



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Timberland merupakan suatu *brand* besar yang terkenal dalam dunia perlengkapan kegiatan alam terbuka. *Timberland* memiliki berbagai macam jenis desain dan warna-warna yang menarik. Selain itu, *Timberland* memiliki divisi *boots and shoe* yang merupakan divisi yang membahas tentang sepatu yang di khususkan untuk kegiatan alam terbuka. *Timberland* sendiri memiliki kecintaan terhadap lingkungan melampaui produk mereka, dilihat dari visi dan misi yaitu untuk memberi partisipasi terhadap lingkungan yang lebih baik. Hal ini dibuktikan dengan komitmen mereka terhadap alam , para staf dianjurkan ikut program menanam pohon serta penggunaan beberapa material daur ulang pada produk mereka.

Hasilnya , hutan-hutan buatan program pohon *Timberland* sudah menyebar di seluruh dunia. Di Cina, Haiti dan Republik Dominika mereka berhasil menanam pohon di lahan seluas 2.5 hektar.

Tujuannya bukan hanya untuk menjaga kestabilan bumi akibat pemanasan global, tetapi untuk membantu 2.000 petani yang hampir kehilangan mata pencaharian. Timberland tetap bermetamorfosis menghasilkan gaya terkini, namun juga tetap memerhatikan lingkungan.

Olahraga merupakan suatu hal yang penting dilakukan secara rutin untuk menjaga kesehatan dan kualitas hidup manusia. Ada banyak berbagai aktivitas olahraga yang bisa dilakukan. Kegiatan olahraga alam Terbuka sebagai contoh, selain memiliki banyak manfaat untuk kesehatan. Kegiatan ini juga memiliki makna positif, hal tersebut dilakukan karena aktivitas yang dilakukan di alam akan meningkatkan daya ingat dan konsentrasi tinggi. Sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan Marc Berman dalam bukunya yang berjudul yaitu *Time Traveler*, “Jika Anda terbiasa dengan kegiatan di alam bebas untuk berlibur dan melakukan aktivitas seperti berjalan, pilihan tersebut sangat baik terutama untuk otak Anda”. Hal ini akan memotivasi individu untuk dapat keluar dari zona nyaman dan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dalam beberapa tahun terakhir, kegiatan di alam terbuka saat ini banyak dilakukan oleh masyarakat sebagai salah satu alternatif wisata, kegiatan pendidikan dan penelitian di Indonesia sehingga menjadi suatu tren di masyarakat khususnya di kota-kota besar seperti Kota Bandung dan Jakarta.

Dilihat dari jumlah *event* serta komunitas yang ada, dapat dibilang cukup signifikan. Menurut data yang diambil dari *website* <http://pecintaalam.com> (diakses: Selasa, 22 Februari 2016 Pk 15.00), setidaknya terdapat 66 organisasi pecinta alam setingkat perguruan tinggi yang tersebar di perguruan tinggi negeri dan swasta di kota Bandung dengan jumlah anggota yang bervariasi dengan rata – rata anggota aktif 30 / organisasi. Peningkatan jumlah anggota komunitas pecinta alam setingkat Jawa Barat juga meningkat cukup drastis dalam 2 tahun terakhir ini. Tahun 2016 menjadi tahun dengan perkembangan komunitas pecinta alam yang sangat signifikan, yaitu terdapat 91 organisasi yang tersebar di seluruh Jawa Barat.

Dilihat dari jumlah peminat cukup banyak tersebut, belum terdapat suatu fasilitas/sarana penunjang yang menarik secara interior untuk dapat mewadahi kegiatan serta komunitas-komunitas pecinta alam yang ada di kota Bandung, seperti sarana/tempat untuk berkumpul sebelum dan sesudah kegiatan, serta tempat yang nyaman untuk bersosialisasi dan bertukar informasi tentang kegiatan yang akan dilakukan dan perlengkapan yang dibutuhkan.

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat *Timberland Center*, yang merupakan sebuah ide merealisasikan misi brand dari *Timberland*, menjadikan kegiatan alam terbuka sebagai *lifestyle* dan sebagai sarana penunjang untuk memfasilitasi komunitas pecinta alam dalam melaksanakan kegiatan mereka.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan yang akan dibahas, yaitu:

- Belum adanya retail *Timberland* dengan fasilitas pendukung lainnya seperti *Timberland Care* yang memiliki bentuk interior yang sesuai dengan karakteristik brand *Timberland*. Yang ada di Indonesia saat ini merupakan retail *Timberland* satuan dengan bentukan yang terlalu sederhana dan monoton.
- Untuk merealisasikan misi brand *Timberland*, yaitu menjadikan kegiatan alam terbuka sebagai *lifestyle*, dibutuhkan suatu wadah dan fasilitas (*base camp*) yang memadai untuk komunitas pecinta alam di kota Bandung seperti tempat untuk berkumpul sebelum dan sesudah kegiatan dimulai, serta sarana dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan mereka.
- Sesuai dengan visi dan misi *Timberland*, dibutuhkan sebuah ruang *public* yang menarik dan inovatif secara interior untuk memperkenalkan brand *Timberland*. Seperti *Timberland Galery*, *Lobby*, dan penggunaan *interactive tools* pd ruang agar semakin menarik pengunjung

