

**PERANCANGAN INTERIOR RUANG PAMER
PT. UNITED INDO SURABAYA**



KARYA SENI

Oleh :



KT001675

**EKO KURNIAWANTO
9410696023**

**JURUSAN DISAIN INTERIOR
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2001**

**PERANCANGAN INTERIOR RUANG PAMER
P.T UNITED INDO SURABAYA**



Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing Karya Disain

Untuk diajukan kepada tim penguji dalam ujian pendadaran

Pada tanggal 03 Juli 2001

Yogyakarta, 12 Juni 2001

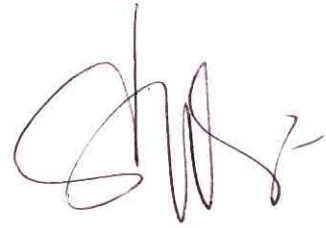
Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Susanti S', written over a faint, larger version of the yellow logo.

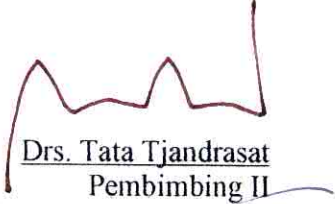
Dra. BM. Susanti S, MS.



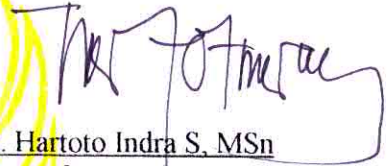
Karya Disain Telah dipertahankan dan disahkan oleh Tim Penguji
Jurusan Disain Interior
Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dra. BM. Susanti S, MS
Pembimbing I



Drs. Tata Tjandrasat
Pembimbing II



Drs. Hartoto Indra S, MSn
Cognate/ Anggota



Drs. Ismael Setiawan
Ketua Program Studi
Disain Interior



Drs. M. Umar Hadi, M.s





KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, Atas kesempatan dan Karunia yang diberikan kepada kami sehingga Tugas Akhir Karya Disain dengan judul Perancangan Interior ruang Pamer P.T United Indo Surabaya dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir Karya disain ini sendiri merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar kesarjanaan S-I pada Program studi Disain Interior, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dan Kesempatan Ini Penulis Ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada beberapa pihak yang telah memberikan bantuan , bimbingan dan Pengarahan-pengarahan khususnya kepada:

1. Dra. BM. Susanti S, Ms, selaku Dosen Pembimbing I
2. Drs. Tata Tjandrasat, selaku dosen Pembimbing II
3. Drs. Ismael Setiawan, Selaku Ketua Program Studi Disain Interior.
4. Drs. M Umar Hadi, Ms, Selaku Ketua Jurusan Disain fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Dra.C. Choestati Adm, Selaku dosen Wali.
6. Dekan Staf Pejabat dan dosen dilingkungan Fakultas Seni Rupa, Institut seni Indonesia.
7. Kedua Orang tua kami yang telah berbesar hati dan mengupayakan keberhasilan kami.
8. Keluarga Deddy Setyawan, Keparakan Kidul Yogyakarta, yang membantu kelancaran Penulisan Laporan.

9. Team Maket ismail, sikecil Aga dan kru malem jum'at
10. Team Bausasran Yoga, Yudha, Agus dan Crew yang telah sudi
Menampung kami untuk sementara waktu dalam menyelesaikan tugas
akhir.
11. Anton, Zulhan, Wanyik, Ipang, Sugeng, 'Black' JoJo, OQ, Lia , Boiler,
Mas Udin, Ivan Great support from Jakarta Project.

