

PERANCANGAN VIDEO MOBIL ANTIK PRESIDEN IR. SOEKARNO SEBAGAI MEDIA UNTUK MENGENALKAN KEPADA MASYARAKAT SURABAYA

Farid Muharram¹⁾, Darwin Yuwono R²⁾, Ixsora Gupita C³⁾

S1 Desain Komunikasi Visual

Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) 13420100014@stikom.edu, 2) Darwin@stikom.edu, 3) Ixsora@stikom.edu

Abstract: *President Ir. Soekarno is a hero who inspired many people in Indonesia. But many people is unknowing about a precious objects relics of President Ir. Soekarno, for example found 23 units of antique presidential car ever used by President Ir. Soekarno to lead him to carry out his duties as a leader of the Indonesian state. In fact, not all of people, especially of Surabaya know what antique car ever used by President Ir. Soekarno in his tenure. This is based on the results of interviews conducted by several collectors who became resource persons. Lack of knowledge on President Ir. Sukarno led to low public awareness, especially in Surabaya about Presidential antique presidential car. Sukarno. From that case, this research is aimed to make a video of antique car of President Ir. Soekarno as a media to introduce to the people in Surabaya.*

Kata Kunci: Video, Presiden Ir. Soekarno, Mobil Antik

Latar Belakang Masalah

Banyak benda bersejarah di Indonesia pada saat pemerintahan dipegang oleh presiden pertama yaitu Ir. Soekarno. Hingga sekarang, beberapa tempat masih mempertahankan keaslian dari sejarahnya, mulai dari bangunan, artefak, hingga dokumentasi berupa foto dan video pada saat itu. Terdapat benda sejarah yang sangat langka, yang jarang di ketahui oleh masyarakat Indonesia. Benda tersebut adalah mobil antik yang pernah digunakan oleh presiden pertama Ir. Soekarno.

Dalam buku “Jejak Roda Petualang” ditemukan 23 unit mobil antik yang pernah digunakan oleh presiden Ir. Soekarno. Dua diantaranya berada dimuseum Djoeang Jakarta, namun sisanya telah menjadi milik pribadi para kolektor antara lain Hauwke Auto Gallery dan Jimmy Auto Gallery.

Kedua kolektor ini memiliki berbagai mobil antik yang pernah dipakai oleh presiden Ir. Soekarno. Namun untuk mobil antik tersebut tidak digunakan untuk keperluan komersil, melainkan hanya untuk kepentingan negara seperti penjemputan tamu negara. Walaupun sudah menjadi hak milik pribadi tetapi para pemiliknya harus merawat, tidak boleh

memodifikasi ulang dan selalu siap jika pemerintah membutuhkan kendaraan tersebut.

Pada permasalahan ini penulis merancang sebuah video mobil antik Presiden Ir. Soekarno sebagai media untuk mengenalkan kepada masyarakat Surabaya. Dengan memakai media utama berupa video untuk mengenalkan ke masyarakat adalah cara paling efisien dan paling diminati saat ini. Melalui video, masyarakat dapat ikut merasakan apa yang terjadi didalam video tersebut hanya dengan melihat visualnya saja. Maka dari itu penulis mengambil peluang tersebut untuk mengenalkan mobil antik Presiden Ir. Soekarno, yang akan diimplementasikan dimedia sosial seperti *Instagram* dan *Youtube*.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Penelitian jenis kualitatif itu sendiri adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis (Koentjaraningrat, 1993:89).

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara mendatangi lokasi-lokasi penelitian, yang bertujuan memberikan gambaran secara langsung mengenai objek yang di jadikan penelitian.

