

Perancangan Interior M&M's Choco Candy World di Surabaya

Angeline Ariesta, Grace Mulyono
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: angeline.ariesta@yahoo.com ; grace_mulyono@petra.ac.id

Abstrak— Salah satu brand permen coklat yang cukup diminati di Indonesia adalah M&M's. M&M's memiliki berbagai macam produk permen coklat dengan visualisasi yang menarik seperti bentuknya yang bulat dan berwarna-warni yang disesuaikan dengan karakter M&M's itu sendiri. Namun Outlet M&M's masih belum ada di Indonesia hingga saat ini. Oleh karena itu, perancangan outlet M&M's diperlukan dengan tujuan memberikan kepuasan bagi pencinta permen serta coklat, dan juga dapat memberikan alternatif tempat hiburan bagi keluarga selain mall.

Fasilitas utama yang diberikan dalam perancangan ini adalah fasilitas rekreasi di mana pengunjung dapat melihat langsung proses produksi dan pengetahuan mengenai produk yang juga dilengkapi dengan café dan gift shop. Untuk mendukung terciptanya fasilitas ini, maka diperlukan survey lapangan, wawancara, dan studi literatur.

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan informasi lebih kepada pengunjung terutama anak-anak seputar brand M&M's dan juga cokelat.

Kata Kunci— Perancangan, Interior, Tempat Hiburan, dan Coklat M&M's

Abstrac— Candy and chocolate are well-known snack by people. Because its taste and sweetness, candy and chocolate is often used as a snack in between meals. Visualization of shape, color, and attractive packaging also be an attraction of sweets and chocolate to be consumed. One brand that is quite popular chocolate candy is M&M's. M&M's also have different types of milk sweets and also the preferred brand character. M & M's outlets are spread throughout the country like London, U.S, Las Vegas, and many other countries. However Outlet M&M's are still not in Indonesia today. Therefore, the design of the M&M's outlet is required to provide satisfaction for candy and chocolate lovers, and can also provide an alternative for family entertainment venues in addition to the mall.

Keyword— Design, Interior, Entertainment Place and M&M's Chocolate.

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki iklim yang cocok untuk membudidayakan pohon coklat. Dan hingga saat ini Indonesia termasuk dalam Negara penghasil coklat terbesar ketiga di dunia setelah Pantai Gading dan Ghana.

Olahan permen dan coklat merupakan makanan yang disukai oleh banyak orang dan juga dapat mencakup segala umur, mulai yang muda hingga tua. Karena

populernya makanan ini, pengembangan jenis, dan bentuk penyajian terus dihadirkan. Keunggulan citarasa, penyajian dekorasi permen dan coklat memiliki nilai seni yang tinggi dengan mengkomposisikan bentuk hingga warna. Tidak hanya dari segi olahan untuk makanan saja, hingga saat ini penelitian tentang coklat masih terus berkembang. Sehingga banyak informasi penting yang perlu disampaikan kepada masyarakat. Untuk hal ini dibutuhkan wadah untuk menyalurkan informasi tersebut secara benar.

Namun sayangnya, di Kota Surabaya tidak ada toko khusus yang menjual permen dan coklat saja. Kebanyakan permen dan coklat di jual di supermarket umum yang juga menjual barang kebutuhan rumah tangga lainnya. Dan menurut pengamatan penulis, tidak ada outlet khusus permen dan coklat di mall yang ada di Surabaya saat ini. Dulunya ada outlet permen di salah satu mall Surabaya, namun sekarang sudah tutup.



Gambar 1. Latar Belakang Perancangan

Dari situlah penulis mendapatkan ide untuk membuat rancangan interior retail yang khusus untuk permen dan coklat. Ruang interior retail akan dirancang menggunakan inovasi baru dan memiliki ciri khas yang mengena di mata konsumen. Contohnya dengan perancangan display yang tidak biasa atau menyuguhkan sistem yang berbeda untuk menarik minat pengunjung Kota Surabaya yang semakin konsumtif. Sebagai kota metropolitan kedua, Surabaya merupakan kota yang berkembang. Konsekuensi dari kota yang berkembang adalah keadaan yang banyak polusi sehingga

menyebabkan stress dan membuat masyarakat Surabaya menjadi sangat konsumtif akan tempat hiburan.