Tidak semua bisa kami sebutkan satu persatu - satu akan tetapi tetap memberikan dorongan moril yang besar bagi penulis, masih banyak kekurangan yang harus disempurnakan, baik-buruknya karaknya ini kami kembalikan kepada yang berhak



Wassalam

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	Vi
DAFTAR GAMBAR.....	Ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. DEFINISI.....	2
C. DESKRIPSI PROYEK.....	2
D. PERMASALAHAN DAN PROGRAM KEBUTUHAN.....	3
1. Permasalahan.....	3
2. Program Kebutuhan.....	3
a. Ruang.....	3
b. Sirkulasi.....	5
c. Tata Kondisi.....	5
d. Perabot.....	6
e. Finishing.....	6
E. TUJUAN DAN SASARAN.....	6
F. SISTEMATIKA PENDEKATAN MASALAH.....	7
G. CAKUPAN TUGAS.....	8

BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	10
A. TINJAUAN DATA LAPANGAN.....	10
a. Lokasi Proyek.....	10
b. Denah.....	10
c. Produk.....	11
d. Corpored identity.....	11
e. Tema perancangan.....	12
f. Aktifitas.....	12
g. Fasilitas.....	13
B. TINJAUAN DATA PUSTAKA.....	13
1. Definisi.....	13
2. Fungsi dasar showroom.....	14
3. Citra.....	14
4. Kriteria disain.....	14
5. Pengelompokan fasilitas dealer.....	15
6. Sirkulasi.....	15
7. Zoning.....	16
BAB III PEMBAHASAN.....	21
A. ANALISIS RUANG.....	21
B. ANALISIS SIRKULASI.....	22
C. ANALISIS PERABOT.....	23

D. ANALISIS TATA KONDISIONAL.....	23
a. Analisis Pencahayaan.....	24
b. Analisis penghawaan.....	24
c. Analisis akustic.....	25
E. ANALISIS FINISHING.....	25
F. ANALISIS BAHAN.....	25
a. Analisis Lantai.....	26
b. Analisis dinding.....	26
c. Analisis Plafond.....	26
BAB IV KESIMPULAN.....	27

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- R A B

- KONSEP PERANCANGAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Katalog Pameran

Gambar 2 Perspektif Driver Simulation

Gambar 3 Perspektif Bar Corner

Gambar 4 Perspektif Bar stool

Gambar 5 Perspektif Bar Table

Gambar 6 Situasi Pameran

Gambar 7 Maket Studi





BAB I

PENDAHULUAN



A. LATAR BELAKANG.

P.T United Indo merupakan bagian Grup Indo Mobil pemegang beberapa merek seperti : AUDI, Volvo dan Nissan.¹ juga sebagai dealer center yang berada di jantung kota Surabaya.

Sebagai *dealer center* yang memegang beberapa merek mobil, merupakan suatu tantangan tersendiri untuk menarik konsumen. *Dealer center* penting keberadaannya, menjadi tulang punggung dari pasar yang dituju dan sumber pendapatan yang digunakan untuk menutup pengeluaran dan mendapatkan laba.² Untuk itu kegiatan promosi penjualan, baik itu menciptakan *image* (periklanan) maupun pameran dan lain-lain, sangat diperlukan untuk mengangkat nilai penjualan. Menurut standar *dealer center* yang umum, seharusnya pembagian area yang ada, adalah: Ruang Pamer (*Show Room*), Ruang Administrasi, *Parts* (suku cadang) dan *service*.³ Dalam hal ini berfungsi untuk mengangkat produk dan media informasi penjualan, maka sudah seharusnya didesain, didekorasi, serta diatur dengan pencahayaan yang baik akan menjadikan lebih terlihat dari lingkungan sekitar.⁴

¹ *Warta Ekonomi*, No. 42/Th. IX/9 Maret 1998

² Dr. Basu Swastha, DH, SE, MBA dan Ibnu Sukotjo W. SE., *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*, Liberty Yogyakarta, Edisi ke-3, 1993, p. 183

³ *Time Saver - Standard For Building Types*, McGraw Hill, inc New York, 1988, p. 845

⁴ *ibid*, p. 845

Persaingan menciptakan iklim yang kompetitif untuk mencari strategi pemasaran, salah satunya dengan mengangkat peran ruang pameran (*Showroom*), sehingga bukan hanya sebagai suatu tempat untuk memajang produk otomotif. Tetapi juga sebagai salah satu strategi pemasaran. Ruang Pamer yang dirancang dan didekorasi akan mampu mengangkat citra produk, sebagai tolok ukur keberhasilan perusahaan dalam menaikkan omzet penjualan produk otomotif.

