

**PERANCANGAN EXHIBITION MERCEDES BENZ DI IIMS
JIEXPO KEMAYORAN JAKARTA**



KARYA DESAIN

Oleh

Haryo Suseno

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016**

Perancangan Exhibition Mercedes Benz di IIMS JIExpo Kemayoran Jakarta

Haryo Suseno

Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Jl. Parangtritis Km. 6,5, Yogyakarta

E-mail: susenoclay@gmail.com

ABSTRAK

Sebagai pemegang merek terkenal dan tertua di bidang otomotif yang mampu bertahan hingga kini, Mercedes Benz terus melakukan upaya untuk menjaga merek tetap populer dan memperluas konsumen untuk tetap diminati produknya salah satunya dengan mengikuti pameran. Untuk saat ini Event yang cukup besar adalah IIMS, Indonseia International Motor Show (IIMS) merupakan wadah bagi produsen otomotif untuk menampilkan produknya sekaligus tempat bertemunya penghobby membandingkan produk – produk tersebut dengan produk yang ada dimana juga sedang dipamerkan. Desain stand pameran pada suatu perusahaan pada acara ini merupakan hal yang penting dan cukup diperhatikan, karena mempengaruhi nilai produk dan citra perusahaan. Tempat Pameran juga merupakan salah satu wujud untuk menarik konsumen potensial. Sehingga perlu penanganan khusus dari segi desain, pada perancangan Stand Pameran Mercedes Benz ini diharapkan persepsi konsumen tentang mobil mercedes benz yang unggul dalam Teknologi, Kenyamanan, Keamanan, dan Fasilitas yang lengkap mampu mendongkrak perusahaan untuk berkembang.

Kata kunci : Event, IIMS, Mercedes Benz, Pameran

ABSTRACT

As the holder of the famous and oldest brand in the automotive field are able to survive until now, Mercedes-Benz continues to make efforts to maintain and expand its brand remains popular consumer products to remain attractive one with the exhibition. For now big enough event is IIMS, Indonseia International Motor Show (IIMS) is a forum for automotive manufacturers to showcase their products at the same time meeting hobby place comparing these products with existing products which are also being exhibited. Exhibition stand design at a company at this event is important and fairly considered, because it affects the value of the product and the company's image. Exhibition Place is also one form to attract potential customers. So it needs special handling in terms of design, the design of the Mercedes-Benz exhibition stand is expected to consumer perception of mercedes benz car that excels in technology, comfort, security, and well-equipped facilities able to boost the company to thrive.

Keywords : Event, IIMS, Mercedes Benz, Exhibition

I. Pendahuluan

Perusahaan di bidang otomotif semakin meningkat persaingannya dari tahun ke tahun. Hal ini menuntut perusahaan tersebut untuk mengembangkan kualitas dan kuantitasnya agar dapat menghadapi persaingan bisnis secara kompetitif.

Selain itu kebutuhan konsumen akan alat transportasi semakin hari semakin meningkat, hal ini diimbangi dengan desain alat transportasi yang mewabah. Alat transportasi tidak hanya

digunakan alat untuk memindahkan suatu barang dari tempat a ke tempat b, alat transportasi mulai dijadikan gaya hidup manusia modern untuk menampilkan citra yang berkelas.

PT Mercedes Benz Indonesia adalah perusahaan yang merupakan kerjasama gabungan (joint venture) antara pemodal Jerman (Daimler AG) dengan pemodal Indonesia. Perusahaan cukup terkemuka yang telah bergerak di bidang otomotif ini mempunyai pangsa pasar yang cukup besar dengan aktivitas utama produksi, pemasaran dan layanan purna jual bagi kendaraan penumpang maupun niaga.