### 1.3 Ide Perancangan

Dalam perancangan *Timbeland Center*, perancang ingin mendesain sebuah store dengan fasilitas lengkap dan menarik serta memberikan fasilitas pendukung untuk mewadahi kegiatan-kegiatan alam terbuka serta komunitas pecinta alam yang ada serta sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatan alam terbuka sebagai *lifestyle* dengan *Timberland* sebagai *brand* yang memfasilitasi hal tersebut. Tempat ini tidak hanya menawarkan produk sepatu yang berkualitas, namun juga sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman dan komunitas.

Konsep yang akan diterapkan pada fasilitas ini diambil dari misi utama *Timbeland* dan. Adapun beberapa fasilitas yang disediakan oleh *Timbeland Center* ini adalah:

1. *Timbeland Store* yang menyediakan perlengkapan-perengkapan kegiatan alam terbuka yang berfokus pada sepatu dan jenis produk pendukung seperti pakaian, jam tangan, kacamata, dan aksesoris kulit.
2. *Timbeland Care Center* sebagai tempat untuk memperbaiki dan mendesain warna sepatu (*custom*) yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.
3. *Timberland Galery*, berisi tentang informasi sejarah singkat dan pembuatan sepatu secara detail seperti material, tahap – tahap pembuatan sampai pada *finishing* produk.
4. *Hiker Track* merupakan medan buatan berfungsi sebagai penghubung antara satu area dengan area indoor - *outdoor* lainnya dan menunjang produk agar pengunjung dapat mencoba beberapa jenis sepatu yang ditawarkan oleh *Timberland Center*.
5. Area informasi untuk *event-event* seperti hiking, climbing, mountainering yang akan diadakan.
6. *Lounge and Cafe*

## 1.4 Manfaat Perancangan

1. Merancang sebuah pusat komersial (*retail*) dari brand *Timberland* dengan fasilitas pendukung yang lengkap yang bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan dan motivasi bagi masyarakat untuk terus berolahraga, dalam hal ini berolahraga di alam terbuka.
2. Merancang sebuah fasilitas pendukung berkumpul (*base camp*) yang dapat memwadahi kegiatan dan sosialisasi komunitas pecinta alam di Kota Bandung, serta sebagai tempat informasi tentang acara dan *event-event* seputar kegiatan yang diadakan.
3. Merancang sebuah ruang publik yang menarik dan inovatif agar dapat menjadi penarik dan memotivasi orang-orang yang ada di dalamnya untuk dapat mendukung kegiatan berolahraga khususnya di alam terbuka.

## 1.5 Ruang Lingkup

*Timberland Center* terdiri dari toko *Timberland Store (retail)*, *lobby*, *Timberland Galery*, *Timberland Care Center*, *Hiker Track*, serta fasilitas-fasilitas pendukung penunjang komunitas pecinta alam seperti area information dan cafe . Area-area tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan untuk memenuhi tujuan perancangan yang ada. Ruang lingkup ini berfungsi sebagai batasan-batasan perancangan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika yang akan dibahas pada laporan ini ialah:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, ide perancangan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode perancangan, ruang lingkup perancangan serta sistematika penulisan laporan perancangan *Timberland Outdoor Center*.

### **Bab II Timberland Outdoor Center**

Bab ini berisi tentang kajian/studi literatur yang berhubungan dengan *Timberland Store*, *Timberland Care Center*, *Cafe*, *Timberland Galery*, *Hiker Track*, serta fasilitas-fasilitas pendukung pada proyek perancangan *Timberland Center* yang mencakup standar ergonomi, sirkulasi, pencahayaan, beserta studi banding dengan toko-toko timberland lainnya.

### **Bab III Deskripsi Proyek**

Bab ini berisi tentang deskripsi proyek, data dan analisa site dan bangunan, identifikasi dan aktivitas *user*, kebutuhan ruang, serta konsep dan tema perancangan.

### **Bab IV Perancangan Timberland Outdoor Center**

Bab ini berisi tentang pembahasan perancangan Timberland Center dimulai dari penerapan konsep, gambar kerja, denah, potongan, detail interior, furniture, serta perspektif ruang.

### **Bab V Penutup**

Bab ini berisi kesimpulan dari perancangan yang telah dibuat serta saran yang ditujukan untuk berbagai pihak yang akan membuat perancangan serupa.