

Perancangan *Indoor Shape-Changing Fashion Pop-Up Store* dengan Sistem *Knockdown*

Vania Stella Suryawan, Yusita Kusumarini, Filipus Priyo Suprobo

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 142-144, Surabaya

E-mail: vaniastella@yahoo.com ; yusita@petra.ac.id ; suprobopriyo@gmail.com

Abstrak— Saat ini banyak sekali *fashion brand* lokal baru yang memasarkan produk mereka secara *online*. Untuk kebutuhan promosi yang lebih besar, mereka melakukan promosi dengan hadir langsung untuk berinteraksi dengan konsumen melalui *pop-up store*. *Pop-up store* merupakan sebuah toko *retail* yang hadir dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama. Perancangan ini ingin mengujicoba sistem konstruksi *knockdown*, konfigurasi elemen pembentuk dan pelengkap ruang, serta desain *indoor shape-changing pop-up store* yang tepat sebagai sarana promosi sebuah *brand*. Perancangan ini ditujukan untuk *fashion* di kategori produk pakaian, tas, dan sepatu. Perancangan ini menggunakan metode *design thinking* David Kelley yang terdiri dari tahapan *empathize, define, ideate, prototype, test, dan iterate*. Hasil perancangan menunjukkan sistem *knockdown* yang digunakan yaitu menggunakan baut dan sekrup dan untuk desain *pop-up store* menggunakan sistem modular. Dengan sistem *knockdown*, *pop-up store* tersebut dapat dibongkar pasang dengan mudah dan cepat. Selain itu, dengan sistem modular, modul-modul tersebut dapat digunakan berulang kali dengan tampilan akhir dari *pop-up store* yang berbeda-beda.

Kata Kunci— *Fashion, Knockdown, Pop-up Store, Shape-Changing*

Abstract— Nowadays, there are many new comers in fashion brand selling their products online. For more promotion need, they do the promotion by meeting their customers directly through a pop-up store. Pop-up store is a retail store that available in a short period of time. This design aims to put on trial of the knockdown system, the interior elements configuration, and the design of indoor shape-changing pop-up store as a promotion media of a brand. This design refers to fashion such as clothing, bags, and shoes. This design uses design thinking method by David Kelley which consists of *empathize, define, ideate, prototype, test, and iterate*. The result shows that the knockdown uses bolt and screw system, and the pop-up store design uses modular system. By using the knockdown system, the pop-up store can be overhauled easily and fast. Besides that, through the modular system, those modules can be used many times with different final looks of the pop-up store.

Keyword— *Fashion, Knockdown, Pop-up Store, Shape-Changing*

I. PENDAHULUAN

DI era globalisasi ini, kemajuan teknologi terus berkembang dengan pesat. Semakin banyak *brand* baru lokal yang hadir di tengah pasar Indonesia. Produk-produk tersebut saling bersaing untuk menarik perhatian masyarakat

Indonesia. Umumnya, produk lokal yang baru hadir tersebut memasarkan produk mereka melalui media *online*.

Memasarkan produk dengan media *online* memiliki beberapa kelemahan seperti tidak ada komunikasi secara langsung antara produsen dan konsumen serta tidak dapatnya konsumen untuk melihat langsung produk yang dijual. Berbelanja secara virtual membuat konsumen tidak dapat merasakan dan melihat secara langsung kualitas dari produk yang dijual. Berdasarkan hal ini, saat ini banyak produsen *brand* lokal yang hadir langsung di tengah masyarakat dengan mengikuti pameran. Selain itu, banyak pula produsen yang hadir secara langsung di hadapan konsumen dengan mendirikan sebuah toko sementara atau yang dikenal dengan istilah *pop-up store*. *Pop-up store* merupakan sebuah toko sementara yang didirikan dalam jangka waktu tertentu untuk hadir di tengah masyarakat.

