



INTERIOR DESIGN OF THE AMERICAN GRILL BAR AND LOUNGE HARLEY-DAVIDSON

PERANCANGAN INTERIOR AMERICAN GRILL BAR DAN LOUNGE HARLEY-DAVIDSON

Fariz Triansyah Lutan¹, Oktavianus Nangoy² Greysia Susilo³

^{1,2,3} Program Studi Desain Interior Universitas Pradita

E-mail: fariz.triansyah@student.pradita.ac.id¹, oktavianus.nangoy@pradita.ac.id², greysia.susilo@pradita.ac.id³

ARTICLE INFO

Correspondent:

Fariz Triansyah Lutan
fariz.triansyah@student.pradita.ac.id

Key words:

Lifestyle, Motorbike, Harley Davidson, Dining And Entertainment.

Website:

<https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

Page: 908 - 918

ABSTRACT

Beyond serving as a means of transportation, motorcycles, particularly Harley-Davidson, have become a representation of modern lifestyle. This phenomenon involves the transformation of motorcycles from mere transportation tools into an integral part of an individual's lifestyle. The role of the Harley-Davidson brand, which not only produces motorcycles but has also developed into a multi-faceted business unit, including vehicle manufacturing, financial services, vehicle accessories, and merchandise. The importance of brand image and community engagement serves as the foundation for exploring a new business concept, namely the Harley-Davidson Grill Bar and Lounge. In this design, efforts are made to leverage the positive image of Harley-Davidson and its community to create a destination that combines dining and entertainment. By exploiting historical values and the community, the spaces in this design are designed to encourage interaction, socialization, and sharing among visitors. By offering a unique experience, this interior design of Harley-Davidson american grill and bar is expected to become a center for meetings, private events, and night riding to strengthen the bonds between Harley-Davidson enthusiasts. This concept is intended not only to build a sustainable business relationship but also to enhance social impact and the positive image of Harley-Davidson in the eyes of the public.

Copyright © 2024 JSCR. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden

Fariz Triansyah Lutan
*fariz.triansyah@student.
pradita.ac.id*

Kata kunci:

*Gaya Hidup, Sepeda
Motor, Harley Davidson,
Bersantap dan Hiburan.*

Website:

<https://idm.or.id/JSCR/index.php/JSCR>

Hal: 908 - 918

ABSTRAK

Selain sebagai alat transportasi, sepeda motor, terutama Harley-Davidson, menjadi representasi gaya hidup modern. Fenomena ini melibatkan perubahan fungsi sepeda motor dari sekadar alat transportasi menjadi bagian integral dari gaya hidup seseorang. Peran *brand* Harley-Davidson yang tidak hanya menghasilkan sepeda motor, tetapi juga telah berkembang menjadi unit bisnis yang memiliki banyak aspek, termasuk manufaktur kendaraan, layanan keuangan, aksesoris kendaraan, dan *merchandise*. Pentingnya citra brand dan interaksi antara perusahaan dengan komunitas konsumen menjadi landasan untuk eksplorasi konsep bisnis baru, yaitu Harley-Davidson *Grill Bar* dan *Lounge*. Dalam perancangan ini, upaya dilakukan untuk memanfaatkan image positif Harley-Davidson dan komunitasnya untuk menciptakan destinasi yang menggabungkan *dining* dan *entertainment*. Dengan mengeksplorasi nilai-nilai historis dan komunitas, ruangan-ruangan dalam perancangan didesain untuk mendorong interaksi, sosialisasi, dan berbagi antara para pengunjung. Dengan menyajikan pengalaman unik, perancangan interior *american grill bar* dan *lounge* Harley-Davidson diharapkan dapat menjadi pusat pertemuan, acara pribadi, dan *night riding* untuk mempererat hubungan antara penggemar Harley-Davidson. Konsep ini diharapkan tidak hanya membangun hubungan bisnis yang berkelanjutan tetapi juga meningkatkan dampak sosial dan citra positif Harley-Davidson di mata masyarakat.

Copyright © 2024 JSCR. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Menurut Peraturan Pemerintah No. 44 tahun 1993, sepeda motor dapat diartikan sebagai sebuah kendaraan bermotor yang memiliki dua atau tiga roda, tidak tertutup, dan bisa atau tidak memiliki kereta samping. Semenjak kemunculan sepeda motor pada tahun 1885 yang diciptakan oleh Gottlieb Daimler, sepeda motor menjadi sangat populer di kalangan masyarakat (Lubis, H. 2008).