Dalam suatu catatan, kehadiran Mercedes-Benz di Indonesia di mulai pada tahun 1894. Awal mula Mercedes-Benz di Indonesia bermula dari Sunan Surakarta Paku Buwono X yang memesan kendaraan bermesin dari Jerman atas anjuran salah seorang penasehatnya, orang Belanda, untuk perusahaan Pröttle & Co, dengan begitu sejarah masa silam telah membentuk brand bahwa mercedes benz adalah mobil pejabat maupun petinggi pemerintahan yang sampai saat ini keberadaannya menjadi dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai mobil kelas premium.

Saat ini PT. Mercedes Benz telah berupaya melakukan penyegaran perluasan segment konsumen dan memperkenalkan produk mobil terbaru dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman yang kuat tentang mobil mercedez benz, salah satunya adalah dengan mengikuti even-even besar. Keberadaannya dalam acara besar yang menampilkan mobil terus menjadikan patokan perusahaan lain untuk bersaing, keberadaan Mobil Mercedes Benz sangat ditunggu bagi penghobby, pebisnis rental maupun pengoleksi untuk membeli dan mendapatkan info maupun mencicipi produk terbaru dari barang yang ditampilkan.

Untuk saat ini even yang cukup mendukung dan terlengkap pada pameran mobil di indonesia adalah Indonesia International Motor Show (IIMS). Acara ini sudah berjalan lama dan diselenggarakan setiap setahun sekali. Setiap pameran berlangsung berbagai macam stand exhibition telah menghiasi gedung pameran ini dan beragam mobil dari berbagai merek berlomba menggaet konsumen di ajang ini. Setiap stand pameran yang dipakai menampilkan karakter dan tema yang memperkenalkan dan memberikan kesan yang mewah terhadap mobil yang menempati tempat pameran.

Stand Exhibition terbagi pada event IIMS ini dikelompokkan berdasarkan kategori daya beli masyarakat dari kelas bawah sampai premium. Salah satu Stand Exhibition yang masuk dalam kategori premium adalah Mercedes Benz. Stand Exhibition Mercedes Benz di IIMS yang menempati di bagian *class premium* ini memang sudah menarik, tetapi untuk membuat konsumen tidak bosan dengan apa yang pernah ditampilkan di pameran sebelumnya perlu ada perubahan pada desain.

Perubahan pada desain merupakan objek yang paling sering dilakukan secara terus menerus, hal ini karena tren pada kendaraan maupun pada gaya hidup masyarakat terus mengalami peningkatan.

Agar tidak terlampaui melewati batas dengan apa yang ditampilkan, perubahan perancangan akan didasari dengan tampilan desain pada pameran sebelumnya yang dirasa sudah memiliki ikatan dengan otomotif yang sedang di launching, dimana waktu itu produk yang di launching merupakan produk terbaru. Karena itulah guna target perancangan bisa tercapai, maka penanganan dari segi desain tempat pameran sangat diperlukan untuk mendukung tercapainya visi dan misi perusahaan atas keberhasilan desain tempat pameran.

Dengan pertimbangan di atas maka Stand Exhibition Mercedes Benz akan dirancang ke dalam bentuk modern tetapi modern yang didalamnya masih tercampur ciri khas daya tarik mercedes benz yang mengutamakan kesempurnaan yang diwujudkan dalam dua hal yaitu eksklusivitas desain dan teknologi, hal ini agar dapat mendukung pencapaian target perancangannya sekaligus tetap mempertahankan Mercedes Benz sebagai mobil mewah dimata penggemar otomotif di Indonesia.

