

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Motocross mulai muncul pada tahun 1860 dengan sepeda motor sederhana bermesin uap. Inovasi ini diciptakan oleh ilmuwan asal Inggris bernama Pierre Michaux. Pada awal 1900-an mulai banyak penggemar olahraga ekstrim ini. sampai tahun 1920-an balap motor ini terus berkembang menjadi kompetisi yang dikenal dengan sebutan *Motocross* yang diadakan di Camberley, Inggris. Saat itu kompetisi ini bernama *British Off-Road*. Tahun 1960-an mesin sepeda motor *2 stroke* mulai muncul dan pada 1970-an kompetisi olahraga ekstrim ini berkompetisi di sebuah arena balap. Berbagai perusahaan motor Eropa seperti Swedia, Cekoslovakia, dan Inggris saling bersaing untuk menciptakan motor yang ringan saat melakukan manuver. Pada akhir 1960 industri motor Jepang memproduksi sepeda motor berkualitas tinggi. Perusahaan Suzuki berhasil masuk dalam kejuaraan dunia *Motocross* untuk level 250 cc tahun 1972 di Los Angeles Coliseum.

Motocross Digunakan pada lintasan *off-road* pendek yang diberi berbagai rintangan. Sepeda motor ini memiliki tangki bahan bakar kecil supaya ringan dan kecil. Suspensi yang panjang memungkinkan pengendara melakukan lompatan pada kecepatan tinggi. Mesin *motorcross* biasanya satu silinder unit *dua-stroke* atau *empat-stroke*, dengan variasi ukuran dari 50cc sampai dengan sekitar 650cc. Sepeda *Motocross* juga dapat digunakan dalam *Freestyle Motocross*.

Motocross sendiri terbagi menjadi dua jeni yaitu *MX (motocross)* dan *Enduro* keduanya memiliki 2 perbedaan pada spesifikasi kegunaan dan motor itu sendiri yaitu :

Enduro

Enduro merupakan uji ketahanan, baik untuk rider maupun motor itu sendiri dengan melewati berbagai rintangan. Misalnya di dalam hutan, *rider* harus melewati rintangan berupa ranting pohon yang rendah, batang pohon tumbang, jalanan berbatu, melewati sungai, naik turun bukit, jalanan berupa kerikil, pasir, bahkan lumpur. Secara fisik memang tidak ada perbedaan signifikan antara motor enduro dan motor *dual sport* atau *motocross*

MX (motocross)

Motocross adalah balapan motor *off road* yang berlangsung di sebuah sirkuit yang sudah dipersiapkan. Karena ini adalah sebuah balapan, maka spesifikasi motor yang digunakan juga tidak Main-main, seperti mesin berkapasitas 125-450 cc, sasis yang rigid, ban pacul Dengan spesifikasi

dan performa yang mempuni, maka jangan heran kalau harga motor ini sangat mahal. Motor ini pula yang biasanya disebut dengan *SE (special engine)*.

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai peminat hobi *Motocross* dan *Motoradventure* yang cukup tinggi. Negara kita juga merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang cukup besar baik dari segi laut dan juga hutan, Dari kesimpulan tersebut kita dapat mengetahui bahwa di negara kita Indonesia merupakan negara yang berpotensi menjadi surga bagi para *crosser* dan menjadikan Indonesia memiliki penggiat hobi *Motoradventure* dan *Motorcross* cukup banyak dan dapat dikatakan sebagai salah satu potensi pariwisata yang dapat diterapkan di Indonesia.

Salah satu wilayah dan provinsi yang memiliki potensi tersebut ialah Jawa Barat karena dari fakta yang ada dapat diketahui Provinsi Jawa Barat memiliki bentangan pegunungan yang sangat luas dengan jumlah hutan yang sangat banyak dan cocok untuk digunakan sebagai lintasan *off road* bagi para *crosser* di Indonesia. Salah satu wilayah atau kota yang memiliki jumlah penggiat *motorcross* yang banyak merupakan wilayah kota Bandung, Dari segi jumlah penduduk yang sangat banyak, serta faktor geografisnya wilayah Ibu Kota Provinsi Jawa Barat ini menjadi salah satu basis komunitas *crosser* di Indonesia. Dari fakta tersebut mengakibatkan penulis ingin menjadikan sebuah ide untuk merancang sebuah *showroom* motor *motorcross* yang dapat memenuhi kebutuhan serta menjadikan wadah bagi para penggemar serta komunitas *crosser* yang berada di Jawa Barat khususnya berada di wilayah Kota Bandung. Penulis ingin menciptakan sebuah *showroom motorcross* dengan menggunakan brand KTM karena jumlah peminat dan kualitasnya yang sudah diakui oleh banyak orang di kalangan *crosser*. Fakta lain juga yang menjadi alasan mendesain *showroom* motor KTM yaitu Beberapa *retail / showroom* yang sudah ada di Indonesia ini belum memberikan fasilitas dan wadah yang cukup baik untuk para komunitas motor trail melakukan kegiatan, Dan di kota Bandung sendiri hanya beberapa saja yang sudah dapat dikatakan memiliki fasilitas yang cukup memadai bagi para *bikers*. Selain dari segi kebutuhan dari segi penataan interior *retail* KTM yang terdapat di beberapa wilayah di Indonesia juga masih belum di desain secara baik dan sesuai standart interior yang memadai dan terkesan Asal – asalan dalam menempatkan produk yang di pajang pada *Shorroom* KTM tersebut.

