

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Vespa adalah brand otomotif yang berasal dari Italia. Menurut halaman Otomotif Tempo yang didapat dari data Asosiasi Industri Sepedamotor Indonesia (AISI) penjualan Vespa di Indonesia naik sebanyak 9 % dari awal tahun sampai bulan Agustus 2018 (Wawan, 2018). Dikutip dari halaman Detikoto.com, Daya beli masyarakat yang didominasi oleh kelas menengah keatas menjadi salah satu faktor pendukungnya (Lutfhi, 2019). Selain itu, pertumbuhan penduduk yang selalu meningkat membuat kebutuhan akan sarana transportasi pribadi terus mengalami peningkatan. Hal ini menyebabkan tingginya angka penjualan kendaraan bermotor khususnya di kota Jakarta (Tama,2017). Dikutip dari halaman Kumparan.com mengatakan bahwa bukan hanya dari kalangan pria tetapi, kalangan wanita pun sudah banyak yang menjadi bagian dari anggota komunitas Vespa, terlebih karena kini Vespa banyak digunakan sebagai kendaraan dalam aktivitas sehari-hari (Sari, 2017). Menurut data dari Otomotifnet.com, Komunitas-komunitas Vespa di Jakarta biasanya memiliki jadwal rutin seminggu sekali untuk berkumpul pada saat *weekend*, namun mereka sering berpindah-pindah tempat (Billy, 2013). Komunitas Vespa di Indonesia sangat hidup. Indonesia menjadi komunitas urutan kedua terbesar di dunia setelah Italia, dikutip dari halaman Otomotif Tempo (Eko, 2019).

Vespa Center dan Modifikasi merupakan salah satu sarana yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan dari para pencinta otomotif khususnya penggemar Vespa sendiri maupun kalangan umum. Otomotif center menjadikan pusat otomotif dan menjadi ikon dari fasilitas publik yang terkait di bidang otomotif sehingga bisa meningkatkan penjualan serta penggunaannya (Yulia, 2018). Bukan hanya diperuntukan untuk penjualan unit motor, melainkan juga untuk mewadahi segala aktivitas konsumen seperti berkumpul, modifikasi, dan lain-lain dalam memuaskan minatnya terhadap otomotif seperti merawat kendaraanya, memodifikasi, bertemu dengan sesama pecinta Vespa untuk berkumpul, *sharing* hingga ikut ajang balap antar komunitas disirkuit Sentul.

Gaya hidup komunitas motor tercipta dari komunitas itu sendiri karena ada status sosial yang dicari dari para anggota agar bisa dijadikan sebuah panutan oleh rekan komunitasnya (Rakhmad, 2014). Seperti dalam hal memodifikasi kendaraan bermotor baik itu tampilan motor maupun penambahan aksesoris. Pengguna motor merubah tampilan motornya dari

keadaan standar menjadi sesuai dengan keinginannya sehingga tidak ada yang menyamainya. Pada bagian penambahan aksesoris juga bisa membuat motor menjadi lebih cepat dari pada sebelumnya dengan penggantian beberapa bagian mesin motor tersebut dengan bagian after marketnya. Tiap komunitas sudah memiliki kelas masing-masing tergantung dari motor apa yang mereka gunakan. Beberapa komunitas juga rutin melakukan kumpul-kumpul serta berkendara keliling kota pada hari tertentu yang sudah disepakati sebelumnya. Sesekali mereka melakukan touring antar kota maupun pulau untuk hanya sekedar rekreasi maupun menghadiri undangan dari komunitas lainnya. Cara berpakaian juga menjadi salah satu sorotan tentang *lifestyle* dari anak motor yang mengidentikan mereka adalah seorang anggota komunitas motor tertentu.

