

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ferrari (Scuderia Ferrari) adalah produsen mobil super pertama didunia dengan beberapa keunggulan dan teknologi yang di adopsi dari mobil balap untuk mobil jalanan dengan performa diatas rata-rata mobil pada umumnya yang di dirikan oleh Enzo Ferrari pada tahun 1940. Mobil Ferrari mempunyai beberapa fitur dan teknologi yang tidak dimiliki mobil umum lainnya seperti fitur mesin yang di tambah beberapa komponen dari mobil balap produksi Ferarri sendiri untuk mendukung kecepatan, tenaga dan pengendaliannya.

Enzo Ferrari adalah pembalap tahun 1920-an dan insinyur dibalik mobil bermerk Ferrari. Tahun 1940 Enzo Ferrari membuat beberapa mobil balap dengan tujuan mencapai kemenangan dari mobil buatannya tersebut. Sukses didunia balap, akhirnya Enzo Ferrari memutuskan untuk memproduksi mobil yang bisa dipakai di jalan raya. Mobil produksi tersebut laris terjual dengan dibekali performa seperti mobil balap yang membuat pembeli menyukainya. Banyak masyarakat penasaran sehingga menimbulkan beberapa pertanyaan tentang mesin dan teknologi yang digunakan pada semua mobil Ferrari dibalik kesuksesan Produknya hingga saat ini. Produsen mobil super mengklaim bahwa butuh keahlian khusus dan emosional yang terkontrol untuk bisa memakai mobil jenis ini.

Supercar bermerk Ferrari masih menjadi merk yang paling diminati di Indonesia di bandingkan dengan merek *supercar* lainnya seperti McLaren, Porsche, Lamborghini, Maserati, Aston Martin, dan merek lainnya karena Ferrari berawal dari memproduksi mobil untuk keperluan balap yang menjadi sebuah merk mobil yang sensasional setelah sukses di dunia balap selama 65 tahun. Ferrari memutuskan untuk

memproduksi mobil jalan raya dengan memberikan kesan eksklusif bagi pemiliknya. Selain itu, mobil produksi Ferrari mewarisi DNA balap mobil yang sangat kental.

Supercar dari berbagai merek mempunyai beberapa ciri khas tersendiri, begitu pula dengan Ferrari mempunyai ciri khas. Bentuk *body* yang aero dinamis dengan dimensi Panjang 4.500mm, lebar 1.950mm, tinggi 1.300mm. *Streamline* melengkung dibagian *front fender* dan *Rear fender*nya. *Grill* depan besar dan melebar serta terpasang lambang Ferarri berwarna *chrome*. Bagasi yang berkapasitas 230 liter pada bagian depan. Mesin berbentuk “V” berkapasitas 4500cc hingga 6000cc dengan 8 jumlah silinder dan 12 jumlah silinder. Kemudi khas mobil balap formula 1 dengan banyak tombol pengaturan elektronik dan mekanisme mobil. Warna merah darah



yang merupakan ciri paling khas mobil Ferrari yang terlihat lebih berani dan elegan.

Gambar 1.1. Ciri khas mobil Ferrari

Sumber : Analisa Penulis, 2020.



Model Ferrari yang diminati di Indonesia bertipe mesin V8 yaitu CaliforniaT, F 12, 430, 458, Modena Spider, dan menurut data yang ada total populasi Ferrari 10

unit diantaranya merupakan mobil klasik Ferrari tahun 1960-1990. Peminat dari Ferarri di Indonesia paling banyak terdapat di Jakarta dan di Surabaya yaitu di Jakarta 352 unit, dan di Surabaya 42 unit karena kedua kota ini merupakan kota metropolitan dan pendapatan ekonomi yang besar. 21 unit Ferrari berada di luar Kota Jakarta dan Surabaya, yaitu Kota Batam dikarenakan kota tersebut sebagai Kawasan *Free Trade Zone (FTD)* yaitu barang import termasuk mobil yang masuk kota Batam bebas biaya bea cukai. Dan kota Bandung yang terkenal sebagai kota Favorit bagi wisatawan domestik dengan pendapatan ekomoni yang cukup besar. Pemilik dan penggemar Ferrari terdiri dari latar belakang orang yang berbeda seperti profesional, *top manager*, pengusaha, pengacara, hingga direktur. Berikut ini data jumlah *Supercar* di Indonsia:

