

## PERANCANG INTEIROR MARKETING GALLERY OFFICE WISMAYA RECIDENCE BEKASI

Ovitha Nuza Febriza  
Ovitha21@gmail.com

Dr. Suastiwi, M.Des  
Stw\_triati@yahoo.com

### *Abstrack*

*Marketing gallery Office Wismaya Bekasi located in Hasibuan Street no.52 is a marketing gallery office property which offering some product such a unit luxurious apartment with an affordable price. This office appear aim to as a media promotion for visitor or customer feel interest to having an apartement, that will could help customer to getting information and as a place for working to employee for doing matketing activity. Considering to pick that location cause its been in the strategies place and with another facility of city. The main problem solving is making Marketing Gallery Office Wismaya Bekasi can be accepted by towny and urban people in view of rapid building happen in Bekasi City and making local identity faded.*

*This planning focused in a first floor of interior design office lobby and a third floor of marketing office. Concept of planning interior design Marketing Gallery Office is "Touch of Betawi" whit theme Gigi Balang and modern contemporary style. That will could give a new spirit into working and buying and dissolve with locality.*

*The design is important to that office cause with local concept to Marketing Gallery Office can making the building and ambience of office more comfortable, interesting, and effective.*

*keyword: locality, modern contemporary, Marketing Gallery, property office*

### **Abstrak**

*Marketing Gallery Office Wismaya Bekasi yang terletak di Jalan Hasibuan no.52 Bekasi merupakan kantor marketing gallery properti yang menawarkan produk berupa unit apartemen yang luxurious dengan harga yang terjangkau. Kantor ini dihadirkan dengan tujuan sebagai media promosi agar pengunjung atau calon pembeli merasa tertarik untuk memiliki sebuah apartemen, diharapkan membantu calon konsumen mencari informasi dan sebagai tempat bekerja bagi pegawai untuk melakukan kegiatan pemasaran. Pertimbangan pemilihan lokasi ini Karena berada pada tempat yang strategis dengan berbagai fasilitas kota. Permasalahan utamanya adalah menjadikan Marketing Gallery Office Wismaya Bekasi dapat diterima oleh warga sekitar maupun kaum urban, mengingat pembangunan yang sangat marak terjadi di kota Bekasi dan membuat indentitas lokal semakin memudar.*

*Perancangan ini difokuskan pada desain interior Lobby kantor pada lantai 1 dan kantor marketing pada lantai 3. Konsep yang diangkat dalam perencanaan dan perancangan interior Marketing Gallery Office Wismaya Bekasi adalah "Touch of Betawi" yang menerapkan tema Gigi Balang dan gaya modern kontemporer. Konsep ini diharapkan dapat memberikan semangat baru dalam bekerja dan gairah baru dalam membeli dan dapat membaur dengan budaya setempat.*

*Desain ini penting untuk kantor ini karena adanya konsep lokal untuk Marketing gallery Office Wismaya dapat membuat bangunan dan suasana perkantoran menjadi lebih nyaman, menarik, dan efektif.*

*Kata kunci: lokalitas, modern kontemporer, Marketing Gallery, kantor property*

## PENDAHULUAN

Sektor pemukiman yang mulai berkembang secara pesat akibat globalisasi menimbulkan persaingan pada pihak para pengembang pemukiman/ development residencial di Kota Bekasi. Adapun jenis hunian ataupun cluster yang di tawarkan oleh para pengembang dalam bentuk kelompok hunian yang cukup besar, seperti perumahan (Horizontal) dan Apartemen (Vertical). Kehadiran perumahan yang besar. Hal ini tentunya, membuat rumah-rumah yang sudah mempunyai nilai history maupun budaya setempat perlahan mulai mengalami pengurangan nilai/*value* pada kota tersebut.