Keunggulan sepeda motor membuat orang-orang memilih untuk membeli sepeda motor dibandingkan mobil karena menurut Astra Motor (2020), masyarakat lebih memilih sepeda motor karena harga belinya lebih murah dibandingkan harga beli mobil, kemudian lebih hemat dari segi bahan bakar dan perawatan. Dari segi praktikalitas, sepeda motor lebih praktis saat berkendara karena *body* yang lebih ramping dan gesit, mudah mencari lahan parkir, dan biayanya lebih murah, serta apabila terjadi kendala di jalan seperti ban kempes atau mesin mogok, motor lebih mudah didorong, selain itu sepeda motor juga memiliki keunggulan lain dibanding fasilitas angkutan umum. Menurut Pusat Studi Transportasi dan Logistik Universitas Gadjah Mada (2017), layanan angkutan umum masih belum memadai karena

kelambatan pemerintah dalam memperbaiki moda transportasi umum yang sudah berjalan, sepeda motor juga dapat menjangkau tempat yang tidak bisa dijangkau atau tidak dilewati oleh moda angkutan umum.

Salah satu *brand* sepeda motor yang terkenal adalah Harley-Davidson. Menurut UTI (2021), Harley-Davidson dikenal karena komitmen terhadap kualitas, karya otomotif, dan gaya. Perusahaan ini memiliki sejarah yang kaya dan warisan yang berlangsung selama lebih dari satu abad, dan sepeda motornya dianggap sebagai seni patung bergerak oleh banyak pecinta motor Harley-Davidson. *Brand* Harley-Davidson telah membangun pelanggan setia yang menghargai komitmen perusahaan terhadap individualitas dan kebebasan dalam bergaya.

Brand Harley-Davidson sendiri sudah masuk ke Indonesia sejak tahun 1920, Harley-Davidson masuk ke Indonesia saat masa kolonialisme Belanda. Produk Harley-Davidson yang masuk saat itu adalah Harley-Davidson WLA *Army*, yang dulu digunakan oleh Belanda sebagai kendaraan operasional perkebunan, bukan sebagai kendaraan yang digunakan untuk menunjang gaya hidup seseorang (Autos. , 2017).

Sepeda motor yang awalnya merupakan alat transportasi yang hanya digunakan berdasarkan fungsinya, belakangan ini mulai mengalami perubahan fungsi menjadi kendaraan bermotor yang berkaitan dengan gaya hidup. Gaya hidup dalam diri seseorang dapat membantu menjelaskan apa yang mereka sukai dan lakukan dalam hidup mereka, karena setelah kebutuhan utama sudah terpenuhi maka manusia akan memuaskan kebutuhan sekundernya sebagai gaya hidup karena itu merupakan salah satu bagian dari kehidupan sosial manusia modern. Menurut Chaney (1996: 40) dalam interaksi sosial, gaya hidup memiliki cara yang tidak bisa dimengerti oleh mereka yang tidak berada dalam masyarakat modern.

Perubahan fungsi dari transportasi menjadi gaya hidup, *brand* Harley-Davidson juga melebarkan sayap unit bisnis-nya tidak hanya di bidang *spare part* dan produksi motor. Menurut Forbes (2023), Harley-Davidson memiliki unit bisnis di bidang manufaktur kendaraan, usaha jasa keuangan non bank, aksesoris kendaraan, dan *merchandise*. *Brand* Harley-Davidson sendiri berhasil menduduki peringkat sembilan sebagai *Best Brand for Social Impact*. *Best Brand for Social Impact* adalah nominasi yang diberikan oleh Forbes kepada *brand* yang memiliki nilai dan kepercayaan customer serta memiliki *impact* terhadap masyarakat banyak. Harley-Davidson adalah sebuah *brand* yang memiliki *customer base* yang sangat besar namun perusahaan ini juga memiliki yayasan pengamalan *non-profit* yang sering kali melakukan donasi kepada lembaga-lembaga kesehatan, pendidikan, dan dinas sosial yang membuat perusahaan Harley-Davidson berhak menduduki peringkat sembilan dalam nominasi *Best Brand for Social Impact* oleh Forbes.