Dalam perencanaannya, Vespa Center dan Modifikasi harus diperhatikan kedekatan antar ruangnya seperti area servis, *showroom*, ruang tunggu dan lainnya. Pertimbangan untuk sirkulasi karyawan dengan pengunjung juga harus diperhatikan serta penempatan layout yang baik di setiap bagian Vespa Center. Menurut data dari hasil survey yang telah dilakukan, kurangnya identitas atau karakter dari *brand* Vespa di setiap *showroom*nya yang membuat dibutuhkan perancangan Vespa center dan modifikasi yang memiliki konsep desain yang dapat menggambarkan identitas dari brand Vespa untuk dapat lebih menarik minat beli para konsumen. Selain itu, belum tersedianya Vespa Center dan Modifikasi, tetapi banyaknya peminat Vespa yang berada di Jakarta dan kebutuhan akan tempat yang dapat memwadah para pecinta Vespa dengan komunitasnya menjadi salah satu tujuan untuk merancang Vespa Center dan Modifikasi di Jakarta.

Oleh karna itu, pada tugas akhir ini akan mengambil perancangan Vespa Center dan Modifikasi di Jakarta yang dapat menggambarkan karakteristik Vespa dengan desain dan fasilitas yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan para pecinta otomotif khususnya Vespa.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka bisa disimpulkan permasalahan yang menjadi latar belakang mengapa Vespa Center dan Modifikasi ini dibuat. Diantaranya adalah:

1. Tingginya peminat Vespa di Jakarta sedangkan belum tersedianya fasilitas yang dapat memwadah kebutuhan para pengguna/pecinta Vespa di Jakarta.
2. Dibutuhkan akan fasilitas yang dapat membuat pengunjung betah dan nyaman ketika sedang menunggu kendaraan yang sedang diservis.

3. Banyaknya pengguna Vespa dari beberapa komunitas yang suka memodifikasi kendaraannya sebagai salah satu lifestyle komunitas motor.
4. Kurangnya identitas dari *brand* Vespa hampir di seluruh *showroom* Vespa di Jakarta dan sekitarnya.
5. Dibutuhkannya *display* dan tempat rekreasi tentang Vespa di Jakarta melihat tingginya antusias masyarakat terhadap otomotif khususnya Vespa dan juga sebagai salah satu daya tarik lain bagi para pengunjung Vespa Center.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat disimpulkan diantaranya adalah :

1. Bagaimana merancang interior sebuah Vespa Center dan Modifikasi yang sesuai dengan kebutuhan *lifestyle* dari pengguna/pecinta Vespa di Jakarta?
2. Bagaimana merancang Vespa Center dan Modifikasi dengan konsep desain yang dapat menggambarkan identitas *brand* Vespa itu sendiri?

1.4 Batasan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang didapat maka batas perancangan meliputi :

- Nama Proyek : Perancangan Interior Vespa Center dan Modifikasi di Jakarta
- Status Proyek : New Design / Fiktif
- Data Proyek : Vespa Center dan Modifikasi
- Lokasi : Jl. Boulevard Barat Blok LA. 1 No. 12 Jakarta Utara
- Luasan Bangunan : $\pm 2.100 \text{ m}^2$ yang terdiri dari 2 lantai
- Luas Lahan : 3.725 m^2
- Target : Masyarakat menengah atas

1.5 Tujuan dan Sasaran

Tujuan umum dari perancangan ini, yaitu :

1. Tujuan utama yang akan dicapai adalah merancang interior Vespa Center dan Modifikasi di Jakarta yang dapat menampung kebutuhan dari pengguna/pecinta Vespa seperti *showroom*, bengkel modifikasi hingga tempat untuk berkumpul antar anggota komunitas.
2. Meningkatkan peminat dan pengguna Vespa khususnya bagi remaja dan orang dewasa dari kalangan menengah keatas.
3. Menciptakan pusat edukasi dan rekreasi tentang Vespa di Jakarta guna meningkatkan peminat dan pengguna vespa serta sebagai salah satu daya tarik bagi para pengunjung Vespa Center dan Modifikasi.
4. Menciptakan hasil desain yang dapat menggambarkan karakteristik *brand* Vespa tersebut agar memberikan pengalaman berbeda saat berkunjung ke Vespa Center dan Modifikasi di Jakarta.