Sisi konsumtif inilah yang membuat seseorang ingin selalu mencoba hal baru dan melihat sesuatu tidak hanya dari barang yang didapat tetapi juga suasana yang dirasakan. Maka warga Surabaya membutuhkan fasilitas komersial yang cukup menarik selain mall ataupun pusat makanan seperti food court yang sudah menjamur di Surabaya. Tidak hanya sisi komersial saja yang diperhitungkan tetapi juga sisi edukatif bagi pengunjung. Contohnya pengenalan tentang sejarah penemuan, pengenalan tentang bahan dan proses pembuatan, serta pengenalan jenis permen dan coklat.

Pengaplikasiannya lebih *real* dan menarik dengan memperlihatkan secara langsung cara pembuatan hingga menjadi sebuah permen dan coklat, selain itu juga

pengenalan alat serta mesin pembuat permen dan coklat. Dari sisi sosial juga bisa bermanfaat untuk mempererat hubungan antar keluarga, karena tempat ini merupakan fasilitas umum yang menarik dan dapat dinikmati semua umur. Tidak hanya menyenangkan bagi anak-anak, tetapi juga orang tua.

II. METODE PERANCANGAN

A. Data yang Diperlukan

Data yang diperlukan dalam perancangan antara lain:

1. Data tipologi tentang interior galeri, segala info tentang brand yang diangkat, *café*, toko dan *display*, pusat informasi, dan galeri.
2. Data lengkap tentang ruang-ruang primer maupun sekunder sebagai pembentuk, pelengkap maupun pendukung dalam perancangan interior “M&M Choco Candy World” di Surabaya.
3. Data pencahayaan dan penghawaan pada fasilitas publik
4. Data tentang pemilihan warna dan psikologi ruang
5. Data aktifitas dan produksi coklat dan permen
6. Data tentang sejarah, jenis, dampak yang ditimbulkan coklat dan permen.

B. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah studi literatur, survey lapangan, dan wawancara pihak terkait

1. Studi Literatur

Pengumpulan data atau informasi dari buku referensi, internet, media cetak atau koran, dan seminar.

2. Survei Lapangan dan Wawancara

Survey lapangan dan wawancara dilakukan di Surabaya dan Jakarta. Survey lapangan ini dilakukan dengan mengambil gambar tempat seperti *café*, toko coklat, *display* coklat, galeri, dan pusat informasi

Manuskrip Anda akan disunting oleh Tim editor e-jurnal UK PETRA. Anda harus memperhatikan permintaan koreksi naskah bila diperlukan. Selanjutnya editor akan melakukan publikasi pada situs e-journal. Anda akan memerlukan alamat situs artikel final yang terpublikasi sebagai pemenuhan syarat kelulusan.

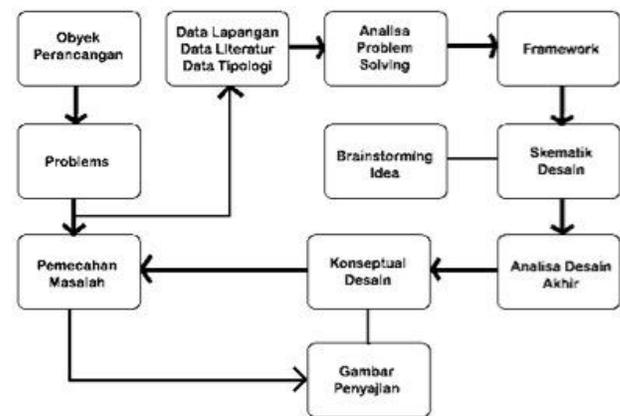
C. Pengolahan Data

Data-data yang telah diperoleh diolah dengan cara menyortir dan membandingkan. Data lapangan dan hasil wawancara yang diperoleh secara acak tersebut disortir dan dibandingkan antara satu dengan lainnya, antara lokasi survey satu dengan lokasi lainnya serta data literatur. Sehingga menghasilkan data yang terjamin dan akurat dalam perancangan.

