

Perancangan Sarana Bawa dan Display Pamer untuk Penggemar Hot Wheels Red Line Club

Rizky Putra Siswanto ¹, Mohamad Arif Waskito ²

^{1,2} Desain Produk, Institut Teknologi Nasional Bandung
rizkyptrs@mhs.itenas.ac.id ¹, mawaskito@itenas.as.id ²

Abstrak

Penelitian proyek akhir ini merupakan proses perancangan desain sarana bawa dan display pamer yang diperuntukkan untuk penggemar Hot Wheels Red Line Club. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya peluang karena Hot Wheels Red Line Club memiliki nilai khusus bagi kalangan kolektor diecast, Hot Wheels Red Line Club ini merupakan salah satu pencapaian bagi kolektor diecast. Fokus pada perancangan ini adalah produk diharuskan dapat membawa tiga macam Hot Wheels Red Line Club untuk di display pada pameran yang diadakan oleh komunitas Swap Meet Bandung melalui pendekatan metode design thinking, pada proses perancangan dilakukan analisis terhadap perilaku kolektor diecast pada saat membuka tenda di pameran dan memiliki pendekatan visual terhadap Hot Wheels Red Line Club sehingga menghasilkan produk sarana bawa yang dirancang untuk mengelompokkan Hot Wheels Red Line Club dengan diecast lainnya dan dapat digunakan juga untuk display pada saat pameran. Diharapkan produk mampu menjawab kebutuhan pengguna melalui prototipe yang dioptimalkan. Kebaruan dari penelitian ini adalah sarana bawa yang digunakan untuk membawa Hot Wheels Red Line Club yang memiliki nilai eksklusif.

Kata kunci: Hot Wheels Red Line Club, Sarana Bawa, Kolektor

Abstract

This final project research is the process of designing the design of carrying facilities and exhibition displays intended for Hot Wheels Red Line Club fans. This is based on an opportunity because the Hot Wheels Red Line Club has special value for diecast collectors. The Hot Wheels Red Line Club is an achievement for diecast collectors. The focus of this design is that the product is required to be able to carry three types of Hot Wheels Red Line Club to be displayed at an exhibition held by the Swap Meet Bandung community using a design thinking method approach. has a visual approach to Hot Wheels Red Line Club so as to produce a carrying product designed to group Hot Wheels Red Line Club with other diecasts and can also be used for display at exhibitions. It is hoped that the product will be able to answer user needs through an optimized prototype. The novelty of this research is the transportation facility used to carry the Hot Wheels Red Line Club which has exclusive value.

Keywords: Hot Wheels Red Line Club, Conveyance, Collector

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Diecast Toys yang lebih dikenal dengan istilah *diecast* merupakan mainan dengan bahan dasar besi dan digabungkan dengan material plastic berskala kecil yang memang banyak penggemarnya. Secara umum, bentuk *diecast* bermacam-macam, seperti sepeda motor, pesawat terbang, sepeda, alat berat (kendaraan dan alat-alat seputar tambang) dan mobil yang sangat dikenal oleh masyarakat, yang saat ini tersedia dimanapun.[1] Merek *diecast* yang bernama *Hot Wheels* merupakan salah satu yang mengambil model berbentuk mobil.[2] *Hot Wheels* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap industri mainan di Indonesia. Pasar mainan dan hobi di Indonesia diproyeksikan tumbuh sebesar 5,35% antara tahun 2023 dan 2028, yang menghasilkan volume pasar sebesar 11,85 miliar dolar US pada tahun 2023.[3]

Selain itu, *Hot Wheels* telah memindahkan sebagian produksinya dari Malaysia ke Thailand dan akhir-akhir ini dipindahkan ke Indonesia. Pergeseran lokasi produksi ini menunjukkan pengakuan merek tersebut terhadap

Indonesia sebagai salah satu pasar yang signifikan bagi produknya.[4] Daya tarik dari merek *diecast* ini tidak hanya terbatas di mainan saja. *Hot Wheels* telah menjadi salah satu ikon dalam dunia otomotif sampai budaya pop berkat diadakannya acara langsung yang melibatkan merek *diecast* tersebut seperti “*Hot Wheels Legends Tour*.” Acara ini pertama kali diselenggarakan mulai pada tahun 2018 yang awalnya hanya untuk memperingati ulang tahun ke-50 merek *diecast* tersebut, sampai sekarang acara ini diadakan rutin di tiap tahunnya dan diberbagai negara. Tur ini memamerkan kendaraan yang autentik, orisinal, dan dibangun oleh beberapa bengkel kustom yang sudah terkenal di tiap negaranya. Setelah itu, kendaraan terpilih akan diabadikan berupa *diecast Hot Wheels* skala 1/64.[5]