Pop-up store tersebut digunakan sebagai sarana oleh para produsen untuk lebih mengenalkan produk mereka kepada masyarakat luas. Selain itu, dengan adanya *pop-up store*, produsen bertujuan agar kualitas produk mereka dapat dilihat secara langsung oleh konsumen. *Pop-up store* tersebut dapat didirikan di luar ruangan (misal lapangan, taman) ataupun di dalam ruangan (misal pusat perbelanjaan). Umumnya, setiap kali produsen mendirikan *pop-up store*, *pop-up store* tersebut akan didirikan di lokasi yang berbeda dari lokasi sebelumnya. Para produsen pun akan membuat desain toko yang baru agar tetap menarik.

Melihat dari fenomena yang ada, perancang terdorong untuk menghasilkan sebuah *retail space* khususnya sebuah *pop-up store*. *Pop-up store* tersebut akan dirancang dengan sistem konstruksi *knockdown* sehingga toko sementara tersebut dapat dirangkai dan dibongkar dengan mudah. Selain itu, *pop-up store* tersebut akan dirancang agar dari elemen pembentuk yang sama dapat dihasilkan beberapa bentuk yang berbeda. Dengan demikian, produsen produk lokal dapat menghemat biaya dengan menyimpan konstruksi *pop-up store* yang dimiliki dan dapat menggunakannya kembali dengan bentuk yang berbeda.

II. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan *indoor shape-changing fashion pop-up store* dengan sistem *knockdown* ini akan mengadopsi metode *design thinking* milik

David Kelley. Metode *design thinking* ini digunakan sebagai acuan untuk menyelesaikan masalah secara kreatif. Hal ini sesuai dengan objek perancangan yang ini menciptakan sebuah *pop-up store* yang dapat dibongkar pasang dan berubah bentuk. Untuk mencapai tujuan perancangan ini, diperlukan proses berpikir yang kreatif dan rasional.

Berikut tahapan perancangan yang akan dilakukan dalam dalam perancangan *indoor shape-changing pop-up store* dengan sistem *knockdown* ini adalah:

1) *Empathize*

Pada tahap ini, langkah awal yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan setiap data yang diperlukan. Data yang diperlukan yaitu data literatur dan data tipologi. Setelah data-data diperoleh, langkah selanjutnya adalah observasi pasar. Observasi pasar ini ditujukan untuk mengetahui *brand* atau produsen yang dapat diajak untuk bekerja sama sebagai *partner* dalam proses merancang *pop-up store*. Observasi dilakukan dengan melakukan wawancara.

2) *Define*

Pada tahap *define* ini, perancang akan membuat *programming* dengan menjabarkan dan menganalisis dari hasil observasi dan temuan pada tahapan sebelumnya. Perancang akan memperdalam studi data literatur dan data tipologi serta melakukan observasi pasar secara lebih dalam. Observasi pasar dilakukan untuk mengetahui aktivitas dan kebutuhan pengguna secara lebih detail.

3) *Ideate*

Proses mengideasikan ini dimulai dengan perancang menuangkan ide-ide awal desain. Pada tahapan ini, perancang mulai membuat konsep dan desain awal. Kemudian hasil desain awal akan terus dikembangkan dengan menghasilkan desain-desain yang lebih baik.

4) *Prototype*

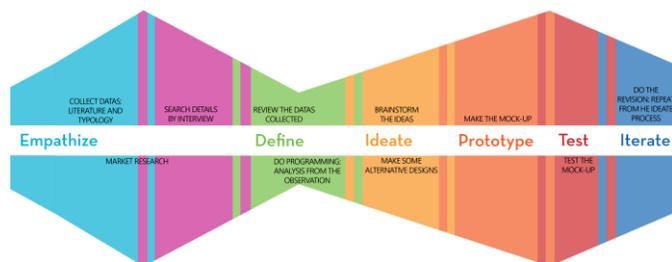
Pada tahap ini, perancang akan membuat *mock-up* dari hasil desain pada Skematik 2.

