

HINO

Merek Global untuk semua Pelanggan

Cares



Seri Baru: Sejarah Hino

Mulai edisi ini kami mempersembahkan seri baru: Sejarah Hino. Di bagian pertama, yang berjudul DNA Hino yang Terukir dalam Emblem, kami membahas pemikiran di balik setiap emblem Hino hingga sekarang.



Pengembangan Tak Henti Teknologi untuk Tingkatkan Keselamatan

Takahiro Ootake
Insinyur Kepala
Divisi Perencanaan Bus/Produk



Di tengah perkembangan masyarakat dan pertumbuhan negara, orang dan barang semakin bergerak. Dengan demikian, peran bus dan truk menjadi semakin lebih penting lagi, dan transportasi menjadi urat nadi ekonomi. Hino memiliki misi "untuk menjadikan dunia yang lebih baik dengan membantu orang dan barang mencapai tempat tujuan mereka." Untuk mencapai hal ini, kami berupaya mengembangkan produk-produk yang berkualitas semakin tinggi. Hino bangga membuat kendaraan yang menyokong kehidupan masyarakat dan terus berupaya mengembangkan produk yang lebih baik lagi.

Hino memproduksi seri bus wisata "S'elega" guna memenuhi kebutuhan industri pariwisata dan perjalanan Jepang. Bahkan setelah perubahan model besar-besaran pada tahun 2005, inovasi dan perbaikan terus dilakukan untuk mengembangkan S'elega. "Berbagai faktor termasuk meningkatnya wisatawan ke Jepang menciptakan lonjakan permintaan untuk S'elega yang melampaui kapasitas produksi sekarang," kata Takahiro Ootake, Insinyur Kepala yang bertanggung jawab atas pengembangan bus di Divisi Perencanaan Produk. Selama 35 tahun di Hino, Ootake telah mendedikasikan karirnya untuk merancang dan mengembangkan bus.

Ootake menjelaskan mengapa S'elega sangat populer.

"Ada sejumlah alasan mengapa bus ini populer. Pertama, tidak ada perbedaan tinggi lantai di bawah kursi dengan di lorong antara kursi. Alasan kedua, kami yakin, ruang penumpang yang mewah dengan pencahayaan lampu LED serta langit-langit yang bergelombang. Selain itu tempat bagasi diperluas dengan menggunakan sistem AC tanpa mesin tambahan untuk AC, yang di model-model sebelumnya terletak di tempat bagasi, yang juga mungkin satu lagi alasan mengapa S'elega sangat populer."

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan bus adalah untuk membuat kendaraan nyaman mungkin. Upaya terus-menerus oleh Hino untuk meningkatkan kenyamanan di seri S'elega mendapat dukungan besar dari pelanggan, yang menjelaskan mengapa seri S'elega terus populer. Tetapi Ootake menjelaskan bahwa, meskipun kenyamanan adalah salah satu kuncinya, seri S'elega tentu menjadikan keselamatan nomor satu.

"Saya paham bahwa bus adalah kendaraan yang membawa jiwa banyak penumpang. Kami ingin mengembangkan teknologi agar perjalanan semakin selamat," katanya.

Keselamatan S'elega terus-menerus dikembangkan di setiap perubahan model kecil pun. Misalnya, Ootake menjelaskan bahwa S'elega adalah kendaraan komersial pertama di Jepang yang menggunakan sistem pencegahan kecelakaan Pre-Crash Safety System (PCS)^(*). Sistem ini dirancang untuk membunyikan alarm dan mengerem saat sistem mendeteksi tabrakan akan terjadi guna mencegah kerusakan akibat tabrakan. Sejak model keluaran tahun 2012, PCS juga dilengkapi dengan sistem kendali pasca tabrakan, yang saat terjadi tabrakan dirancang untuk membantu mengurangi kerusakan dengan terus mengerem hingga kendaraan berhenti sepenuhnya. Peningkatan lebih lanjut terdapat pada model keluaran tahun 2014, yang dilengkapi fitur baru yang dirancang untuk turut membantu mencegah tabrakan.