1. Tujuan Perancangan Exhibition Mercedes Benz di IIMS JIExpo Kemayoran Jakarta adalah dengan:
 - a. Merancang *Stand Exhibition* yang mampu membangun citra dengan acuan mobil Mercedes Benz C Class sebagai mobil terpopuler dimata penggemar di Indonesia yang sampai saat ini terus mengalami perubahan pada teknologi dan *body* sesuai pada zamannya, yang telah dihadirkan ke berbagai versi sehingga di harapkan kepopuleran dan keinovasiannya dapat memberi dampak kepada Mercedes Benz sebagai perusahaan automotif berkelas atas yang menegakkan filosofi 'The Best' serta menggaungkan nilai - nilai merek '*Fascination*' dan '*Perfection*' untuk memicu kesuksesan terhadap perancangan *Exhibition* Mercedes Benz di JIExpo Kemayoran Jakarta.
2. Sasaran Perancangan Exhibition Mercedes Benz di IIMS JIExpo Kemayoran Jakarta adalah dengan:
 - a. Penerapan warna hitam di *both exhibition* agar suasana Mercedes Benz lebih kental di bagian ini serta warna putih sebagai penyeimbang seperti halnya penerapan warna ini pada logo perusahaan.
 - b. Mengoptimalkan fungsi-fungsi ruang dengan tetap berpegang pada visi misi perusahaan dalam hal teknologi, kenyamanan, fasilitas, fungsi, dan kekuatan.

- c. Penerapan garis tegas khas moncong *Mercedes Benz* seperti pada grilles tutup mesin bagian depan beserta lambang perusahaan diacu sebagai objek transformasi desain yang akan diterapkan pada perancangan.
 - d. Penempatan logo Mercedes Benz pada tempat yang dinilai sering dikunjungi dan dapat dilihat dengan mudah oleh pengunjung, untuk mengekspresikan '*Fascination*' dan '*Perfection*'.
3. Landasan yang ingin dicapai dari perancangan ini adalah:
- a. Setiap pameran terselenggara di setiap negara mempunyai karakter tempat pameran sendiri karena didesain sesuai keadaan lokasi, diharapkan desain yang terbaru nanti bisa memberikan pengalaman visual lebih bagi pengunjung yang diharap dapat mengangkat nilai - nilai merek berupa "*Fascination*" dan "*Perfection*".
 - b. Tema Perancangan adalah "*Autobody*". Dengan pandangan lain tidak hanya mobil yang tangguh dan nyaman atau hanya indah pada bagian body saja tetapi dibalik body yang indah yang memiliki karakter sendiri di dalam mobil ini terpasang mesin yang awet dan tangguh, dengan begitu diharapkan desain tempat pameran ini dapat mewakili citra Mercedes Benz sebagai perusahaan mobil yang unggul dalam kenyamanan dan teknologi dengan fasilitas yang lengkap.
4. Adapun rumusan masalah dalam perancangan stand exhibition Mercedes Benz:
- a. Bagaimana mempertahankan persepsi Mercedes Benz sebagai sebuah perusahaan automotif yang berada di peringkat atas di Indonesia melalui desain interior.
 - b. Bagaimana mengaplikasikan nilai – nilai merek berupa "*Fascination*" dan "*Perfection*" ke dalam desain *Exhibition* Mercedes benz.
 - c. Bagaimana mengaplikasikan tema *Autobody* dalam perancangan *stand exhibition* di IIMS.
 - d. Desain tempat pameran bagaimanakah yang mampu mengembangkan image baru Mercedes Benz.
 - e. Bagaimana merancang *stand exhibition* Mercedes Benz yang dapat mencerminkan keunggulan Teknologi, Kenyamanan, Kekuatan dan fasilitas yang lengkap.
 - f. Bagaimana menjaga tampilan produk agar komitmen Mercedes Benz tentang perkembangan Teknologi tetap terjaga selama pameran berlangsung maupun tidak.