Oleh sebab itu kebutuhan untuk olahraga hobi *Motoradventure* dan *Motorcross* cukup tinggi dan menjadi potensi bisnis yang sangat baik, Pada kesempatan yang baik ini saya akan menggunakan Brand KTM sebagai bahan tugas akhir saya (TA) Dengan menciptakan sebuah Showroom / Retail motor untuk jenis *Motorcross* dengan menggunakan KTM sebagai brand motor tersebut.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Identifikasi masalah dalam perancangan Interior *Showroom Motor Trail* KTM di Kota Bandung adalah:

- *Showroom* motor KTM yang sudah ada di Indonesia masih banyak yang belum dapat memenuhi kebutuhan serta menjadi wadah untuk Kumpul bersosialisasi / berinteraksi bagi para penggemar dan komunitas motor KTM ?
- Desain Interior *Showroom* motor KTM yang telah ada di kota Bandung belum secara baik dalam segi penataan produk dan dekorasi ruangan kurang diolah ?
- Penataan Sirkulasi pada *retail / Showroom* yang ada di Bandung kurang terolah dan menarik serta nyaman bagi pengunjung ?
- *Showroom* motor KTM di Bandung kurang memberikan *corporate identity* brand KTM pada segi desain interiornya ?

1.3 IDE DAN GAGASAN

Perancangan *Showroom motor Trail* KTM di Kota Bandung ini , menggunakan denah *existing* yang berada di *The Secret* Bandung. Penulis laporan memiliki tujuan agar citra perusahaan KTM tersebut dapat terlihat dari desain ruangan interior *retail* yang sesuai dengan ciri khas perusahaan *trail* KTM sendiri. Penulis juga ingin merancang sebuah *retail brand* KTM yang dapat menjadi *icon* dan kiblat bagi para konsumen dan komunitas pencinta motor *trail* KTM di Indonesia khususnya Jawa Barat dan Kota Bandung. Perancangan Interior *Showroom Motor trail* KTM ini bergaya modern dengan mengambil citra yang ada pada logo pabrikan motor KTM itu sendiri yang memiliki warna khas pada logonya yaitu warna hitam , serta dominan warna orange yang dominan sebagai ciri khas dari *brand* motor KTM yang akan

dipakai untuk pewarnaan interior *showroom* motor tersebut. Tujuan dari gagasan penulis ialah memberikan ciri khas pada *showroom* untuk membedakan *showroom* KTM dengan *showroom* motor lain dan untuk memudahkan orang mengenali produk barang yang dipamerkan pada *showroom* itu sendiri, Selain itu bertujuan untuk menarik minat *customer* dan lebih memfokuskan pada penjualan. Interior *showroom motor trail* KTM juga dibuat agar lebih memunculkan karakteristik KTM.

1.4 RUMUSAN MASALAH

- Bagaimana merancang sebuah interior *showroom* motor KTM yang baik dan dengan sirkulasi yang baik ?
- Bagaimana menerapkan *cooporate identity* pada desain interior *showroom* motor KTM di kota Bandung ?
- Bagaimana mendesain / merancang sebuah desain interior yang dapat memenuhi kebutuhan dan mewadahi aktifitas para *Crosser* baik perorangan maupun komunitas untuk berinteraksi dan melakukan kegiatan seperti *family gathering* atau *kumpul – kumpul* bersama komunitas motor yang ada di Kota Bandung ?

1.5 TUJUAN PERANCANGAN

Tujuan dari perancangan desain interior *showroom* motor trail KTM yaitu :

- Mewujudkan desain perancangan interior *showroom motor trail* KTM di Jawa Barat khususnya kota Bandung yang dapat mewadahi kebutuhan penggemar dan komunitas penggiat hobi *motocross* KTM
- Menciptakan dan mewujudkan penerapan tema *modern* dan sesuai ciri khas dari *brand* itu sendiri pada rancangan *showroom motor trail* KTM di Kota Bandung.
- Menciptakan sebuah desain interior *Showroom* motor yang memiliki sirkulasi baik dan memperhatikan kenyamanan bagi para pengunjung retail motor itu sendiri.

1.6 MANFAAT PERANCANGAN

Manfaat dari perancangan desain interior *showroom motor trail* KTM yaitu :

- Menciptakan sebuah *showroom* motor yang dapat menjadi wadah bagi para *crosser motor trail* KTM di Jawa Barat.
- Menjadikan sebuah *showroom* motor yang modern dengan mengedepankan ciri khas *brand* KTM itu sendiri.
- Manfaat bagi Institusi, Manfaat yang diperoleh dari proses mendesain atau perancangan desain interior *showroom* ini ialah menambah referensi desain untuk interior desain *showroom motor trail* KTM di Jawa Barat khususnya kota Bandung dan pemecahan masalah desain dari perencanaan tersebut.
- Manfaat bagi Mahasiswa, Memberikan manfaat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam proses pembelajaran dalam perencanaan desain interior *Showroom motor trail* KTM.