Objek penelitian

Mobil antik presiden Ir. Soekarno yang sebanyak 23 unit tersebut, dipilih sebanyak 6 unit yang boleh di publikasi diantaranya Chrysler Imperial Ghia Parade Limousine 1959, Chrysler Windsor Limousine 1947, Cadillac Fleetwood 75 Limousine 1957, Zil 111 Limousine 1961, Cadillac Fleetwood 75 Limousine 1950, Cadillac Fleetwood 75 Limousine 1960.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan teknik wawancara, dokumentasi, observasi, dan studi literature sehingga data dan informasi diambil dapat dipercaya dan terbukti.

a. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari penulis baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Observasi dilakukan terhadap warna bangunan, gaya arsitektur/Style bangunan (pilar-pilar, jendela, atap, pintu dst).

b. Wawancara

Wawancara adalah cara mengumpulkan data dengan bertanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung kepada sumber-sumber yang terpercaya pada bidangnya. Dengan melakukan wawancara, informasi yang didapat akan jelas dan terperinci. Wawancara akan ditujukan kepada pemilik dan pengurus dari lokasi penelitian yang telah ditetapkan tersebut yaitu kota Jakarta dan kota Blitar.

Wawancara pertama berada di Hauwke Auto gallery yang ditujukan kepada Laurent Setjodiningrat selaku *Operation Managers* dari pemilik Hauwke Auto Gallery di Jakarta, yang kedua melakukan wawancara di kota Blitar dengan bapak Bambang Mardiono, beliau adalah keturunan ke Sembilan dari silsilah keluarga Ir. Soekarno sekaligus pemilik dari Istana Gebang di kota Blitar. Wawancara terakhir ditujukan kepada Jimmy selaku pemilik dari Jimmy Auto Gallery di Jakarta.

Wawancara dengan bapak Laurent dan Jimmy mengenai asal usul mobil antik presiden Ir. Soekarno yang dimilikinya, mulai dari cerita sejarah dari mobil tersebut, keasliannya, dan surat-surat lengkap dari pemerintah. Kemudian wawancara dengan bapak Bambang Mardiono

mengenai kepastian jumlah mobil presiden Ir. Soekarno yang telah ditemukan saat ini dan sejarah presiden Ir. Soekarno mendapat mobil tersebut.

Wawancara yang dilakukan secara berulang-ulang pada sumber yang sama, dengan berbagai pertanyaan yang semakin terpusat dan mendalam. Pelaksanaan wawancara yang dilakukan ini antara lain, mengenai objek yang diambil, asal usul dari objek tersebut, dan tempat dari objek wisata itu sendiri.

Hasil dan Analisis Data

1. Wawancara dan Observasi

Observasi dilakukan bertujuan untuk mencari data valid tentang mobil antik presiden Ir. Soekarno yang berada di kota Jakarta. Observasi pertama dilakukan dikota Jakarta tepatnya berada di Hauwke Auto Gallery dan Jimmy Auto Gallery. Kedua lokasi tersebut merupakan sebuah garasi pribadi milik kolektor yang menyimpan berbagai mobil-mobil antik terutama mobil antik presiden Ir. Soekarno.

Dari hasil observasi yang dilakukan bahwa mobil antik yang pernah digunakan Presiden Ir. Soekarno kondisinya sangat terawat dan masih layak untuk dikendarai, namun ada 1 mobil yang warnanya mengelupas dan rusak. Penempatan mobil antik ini untuk Hauwke Auto Gallery ditempat digarasi mobil yang didesain sangat unik dan mewah, serta ada pajangan foto Presiden Ir. Soekarno dengan berbagai mobil antiknya. Untuk di Jimmy Auto Gallery ditempatkan disebuah garasi yang tidak semenarik seperti Hauwke Auto Gallery, namun untuk mobil antik Presiden Ir. Soekarno disana sangat terawat dan disimpan dengan rapi.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Laurent Setjodiningrat selaku *Operation Manager* sekaligus anak dari pemilik Hauwke Auto Gallery, data yang didapat dari beliau adalah mobil antik presiden Ir. Soekarno yang pernah digunakan belum tentu milik pribadi presiden Ir. Soekarno, melainkan hanya pernah digunakan oleh anaknya Presiden Ir. Soekarno atau hanya pinjaman saja.

Menurut beliau juga banyak orang mengatakan punya mobil antik presiden Ir. Soekarno tapi tidak mempunyai lisensi lelang dan surat-surat tersebut. Mobil antik presiden Ir. Soekarno yang dimiliki bapak Laurent ini tidak digunakan untuk kebutuhan komersil, dikarenakan *value* dari mobil antik itu sendiri sangat tinggi dan juga tidak diperjualbelikan.