Tabel 1.1. Jumlah Supercar di Indonesia

No.	Merek Mobil	Jumlah
1.	Ferrari.	431 unit
2.	Automobili Lamborghini.	358 unit
3.	Porsche.	256 unit
4.	Maserati	100 unit
5.	McLaren	55 unit
6.	Aston Martin	40 unit
7.	Mercedes-Benz	21 unit
8.	Lain-lain	50 unit

Sumber: Gaikindo 2015 - 2018

Merk Ferrari masih yang paling populer dari pesaing terberatnya yakni Automobili Lamborghini yang berselisih 20,5%. Jumlah persentase pembeli mobil Ferrari 15%-20% dari tahun ketahun meskipun tidak signifikan. Berikut adalah data populasi mobil Ferrari di Indonesia:

Tabel 1.2. Penjualan Mobil Ferrari

Tahun	Persentase	Jumlah
2013-2015	65%	235 unit
2016	28%	300 unit

2017	20%	316 unit
2018	17%	421 unit

Sumber: PT. Citra Langgeng Otomotif

Keterbatasan jumlah pemilik mobil jenis ini mendorong pemilik dan pecinta Ferrari mendirikan komunitas mobil Ferrari yang bernama *Ferarri Owners Club Indonesia (FOCI)* di Jakarta pada tahun 2002. Alasan dibalik berdirinya komunitas ini adalah untuk menyatukan aspirasi dari pemilik Ferrari yang berlandaskan semangat kekeluargaan dan kecintaan terhadap Ferrari. Komunitas ini merupakan wadah untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan antara sesama anggotanya. Di Indonesia anggota aktif 150 orang yang terbagi tiga kota yaitu Jakarta berjumlah 120 anggota, Surabaya berjumlah 20 anggota, dan Batam berjumlah 10 anggota.

FOCI (Ferarri Owners Club Indonesia) yang terbagi di tiga kota di Indonesia sering melakukan kegiatan touring untuk menguatkan rasa kebersamaan, solidaritas, berbagi pengalaman berkendara mobil Ferrari. Kegiatan ini mempunyai misi sosial atau kemanusiaan. Berikut ini kegiatan sosial yang telah diselenggarakan oleh komunitas Ferrari diantaranya :

1. FOCI “turing” ke Bandung tahun 2014
Tujuan : Turing dan bakti sosial kampung kumuh di Bandung.
2. FOCI bakti sosial warga Tanjung Priok, Jakarta Utara tahun 2015.
Tujuan : Sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat kurang mampu.
3. Ferrari Southeast Asia Grand Tour 2015 (FSEA Grand Tour) tahun 2015 yang di laksanakan di Singapura.

Tujuan : Meningkatkan kebersamaan dan menambah wawasan berkendara para anggota, ajang temu kangen pecinta Ferrari di 3 negara, yakni Indonesia, Singapura dan Malaysia.

4. FOCI “turing” Jawa Barat & Jawa Timur tahun 2016.

Tujuan : Menyantuni anak yatim piatu di Cirebon dan Batu Jawa Timur.

5. FOCI bakti sosial yatim piatu di Tanjung Priok, Jakarta Utara tahun 2017

Tujuan : Menyambut bulan suci Ramadhan, baksos, buka Bersama dengan anak yatim

6. Ferrari Owners Club Indonesia (FOCI), "Ferrari Track Day" tahun 2018

Tujuan : Pengalaman berkendara dalam lintasan. Lintasan temporer BSD, Tangerang, Banten

7. FOCI Day of Charity tahun 2019.

Tujuan : Bakti sosial di Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI)

Komunitas ini memilih suatu tempat terlebih dahulu yang umumnya sebuah restoran atau cafe untuk titik berkumpul sebelum berangkat kegiatannya dan selalu berpindah tempat. Kegiatan rutin lainnya yaitu melakukan sarapan pagi bersama pada akhir pekan untuk menambah ke akrabannya sesama anggota.