5) *Test*

Mock-up yang telah dihasilkan akan diuji untuk menemukan kelebihan dan kekurangan dari desain tersebut. Setelah diuji, perancang akan membuat revisi *mock-up* dan membuat perbaikan desain.

6) *Iterate*

Proses pada tahapan ini merupakan proses pengulangan dari tahapan proses desain (*ideate*) untuk merevisi desain. Tahapan dilakukan hingga memperoleh desain akhir.



Gambar 1. Metode *Design Thinking*
Sumber: <http://blog.wikispaces.com>

III. KAJIAN TEORI

Pop-up store adalah sebuah toko yang muncul di sebuah lokasi dengan jangka waktu yang minimum [1]. Toko ini dapat dibentuk dengan struktur atau yang temporari atau ruang yang biasanya tidak terasosiasi dengan pusat retail. *Pop-up store* merupakan sebuah sarana pemasaran yang baru untuk menarik perhatian konsumen. Sarana ini ditujukan untuk dapat mempromosikan sebuah *brand* dan membangun *brand image*. *Pop-up store* menghadirkan pengalaman interaksi yang personal dengan sebuah *brand*.

Messher menjelaskan bahwa pemajangan produk dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu:

1) *Wall display*

Menggunakan dinding interior merupakan cara utama untuk mendisplay produk. Menggunakan sistem ini diperlukan konstruksi dari panel yang dapat disesuaikan dalam setiap situasi untuk diletakkan gantungan.

2) *Mid-floor fixtures*

Mid-floor fixtures dapat berbentuk meja, cabinet, ataupun yang mengelilingi di sekitar kolom [1].

Storefront memberikan kesan pertama bagi setiap toko *retail*. Selain itu, bagian depan dari sebuah toko memberikan *image* dari sebuah *brand* melalui desain *window display*, *main entrance*, dan *signage* [2]. Desain dari *shopfront* haruslah mudah diingat dan secara jelas menerangkan identitas sebuah *brand*. [3].

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Desain

Latar belakang pemilihan konsep desain ini didasari atas kebutuhan para *retailer* membutuhkan *pop-up store* sebagai sarana promosi. Para *retailer* ini khususnya para pemilik *brand* lokal yang baru saja menghadirkan produk mereka ke tengah pasar Indonesia. Sebagai *brand* yang baru lahir, tentunya faktor biaya juga menjadi pertimbangan saat akan mendirikan sebuah *pop-up store*. Dari latar belakang tersebut, konsep *pop-up store* yang akan didesain akan berdasar pada faktor efisiensi pada biaya dan material yang digunakan. Konsep perancangan *indoor fashion shape-changing pop-up store* ini yaitu *The Attractive Magic Box*.

B. Aplikasi Perancangan

Berdasarkan latar belakang perancangan dan konsep, maka aplikasi konsep ke dalam perancangan *fashion pop-up store* adalah:

1) Bentuk Ruang

Beberapa alternatif konfigurasi bentuk yang muncul yaitu kotak (kubus atau balok), prisma, dan kubah. Dari beberapa alternatif bentuk tersebut, dipilihlah bentuk kotak karena bentuk tersebut merupakan bentuk yang memiliki tingkat keefisienan *layout* yang paling tinggi dibandingkan yang lain. *Pop-up store* akan dibuat dengan ukuran untuk *setting* pameran (3 meter x 3 meter). Dengan ukuran yang tidak besar tersebut, penggunaan bentuk kotak akan sangat berguna dalam

penataan interior ruang. Dengan terpilihnya bentuk kotak tersebut, hal ini juga yang melatar belakangi pemilihan nama konsep desain.

2) Material

Material yang digunakan dalam perancangan ini adalah besi hollow dan multiplek. Pemilihan bahan-bahan tersebut dikarenakan material-material tersebut memiliki potensi untuk digunakan secara luas dalam desain *pop-up store*. Selain itu, material besi juga sesuai dengan konsep desain yang mengusung "magic box" karena material besi dapat menimbulkan kesan industrial.