Laurent juga bercerita sedikit tentang sejarah dari salah satu mobil antik presiden Ir. Soekarno miliknya yaitu Chrysler Imperial Ghia Parade Limousine 1959. Mobil tersebut dari sejarahnya adalah mobil yang dibuat secara khusus untuk presiden Ir. Soekarno, didesain oleh *Ghia Automobile Design* dari negara *Italy*. Sejarah dari mobil antik ini adalah pada saat perjalanan pengiriman ke Indonesia, mobil tersebut sempat dibajak dan dinyatakan hilang. Setelah sekian lama hilang dan akhirnya ditemukan langsung dikirim ke Indonesia untuk presiden Ir. Soekarno.

Wawancara berikutnya dilakukan dengan Bambang Mardiono selaku keturunan kesembilan dari silsilah keluarga presiden Ir. Soekarno sekaligus pemilik dari Istana Gebang di Blitar. Wawancara yang didapat dari beliau adalah memang benar mobil antik presiden Ir. Soekarno yang saat ini ditemukan sebanyak 23 unit, menurut beliau masih banyak lagi mobil-mobil antik presiden Ir. Soekarno yang belum ditemukan keberadaannya seperti mobil ambulan yang digunakan untuk mengantarkan jenazah presiden Ir. Soekarno.

Beliau sangat setuju dan mendukung jika ada seseorang yang melakukan penelitian tentang mobil antik presiden Ir. Soekarno, karena selama ini menurut bapak Bambang belum ada yang mencoba memperkenalkan mobil antik tersebut ke masyarakat. Selain itu bapak Bambang berharap masyarakat Indonesia lebih mengenal secara mendalam tentang presiden Ir. Soekarno, bukan hanya namanya saja dan prestasi yang dicapai presiden Ir. Soekarno, tetapi juga benda-benda bersejarah yang ada kaitannya dengan presiden Ir. Soekarno juga diketahui oleh masyarakat Indonesia.

2. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data yang didapat oleh penulis. Dari data yang didapat mobil antik presiden Ir. Soekarno yang sebanyak 23 unit tersebut, dipilih sebanyak 6 unit yang boleh di publikasi diantaranya Chrysler Imperial Ghia Parade Limousine 1959, Chrysler Windsor Limousine 1947, Cadillac Fleetwood 75 Limousine 1957, Zil 111 Limousine 1961, Cadillac Fleetwood 75 Limousine 1950, Cadillac Fleetwood 75 Limousine 1960.



Gambar 2.2 Mobil Ir. Soekarno Berada di Hawke Auto Gallery.

Hasil Dokumentasi Penulis, 2017

3. Studi Kompetitor

Studi kompetitor yang dipilih adalah video dari channel youtube yaitu yukepodotcom, yang berjudul “mobil mobil antik ini selalu menemani presiden soekarno saat merebut kemerdekaan Indonesia”. Di video tersebut membahas 5 mobil antik yang pernah digunakan oleh Presiden Ir. Soekarno, namun dari kelima mobil tersebut ada beberapa perbedaan mobil antik yang dibahas dari penulis. Video ini mulai dari awal pembukaan hingga penutup menempatkan cuplikan-cuplikan video amatir pada masa Presiden Ir. Soekarno menggunakannya. Dengan menempatkan cuplikan tersebut penonton dapat membayangkan situasi dan gambaran mobil antik pada saat itu dengan jelas. Selain itu juga memakai dubbing untuk menyampaikan pesan-pesan yang ada video tersebut. Video ini hanya bermodal mengambil kumpulan cuplikan yang ada di internet tanpa ada video orisinal dari

yukepodotcom sendiri. hal tersebut bisa bertentangan dengan hak cipta. Dan informasinya kurang detail.

Konsep dan Keyword

Data yang berhasil dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, observasi, literatur yang akan digunakan sebagai acuan penulis untuk menganalisa, maka dari itu:

Analisis STP (Segemntasi, Targeting, Positioning)

1. Segmentasi

a. Demografis Target Primer

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

Usia : 20 – 50 tahun

Status Sosial : Menengah keatas

Profesi : Pekerja

b. Geografis

Wilayah : Kota Surabaya

Ukuran Kota : Metropolis

c. Psikografis

Masyarakat yang menggemari dalam bidang otomotif dikhususkan pada mobil-mobil antik yang bersejarah dan menyukai melihat video-video otomotif yang memiliki teknik berkualitas tinggi.