Dalam perancangan ini diharapkan selain dapat memberikan wadah untuk komunitas Harley-Davidson, juga dapat memperkenalkan lebih banyak kepada masyarakat umum terkait dengan *brand* Harley-Davidson itu sendiri. Tempat ini dirancang dengan menambahkan nilai-nilai historikal dari *brand* Harley-Davidson dengan harapan untuk membuat masyarakat umum selain pecinta *brand* Harley-Davidson dapat mengetahui *brand* Harley-Davidson lebih dalam sekaligus bersantap dengan teman ataupun keluarga. Ruangan-ruangan dalam perancangan ini dirancang untuk mendorong pelanggan untuk berkumpul, bersosialisasi, dan berbagi kesukaan mereka pada *brand* tersebut. Kemudian perancangan ini diharapkan dapat memfasilitasi

ruangan untuk acara dan pertemuan, seperti acara pribadi, pertemuan, dan *night riding*, yang berfungsi sebagai wadah bagi pengunjung untuk terhubung dengan penggemar Harley-Davidson lainnya dan menguatkan rasa persahabatan para penggemar.

METODE PENELITIAN

Metode yang akan digunakan dalam perancangan Harley-Davidson Resto dan Bar ini adalah metode perancangan interior yang dipopulerkan oleh Rosemary Kilmer dalam bukunya yang berjudul *Designing Interiors*. Menurut Kilmer (1991), proses perancangan interior dapat dibagi dalam dua tahap. Tahap yang pertama adalah tahap menganalisis masalah, dalam tahap ini perancang mencari permasalahan yang terjadi di lapangan dengan kemudian memikirkan apa solusi yang harus diberikan untuk memecahkan masalah tersebut. Kemudian tahap yang kedua adalah tahap sintesis dimana perancang mengolah hasil dari analisis masalah dan solusi untuk bisa diterapkan dalam perancangan interior.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi Perancangan



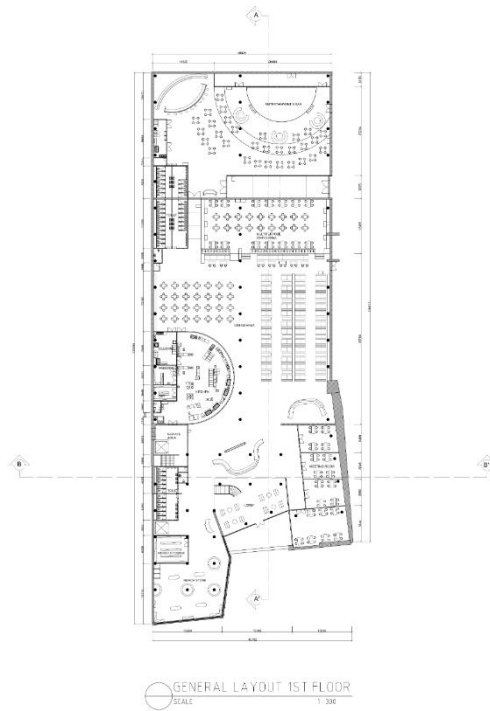
Gambar 1. Lokasi Perancangan

Sumber: [google.com/maps](https://www.google.com/maps)

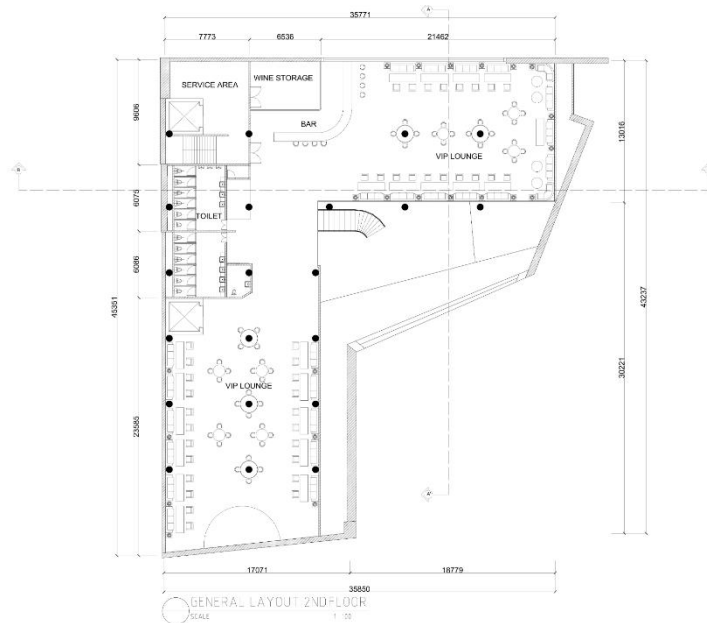
Rencana lokasi perancangan resto dan bar Harley Davidson ini akan diletakkan di Jl. Jenderal Sudirman No.Kav 52-53, RT.5/RW.1, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Alasan perancangan resto dan bar ini terletak di area ini karena daerah ini merupakan daerah yang strategis dan dari segi wilayah, area ini memiliki demografi yang bagus. Karena lokasi tersebut berada di *Sudirman Central Business District*, lokasi yang memiliki potensi besar untuk menjadi ramai karena dikelilingi oleh kantor-kantor besar dan unit bisnis yang lain. Selain itu, area ini mudah diakses oleh masyarakat Jakarta yang lain maupun masyarakat yang berada di sekitaran Jakarta.

