

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Tentang Perusahaan

PT PanaHome Deltamas Indonesia merupakan perusahaan joint venture antara PT PanaHome Gobel Indonesia dan PT Puradelta Lestari Tbk yang bergerak dalam pengembangan kawasan hunian pintar di Kota Deltamas, Bekasi. Salah satu upaya promosi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan membangun **Marketing Gallery Savasa** sebagai sarana pemasaran yang representatif dan mencerminkan identitas proyek hunian yang ditawarkan.

Proyek ini mempercayakan proses desain interior kepada **PT Koloni Tri Arsitama**, sebuah konsultan desain interior yang menangani proyek ini dalam lingkup pekerjaan **desain only**. Marketing Gallery Savasa dirancang dengan pendekatan gaya **modern, mewah, dan bernuansa Jepang**, sejalan dengan citra hunian pintar yang ingin dibangun oleh pengembang.

Marketing Gallery ini memiliki total luas bangunan **1.100 m²**, dengan luasan area yang menjadi objek perancangan oleh penulis mencakup **125 m²**, yang meliputi **area lobby (maket dan resepsionis), lounge, dan display**. Penugasan kepada konsultan meliputi pengembangan desain interior hingga visualisasi 3D, tanpa melibatkan proses konstruksi.

Brief awal dari klien dan konsultan menekankan pentingnya representasi visual yang kuat, daya tarik ruang terhadap calon pembeli, kemudahan perawatan (easy maintenance), serta kualitas desain yang mencerminkan nilai proyek secara keseluruhan. Dalam proyek ini, penulis terlibat secara aktif dalam tahap **penyusunan konsep desain, pencarian referensi visual, penyusunan moodboard per ruang, pengembangan desain 3D, rendering visualisasi**, serta **penyusunan materi presentasi untuk meeting klien**, di bawah arahan dan supervisi tim desain dari PT Koloni Tri Arsitama.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Permasalahan

A. Hipotesa Awal Konsultan dari Kondisi Eksisting

1. Kondisi Tapak dan Sirkulasi

Marketing Gallery Savasa berada di kawasan hunian terpadu Kota Deltamas dengan luas bangunan keseluruhan $\pm 1.100 \text{ m}^2$. Area yang menjadi objek perancangan interior memiliki luas 125 m^2 dan berada di zona utama yang langsung diakses oleh pengunjung. Sirkulasi utama pengunjung diarahkan dari area entrance menuju lobby maket, lounge, dan ruang display. Oleh karena itu, penataan ruang dituntut untuk efisien, logis, dan mampu mengarahkan alur pengguna secara intuitif, tanpa membingungkan.

2. Fungsi Ruang dan Representasi Brand

Sebagai ruang pemasaran, Marketing Gallery harus mampu memvisualisasikan nilai-nilai dan identitas proyek hunian Savasa secara langsung. Klien menginginkan agar desain interior dapat menghadirkan citra hunian modern yang mewah namun tetap tenang dan elegan, dengan pendekatan gaya Jepang sebagai karakter utama. Hal ini menuntut kehati-hatian dalam pemilihan material, warna, bentuk furnitur, serta suasana keseluruhan agar tidak berlebihan namun tetap berkesan eksklusif.

3. Kebutuhan Akan Desain Visual yang Kuat dan Mudah Dirawat

Klien menginginkan galeri pemasaran yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mudah dalam perawatan (easy maintenance), mengingat area ini akan digunakan jangka panjang dan melayani pengunjung secara intensif setiap harinya. Maka dari itu, desain perlu mempertimbangkan material finishing yang tahan lama, sistem pencahayaan yang efisien, serta elemen dekoratif yang minim risiko kerusakan.

4. Keterbatasan Lingkup Kerja dan Koordinasi Tim

Proyek ini dikerjakan oleh konsultan desain dalam lingkup desain-only,

tanpa keterlibatan langsung dalam proses konstruksi atau pengawasan. Hal ini menuntut hasil desain yang sangat jelas dan komunikatif dalam bentuk 3D visual, gambar kerja, serta materi presentasi yang dapat dipahami oleh pihak pelaksana proyek.

B. Kebutuhan Desain Interior Sesuai Permintaan Klien

Berdasarkan TOR dan hasil diskusi awal, klien menginginkan:

- Konsep interior yang **merepresentasikan brand hunian pintar** dan gaya hidup modern dengan sentuhan **estetika Jepang** yang tenang, hangat, dan elegan.
- Area **lobby** harus menampilkan **maket dan brand identity Savasa**, serta memberi impresi pertama yang kuat kepada pengunjung.
- **Lounge area** difungsikan sebagai ruang penerima tamu dengan konsep **open space** yang mengalir dan nyaman.
- **Display area** harus mampu menampilkan informasi produk (tipe unit, masterplan) secara efektif dan atraktif.
- Desain **furnitur bersifat custom** agar sesuai dengan ukuran ruang, citra desain, dan kebutuhan promosi.
- Desain tetap mempertimbangkan aspek **durabilitas, fungsionalitas, dan kemudahan dalam pemeliharaan**.