D. Analisa Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode komparatis, yaitu dengan membandingkan data literatur dengan data lapangan yang sesungguhnya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan titik temu, sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir yang nantinya diharapkan dapat mendukung proses desain.

E. Proses Perancangan



Gambar 2. Proses Perancangan

Tahapan dasar dari proses perancangan ini terdiri dari 3 bagian, yaitu:

1. **Obyek Perancangan:** Proses observasi dan pengumpulan data serta informasi dari obyek yang akan dirancang.

2. **Problems:** Proses pengolahan hasil observasi dengan proses analisa permasalahan serta mencari segala kebutuhan yang diperlukan untuk menentukan konsep perancangan yang sesuai. Dalam proses penentuan *problems*, terdapat penjabaran tahap-tahap sebelum mencapai pemecahan masalah, antara lain:

-Melakukan perbandingan dari data lapangan, data literatur, dan data tipologi yang sesuai dengan obyek perancangan untuk melihat kekurangan dan kelebihan dari obyek yang dirancang.

-Analisa *Problem-Solving* dimana dari perbandingan yang sebelumnya didapat beberapa *point-point* permasalahan dan dipikirkan solusinya secara mendasar.

-Solusi dasar yang ditemukan dijabarkan lebih mendetail dalam *Framework* untuk melihat kondisi keseluruhan dan mengetahui rencana perancangan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh obyek yang akan dirancang.

-Kesimpulan yang didapat dari *Framework* dipindahkan dalam bentuk skematik desain, dimana dalam proses *brainstorming idea* segala ide-ide desain yang akan diaplikasikan pada obyek dapat terlihat secara mendasar.

- Dari skematik desain yang dibuat dapat dilihat dan dianalisis untuk menemukan konsep akhir yang sesuai untuk menjawab permasalahan dari obyek yang dirancang dan kemudian dilampirkan pada proses gambar penyajian akhir.

3. **Pemecahan masalah:** Menjawab segala permasalahan yang telah dianalisa sebelumnya dalam bentuk karya desain yang ditujukan untuk memberikan perbaikan terhadap obyek yang dirancang.

4. **Gambar Penyajian:** Segala pemecahan masalah yang didapat setelah melakukan analisa yang kemudian diaplikasikan dalam bentuk karya desain divisualisasikan kedalam gambar penyajian.

F. Kajian Pustaka

M&M[®]s adalah sebuah perusahaan yang dipelopori oleh Forrest Mars , Sr , anak dari pendiri Mars Perusahaan Frank C. Mars pada tahun 1930. Lalu Forrest Mars Mars mempatenkan perusahaan coklat tanggal 3 Maret 1941. Yang diberi nama M&M singkatan dari nama Forrest E. Mars Sr, sebagai pendiri Perusahaan dan Bruce Murrie (putra Hershey Chocolate Presiden William FR Murrie) yang memiliki 20% saham perusahaan. Tahun 1958 ketika pindah ke pabrik yang lebih besar. Coklat Kacang M&M[®]s diperkenalkan pada tahun 1954 . Pada tahun 1954 mengembangkan jenis coklat menjadi coklat putih. Pada tahun 1980, M&M internasional diperkenalkan ke Australia, Kanada, Eropa, Hong Kong, Jepang, Malaysia dan Inggris. M&M's juga merilis brand yang diwakili oleh karakter berbentuk permen coklat dengan warna-warna cerah seperti merah, kuning, biru, orange, hijau, dan coklat. Pada tahun 1987 ditambahkan warna karater baru yaitu warna coklat. (Sumber : *The Official M&M Brand History*)