Layout Perancangan

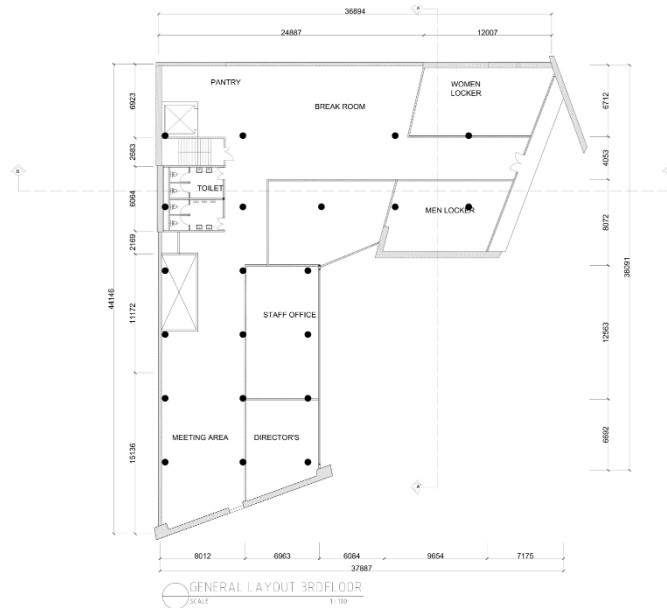
Setelah menyesuaikan luasan ruangan dengan *furniture* melalui tabel akfas, langkah selanjutnya adalah membuat gambar denah. Berikut denah *American Grill Bar and Lounge Harley Davidson*.



Gambar 2. General Layout Lt.1.
Sumber: Dok. Pribadi (2023)



Gambar 3. General Layout Lt. 2.
Sumber: Dok. Pribadi (2023)



Gambar 4. General Layout Lt. 3.
Sumber: Dok. Pribadi (2023)

Konsep Perancangan

Berdasarkan studi literatur, konsep yang akan diterapkan pada resto dan bar Harley-Davidson adalah "Riding Through Time" konsep desain interior ini memuliakan sejarah masa keemasan Harley Davidson pada tahun 1950-1960. Ruang yang dirancang akan mengundang pengunjung dalam perjalanan kembali ke masa lalu, menangkap semangat dan asal-usul Harley Davidson. Melalui konsep ini, "Riding Through Time" mengundang pengunjung untuk menghargai warisan Harley Davidson sambil menikmati kenyamanan hidup modern. Ini adalah tempat di mana masa lalu dan masa kini saling terjalin yang memungkinkan pengunjung untuk dapat memahami akar dari brand Harley-Davidson.



Gambar 5. Konsep Perancangan
Sumber: Dok. Pribadi (2023)



Gambar 6. Warna
Sumber: Dok. Pribadi (2023)

Untuk mencapai tampilan “*Ride Through Time*” palet warna yang akan digunakan adalah merah burgundy, hitam, putih, dan oranye. Warna-warna tersebut identik dengan warna “Retro” atau *trend Interior* yang lahir pada tahun 1950-1960. Untuk material yang digunakan demi menyempurnakan tema “*Ride Through Time*” adalah tembaga/*copper* dan *metal chrome* untuk merepresentasikan kekuatan dari *brand* Harley-Davidson. Kemudian sebagai *finishing* tembok menggunakan bata ekspos dan lantai menggunakan *finishing concrete* untuk menguatkan nuansa industrial dari Harley-Davidson.



Gambar 7. Konsep Perancangan
Sumber: Dok. Pribadi (2023)

Sesuai *moodboard* yang telah disusun, perancangan resto Harley-Davidson akan banyak menggunakan warna-warna retro seperti oranye, merah marun dan biru tua, perancangan ini juga didominasi oleh warna gelap untuk mendapatkan sisi maskulin dari *brand* Harley-Davidson. Untuk material akan banyak menggunakan kayu dan besi untuk mengeluarkan sisi dari industrialnya.