Gambar 1. Hot Wheels Legends Tour (Sumber : <https://otoblitz.net/news/hot-wheels-legends-tour-kembali-hadir-di-indonesia/>)

Hot Wheels memiliki cara lain untuk menarik kolektor *diecast* agar tetap memiliki interaksi dengan merek *diecast* tersebut lewat program keanggotaan untuk para kolektor yang bernama *Red Line Club*. *Hot Wheels Red Line Club* menawarkan akses eksklusif untuk dapat membeli katalog *Hot Wheels* edisi terbatas yang tidak tersedia untuk masyarakat umum, keanggotaan *Red Line Club* ini dibandrol dengan harga 10 dolar per tahun atau 141 ribu rupiah dan setiap rumah tangga hanya dapat memiliki 5 keanggotaan. Meskipun biaya keanggotaan relatif rendah, beberapa *Hot Wheels Red Line Club* sulit untuk didapatkan dan memerlukan biaya tambahan untuk mendapatkannya di *e-commerce*.



Gambar 2. Swap Meet Bandung (Sumber : https://www.facebook.com/p/Swap-Meet-Bandung-100064642606189/?paipv=0&eav=AfZmlpBLqmr_ShSVMnAuG8Xtxyq9rILVIHyTzKi7GfXF1KzJ91wbtGv-OvVtDL0SV2o&_rdr)

Kota Bandung merupakan salah satu kota dengan industri *diecast* tertinggi yang ada di Indonesia. Swap Meet Bandung merupakan komunitas yang didirikan di Kota Bandung pada tahun 2019, komunitas ini memiliki ketertarikan koleksi *diecast* berskala 1/64. Selain itu, komunitas ini memiliki acara rutin yang diselenggarakan setiap dua kali seminggu di beberapa mall ternama yang berada di Kota Bandung. Swap Meet Bandung memiliki

beberapa ragam acara, seperti balap diecast, acara cosplay, lomba custom *diecast* dan acara utamanya yaitu bazar jual beli *diecast*, pada umumnya terdiri dari 5 – 10 tenan *diecast*. Penjual yang mendatangi atau membuka tenan pada acara ini memiliki rentan umur 35 – 50 tahun. Sebelum acara dimulai, penjual melakukan proses *loading in* untuk menata *diecast* yang akan mereka jual dan dipamerkan. Umumnya penjual membawa beberapa macam merek *diecast* dalam 1 kontainer besar, pada umumnya penjual membawa sekitar 400 macam *diecast* untuk membuka 1 tenan di acara *diecast*. Harga yang dibawa oleh penjual beragam, dimulai dari Rp 20.000,00 – Rp 6.500.000,00 untuk Hot Wheels Red Line Club.



Gambar 3. Proses *loading in* di acara Swap Meet Bandung (Sumber : Dokumentasi pribadi, Saiful Adhar)

Sarana bawa barang atau yang sering disebut tas merupakan hal penting atau *essential* dalam kehidupan sehari-hari yang berfungsi sebagai alat bantu dalam hal membawa atau mengakomodir barang bawaan seseorang. [6] Sarana bawa *diecast* yang umum digunakan oleh para penjual pada saat mendatangi acara *diecast* yaitu sebuah kontainer berukuran besar, akrilik display, dan kardus *Hot Wheels*. Penjual menggunakan kendaraan mobil dikarenakan membawa 4 kontainer besar dan perlengkapan untuk kebutuhan tenan lainnya, seperti meja piknik, stop kontak, dan alas untuk *diecast*.



