

# Perancangan *Indoor Modular Meuble* untuk *Booth Fashion Pop-Up Market* di Surabaya

Jackqueline Tanzil, Mariana Wibowo  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
 E-mail: tanjackque94@gmail.com; mariana\_wibowo@petra.ac.id

**Abstrak**— Perancangan *indoor modular meuble* sebagai bahan pendukung *pop-up market*. Alasan di balik pemilihan topik ini karena melihat semakin maraknya *pop-up market* yang mewadahi *tenant online shop* untuk memasarkan produk secara nyata, memberikan wadah agar konsumen dapat melihat kualitas produk secara langsung, dan modal awal untuk sebuah toko menetap jauh lebih mahal, penulis ingin membuat rancangan desain yang menjawab kebutuhan. Sebuah desain yang mudah dibongkar pasang dan mudah diangkut. Konsep mebel ini adalah *modular, futuristic, dan market*. Sebuah mebel yang memberi dampak positif terhadap beberapa pihak terkait. Pengaplikasian konsep terdapat pada pemilihan bentuk, warna, dan sistem konstruksi. Tujuan dari perancangan ini adalah mengetahui aktivitas pengguna *booth* dan memberikan jawaban atas kebutuhan tersebut, pemilihan material yang tepat dan sistem konstruksi *display* yang baik, membuat inovasi bentuk *booth fashion* yang menarik. Metode pengumpulan data dengan observasi langsung dan wawancara. Setelah tahap pengumpulan data, mulai menganalisa data yang telah dikumpulkan dan membuat desain dari skematik desain hingga transformasi desain akhir, yang kemudian diwujudkan dalam bentuk *prototype* dengan skala 1:1. Tujuan dari perancangan yakni menjawab kebutuhan pengguna *booth*, pemilihan material yang tepat, sistem konstruksi *display* yang baik, dan membuat inovasi bentuk *booth fashion* yang menarik.

**Kata Kunci**—*Pop-up market, booth display, futuristic, Surabaya.*

**Abstract**— The scheme of *indoor modular meuble* as material support for *pop-up market*. Designer chose this topic because of the fact that *pop-up market* grow quickly nowadays to give online shop's tenant a place where they can sell their product for real, consumer can look the quality's product directly, and initial capital of real shop is more expensive, so writer make design that answer the needs. A design that can be apart and be brought easily. The concepts are *modular, futuristic, meuble*. A meuble that give positive value to some related parties. Concept's applications found in shape, color, and construction's system. The purposes of this meuble-making are to know the user's activities and give answers to the needs, best materials' choice, good display-construction system, and making interesting booth display innovation. The data collection methods with do some observations and interviews. After that, designer starts to analyze the information and start to make the design from schematic until fix design transformation, which will be prototyped in 1:1 scale. The purposes of this meuble-making are to know the user's activities and give the answer for the needs, choose the best materials and good display-construction system, making interesting booth display innovation

**Keyword**— *Pop-up market, booth, display, futuristic, Surabaya.*

## I. PENDAHULUAN

Berangkat dari permasalahan semakin maraknya *tenant online shop* yang disebabkan oleh kemajuan teknologi yang cukup pesat, muncul *owner market* yang menawarkan kerja sama bisnis untuk memberi wadah bagi para *tenant online shop* untuk dapat memasarkan barang dagangannya secara nyata. Market yang sedang marak di wilayah Surabaya dikenal masyarakat luas sebagai *pop-up*

*market*. Yang dimaksud dengan *pop-up market* disini adalah sebuah wadah yang mendukung perkembangan *brand-brand* lokal karya *entrepreneur* Tanah Air. *Pop-up market* digunakan sebagai sarana untuk lebih mengenalkan produk *tenant online shop* kepada masyarakat dengan cakupan yang lebih luas dibandingkan hanya dalam sebuah grup di media sosial, pengunjung bisa melihat kualitas dari produk yang ditawarkan secara nyata, dikemas dalam bentuk *lifestyle bazaar* yang terselenggara selama tiga hari dan dilengkapi dengan beberapa *event* kecil didalamnya.