Dengan teknologi ini, saat sistem di bus mendeteksi sebuah kendaraan di depan berjalan lebih pelan dari bus, dan saat sistem mendeteksi



Desain lantai rata

kemungkinan tabrakan akan segera terjadi, sistem dirancang untuk membunyikan suara alarm untuk memperingatkan pengemudi serta mengerem sedikit. Tetapi saat bus menjadi semakin dekat ke kendaraan di depannya, sistem dirancang untuk mengerem bus dengan lebih keras. Selain itu, dua fitur lain yang kami maksudkan untuk semakin meningkatkan keselamatan juga digunakan di model tahun 2014. Salah satunya adalah "pemantau pengemudi", yang dirancang untuk mendeteksi wajah dan mata pengemudi serta memberi peringatan kepada pengemudi saat sistem mendeteksi berkurangnya perhatian pengemudi atas lalu lintas di depan. Fitur lain adalah "sistem peringatan pindah lajur" yang menggunakan kamera untuk memantau posisi lajur bus dan dirancang untuk membunyikan alarm dan indikator untuk memberitahu pengemudi saat sistem mendeteksi bus keluar dari lajur. Lebih jauh lagi, sistem ini dirancang tidak membuat penumpang merasa takut dengan menggunakan sistem peringatan terarah, yang mudah didengar oleh pengemudi tetapi tidak mudah didengar penumpang. Fitur-fitur keselamatan ini, serta juga fitur-fitur yang bertujuan meningkatkan kenyamanan penumpang dan efisiensi bahan bakar dan juga ramah atas lingkungan, hanyalah sedikit dari banyak faktor yang menunjukkan bagaimana S'elega terus berevolusi dengan tujuan menjadi garda depan industri.

Menutup wawancara dengan kami, Ootake menekankan bahwa peraturan keselamatan dan standar lingkungan Jepang menjadi semakin ketat, jadi tujuan kami dalam pengembangan kendaraan menjadi semakin tinggi lagi. "Di Hino, kami bertujuan mengembangkan kendaraan dengan performa pada tingkat yang melampaui peraturan yang ada. Kami berupaya mengembangkan produk dengan memperkirakan standar di masa depan dengan tujuan menjadikan produk kami melampaui performa yang diwajibkan. Banyak teknologi yang digunakan di S'elega adalah contoh yang baik mengenai kebijakan pengembangan ini. Lebih jauh lagi, meskipun sebagian fitur keselamatan ini mungkin digunakan di kendaraan-kendaraan lain di seluruh dunia."

^(*) "Pre-Crash Safety System (PCS)" adalah merek dagang Toyota Motor Corporation.

