

Perancangan Interior Manchester United *Fans Club* di Surabaya

Rama Adinata

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
e-mail: rama.adinata@yahoo.com

Abstrak - Saat ini sepak bola telah menjadi olah raga yang paling populer di dunia, hal ini berbanding lurus dengan banyaknya jumlah *fans club*. Tiap-tiap *fans club* pasti membutuhkan wadah untuk berkumpul baik itu untuk berbagi informasi, mengobrol bahkan untuk menyaksikan pertandingan bersama. Manchester United adalah club sepak bola asal Inggris yang memiliki jumlah *fans club* terbanyak di Indonesia. Maka dari itu dalam tugas akhir ini dirancang *basecamp* untuk mewadahi kebutuhan fans club Manchester United. *Basecamp* ini memiliki beberapa fasilitas yaitu Red Café, Ruang nonton pertandingan, Mega Store, dan Pusat Informasi. Perancangan *basecamp* Manchester United ini diharapkan berguna untuk mewadahi segala kebutuhan fans club yang sampai saat ini masih belum terpenuhi sepenuhnya.

Kata kunci : *Basecamp, fans club, Manchester United*

Abstrac - Currently football has become the most popular sport in the world, it is directly proportional to the number of the fan club. Each fan club definitely needs a good place to gather it to share information, chat and even to watch the match together. Manchester United is the English football club that has the highest number of fan club in Indonesia. Therefore, in this thesis project a basecamp to accommodate the needs of the fan club Manchester United. The basecamp has several facilities such as Red Cafe, Room to watch the match, Mega Store, and the Information Center. The design of the basecamp of Manchester United fan club is expected to be useful to accommodate all the needs of the fan club that has not been fully met.

Key word : *Basecamp, fans club, Manchester United*

I. PENDAHULUAN

F*ans club* dari tim elite dunia sangat jarang. Terlebih di bidang sepak bola. Sepak bola merupakan salah satu cabang olahraga yang sangat digemari oleh hampir dari semua kalangan. Memang lapangan untuk olahraga sepak bola sudah mencukupi, namun sarana untuk fans club tidak mudah didapati.

Bagi penggemar Manchester United Surabaya yang seringnya mengadakan aktivitas dan banyaknya penggemar terkadang sulit untuk menemukan lokasi pendukung, yang biasa dilakukan oleh para penggemar hanya memesan lokasi di café-café kecil yang terkadang tidak sanggup menampung para komunitas Manchester United *fans club*. Penyediaan fasilitas untuk mendukung kegiatan yang diadakan, nantinya juga didukung fasilitas kebutuhan merchandise klub. Jadi penggemar Manchester United tidak perlu jauh-jauh ke Inggris karena di Indonesia tersedia.

Perancangan ini, diharapkan para komunitas lebih diperhatikan, sehingga mampu menciptakan area yang mendukung kegiatan para komunitas Manchester United *fans club* tersebut nantinya. Perancangan Manchester United fans club ini nantinya tidak hanya bersifat komersil saja, namun juga bersifat informative dan rekreatif.

II. METODE PERANCANGAN

Merencanakan interior Manchester United *fans club* di Surabaya memerlukan pendalaman, berupa studi literature dan survei lapangan sebagai studi banding. Studi banding berarti membandingkan data-data yang ada pada buku literature dengan data-data yang ada di lapangan. Selain pada fasilitas sejenis, survei lapangan juga dilakukan pada lokasi perancangan dan lingkungan sekitarnya.

A. Data yang diperlukan

1. Data fisik, berupa data bangunan dan situasinya, struktur organisasi, jumlah karyawan, dan pengguna.

2. Data non fisik, berupa karakteristik *café*, pusat informasi, *merchandise* dan *office*, termasuk *brand identity*, warna, pencahayaan, akustik, proteksi kebakaran, penghawaan.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Studi literature, melakukan survei data yang sekiranya akan diperlukan dalam perancangan dengan meninjau literatur, artikel, dan website.
2. Studi banding, melakukan peninjauan ke komunitas Manchester United di Surabaya, baik secara langsung melalui survey maupun melalui browsing internet, artikel, ataupun majalah.
3. Wawancara, melakukan wawancara dengan pihak pimpinan / koordinator komunitas yang sekiranya dapat memberikan data untuk mendukung perancangan.

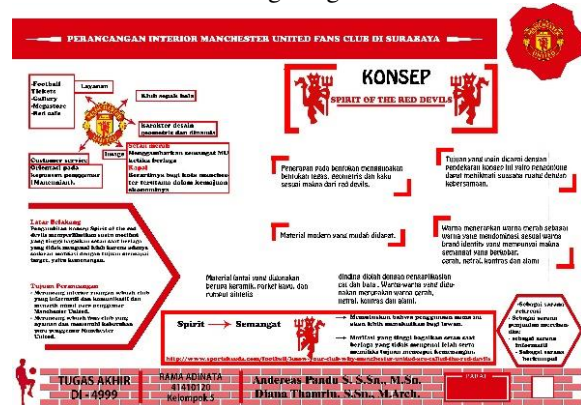
C. Metode Pengolahan Data

Pengolahan data disini bertugas menyeleksi data-data yang terkumpul, mengambil data yang diperlukan dan menyisihkan data yang tidak diperlukan dalam tugas perancangan.