3) Finishing dan Warna

Dalam pemilihan *finishing* untuk besi diberi pelapis cat *duco* sedangkan untuk multiplek dilapisi HPL. Multiplek *difinishing* dengan lapisan HPL karena HPL memiliki berbagai macam warna dan tekstur serta keefisienannya dalam mengerjakannya.

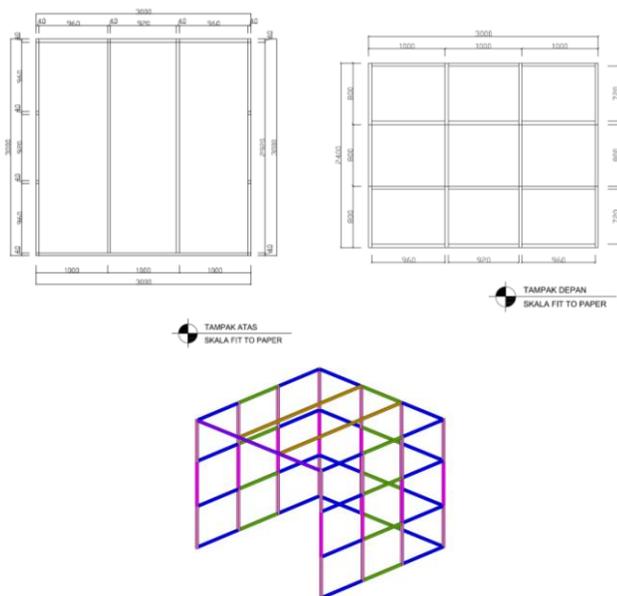
Untuk desain *pop-up store* ini, warna dapat dipilih sesuai dengan permintaan yang mengikuti warna logo *brand* atau warna yang mencerminkan identitas sebuah *brand*.

4) Modular

Sistem modular dipilih karena sesuai dengan latar belakang perancangan yang menginginkan agar *pop-up store* dapat dibongkar pasang. Dengan sistem modular ini, pemasangan *pop-up store* ini tidak membutuhkan waktu yang banyak.

C. Konfigurasi Struktur Modul

Besar ukuran yang akan digunakan untuk membuat *pop-up store* tersebut adalah 3 meter x 3 meter x 2,4 meter. Dengan ukuran tersebut, berikut merupakan konfigurasi struktur dan modul:



Gambar 2. Konfigurasi struktur - modul

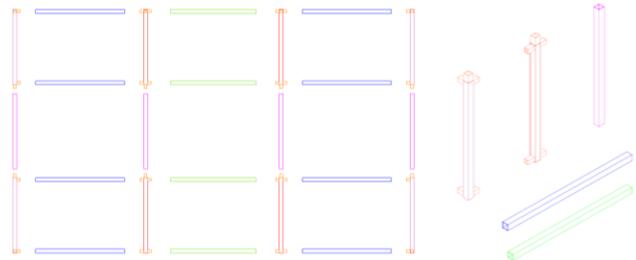
Dengan sistem konfigurasi struktur tersebut, pengguna dapat pula menggunakannya jika menginginkan luas ruangan dengan panjang atau lebar 1 meter dan 2 meter.

D. Sistem Konstruksi

Berikut merupakan sistem konstruksi yang digunakan untuk saling menyatukan bagian-bagian dari *pop-up store*:

1) Sistem konstruksi antar besi hollow

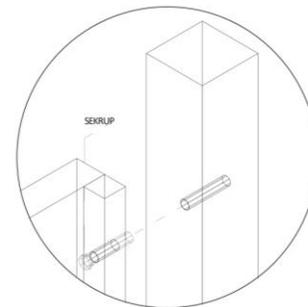
Untuk menghubungkan antara besi – besi *hollow* tersebut, pada bagian besi tertentu telah diberikan sambungan dari plat besi yang dibentuk kontak. Agar besi- besi tersebut tidak bergeser, maka digunakan baut mengikat antar dua besi.



