

1. PENDAHULUAN

Industri otomotif di Indonesia khususnya mobil, berkembang sejalan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Permintaan masyarakat akan mobil juga bertambah. Mobil merk Mercedes-Benz yang identik dengan mobil mewah juga banyak diminati oleh sebagian besar orang, terutama masyarakat Surabaya. Pecinta Mercedes-Benz tidak hanya mengkoleksi Mercedes-Benz keluaran terbaru, namun juga berlomba mencari Mercedes-Benz kuno. Namun sampai saat ini kurang sekali informasi akan mobil-mobil kuno yang tidak diproduksi lagi, oleh karena itu sangat dibutuhkan suatu wadah yang menyajikan informasi akan mobil Mercedes-Benz, seperti museum.

Obyek perancangan kali ini adalah Museum Mercedes-Benz Surabaya, dengan alasan bahwa sampai saat ini Surabaya belum mempunyai museum yang bergerak di bidang otomotif khususnya mobil. Pada museum ini akan dipamerkan mobil-mobil merk Mercedes-Benz, karena Mercedes-Benz sudah dikenal sejak dulu oleh masyarakat Surabaya. Mobil Mercedes-Benz yang dipamerkan di *showroom* hanya mobil dengan tahun produksi yang relatif baru, sehingga masyarakat kurang informasi akan keberadaan mobil ini dari pertama kali produksi, padahal penggemar mobil kuno masih sangat banyak.

Dengan adanya museum ini, maka akan dapat memberikan pelayanan yang komunikatif, informatif, edukatif dan rekreatif akan keberadaan mobil Mercedes-Benz sehingga lebih dapat memuaskan konsumen Mercedes-Benz pada khususnya dan pengunjung museum pada umumnya.

1.1. **Pengertian Judul**

Judul karya desain adalah Perancangan Interior Museum Mercedes-Benz Surabaya.

a. Perancangan adalah proses, cara, perbuatan merancang.

(Kamus Besar Bahasa Indonesia, cetakan 3, 1990, halaman 725)

b. Interior adalah

- Bagian dari gedung atau bangunan
- Tatahan perabot didalam ruang dalam dari sebuah gedung.

(Kamus Besar Bahasa Indonesia, cetakan 3, 1990, halaman 331)

c. Museum adalah

- Gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan bersejarah, seni, dan ilmu pengetahuan; tempat menyimpan barang-barang kuno.

(Kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi 3, 1990, halaman 766)

- Suatu lembaga atau badan yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya; yang bertugas menghimpun, memelihara, meneliti, dan memamerkan atau mengkomunikasikan benda-benda pembuktian manusia dan lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan, dan rekreasi.

(International Council of Museum (ICOM), 1971)

d. Mercedes-Benz adalah salah satu merk mobil buatan Jerman. Biasanya dikenal juga dengan nama Mercy.

- e. Surabaya adalah kotamadya, ibukota propinsi Jawa Timur, terletak di bagian Timur Laut Jawa Timur. Terkenal dengan sebutan kota Pahlawan.

(Ensiklopedi Indonesia 6, Buku Ictiar Baru, Van Hoeve, Jakarta, hal. 3377)

Jadi perancangan interior Museum Mercedes-Benz Surabaya memiliki pengertian proses merancang bagian dalam dari suatu gedung tempat menghimpun, memelihara, dan memamerkan mobil Mercedes-Benz yang memiliki nilai sejarah dengan tujuan untuk studi, pendidikan, dan rekreasi.

