

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi ini unsur-unsur budaya asing seperti pola pergaulan, *product brand*, serta pola hedonis mulai berkembang. Tindakan yang berhubungan dengan hedonis dan konsumerisme berkaitan dengan kebutuhan manusia / *self esteem* dimana tindakan itu sering terjadi dikarenakan adanya perbedaan kebutuhan khususnya di kota-kota besar. Permasalahan tingkat mobilitas di Jakarta mencapai angka yang sangat tinggi, dan faktor itu mendorong setiap individu membutuhkan kenyamanan dalam berkendara serta rasa aman. Maka dari itu pemilihan sarana mobilitas beroda empat, baik itu dari segi materi dan *brand* menjadi pertimbangan bagi kalangan menengah ke atas. Salah satu *brand* kalangan menengah ke atas yaitu Land Rover,

yakni sebuah *brand* yang berasal dari Inggris, yang memiliki kelebihan untuk selamat dari keadaan kota Jakarta dengan cara yang nyaman dan aman.

Land Rover berkembang di Inggris sampai pada akhirnya *brand* Land Rover itu bisa muncul dan diperkenalkan pada masyarakat di Amsterdam *Motor Show* pada tahun 1948. Land Rover telah memberikan inovasi serta fasilitas bagi kebutuhan *user* serta menjunjung tinggi teknologi dalam memperbaiki serta mempermudah aktivitas-aktivitas *user*. Selain itu, dengan spesialisasi Land Rover sebagai mobil 4x4 sesuai dipergunakan oleh pecinta olahraga *offroad* untuk menyalurkan kegemarannya dalam melakukan kegiatan *outdoor* dan berpetualang.

Komunitas penggemar mobil 4x4 Land Rover ini bermunculan dari banyak belahan dunia, termasuk di Indonesia, Land Rover Club Indonesia. Kegemaran dan kecintaan pada Land Rover inilah yang mendasari dan berkembangnya komunitas yang mewadahi anggota-anggota yang turut berpartisipasi aktif dalam mengembangkan dan mengikuti kejuaraan baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Pengguna dan penggemar Land Rover yang semakin bertambah dari tahun ke tahun menjadi salah satu titik ukur menjadi sebuah *brand* yang dipertimbangkan untuk dibeli dan digunakan baik oleh *user* yang mengincar keeksklusifan Land Rover maupun sebagai penggemar. Land Rover Club Indonesia yang sampai sekarang menjadi wadah bagi para pecinta dan menyukai mobil Land Rover ini memiliki jumlah anggota yang banyak dan memiliki perbedaan pada beberapa faktor, yakni umur, profesi serta kalangan yang berbeda-beda tiap individunya. Selain itu kurangnya fasilitas yang dimiliki oleh LRCI menjadi kendala terbesar, sehingga potensi dan kebutuhan dari Land Rover Club Indonesia belum bisa diakomodasikan dengan baik. *Showroom* mobil Land Rover yang berlokasi di Jalan Sultan Iskandar Muda, Arteri Pondok Indah, Jakarta Selatan, memiliki target pasar dalam meningkatkan penjualan mobil Land Rover kepada masyarakat kalangan atas di kota Jakarta Utara.

Rangkaian aktivitas yang bersifat internal dan eksternal yang dimiliki oleh Land Rover Club Indonesia, tidak bisa dilakukan secara optimal dikarenakan kurangnya akomodasi tempat dalam pengkoordinasian kegiatan tersebut. Melihat permasalahan yang muncul dan dihadapi di atas, maka dalam perancangan dan pendesainan sebuah *showroom Land Rover* yang memberikan sarana dimana anggota inti dari komunitas

yang bersangkutan bisa berkumpul, membahas, serta bersosialisasi mengenai kegiatan secara internal namun tidak mengganggu penjualan serta target pasar yang sudah direncanakan oleh *marketing team*. Melihat beberapa latar belakang permasalahan yang disebutkan diatas, maka perancangan *showroom* kali ini menggunakan konsep *driving adventure*, dimana menggambarkan sifat-sifat karakter yang dimiliki oleh *Land Rover*, yakni *exciting*, *masculine*, *experience* dan *challenging* yang akan dikemas secara teknologi sebagai tema dari perancangan *showroom Land Rover*.

## 1.2 Ide / Gagasan Perancangan

*Showroom* PT. Grand Auto Dinamika, *dealer* tunggal *brand* Land Rover di Jakarta Selatan ini merupakan sebuah bangunan komersil yang dapat memberikan kontribusi baik untuk *user* dan komunitas Land Rover Club Indonesia. Dengan menyediakan fasilitas sarana penjualan, memperbaiki hingga kebutuhan komunitas.