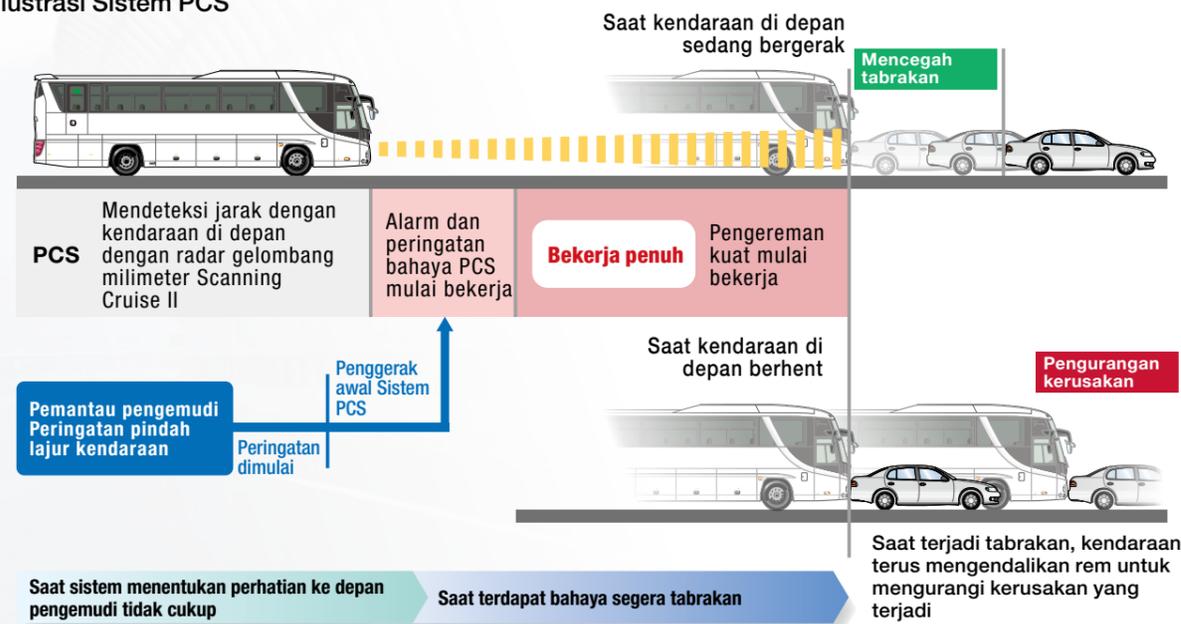


Pemantau pengemudi



Peringatan pindah lajur

Ilustrasi Sistem PCS



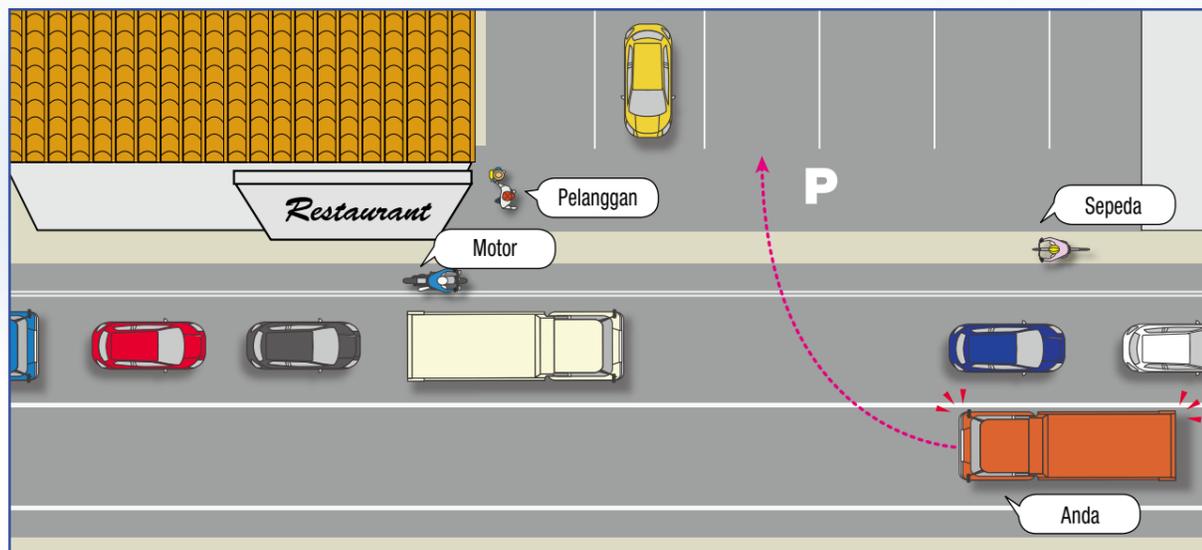
Keselamatan Nomor Satu: Berkendara dengan Selamat

Tanggung jawab sosial pengemudi adalah selalu mengemudikan kendaraan dengan selamat tanpa menyebabkan kecelakaan. Di HINO, kami selalu secara aktif mengimbuai semua pelanggan di seluruh dunia agar memperhatikan keselamatan berkendara, termasuk pentingnya perawatan kendaraan. Majalah ini pun memuat seri "Teknik berkendara dengan selamat" dengan harapan dapat turut berkontribusi untuk keselamatan berkendara para pembaca. Dalam edisi kali ini, kami menampilkan contoh kasus jalan yang macet dan berbagai bahaya yang mungkin ada serta cara berkendara untuk mencegah bahaya tersebut.