1.2.2 Rumusan Permasalahan

Dari berbagai kondisi eksisting dan kebutuhan klien yang telah diidentifikasi, maka rumusan permasalahan pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. **Bagaimana merancang interior Marketing Gallery Savasa** yang dapat merepresentasikan identitas hunian pintar dengan pendekatan desain modern bernuansa Jepang, serta memberikan pengalaman ruang yang menarik bagi calon pembeli?

2. **Bagaimana menata area lobby, lounge, dan display** agar alur sirkulasi pengunjung berjalan efektif, mendukung fungsi pemasaran, serta menghadirkan citra brand yang eksklusif dan profesional?
3. **Bagaimana menyusun elemen desain interior** seperti layout ruang, material, warna, pencahayaan, dan detail furnitur agar selaras dengan kebutuhan klien, efisien dalam penggunaan, dan mudah dalam perawatan, mengingat intensitas penggunaan ruang yang tinggi?

1.3 Tujuan dan Sasaran Perancangan

1.3.1 Tujuan Perancangan

Tujuan utama dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan desain interior **Marketing Gallery Savasa** yang mampu merepresentasikan identitas hunian pintar dengan pendekatan gaya modern bernuansa Jepang secara konsisten, estetis, dan fungsional. Desain interior yang dikembangkan diharapkan mampu menghadirkan suasana ruang yang **tenang, eksklusif, dan nyaman**, sesuai dengan kebutuhan komunikasi visual yang ingin ditonjolkan oleh pihak klien.

Hal ini sejalan dengan tujuan klien dalam memposisikan marketing gallery sebagai ruang pemasaran strategis yang **mewakili citra hunian Savasa**, serta mendukung aktivitas promosi dengan penataan ruang yang efisien dan berkesan. Oleh karena itu, desain yang dihasilkan harus mempertimbangkan aspek **kenyamanan pengunjung, efisiensi alur ruang, kemudahan perawatan, pemilihan material yang tahan lama**, serta **daya tarik visual** yang mampu meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan calon pembeli terhadap proyek yang ditawarkan.

1.3.2 Sasaran Perancangan

Konsultansi menargetkan sasaran dari perancangan proyek ini meliputi hal-hal berikut :

- a) Desain interior Savasa Marketing Gallery menggabungkan konsep kemewahan, modern, dan desain Jepang untuk memenuhi permintaan klien.

- b) Menciptakan desain interior yang estetis dan berguna untuk berbagai area, termasuk lobi dan lounge, area resepsionis, teater, ruang penjualan, ruang konferensi, area maket dan pameran, serta ruang ibadah.
- c) merancang furnitur longgar dan furnitur yang dipesan lebih dahulu dengan mempertimbangkan daya tahan jangka panjang dan kemudahan perawatan.
- d) Untuk memfasilitasi kegiatan pemasaran dan promosi di dalam area bangunan yang terbatas, rencana ruang terbuka diimplementasikan di lobi dan area lounge
- e) menyesuaikan desain dengan spesifikasi klien untuk ruang, perabot, sentuhan akhir, dan tambahan lainnya untuk mempertahankan citra eksklusif galeri pemasaran.

1.3.3 Manfaat Perancangan

- a. Manfaat bagi Masyarakat
 - 1) Edukasi desain modern: Dapat menjadi edukasi bagi masyarakat luas mengenai penerapan desain interior modern dan mewah dengan sentuhan gaya Jepang, yang dapat meningkatkan apresiasi terhadap estetika dan fungsionalitas ruang.
 - 2) Peningkatan kualitas hidup: Dengan galeri pemasaran yang dirancang secara efektif, orang dapat menikmati kualitas hidup yang lebih baik melalui lingkungan yang lebih nyaman dan menginspirasi.
- b. Manfaat bagi Institusi Penyelenggara Pendidikan
 - 1) Referensi Akademis: Tambahkan referensi akademis di bidang desain interior, terutama dalam desain galeri pemasaran dengan penekanan pada konsep mewah dan modern.
 - 2) Pengembangan: Menjadi aspek dalam penilaian kemampuan mahasiswa.
- c. Manfaat bagi Keilmuan Interior
 - 1) Pengembangan Ilmiah: Dapat menjadi referensi penting dalam pengembangan ilmu interior, terutama dalam penerapan konsep desain yang memadukan unsur budaya dan modernitas.
 - 2) Inovasi Desain: Menjadi alat inovasi dan pengembangan pribadi bagi desainer interior, mempelajari dan menerapkan teknik desain yang baru dan efektif.

