

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang populer di Indonesia. Rasa ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap kendaraan mewah cukup besar, salah satunya kendaraan bermotor roda dua. Tidak asing lagi untuk para pecinta kendaraan roda dua mendengar kata “moge” atau motor gede. Motor besar atau moge sendiri adalah motor yang memiliki kapasitas mesin di atas 250cc. beberapa macam merk yang berasal dari Eropa, Amerika, Jepang mulai di jual di Indonesia, seperti Norton, Harley Davidson, Triumph, dll. Salah satu merk untuk moge yang legendaris yaitu Harley Davidson. Harley Davidson sendiri dimulai sejak tahun 1903, Bill Harley dan Arthur Welter yang mengembangkannya. Dalam beberapa tahun belakangan ini, dilansir dari kompas.com moge di Indonesia naik 49,70% tahun 2017. Motor besar dibagi menjadi dua yaitu Harley Davidson dan moge. Harley Davidson adalah motor besar dengan *prestige* bagi pemakainya. Apalagi Harley Davidson masuk peringkat pertama motor termahal di dunia menurut cermati.com. Seperti di negara asalnya, di Indonesia sendiri berpotensi dalam mendukung perkembangan bagi komunitas para pencinta Harley Davidson di Indonesia.

“*Brand* Harley Davidson membangun brand lewat komunitasnya”, dikutip dari marketeers Indonesia. Beberapa komunitas Harley Davidson di Indonesia (misal : HDCI, HOG, HOC, dll). Menurut motivasine.ws.com ada beberapa komunitas Harley terbesar di Indonesia, yaitu HOG dan HDCI. Namun HDCI merupakan yang tertua sekaligus salah satu yang paling besar untuk saat ini. HDCI terbentuk pada 28 Mei 1990, salah satu penggagas berdirinya HDCI adalah Bpk. A. Sentani, SH yang di laksanakan di Bandung. Komunitas HDCI sekarang berjumlah 5000-an anggota. Sekarang ini juga, komunitas-komunitas pecinta Harley Davidson mengadakan pertemuan se-Indonesia di kota yang telah di tentukan untuk lebih memperkuat tali persaudaraan. Namun, seringkali

pendatang dari luar Bandung kebingungan untuk mencari tempat berkumpul sekaligus menitipkan kendaraannya tersebut.

Dari masalah yang di hadapi, maka komunitas Harley Davidson memerlukan sebuah tempat khusus untuk menyediakan tempat untuk berkumpul dan tempat untuk menitipkan kendaranya tersebut dengan aman dan terawat.

Pengguna Harley Davidson sendiri kebanyakan dari kalangan ekonomi kelas atas. Sehingga para pengguna Harley mayoritas berumur 40 tahun keatas. Menurut oto.detik.com, yang mempunyai uang Rp 1 miliar keatas itu mayoritas berumur 40 tahun keatas. Mereka akan lebih suka motor Davidson tipe touring karena faktor umur yang lebih mementingkan kenyamanan. Oleh karena faktor-faktor diatas desain yang akan dirancang harus memiliki kesan yang mewah dan kuat. Selain itu juga, menurut salah satu anggota HDCI yang telah diwawancarai bahwa pengguna Harley Davidson 45% berumur diatas 40 tahun, disusul 40% berumur 30-40 tahun, dan sisanya berumur dibawah 30 tahun dari kurang lebih 5000 anggota HDCI se-Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah yang berhubungan dengan perancangan *Harley Davidson community center* adalah

1. merancang sebuah tempat komunitas Harley Davidson (khususnya *chapter* Bandung) guna memenuhi kebutuhan komunitas Harley Davidson.
2. Menciptakan tempat penitipan motor yang biasa saja menjadi aman, terawat, dan didisplay layak nya showroom mewah. Selain itu juga untuk di kota Bandung sendiri belum ada tempat untuk menitipkan motor mewah yang akan di rawat dan aman.
3. Tidak hanya untuk penitipan motor Harley Davidson, user juga dapat kumpul mewah bersama dengan komunitas-komunitas Harley Davidson di café.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian prasurvey di atas, perencanaan dan perancangan *community center*, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. bagaimana merancang *community center* Brand Harley Davidson yang dapat mewadahi komunitas Harley Davidson di Kota Bandung?
2. Bagaimana merancang tempat penitipan yang mewah dan merawat motor yang dititipkan?
3. Bagaimana mengaplikasikan Brand Harley Davidson yang memiliki *prestige* yang tinggi pada interior *showroom* dan *café*?