Gambar 3. Karakter Brand M&M's
Sumber: www. M&M.com

Karakter ini terus dipopulerkan dengan dibuatnya animasi komputer dalam iklan iklan televisi. Sejak itu karakter ini menjadi populer di masyarakat. Dalam karakter merupakan cerminan dari rasa produk seperti pada tabel berikut:

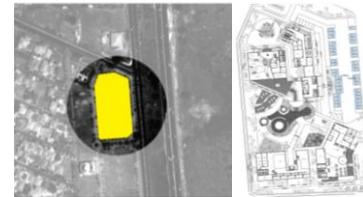
Color	Character	Type
Red	Red	Milk Chocolate
Yellow	Yellow	Peanut
Blue	Blue	Almond
Green	Ms. Green	Dark Chocolate/ Peanut Butter
Orange	Orange (Crispy)	Crisped Rice / Pretzels
Brown	Ms. Brown	Milk chocolate

Gambar 4. Type dari Karakter Brand M&M's
Sumber: www.M&M.com

G. Data dan Analisis

1. Data Fisik Bangunan

Lokasi tapak terletak di Surabaya dan berada dibagian barat kota yang merupakan daerah kota yang sedang berkembang pesat.



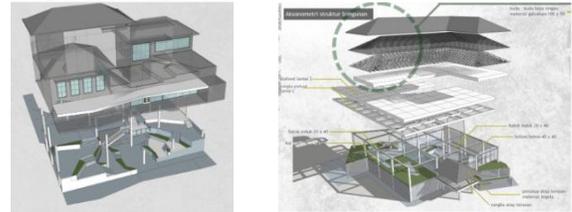
Gambar 5. Lokasi Perancangan

Lokasi : Jl. Taman Perkantoran II
 Kelurahan : Pradah Kali Kendal
 Kecamatan : Dukuh Pakis
 Kotamadya : Surabaya
 Propinsi : Jawa Timur
 Luas : Sekitar 9.400 m2

Tapak terletak pada lokasi yang strategis, terletak di area pusat perdagangan dan jasa. Jarak antara tapak dengan fasilitas-fasilitas tersebut kurang lebih 100m² sehingga memungkinkan pengunjung untuk datang ke area tapak. Batas tapak meliputi:

Utara : Kantor Kadim Jatim
 Timur : Jalan Tol
 Barat : Perumahan Graha Family
 Selatan : Lahan Kosong

Tapak merupakan bangunan dengan bentuk *island* yang dipisahkan oleh taman dan air mancur. Untuk pembagian ruang pada tapak menggunakan betuk atap yang berbeda-beda. Sebagian atap tapak menggunakan roof garden yang dibentuk seperti terasiring yang berguna mengantisipasi pantulan suara dalam ruang. Selain itu ada juga atap yang berbentuk *dome* dengan ruang terbuka di bagian tengah taman. Strukturr bangunannya banyak menggunakan sistem kolom dan balok. Penggunaan material struktur menggunakan material beton bertulang dan penggunaan baja ringan pada atapnya.



Gambar 3. Struktur Bangunan
Sumber: Tugas Akhir Lily Florencia

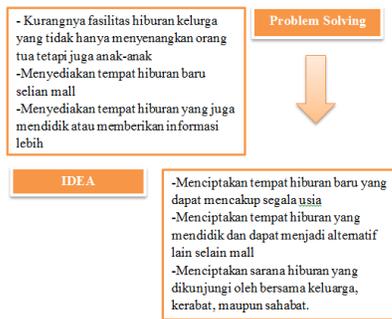
2. Data Non Fisik Bangunan



Gambar 6. Struktur Organisasi

3. Analisa Masalah dan Kebutuhan Ruang

Beberapa fakta dan permasalahan di obyek perancangan yang memerlukan penyelesaian desain, antara lain:



Gambar 7. Problem Solving

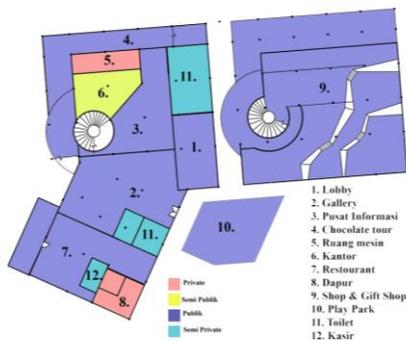
4. Analisa Hubungan Antar Ruang

M&M's Chcoco Candy World terdiri dari bebrapa ruang yaitu area lobby, area gallery, area pusat informasi, area chocolate tour, play park, area gift shop, area restoran dan café.



