

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
STAND CHEVROLET
PAMERAN OTOMOTIF GAIKINDO AUTO EXPO 2003
JAKARTA CONVENTION CENTER**



**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN
STAND CHEVROLET
PAMERAN OTOMOTIF GAIKINDO AUTO EXPO 2003
JAKARTA CONVENTION CENTER**



KARYA DESAIN

Oleh:

F Agung Kuncoro
NIM 9710889023

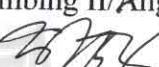
Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang Desain Interior
2006

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :
PERENCANAAN DAN PERANCANGAN STAND CHEVROLET PAMERAN
OTOMOTIF GAIKINDO AUTO EXPO 2003 JAKARTA CONVENTION
CENTER, diajukan oleh F Agung Kuncoro, NIM 9710889023, Program Studi
Desain Interior, Jurusan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah
disetujui Tim Pengudi Tugas Akhir pada tanggal 8 Februari 2006 dan dinyatakan
telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing I/Anggota


Drs. Hartoto Indra S. M. Sn.
NIP. 131 908 825

Pembimbing II/Anggota


Anom Wibisono, S.Sn.
NIP. 132 206 673

Cognate/Anggota


Drs. Tata Tjandrasat
NIP. 130 567 128

Ketua Prog. Studi Desain Interior/
Ketua/Anggota


Drs. Hartoto Indra S. M. Sn.
NIP. 131 908 825

Ketua Jurusan Desain/Anggota


Drs. A. Hendro Purwoko
NIP. 131 284 654



KATA PENGANTAR

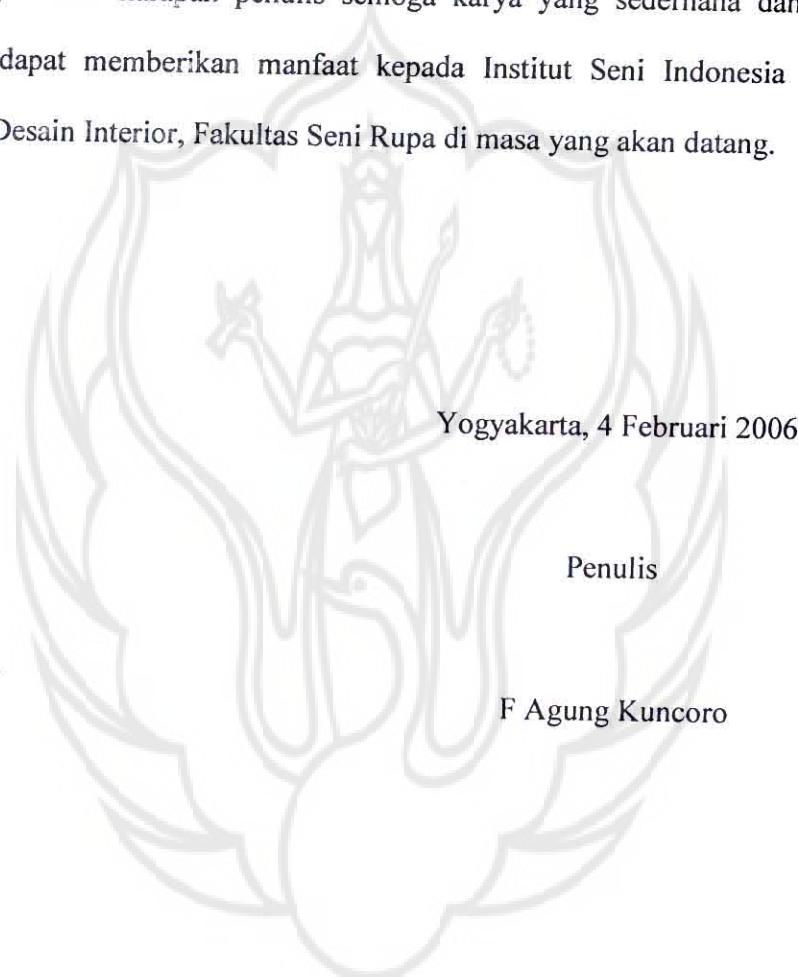
Puji syukur atas segala talenta dan anugerahNya dalam memampukan semua ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Desain ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan masa studi di Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya atas bantuan dan dorongan moril maupun materiil dari perbagai pihak, terutama kepada:

1. Drs. Hartoto Indra, M.Sn selaku Dosen Pembimbing I
2. Anom Wibisono, Ssn selaku Dosen Pembimbing II.
3. Drs. Tata Tjandrasat, selaku *cognate* (penguji ahli).
4. Drs. Hartoto Indra, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Drs Hendro Purwoko, selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Drs. Sukarman, selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Prof. Dr. I Made Bandem, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
8. Dra. BM Susanti S.U selaku Dosen Wali.
9. Direksi dan staf PT Wanindo Prima Desain Jakarta.
10. Istri dan anakku terkasih, Ellisabet Pratidina Kristanti dan Rafael Arya Braja Nareswara.

11. Kedua orang tua dan adik-adikku tercinta, serta keluarga Limbangan terkasih.
12. Keluarga besar DI 97, terima kasih atas kebersamaan kita selama ini.
13. Rekan-rekan TA 2005/2006 FSR , ISI Yogyakarta
14. Pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhirnya besar harapan penulis semoga karya yang sederhana dan jauh dari sempurna ini dapat memberikan manfaat kepada Institut Seni Indonesia khususnya program studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa di masa yang akan datang.



DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Judul	1
B. Latar Belakang	1
BAB II. LANDASAN PERANCANGAN.....	3
A. Deskripsi Proyek	3
1. Tujuan dan Sasaran	3
2. Data Lapangan	4
B. Program Perancangan.....	10
1. Pola Pikir Perancangan	10
2. Proses Perancangan.....	11
C. Data Literatur	12
D. Keinginan Klien	25
BAB III. PERMASALAHAN PERANCANGAN	26
BAB IV. KONSEP DISAIN	28
A. Faktor yang Mempengaruhi Konsep Desain.....	28
B. Visualisasi Perancangan.....	30
C. Pencapaian Tema	37
D. Analisis Ruang	38
BAB V. PENUTUP.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR GAMBAR

Gmbr 1. Denah Jakarta Convention Center	4
Gmbr 2. Denah Lokasi Stand Pameran di Hall A JCC	5
Gmbr 3. Struktur Organisasi Operasional Pameran.....	6
Gmbr 4. Pola Pikir Perancangan	10
Gmbr 5. Standarisasi Furnitur	22 - 25
Gmbr 6. Transformasi Bentuk (kotak dan garis)	29
Gmbr 7. Warna utama yang digunakan dalam desain stand	30
Gmbr 8. Perspektif Stand Chevrolet	30
Gmbr 9. Perspektif main double decker Stand Chevrolet.....	31
Gmbr 10. Perspektif lantai dasar maian double decker Stand Chevrolet.....	31
Gmbr 11. Perspektif view main double decker Stand Chevrolet	31
Gmbr 12. Perspektif secondary double decker Stand Chevrolet.....	32
Gmbr 13. Interaktif standing spec	33
Gmbr 14. Interaktif standing spec dengan TV plasma display	33
Gmbr 15. Meja counter info receptinist area	34
Gmbr 16. Bar stool untuk meja counter	34
Gmbr 17. Meja tamu	35
Gmbr 18. Sofa	35
Gmbr 19. Meja dealing	36
Gmbr 20. Meja counter marketing & customer service	36
Gmbr 21. Zoning pada stand pameran	42
Gmbr 22. Sirkulasi utama dalam stand	43
Gmbr 23. Pola hubungan antar ruang dalam stand	44
Gmbr 24. Layout lantai 1	44
Gmbr 25. Layout lantai 2	44

DAFTAR TABEL

Tbl 1. Rumus Pencahayaan	19
Tbl 2. Sumber Cahaya	19
Tbl 3. Kekuatan Cahaya	20



DAFTAR LAMPIRAN

- Konsep Perancangan
- Rencana Anggaran Biaya
- Katalog Pameran
- Dokumentasi Pameran
- Gambar Kerja





BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL

PERENCANAAN DAN PERANCANGAN STAND CHEVROLET PAMERAN OTOMOTIF GAIKINDO AUTO EXPO 2003 JAKARTA CONVENTION CENTER

B. LATAR BELAKANG.

Pameran sebagai wahana interaksi antara perusahaan dengan masyarakat konsumen memegang peranan penting dalam suatu rangkaian aktivitas marketing. Perusahaan dapat memperkenalkan produk maupun jasa yang mereka sediakan untuk masyarakat luas sebagai calon konsumen melalui kegiatan pameran. Melalui pameran calon konsumen dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang produk atau jasa yang akan mereka gunakan. Dalam *event* pameran yang besar, calon konsumen dapat membandingkan langsung produk atau jasa yang sama dari masing-masing perusahaan yang saling bersaing. Dengan demikian, ketersediaan informasi yang menyeluruh dan memadai tentang sebuah produk atau jasa yang dikenalkan, menjadi ujung tombak persaingan marketing dalam kegiatan pameran.

Industri otomotif sebagai salah satu industri produk kompetitif membutuhkan strategi marketing yang tepat dalam memasarkan produknya. Keberadaan *event* pameran otomotif berskala besar akan banyak membantu perusahaan otomotif dalam memperkenalkan produk otomotif ugulannya kepada masyarakat luas. Pengenalan produk menjadi tujuan utama dalam kegiatan pameran otomotif, mengingat lebih

banyaknya informasi yang bersifat teknis seputar spesifikasi produk yang belum terlalu mudah dipahami oleh masyarakat awam.

Ketersediaan informasi yang menyeluruh dan memadai menjadi kata kunci keberhasilan pengenalan produk otomotif melalui kegiatan pameran. Kemasan informasi yang menarik, menyenangkan dan dapat memberikan pengalaman baru bagi pengunjung pameran merupakan fokus perancangan sebuah *stand* pameran yang diangkat dalam tugas akhir ini.

Gaikindo Auto Expo merupakan salah satu agenda rutin pameran produk otomotif bergengsi di Indonesia. Beberapa industri otomotif terkemuka dunia, melalui Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) masing-masing sebagai perwakilan resmi di Indonesia, akan bertemu dalam *event* tersebut. Melalui Gaikindo Auto Expo, produk-produk otomotif unggulan mereka akan dikenalkan secara bersamaan kepada masyarakat luas, untuk dikomparasikan secara langsung dalam upaya merebut perhatian para pengunjung pameran sebagai calon konsumen yang potensial.

General Motor Indonesia selaku ATPM Chevrolet memanfaatkan *event* tersebut untuk kembali menunjukkan kehadiran merk Chevrolet dalam kancalah persaingan produk otomotif di Indonesia dewasa ini. Dengan memperkenalkan beberapa produk otomotif unggulannya, GM Indonesia berharap dapat menjawab kebutuhan masyarakat luas Indonesia terhadap produk otomotif berkualitas tinggi.