1.2. Latar Belakang Permasalahan.

Pada jaman sekarang ini, perkembangan teknologi yang semakin maju berdampak pula pada perkembangan otomotif. Pecinta otomotif boleh berbangga hati. Pasalnya setelah dihempas badai multi krisis beberapa tahun lalu, pasar otomotif Indonesia kembali bergairah. Setelah penjualan mobil mengalami penurunan drastis, pada tahun 2000 mengalami peningkatan dan tepatnya mencapai 290.000 unit (*Mobil Motor, 29 Januari-11 Februari 2001, halaman 2*). Berbagai merk mulai bersaing mengeluarkan mobil-mobil terbarunya. Pecinta otomotif pun semakin bertambah banyak, terbukti dengan banyaknya bermunculan majalah otomotif maupun acara-acara televisi yang mengulas banyak tentang otomotif. Pameran otomotif pun semakin diminati orang mulai dari Otomotif Expo didalam negeri sampai pada ajang bertaraf internasional seperti Detroit Motor Show tahun 2001 lalu (*Mobil Motor, 29 Januari - 11 Februari 2001, halaman 8-11*)

Mercedes-Benz atau lebih dikenal dengan nama Mercy, yang identik dengan mobil mewah, yang banyak diminati oleh sebagian besar pecinta otomotif

di Surabaya pun tak kalah bersaing. Kubu Mercy, yang didirikan oleh Gottlieb Daimler, mulai mendesain dan memproduksi mobil canggih keluaran terbarunya yang diluncurkan akhir 2002 lalu (*Mobil Motor, 15-28 Januari 2001, halaman 36-37*). Sampai sekarang Mercy sudah memproduksi banyak sekali model dan tipe mobil yang diminati pasar.

Namun tak dapat dipungkiri, meskipun banyak sekali mobil-mobil canggih yang bersaing merebut pasar, masih juga banyak mobil-mobil tua yang diminati oleh pecinta otomotif. Hal ini terbukti dengan banyaknya perkumpulan-perkumpulan baik mobil kuno maupun yang mengacu pada merk tertentu seperti VW Club, Fiat Club, Mercy Club, Morris Club, dsb. (*Jawa Pos, 28 Juli 1998*). Mereka juga mengadakan berbagai kegiatan misalnya Reli Nasional yang dikoordinasi oleh Perkumpulan Penggemar Mobil Kuno Indonesia (PPMKI).

Di Jepang, negara berteknologi maju, telah dibangun sebuah museum mobil di Nagoya (*Surabaya Pos, Otomotif, 17 Juli 1996*). Tidak ketinggalan di Nagakute-cho, Aichi juga didirikan Museum Mobil Toyota (MMT) yang hendak memberikan gambaran tentang perjalanan industri dan tipe-tipe mobil selama seabad, dimulai sejak mobil pertama yang menggunakan bahan bakar bensin hingga mobil terakhir yang berteknologi mutakhir. MMT mempunyai visi yaitu visualisasi sejarah mobil untuk memperjelas kaitan mobil dengan perjalanan umat manusia dulu, kini, dan masa mendatang. Di Tokyo juga dibangun Galeri Otomotif Toyota yang menurut pihak promosinya galeri ini mampu memuaskan rasa ingin tahu konsumen soal otomotif dari jaman dulu sampai sekarang dengan format pameran yang dibuat bergaya hiburan (education and entertainment) yaitu gabungan pendidikan dan hiburan (*Mobil Motor, 18-31 Juli 1994, halaman 2*)

Berdasarkan gambaran diatas, maka produsen Mercy perlu mendirikan wadah yang memenuhi kebutuhan konsumen mobil Mercy atas berbagai informasi tipe mobil yang sudah diproduksi. Hal ini juga diperlukan karena Mercy telah dikenal oleh masyarakat Indonesia sejak jaman dulu. Dengan adanya museum ini, Mercy juga dapat sekaligus menciptakan pelayanan yang komunikatif, informatif, edukatif, dan rekreatif sehingga mampu memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada pengunjung.

1.3. **Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka terdapat berbagai masalah yang muncul sehubungan dengan perancangan interior museum Mercedes-Benz, antara lain :

- a. Bagaimana merancang interior museum yang dapat mencerminkan citra Mercedes-Benz sebagai produsen mobil mewah?
- b. Bagaimana merancang interior yang mampu memenuhi fungsi museum sebagai tempat yang mampu memuat segala informasi mengenai mobil Mercedes-Benz?