Gambar 4. Sarana bawa *diecast* yang digunakan untuk mendatangi acara Swap Meet Bandung (Sumber : Dokumentasi pribadi, Saiful Adhar)

Dari penelitian yang sudah dilakukan, penjual menggunakan sarana bawa tersebut karena lebih mudah digunakan, namun memiliki beberapa kekurangan seperti tidak menjamin *blister card* atau *loose Hot Wheels Red Line Club* rusak pada saat di perjalanan menuju acara *diecast*, sarana bawa yang digunakan tidak memiliki pengelompokan macam *diecast* reguler sampai *diecast* yang memiliki nilai lebih eksklusif seperti *Hot Wheels Red*

Line Club. Selain itu, sarana bawa yang sudah tersedia tidak memiliki perlindungan lebih untuk *Hot Wheels Red Line Club* yang memiliki harga jauh lebih tinggi ketimbang macam *diecast* lainnya. Dari permasalahan yang dijelaskan diatas dengan banyaknya produk yang tidak khusus diperuntukkan untuk membawa *Hot Wheels Red Line Club*.

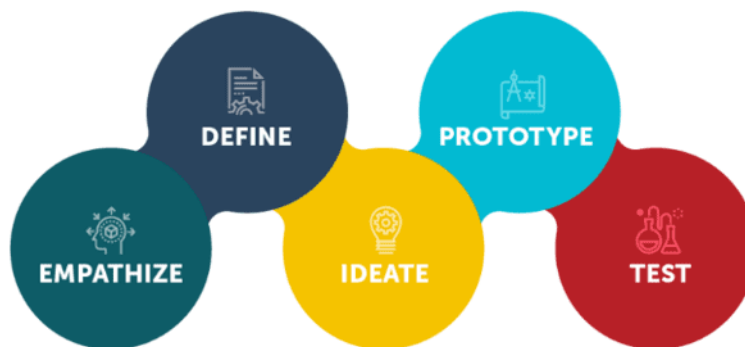
1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian proses perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan desain sarana bawa dan display pameran yang diperuntukkan untuk laki-laki berumur sekitar 35 – 50 tahun, yang merupakan penjual atau penggemar *Hot Wheels Red Line Club*, yang berbentuk tas ransel agar memudahkan penjual dalam efektifitas membawa barang bawaan pada saat mengunjungi acara *diecast*.

1.3 Urgensi Penelitian

Urgensi dari penelitian yang sudah dilakukan, yaitu penjual atau penggemar *Hot Wheels Red Line Club* yang tidak dapat mengelompokkan *diecast* yang mereka bawa untuk mendatangi acara *diecast*. *Hot Wheels Red Line Club* yang mereka miliki memiliki harga diatas macam *diecast* lainnya, sarana bawa yang dirancang juga menambah ruang kosong untuk sarana bawa *diecast* reguler yang dibawa.

2. Metodologi



Gambar 5. Metode Design Thinking (Sumber : <https://medium.com/@murnitelaumbanua98/5-tahap-design-thinking-menurut-stanford-d-school-e06f871c45c9>)

Design Thinking merupakan metode kolaborasi yang mengumpulkan banyak ide dari disiplin ilmu untuk memperoleh sebuah solusi. *Design Thinking* tidak hanya berfokus pada apa yang dilihat dan dirasakan, namun juga berfokus pada pengalaman pribadi pengguna. *Design Thinking* digunakan untuk mencari solusi yang paling efektif dan efisien untuk memecahkan suatu masalah yang kompleks.[7]

Secara umum, metode atau pendekatan yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 5 tahap, yaitu (1)*empathize*, (2)*define*, (3)*ideate*, (4)*prototype*, (5)*test*.

1. Empathize

Merupakan tahap pertama yang menuntut pemahaman masalah yang akan dicarikan solusinya. Pada tahap ini penulis diharapkan mampu memasuki dunia pengguna, memahami cara pandang mereka terhadap permasalahan yang dihadapinya.[8] Penulis melakukan observasi terhadap kegiatan pengguna dengan cara mengikuti acara *diecast* yang diadakan oleh komunitas Swap Meet Bandung. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan salah satu pemilik toko *diecast* atau penggemar *Hot Wheels Red Line Club*. Ada beberapa tahap empati yang ditemukan oleh penulis pada tahap ini, seperti :

- Event dilakukan setiap 2 minggu sekali pada hari Jumat, Sabtu, dan Minggu
- Diadakan di beberapa mall besar yang ada di Kota Bandung seperti BIP, Paskal 23, Botanica Mall, dan Festival Citylink
- Dilaksanakan sesuai dengan jam operasional mall, yaitu pada jam 10.00 - 22.00

