

Collector's Guide®

# WATCHES

Edisi 01/2015

INDONESIA

LIPUTAN EKSLUSIF

SIHH 2015

CONNOISSEUR'S CORNER

Dr. Bernard Cheong

M. Hadi Bil'id

MASTER OF TIME

Italo Fontana

Maximilian Büsser

Roger Dubuis



IDR 80,000

ISSN 2442-4188



9 772442 418026

## BREGUET

Tradition Automatique Seconde Retrograde

## Master of Time



# SOME LIKE IT BIG

*Karya unik yang memamerkan keahlian pembuatan jam Italia terbaik*

**T**ahun 2015 dibuka oleh sang pendiri dan CEO merek jam U-Boat asal Italia, Italo Fontana dengan peluncuran jam Capsula terbarunya yang terinspirasi oleh bentuk awal kapsul penyelam. Penasaran dengan kendaraan pertama di kedalaman laut itu, Italo merancang jam tangan dengan karakteristik serupa: mulai dari bentuknya yang bulat, hingga jendela bulat tebal dengan kaca kedap air untuk menjamin kelangsungan hidup para penumpang di dalamnya. Mulai dari kaca tebal dari safir yang mencuat di atas bezel, hingga ke baut jangkar dan sistem tombol pemutar jam, jauh lebih kompleks dibandingkan model U-Boat lainnya, arloji edisi terbatas sejumlah 50 buah ini merupakan cerminan dari kendaraan menyelam di tahun 1930-an.



---

*Italo Fontana telah memperoleh keberhasilan nyata sekaligus berhasil mewujudkan ide-ide dari kakeknya Ivo Fontana*

---

Jika boleh mengambil perumpamaan, arloji-arloji U-Boat sama seperti mobil klasik Amerika. Mereka besar, dibuat dengan banyak logam, memiliki desain keren, dan membuat Anda merasa bangga berada di sekitarnya. U-Boat memang menampilkan desain jam yang berani, agresif dan besar. Arloji ini memiliki kekuatan dan gaya yang mengungkapkan kepribadian unik dari penciptanya, Italo Fontana. Tak pelak lagi, Italo Fontana telah memperoleh keberhasilan nyata sekaligus berhasil mewujudkan ide-ide dari kakeknya Ivo Fontana. Dan khusus untuk majalah *Collector's Guide-WATCHES Indonesia*, pria yang selalu tampil stylish dan ramah ini bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan Lulu F. Pasha, ditengah kesibukannya mempersiapkan desain terbarunya yang akan diluncurkan di ajang BaselWorld pada bulan Maret nanti. Berikut cuplikan wawancara eksklusif kami.

**Bagaimana Anda mendefinisikan U-Boat dan apa yang membedakannya dari merek-merek jam tangan lainnya?**

Saya berkarya dalam kebebasan total, saya tidak mengikuti tren. Saya berusaha melakukan apa yang tidak dilakukan merek-merek lainnya. Saya tidak punya kewajiban untuk membuat hal yang sama. Kata kunci untuk menggambarkan U-Boat adalah identitas dan keunikan desain: kreasi-kreasi saya sangat mudah dikenali dan langsung teridentifikasi dari jauh. Semua memiliki identitas dan citra yang kuat. Anda tahu saya mendesain sendiri semuanya. Ciri-ciri konstan yang



terlihat dalam seluruh koleksi kami adalah keahlian pembuatan, lalu tentu saja, faktor "Made in Italy". Memakai mesin buatan Swiss, semua arloji satu demi satu dibuat dan dirakit oleh para ahli yang terampil di basis kami di Lucca. Semua arloji U-Boat mudah dikenali dengan crown besar pada bagian kiri case arloji, sehingga pergelangan tangan lebih bebas bergerak. Kebanyakan arloji U-Boat memakai teknik dan bahan canggih dan unik – bilasan asam, serat karbon, dan sebagainya. Meski begitu, di balik desain saya juga terlihat perhatian terhadap detail dan kualitas, kecintaan dan dedikasi terhadap inovasi dan kesempurnaan yang konstan, wawasan tetap terbuka terhadap masa depan namun tetap respek pada tradisi dan kebebasan berkreas, serta refleksi diri dalam kreasi-kreasi saya.

**Bisa Anda ceritakan sedikit aspek horologis apa yang akan disorot dalam BaselWorld 2015?**

Mengikuti konsep yang diawali arloji UNICUM, diperkenalkan dalam Baselworld 2013, saya akan lebih mengeksplorasi konsep "arloji yang sangat individual". Saya akan mempersembahkan beberapa arloji edisi terbatas yang langka, yang mengembangkan lebih lanjut konsep buatan tangan, keahlian pembuatan, dan arloji yang tiada duanya. Ada lima mahakarya edisi terbatas. Pengembangan desain saat ini termasuk antara lain koleksi Classico, U-42, Flightdeck dan Chimera; arloji-arloji ini diberi finishing buatan tangan yang cermat. Contoh luar biasa dari karya tangan mumpuni Italia ini memamerkan bahan berharga dan terpilih, diberi treatment teknik-teknik tradisional dan unik. Kami menggunakan bebatuan mulia seperti berlian setting



---

*“Kebanyakan arloji U-Boat memakai teknik dan bahan canggih dan unik – bilasan asam, serat karbon, dan sebagainya”*

---



pave, batu delima baguette-cut, dan berlian yang ditatahkan untuk mengubah arloji-arloji ini menjadi mahakarya bertatahkan permata.