Metode pengolahan data menggunakan metode induktif, semua data hasil studi literatur, studi lapangan, studi banding dan wawancara dikumpulkan menjadi satu, digabungkan, diolah sehingga membentuk suatu kesimpulan.

III. KONSEP PERANCANGAN

Konsep Desain yang ditawarkan dalam Perancangan Interior Manchester United *fans club* ini yaitu **“SPIRIT OF THE RED DEVILS”**. Konsep tersebut dipilih sebagai semangat Manchester United ketika berlaga. Tujuan yang ingin dicapai dengan pendekatan konsep ini yaitu pengunjung dapat menikmati suasana ruang dengan kebersamaan.



Gambar 1 : Konsep Perancangan

Kata *Spirit* dalam bahasa Indonesia memiliki arti “Semangat”, sedangkan *The Red Devils* berarti “Setan

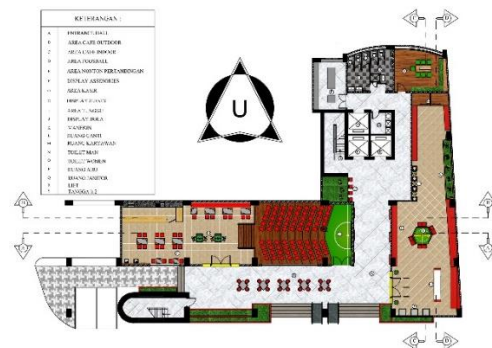
Merah”. Dalam pendekatan konsep ini memiliki pesan serta tujuan bagi para pemain Manchester United ketika berlaga dan memutuskan bahwa penggunaan nama ini akan lebih menakutkan bagi lawan. Semangat yang dimaksud adalah dimana peran dari setan merah bahwa pengunjung datang dengan semangat yang tinggi untuk menikmati fasilitas yang ada pada basecamp Manchester United ini dengan suasana menyatu dan nyaman.

Oleh karena itu melalui konsep ini pengunjung dapat bersantai dengan hal berbeda yang tidak hanya sekedar berlama-lama dikursi tanpa didukung aktivitas positif yang lebih bermanfaat.

IV. IMPLEMENTASI DESAIN

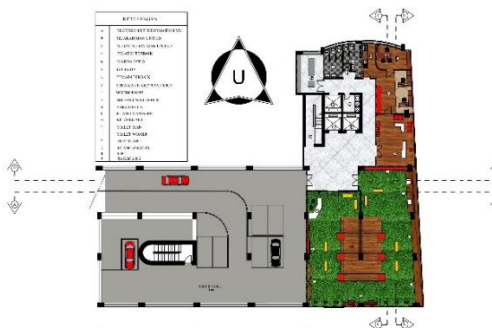
A. Layout dan Pola Penataan Ruang

Ruangan yang berada di lantai 1 adalah Red Café, Mega Store, ruang staff dan toilet. Pola penataan baik elemen interior atau perabot memiliki alur yang dinamis dan berirama. Pola penataan membentuk keseimbangan asimetris. Jadi ketika pengunjung mengunjungi basecamp ini, mereka dapat memilih, mau mengunjungi red café beserta nobar di lantai 1 sebelah kiri, Mega store di lantai 1 sebelah kanan.



Gambar 2 : Layout lantai 1

Pada lantai 2 terdapat pusat informasi Manchester United beserta kantor pengelola. Jadi pembagian ruang pada perancangan Manchester United *fans club* di Surabaya ini jelas.



Gambar 3 : Layout lantai 2



Gambar 4 : Main Entrance

B. Red Café



Gambar 5 : Perspektif Interior Red Café 1



Gambar 6 : Perspektif Interior Red Café 2



Gambar 7 : Perspektif Interior Staff



Gambar 8 : Perspektif Interior Nonton Pertandingan

Area nonton pertandingan yang dirancang dengan kursi lesehan dan didukung nuansa ruang yang semangat, juga terdapat gambar para pemain Manchester United pada dinding dan aksesoris neon box dengan gambar logo pada plafon.



Gambar 9 : Perspektif Interior Nonton Pertandingan



Gambar 10 : Perspektif Interior Office



Gambar 11 : Perspektif Interior Receptionist



Gambar 14 : Perspektif Interior Mega Store 3



Gambar 12 : Perspektif Interior Mega Store 1



Gambar 15 : Perspektif Interior Toilet

Area Mega Store adalah area yang menjual berbagai macam kebutuhan penggemar. Suasana yang dihadirkan pada Mega Store adalah modern, dengan dominan warna merah. Terdapat logo atau ikon dari Manchester United sebagai aksan ruang dan juga kursi tunggu yang mengitari disekeliling logo.