- Pengguna membawa lebih dari 400 diecast, dengan mayoritas menggunakan kontainer box untuk sarana bawa
- Tenan yang disediakan sebesar 2m x 2m sampai 3m xm, dengan rentan harga Rp250.000 - Rp 1.000.000

2. Define

Tahap ini merupakan tahap kedua dari metode *design thinking*, dimana penulis menyimpulkan seluruh kebutuhan yang didapat dari pengguna dari tahap *empathize*. [9] Pada tahap ini, penulis menentukan tujuan dan kriteria desain untuk produk yang akan dirancang. Setelah menganalisis kegiatan yang dilakukan oleh pengguna pada tahap sebelumnya, kriteria yang ditentukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

- Memiliki fungsi display pamer pada saat membuka tenan
- Material yang digunakan, harus memiliki karakteristik yang tahan terhadap air dan tahan terhadap guncangan
- Dapat membawa 3 macam Hot Wheels Red Line Club
- Memiliki alternatif sarana bawa agar memudahkan pengguna dalam membawa barang jual yang lainnya
- Memiliki harga yang lebih tinggi ketimbang produk benchmark lainnya

3. Ideate

Pada tahap ini penulis melakukan pencarian dan menentukan solusi efektif dari masalah yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya. [10] Proses kreasi pada tahap ini membutuhkan dukungan kemampuan, keterampilan, dan pemahaman dasar estetika yang biasanya didapatkan melalui pendidikan formal. [11] Penulis membuat alternatif dan varian sketsa dengan cara digital *drawing*, yang setelah itu dilanjutkan dengan pembuatan 3D *modelling* menggunakan aplikasi digital, yang diakhiri dengan *final design*.



Gambar 6. Logo dan card Hot Wheels Red Line Club (Sumber : https://hotwheels.fandom.com/wiki/Red_Line_Club)

Konsep dari produk yang akan dirancang mengambil tema dari *Hot Wheels Red Line Club* itu sendiri. Pengambilan warna yang digunakan seperti merah dan hitam diambil dari logo *Hot Wheels Red Line Club*, motif *racing finish line* diambil dari motif yang ada pada *card* tersebut, yang bertujuan untuk memiliki ketertarikan kepada calon pengguna dalam aspek visual yang digunakan.

4. Prototype

Setelah mendapatkan hasil perancangan ide melalui alternatif dan varian sketsa di tahap sebelumnya, kemudian akan dilanjutkan dengan perancangan *prototype*, sehingga ide-ide dari tahap sebelumnya dapat dipaparkan dan direalisasikan menjadi sebuah rancangan *prototype*. Proses *prototyping* dibagi menjadi 2, yaitu (1) Proses perancangan *prototype* bagian dalam yang berbahan dasar akrilik, dan (2) Proses perancangan *prototype* bagian luar yang memiliki bahan dasar mikro tr.

5. Test

Merupakan tahap terakhir yang dilakukan dalam perancangan ini, setelah *prototype* yang sudah dirancang pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini, penulis memberikan *prototype* kepada pengguna untuk dilakukan uji coba yang bertujuan untuk mendapat reaksi secara langsung. Penulis mendatangi pemilik toko *diecast* yang memiliki *Hot Wheels Red Line Club* yang bertempat di Balubur Town Square, yang berlokasi di Kota Bandung.

3. Diskusi

3.1 Empathize

Pada tahap ini untuk mendapatkan pemahaman empati tentang masalah yang dirasakan oleh pengguna untuk diselesaikan, penulis mengikuti acara *diecast* yang diadakan oleh komunitas Swap Meet Bandung bersama dengan pemilik salah satu toko *diecast* yang berada di Baltos. Selain itu, penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan pandangan dari pengguna dalam membuka tenan di acara *diecast*.



Gambar 7. Acara *diecast* yang diadakan oleh komunitas Swap Meet Bandung (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

Penulis melakukan analisis di acara *diecast* yang diadakan di salah satu mall yang ada di Kota Bandung, penulis mengikuti kegiatan pengguna dari awal acara sampai selesai acara. Selain itu, penulis melakukan wawancara dengan Saiful Adhar selaku pemilik toko *diecast* yang bernama "*Duel Garage*," dalam wawancara yang dilakukan, narasumber menyatakan bahwa ia merasakan bahwa sarana bawa yang sudah tersedia tidak memiliki pengelompokan untuk macam *diecast* yang dibawa untuk membuka tenan di acara *diecast*.

