

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia ada beberapa komunitas Harley Davidson yang terdaftar resmi sebagai organisasi sosial kemasyarakatan seperti Harley Davidson Club Indonesia (HDCI) dan Ikatan Motor Besar Indonesia (IMBI). Organisasi ini merupakan gabungan motor besar Harley Davidson dan lain-lainnya, Harley Owner Group (HOG) sebagai komunitas dibawah pembinaan resmi Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Harley Davidson di Indonesia (PT. Mabua Harley Davidson). Selain itu ada pula komunitas penggemar motor Harley Davidson seperti Ikatan Sport Harley Davidson (ISHD) yang merupakan komunitas pecinta atraksi dengan menggunakan motor besar Harley Davidson yang telah cukup lama berdiri.

Selain sebagai sebuah hobi, memiliki dan mengendarai motor besar Harley Davidson memberikan pengalaman dan kebanggaan sekaligus juga merupakan “life style” (gaya hidup) para penggemar dan pecinta motor besar Harley Davidson. Dalam buku “On Brand” (Oleh: Hermawan Kertajaya) disebutkan bahwa Harley Davidson sebagai salah satu “Brand Religion” dimana *brand Religion* ini merupakan pencapaian tertinggi atas sebuah merek. Tahun 2013 ini berarti Harley Davidson sudah mencapai usia 109 tahun, sebuah keberhasilan dan pencapaian prestasi yang hebat sekaligus membanggakan karena dapat bertahan selama itu. Pencapaian ini menimbulkan bermunculannya *showroom* dan *retail store* dari *brand* Harley Davidson pada tiap kota di Indonesia, dan *showroomretail store* yang baik diharapkan tidak hanya menjual barang tetapi dapat menjadi suatu wadah yang memiliki jiwa bagi para pecinta *brand* tersebut dan memberikan pengalaman baru bagi penggemarnya.

Di Kalimantan Tengah khususnya kota Palangkaraya, komunitas besar seperti HDCI dan IMBI sudah mulai muncul dan terus berkembang seiring dengan kemajuan perkembangan di kota Palangkaraya tersebut. Telah tercatat, jumlah komunitas HDCI yang ada di kota Palangkaraya adalah seratus tujuh anggota sampai sekarang ini. Komunitas khususnya HDCI semakin bertambah dengan adanya pengaruh dari Kalimantan Selatan yang seringkali melakukan *touring* di setiap kota di Kalimantan, dan juga merupakan kota yang pertama membawa pengaruh *hobby* Harley-Davidson pertama. Kota palangkaraya merupakan kota yang masih melestarikan dan mengadaptasi kebudayaan asli nenek moyang daerah Palangkaraya yaitu budaya *Suku Dayak*. Kota Palangkaraya adalah kota yang sedang berkembang terutama pada pembangunan gedungnya. Kalimantan Tengah memiliki potensi pembangunan gedung yang tinggi dan masyarakatnya dapat beradaptasi dengan cepat. Sehingga memperlihatkan bahwa potensi dibangunnya Harley-Davidson Center di Kalimantan Tengah, Palangkaraya sangatlah tinggi. Selain itu, dimaksudkan juga agar dibangunnya Harley-Davidson Center dapat membantu mengembangkan peradaban kota Palangkaraya.

1.2 Gagasan/Ide

Perancangan *showroom dan retail store* Harley Davidson sebagai wadah bagi konsumen dan pecinta *brand* Harley Davidson untuk dapat merasakan kebanggaan memiliki *brand* Harley-Davidson melalui *showroom dan retail store* yang mencerminkan citra dari *brand* Harley-Davidson yang digabung dengan budaya Kalimantan Tengah, hingga diharapkan *showroom dan retail* Harley Davidson di Kalimantan Tengah ini dapat memberikan kesan yang baru, berani, dan *original*.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan beberapa masalah yang timbul, antara lain:

- a. Bagaimana menerapkan perancangan interior *showroom dan retail store* yang dapat memvisualisasikan karakter dari *brand* Harley Davidson yang digabungkan dengan budaya Kalimantan Tengah?
- b. Bagaimana menciptakan sirkulasi, program ruang, dan sistem display yang menarik bahkan unik, sehingga selain dapat mendukung aktivitas juga dapat memberikan pengalaman yang berbeda dari *retail store* biasanya?

1.4 Ruang Lingkup

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis membatasi ruang lingkup desain ini, adapun yang menjadi ruang lingkup adalah sebagai berikut:

- a. Ada 2 hal dari Suku Dayak yang diambil sebagai penerapan dasar konsep *showroom* dan *retail* Harley Davidson, yaitu:
 1. Rumah Betang, rumah tinggal Suku Dayak yang menjadi ide dasar struktur bangunan *showroom* dan *retail* Harley Davidson.
 2. Stilasi motif ornamen Dayak (salah satunya adalah motif burung enggang).

1.5 Tujuan Perancangan

- a. Memamerkan produk Harley Davidson pada konsumen.
- b. Memberikan kenyamanan secara visual maupun pergerakan pada interior ruang dengan mengatur sirkulasi yang baik hingga ruang dapat terefisiensi dengan sempurna

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, ide/gagasan konsep, identifikasi masalah, tujuan perancangan, dan sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, ide / gagasan konsep, identifikasi masalah, tujuan perancangan, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan tema perancangan berdasarkan studi literatur.

BAB III DESKRIPSI OBJEK STUDI

Bab ini berisi tentang deskripsi objek studi, dilengkapi dengan objek studi *imagedan* ulasannya, analisa fisik, dan analisa fungsional.

BAB IV ANALISA PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang ide implementasi konsep meliputi konsep umum, tema perancangan, dan implementasi tema pada desain ruang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran yang merupakan hasil dari analisis perancang.