Kasus Jalan yang Macet

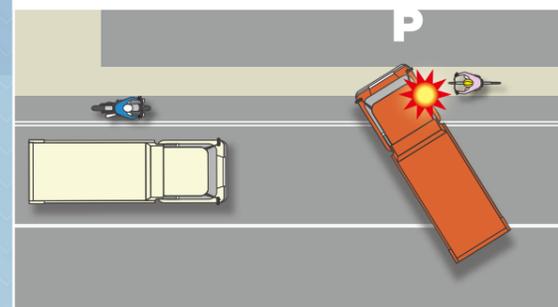
Anda tengah mengemudikan truk di jalan dua arah dengan satu lajur. Saat itu siang hari dan jalan di arah berlawanan sedang macet. Anda ingin belok ke kanan menuju tempat parkir sebuah restoran yang terletak di sisi berlawanan jalan. Mobil di arah berlawanan membuka jalan untuk Anda. Menurut Anda, bahaya apa saja yang membayangi dalam situasi ini?



Contoh bahaya yang ada dalam situasi ini

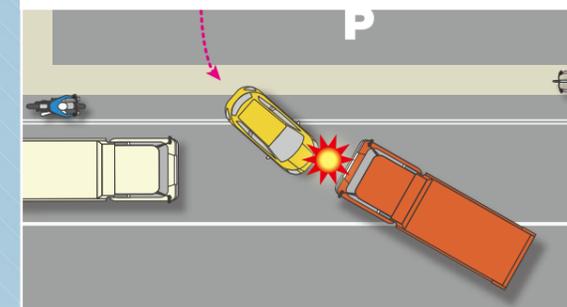
1

Motor atau sepeda mungkin muncul dari balik mobil di jalan arah berlawanan yang macet. Jika Anda terlambat memperhatikan, hal ini bisa berakibat tabrakan dengan truk Anda.



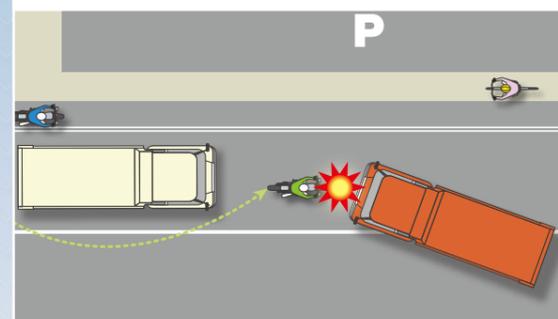
3

Jika ada mobil yang tiba-tiba keluar dari tempat parkir restoran, terdapat bahaya tabrakan dengan mobil tersebut saat Anda sedang membelokkan truk ke kanan.



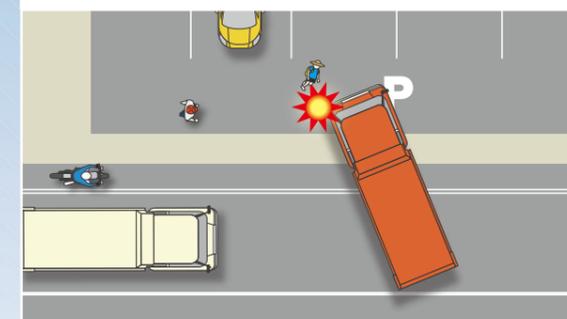
2

Motor di jalan yang macet mungkin lewat dari belakang kendaraan untuk menyalip di sela-sela kendaraan, sehingga terdapat bahaya bersenggolan dengan motor tersebut.



4

Restoran umumnya ramai didatangi pelanggan di siang hari, termasuk keluarga dengan anak untuk makan bersama. Mungkin saja anak-anak lepas dari pengawasan orang tua lalu berlari ke jalan dan tersenggol oleh truk Anda.