Gambar 8. Hubungan Antar Ruang

5. Zoning dan Grouping



Gambar 9. Zoning Grouping

Dalam perancangan zoning pada M&M's World ini diseuaikan dengan kebutuhan dan aktifitas yang dilakukan oleh pengguna ruang.

III. TEMA DAN KONSEP

Pemilihan konsep *Dynmic Colorful* berdasarkan alur sirkulasi serta penataan perabot yang tidak beraturan, serta bentukan perabot yang cenderung melengkung dan memiliki warna yang beragam.

Dynamic menggambarkan fleksibilitas dan pergerakan. Fleksibilitas diaplikasikan dalam sirkulasi pengunjung yang

bebas untuk memilih ruang yang akan dikunjungi. Sedangkan pergerakan teraplikasi dalam elemen interior maupun penataan perabot yang tidak teratur. *Colorful* teraplikasi dalam penggunaan warna dalam material perabot. Selain itu, warna juga diaplikasikan dalam *lighting* sebagai sarana dekorasi ruang.



Gambar 10. Konsep Desain

IV. PENGAPLIKASIAN DESAIN

Dengan melihat dari latar belakang konsep, *problem*, dan tema perancangan, maka aplikasi konsep kedalam desain M&M's World adalah:

1. Bentuk

Kata dinamis diaplikasikan dengan bentuk- bentuk dinamis, tidak bersudut, seperti lingkaran, oval, garis lengkung. Bentuk dinamis akan teraliskasikan dalam *mainentenance*, perabot, penataan perabot, pola lantai, pola plafon, dan juga dinding.



Gambar 11. Bentuk Dinamis

2. Warna

Warna yang digunakan adalah warna brand yaitu merah, kuning, orange, biru, hijau, dan coklat. Untuk penetral warna akan digunakan warna putih atau hitam. Komposisi warna juga dapat dipaliskasikan melalui gradasi warna sesuai dengan warna brand terkait.



Gambar 12. Aplikasi Warna

3. Material

Material lantai menggunakan *parquet*, linoleum, dan *digital printing*. Sedangkan untuk area tertentu seperti toilet dan dapur menggunakan lantai keramik ukuran 40x40cm. Sedangkan material perabot menggunakan material yang memiliki karakter dinamis dan fleksibel atau mudah untuk dibentuk seperti bahan fiber. Sedangkan untuk *finishing* menggunakan bahan yang dapat mengaplikasikan berbagai macam warna seperti *finishing* duco.

4. Dekoratif

Sisi dekoratif akan teraplikasi dalam permainan bentuk pada plafon, dinding, lantai. Pengaplikasian dekoratif 3D atau timbul dapat diaplikasikan pada dinding. Sedangkan pada plafon dan juga lantai hanya main leveling, bentuk sirkulasi, dan juga material yang dipakai. Untuk membuat susana lebih

hidup, maka *decorative lighting* juga diperlukan. Misalnya dengan aplikasi lampu LED warna, *hidden lamp*, *spot light*, dan juga *up light*

5. Pattern

Pattern yang digunakan kebanyakan berwarna mencolok dan juga berbentuk bulat-bulat. Aplikasi gambar-gambar karakter M&M juga mendominasi dalam perancangan M&M's World.

6. Hasil perancangan

a. Layout

Pada layout lantai 1 terdiri dari area *lobby*, restoran, *gallery*, kantor, pusat informasi. Sedangkan pada lantai 2 difokuskan pada *gift shop*. *Choco work tour* berada di lantai 1 yang berlanjut hingga ke lantai 2. Perancangan layout mempertimbangkan pengarahannya sirkulasi pengunjung agar pengunjung dapat melalui semua area.