Gambar 13 : Perspektif Interior Mega Store 2



Gambar 16 : Perspektif Interior Pusat Informasi 1



Gambar 17 : Perspektif Interior Pusat Informasi 2

Pada area pusat informasi suasana yang ditampilkan adalah tegas dan modern namun juga terdapat sentuhan kontemporer di dalamnya. Dengan pengaplikasian bentukan yang tegas pada display.

V. KESIMPULAN

Manchester United *fans club* di Surabaya ini adalah wadah bagi para penggemar yang menampilkan *image* Manchester United. *Image* ini terangkum dalam satu tema, yaitu *Spirit of The Red Devils*. Tema ini bertujuan agar para pengunjung dapat merasakan *image* dari Manchester United. Pengaplikasian pada interior yang memiliki bentuk tegas serta warna yang sesuai brand identity dari logo beserta element dekoratif. Semua dituangkan pada layout dan bentuk perabot dan pemilihan material yang modern.

Perancangan Interior Manchester United *fans club* ini memberikan pengaruh yang cukup besar bagi masyarakat penggemar Manchester United dan dibutuhkan oleh masyarakat Surabaya yang ingin menikmati fasilitas nonton bareng, kuliner pada café, kebutuhan merchandise dan rekreasi yang inovatif serta edukatif. Inovasi yang dituangkan melalui pengaplikasian gaya modern kontemporer dan fasilitas yang mendukung untuk pengunjung dapat menikmati suasana rileks dengan kebersamaan dengan melakukan aktivitas yang santai namun menyenangkan.

VI. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis R.A mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah membimbing penulis dalam penulisan jurnal ini, serta pihak – pihak lain yang telah membantu penulis, diantaranya:

1. Andreas Pandu S S.Sn, M.Sn dan Diana Thamrin S.Sn, M.Arch yang telah membimbing penulis dari awal hingga akhir.
2. Keluarga yang selalu mendukung penulis secara moral maupun material.
3. Eza selaku Koordinator United Army Surabaya yang bersedia memberi informasi yang dibutuhkan bagi penulis.

VII. DAFTAR PUSTAKA

1. Chandra, Maria Lidyawati. *Tugas Akhir: Analisa perilaku mahasiswa di toilet Universitas Kristen Petra*. Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Jurusan Desain Interior Universitas Kristen Petra, 2012.
2. Ching, D.K. *Ilustrasi Desain Interior*. Penerjemah Paul Hanoto Adjie. Jakarta: Erlangga, 1996.
3. “Komunitas”. *Wikipedia ensiklopedia bebas*. Wikimedia foundation. 2014. 15 November 2014
<<http://wikipedia.org/wiki/Komunitas>>
4. Neufert, Ernst. *Data Arsitek edisi33 jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 1996.
5. Packard, Robert. T. *Architectural Graphic Standard*. Canada: John Wiley and Sons. 1981.
6. Palmer, Alvin. *Planning The Office Landscape*, USA: Mc. Graw Hill Book Company, 1977.
7. Panero, Julius. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. Jakarta: Erlangga, 2003.
8. Pile, John F. *Interior Design third edition*. New York, 2003.
9. Purwodarminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta: 1993
10. Soekresno. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Tama, 2000.
11. Suptandar, J.Pamudji, *Desain Interior*. Jakarta: Djembatan, 1999.
12. Tjatur W. ALB. *MU vs Liverpool*. Jakarta: Gramedia, 2014.
13. Triantoro, Daniel Agus. *Tugas Akhir: Perancangan Interior Pusat Informasi Sepakbola Laskar Garuda Surabaya*. Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Jurusan Desain Interior Universitas Kristen Petra, 2012.
14. WA, Marsum. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset, 1991.
15. Wicaksono, Andie A dan Endah Tisnawati, *Teori Interior*. Jakarta: Griya Kreasi, 2014.
16. “Know Your Club Why Manchester United: are Called the Red Devil”.
17. *Sportskeeda* 2013
<<http://www.sportskeeda.com/football/know-your-club-why-manchester-united-are-called-the-red-devils>>
18. Lianty, Maggie. *Tugas Akhir: Perancangan Interior Pusat Informasi Kesenian Ludruk di Surabaya*. Surabaya: Fakultas Seni dan Desain Jurusan Desain Interior Universitas Kristen Petra, 2010.
19. “Manchester United”. *Wikipedia the free encyclopedia*. Wikimedia foundation.
20. 2014. 15 November 2014<http://en.wikipedia.org/wiki/Manchester_United_F.C.>