Bagaimana perusahaan Anda bisa menjadi satu dari segelintir perusahaan arloji yang proses produksinya 100% independen?

Hanya dalam waktu beberapa tahun, U-Boat sudah berhasil membuka sejumlah butik sendiri di seluruh dunia, ditambah titik-titik penjualan yang tak terhitung banyaknya. Saat ini brand kami berencana mempercepat pembangunan toko ritel di kota-kota penting China dan Eropa. Tak lama lagi akan ada tempat baru di Cannes dan Roma. Selama beberapa tahun berturut-turut kami turut hadir di Baselworld, di Hall 1 yang bergengsi, sebagai perusahaan independen. Kami tetap menjadi perusahaan keluarga, bahkan meski dengan toko-toko dan klien baru yang membuat penjualan kami setiap hari naik. Kami tetap belum berubah, terus memproduksi kreasi-kreasi buatan tangan, produk-produk berseni tinggi dan inovatif, satu demi satu, bahkan meski permintaan pasar semakin tinggi.



---

*“Selera orang Indonesia bagus, mereka memerhatikan detail, mereka senang kreasi-kreasi terbaik, dan nomor satu”*

---



**Apakah Anda akan menganggap kreasi-kreasi Anda sendiri sebagai karya seni?**

Saya memang mencurahkan semua kreativitas saya dalam arloji-arloji tersebut, dan sekarang akan semakin saya anggap karya seni karena kini saya mulai membuat kreasi One of a Kind. Saya menuangkan keseluruhan diri saya pada semua kreasi itu. Publik perlu memahami bahwa ada sosok manusia di balik produk saya, yang mendesain dengan hati dan kecintaan.

**Apa pengalaman paling menantang tapi memuaskan bagi Anda di U-Boat?**

Saya selalu senang kalau ada yang mengapresiasi desain-desain saya dan memilih salah satunya. Dan tentunya sangat memuaskan ketika pecinta U-Boat itu selebriti kelas dunia. Sylvester Stallone punya empat jam tangan; Arnold Schwarzenegger memesan



satu yang digrafitir tanda tangan; Giorgio Armani membeli satu di Mykonos; Kenzo Takada, David Beckham, Tom Cruise, James Blunt juga punya. Begitu pula beberapa selebriti wanita, termasuk Victoria Beckham, Lindsay Lohan dan Bar Refaeli. Nicholas Cage baru-baru ini memilih memakai dua arloji kami dalam film terbarunya, *Tokarev*. Arnold Schwarzenegger memakai arloji U-Boat U-42 UNICUM dalam film laga *Expendables 3*. Tapi pengalaman paling menantang sekaligus memuaskan bagi saya adalah mewujudkan mimpi kakek saya, dan itu membuat saya bangga. Dia pernah mendesain jam futuristik. Tapi tidak ada yang memesannya. Gambar-gambar hasil rancangannya membuat saya terpikir untuk meremajakan kembali proyek itu tahun 2000.

**Menurut Anda, apakah arloji Anda tidak terlalu besar untuk dikenakan dengan nyaman di pergelangan tangan?**

Ketika kakek memulai dulu, memang tidak mudah karena dia membuat arloji sebesar itu. Saking besarnya, orang kadang berpikir si pemakai pasti buta karena perlu jam tangan sebesar itu. Tapi seiring perkembangan zaman, trennya juga berubah

menjadi semakin besar, jadi sekarang arloji U-Boat tergolong biasa.

**Semua jam tangan Anda memiliki elemen maskulin. Pernah Anda mempertimbangkan pergelangan tangan wanita Asia yang mungil ketika mendesain?**

Kreasi-kreasi saya diapresiasi pria maupun wanita yang memiliki kepribadian kuat. Saya memutuskan untuk memenuhi keinginan para wanita yang ingin memiliki arloji dengan ukuran wajar sesuai selera mereka, tanpa kehilangan identitas kuat brand kami. U-Boat memperhalusnya dengan sentuhan lembut. Bar Refaeli, Lindsey Lohan, Victoria Beckham, misalnya, semua memakai arloji U-Boat.

**Kalau gaya pribadi Anda sendiri, arloji seperti apa yang Anda sukai dan mengapa?**

Semua arloji milik saya, semua kreasi saya. Rasanya seperti anak-anak saya sendiri. Dan saya memang senang memakainya ke berbagai acara, atau tergantung mood hari itu.

**Karena Anda pernah ke Indonesia, bagaimana menurut Anda pasar arloji di Indonesia?**

Pasar Indonesia sangat penting dan spesial bagi kami. Selera orang Indonesia bagus, mereka memerhatikan detail, mereka senang kreasi-kreasi terbaik dan nomor satu, dan itu membuat saya senang. Saya lihat semakin lama mereka semakin menyukai brand ini dan saya akan berusaha semaksimal mungkin mendapatkan apresiasi mereka.

**Kami menerbitkan *Collector's Guide-WATCHES Magazine* eksklusif untuk pasar Indonesia. Ada saran atau komentar untuk kami (Penerbit)? Apa yang ingin Anda lihat dalam majalah seperti ini?**

Menemukan niche product dan brand inovatif seperti milik saya dan tidak selalu membahas merek-merek yang sudah lama mapan. ■