3.2 Define

Pada tahap selanjutnya penulis melakukan pengumpulan informasi dan permasalahan yang dialami oleh pengguna pada saat mendatangi acara *diecast*. Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan, penulis menemukan beberapa masalah yang dihadapi oleh pemilik atau penggemar *Hot Wheels Red Line Club* yang memiliki toko *diecast*, seperti :

Pengguna sulit untuk mengelompokkan macam *diecast* yang dibawa berdasarkan harga jualnya, macam *diecast* yang dibawa oleh pengguna memiliki harga dari Rp 33.900,00 sampai Rp 6.500.000,00 untuk *Hot Wheels Red Line Club*.



Gambar 8. Dokumentasi macam diecast yang tidak dikelompokkan dalam sarana bawa yang sudah tersedia (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

Sarana bawa yang sudah tersedia tidak memiliki nilai dalam fungsi display pamer dan hanya menghabiskan ruang untuk sarana bawa lainnya. Selain itu, *Hot Wheels Red Line Club* yang sudah tidak didalam *blister card* atau biasa disebut dengan *Hot Wheels loose*, hanya dibawa dengan menggunakan akrilik display dan dimasukkan kedalam *box container*, yang tidak memiliki perlindungan lebih dari guncangan dan menghabiskan ruang yang ada didalam *container box*.



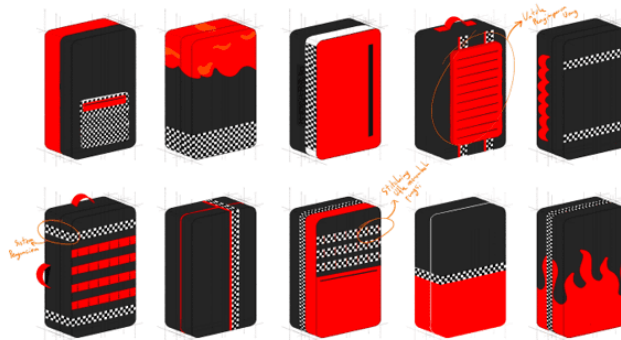
Gambar 9. Dokumentasi akrilik display yang digunakan (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

3.3 Ideate

Setelah melakukan tahap *empathize*, ditahap ini penulis menghasilkan beberapa gagasan berupa desain dari masalah yang ditemukan. Pada tahap ini penulis menentukan tujuan dalam perancangan produk sarana bawa ini. Adapun tujuan perancangan produk sarana bawa pada penelitian ini, yaitu :

- Menghasilkan produk sarana bawa yang memiliki aspek visual dengan pendekatan terhadap *Hot Wheels Red Line Club*, yang dibawa untuk ikut serta dalam membuka tenda di acara *diecast* yang diadakan oleh komunitas Swap Meet bandung
- Produk yang akan dirancang memiliki slot untuk membawa *Hot Wheels Red Line Club loose*, *blister card*, dan *box acrylic*.
- Merancang produk yang dapat digunakan untuk sarana bawa dan display pamer pada saat membuka tenda.
- Produk dirancang untuk nyaman digunakan pada saat calon pengguna harus membawa sarana bawa lainnya, seperti *container box* dan kardus yang berisi *diecast regular* dan macam lainnya.

Pada tahap ini penulis merancang alternatif desain dengan metode *digital drawing* agar menemukan beberapa gagasan desain seperti yang diinginkan atau dibutuhkan oleh calon pengguna, desain sarana bawa yang akan dirancang dibagi menjadi 2 bagian (1) bagian untuk *Hot Wheels Red Line Club loose*, (2) bagian untuk *Hot Wheels Red Line Club blister card* dan *acrylic box*. Berikut di bawah adalah sketsa alternatif yang akan dikembangkan oleh penulis :



Gambar 10. Sketsa alternatif (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

Alternatif yang dibulatkan pada gambar diatas dipilih berdasarkan diskusi dengan konsultan dan calon pengguna. Salah satu faktornya adalah desain memiliki nilai visual yang eksklusif ketimbang yang lainnya, sistem bawa yang diajukan merupakan pembaruan bagi sarana bawa *diecast*, dan konfigurasi penyimpanan *Hot Wheels Red Line Club* sesuai dengan proporsi badan untuk digunakan dengan sistem ransel.