Cara Mencegah Bahaya

Saat ada mobil dari arah berlawanan yang membuka jalan untuk kita, kita sering merasa "harus cepat jalan nih," sehingga mungkin tidak memperhatikan apa pun selain mobil tersebut. Saat memotong mobil di tengah macet, mari biasakan berhenti sebentar dan pastikan keselamatan di kiri dan kanan. Jika jalan arah berlawanan memiliki dua lajur, harus berhenti sebentar di dua tempat, yaitu di setiap lajur. Selain itu, di daerah yang ramai orang, mari waspada terhadap orang yang masuk ke jalan selain terhadap kendaraan.

Dalam edisi kali ini kami menampilkan topik bahaya di "jalan yang macet" yang dapat dicegah jika pengemudi memiliki kemampuan yang tinggi dalam memperhitungkan bahaya. Demi menghindari kecelakaan, penting untuk mengemudi dengan memperhatikan hal-hal detail sambil memperhitungkan berbagai macam bahaya

(Penjelasan gambar) *Gambar menunjukkan contoh negara yang mengemudi di sebelah kiri

* Tulisan ini bersifat umum. Dahulukan peraturan mengemudi yang berlaku di negara, provinsi, dan kota Anda jika tulisan ini berbeda dengan peraturan.

DNA Hino yang Terukir dalam Emblem

Sejak didirikan tahun 1942, Hino dengan semangat 'pelanggan yang utama'-nya telah menjalin hubungan yang mendalam dengan semua pelanggan dan meraih penggemar di seluruh dunia. Sementara Hino terus teguh dalam komitmennya terhadap pelanggan, emblem yang menghias kendaraan-kendaraan Hino berubah bersama zaman. Edisi kali ini melihat sejarah emblem-emblem Hino.

Sejarah HINO

1947-1965



Emblem ini digunakan di model truk Hino generasi awal seperti truk seri T11 serta dump truck 6x6 seri ZC, yang terkenal untuk pembangunan bendungan.

1950-1960



Emblem ini mengilhami emblem-emblem bersayap berikutnya. Desain emblem ini bersayap pendek karena digunakan di truk TH10 dan bus BH10 dengan mesin di bagian depan yang memiliki tempat pemasangan emblem terbatas.

1952-1960



Sayap emblem ini menjadi lebih jelas, dan dibuat dengan desain melengkung untuk mengikuti kontur kap mesin truk seri TH dan bus seri BH.

1953-1963



Emblem ini menghiasi kendaraan yang dirakit dan dipasarkan di Jepang mulai tahun 1953 di bawah kemitraan Hino dan Renault.



1954-1962

Emblem ini digunakan di dump truck seri ZG, yang dikembangkan untuk pekerjaan konstruksi. Bentuk H yang tegas menunjukkan ketangguhan dump truck seri ZG yang digunakan pada pekerjaan berat

1952-1989



Emblem terkenal, yang menjadikan citra emblem bersayap adalah HINO. Digunakan pertama kali di bus besar untuk pasar domestik Jepang. Dan selama 37 tahun berikutnya, emblem ini menghiasi bus dan truk produksi Hino, sehingga menjadi 'simbol merek Hino.'

1960-1962



Emblem ini digunakan di Commerce, yaitu van bermesin depan dengan penggerak roda depan yang dirilis tahun 1960. Rancangan kendaraan ini memberi ruang yang cukup bagi emblem yang menekankan desain dengan sayap membentang ke kiri dan kanan.

1960-1968



Emblem ini diciptakan untuk TE10, truk multiguna berkapasitas 6,5 ton dengan mesin di bagian depan. Desain emblem ini mengikuti desain emblem seri TH yang mendahului truk ini dan menampilkan logo Hino dengan siluet persegi di atasnya.

1961-1964



Emblem ini digunakan di Contessa 900, kendaraan penumpang yang dikembangkan Hino. Desain ini memiliki ciri khas yaitu seolah memperlihatkan bilah radiator.

