

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia otomotif khususnya mobil saat ini di Indonesia menunjukkan grafik peningkatan. Dari data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), produsen mobil asal Jepang merupakan penjualan terbesar di Indonesia. 5 dari *brand* terbesar dan paling laris di Indonesia adalah Toyota, Daihatsu, Honda, Mitshubishi, dan Suzuki. Penjualan terbesar dari setiap tahunnya merupakan di pegang oleh *brand* Toyota.

Toyota merupakan *brand* dengan penjualan mobil terbesar di Indonesia. Menurut data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) penjualan mobil secara ritel tercatat sebesar 847.164 unit mobil sepanjang Januari hingga Oktober 2019 ([www.gaikindo.or.id](http://www.gaikindo.or.id)). Pada penjualan sebelumnya Toyota mencapai 945.159 unit sehingga Toyota mengalami penurunan sekitar 10,36 persen. Meskipun mengalami penurunan Toyota masih menjadi *brand* dengan penguasaan pasar terbesar. Meskipun Toyota merupakan *brand* dengan penjualan pasar terbesar di Indonesia, untuk sebagian besar orang Indonesia hanya baru mengenal mobil Toyota saja tanpa mengetahui bagaimana *brand* Toyota ini berdiri pada mulanya. Toyota merupakan salah satu produsen mobil terbesar di dunia, perusahaan ini berasal dari Jepang yang didirikan pada 28 Agustus 1937. Toyota sendiri berdiri oleh Kiichiro Toyoda yang merupakan anak tertua dari Sakichi Toyoda, dan Toyota sendiri merupakan pencetus industry pembuat mesin jahit awalnya pada tahun 1900-an.

Indonesia memiliki museum otomotif/mobil di beberapa tempat seperti Museum Transportasi di TMII dan Museum Angkut di Malang. Akan tetapi dari hasil Analisa studi banding museum tersebut memiliki permasalahan terkait interior. Permasalahan tersebut contohnya pada Museum Transportasi kurangnya pencahayaan pada area koleksi, penggunaan warna yang monoton, sirkulasi yang terhambat oleh penempatan barang koleksi, dan kurangnya fasilitas penunjang seperti toko souvenir ataupun cafetaria/restoran.

Dengan adanya perancangan museum Toyota ini yang di kelola oleh PT Toyota Astra Motor ini bertujuan agar orang Indonesia lebih mengenal dan mengetahui sejarah beridirinya *brand* Toyota di Indonesia. Tidak hanya bersifat edukatif dan rekreatif museum ini dikombinasikan dengan kepentingan Toyota sendiri yang bisa membuat penjualan Toyota meningkat. Dengan mengangkat *brand identity* Toyota sendiri, sehingga perancangan ini menggunakan pendekatan identitas sebagai batasan serta konsep awal dari solusi permasalahan pada proyek perancangan.

Hasil Observasi dan Analisa pada museum-museum di Indonesia belum sesuai dengan standarisasi dan kurangnya fasilitas penunjang pada museum yang membuat pengunjung bisa lebih interaktif. “Perancangan Museum Automobile Toyota” di angkat sebagai Tugas Akhir agar menghasilkan perancangan interior yang dapat meningkatkan orang lebih mengetahui sejarah dan daya tarik pada Toyota. Oleh karena itu pengunjung diberikan fasilitas penunjang yang membuat pengunjung lebih interaktif dengan adanya *workshop*, *area interaktif*, dan *area car driving simulator*, sehingga membuat pengunjung tidak merasa bosan dan mendapatkan pengalaman baru.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Terdapat beberapa masalah yang terkait dengan interior dari hasil studi banding Museum Transportasi, yaitu antara lain :

- Pencahayaan dan penghawaan buatan yang kurang memenuhi standarisasi.
- Penggunaan warna yang monoton.
- Alur sirkulasi yang terhambat oleh penempatan koleksi dan tidak sesuai dengan alur cerita.
- Tidak adanya fasilitas penunjang seperti toko souvenir atau cafetaria.
- Kurangnya ruangan interaktif pengunjung dan kurangnya informatif koleksi yang di display.