Perancangan interior *showroom* Land Rover ini menggunakan konsep *Driving Adventure* didasarkan pada unsur karakter yang dimiliki oleh Land Rover dengan pengaplikasian aluminium, kaca, konstruksi ekspos serta penggunaan detail paku *rivets* menjadi akses interior yang menjadi daya tarik. Mengusung tema teknologi menjadi salah satu cara untuk memberikan pandangan karakter Land Rover yang dikemas secara *modern* dan praktis.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang sudah dijabarkan, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana merancang sebuah *showroom* yang memberikan karakter spesifikasi yang dimiliki oleh Land Rover?
- b. Bagaimana menerapkan konsep perancangan dan penerapannya dalam sebuah *showroom* sebagai tempat berkumpulnya komunitas (anggota inti) tanpa mengganggu penjualan pada target pasar yang sudah ditetapkan oleh *marketing*?
- c. Bagaimana mendesain sebuah gedung *showroom* mobil yang juga sekaligus memiliki fungsi sebagai sarana berkumpulnya anggota inti dari komunitas Land Rover Club Indonesia?

## 1.4 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan-tujuan yang ingin dicapai dari desain interior yang akan diterapkan dalam *showroom Land Rover*, diantaranya :

- a. Memberikan dan mewujudkan sebuah desain interior yang mewakili karakter *Land Rover*.
- b. Menciptakan interior yang tidak hanya nyaman melainkan memiliki standar fungsi yang maksimal yang ditinjau dari *zoning* dan *blocking* dan menggunakan konsep *Driving Adventure* pada penerapan desainnya.
- c. Menciptakan sarana interior yang tidak hanya menyediakan *showroom area* tetapi juga menyediakan sarana berkumpulnya anggota inti dari komunitas Land Rover Club Indonesia.

## 1.5 Manfaat Perancangan

Perancangan *showroom Land Rover* ini memiliki manfaat sebagai berikut:

### 1. Bagi Perancang

Sebagai salah satu media untuk mempelajari dan mengembangkan wawasan mengenai sebuah *brand* mobil Land Rover dan berketerkaitan dengan pengimplementasian konsep yang dapat mempresentasikan citra *brand* yang bersangkutan.

### 2. Bagi Fakultas Seni Rupa dan Desain

Sebagai salah satu sumbangsih karya perancangan interior yang dapat memberikan sumbangan koleksi literatur berupa data dan desain, khususnya dalam bidang *showroom*.

### 3. Bagi Penggemar Land Rover

Sebagai salah satu sarana dimana *user* dan penggemar mengetahui *product* terbaru dan evolusi yang sudah dilewati oleh Land Rover dari awal hingga kini serta mendapatkan sarana untuk komunitas Land Rover Club Indonesia.

#### 4. Bagi Masyarakat Awam

Sebagai salah satu media pembelajaran perkembangan *brand Land Rover* beserta produk-produknya dan mengetahui apa karakter dan kelebihan yang dimiliki *Land Rover*.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun susunan sistematika dalam perencanaan, perancangan interior *showroom* mobil *Land Rover* adalah :

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, serta sistematika penulisan.

#### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang studi-studi literatur yang menjelaskan hal-hal apa saja yang patut diperhatikan dalam perancangan dan pendesainan sebuah *showroom* mobil secara teoritis dan lebih terperinci, dan mengenai fungsi-fungsi ruang yang akan dijadikan fokus dari proyek tersebut dan dikaitkan dalam pembahasan bidang desain interior.

#### BAB III DESKRIPSI OBYEK STUDI

Bab ini menjelaskan tentang informasi-informasi yang didapatkan di lapangan, mencakup analisis *site*, menganalisa fungsi ruang yang dibutuhkan, mengidentifikasi user beserta aktivitasnya, *flow activity*, *zoning* serta *blocking* dan hal-hal tersebut dikaitkan pada konsep yang akan diterapkan dalam perancangan *showroom* mobil tersebut.

#### BAB IV PENERAPAN DAN PEMBAHASAN KONSEP DALAM DESAIN

Bab ini menjelaskan tentang analisa data perencanaan, perancangan dan pendesainan *showroom* mobil yang lebih membahas lembar kerja dari proyek tersebut.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang rangkuman atas hasil analisa data, serta pembahasan secara garis besar mengenai konsep perancangan yang diterapkan dan keputusan-keputusan desain yang menjadi solusi desain dari setiap *problem statement* yang muncul.