Marketing Gallery Office Wismaya adalah sebuah perkantoran yang bergerak di bidang pemasaran properti yang menyediakan area pameran dan area kantor pemasaran. Yaitu properti dari Wismaya Group yang merupakan perusahaan pengembang hunian dalam bentuk sebuah Apartemen (*Vertical*) bernama WISMAYA RESIDENCE dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Bekasi. Apartemen ini berlokasi di dekat Akses strategis exit tol Bekasi Timur 2,5 Km, dan akan di wujudkan oleh PT.Langgeng Makmur Perkas (LMP) Group dengan menggandeng PT.ADHI KARYA,tbk. Hunian yang dibuat dengan kenyamanan dan kemewahan layaknya Hotel Bintang Empat, terdiri dari 2 tower, 25 lantai dengan unit sebanyak 2.300 serta menawarkan fasilitas dan privasi agar terjamin kehidupan yang nyaman dan damai.

Perancangan dan perencanaan Marketing Gallery ini bertujuan sebagai media pemasaran yaitu suatu tempat yang memfasilitasi informasi mengenai apartement kepada konsumen dan sebagai kantor yaitu suatu tempat yang memfasilitasi kegiatan pemasaran kepada para staff pegawai. Sebagai unit apartemen

yang memiliki standar kelas menengah keatas, maka diperlukan adanya ciri khusus yang mampu menunjang pemasaran apartemen. Dan diperlukan kenyamanan agar mampu membantu proses pemasaran.

Area informasi saat ini berada di lantai 1, dimana para sales dan customer service bekerja serta pengunjung atau calon pembeli mendapat informasi dan melakukan negosiasi. Pada area ini belum terlihat konsep yang diinginkan oleh klien yaitu local colour dari budaya Betawi. Serta sirkulasi yang kurang efektif dan suasana yang kurang mendukung konsep. Area pemasaran saat ini berada di lantai 3, dimana direktur, senior manager, staff dan tim kreatif bekerja. Pada area ini sirkulasi kurang efektif dan terkesan sempit dan padat.

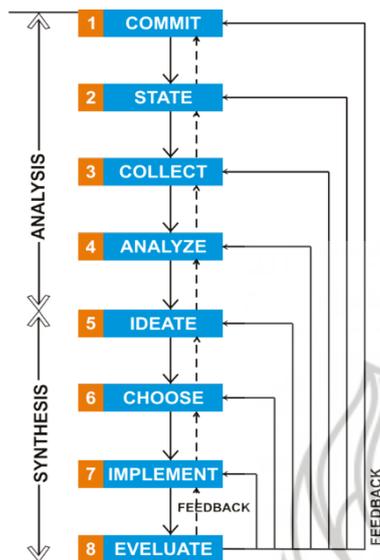
Permasalahan dalam kantor tersebut dapat dianalisa dan disimpulkan dalam sebuah konsep desain yang modern, selain itu penggunaan konsep gigi balang (*Local Culture of Betawi*) dalam sebuah Area Informasi dapat diterapkan juga di dalam area Kantor sehingga tercipta suasana yang menyatu dan lebih terkesan nyaman.

Yang perlu diperhatikan dalam merancang interior Marketing Gallery Office Wismaya Group adalah bagaimana merancang area informasi dan Kantor dengan fasilitas ruang yang dapat mendukung aktivitas pengguna serta bagaimana merancang area informasi dan Kantor konsep gaya modern kontemporer dan Gigi Balang (*Local Color of Betawi*) sehingga menjadi perusahaan pengembang yang tidak melupakan identitas Kota dan dapat diterima oleh masyarakat setempat.

Desain interior adalah proses yang kompleks, yaitu menggabungkan kebutuhan pengguna dengan kualitas ruang

yang ada atau diberikan, untuk itu perancangan sebuah Marketing Gallery Office perlu memperhatikan fasilitas yang dapat memenuhi kelengkapan dan kebutuhan aktivitas pengguna ruang dan terciptanya kenyamanan ruang melalui penggunaan material berkualitas.