Berbeda dengan konsep *bazaar* lainnya *pop up market* selalu mengusung tema dan menaruh perhatian khusus dalam kurasi *brand* yang ikut turut serta. Hal ini bertujuan agar tidak semua peserta berasal dari *brand* besar melainkan juga dari *start-up brand* yang memiliki daya saing cukup seimbang. Mengenal lebih dalam mengenai *pop-up market* yang dipilih untuk pengembangan desain modular meuble ini. Dikenal dengan nama *Hyperlink Project* milik IDN Times yang mempunyai visi membawa komunitas online ke ranah offline agar kekuatan netizen usia produktif bisa berdampak lebih nyata, sekaligus mendukung pertumbuhan industri kreatif di Indonesia, khususnya di Jawa Timur. Konsep yang ditawarkan cukup menarik untuk dikembangkan, karena *Hyperlink Project* merupakan sebuah *pop-up market* yang selalu mengusung tema yang menonjol, contohnya untuk *event* yang pertama, *Hyperlink Project* mengangkat tema "*rooftop noir*" dengan perpaduan *urban style* yang sesuai dengan pengunjung remaja, namun juga tetap terbuka untuk pengunjung keluarga. Sedangkan untuk *event* yang kedua, *Hyperlink Project* mengangkat tema "*highlight*", yang terlihat sangat kontras dengan warna-warna terang dimana hal tersebut menunjukkan tidak ada batasan untuk sebuah kreativitas.

### A. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang *booth display pop-up market* dengan sistem konstruksi yang tepat dan penggunaan material yang *sustainable* sehingga dapat menjadi sarana promosi sebuah *brand* yang menarik perhatian konsumen dan memudahkan produsen dalam alat bantu memasarkan produknya.

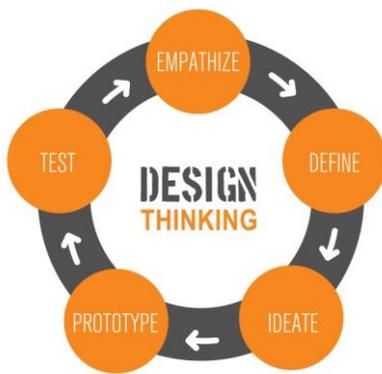
### B. Tujuan Perancangan

1. Mengetahui aktivitas dan kebutuhan pengguna *booth fashion*.
2. Mengetahui sistem konstruksi dan material yang tepat bagi perancangan.
3. Membuat inovasi desain booth display yang fleksibel dan efektif bagi tenant serta bisa menjadi sarana promosi brand yang menarik perhatian pengunjung.

### C. Manfaat Perancangan

1. Memberi masukan terhadap perancangan *indoor modular booth*.
2. Menemukan sistem konstruksi dan penggunaan material yang tepat untuk diterapkan pada perancangan mebel sejenis.
3. Memberikan inovasi produk display bagi *tenant* lokal, dalam kebutuhan mudah dibongkar-pasang.

## II. METODE PERANCANGAN



Gambar 1. Metode design thinking

Tahapan perancangan yang akan dilakukan dalam dalam perancangan *indoor modular booth fashion* adalah:

### 1. Empathize

Tahap pengumpulan data, baik berupa data literatur maupun data tipologi. Perancang membuka diri untuk merasakan masalah yang ada di sekitarnya. Setelah data-data diperoleh, langkah selanjutnya adalah melakukan survei untuk mengetahui *brand* atau *tenant* yang bisa diajak untuk bekerja sama dalam proses merancang *pop-up store*. Survei dilakukan dengan wawancara.

### 2. Define

Tahap analisa data dan programming. Data yang didapat sebelumnya menjadi dasar atau langkah awal untuk menyusun sebuah kerangka perencanaan awal. Mengolah lebih dalam studi data literatur dan tipologi yang sudah didapat dan juga melakukan survei lebih lanjut.

### 3. Ideate

Ideasi bentuk, memulai menggambarkan sketsa ide-ide awal mulai dari konsep hingga rencana bentuk desain. Berangkat dari desain awal tersebut untuk dikembangkan menjadi hasil akhir produk desain..