2. Targeting

Target utama yang dituju yaitu masyarakat kota surabaya yang berusia 20 hingga 50 tahun yang menyukai dibidang otomotif, sejarah di Indonesia, dan menyukai melihat video-video terutama di media sosial seperti *youtube*.

3. Positioning

Positioning merupakan cara pemasar untuk menanamkan citra, persepsi dan imajinasi dari produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi. Tjiptono dan Chandra mengatakan bahwa (2012:1) Adalah cara produk, merek, atau organisasi perusahaan dipersepsikan secara relatif dibandingkan dengan produk, merek atau organisasi pesaing oleh pelanggan saat ini maupun calon pelanggan.

Dalam perancangan video mobil antik Presiden Ir. Soekarno ini memposisikan sebagai media alternatif bertujuan memperkenalkan mobil-mobil antik yang pernah digunakan oleh Presiden Ir. Soekarno.

USP (Unique Selling Proposition)

Unique selling preposition yang dimiliki oleh video mobil antik Presiden Ir. Soekarno adalah video yang dipadukan dengan objek yang sangat bersejarah yaitu mobil antik Presiden Ir. Soekarno. Komponen video tersebut didukung dengan pengambilan gambar close up dan longshot agar penonton dapat melihat secara keseluruhan dan bagian-bagian tertentu dari objek tersebut. Dengan memakai objek mobil antik Presiden Ir. Soekarno sangat menjadi penarik perhatian bagi masyarakat dan juga didukung oleh sumber-sumber terpercaya sehingga menjadi nilai tambah untuk video ini.

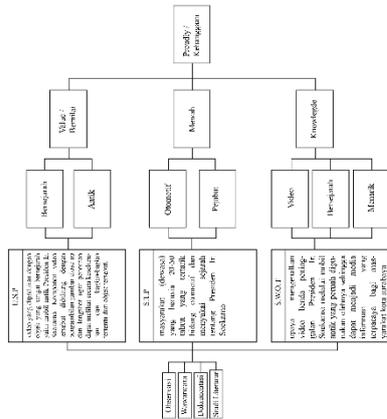
Analisis SWOT

Dengan melalui data-data yang dikumpulkan seperti, wawancara, observasi, literatur, dokumentasi, dan STP, analisa swot dapat menghasilkan sebuah strategi utama untuk memproduksi sebuah karya video yang akan dibuat.

		STRENGTH	WEAKNESS
INTERNAL	INTERNAL	1. video merupakan media alternatif unik, menawarkan sebuah pesan yang dipaparkan oleh masyarakat. 2. bernilai objek mobil antik bersejarah milik Presiden Ir. Soekarno.	1. dari total 23 mobil antik yang ditemukan hanya 6 mobil tua yang ada di dalam video.
	EXTERNAL		
OPPORTUNITY		STRENGTH - OPPORTUNITY	WEAKNESS - OPPORTUNITY
	1. video akan banyak ditonton karena dengan menggunakan objek bernilai peninggalan Presiden Ir. Soekarno. 2. belum ada penelitian yang meneliti mobil antik Presiden Ir. Soekarno.	1. melalui video unik mengenai mobil antik Presiden Ir. Soekarno sangat mudah dilihat dan dipaparkan oleh masyarakat, dan menjadi sesuatu hal yang baru untuk masyarakat.	1. video banyak ditonton meskipun hanya menggunakan 6 unit mobil antik Presiden Ir. Soekarno dan memiliki sesuatu hal yang baru untuk ditonton oleh masyarakat.
THREAT		STRENGTH - THREAT	WEAKNESS - THREAT
	1. tidak semua masyarakat tertarik dengan otomotif. 2. video yang ditayangkan di media sosial mudah tergantikan dengan postingan terbaru lainnya.	1. menjadi sebuah alternatif unik menyampaikan pesan yang ada di dalam video meskipun penonton tidak tertarik dengan otomotif.	1. membuat video mobil antik Presiden Ir. Soekarno yang ditayangkan untuk 20 hingga 50 tahun agar menarik perhatian masyarakat.
STRATEGI UTAMA menggunakan mobil antik Presiden Ir. Soekarno melalui media video sehingga dapat menarik perhatian masyarakat			

(Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017)

Key Communication Message



Konsep untuk perancangan video mobil antik Presiden Ir. Soekarno adalah “*Proudly*” atau Kebanggaan. Deskripsi dari kata “*Proudly*” adalah mengenalkan kepada masyarakat suatu kebanggaan Presiden Ir. Soekarno memiliki mobil kepresidenan Indonesia adalah mobil dari eropa berjenis limusin yang mewah pada zaman itu hingga sekarang ini.