## METODE



Gambar 2.16 Bagan 1. bagan Metodologi Desain  
Sumber; Rosemary Kilmer. 1992

Pada Perancangan Interior Marketing Gallery Office pola pikir perancangan yang digunakan adalah Proses desain yang terdiri dari 2 bagian, yakni analisa merupakan langkah *programming* dan sintesa merupakan langkah *designing*.

Pada tahap pertama yaitu *programming* yang merupakan proses menganalisa permasalahan, dimana kita mengumpulkan semua data fisik, non-fisik, literatur, serta berbagai data tambahan lainnya yang berguna. Kemudian setelah semua data terkumpul, masuk pada tahap *designing* yang merupakan proses sintesa dimana muncul beberapa alternatif solusi dari permasalahan yang telah diuraikan dalam proses *programming*. Beberapa alternatif solusi tersebut kemudian dipilih sebagai pemecahan yang paling optimal.

Dalam Pola Pikir Perancangan Proses Desain menurut Rosemary Kilmer (1992) ini, bagan yang terlihat adalah sebagai berikut (lihat pada Gambar 2.23):

- a) *Commit* adalah menerima atau berkomitmen dengan masalah.
- b) *State* adalah mendefinisikan masalah.
- c) *Collect* adalah mengumpulkan fakta.
- d) *Analyze* adalah menganalisa masalah dan data yang telah dikumpulkan.
- e) *Ideate* adalah mengeluarkan ide berupa skematik dan konsep.
- f) *Choose* adalah memilih alternatif yang paling sesuai dan optimal dari ide-ide yang ada.
- g) *Implement* adalah melaksanakan penggambaran dalam bentuk pencitraan 2D dan 3D serta presentasi yang mendukung.
- h) *Evaluate* adalah meninjau desain yang dihasilkan, apakah telah mampu menjawab *brief* serta memecahkan permasalahan.

## HASIL

### Data lapangan

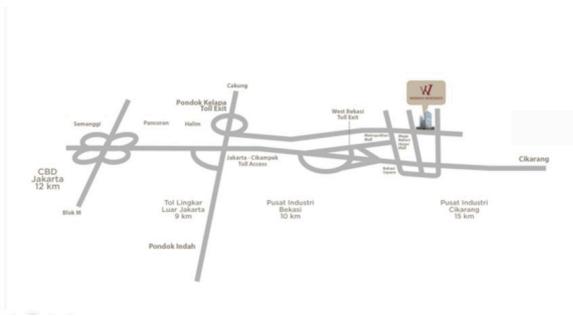
#### Lokasi dan Orientasi

Lokasi Marketing Galery Office menghadap ke arah timur, di sebelah timur dan utara berbatasan dengan dengan perumahan Vila Taman Kartini RW 23, Kel.Margahayu, Kec. Bekasi Timur. Kemudian di arah selatan berbatasan dengan Jalan Major Mutmuin Hasibuan. Dan disebelah barat dengan tempat usaha penyewaan mobil.



Gambar 2.1 Peta Lokasi Proyek, Marketing Gallery Office Wismaya

Sumber : Data Google Maps,2016



Gambar 2.2 Site Plan Marketing Gallery Office Wismaya  
 Sumber: Data Wismaya Brosure, pdf



Gambar 2.11 Lobby Marketing Gallery Office  
 Sumber; Dokumentasi Mahasiswa



Gambar 2.3 Fasad Bangunan 3D  
 Sumber: Wismaya Group, 3d Schechup



Gambar 2.12 Lobby Marketing Gallery Office  
 Sumber; Dokumentasi Mahasiswa

Aspek Arsitektural

- 1) Luas Bangunan : Lt.1 308,4 m<sup>2</sup> + Lt.2 245,4 m<sup>2</sup> + Lt.3 301 m<sup>2</sup> = 854,8 m<sup>2</sup>.
- 2) Type Bangunan : Vertikal, 3 Lantai + basement.

