

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Surabaya merupakan kota terbesar ke dua setelah kota Jakarta, secara administrasi wilayah kotamadya Surabaya terletak pada $07^{\circ}12'$ - $07^{\circ}21'$ Lintang selatan (LS) dan $112^{\circ}36'$ - $112^{\circ}54'$ Bujur Timur (BT), dibatasi oleh:

- a. Sebelah Utara : Selat Madura dan Kabupaten Bangkalan.
- b. Sebelah Timur : Selat Madura.
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Sidoarjo.
- d. Sebelah Barat : Kabupaten Gresik.

Keadaan fisik kota Surabaya menurut Master Plan Surabaya 2000 , kota pahlawan tersebut memiliki curah hujan tahunan minimum 3.189,5mm dan maksimum 3.884,3mm. Rata-rata kecepatan angin Desember sampai Maret mencapai 6 km/jam dan maksimum 12 km/jam ke arah utara. Serta suhu udara maksimum $36,4^{\circ}\text{C}$ dan minimum $21,5^{\circ}$.

Kondisi dan perkembangan pusat pelayanan kota Surabaya menurut Master Plan Surabaya 2000 (MPS 2000) mengalami beberapa perubahan antara lain:

MPS 2000 menetapkan di kawasan Tunjungan dan sekitarnya makin meluas arealnya berbatasan dengan Jalan Kedungdoro dibagian barat, Jalan Raya Diponegoro di sebelah selatan dan Jalan Panglima Sudiraian, Jalan Raya Darmo disebelah timur.

Selain meluasnya daerah perbatasan, kawasan tersebut timbulnya pusat-pusat kegiatan baru yang cenderung tumbuh secara alamiah antara lain:

- a. Di sepanjang jalan Kertajaya

- b. Di sepanjang jalan Sulawesi
- c. Di sepanjang jalan Raya Gubeng
- d. Di sepanjang jalan Kusuma Bangsa

Sebagai daerah yang berkembang maka kebutuhan orang makin bertambah, kebutuhan yang terpenting adalah suatu alat transportasi, mengapa alat transportasi? Karena dengan terpenuhi alat transportasi maka seseorang dapat bepergian dengan mudah, selain itu diperkotaan alat transportasi tidak hanya sebagai alat pengantar seseorang dari tempat satu ke tempat yang lain tetapi merupakan benda mewah dan bergengsi. Alat transportasi tersebut misalnya adalah mobil, sepeda motor, dan lain sebagainya. Dapat dikatakan sebagai barang mewah dan bergengsi karena sekarang ini banyak orang mempunyai mobil untuk hal bisnis-berbisnis, banyak penampilan mobil yang dimodifikasi hanya untuk memamerkan hasil modifikasinya saja.

Dunia Otomotif semakin maju, hal ini terlihat makin banyaknya keluar produk-produk mobil baru serta masuknya mobil-mobil Built-Up yang beraneka ragam bentuknya. Dengan semakin raeningkatnya bidang otomotif, maka berkembang pula suatu kegiatan meningkatkan kemampuan, kenyamanan, penampilan menjadi lebih maksimal atau sesuai dengan yang diinginkan pada mobil atau sering disebut dengan kegiatan "Modifikasi". Kegiatan modifikasi tersebut dapat berupa penambahan Spoiler pada mobil, pemendekan mobil atau sering disebut "Ceper", perubahan mesin agar dapat melaju dengan cepat, penggantian velg atau jenis ban dan lain-lain.

Kegiatan modifikasi mobil dapat terlihat dengan jelas di kota Pahlawan, Surabaya. Jika diperhatikan di jalan-jalan banyak mobil yang telah mengalami

pemodifikasian dari yang ringan-ringan misal penggantian atau penambahan lampu, sampai yang berat misal pemendekan mobil penggantian velg dengan ring berdiameter besar. Maka hal tersebut banyak dilakukan oleh kalangan muda-mudi maupun para orang tua di kota Surabaya. Kegiatan modifikasi banyak dilakukan oleh para muda-mudi, hal tersebut terlihat dengan adanya uraian dibawah ini.

".....baju yang dipulas. Lips Spoiler depan dan belakang custom menjadi tulang punggung peningkatan aerodinamika. Tidak cukup tubuh hitam mengkilapnya pun tak luput dari sentuhan tangan jahitnya. Cutting sticker berkelir merah ditempelkan" Honda Estilo 92, Aryo Prabowo (22), jurusan arsitektur PETRA, Surabaya. MOTOR no 169/X/09-22 Maret 2002, halaman 36.

".....namun bila melihat teliti spesifikasi yang tak kasat mata, alias di bagian dalam, baru terasa bahwa taraf rombakan mesin ini bukan sembarangan.... " Peserta Auto Contest 2002 Surabaya, Honda New Civic 2001, Budi Ariefianto (21). MOTOR no 175/X/1-14 Juni 2002.

".....sekarang antar mama mencari velg. Besok kita ke tuner body kit, "kata seorang ibu pada anaknya. Maudy Lontoh (51), MOTOR no. 169/X/09-22 Maret 2002.