B. DEFINISI

Menurut Louis Parnes, Ruang Pamer adalah ruang interior untuk memperagakan dan menjual hasil produksi yang secara khusus dirancang dengan pedoman dan ketentuan desain yang berlaku dalam perancangan, yang bertujuan mempengaruhi konsumen untuk mengenal lebih dekat produk dan mengadakan kegiatan pemasaran secara langsung, ini berarti Ruang Pamer memerlukan suatu sentuhan untuk mampu menjadi bagian dalam proses penjualan.⁵

C. DESKRIPSI PROYEK.

a. Maksud.

Perkembangan dunia otomotif dari hari kehari kian kompetitif, baik itu dari dalam mau luar negeri bennunculan produk-produk baru, yang menyerbu pasar dalam negeri.

⁵ Louis Parnes, *Planning Stores That Pay*, New York, F W Dogde Cooperation, 1948

Hal ini memerlukan upaya yang profesional dari perusahaan otomotif untuk terus melakukan tindakan antisipasi.

b. Tujuan

Dengan adanya cabang penjualan disetiap kota besar akan membantu pencapaian omzet maksimal pemasaran, salah satunya adalah cabang penjualan anak perusahaan Grup Indo Mobil, P.T United Indo Surabaya.

D. PERMASALAHAN DAN PROGRAM KEBUTUHAN

1. Permasalahan .

The Future of driving technology sebagai motto P.T United Indo diharapkan mampu menggairahkan industri otomotif dalam negeri dan menjadikan sebagai dealer center yang mengutamakan kepuasan konsumen

Bagaimana menciptakan desain yang mampu menampilkan bermacam merek produk dalam suatu kesatuan sehingga mampu mempunyai *image* yang sama dan produk tersebut bisa tampil secara maksimal.

2. Program Kebutuhan.

a. Ruang

1. Ruang Pamer/ Showroom

Mengoptimalkan daya dukung ruang yang ada terhadap

Ruang Pamer, dan mewadahi aktifitas pemakai ruang.

Area pajang produk otomotif dimana produk terbaru dari Nissan, Volvo dan AUDI yang menjadi unggulan PT. United Indo Surabaya.

2. Receptionis

Area kepada untuk menerima dan memberikan informasi Pengunjung dan ditempatkan dalam area showroom.

3. Ruang Tunggu

Area yang berfungsi memberikan keleluasaan kepada Pengunjung untuk menunggu proses transaksi maupun Perbaikan.

4. Driver Simulation

Area yang memberikan kenyamanan kepada pengunjung dalam menunggu. Simulasi berupa mobil mainan yang dihubungkan dengan komputer.

5. Bar Corner

Bagian dari area tunggu yang menyediakan minuman bagi pengunjung maupun karyawan perusahaan.

6. Ruang Administrasi

Pendukung ruang pameran yang dimanfaatkan untuk menyelesaikan transaksi dan terdiri dari beberapa kerja tertata menurut pembagian jenis kerja administrasi.

b. Sirkulasi

1. Ruang Pamer

Pengunjung diarahkan pada produk yang dipajang dalam ruang pameran dan memberikan spasial gerak pengunjung antara produk yang ditampilkan.

2. Receptionis

Pengunjung diarahkan pada receptionis untuk meminta informasi yang dibutuhkan.

3. Ruang Tunggu

Jarak antara perabot memberikan keleluasaan pada pengunjung.

4. Driver Simulation

Jarak antara driver simulation yang satu dengan yang lainnya cukup untuk sirkulasi dua orang.

5. Bar Corner

Lalu lintas pelayanan menjadi satu unit yang berfungsi rapi.

c. Tata Kondisi

1. Pencahayaan.

Pencahayaan yang diinginkan, pencahayaan yang dapat mendukung unsur pembentuk ruang dan menonjolkan produk.

2. Penghawaan

Penghawaan menjadi pendukung pencapaian kenyamanan dalam ruang pameran.

d. Perabot

Menciptakan perabot yang fungsional mampu menampung aktifitas dalam ruang panjang sehingga turut mendukung karakter ruang panjang tersebut.

e. Finishing

Merencanakan finishing yang harmonis dengan image yang ada pada produk dan mampu mengangkat citra perusahaan.