Aspek Ruang

- 3) Tinggi Plafond : 350 cm

Company Profile

Nama : Langgeng Makmur Perkasa (LMP) Group  
 Alamat : Jalan Hasibuan no.52, Kelurahan Margayu, Kecamatan Bekasi Timur, Bekasi.  
 Kontak : 0813-1169-9928  
 Operational kerja : Setiap Hari 08.00 – 21.00 (2 Shift).

Logo Perusahaan



Gambar.2.10 Lobby Marketing Gallery Office  
 Sumber; Dokumentasi Mahasiswa



Gambar 2.13 Logo Langgeng Makmur Perkasa (LMP) Group  
 Sumber; Langgeng Makmur Perkasa Group

## Logo Brand



Gambar 2.14 Logo Wismaya Group  
Sumber; Wismaya Group

## Lingkup Perancangan

Berikut adalah area – area yang menjadi fokus perancangan interior Marketing Gallery Office Wismaya Residence Bekasi.

- a. Lobby.
  - 1) Font Office.
  - 2) Waiting Lounge.
  - 3) Ruang meeting \*Semi-Private.
- b. Kantor.
  - 1) Ruang Kerja
  - 2) Ruang Arsip
  - 3) Ruang Meeting \*Private

## PEMBAHASAN

### Konsep Desain

Tema perancangan desain interior Marketing Gallery Office Wismaya Bekasi yaitu *Local Color/Culture*, maka Konsep yang dipilih adalah *Touch of Betawi* dengan menghadirkan unsur Betawi dalam interior dengan pengaplikasian warna, ornament Gigi Balang, dan filosofi rumah adat Betawi.

Gaya perancangan yang dipilih untuk mendukung konsep perancangan interior Marketing gallery Office Wismaya Residence adalah gaya modern kontemporer. Dengan penerapan gaya modern kontemporer dapat mewakili rasa akan ruang berunsur local dengan tampilan lebih modern yang mengikuti technology saat ini pada kaum urban.

## a. Pengaplikasian gaya desain



Referensi Lobby  
(Sumber: Dokumen Pribadi Ovitha Nuza, 2017)



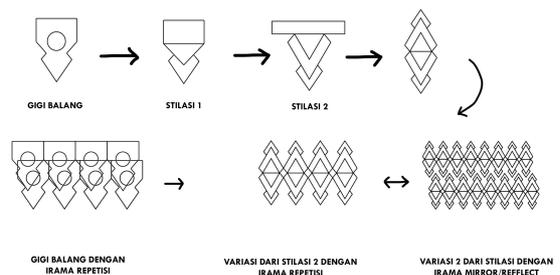
Referensi Kantor  
(Sumber: Dokumen Pribadi Ovitha Nuza, 2017)