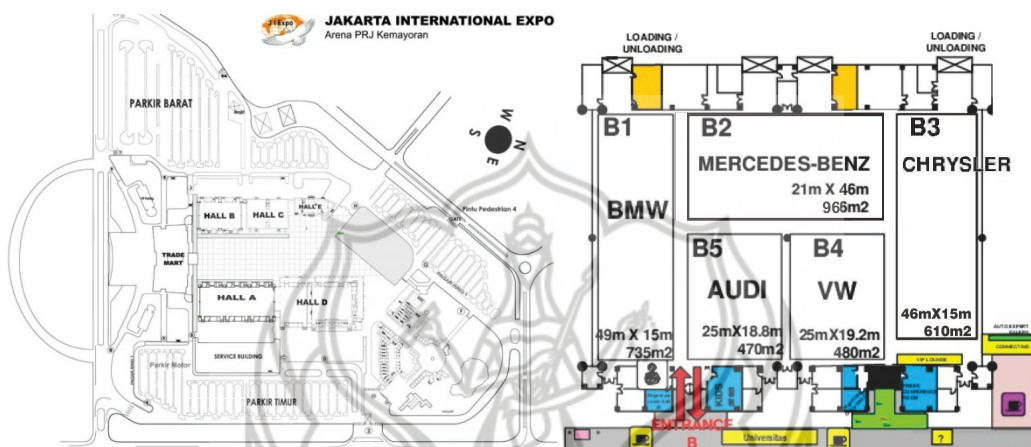
II. Bahan dan Metode

a.) Data fisik

1.) Identitas proyek

Nama : Exhibition Mercedes Benz
 Lokasi : Hal B2 – JIExpo Kemayoran Jakarta 10620
 Monas Field – Kemayoran Jakarta Pusat
 Luas Area yang digunakan : 966 m²
 Pemilik : PT. Mercedes Benz Indonesia

2.) Denah bangunan



Gambar 1.1. Denah tata letak Jakarta International Expo – Kemayoran

b.) Data non fisik

3.) Lingkup perancangan

Secara keseluruhan lingkup perancangan pameran Mobil Mercedes Benz ini memiliki keluasan 1164 m². Lingkup perancangan pada:

RUANG SHOWROOM UTAMA	AREA RECEPTIONIS AREA DISPLAY MOBIL KHUSUS AREA DISPLAY PRODUK AREA LAUNCHING	RUANG SHOWROOM KHUSUS	AREA DISPLAY ONDERDIL AREA DISPLAY MOBIL AREA DISPLAY MERCHENDISE
RUANG RAPAT DIREKSI	AREA DUDUK AREA PENYIMPANAN AREA PERALATAN	RUANG TUNGGU	AREA DUDUK AREA TUNGGU BEBAS AREA PENYIMPANAN
RUANG CAFE	AREA KONNTER MAKANAN AREA DUDUK AREA TANGGA	RUANG KANTOR	AREA KERJA STAFF AREA KERJA PIMPINAN AREA SANTAI

Tabel 1.1 Lingkup perancangan

c.) Data dan literatur pendukung konsep perancangan

1. Pameran

Kata "pameran" di Indonesia memiliki arti yang setara dengan kata *exhibition* dan juga *exhibit* dalam bahasa Inggris. *Exhibition* berarti *Public display of art* (Collins, 2004) dan *Exhibit* berarti *Show publicity for Sale* (Manser, 1995). Kata *exhibition* khususnya selalu dikaitkan dengan kegiatan seni rupa, namun saat ini kedua kata tersebut di atas telah dipakai juga untuk menunjuk kegiatan-kegiatan di dalam wilayah marketing khususnya dibidang promosi seperti *exhibit* dan *exhibition stand*. Selain kedua kata tersebut, dikenal juga istilah *show*.

2. Stand Pameran

Stand pameran adalah suatu advertensi dalam tiga dimensi dari produk suatu perusahaan atau pelayanan (Rattenbury, 1971), atau dapat dikatakan sebagai salah satu cara untuk menarik perhatian, membangkitkan rasa ketertarikan, mengkomunikasikan image perusahaan dan membawa pengunjung untuk masuk lebih dalam lagi untuk mengenal produk dan akhirnya sampai pada keputusan untuk membeli (Kunikow, 1989)

Sedang menurut letak lokasi pameran diklasifikasikan sebagai berikut.