Gambar 3. Sistem konstruksi antar besi hollow

2) Sistem konstruksi besi hollow - multiplek

Untuk menghubungkan modul multiplek dengan besi hollow digunakan sekrup. Sekrup tersebut akan dipasangkan pada bagian yang telah dilubangi pada besi *hollow* maupun pada modul multiplek.



Gambar 4. Sistem konstruksi besi hollow – multiplek

E. Modul Elemen Pembentuk Ruang

Modul tersebut akan digunakan untuk mengisi bagian kosong di antara besi –besi *hollow* yang terbentuk. Modul ini dapat digunakan sekaligus untuk *display* produk ataupun hanya digunakan sebagai penutup dinding. Modul-modul ini dapat dipilih sesuai dengan kebutuhan dari pengguna.

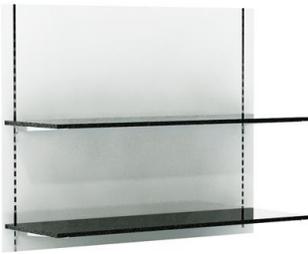
Sesuai dengan struktur konfigurasi modul di atas, maka modul ini akan memiliki 4 macam ukuran, yaitu 96 cm x 80 cm (A), 96 cm x 72 cm (B), 92 cm x 80 cm (C), dan 92 cm x 72 cm (D). Modul multiplek ini akan *difinishing* dengan lapisan HPL. Warna dari lapisan HPL menyesuaikan dengan *brand image* dari pengguna *pop-up store* tersebut.

1) Modul Pakaian

Untuk modul pakaian, terdapat 3 macam desain modul untuk *display* pakaian yang dapat digunakan ke dalam konfigurasi struktur *pop-up store*.

- *Shelving display*

Modul ini terdiri atas modul multiplek dengan sistem bracket, 8 slenting kaca, dan 4 buah rak dengan ukuran 45 cm x 30 cm.



Gambar 5. Modul pakaian *shelving display*

- *Hanging display 1*

Modul ini terdiri atas modul multiplek dengan sistem *bracket*, 2 buah *bracket* multi 30 cm, dan 1 buah *railing*.



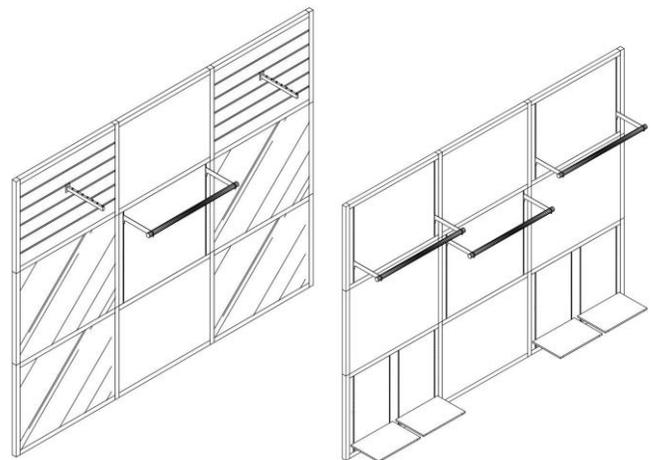
Gambar 6. Modul pakaian *hanging display 1*

- *Hanging display 2*

Modul ini menggunakan sistem *slat wall* dan *hardware* yang berupa 1 buah suling *bracket 7*.



Gambar 7. Modul pakaian *hanging display 2*



Gambar 8. Contoh konfigurasi modul pakaian

2) Modul Tas

Modul untuk kategori produk tas didesain agar tas dapat dipajang dengan sistem *shelving display* dan *hanging display*.

- *Shelving display 1*

Modul ini menggunakan sistem tiang *bracket*. Modul dilengkapi dengan 2 buah rak ambalan.