1.7 BATASAN PERANCANGAN

Perencanaan Interior *Showroom Motor Trail* KTM di Bandung membutuhkan beberapa fasilitas ruang. Fasilitas ruang yang nantinya akan digunakan oleh pengguna *showroom* KTM. Dengan hal tersebut perlunya mengidentifikasi ruang berdasarkan kegiatan dan aktivitas pengguna. Sebagian besar pengguna pabrik motor pada *showroom* KTM adalah komunitas *Motor Trail* KTM. Dengan dasar tersebut penulis nantinya akan mendesain secara khusus beberapa area dalam *retail* tersebut yang akan didesain secara khusus yang pertama ialah area *showroom* sebagai ruang *display* / pajang *motor trail* KTM yang menjadi muka serta area utama pada *showroom* tersebut menjadikan perlunya perancang untuk mendesain secara khusus dan membutuhkan perhatian secara khusus. Selain area *display showroom* terdapat area lain ingin di desain secara khusus oleh penulis yaitu area *café* karena area ini merupakan area yang nantinya akan dipakai oleh pengunjung dan komunitas motor saat berkunjung ke *showroom* KTM yang ingin menjadikan tempat ini sebagai tempat berkumpul dan tempat kegiatan seperti *family gathering* yang biasanya rutin dilakukan oleh komunitas motor. Ada juga area *service* motor yang ingin mendapat perlakuan khusus oleh perancang karena ruang *service* merupakan area paling sering dikunjungi oleh pengguna motor KTM sendiri serta

komunitas motor yang ada untuk merawat motor *trail* tersebut oleh sebab itu perancang ingin memberikan olahan desain secara khusus.

Berikut ini merupakan ruang lingkup perancangan adalah sebagai berikut :

1. *Showroom*, sebagai ruang *display* / pajang motor *trail* KTM
2. *Café*, sebagai tempat menikmati makanan dan minuman ringan, serta sebagai tempat bersosialisasi, terbuka bagi konsumen, komunitas *motor trail* KTM, dan penggemar *motor trail* KTM pada khususnya. *Café* di *showroom* ini nantinya dapat digunakan sebagai *family gathering* dan *friendly dining*.
3. *Retail Merchandise & Accessories shop*, menjual *accessories motor trail* dan *merchandise* yang berhubungan dengan *Motortrail KTM*
4. Ruang *Service* (bengkel), Ruang perawatan *motorcross* yang digunakan sebagai bengkel resmi *motor trail* khusus pabrikan KTM.
5. Kantor, Berfungsi untuk mengelola oprasional kantor yang berhubungan dengan *motor trail* KTM
6. Gudang, Berfungsi sebagai tempat penyimpanan *spareparts*, peralatan motor, dan keperluan *service*.
7. *Public Service*, Mushola, *pantry*, *lavatory*
8. *Motor Wash Area*, Berfungsi untuk tempat pencucian *motor trail* KTM

1.8 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang dan identifikasi masalah, ide gagasan, perancangan, tujuan perancangan, manfaat perancangan, batasan perancangan, dan sistematika perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang Studi – studi literatur yang menjelaskan Hal – hal yang patut diperhatikan dalam perancangan dan pendesainan sebuah *showroom* motor secara teoritis dan terperinci, dan mengenai Fungsi – fungsi ruang yang akan dijadikan fokus dari proyek tersebut dan dikaitkan dalam pembahasan bidang desain interior.

BAB III DESKRIPSI PERANCANGAN SHOWROOM KTM MOTOTRAIL

Bab ini menjelaskan tentang Informasi – informasi yang didapatkan di lapangan, mencakup analisis *site*, menganalisa fungsi ruang yang dibutuhkan, mengidentifikasi user beserta aktifitasnya, *flow activity*, *zoning* serta *blocking* dan Hal –hal tersebut dikaitkan pada konsep yang akan diterapkan dalam perancangan showroom motor KTM mototrail.

BAB IV PENERAPAN DAN PEMBAHASAN KONSEP

Bab ini menjelaskan tentang aktivitas dan fungsi dari Masing – masing ruang, kekurangan dan kelebihan dari *showroom* yang ada sebelumnya sehingga dapat menghasilkan desain yang berfungsi secara tepat. Lalu penerapan dan pembahasan konsep dalam desain ruangan dan desain furnitur.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penulis mengenai Hal –hal yang telah ditulis pada Bab – bab sebelumnya, yang dapat dihasilkan dari konsep perancangan *showroom* ini, selain itu penulis juga menyampaikan saran yang bertujuan untuk mendukung perancangan showroom KTM *mototrail* kedepannya.