

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 lainlainnya, Harley Owner Group (HOG) sebagai komunitas dibawah pembinaan resmi Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Harley Davidson di Indonesia (PT. Mabua Harley Davidson).

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 showroom retail 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.

Kendaraan Motor Harley Davidson di Indonesia didominasi kalangan orang atas atau pejabat dan pengusaha. Untuk mempertahankan eksistensinya, maka *Motosport* membuat wadah yang bernama “ Harley Davidson Club Indonesia (HDCI).

Komunitas motor gede yang ada di Indonesia cukup banyak dan beragam. Salah satu yang tertua adalah Harley Davidson Club Indonesia (HDCI) yang dimana anggotanya menyebar luas di seluruh Indonesia terutama kota kota besar. Selain HDCI di Indonesia juga ada beberapa komunitas motor besar seperti Ikatan Motor Gede, Motor Besar Club (MBC), IMBI (Ikatan Motor Besar Indonesia), Harley

Owners Group (HOG). Sedangkan ada beberapa komunitas motor besar di Bandung yaitu HDCI chapter bandung, BikersBrotherhood, Big Bor Brothers, Cosa Nostra dan Asoy Geboy Community.

Di kota Bandung untuk *showroom* dan *retail* sendiri cuma hanya sekedar memamerkan produk motor-motornya, belum ada wadah untuk tempat berkumpul bagi sesama pecinta Harley Davidson

Berdasarkan uraian di atas maka akan dirancang sebuah *showroom* yang tidak hanya tempat jual motor tapi juga dapat berfungsi sebagai ajang bersosialisasi bagi mereka, jadi di *showroom* ini, nanti para anggota club harley tidak hanya memamerkan informasi tentang produk-produk dari motor harley itu sendiri melainkan mendapatkan informasi dari anggota club harley yang lain dengan saling bertukar informasi dan dari situlah maka akan dibuat penunjang fasilitas seperti area berkumpul.

1.2 Identifikasi masalah

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

- a. Untuk *Showroom* Harley Davidson sendiri di Bandung belum ada area tempat untuk berkumpul bagi sesama pecinta Harley Davidson
- b. Pemilik *Showroom* Harley Davidson hanya sekedar menjajakan produk-produk motornya saja tapi tidak memfasilitasi juga untuk area berkumpul

1.3 Gagasan/Ide

Perancangan *showroom* dan *retail store* Harley Davidson sebagai wadah bagi konsumen dan pecinta Harley Davidson untuk dapat merasakan kebanggaan memiliki Harley Davidson melalui *showroom* dan *retail store* yang mencerminkan citra dari Harley Davidson itu sendiri, hingga diharapkan *showroom* dan *retail store* Harley Davidson di Bandung ini dapat memberikan kesan yang baru, berani, dan original .

1.4 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana menerapkan kenyamanan pada interior showroom motor harley davidson ?
- b. Bagaimana menerapkan perancangan interior showroom yang dapat memvisualisasikan karakter dari Harley Davidson khususnya di kota Bandung sehingga menjadi wadah bagi Komunitas pencipta motor harley Davidson?
- c. 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?

1.5 Tujuan Perancangan

- a. Memberikan kenyamanan secara visual maupun pergerakan pada interior ruang dengan mengatur sirkulasi yang baik hingga ruang dapat terefisiensi dengan sempurna
- b. Merancang sebuah Interior *Showroom* sepeda motor Harley Davidson yang dapat memenuhi gaya hidup / lifestyle seorang bikers dengan memperhatikan standar Showroom yang baik
- c. Merancang interior *Showroom* sepeda motor Harley Davidson yang informatif kepada pengunjung serta memperhatikan nilai-nilai estetika, fungsionalitas, dan efisiensi ruangan tersebut mulai dari lobby, area pameran dan area berkumpul
- d. Merancang sebuah interior *Showroom* sepeda motor Harley davidson yang dapat memberikan wadah sebagai tempat berkumpulnya bagi para komunitas pecinta motor Harley Davidson seperti Cafe dan bar

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan showroom sepeda motor Harley Davidson ini diharapkan dapat menjadi alternatif perancangan sebuah Showroom sepeda motor yang di dalamnya terdapat area pameran motor, area berkumpul dan retail dengan memperhatikan beberapa hal seperti aktifitas dan fasilitas, estetika, serta fungsionalitas suatu ruang yang sesuai dengan karakter bikers itu sendiri tepatnya yang ada di kota Bandung

1.7 Batasan Perancangan

Pada perencanaan dan perancangan showroom Harley Davidson ini. Secara mendetail pembahasan ditujukan pada perencanaan dan perancangan ruang servis, area *merchandise* dan *acesories*, area pameran motor dan area berkumpul yang didalamnya terdapat bar dan cafe, dimana area pameran motor dan area berkumpul adalah yang paling utama dari sebuah perancangan showroom ini sebagai sarana untuk bertukar pikiran dan informasi sesama pecinta motor harley davidson.

Berikut ruang lingkup perancangan adalah sebagai berikut :

- a. Showroom sebagai ruang pajang motor Harley-Davidson
- b. Area berkumpul seperti Cafe dan bar, tempat menikmati makanan dan minuman ringan, sebagai tempat bersosialisasi, terbuka bagi masyarakat luas dan penggemar motor Harley-Davidson pada khususnya.
- c. Merchandise & Accessories Shop, menjual aksesories motor dan merchandise yang berhubungan dengan motor Harley-Davidson
- d. Ruang servis, ruang perawatan motor yang digunakan sebagai bengkel motor khusus Harley-Davidson
- e. Gudang berfungsi untuk menyimpan sparepart, peralatan motor sebagai keperluan servis

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami dan mengerti laporan ini maka disusun berdasarkan pemaparan dengan pengelompokan materi bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

- a. **BAB 1 : PENDAHULUAN**
Berisikan tentang latar belakang penulis memilih topic perancangan untuk tugas akhir beserta uraian ide dan isi perancangan yang hendak dilakukan secara sistematis.
- b. **BAB II : LANDASAN TEORI**
Berisi tentang pengertian, standar ergonomis, kajian literature yang mendukung proses perancangan interior serta hasil dari studi banding yang dilakukan terkait objek perancangan
- c. **BAB III : PERANCANGAN SHOWROOM HARLEY DAVIDSON**
Berisi tentang analisa fisik dari objek studi yang akan dipakai untuk perancangan, identifikasi user, Kebutuhan ruang, *flow activity*, dan *zoning blocking* ruangan pada objek perancangan.

d. BAB IV : PERANCANGAN DESAIN INTERIOR SHOWROOM HARLEY DAVIDSON

Berisi tentang semua hasil desain mulai dari tahap perancangan dan penjelasan desain yang ditinjau dari bentuk aspek seperti material dan warna yang digunakan dalam perancangan showroom

e. BAB V : PENUTUP

Berisi simpulan dan saran oleh penulis mengenai hasil perancangan yang dibuat mulai dari awal sampai akhir perancangan.