Sebagai seorang pemilik Ferrari yang tergabung dalam komunitas maupun tidak mempunyai keinginan untuk memodifikasi mobil Ferrari miliknya agar lebih modis dan eksklusif secara visual dan sensasi, selain itu mobil ini merupakan barang yang mempunyai umur tertentu dan harus melakukan perawatan berkala melalui jasa servis. Mengingat tidak semua bengkel mobil konvensional menerima perawatan mobil jenis *Supercar* ini selain itu para pemilik mobil Super mempunyai kecenderungan rasa cemas terhadap mobilnya jika memakai jasa service di bengkel mobil konvensional pada umumnya.

Permasalahan yang terjadi di Indonesia yaitu belum adanya sebuah tempat yang memberikan informasi, dan pengetahuan tentang *Supercar* bermerek Ferrari

yang bisa menjawab pertanyaan dimasyarakat tentang performa mesin dan teknologi yang digunakan hingga mencapai kesuksesan dalam dunia balap dan di kelas mobil super konsumsi jalan raya ini. Hal lainnya adalah jumlah bengkel Ferrari hanya ada satu di Jakarta dan satu di Surabaya tidak adanya bengkel restorasi atau bengkel modifikasi resmi untuk melayani satu merek saja dalam hal ini yaitu merek Ferrari tersebut agar pemilik merasa lebih nyaman dan percaya dalam merawat mobil Ferrari yang menjadi mobil eksklusif. Bagi komunitas Ferrari sendiri merupakan sebuah komunitas mobil yang *prestisius* dan banyak mengadakan kegiatan yang membutuhkan satu tempat terpusat untuk menyelenggarakan beberapa kegiatannya besarnya.

Maka dari itu dibutuhkannya perancangan galeri sebagai pengetahuan atau edukasi tentang mobil Ferrari yang menjadi mobil impian bagi masyarakat sehingga dapat menjawab pertanyaan tentang seluk-beluk *Supercar* ini dan menjadikan tempat wisata masyarakat. Selain itu dapat menampung kebutuhan para pemilik mobil Ferrari seperti bengkel restorasi, variasi, dan modifikasi yang dilengkapi fasilitas café dan area komunal untuk para Komunitas dan pemilik mobil untuk berbagi info dan pengalaman terhadap mobil-mobil mereka Karena antusiasme terhadap mobil Ferrari di kota Surabaya yang terbilang positif.

Galeri merupakan suatu wadah untuk kegiatan memamerkan produk untuk di komunikasikan dalam bentuk pengetahuan atau informasi dengan cara memajang mobil, komponen mesin, dan foto biografi beserta penjelasannya dengan objek yang di pameran sehingga dapat di apresiasikan oleh masyarakat luas. Selain itu galeri juga sebagai tempat pertemuan antara produsen dan konsumen untuk mempromosikan produk keluaran produsen, atau organisasi tertentu kepada calon konsumen. Galeri berbeda dengan dealer, galeri memamerkan koleksi sebagai wadah pengetahuan dan informasi beserta komersil seperti menjual cinderamata dan menyewakan area tertentu untuk berbagai acara. Sedangkan dealer hanya berfokus

untuk penjualan produk dan memamerkan saja tanpa ada informasi dan pengetahuan lengkapnya.

Mobil Ferrari sudah menjadi mobil super yang populer di mata masyarakat Indonesia karena memiliki kesan eksklusif dengan performa mesin yang tinggi, maka penulis memutuskan untuk membuat fasilitas yang diharapkan menjadi sebuah bangunan yang dapat memberi pengetahuan tentang perjalanan sejarah Ferrari melalui mobil-mobil buatannya serta perkembangan teknologi otomotif khususnya mobil super dan berbagi pengalaman merasakan berkendara mobil Ferrari dengan media Virtual Reality yang semirip mungkin dengan mobil Ferrari untuk menjawab rasa penasaran dimasyarakat karena Ferrari sudah terkenal dimata masyarakat sebagai mobil impian. Selain itu untuk memudahkan pemilik mobil Ferrari di Indonesia untuk merawat mobil ferrarinya dengan jasa bengkel yang berada satu lokasi dengan galerinya memungkinkan untuk mempermudah mendapatkan sparepartnya. Galeri ini juga menjadi pusat kegiatan dari komunitas Ferrari yang menjadi potensi wisata di Surabaya sebagai bangunan yang ikonik. yang berupa “Galeri *Supercar* Ferrari di Surabaya” yang bisa di jadikan wisata edukasi untuk masyarakat. Sebagai tempat pameran permanen untuk pengetahuan sejarah dan perkembangan *supercar* Ferrari dari awal hingga saat ini, dan sebagai tempat melestarikan mobil Ferarri klasik.