1961-1964



Emblem ini digunakan di Briska 900, yaitu truk pickup kecil, dan didesain saat Hino mencoba menunjukkan kehadirannya di pasar truk kecil dan mobil kecil, antara lain dengan Contessa.

1963-1967



Emblem ini menghiasi truk ukuran menengah Hino yang pertama serta bus seri BM dengan kabin di atas mesin. Logo Hino yang terletak sedikit di atas sayap membedakan desain emblem ini dari desain lain.

1964-1967



Emblem ini digunakan di Contessa 1300 coupe, yang mendapat banyak penghargaan otomotif di sejumlah negara. Warna emasnya melambangkan keberadaan Contessa coupe sebagai mobil yang istimewa.

1965-1967



Emblem ini digunakan di Briska 1300 yang dirilis tahun 1965. Desain ini berciri khas tiga bintang di atas dan empat garis di bawah logo Hino.

1964-1969



Emblem ini digunakan di ZM100, truk 6x4 berkapasitas lebih dari 10 ton pertama dari Hino, dan HF100, truk semi-trailer 6x4. Garis-garis yang elegan menjadikannya desain yang indah serta meninggalkan kesan yang kuat.

1967-1971



Emblem ini digunakan di HE300 generasi pertama, yaitu kendaraan yang meletakkan dasar untuk truk-truk semi-trailer 4x2 dengan kabin di atas mesin berikutnya. Desain ini berbentuk lebih persegi dibandingkan desain-desain sebelumnya namun tetap memiliki ciri khas emblem-emblem bersayap sebelumnya.

1964-1967

Emblem ini digunakan di sedan Contessa 1300 yang dirancang Giovanni Michelotti. Desain emblem ini memiliki bentuk yang disesuaikan dengan kontur badan mobil yang elegan.



1969-1970



Emblem ini digunakan di kendaraan-kendaraan seperti TC300, yaitu evolusi dari truk TC10. Hino pada masa itu tengah memperkaya desain kabin, dan perhatian pada detail tersebut tercermin dalam emblem ini.

1989-1994



Emblem ini didesain baru dan merupakan emblem bersayap terakhir yang digunakan di truk ukuran menengah. Desain emblem ini berdasarkan pada emblem sebelumnya yang digunakan sejak tahun 1971.

1992-1994



Emblem ini digunakan di truk-truk besar yang dirilis tahun 1992 dan merupakan emblem bersayap yang terakhir.

1994 - sekarang

Emblem ini diluncurkan pada tahun 1994 saat Hino mengubah desain identitas perusahaan. Huruf H melambangkan Hino, dan emblem ini menunjukkan dinamisme serta kekuatan untuk inovasi dan pertumbuhan Hino yang terus mengambil tantangan-tantangan baru menuju masa depan. Emblem ini juga menggambarkan matahari yang terbit di cakrawala. Dua busur ke arah dalam yang saling menarik melambangkan harmoni antara teknologi maju Hino dengan lingkungan, serta aspirasi perusahaan untuk pertumbuhan yang cepat di masa datang. Bentuk horisontal yang seperti anak panah ke dua arah melambangkan harapan yang terpatri sejak dulu sebagai pabrikan bus dan truk agar kendaraan selamat dalam perjalanan, baik pergi maupun pulang. Emblem ini digunakan di semua kendaraan Hino yang dijual sejak tahun 1994.



1



2



3



4



5



6



Tentang Emblem di Sampul

- 1 1966 : Emblem di bus berkap BH15
- 2 1962 : Emblem di Contessa 900 Sprint Emblem langka, yang menampilkan tulisan Hino dengan katakana
- 3 1967 : Emblem di Contessa 1300 Coupe
- 4 1961 : Emblem di truk tiga roda Hino
- 5 1953 : Emblem di Hino-Renault 4CV
- 6 1961 : Emblem di Contessa 900

File 8 : Gunting Kuku

Di tengah meningkatnya jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Jepang, sebenarnya ada data yang menarik. Dalam data peringkat seperti “10 Oleh-Oleh Terbaik dari Jepang Pilihan Orang Asing”, “Produk Jepang yang Mengagumkan dan Mengejutkan Orang Asing”, dan “Rekomendasi Produk Jepang yang ‘Wajib Segera Dibeli’ Saat Berkunjung ke Jepang” terdapat produk yang pasti muncul. Apakah Anda dapat menebak apa produk itu? Jawabannya adalah gunting kuku.