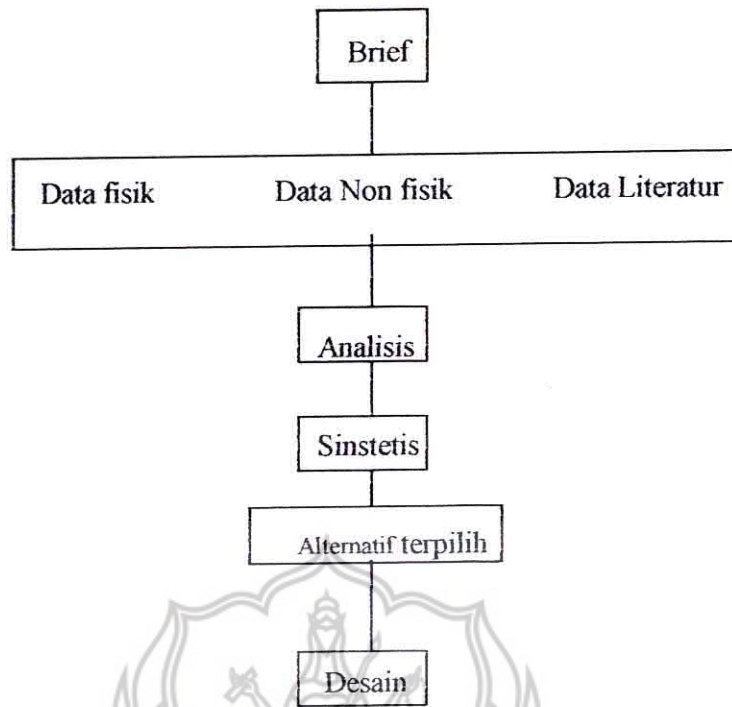
E. TUJUAN DAN SASARAN

1. Merancang Interior Ruang Pamer automobil yang mampu mewedahi aktifitas konsumen dan pengelola, dengan mengoptimalkan kondisi ruang dan daya tampung fasilitas yang ada.
2. Merancang Interior Ruang Pamer Automobil yang mendukung citra produk dan *image* perusahaan.
3. Merancang Interior Ruang Pamer mengoptimalkan daya dukung ruang yang ada menjadi kesatuan dengan *showroom*

Sasaran perancangan diharapkan dengan adanya *showroom* yang didisain akan mampu menaikkan omzet penjualan P.T United Indo.




F. SISTEMATIKA PENDEKATAN MASALAH



1. Proses Perancangan
 - a. Penentuan pokok permasalahan
 - b. Observasi
 - Lapangan
 - Literatur
 - c. Pengolahan Data
 - Identifikasi
 - Klasifikasi
 - d. Analisis Data

- Deskriptif
- Grafis
- e. Konsep Perancangan
 - Konsep Ruang
 - Konsep Sirkulasi dan Tata Letak
 - Konsep Perabot
 - Konsep Elemen Estetis
 - Konsep Tata Kondisional
 - Konsep finishing
- f. Keputusan Disain (Gambar Kerja)

G. CAKUPAN TUGAS

- 
1. Konsep Disain
 - a. Analisa (Programming)
 - b. Sintesis (Alternatif)
 - c. Evaluasi (Pemilihan Alternatif)
 2. Disain
 - a. Gambar pra rencana
 1. Denah lay out skala 1: 50 / 100
 2. Potongan skala 1:10 / 20 / 50/ 100
 3. Tampak skala 1:50 / 100

b. Gambar Kerja dan RAB

1. Gambar Detail

- Rencana Lantai skala 1:50
- Rencana Plafon skala 1:50 / 100
- Rencana furniture skala 1:20 / 1:10 / 1:5
- Perspektif dua buah
- Maket Studi skala 1:50
- Skema Warna dan Bahan

2. Rencana Anggaran Biaya

- Unsur Volume Material
- Harga satuan dan harga tenaga kerja