Gambar 9. Modul tas *shelving display 1*

- *Shelving display 2*

Modul ini terdiri dari 15 buah balok berukuran 30 cm x 6 cm. Balok tersebut merupakan suling *bracket* yang ditutup dengan triplek menjadi bentuk balok. Balok-balok tersebut disusun mendatar sehingga berfungsi sebagai rak. Modul ini dapat digunakan pula sebagai *hanging display* apabila balok tersebut hanya digunakan 1 buah.



Gambar 10. Modul tas *shelving display 2*

- *Shelving display 3*

Modul yang ketiga ini terdiri dari papan modul, 4 buah *railing* kayu sepanjang 30 cm, dan 1 buah rak berukuran 90 cm x 30 cm.



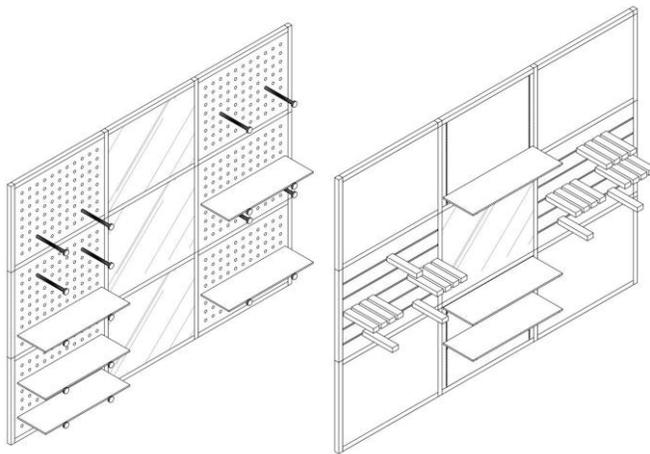
Gambar 11. Modul tas *shelving display 3*



Gambar 14. Modul sepatu *shelving display 2*

- *Shelving display 3*

Modul sepatu yang ketiga ini berupa modul papan multiplek yang dapat dijadikan rak. Ketika tidak digunakan, rak tersebut dapat ditutup. Agar rak tidak jatuh atau terbuka, pada bagian atas rak diberi alat (mata ayam) sebagai pengunci.



Gambar 12. Contoh konfigurasi modul tas



Gambar 15. Modul sepatu *shelving display 3*

3) Modul Sepatu

Desain untuk modul sepatu didesain agar sepatu dapat *didisplay* dengan sistem rak. Hal ini agar sepatu terlihat lebih elegan dan rapi.

- *Shelving display 1*

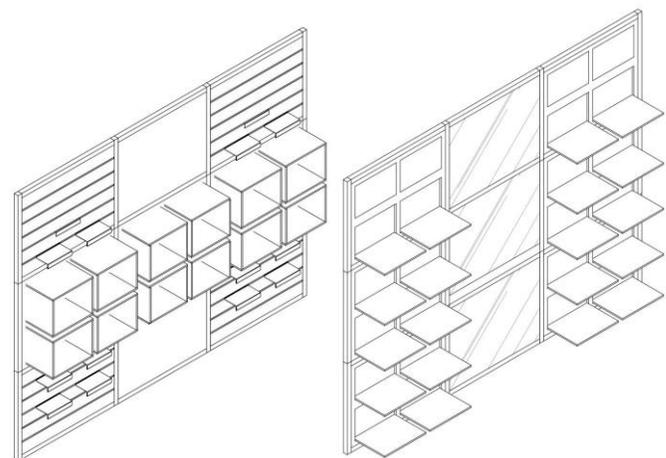
Modul ini menggunakan modul papan *slat wall* dan *hardware* berupa ambalan.



Gambar 13. Modul sepatu *shelving display 1*

- *Shelving display 2*

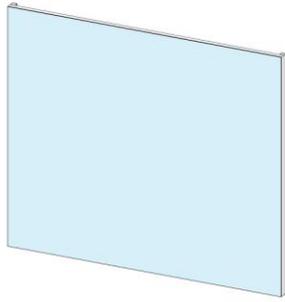
Modul sepatu yang berikutnya yaitu modul yang dibagi menjadi 4 rak terbuka untuk *mendisplay* sepatu.