Konsep “*Proudly*” ini bertujuan untuk mengenalkan Jenis-jenis dari mobil antik Presiden Ir. Soekarno sebagai benda yang paling bersejarah di Indonesia dan mempengaruhi masyarakat untuk mengenal sejarah Presiden Ir. Soekarno lebih dalam. Konsep ini sangat cocok untuk perancangan video mobil antik Presiden Ir. Soekarno dikarenakan mobil antik ini adalah mobil khusus untuk kepresidenan yang dimiliki oleh Presiden Ir. Soekarno, sangat langka, dan sangat sulit ditemukan.

Pengambilan Gambar

Pengambilan gambar dilakukan berada di dua tempat yaitu Hauwke Auto Gallery dan Jimmy Auto Gallery yang terletak di kota Jakarta. Sebelum melakukan pengambilan gambar, terlebih dahulu mempersiapkan alat-alat video seperti kamera, tripod, recorder, dan lain-lain. Namun alat-alat video yang dipakai untuk membuat video mobil antik Presiden Ir. Soekarno ini adalah kamera DSLR, DJI Ronin-M, dan monitor eksternal.

Backsound

Backsound berfungsi untuk mendukung video agar penonton yang melihat tertarik dan tidak merasa bosan. *Backsound* yang dipakai bergenre *epic*, yaitu music instrumental yang sesuai dengan konsep yaitu “*Proudly*”. Maka dari itu penonton dapat merasakan energi dan keyakinan saat melihatnya. *Backsound* yang dipakai berjudul “*ES_The Undefeated 3 - Rannar Sillard*”, didapatkan secara berbayar melalui website www.player.epidemicsound.com.

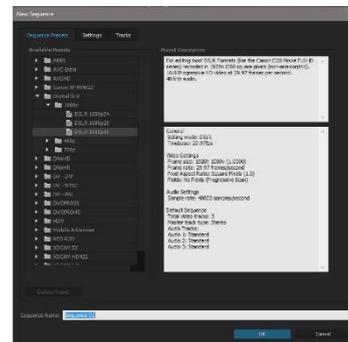
Tipografi

Tipografi untuk video mobil antik Presiden Ir. Soekarno adalah jenis *sans serif*, font yang bernama “*Leelawadee*” memiliki karakter *bold* dan *regular*. Font ini cenderung memiliki kesan tegas dan mudah dibaca. Maka dari itu font ini dipilih untuk digunakan dalam video mobil antik Presiden Ir. Soekarno.



Editing

Untuk melakukan *editing* penulis menggunakan *software* Adobe Premier Pro CC 2015. Dengan format video 1920x1080p 30fps. Video ini berisi jenis-jenis mobil apa saja yang pernah digunakan oleh Presiden Ir. Soekarno pada saat menjabat sebagai Presiden Indonesia yang pertama.



Gambar 4.11 Format Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017

Perancangan Media

Perancangan media dilakukan untuk mencapai efektivitas informasi kepada masyarakat. Maka dari itu dibutuhkan beberapa media pendukung yang disesuaikan dengan segmentasi. Media yang dipilih adalah berupa brosur dan flyer, media ini dipilih karena efektivitasnya yang sangat tinggi dan dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Selain itu media brosur dan flyer juga sangat ekonomis mulai dari harga hingga mudah disimpan.

a. Brosur

Brosur dipilih karena keefektifitasnya yang tinggi dan juga masyarakat mudah menerima saat diberikan brosur. Namun juga brosur selalu dibaca pada saat masyarakat menerimanya untuk mencari informasi apa yang tertera. Selain itu dengan ukuran yang ideal yaitu A4 sehingga mudah disimpan dan tidak berlebihan.