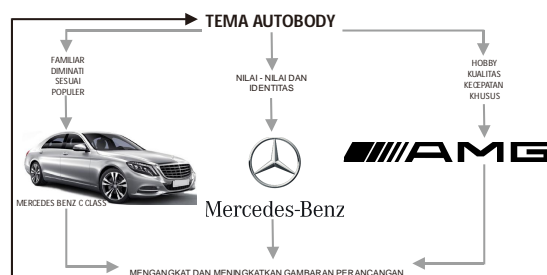
- 1). Indoor Space Stand pameran yang terletak di dalam ruangan.
 - 2). Outdoor Space Stand pameran yang berada luar ruangan (Velarde, 1988).
- Menurut ukuran keluasan the Editorial of PBC, 1989)

Small Exhibit	-37 m ²
Medium Exhibit	37 m ² - 148 m ²
Large Exhibit	149 m ² - 371 m ²
Gliant Exhibit	+ 371 m²

Tabel. 1. 2. Ukuran Keluasan

III. Hasil dan Pembahasan

a. Pendekatan Tema dan Gaya



Gambar 1.2. Pendekatan Tema dan Gaya

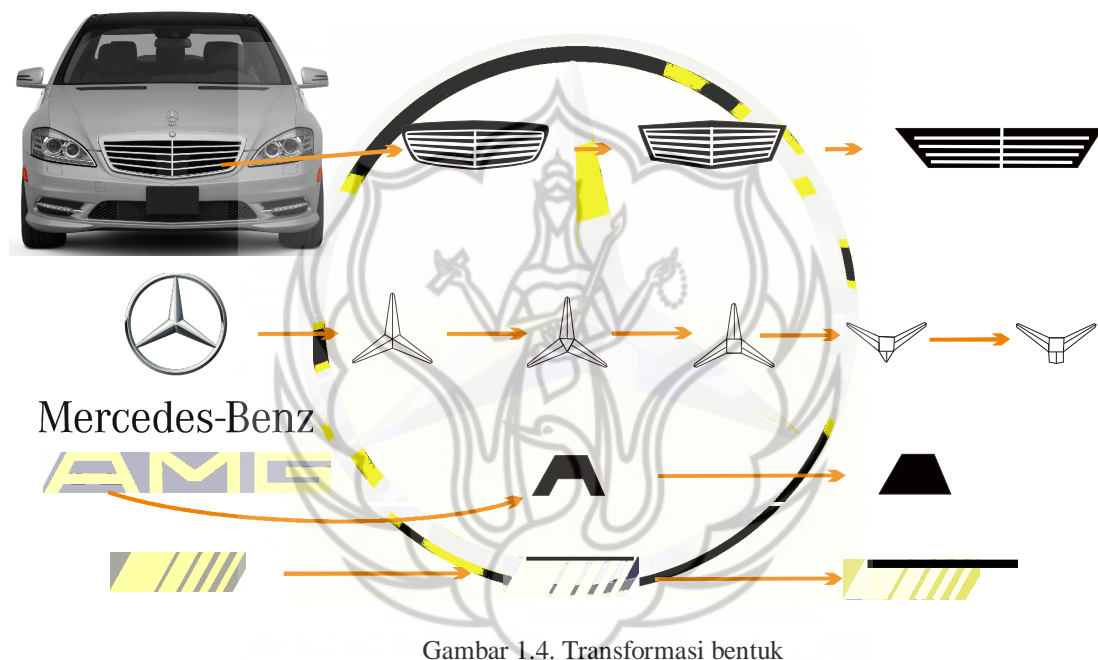


Gambar 1.3. Pendekatan Tema dan Gaya 2

Pengaplikasikan tema autobody pada tempat pameran untuk memperkental suasana pameran kendaraan lebih kental.