Gambar 11. Sketsa konfigurasi (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

Konfigurasi sistem bawa yang digunakan pada produk ini dibuat menjadi 3 sistem bawa, yang bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam kepraktisan pada saat pengguna membawa *diecast* lainnya yang harus dibawa untuk membuka tenan dengan kontainer box, yaitu ransel, dijinjing, dan dijadikan *slingbag*.

Berdasarkan kriteria desain yang sudah dirancang pada tahap sebelumnya, bahan yang digunakan untuk bagian luar produk diharuskan untuk memiliki karakter yang tahan terhadap air dan tahan terhadap guncangan.



Gambar 12. Kain micro TR (Sumber : <https://fitinline.com/material/detail/kain-micro-tr-wp/>)

Kain micro TR merupakan material yang tepat digunakan untuk produk ini ketimbang kain micro lainnya seperti micro ripstop dan katun micro, dikarenakan material ini memiliki perpaduan tetoron dan polyester membuat kain ini berkarakter kuat serta tidak mudah sobek, yang sesuai dengan konsep desain produk sarana bawa ini. Lalu bagian dalam produk dilapis oleh material torin 210D.

Torin 210D memiliki kelebihan yaitu daya tahan yang baik terhadap air, material ini digunakan untuk bagian dalam produk sarana bawa, dari karakteristik yang dia punya membuat material ini mudah untuk dibersihkan dari noda membandel terlebih yang berbentuk liquid, material ini dapat berfungsi sebagai “lapisan sekunder” apabila air menembus lapisan luar tas.

Pada sistem penguncian , penulis menggunakan material webbing yang memiliki motif *racing finish line* untuk menambah aksesoris yang memiliki pendekatan terhadap *Hot Wheels Red Line Club*. Setelah itu, penulis melakukan pengembangan desain menggunakan teknik *3D Modelling* untuk memenuhi kebutuhan calon pengguna, bahwa calon pengguna memerlukan sarana bawa untuk 3 macam *Hot Wheels Red Line Club*. Pada tahap pembuatan studi model, penulis memecahkan 1 masalah yang dirasakan oleh calon pengguna, yaitu penyimpanan uang pada saat membuka tenan di acara *diecast*.



Gambar 13. Pengembangan desain dengan teknik 3D Modelling (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

Dilanjutkan dengan penyempurnaan konsep dengan menggunakan teknik yang sama. Pada tahap selanjutnya penulis berdiskusi dengan industri yang akan merancang produk sarana bawa ini, ada beberapa aspek yang tidak bisa dikerjakan seperti bagian webbing atas produk yang hanya dapat digunakan 1 buah, arah Velcro yang ada dibagian dalam dibuat menjadi portrait. Setelah itu, dihasilkan desain yang sesuai dengan tujuan serta kriteria yang sudah ditetapkan pada tahap awal. Desain ini ditetapkan sebagai desain akhir.



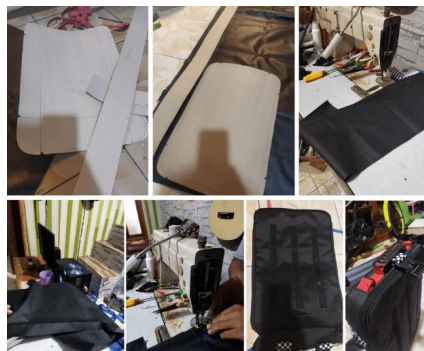
Gambar 14. Final desain (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

3.4 Prototype

Setelah mendapatkan desain akhir dari tahap sebelumnya. Kemudian akan dilanjutkan dengan perancangan *prototype*, sehingga desain akhir dari tahap sebelumnya dapat dipaparkan dan direalisasikan menjadi sebuah rancangan *prototype*. Dikarenakan produk memiliki 2 bagian yang dijadikan menjadi 1, proses perancangan *prototype* dilakukan menggunakan 2 teknik (1) menggunakan keterampilan tangan, (2) menggunakan teknik semi-masinal.



Gambar 15. Proses produksi bagian produk sarana bawa bagian dalam menggunakan teknik keterampilan tangan (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)



Gambar 16. Proses produksi bagian produk sarana bawa bagian luar menggunakan teknik semi-masinal (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)



Gambar 17. Prototype (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

3.5 Test

Setelah *prototype* yang sudah dirancang jadi, penulis bertemu dengan calon pengguna menguji produk. Penulis berharap pada tahap ini mendapatkan beberapa feedback yang baik, Penulis menguji beberapa aspek dari produk, seperti aspek visual yang mengangkat *Hot Wheels Red Line Club* dan fungsi pamer.