1.2. Tujuan dan Sasaran

Tujuan dari perancangan Galeri *Supercar* Ferrari di Surabaya ini adalah sebagai berikut :

1. Mewadahi kegiatan pameran mobil Ferrari berupa ruang galeri,
2. Memudahkan bagi pemilik Ferrari di Surabaya dan Jawa timur untuk saling berkonsultasi, perawatan, merestorasi atau memodifikasi mobil mereka disebuah bengkel didalam galeri ini.
3. Memfasilitasi kegiatan komunitas dan pemilik mobil khusus bermerek Ferrari.

4. Menjadi keuntungan bagi kota Surabaya dalam sektor wisata dan perekonomian.

Sasaran dari perancangan Galeri *Supercar* Ferrari di Surabaya ini adalah sebagai berikut :

1. Menjadikan bangunan yang ikonik sebagaimana mobil Ferrari yang menjadi ikon mobil *super* dimata masyarakat
2. Mendisain ruang galeri agar pengunjung dapat merasakan adrenalin di dalam galeri seperti berada di dalam mobil Ferrari.
3. Dengan adanya galeri ini menjadikan sebuah mobil khususnya merk Ferrari yang mempunyai nilai sejarah, umur, dan kelangkaannya bisa dipublikasikan untuk ilmu pengetahuan, edukasi, dan informasi.
4. Menyediakan *communal space* untuk mewadahi kegiatan komunitas dan sebagai sarana sosialisasi sesama penghobi, bertukar pikiran, rapat antar anggota, dan ajang kumpul komunitas yang biasa di sebut “kopi darat”.

1.3. Batasan dan Asumsi

Proyek ini mempunyai Batasan-batasan untuk mempermudah dalam mendesain, dan mengorganisir kegiatan di Galeri *Supercar* Ferrari di Surabaya.

Batasan proyek ini adalah :

1. Batasan koleksi 50 mobil dari produksi tahun 1960 sampai saat ini.
2. Benda yang dipamerkan adalah koleksi mobil didalam ruangan galeri, dan yang dijual mobil pada showroom, jasa bengkel, sparepart, variasi modifikasi untuk mobil Ferrari, cinderamata, dan cafetaria.
3. Ruang lingkup sosial untuk pelayanan pada Galeri *Supercar* Ferarri di Surabaya meliputi kolektor, pemilik Ferrari, dan anggota klub atau komunitas Ferrari Indonesia, dan masyarakat umum.
4. Peraturan fisik bangunan terutama pada area luar disesuaikan dengan peraturan tata bangunan dari pemerintah Kota Surabaya.

Asumsi Proyek ini adalah :

1. kepemilikannya diasumsikan kepada pihak swasta.
2. Digunakan oleh masyarakat umum mulai dari wisatawan lokal, domestik dan asing.

1.4. Tahap Perancangan

Dalam penulisan laporan diperlukan kerangka tahapan perencanaan yang dapat membantu tahap perencanaan dan perancangan. Disamping itu dapat mempermudah untuk menyusun dari pemikiran konsep, tema, sampai Analisa studi kasus. Tahapan perancangan menjelaskan secara skematik tentang urutan penyusunan dalam menyusun laporan. Mulai dari pemilihan judul sampai dengan penyelesaian laporan dan dilanjutkan pada gambar perancangan.