### 1.3 Rumusan Masalah

- Bagaimana pengunjung bisa lebih interaktif dan menghadirkan fasilitas penunjang agar pengunjung bisa menarik ketertarikan pada Toyota dan mendapatkan informasi secara jelas?
- Bagaimana menciptakan interior Museum Toyota yang mampu memberikan informasi secara jelas dan teratur sesuai melalui *story line* yang sesuai dengan sejarah berdirinya Toyota?
- Bagaimana menimbulkan karakter ruang yang sesuai dengan identitas Toyota?

### 1.4 Tujuan Perancangan & Sasaran Perancangan

Tujuan dan sasaran perancangan Museum Toyota, antara lain :

- Tujuan :
  1. Menciptakan museum yang dapat memberikan informasi dan edukasi dengan jelas khususnya sejarah berdirinya Toyota di Indonesia dan kepentingan Toyota untuk meningkatkan penjualan, memberikan daya tarik pengunjung agar lebih tertarik dengan *brand* Toyota.
  2. Menghasilkan desain interior museum Toyota yang dapat menguatkan *image* Toyota melalui fasilitas penunjang dan penampilan sehingga bisa memberikan pengalaman terbaik sesuai dengan Visi Misi Toyota.
- Sasaran :

Menciptakan alur sirkulasi yang sesuai dengan *story line* sejarah berdirinya Toyota di Indonesia sehingga informasi yang di berikan bisa tersampaikan dan jelas oleh pengunjung. Memberikan fasilitas penunjang agar pengunjung bisa lebih interaktif dan tidak tercipta rasa monoton saat di Museum.

### 1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan Museum Toyota sebagai berikut :

- Memberikan informasi dan edukasi mengenai sejarah berdirinya Toyota di Indonesia.
- Menjadikan nilai daya tarik pengunjung agar lebih tertarik dengan *brand* Toyota.
- Sebagai acuan untuk Museum yang lainnya dalam meningkatkan kualitas fasilitas maupun pelayanan.
- Memberikan pengalaman baru saat berada di Museum.

### 1.6 Batasan Perancangan

Batasan perancangan museum ini sebagai berikut :

- Luasan yang dibatasi tidak melebihi 2500m<sup>2</sup>
- Perancangan difokuskan pada penataan barang koleksi, alur sirkulasi, fasilitas penunjang dan elemen-elemen interior lainnya.
- Menyampaikan *story line* dengan jelas agar pengunjung bisa memahami sejarah berdirinya Toyota di Indonesia.
- Perancangan interior meliputi ruangan antara lain lobby, ruang pameran, auditorium, ruang simulator, cafeteria, toko souvenir, dan kantor pengelola museum.
- Pendekatan menggunakan pendekatan identitas, dimana desain berusaha berbicara/menggambarkan mengenai filosofi Toyota itu sendiri.