Kegiatan modifikasi tersebut cenderung dilatarbelakangi oleh pemendekan mobil, maka sering kali kegiatan yang dilakukan adalah penggantian velg dan ban, karena dengan penggantian velg dan ban tersebut mobil dapat terlihat lebih Sportif atau dapat terlihat Elegan. Hal ini terlihat dari banyak orang yang mencari model-model velg terbaru baik itu buatan lokal (dalam negeri) maupun buatan luar negeri. Pemilihan ban juga salah satu alternatif dalam modifikasi mobil

dengan velg yang berdiameter besar, penggunaan jenis ban yang mempunyai profil tipis. Dari masalah tersebut para modifikator tidak hanya memodifikasi mobilnya dengan ban yang tipis saja tetapi dapat dengan ban yang berprofil tebal seperti menggunakan jenis mobil Jip atau 4WD yang mempunyai gaya Off Road.

Semakin banyaknya pemodifikator Otomotifmania, semakin banyak pula tempat-tempat yang memberikan pelayanan tentang modifikasi mobil, misalnya di Surabaya terdapat di kawasan Kedungdoro, Undaan, Kertajaya. Dan jenis kelas-kelas yang berlainan, dari kelas mobil Eropa sampai kelas mobil Jepang, dari tempat-tempat tersebut mempunyai cirikhas tersendiri.

Selain tempat-tempat modifikasi mobil banyak juga toko-toko ban yang terdapat di kota Surabaya. Karena ban merupakan faktor utama mobil, karena ban merupakan faktor terpenting maka banyak pula merek-merek ban yang ditawarkan misalnya Good Year, Bridgestone, Gajah Tunggal, Dunlop. Merek-merek ban tersebut mempunyai karakter yang berbeda-beda.

Atas permintaan Toko ban di kawasan Kertajaya, didirikan pusat penjualan ban atas pertimbangan timbulnya pusat-pusat kegiatan baru yang cenderung tumbuh secara alamiah yang lokasinya mempunyai kelebihan-kelebihan terpenting yaitu:

- a. Jalan Raya Kertajaya yang saat ini sudah terkenal sebagai salah satu kawasan bisnis otomotif, selain kawasan Undaan dan Jalan Kedungdoro, hal ini terlihat banyak sekali Show Room mobil baru dan bekas di kawasan Kertajaya tersebut.
- b. Di lalui langsung oleh Inner Ring Road yang sangat menguntungkan untuk uji coba mobil di jalan raya.

- c. Berhadapan dengan Mall Galaxy sehingga produk-produk yang di pameran mudah di kenal.
- d. Kawasan Kertajaya merupakan daerah perumahan elit di mana banyak pelanggan atau konsumen (karena merasa dekat dengan rumahnya).

Toko ban yang akan dirancang interiornya adalah toko ban Bridgestone, toko ban tersebut lebih di kenal dengan sebutan Toko Model Bridgestone, pemilihan nama toko model ada salah satu yang membedakan toko model dengan toko ban lainnya, perbedaan ada pada tata letak dan standarisasi pola logo atau yang lebih di kenal dengan 'B'Mark.

Penggunaan merek ban Bridgestone atas dasar pertimbangan banyak para pengguna merek ban tersebut. Hal ini dibuktikan diberbagai kota jawa timur seperti, kota Tahu yaitu Kediri, pada toko Jaya Abadi, setiap harinya dapat menjual produk ban sebanyak \pm 30-50 buah ban dengan jenis dan ukuran yang berlainan (hasil survey).

Dengan latar belakang tersebut, kebutuhan akan berbagai macam bentuk ban dan ukuran-ukurannya, maka ban Bridgestone memberikan berbagai bentuk dan ukuran ban yang dibutuhkan. Ban Bridgestone cenderung ke model-model sport, hal tersebut terlihat pada pemakaian ban standart mobil Ferrari 360 Modena, pemakaian ban Bridgestone pada jet darat atau sering disebut Formula 1 pada Ferrari yang dikemudikan oleh Michael Scumacher, meraih juara dunia padatahun2001.

Mengingat kebutuhan ruang yang diperlukan pada toko ban antara lain:

- a. Ruang Pamer 1 : Memamerkan Produk-produk ban terbaru.
- b. Ruang Pamer 2 : Memamerkan Replika Formula 1.

- c. Ruang Mekanik : Pemasangan ban, Sporing-Ballancing.
- d. R. Penyimpanan: Menyimpan barang-barang yang akan dijual.
- e. Ruang Tunggu : Tempat untuk menunggu.
- f. R. Kerja Adm : Tempat kerja untuk bagian Administrasi.
- g. Ruang Direktur : Tempat kerja untuk Direktur.
- h. Ruang Karyawan: Tempat untuk karyawan toko.
- i. Ruang Operator : Tempat untuk memberikan informasi-informasi
- j. Ruang Staff : Tempat untuk para Staff melakukan pekerjaannya
- k. Toilet 1 : Toilet untuk pengunjung.
- l. Toilet 2 : Toilet untuk para staff.