Di negara Anda pun, gunting kuku pasti digunakan sebagai satu barang yang rutin digunakan sehari-hari. Tetapi, mengapa gunting kuku Jepang membuat orang-orang di seluruh dunia kagum serta menjadi oleh-oleh yang populer? Berikut beberapa komentar yang dikutip dari pembuat data peringkat tersebut. “Ketajaman produk buatan Jepang berbeda.” “Gunting kukunya biasa, tetapi suami saya yang orang Amerika takjub dengan ‘ketajamannya tinggi’ sehingga sejak itu hanya menggunakan gunting kuku buatan Jepang.” “Gunting kuku buatan Jepang kualitasnya sangat tinggi. Potongan kuku tidak terlempar ke sana-sini, tetapi tersimpan di dalam gunting kuku. Bisa buang semua potongan kuku setelah selesai.” “Gunting kuku buatan negara lain banyak yang bentuknya seperti tang, potongan kuku terlempar ke sana-sini. Tetapi gunting kuku buatan Jepang memiliki tutup untuk menyimpan potongan kuku, sehingga banyak orang asing yang mengatakan mudah digunakan.” Banyak juga komentar lain. Tampaknya yang menjadi alasan terbesar adalah ketajaman serta potongan kuku yang tidak terlempar ke sana-sini. Mungkin dapat kita katakan bahwa gunting kuku ini adalah satu contoh perwujudan dari perhatian orang Jepang melalui semangat ‘omotenashi’ atau keramahan yang terdapat dalam gunting kuku model clipper dengan tempat untuk menyimpan potongan kuku sangat jarang ada di dunia serta juga gunting kuku dengan kaca pembesar yang khususnya populer belakangan ini.

爪
切
り



Gunting kuku Kershaw jenis leaf dengan tempat dari kulit
Ketebalan hanya 3,5mm

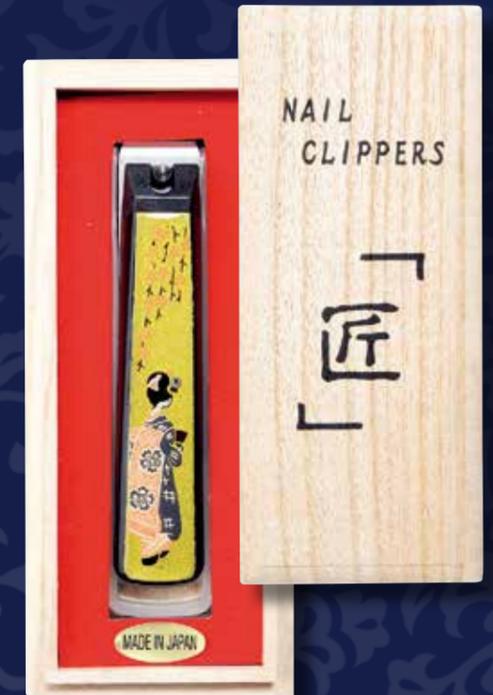
KAI, yang memiliki sejarah lebih dari satu abad, adalah salah satu dari sejumlah perusahaan pembuat gunting kuku Jepang yang terkenal. KAI kini adalah perusahaan kelas dunia yang memproduksi dan menjual berbagai produk rumah tangga mulai dari peralatan dapur dan alat perawatan kecantikan hingga alat kesehatan serta pisau untuk industri. Sejak didirikan, KAI tidak pernah berubah dalam semangat mengembangkan peralatan yang berakar dari kehidupan sehari-hari dengan teknik keahlian yang luar biasa. Produk-produk gunting kuku KAI, antara lain gunting kuku jenis ‘leaf’ yang paling tipis di dunia dengan ketebalan 3,5mm dan gunting kuku dengan kaca pembesar, semuanya disukai banyak orang karena sangat tajam serta mudah digunakan.