Dengan sasaran sebagai berikut :

- Pemilihan furniture yang mendukung karakter dan desain dari target pengunjung.
- Penggunaan material yang dapat mendukung gaya dari pengguna/pecinta Vespa.
- Bentuk ruang dan sirkulasi yang dioptimalkan membuat aktivitas di dalam ruangan berjalan dengan nyaman.
- Mengaplikasikan bentuk dan warna yang mendukung konsep dari perancangan.
- Desain yang menggambarkan :
 - o Karakteristik dari aktivitas dan perilaku pengguna/pecinta Vespa di Jakarta dengan gaya hidupnya yang modern.
 - o Konsep dari perancangan Vespa Center dan Modifikasi yang mengedepankan pelayanan dan fasilitas bagi para pengguna/pecinta Vespa agar memberikan kesan yang positif selama berkunjung.
- Desain dengan hasil :

Sesuai dengan ergonomi dan antropometri manusia, mengutamakan kepuasan, keindahan dan kenyamanan saat berada di dalam ruangan serta memberikan pengalaman yang berbeda dari Vespa Center yang lainnya.

1.6 Metode Perancangan

Dalam membuat perancangan interior Vespa Center dan Modifikasi, dibutuhkan data-data dan juga informasi yang lengkap dan jelas. Maka dari itu, untuk pengumpulan data-data tersebut dilakukan dengan beberapa cara dari metodologi pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan data yang dipakai sebagai berikut :

A. Pengumpulan Data :

1. Observasi

Merupakan observasi langsung atau survei ke beberapa tempat yang serupa yang berada di Jakarta. Pengamatan yang dilakukan guna untuk melihat suasana yang diciptakan di ruangan tersebut serta mencari permasalahan dan pencarian solusi dari permasalahan yang muncul.

2. Literatur

Mencari data yang terkait dengan perancangan serupa yang dipakai untuk data komparatif. Kumpulan data tersebut bisa dari jurnal, buku, majalan, artikel dari internet yang masih ada kelerasinya dengan perancangan.

3. Wawancara

Melakukan wawancara terhadap pegawai dari *showroom* dan bengkel untuk mengetahui aktifitas apa saja yang dilakukan di sana serta melakukan wawancara terhadap masyarakat lingkungan sekitar tentang adanya Vespa Center dan mewawancarai konsumen tentang pendapat *showroom* dan bengkel yang sekarang ini,

B. Analisa Data

Setelah semua data terkumpul, perancangan mulai memasuki tahap analisa data. Dalam tahap ini dilakukan analisa dari hasil perolehan data yang didapat untuk menentukan suatu tema dan konsep.

C. Tema dan Konsep

Tahapan ini merupakan final dari penetapan sebuah konsep perancangan Vespa Center dan Modifikasi yang berupa layout, bentuk furniture, konsep penghawaan, pencahayaan, material, warna dan konsep keamanan yang akan dibuat dan menjadi hasil akhir perancangan Vespa Center dan Modifikasi.

D. Output Akhir

Perancangan Vespa Center dan Modifikasi di Jakarta dengan output berupa gambar kerja, maket, skema bahan, dll.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang yang menjelaskan tentang alasan mengapa Vespa Center dibuat, mengidentifikasi masalah dan merumuskan masalah pada Vespa Center, menentukan batasan perancangan atau ruang lingkup masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, metode pengumpulan data dan kerangka berfikir.

BAB II : KAJIAN LITERATUR, DESKRIPSI DAN ANALISA DATA

Berisikan teori-teori pendukung dari berbagai sumber dengan kajian literatur yang berhubungan dan dapat digunakan sebagai sumber data yang digunakan sebagai acuan baik dalam sebuah perancangan.

BAB III : TEMA DAN KONSEP PERANCANGAN DESAIN INTERIOR

Berisikan tentang konsep perancangan Vespa Center dan Modifikasi yang akan diterapkan dengan menambahkan data-data seperti standarisasi, uraian dari konsep material, warna, bentuk, dll serta tema dan konsepnya.

BAB IV : KONSEP PERANCANGAN INTERIOR VESPA CENTER DAN MODIFIKASI DI JAKARTA

Berisikan tentang uraian dalam pemilihan denah khusus, konsep dari tata ruang, persyaratan ruang serta penyelesaian dari elemen interior.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian terakhir dari laporan, berisikan kesimpulan akhir dari perancangan baru interior Vespa Center dan Modifikasi di Jakarta serta saran yang diperuntukan untuk pembaca yang nantinya mungkin bermanfaat bagi perancangan yang serupa.

1.8 Kerangka Berpikir