## b. Bentuk desain

### Gigi Balang Betawi



#### SKEMATIK DESAIN



**c. Warna**



**PENGAPLIKASIAN DESAIN**

**Desain Interior**

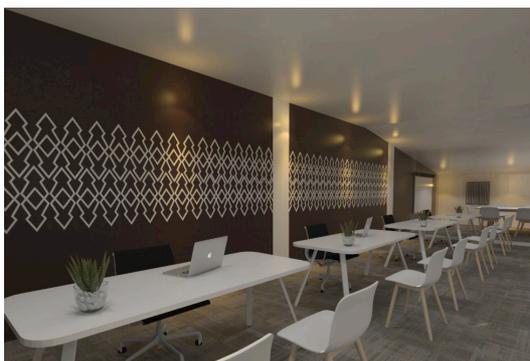
*Receptionist Lt.1*



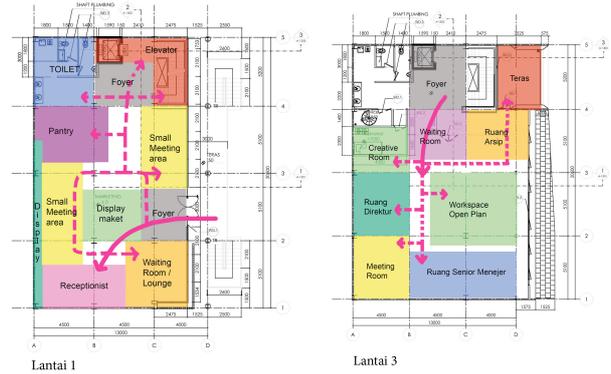
*Customer Service Lt.1*



*Senior Manager Office Lt.3*



**Zona dan Sirkulasi**

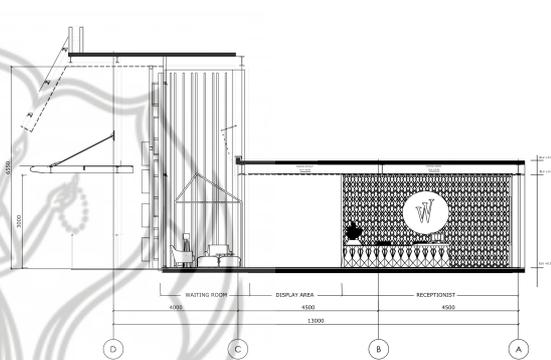


Lantai 1

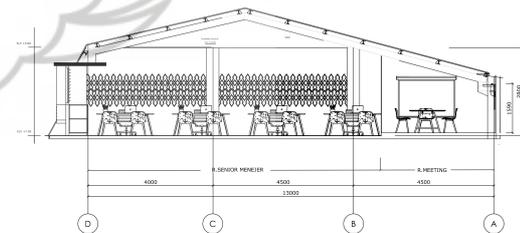
Lantai 3

Zoning dan Sirkulasi Lantai 1 & 3  
(Sumber: Dokumen Pribadi Ovitha Nuza, 2017)

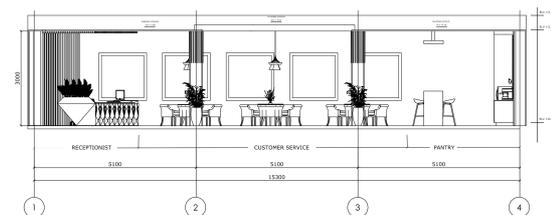
**Tampak potongan**



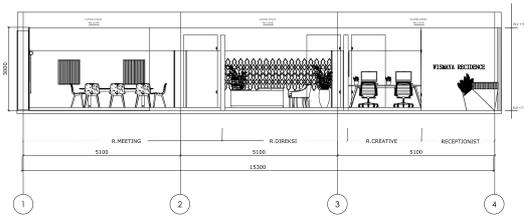
Potongan 1 Denah Lantai 1  
(Sumber: Dokumen Pribadi Ovitha Nuza, 2017)



Potongan 1 Denah Lantai 3  
(Sumber: Dokumen Pribadi Ovitha Nuza, 2017)



Potongan 2 Denah Lantai 1  
(Sumber: Dokumen Pribadi Ovitha Nuza, 2017)



Potongan 2 Denah Lantai 3

(Sumber: Dokumen Pribadi Ovitha Nuza, 2017)