### 1.7 Metode Perancangan

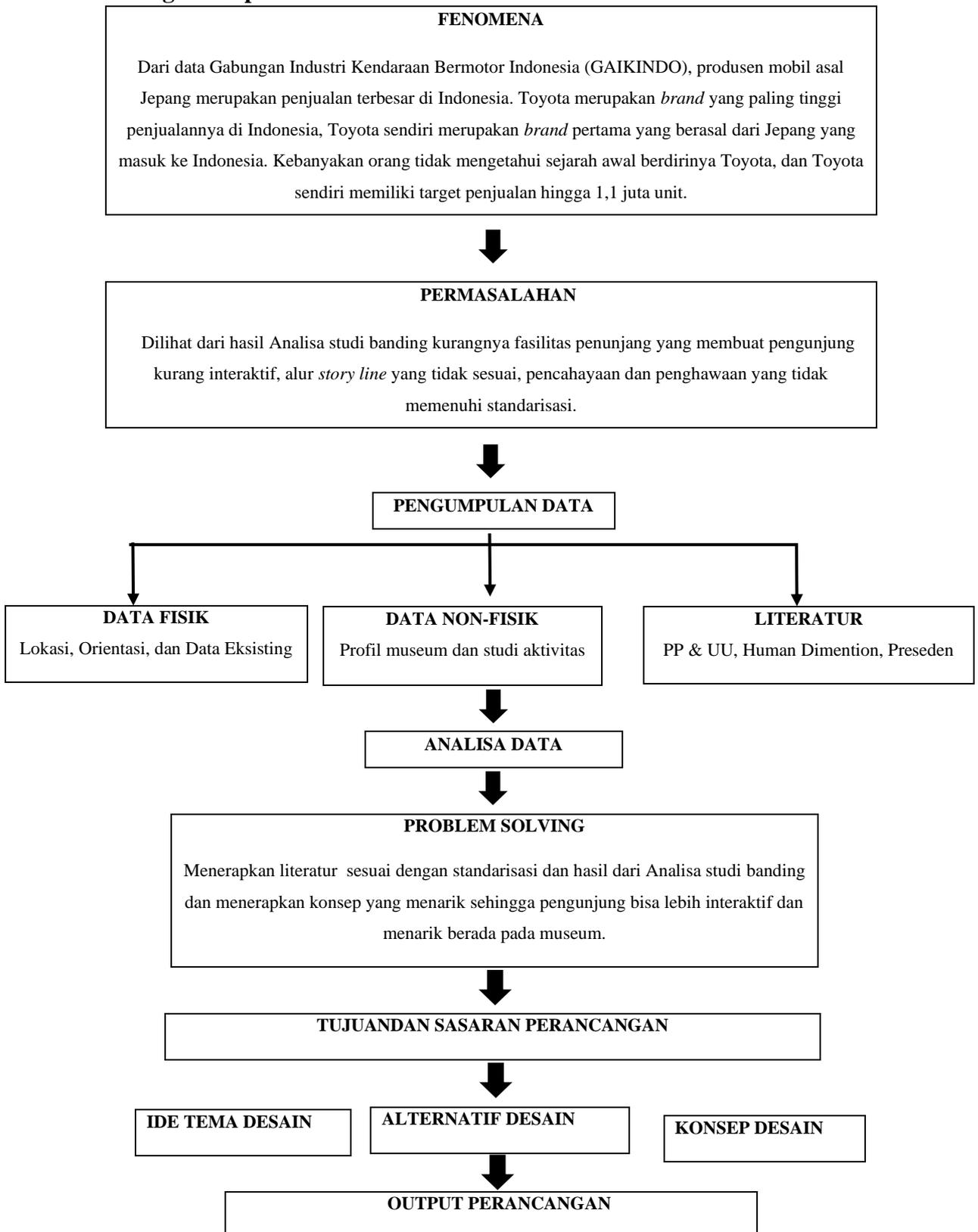
Beberapa metode untuk perancangan Museum Toyota, sebagai berikut :

- Objek perancangan  
Penentuan objek perancangan didasari dari fenomena yang diangkat dan seberapa penting permasalahannya.
- Data  
Pengumpulan data sekunder dan primer, data sekunder merupakan data literatur dari objek terkait sedangkan untuk data primer berupa survey lapangan dan studi preseden antara lain studi banding museum Museum Transportasi TMII, Museum Angkut, National

Automobile Museum, dan Museum Toyota Automobile Nagoya Jepang.

- **Analisa**  
Melakukan Analisa terkait objek yang akan di angkat di lihat dari fenomena dan permasalahan yang menghasilkan solusi. Melakukan studi programming dan data perancangan museum berdasarkan permasalahan.
- **Konsep dan Tema**  
Konsep dan tema di dasari oleh solusi dari permasalahan lalu membuat beberapa alternative sehingga menghasilkan desain akhir.
- **Hasil perancangan**  
Penerapan tema konsep perancangan dan pendekatan yang di terapkan, membuat gambar kerja lapangan.

## 1.8 Kerangka Berpikir



## **1.9 Pembaban**

### 1.9.1 BAB I (Pendahuluan)

Mencakup judul projek tugas akhir dan latar belakang permasalahan yang di angkat, ruang lingkup yang menjadi Batasan perancangan dengan manfaat dan tujuan perancangan.

### 1.9.2 BAB II (Literatur, Standar, & Pendekatan Desain)

Standarasisasi dari museum, berupa konsep ide besar, dan konsep sistematik (pendekatan desain)

### 1.9.3 BAB III (Analisis Studi Banding, Analisis Project, & Data)

Hasil dari Analisa studi banding yang diperoleh dan data-data yang menunjang perancangan desain.