Gambar 13. Layout

b. Pola Lantai

Sebagian lantai menggunakan material *parquet* kayu. Lantai yang berwarna putih, merah, dan motif dot menggunakan bahan linoleum. Sedangkan lantai dengan logo M&M menggunakan digital print. Untuk lantai dapur menggunakan lantai keramik ukuran 40x40cm. sedangkan toilet menggunakan lantai keramik hitam putih ukuran 30x30 cm

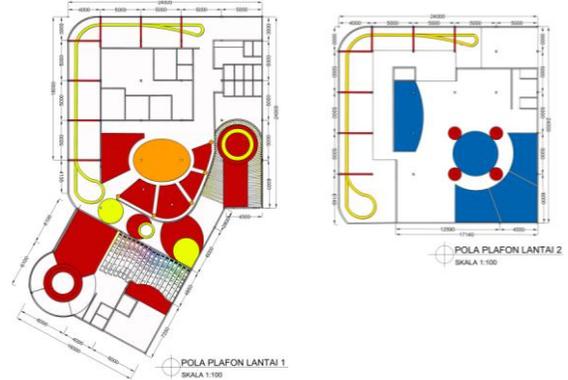


Gambar 14. Pola Lantai

c. Pola Plafon

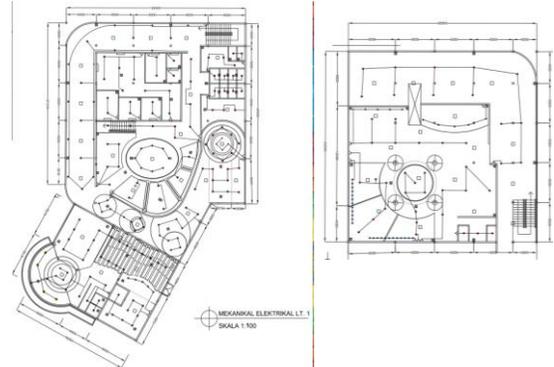
Untuk plafon menggunakan material gypsum dengan variasi leveling dengan metode plafon gantung. Sedangkan untuk

finishingnya menggunakan cat dengan dominasi warna putih, dengan aksesoris merah, kuning, dan biru.



Gambar 15. Pola Plafon

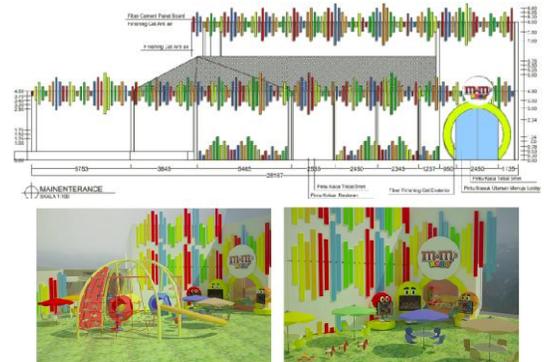
d. Mekanikal Elektrikal



Gambar 16. Mekanikal Elektrikal

Untuk general lighting menggunakan lampu *downlight*. Sedangkan untuk lampu dekorasi menggunakan lampu *umlight*, lampu gantung, dan lampu sorot

e. Main Entrance



Gambar 17. Main Entrance

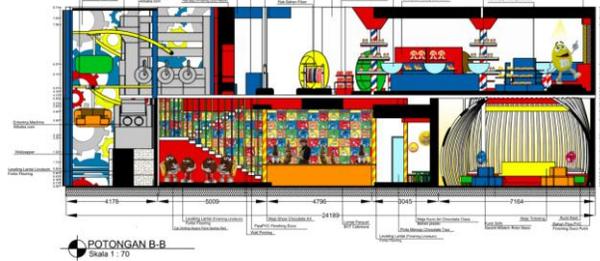
Perancangan *main entrance* menggunakan repetisi garis warna warna yang disusun secara acak untuk menimbulkan kesan dinamis. Selain itu warna yang digunakan berfungsi untuk memberikan kesan ceria. Pintu masuk menggunakan pintu geser otomatis dengan sensor.