1.4. **Tujuan Perancangan**

Tujuan dibangunnya Museum Mercedes-Benz Surabaya adalah memberikan pelayanan yang bersifat:

- a. Informatif, dimana museum ini akan menampilkan perkembangan mobil Mercy ketika pertama kali diproduksi hingga sekarang.

- b. Edukatif, dimana museum ini akan memberikan penjelasan yang lebih mendalam tentang perkembangan teknologi yang menyertai perkembangan mobil yang dipamerkan.
- c. Rekreatif, dimana museum ini akan menjadi salah satu alternatif fasilitas umum yang mampu menarik pengunjung dengan nuansa baru yang sebelumnya belum pernah ada. Museum ini akan menjelaskan bahwa museum mobil ini bukanlah sekedar tempat tempat pameran mobil semata, melainkan sebagai tempat bermain dari sebuah dunia teknologi yang menyenangkan (*Surabaya Pos, 17 Juli 1996*).

1.5. **Manfaat Perancangan.**

Mengingat bahwa proyek ini merupakan suatu proyek yang sebelumnya belum pernah ada di Surabaya, maka proyek ini akan dianggap sebagai suatu penemuan baru pada masyarakat umumnya dan para penggemar mobil Mercy. Manfaat yang didapat dari perancangan museum ini adalah :

- a. Bagi masyarakat dan kolektor.
 - Merupakan alternatif baru tempat memperoleh pelayanan yang informatif sekaligus edukatif dan rekreatif.
 - Menambah wawasan akan perkembangan teknologi khususnya mobil.
 - Memberikan informasi tentang cara perawatan mobil khususnya Mercy sehingga dapat ditangani secara lebih profesional.
- b. Bagi Pemerintah Daerah.
 - Dengan dibangunnya museum ini oleh pihak swasta maka dapat menambah pendapatan daerah dari pajak.

- Adanya alternatif tempat pelayanan umum bagi masyarakat dengan nuansa baru karena sebelumnya masih belum pernah ada di Surabaya.

1.6. **Ruang Lingkup Perancangan**

Proyek Museum Mercedes-Benz Surabaya ini terdiri dari satu lantai dengan luasan 1.036,8 m² yang meliputi perancangan :

- Resepsionis
- Ruang pameran
- Ruang informasi
- Kantor kerja staf museum
- Café
- Souvenir Shop
- Toilet

Adapun informasi yang disajikan oleh museum ini adalah mengenai mobil Mercedes-Benz dengan tahun produksi antara 1886 – 1971.

1.7. **Metode Perancangan**

1.7.1. Data yang Diperlukan

- Denah dan tampak potongan
- Foto-foto pembandingan
- Data literatur penunjang
- Hasil survei wawancara

1.7.2. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Literatur

Pengumpulan data dan teori yang berhubungan dengan proyek ini, kemudian dianalisa dengan data yang sudah ada guna menunjang proses.

b. Studi Komparatif

Studi perbandingan dengan cara mengunjungi museum-museum yang sudah ada kaitannya dengan proyek ini, untuk kemudian dibandingkan untuk memperoleh gambaran lebih nyata.

c. Studi Lapangan

Hadir langsung pada lokasi proyek untuk mendapatkan gambaran obyek dan asumsi dan arah perencanaan.

d. Wawancara

Cara untuk memperoleh data dengan melakukan proses tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan langsung dengan proyek.

1.7.3. Metode Pengolahan Data

Data-data yang diperoleh diklasifikasikan dan disortir kemudian dilakukan tabulasi untuk mempermudah proses selanjutnya.

1.7.4. Metode Analisis Data

Menggunakan metode komparatif yaitu membandingkan data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis lebih lanjut.