b. Flyer

Flyer dipilih sama halnya dengan brosur, karena keefektifitasnya dan mudah masyarakat mudah menerima saat diberikan, ukurannya yang lebih kecil dari brosur yaitu ukuran A5. Tetapi yang berbeda dari brosur adalah pesan informasi yang ada di flyer tidak lengkap namun hanya poin-poin penting saja yang masyarakat harus tahu

Implementasi Karya

1. Final Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno



Gambar 4.21 Tampilan Pembukaan Pada Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017

Pembukaan pada video mobil antik Presiden Ir. Soekarno menampilkan sebagian sisi dari mobil tersebut dengan pergerakan mundur kebelakang, pada saat pergerakan tersebut diikuti munculnya judul video, munculnya judul video menggunakan efek *opacity* dan *scaling* yang

mengikuti pergerakan dari videonya. Dengan begitu memberikan kesan mewah untuk ditonton. Judul yang dibuat adalah “*The Ex Indonesia*”, judul tersebut menggunakan nama dari plat khusus penanda mobil antik Presiden Ir. Soekarno dan didukung oleh tagline “*Ir. Soekarno’s Presidential Limousine*” yang berfungsi untuk memberikan makna bahwa “*The Ex Indonesia*” adalah mobil antik jenis limousine milik Presiden Ir. Soekarno.



Gambar 4.22 Tampilan Tagline Pada Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017



Gambar 4.23 Tampilan Keterangan Jenis Mobil Antik Presiden Ir, Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017

Pada bagian inti dari video mobil antik Presiden Ir. Soekarno ini menampilkan jenis-jenis mobil apa saja yang digunakan oleh Presiden Ir. Soekarno pada saat menjabat. Namun dari beberapa jenis tersebut diberi keterangan sejarah mobil, merk, tipe mobil, dan tahun berada ditengah bagian bawah. Keterangan tersebut diberi efek sama halnya dengan judul video.

3. Media Pendukung



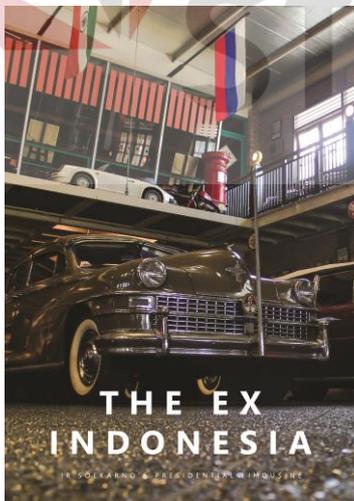
Gambar 4.25 Desain Tampak Depan Brosur Untuk Media Pendukung Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017



Gambar 4.26 Desain Tampak Belakang Brosur Untuk Media Pendukung Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017



Gambar 4.27 Desain Tampak Depan Flyer Untuk Media Pendukung Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017



Gambar 4.28 Desain Tampak Belakang Flyer Untuk Media Pendukung Video Mobil Antik Presiden Ir. Soekarno

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2017

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara merancang video mobil antik Presiden Ir. Soekarno dan media pendukungnya untuk menciptakan *brand awareness* kepada masyarakat kota Surabaya. Berikut kesimpulan yang diambil dari perancangan ini adalah mengenalkan mobil antik presiden Ir. Soekarno melalui media video sangat diminati oleh masyarakat saat ini.

Saran

Berdasarkan dari hasil perancangan ini, saran yang didapat sebagai berikut:

1. Diharapkan Perhimpunan Penggemar Mobil Kuno Indonesia (PPMKI) membuka pintu untuk masyarakat Indonesia yang ingin melihat, mengetahui, dan mempelajari kendaraan mobil antik Presiden Ir. Soekarno.
2. Video yang dirancang diharapkan dapat memberikan informasi yang akurat dan tepat.
3. Diharapkan mahasiswa dapat meneruskan laporan ini dari sisa 17 unit mobil antik Presiden Ir. Soekarno yang belum diketahui masyarakat bisa melalui fotografi, ilustrasi, dan lain-lainnya.

Daftar Pustaka

Sumber Buku :

Koentjaraningrat. 1993. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: ANDI.