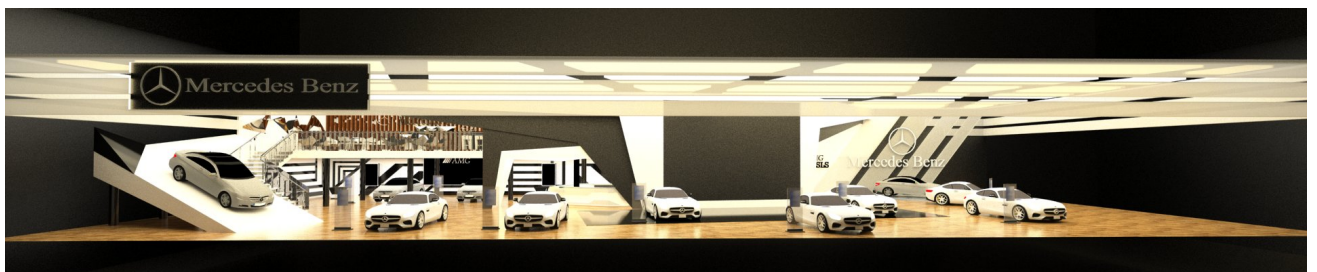
Autobody adalah bentuk kulit/lapisan terluar dari mobil yang berfungsi melindungi pengemudi, menambah penampilan menjadi menarik, melindungi mesin dari cuaca ekstrim, dapat meningkatkan kenyamanan mobil jika dirancang. Setiap mobil mempunyai cirikhas body tak lain adalah mercedes benz yang berhasil merubah bentuk lapisan terluar ini menjadi lebih efektif. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Transformasi Bentuk



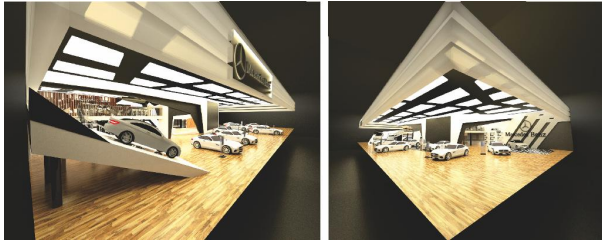
Gambar 1.4. Transformasi bentuk

Diharapkan dengan memberi pengalaman visual dari pembesaran objek bagian dari body mobil yang didalamnya sudah memuat nilai - nilai Fascination dan Perfection dari Mercedes Benz ke backdrop area launching, nilai - nilai dari pameran itu sendiri ikut terangkat.

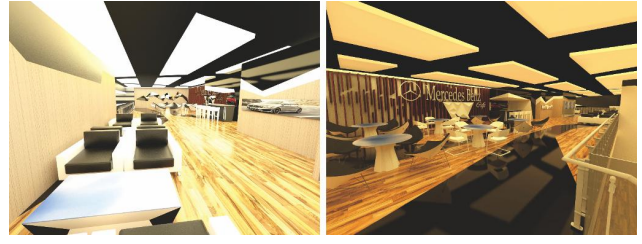


Gambar 1.5. Tampak Depan

Agar komitmen Mercedes Benz tentang perkembangan menuju ke arah teknologi yang lebih baik, penerapan garis tegas pada perancangan ini akan dapat menginterpretasikan seolah komitmen itu berjalan lurus.



Gambar 1.6. Tampak Depan Kiri dan Tampak Depan Kanan



Gambar 1.7. Ruang Lounge dan Cafe



Gambar 1.8. Axonometri

c. Kesimpulan

Dari perancangan Stand Exhibition Mercedes Benz di IIMS JIExpo Kemayoran Jakarta, dapat disimpulkan bahwa:

- Mengacu pada Image Mercedes Benz sebagai perusahaan Ottomotif tertua yang mampu bertahan sampai sekarang, maka desain yang dibuat semenarik mungkin dengan fasilitas yang lengkap didalamnya, menunjukkan kepada pengunjung bahwa stand exhibition Mercedes Benz tetap diperhitungkan.

DAFTAR PUSTAKA

Rattenburry, Arnold, *Exhibition Design Theory And Practice*, Van Nostrand Reinhold Company, New York, 1971.

Klein, Larry, 1986, **Exhibition Planning and Design**, New York, Madison Square Press.

Panero, Julius dan Zelnik, Martin, *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*, Erlangga, Jakarta, 2003.

<http://www2.mercedesbenz.co.uk>

<http://www.mercedesbenz.com.cn>

<http://www.mbusa.com>