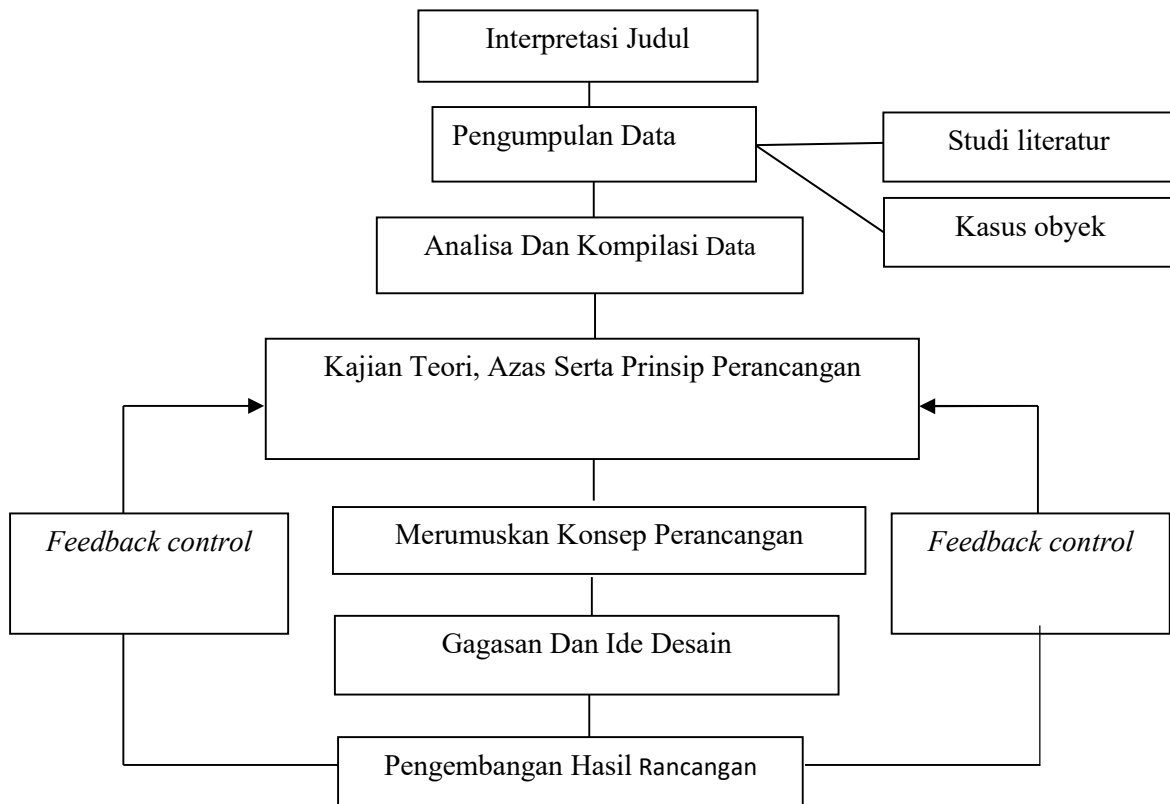


Diagram 1.2. Tahapan Perancangan

Sumber : Materi Kuliah Riset Desain, 2019.

1.5.

Penulisan

Sistematika

Pemahaman dengan pengelompokan bab-bab, yaitu dengan urutan dan isis sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Menguraikan tentang latar belakang pengambilan judul, tujuan, dan saran, Batasan dan asumsi, tahapan perancangan, dan sistematika laporan.

BAB II : Tinjauan Objek Rancang

Menguraikan tentang Museum Ikatan Motor Indonesia (IMI) Jawa Timur itu sendiri secara fungsi dan aktivitas yang digunakan sebagai acuan untuk merancang , dari hasil Analisa dan perbandingan yang telah dilakukan pada studi kasus.

BAB III : Tinjauan Lokasi Perancangan

Uraian tentang aspek-aspek yang berkaitan dengan alasan pemilihan lokasi, mulai dari latar belakang lokasi, penetapan lokasi, fisik lokasi (aksesibilitas, potensi sekitar lokasi, infrastruktur sekitar lokasi)

BAB IV : Analisa Perancangan

Menjelaskan, menguraikan, menggambarkan, dan menetapkan secara grafis dari proses Analisa aksesibilitasnya

BAB V : Konsep Perancangan

Analisa dan konsep, menjelaskan dan meninjau tentang kondisi existing site mulai dari Analisa site, akses, zoning, dan lain-lain. Dalam bab ini menguraikan juga konsep atau metode dalam perancangan proyek.