrasi yang lebih menarik.

2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual.

Sebagai sarana penambah wawasan bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual, bahwa sebuah buku cerita bergambar tidak hanya menampilkan ilustrasi dan cerita saja, tapi juga berisi pesan dan makna akan sejarah masa silam.

3. Bagi Target Audience

a. Bagi *Target Audience primer*

Selain menjadi suatu bacaan yang menarik, menambah pengetahuan, cergam ini juga bertujuan untuk mengingatkan kembali serta bernostalgia terhadap masa kejayaan *Volkswagen* dan romantisme generasi yang mengalami masa kejayaan *Volkswagen* di masa silam, yang pada waktu itu *Volkswagen* menjadi salah satu icon life style.

b. Bagi *Target Audience sekunder*

- 1) Menjadi sarana yang efektif untuk lebih memahami *Volkswagen*, yang mempunyai sejarah dan cerita tersendiri dan menjadikannya kendaraan yang melegenda sampai sekarang ini.
- 2) Meningkatkan semangat generasi muda yang menyukai otomotif yang mengandung nilai sejarah, khususnya *Volkswagen* serta Menumbuhkan kepedulian pada generasi muda yang suka otomotif khususnya *Volkswagen* yang memiliki nilai sejarah terkait dengan semangat dan gaya generasi muda pada zamannya. Untuk melestarikan peninggalan sejarah ini, sehingga nantinya dapat dilihat oleh generasi berikutnya.
- 3) Dapat menumbuhkan minat untuk memiliki, dan menjaga *Volkswagen* serta sebagai sarana yang efektif untuk mengetahui sejarah tentang *Volkswagen*, sebagai kendaraan yang memiliki nilai sejarah (melegenda) dan telah menjadi *life style*

F. METODE PERANCANGAN

1. Data yang diperlukan

- a. Data yang berhubungan dengan cergam, seperti sejarah cergam, ciri-ciri cergam, serta perkembangannya.
- b. Data verbal dan visual yang berkaitan dengan *Volkswagen*, seperti kelahiran *Volkswagen*, penyebaran dan perkembangannya di dunia dan Indonesia.

- c. Data yang berhubungan dengan *Volkswagen* sebagai salah satu ikon pada waktu itu, seperti dalam iklan dan film.

2. Metode pengumpulan data

- a. Data verbal, adalah data yang menyangkut tentang hal-hal teoritis, seperti sejarah, cara pembuatan, maupun pengetahuan teoritis. Data verbal akan diambil dari kajian pustaka, berupa buku-buku teori ilustrasi, ensiklopedi, buku-buku sejarah, dan referensi online.
- b. Data visual, adalah data yang memuat dokumentasi tentang fakta yang terjadi dalam sejarah perjalanan *Volkswagen*, juga model dan tipe dari setiap tahun produksinya yang dianggap cukup mewakili. Melalui data ini dapat diambil gambar pendukung untuk bahan pembuatan ilustrasi. Data visual akan diambil dari buku-buku sejarah tentang *Volkswagen*, serta referensi online yang terkait dengan topik.

3. Instrument Penelitian

Instrument dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan kamera, buku, majalah dan referensi online

4. Metode Analisa Data

Adalah usaha-usaha untuk mengumpulkan data tentang seluruh aspek yang berkaitan dengan cergam dan *Volkswagen*. Data berasal dari sumber data atau acuan berupa pengumpulan artikel, manuskrip, simposium dari buku, majalah, koran, referensi online dan lain lain yang masih relevan yang dikumpulkan (Studi kepustakaan).

G. SKEMATIKA PERANCANGAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latarbelakang Masalah
- B. Rumusan Masalah.
- C. Tujuan Masalah
- D. Batas Lingkup Perancangan
- E. Manfaat perancangan Perancangan
- F. Metode perancangan
- G. Skematika Perancangan

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. IDENTIFIKASI

- 1. Tinjauan tentang Perancangan
- 2. Tinjauan Tentang Cergam
- 3. Tinjauan tentang gaya cergam Eropa, Amerika, Jepang dan Indonesia
- 4. Sejarah Volkswagen

B. ANALISIS

- 1. Analisis mendasar tentang hakekat cergam
 - a) Hakekat mendongeng dan gaya mendongeng
 - b) Hakekat mendongeng melalui bahasa gambar
- 2. Analisis mendasar tentang unsur-unsur pokok cergam
 - a) Tema/judul, synopsis, storyline
 - b) Gaya gambar, gaya desain/layout, gaya goresan
- 3. Analisis mendasar tentang buku
- 4. Analisis Bisnis

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. TUJUAN PERANCANGAN

- 1. Deskripsi tema

2. Sinopsis cerita
3. Deskripsi arah bentuk

B. STRATEGI KREATIF

1. Target audience
2. Isi pesan

C. PENDEKATAN KREATIF

1. Story Line
2. Sentuhan Gaya Desain

D. SINTESIS

BAB IV VISUALISASI

- A. Tahap Data Visual
- B. Studi Visual
- C. Story Line Halaman
- D. Komposisi Rancangan Cergam
- E. Tahap Finishing Desain
- F. Rancangan Pendukung

BAB V PENUTUP

- A. KESIMPULAN
- B. SARAN

DAFTAR PUSTAKA