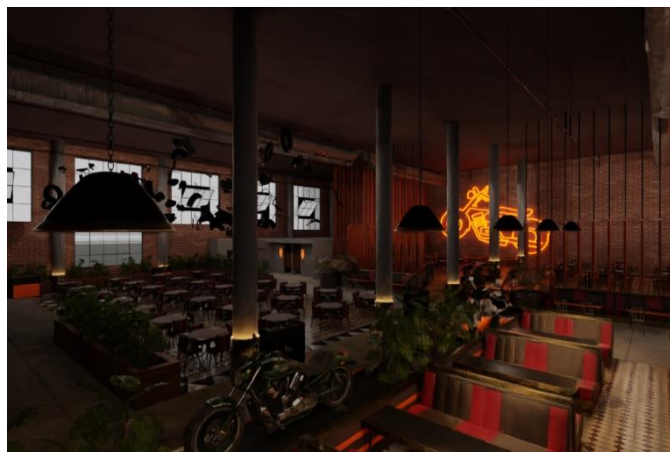
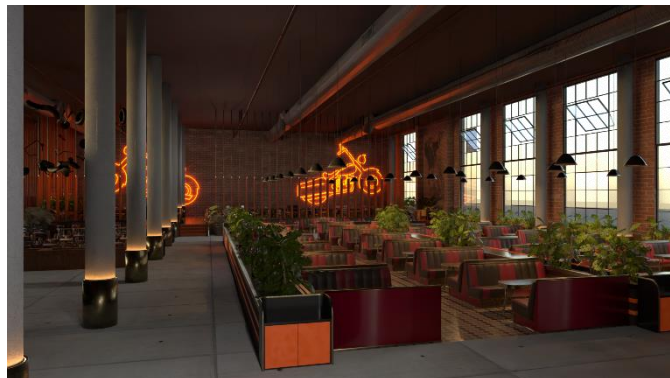
Hasil Perancangan

Berikut adalah hasil perancangan 3D dari *American Grill Bar and Lounge* Harley Davidson.



Gambar 8. Lobby
Sumber: Dok. Pribadi (2023)

Area *lobby* disambut oleh meja resepsionis dengan logo elang Harley-Davidson. Pada area *lobby* juga terdapat sofa sebagai tempat untuk menunggu apabila restoran sedang penuh dan pengunjung harus masuk *waiting list* sehingga pengunjung dapat dengan nyaman menunggu giliran masuk tanpa harus meninggalkan restoran terlebih dahulu. Di area *lobby* juga terdapat lampu gantung *custom* berbentuk pecahan pecahan metal yang apabila dilihat dari bawah akan membentuk siluet motor Harley-Davidson. Untuk tembok sengaja dibuat *unfinished* dan *exposed*, kemudian lantai menggunakan *concrete* untuk mempertebal kesan tangguh dan industrial yang sudah melekat pada *brand* Harley Davidson.



Gambar 9. Dining
Sumber: Dok. Pribadi (2023)

Area *dining* dibagi menjadi dua area, area yang pertama menggunakan sofa dan meja *banquet* dengan tujuan untuk pengunjung yang datang berkelompok seperti keluarga. Pada area ini satu meja makan dapat menampung hingga 6 orang, sedangkan pada area kedua hanya menggunakan meja persegi untuk menargetkan pengunjung yang datang tidak berkelompok atau hanya berdua saja. Pada area *dining* gaya yang diambil adalah retro karena untuk mendukung konsep kembali ke masa lalu dimana pada tahun 1950-1960 tren restoran yang banyak digunakan adalah retro. Kemudian pada bagian tembok tetap menggunakan bata ekspos agar menguatkan kesan maskulin dan tangguh dari Harley Davidson. Bagian lantai masih menggunakan *concrete* namun pada area makan dipisah dengan menggunakan keramik bermotif agar ada perbedaan antar area namun masih mendukung konsep retro itu sendiri. Untuk aksesoris dapat dilihat penggunaan *neon sign* sebagai ciri khas retro pada tahun 1950 dan juga menggantung ornamen-ornamen di *ceiling* yang terdiri dari part-part motor Harley Davidson dan memajang motor-motor Harley Davidson seri klasik pada bagian display di samping meja makan *banquet*.