## - KESIMPULAN

Dalam mendukung aktivitas dan kebutuhan manusia akan melakukan kegiatan pemasaran properti dan penyediaan informasi mengenai properti. “Marketing Gallery Office” ini dapat menjawab kebutuhan tersebut. Pada fasilitas ini terdapat berbagai aktivitas seperti memberi/mendapatkan informasi, negosiasi, transaksi dan bekerja. Selain menyediakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan pengunjung dan pekerja, Interior Marketing Gallery Office juga dijadikan sebagai pendukung kultural dengan masyarakat atau budaya sekitar area kantor. Oleh karena itu, dalam penelitian ini konsep perancangan yang diterapkan adalah “*Touch of Betawi*”. Maksud dari konsep tersebut adalah mengaplikasikan motif Betawi yaitu Gigi Balang dengan gaya modern dan kontemporer. Penerapan gaya desain pada beberapa fasilitas ini dapat menjawab tujuan utama dari *Local Color/Culture* dengan cara mengaplikasikan gaya desain tersebut ke beberapa elemen estetis dan penerapan filosofi Betawi ke beberapa ruang agar pengguna ruang dapat merasakan konsep yang klien inginkan. Selain menerapkan beberapa gaya desain, diterapkan pula pemikiran semi open space yaitu kombinasi open space dengan cubical space sehingga membantu sirkulasi dan kenyamanan pengguna ruang. Diharapkan penerapan semi open space ini dapat memberikan suasana yang baru kepada pengguna ruang agar dapat merasakan suatu perubahan. Dalam mengaplikasikan konsep perancangan pada

fasilitas ini diperlukan pengetahuan dan pemahaman yang dalam mengenai gaya desain agar dalam penerapannya tidak sampai “keluar dari jalur”. Maka sangatlah bermanfaat jika membuat list mengenai ciri khas/elemen interior yang khas dari tiap gaya desain tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih pada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, segala kekuatan kepada saya dan orang – orang yang saya cintai dan hormati. Orangtua dan keluarga yang telah begitu sabar untuk selalu mendukung dengan sepenuh hati di setiap kondisi yang saya lalui. Ir. Budiono, MSn selaku dosen pembimbing Tugas Akhir saya. Ibu Anggri indraprasti, SSn, MDs selaku dosen coordinator tugas akhir. Teman-teman seperjuangan tugas akhir, angkatan 2009 Desain produk industri ITS.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, Imelda. (2006), *Lighting*, PT Gramedia Pustaka Utama.
- De Chiara, Joseph, Julius Panero, and Martin Zelnik. (1991), *Timesaver Standarts for Interior Design and Space Planning*.
- Departemen Pendidikan nasional. 2001, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ke-3*, Jakarta. Balai Pustaka.
- D.K Ching, Francis. (1996), *Ilustrasi Desain Interior*, Jakarta, Erlangga.
- Harris, Cyril, M. 2005, *Dictionary of Architecture and Construction*, Fourth Edition, McGraw-Hill.
- Kilmer, Rosemary. Kilmer, W. Otie. (2014), *Designing Interior*.
- Kothler, Keller. (2012), *Marketing Management*, 14<sup>th</sup>, Person Education.
- Moekijat. (1997), *Administrasi Perkantoran*. Bandung, Mandar Maju.
- Rengel, Roberto J. (2011), *The Interior Plan: Concept and Exercises*, Fairchild Books.

Roberto J. Rengel (2011), *The Interior Plan Concept and Exercise*.

Sedarmayanti 2009 *Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja*, Mandar Maju.

Slamet Susanto, 1995 *Administrasi Kantor: Manajemen dan Aplikasi*, Jakarta, Djambatan.

Sukarno K. 1986. *Dasar-Dasar Management*, Jakarta, CV. Telaga Bening.

Swadarma, Doni & Yunus Aryanto. (2013), *Rumah Etnik Betawi, Griya Kreasi*.

Trancik, Roger. (1986), *Finding Lost Space : Theory of Urban Design*.

#### **Website**

“Definisi Gaya Kontemporer Pada Ruangan”. Last accessed on Mei 15 2017 at URL:

<http://www.rumah.com/berita-properti/2016/2/117182/definisi-gaya-kontemporer-pada-ruangan>

“Ornamen-ornamen Pada Rumah Betawi”. Last accessed on April 12 2017 at URL:

<http://cintebetawi.com/2013/07/16/ornamen-ornamen-pada-rumah-betawi/>

“Sejarah Kota Bekasi”. Last accessed on April 15 2017 at URL:  
<http://jabarprov.go.id/index.php/pages/id/1062>