Gambar 16. Contoh konfigurasi modul sepatu

4) Modul Elemen Cermin

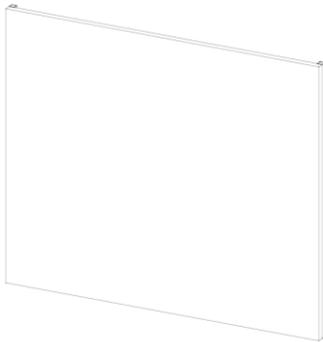
Modul elemen cermin ini digunakan selain sebagai penutup elemen interior tetapi juga sebagai bidang yang dibutuhkan dalam ruang retail, yaitu cermin. Dengan demikian, dalam *pop-up store* tidak diperlukan lagi cermin yang berdiri sendiri.



Gambar 17. Modul elemen cermin

5) Modul Elemen Dinding

Modul elemen dinding ini merupakan modul papan multiplek yang digunakan untuk mengisi konfigurasi modul yang tidak digunakan untuk *display*.



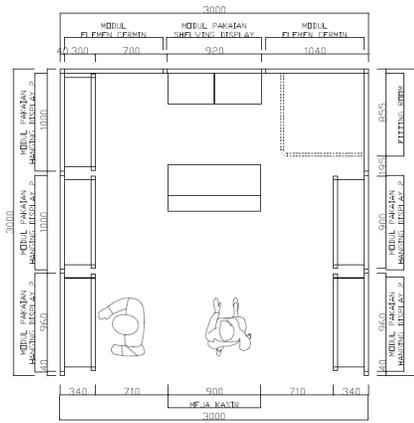
Gambar 18. Modul elemen dinding

F. Desain Layout Pop-Up Store

Dengan hasil desain dari modul-modul tersebut, pengguna (*retailer*) memiliki banyak pilihan variasi desain yang dapat dibuat dari modul-modul tersebut. Berikut adalah contoh penggunaan modul dan struktur besi *hollow* dengan aplikasi pada sebuah *brand* tertentu:

1) Pakaian

Pada desain *pop-up store* ini, *brand* yang digunakan adalah *La Fleur Sign*. *La Fleur Sign* merupakan *brand* lokal yang menjual pakaian untuk wanita. *La Fleur Sign* lebih banyak menjual produk pakaian berupa rok. Maka dari itu, pada aplikasi *layout* ini lebih banyak digunakan jenis modul pakaian *hanging display 2*. Selain modul *hanging display*, juga digunakan modul *shelving display* untuk meletakkan produk persediaan. Pada *layout* 3 meter x 3 meter tersebut, dikondisikan dengan diberi area *fitting room* dan meja kasir untuk menyimpan barang berharga milik *retailer*.



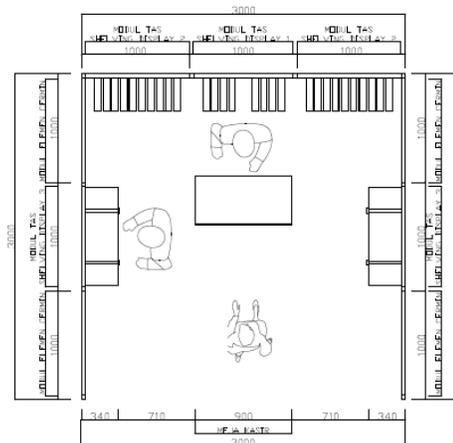
LAYOUT
SKALA FIT TO PAPER



Gambar 19 Pop-up store pakaian

2) Tas

Brand yang digunakan adalah *Meraki Goods*. *Retailer* tersebut menjual tas dari bahan kulit premium. *Brand* tersebut mengusung konsep yang elegan, simple, namun tetap *stylish*. Sebagai *brand* lokal yang baru, *Meraki* menjual produk mereka dengan sistem order. Sehingga pada aplikasi *layout* ini, tidak dibutuhkan banyak tempat untuk area penyimpanan. Berikut adalah *layout* untuk *brand* *Meraki Goods*:



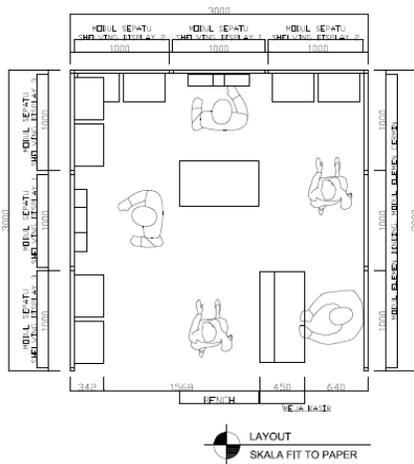
LAYOUT
SKALA FIT TO PAPER



Gambar 20. Pop-up store tas

3) Sepatu

Untuk kategori produk sepatu, brand yang digunakan adalah *Ittaherl*. *Ittaherl* menjual berbagai macam bentuk sepatu. *Ittaherl* mengusung konsep yang elegan pada setiap desain sepatunya. Pada *pop-up store* tersebut, diberi meja kasir dan *bench*. *Bench* diperlukan agar pengunjung dapat mencoba sepatu dengan nyaman.



Gambar 21. Pop-up store sepatu

G. Realisasi Produk Prototype

Setelah melalui proses desain, hasil dari salah satu kategori diwujudkan dalam bentuk *prototype*. *Pop-up store* yang direalisasikan yaitu *pop-up store* untuk produk sepatu.



Gambar 22. Prototype Pop-up Store Sepatu (a)



Gambar 23. Prototype Pop-up Store Sepatu (b)

V. KESIMPULAN

Dari hasil perancangan *Indoor Shape-Changing Fashion Pop-Up Store* dengan Sistem *Knockdown* dapat disimpulkan bahwa sistem konstruksi *knockdown* yang digunakan haruslah sistem yang praktis dan mudah kembali untuk dibongkar. Dalam proses bongkar-pasang dapat dilakukan tidak lebih dari 24 jam, untuk itu digunakan sistem *knockdown* dengan penggunaan baut dan sekrup. Dengan sistem tersebut, pemasangan *pop-up store* tersebut dapat diselesaikan dalam waktu tidak lebih dari 4 jam. Hal ini berdasarkan pada proses pendirian realisasi produk *prototype*.

Konfigurasi elemen pembentuk dan pengengkap ruang yang tepat untuk desain *indoor shape-changing fashion pop-up store* ini adalah dengan penggunaan konsep modular. Hal ini dikarenakan besarnya faktor keefisienan dan fungsionalitas. Dengan penggunaan sistem modular, pengguna dapat memilih

modul sesuai dengan kebutuhan mereka.

Selain dari penggunaan *finishing* dan warna yang sesuai dengan *brand image* retail, desain dari *pop-up store* akan tercipta dari konfigurasi modul yang digunakan. Dengan penggunaan sistem modular, konfigurasi modul yang tercipta dapat lebih bervariasi.. Modul-modul tersebut dapat digunakan berulang kali dengan tampilan hasil akhir desain *pop-up store* yang berbeda-beda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak retail yang telah membantu penulis selama proses survei dan pengumpulan data untuk perancangan desain ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga, sahabat, dan teman-teman seangkatan di interior yang selalu memberikan semangat dan dukungan yang besar sehingga jurnal ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Messher, Lynne. *Basic Interior Design_Retail Design*. Switzerland: AVA Publishing SA, 2010.
- [2] Fitch, Rodney and Lance Knobel. *Retail Design*. New York: Whitney Library of Design, 1990.
- [3] Din, Rasshieed. *New Retail*. London: Conran Octopus, 2000.