Gambar 10. Bar
Sumber: Dok. Pribadi (2023)

Pada area bar terdapat meja makan bulat dan bar *stool* untuk mendukung gaya retro dari bar Harley Davidson, selain meja makan di area ini juga terdapat bar *counter* untuk bartender membuat minuman yang juga diisi dengan bar *stool* yang cocok dengan tema retro. Pada bagian kanan terdapat panggung dengan layar led yang besar untuk keperluan *entertainment* seperti acara musik ataupun acara DJ yang membutuhkan visual. Penyusunan meja dibuat radial mengikuti pola panggung dan berundak agar terjadi keserasian antara panggung dan penonton dan agar tidak monoton. Untuk pemilihan bahan sama seperti ruangan

yang lain, untuk tembok masih konsisten dengan bata ekspos, di beberapa bagian dinding seperti *backstage* dan dinding luar kamar mandi di *finishing* menggunakan cat hitam dan panel *bronze mirror* untuk menambahkan variasi warna. Material yang dominan digunakan adalah kayu, hpl, dan besi untuk menambah kesan warm dan maskulin yang dimiliki oleh *brand* Harley-Davidson. Pada area ini juga terdapat *entrance* dan *exit* tambahan agar pengunjung tidak perlu melewati area restoran jika ingin datang ke bar ataupun pulang.

SIMPULAN

Berdasarkan studi serta pembahasan yang sudah dilakukan dapat ditarik kesimpulan yaitu pembangunan restoran *American Grill Bar* dan *Lounge Harley Davidson* di Indonesia dapat menjadi sarana baru untuk Harley Davidson meluaskan pasar agar tidak hanya terpaku pada penikmat sepeda motor saja. Kemudian perancangan *American Grill Bar* dan *Lounge Harley Davidson* terdiri dari 3 lantai, lantai 1 adalah area publik untuk makan dan *entertainment*, lantai 2 adalah area semi privat untuk pelanggan yang ingin mengadakan pesta privat, dan lantai 3 adalah area untuk staff dan pengelola. Terakhir, perancangan *American Grill Bar* dan *Lounge Harley Davidson* menggunakan konsep *ride through time* dimana pemilihan *furniture* dan material serta *ambiens* yang menuju pada masa keemasan Harley Davidson pada tahun 1950-1960.

DAFTAR PUSTAKA

- Autos.Id. Kilas Balik Sejarah Harley Davidson. Diakses pada 6 Februari 2023 dari <https://www.autos.id/berita-otomotif/kilas-balik-sejarah-harley-davidson-di-indonesia-sejak-1920/>
- Cambridge Dictionary. BAR English Meaning. Diakses pada 3 Juni 2023 dari <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bar>
- Forbes. Harley Davidson Stock and Company Stats. Diakses pada 10 Mei 2023 dari <https://www.forbes.com/companies/harley-davidson/?sh=255e11ee72d4>
- Harley-Davidson Motorcycles. Harley-Davidson Museum. Diakses pada 6 Februari 2023 dari <https://harley-davidson.com/id/id/museum.html>
- Harley-Davidson Motorcycles: Official Merchandise of Harley-Davidson Company. Diakses pada 6 Februari 2023 dari <https://harley-davidson.com/id/id/shop>
- Kilmer, Rosemary. 1992. *Designing Interiors*. Wilmer
- Lang, George. 2023. *Britannica History of Restaurant*. Diakses pada 10 Mei 2023 dari <https://www.britannica.com/topic/restaurant>
- Lubis, H. 2008. *Sejarah Perkembangan Sepeda Motor*. 199-223
- Pusat Studi Transportasi dan Logistik Universitas Gadjah Mada. *Mengapa Kendaraan Pribadi Terus Bertumbuh*. Diakses pada 3 Juni 2023 dari <https://pustral.ugm.ac.id/2017/10/05/mengapa-kendaraan-pribadi-terus-bertumbuh/>
- Soekresno. (2000). *Management Food and Beverage, Service Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Technavio. 2023. *Cafes and Bars Market by Age Group, Service, and Geography-Forecast and Analysis 2023-2027*. Diakses pada 3 Juni 2023 dari <https://www.technavio.com/report/cafes-and-bars-market-industry-analysis>

Universal Technical Institute. 2021. *The History of Harley-Davidson*. Diakses pada 1 Februari 2023 dari <https://www.uti.edu/blog/motorcycle/harley-davidson-history>

WA, Marsum. 2000. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Andi: Yogyakarta

WA, Marsum. 2004. *Bar, Minuman dan Pelayanannya*. Jakarta: CV Andi Offset