Gambar 18. Dokumentasi tahap testing kepada calon pengguna (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

Pada saat produk diuji coba oleh calon pengguna, calon pengguna menyatakan bahwa visual yang diterapkan pada produk ini terlihat menarik dan eksklusif, ketimbang sarana bawa untuk *Hot Wheels loose* yang sudah ada. Selain itu, slot untuk *Hot Wheels blister card* merupakan ide yang baru. Calon pengguna lainnya mengatakan bahwa pemilihan warna dan material webbing motif *racing finish line* membuat visual produk lebih hidup.

4. Kesimpulan.



Gambar 19. Produk jadi (Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis)

Sesuai dengan tujuan dari penelitian yang dilakukan, maka pada akhir penelitian dihasilkan produk sarana bawa dan display pameran yang diperuntukkan untuk penggemar atau pemilik *Hot Wheels Red Line Club* yang memenuhi kriteria. Produk memiliki ruang penyimpanan yang dibagi menjadi 2 bagian, yaitu 1 bagian untuk membawa 30 *Hot Wheels Red Line Club loose* dan 1 bagian lainnya untuk membawa 3 *Hot Wheels Red Line Card blister card* dan 3 *Hot Wheels Red Line Club box akrilik*, dengan menggunakan sistem penguncian untuk menyatukan 2 bagian pada produk, memiliki 3 sistem bawa, yaitu dijinjing, diselempang, dan dijadikan ransel, material dari produk memiliki karakter yang tahan terhadap air dan tidak mudah terguncang, memiliki pendekatan visual terhadap *Hot Wheels Red Line Club*, yaitu menggunakan warna hitam, merah, dan motif *racing finish line* dalam bentuk *prototype* melalui pendekatan metode *design thinking* dengan 5 tahap proses desain.

5. Referensi

- [1] J. Fadilah, "Analisis Semiotika Logo Diecast Hot Wheels Treasure Hunt," *Jurnal Komunikasi*, vol. 10, 2019.
- [2] "R. Dwi Prasetya, Pembangunan Aplikasi Jual Beli Diecast Hot Wheels Berbasis Mobile, 2020..pdf."
- [3] "Toys & Hobby - Indonesia." [Online]. Available: <https://www.statista.com/outlook/cmo/toys-hobby/indonesia>
- [4] "Surf's Up! Here comes the first Hot Wheels from the new factory in Indonesia." [Online]. Available: <https://lamleygroup.com/2017/08/17/surfs-up-here-comes-the-first-hot-wheels-from-the-new-factory-in-indonesia/>
- [5] "What is Hot Wheels Legends Tour?" [Online]. Available: <https://hotwheelsindo.com/legends-tour>
- [6] B. Menoreh and S. Setiawan, "Pengaruh Unsur Military Terhadap Desain Fashion Kalangan Muda di Indonesia," *JDI*, pp. 1–10, Mar. 2021, doi: 10.52265/jdi.v3i1.42.
- [7] N. A. Fadhilah and E. S. Putra, "Perancangan Tas Rajut Untuk Fasilitas Nail Artist," vol. 01, no. 01, 2023.
- [8] M. L. Baskoro and B. N. Haq, "PENERAPAN METODE DESIGN THINKING PADA MATA KULIAH DESAIN PENGEMBANGAN PRODUK PANGAN," vol. 4, no. 2, 2020.

- [9] T. B. Ayu and N. Wijaya, "Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Prototype Aplikasi Payoprint Berbasis Android," *MDP-SC*, vol. 2, no. 1, pp. 68–75, Apr. 2023, doi: 10.35957/mdp-sc.v2i1.4065.
- [10] A. C. Widodo and E. G. Wahyuni, "Penerapan Metode Pendekatan Design Thinking dalam Rancangan Ide Bisnis Kalografi".
- [11] M. Waskito and E. Setiadi, "Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Usaha Meningkatkan Kemampuan Kreatif Pekerja Desain Di Ikm Alas Kaki Melalui Kegiatan Perancangan Ragam Hias Upper Sepatu," *JDI*, pp. 15–23, Jan. 2019, doi: 10.52265/jdi.v1i1.5.