

BAB I

PERANCANGAN FERRARI HALL OF FAME

1.1 Latar Belakang Masalah

Ketertarikan masyarakat Indonesia akan dunia otomotif sport sangatlah tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya diselenggarakan event- event otomotif sport serta banyaknya perkumpulan- perkumpulan yang berbau otomotif sport.

Sejak lama dunia otomotif di Indonesia termasuk memiliki peminat yang sangat tinggi. Khususnya untuk dunia otomotif mobil, Ferrari menjadi salah satu *brand* dimana banyak orang Indonesia bermimpi untuk dapat memiliki mobil tersebut.

banyak dari orang menyukai Ferrari lebih dikarenakan prestasi yang dimiliki oleh Ferrari, nama besar yang dimiliki Ferrari serta produk dari Ferrari yang memiliki bentuk- bentuk yang *sporty* serta *elegant*.

Sangat disayangkan dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang tertarik dengan produk Ferrari ini tidak didukung dengan kemampuan masyarakat akan daya beli untuk produk tersebut, serta sarana informasi dari Ferrari yang sangat minim membuat masyarakat hanya dapat menjadi penggemar tanpa dapat mengetahui produk kecintaannya tersebut secara lebih lagi.

1.2 Identifikasi Masalah

Melihat dari latar belakang masalah yang ada dapat kita simpulkan beberapa masalah yang dihadapi masyarakat yang menyukai Ferrari di Indonesia, seperti tidak adanya fasilitas yang setidaknya dapat memenuhi rasa penasaran masyarakat akan Ferrari. Selain itu penilaian masyarakat akan Ferrari pun menjadi lain yaitu sebuah barang mewah dengan harga yang mahal. Padahal hal tersebut bukanlah hal yang ingin disampaikan pihak Ferrari kepada konsumennya.

1.3 Ide/ Gagasan Perancangan

Berdasarkan masalah yang didapat di atas perancangan Ferrari *hall of fame* ini akan menggunakan konsep perancangan *pars pro toto*. Dalam rancangan ini perancang akan mengaplikasikan majas *pars pro toto* ini ke dalam bentuk bahasa ruang interior. *Site* yang digunakan dalam perancangan ini adalah bangunan Bumi Indraprasta *Marketing Gallery* yang terdapat di daerah Kota Baru Parahyangan. Pemilihan *site* ini didukung dengan konsep dari Kota Baru Parahyangan yang menawarkan sebuah hunian mandiri yang berwawasan dan berpendidikan.

1.4 Rumusan Masalah

Beberapa pikiran utama yang menjadi pokok masalah berkaitan dengan latar belakang di atas:

1. Bagaimana fasilitas Ferrari *hall of fame* ini akan ditampilkan.

2. Bagaimana mengaplikasikan sebuah majas pars pro toto untuk di jadikan dalam bentuk bahasa ruang interior.

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang terlampir di atas, perancang melampirkan beberapa tujuan dalam penulisan Ferrari *hall of fame*, yaitu:

1. Merancang sebuah Ferrari *hall of fame* dengan fungsi sebagai sebuah fasilitas dimana masyarakat dapat mendapatkan informasi yang menjelaskan mengenai Ferrari. Serta sebuah fasilitas marketing bagi Ferrari itu sendiri mengenai mengapa produk mereka mahal dan pantas untuk dibeli.
2. Merancang sebuah Ferrari *hall of fame* dengan mengambil konsep pars pro toto yang diharapkan masyarakat dapat merasakan bentuk ruang yang mewakili dari Ferrari itu sendiri.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Menyampaikan pesan Ferrari yang sebenarnya kepada masyarakat mengenai mengapa produk mereka mahal dan pantas untuk dibeli.
2. Sebagai sarana informasi mengenai Ferrari.

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Area lingkup perancangan pada Ferrari *hall of fame* hanya meliputi area museum, area lobby, dan area café. Area museum menjadi area utama sebagai sarana informasi mengenai Ferrari sehingga masyarakat dapat mendapatkan berbagai macam informasi mengenai Ferrari. Area lobby menjadi area paling pertama yang memperlihatkan identitas Ferrari kepada masyarakat. Sedangkan area café menjadi area pendukung dimana di area tersebut masyarakat dapat beristirahat setelah memasuki museum serta dapat juga menjadi area *dealing* bagi orang yang berminat dengan produk Ferrari.