1.4 Batasan Perancangan

Sementara itu, lingkup pekerjaan yang menjadi tanggung jawab penulis sebagai mahasiswa meliputi keterlibatan dalam tim desain untuk membantu mengembangkan desain interior pada area dengan total luasan $\pm 125 \text{ m}^2$ dari keseluruhan bangunan. Area yang menjadi objek perancangan meliputi:

1. **Lounge,**
2. **Sales Room,**
3. **Ruang Teater,**
4. **Area Maket / Display,**
5. **Ruang Negosiasi,**
6. **Admin & Kasir,**
7. **Meeting Room,**
8. **Lobi Karyawan,**
9. **Gudang, dan**
10. **Mushala.**

Dalam pelaksanaannya, penulis berperan aktif dalam beberapa tahap perancangan, di antaranya:

- Menyusun **konsep dan referensi desain interior,**
- Membuat **moodboard** per ruang,
- Mengerjakan desain 3D dan proses rendering visualisasi,
- Menyusun **materi presentasi desain** untuk disampaikan kepada klien.

Adapun area **outdoor** seperti **Genset, Ruang Keamanan, dan Ruang Pengaduan** tidak termasuk dalam lingkup perancangan interior, dan tidak dirancang oleh pihak konsultan maupun penulis.

Dengan adanya batasan perancangan ini, diharapkan proses penyusunan desain lebih terfokus pada area yang menjadi tanggung jawab tim desain, serta memudahkan dalam evaluasi dan pengembangan desain secara menyeluruh.

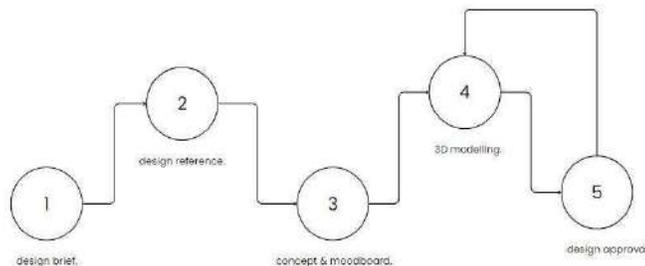
Adapun tahapan pekerjaan yang dilaksanakan dalam proyek ini meliputi:

- 1) Survey Lokasi (meeting) dan Pengumpulan Data (Tidak Terlibat)
- 2) Pengolahan dan Analisis Data (Tidak Terlibat)

- 3) Brainstorming dan Penyusunan Moodboard (Terlibat)
- 4) Pembuatan 3D Modelling (Terlibat)
- 5) Rendering Desain (Terlibat)
- 6) Penyusunan Materi Presentasi (Terlibat)

1.5 Skematik Flow Perancangan

Skema flow perancangan kantor **Marketing galeri dealtamas** dapat dilihat dari bagan dibawah ini:



Gambar 1.1 Skema Perancangan

Sumber: Dokumen Pribadi

Setelah konsep dan papan suasana hati disetujui, tim Desain berpindah ke tahap pemodelan 3D menggunakan perangkat lunak desain seperti SketchUp. Proses ini melibatkan pembuatan beberapa model alternatif yang kemudian diserahkan kepada principal interior untuk ditinjau. principal interior akan memberikan komentar yang kemudian akan diteruskan ke klien untuk persetujuan akhir. Jika klien memberikan umpan balik, tim desain kembali ke fase peninjauan untuk memastikan bahwa hasil akhir memenuhi harapan klien.

a. Survei Lokasi (meeting) dan Pengumpulan Data (Desing brief)

Tahap ini dilakukan dengan pengamatan langsung ke lokasi proyek untuk mengumpulkan data fisik dan kondisi lingkungan sebagai dasar proses desain

b. Pengolahan dan Analisis Data

Data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisa untuk memahami kebutuhan ruang, karakteristik tapak, dan kendala teknis yang harus diperhatikan dalam perancangan.

c. Brainstorming dan Pembuatan Moodboard

Tim mengadakan diskusi kreatif untuk menentukan konsep desain utama dan menyusun moodboard sebagai referensi visual untuk keseluruhan desain interior.

d. 3D Modeling

Membuat model tiga dimensi dari desain interior untuk memvisualisasikan tata letak ruang, furnitur, bahan finishing dengan lebih realistis.

e. Design Rendering

Menghasilkan gambar rendering berkualitas tinggi sebagai media presentasi kepada klien untuk memahami konsep secara detail.

f. Persiapan Materi Presentasi

Mempersiapkan dokumen lengkap berupa gambar kerja, spesifikasi material dan penjelasan konsep sebagai bahan presentasi akhir kepada klien.