1.4 Tujuan perancangan

- merancang sebuah *community center* yang dapat mengakomodasi komunitas Harley Davidson *chapter* Bandung.
- Merancang *showroom* yang berfungsi untuk menitipkan motor Harley Davidson.
- Merapkan kesan yang mewah dan kuat pada *merchandise store*, *café*, *showroom*, dan tempat *meeting*.

1.5 Ide / Gagasan Perancangan

Perancangan *community center* Harley Davidson di Kota Bandung, terinspirasi dari kebutuhan komunitas Harley Davidson yang belum ada tempat untuk mewadahi kegiatan para komunitas Harley Davidson sendiri. Selain itu terdapat *showroom* untuk penitipan motor namun tempat penitipan beda dari yang lain karena motor yang di titipkan akan di rawat dan di jamin keamanannya, dan juga di-*display* sehingga terkesan mewah.

Selain *showroom* penitipan, fasilitas penunjang untuk komunitas Harley Davidson. Seperti *café* yang dapat digunakan sebagai tempat kumpul, *meeting point*. Dan juga *merchandise store*, tempat *meeting*, dan tempat aksesoris motor Harley Davidson.

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat utama dari perancangan ini adalah untuk melakukan survey dan observasi, serta pencarian literatur mengenai komunitas Harley Davidson yang dapat menambah wawasan, antara lain :

- mendesain sebuah tempat yang membuat nyaman komunitas Harley Davidson
- memudahkan para pecinta dan pengguna untuk mencari *merchandise* ataupun perlengkapan berkendara ciri khas Harley Davidson
- memberikan masukan akan pilihan yang lebih baik bagi komunitas pecinta Harley Davidson dalam hal fasilitas yang di butuhkan.
- Memberikan ide kepada pengusaha untuk membangun sebuah community center yang bisa mewadahi komunitas Harley Davidson jika mereka ingin bepergian mereka tidak kebingungan yang akan menjaga sekaligus merawat motor mereka.

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

batasan-batasan yang akan dibuat dalam perancangan Community Center ini dan akan digambarkan secara khusus pada lembar kerja, yaitu :

- Lobby, sebagai tempat untuk menerima tamu yang berjuan baik untuk menitipkan motor, maupun berkunjung ke café.
- Café, sebagai tempat untuk komunitas sharing dan menghabiskan waktu bersama. Bisa juga menjadi *meeting point*.
- Showroom, sebagai tempat untuk menitipkan motor bagi yang hendak bepergian.
- Retail merchandise, sebagai tempat untuk menjual barang-barang yang hendak membeli.

- Accessory Harley Davidson, sebagai tempat untuk menjual aksesoris motor apabila hendak memodifnya.
- Bengkel, sebagai tempat untuk merawat dan memasang accessory yang hendak dipasang.

1.8 Sistemika Penulisan

Sistemika penilasan lamporan perancangan *community center* Harley Davidson sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, ide / gagasan perancangan, manfaat perancangan, ruang lingkup perancangan, dan sistemika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI TENTANG *COMMUNITY CENTER* HARLEY DAVIDSON

Bab ini berisi tentang studi-studi tentang makna dari *community center*, Harley davidson, dan hal-hal yang berkaitan dengan perancangan teoritis.

BAB III DESKRIPSI DAN PROGRAM PERANCANGAN PROYEK *COMMUNITY CENTER* HARLEY DAVIDSON

Bab ini berisi data dan analisan yang memaparkan deskripsi tapak, serta hasil analisa terhadap user, kegiatan, tapak, dan kebutuhan ruang.

BAB IV PENERAPAN DESAIN PERANCANGAN COMMUNITY CENTER HARLEY DAVIDSON

Bab ini membahas tentang penerapan konsep perancangan dan visualisasi karya terhadap interior proyek community center Harley Davidson.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan perancangan community center Harley Davidson dan saran yang ditujukan kepada pihak kampus maupun pembaca.