Gunting kuku dengan kaca pembesar
Sekimagoroku
Kaca pembesar memudahkan melihat
ujung gunting kuku.



Selain itu, gunting kuku edisi premium KAI yaitu “gunting kuku berhias pernis emas”, yang menggunakan teknik pernis tradisional Jepang, tampak sangat populer di antara wisatawan asing di tahun-tahun belakangan. Pernis emas adalah satu teknik menghias dalam kerajinan pernis. Ini adalah teknik seni menggambar tradisional yang hanya ada di Jepang, yaitu menggambar pola di permukaan yang hendak dihias dengan pernis, setelah itu dilapisi dengan butiran emas, perak, dan timah. Gunting kuku ini dibuat satu per satu dengan tangan oleh para pengrajin, dan jika Anda memegangnya, barangkali Anda pun ingin membelinya.



Gunting kuku yang diperkenalkan dalam edisi kali ini hanyalah satu dari produk yang dapat dibeli di Jepang. Jika Anda berkesempatan untuk berwisata ke Jepang, bagaimana jika Anda mencoba mencari berbagai jenis gunting kuku sebagai oleh-oleh dari Jepang?

Sumber: YOMIURI ONLINE, “Tolong Beritahu Produk Buatan Jepang yang Mengejutkan dan Mengagumkan bagi Orang Asing,” seri ke-3 membahas barang sehari-hari yang dekat dengan kita.

* Sumber 12 Artikel yang Perlu Dibaca Sebelum Membeli Hadiah “10 Peringkat Terbaik Oleh-Oleh dari Jepang yang Dipilih Orang Asing.”

* Rekomendasi Produk Jepang yang “Wajib Segera Dibeli” oleh Wisatawan Cina yang Berkunjung ke Jepang (Lifedoor News)

Permohonan Pengisian Angket HINO Cares

Terima kasih atas kesetiaan Anda untuk selalu membaca HINO Cares. Untuk menyediakan informasi yang lebih bermanfaat bagi Anda, kami ingin mendengarkan pendapat Anda mengenai majalah kami.

Harap fotokopi halaman ini, isi angket, dan email scan/foto halaman ini ke marketing@hino.co.jp atau faks ke tim editor HINO Cares (+81-42-586-4172).

Sebanyak 10 orang pengisi angket yang beruntung akan mendapatkan hadiah gunting kuku merek KAI yang ditampilkan di artikel Cool Japan.

Gunting kuku



* Tim editor akan menentukan jenis produk hadiah tersebut.

Nama perusahaan Anda	
Nama dan jabatan Anda	
Alamat Anda	

■ **Pendapat Anda mengenai artikel di Hino Cares 29** *Beri tanda untuk setiap artikel*

Artikel \ Pendapat Anda	Sangat Baik atau Sangat Menarik	Baik atau Menarik	Biasa saja	Buruk atau Tidak Menarik
Teknologi Hino				
Teknik berkendara dengan selamat				
Sejarah Hino				
Cool Japan (Gunting Kuku)				

■ **Ada kemungkinan data hasil scan/foto sulit dibaca, jadi harap pastikan bahwa hasil scan/foto Anda dapat terbaca sebelum mengirimkannya melalui email.** *Harap kirimkan angket selambatnya 30 November 2016.*



Hino Motors, Ltd.
3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan



Untuk membaca majalah Hino Cares secara online, pindai kode QR ini menggunakan smartphone Anda atau akses http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/

Situs Global: <http://www.hino-global.com>

©Hino Motors, Ltd. Semua hak dilindungi undang-undang. Tidak ada bagian dari penerbitan ini yang boleh direproduksi, disalin, atau disebarluaskan dalam bentuk atau cara apa pun.

Dicetak di Jepang