f. Tapak Potongan



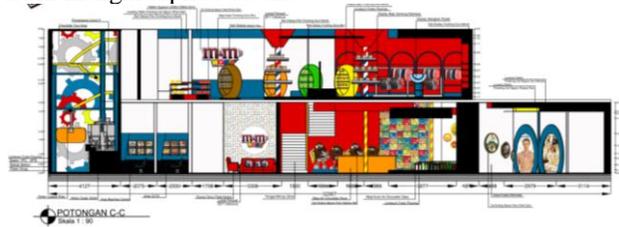
Gambar 18. Gambar Potongan 1

Pada potongan ini terlihat area *choco work tour*, kantor, *gallery*, pusat informasi, restoran, dan dapur. Sebagian besar dinding dicat warna putih untuk menetralkan warna.



Gambar 19. Gambar Potongan 2

Untuk tralis tangga menggunakan tiang-tiang yang dicat warna warni dan diberikan sorot lampu up light untuk lebih menghidupka suasana.



Gambar 20. Gambar Potongan 3

Warna yang teraplikasi pada ruang merupakan warna dari karakter bran M&M's itu sendiri. Warna dominan yang diterapkan adalah warna merah. Sedangkan warna sudominanya adalah kuning dan biru. Sedangkan warna ordinatnya adalah orange dan hijau.

g. Perspektif Ruang



Gambar 21. Gambar Perspektif Lobby dan Pusat Informasi

Pada lantai tengah lobby menggunakan digital print dengan logo M&M's. Dinding lobby dibentuk menyeruapi lorong dengan repetisi tiang-tiang yang disorot dengan lampu up light kuning. Sedangkan pada area pusat informasi banyak menggunakan lampu LED.



Gambar 22. Gambar Perspektif Gallery

Pada area gallery terdapat meja bar tengah yang berguna untuk *show kitchen* dimana pengunjung dapat melihat secara langsung pembuatan patung coklat. Di samping kanan meja terdapat area *choco class* yang dapat digunakan pengunjung saat praktek pembuatan patung coklat. Di bagian dinding terdapat display hasil patung coklat yang telah dibuat.



Gambar 23. Gambar Perspektif Toko dan Gift Shop

Pada area store didominasi dengan warna merah dan biru. Pada area ini terdapat display permen dengan tabung kaca besar sehingga warna permen yang di display dapat dilihat secara jelas, yang juga difungsikan sebagai elemen dekoratif ruang.



Gambar 24. Gambar Perspektif Restoran

Pada area restoran terdapat dinding bergelombang seperti ombak yang digunakan sebagai elemen dekoratif ruang. Untuk lebih menghidupkan suasana, dinding bergelombang tersebut diberi sorotan lampu LED warna warni yang membentuk gradasi warna.



Gambar 25. Gambar Perspektif Choco Work Tour

Pada area choco work tour terdapat kereta gantung berfungsi untuk mengantarkan pengunjung berkeliling untuk melihat pabrik mini yang ada.

V. KESIMPULAN

Perancangan interior M&M's Choco Candy World di Surabaya ini mengambil konsep *Dynmic Colorful* yang menggambarkan fleksibilitas dan pergerakan dengan

memberikan sentuhan warna warni yang ceria. Dengan perancangan ini diharapkan dapat memberikan sarana tempat hiburan yang baru bagi warga Surabaya yang sudah kental dengan suasana mall. Selain itu juga memeberikan sarana hiburan yang edukatif dengan sistem visualisasi bentuk yang lebih nyata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pembimbing karya tugas akhir Program Studi Interior yang telah membantu dalam penulisan jurnal ini dan memberikan dukungan, saran dan semangat dalam proses perancangan tugas akhir yang dilaksanakan oleh penulis A.A

DAFTAR PUSTAKA

[1] www.mms.com