Maka, toko model ban dirancang berdasarkan besar pengaruhnya terhadap konsumen untuk menarik minat pembelinya maka ruang-ruang yang diutamakan adalah Ruang Pamer, Ruang Penjualan, Ruang Desain dan ruang Tunggu. Pada hal ini perancangan proyek interior lebih memfokuskan pada ruang-ruang tersebut. Selain sebagai ruang informasi juga sebagai ruang promosi.

Dilatarbelakangi oleh tujuan pembelian jenis ban tersebut, karakter ruang yang akan ditampilkan memberi makna Sportif. Dengan konsep Formula 1 dimana dalam ruangan tersebut terlihat adanya mobil tiruan atau replika Formula milik Ferrari. Dan mempunyai arti Kecepatan. Dengan konsep Formula 1 maka Teknik perancangan interior menggunakan Hi-Tech, dengan menampilkan nuansa besi, stainless dan serba komputerisasi.

Teknik Hi-Tech juga terdapat pada bentuk-bentuk perabot, karena melihat produk-produk ban yang dihasilkan menggunakan teknologi tinggi.

1.2 Batasan Permasalahan

Perancangan interior tersebut merupakan rancangan awal, terdapat di jalan Kertajaya Indah II. Dimana rancangan tersebut merancang sebuah rumah modifikasi mobil dan di dalamnya terdapat toko model ban Bridgestone.

Arah perancangan ruang pameran merupakan arah perancangan komersial dimana dalam bentuk pameran nantinya dapat terjadi Interaksi penjual dengan pengunjung, dalam menggunakan arti sebuah kecepatan dapat memberikan sistem pelayanan yang cepat juga. Dengan pelayanan yang serba cepat diharapkan pengunjung yang datang dapat merasakan tidak kehilangan waktu yang lama dan merasa suatu kepuasan.

Jasa pelayanan yang diberikan antara lain adalah memberikan pelayanan pada saat pengunjung datang dengan memberikan informasi-informasi produk ban terbaru yang dibutuhkan oleh pengunjung, melakukan pelayanan penjualan ban secara baik, memperlihatkan salah satu produk ban Bridgestone yang diprogram di komputer dengan penampilan di mobil yang sesungguhnya, memberikan informasi-informasi atas pemakaian ban yang benar, memberikan pelayanan kepada pengunjung pada saat menunggu di ruang tunggu.

Elemen-elemen interior yang digunakan antara lain berupa material-material keras, yaitu berupa plat besi, pipa besi, aluminium, stainless. Pemilihan material-material tersebut dengan pertimbangan suatu gaya penampilan interior yang *High-Tech*, hal tersebut didukung produk ban Bridgestone yang pembuatannya menggunakan teknologi tinggi. Salah satu yang membuktikan ban Bridgestone tersebut menggunakan teknologi tinggi adalah peluncuran ban

Bridgestone Turanza tipe ER60 dengan Dual Layer Tread, Joinless Layer dan lain-lainnya.

Ruang yang akan dirancang nantinya dapat mempunyai sifat yang Atraktif, penggunaan sifat tersebut menghindari suatu bentuk yang monoton dalam ruang pameran tersebut mempunyai konsep-konsep tersendiri.

Mebel yang ditampilkan juga bersifat Atraktif, dalam perancangan mebel tersebut mempunyai gambaran seolah-olah mebel bergerak.

1.3 Tujuan

Tujuan merancang ruang pameran di toko model ban Bridgestone adalah membuat produk-produk ban Bridgestone lebih dikenal oleh banyak orang, produk-produk yang dipamerkan merupakan produk-produk ban terbaru, selain tujuan tersebut owner ingin memperkenalkan produk ban Bridgestone sesuai karakter para modifikator.

Tujuan dirancang dengan gaya *High-Tech* pada interior ruang pameran adalah menyesuaikan dengan produk ban yang dirancang dengan teknologi tinggi selain itu melihat pada masa sekarang ini teknologi semakin berkembang. Perancangan interior ruang pameran mempunyai suatu konsep tentang mobil F1 yaitu mempunyai arti tentang sportif yang menghasilkan suatu bentuk kecepatan.

Tujuan bagi mahasiswa adalah mahasiswa dapat mengetahui bagaimana merancang sebuah interior fasilitas umum yaitu merancang interior toko model ban Bridgestone. Dalam perancangan toko ban tersebut mahasiswa dapat mengetahui bagaimana merancang dengan tema *Sport* dan mempunyai teknik *High-Tech*, dengan mempunyai konsep F1 yang berkarakter dengan Kecepatan.

Tujuan bagi owner atau pengelola adalah owner dapat merasa puas karena ide-ide yang telah diberikan telah diwujudkan dan dapat mengelola produk-produknya sesuai yang diharapkan serta memenuhi kebutuhan-kebutuhan para konsumennya

Tujuan bagi lembaga pendidikan khususnya Universitas Kristen Petra adalah bahwa Tugas Akhir Perancangan Interior Toko Model Brigestone sebagai sarana dan media evaluasi terhadap komprehensi dari semua hasil belajar mahasiswa yang bersangkutan selama mengikuti proses belajar mengajar di Universitas Kristen Petra sehingga dapat dipertanggung jawabkan secara moril kepada masyarakat.