### 4. Prototype

Perancang membuat sketsa ide, transformasi desain, pengembangan desain, sampai dengan hal teknis berupa gambar kerja, membuat *mock-up* (olah bentuk) dari sketsa ide desain tersebut.

### 5. Test

Merupakan tahap evaluasi langsung terhadap produk hasil perancangan, *mock-up* diuji untuk menemukan kelebihan dan kekurangan dari desain tersebut. Setelah diuji, melakukan revisi perbaikan desain dari tahapan ideasi bentuk hingga memperoleh desain akhir.

## III. KAJIAN PUSTAKA

### A. Pengertian Pameran

Menurut Pegler, pameran adalah sebuah tampilan yang menstimulasi dan menguak ketertarikan konsumen terhadap produk, ide, maupun sebuah organisasi. Pameran sendiri diorganisir dan diatur untuk menyediakan kesenangan yang menjawab kebutuhan *relax* pengunjung dan pencerahan ide bagi beberapa pengunjung khusus, sekaligus bisa digunakan untuk mengedukasi, mengiklan dan menyebarkan produk yang dijual oleh *tenant*. (354).

### B. Jenis-jenis Pameran

#### 1. Pameran Permanen

Menuntut *display* yang tidak berubah untuk jangka waktu yang tidak terbatas. Pameran seperti ini biasa terdapat pada museum seperti lukisan, *sculpture*, atau hasil seni lain yang digantung.

#### 2. Pameran Sementara

Pameran dengan jangka waktu yang terbatas, tidak menggunakan *display* permanen sehingga mudah untuk dipindahkan sewaktu-waktu. Contohnya bisa dilihat pada *display* toko di mall, yang berubah saat ada *season* tertentu.

#### 3. Trade Show

Lebih menampilkan produk baru dan pendekatan “*soft sell*” dengan menampilkan perspektif sejarah perusahaan daripada hanya sekedar menata produk di sepanjang *display* untuk dijadikan pilihan.

#### 4. Traveling Exhibits (Pop-Up Market, Thematic Market, Currated Market)

Desain *booth* yang luas termasuk *portable*, mudah dipindah dan tampilan yang menarik. Didesain dapat diatur dengan cepat, dengan beberapa perubahan dan dapat dikerjakan sendiri. Pameran yang pintu *entrance* dari 1 ujung dan keluar di ujung lain.

#### 5. Pameran Outdoor

Biasanya terdapat di taman, area parkir, kebun dan di tengah-tengah mall. Material dan *finishing* lebih diperhatikan karena terkena langsung dengan paparan sinar matahari dan unsur alam lain. Bagaimana material dan *finishing* yang digunakan dapat bertahan dalam jangka waktu lama. (354-355)

### C. Pengertian Pop-Up Market

*Pop-Up Market* muncul karena adanya tren di kalangan masyarakat sosial media, dikarenakan adanya peluang untuk mewedahi *tenant online shop* yang membutuhkan tempat untuk memasarkan produknya dan meningkatkan penjualan, sehingga semakin banyak orang berlomba untuk menciptakan sebuah *market* yang bisa mengajak para *tenant* untuk bergabung. Cara berpikir untuk menjalankan *market* itu sendiri berbeda, ada yang hanya sekedar membukanya untuk beberapa serial *bazaar* saja, ada yang mencoba untuk mempertahankan *bazaar* tersebut dan terus berkembang dengan mengusung tema-tema menarik yang tidak pudar oleh waktu.

### D. Jenis-jenis Pop-Up Market

*Market* sendiri terbagi ke dalam 2 kategori besar, yakni *thematic market* dan *currated market*. Bedanya adalah *thematic market* lebih mengusung kepada tema yang menarik untuk diangkat sehingga menarik perhatian konsumen untuk datang seperti tema mengenai *cosplay*, *owner market* mengundang beberapa orang yang sesuai dengan tema tersebut dan memilih *tenant* yang terintegrasi dengan baik, dimana *tenant* tersebut mengusung konsep yang menarik untuk disajikan dalam *pop-up market*, sedangkan *currated market* lebih ke arah eksklusifitas, sehingga *tenant* yang dipilih adalah *tenant* yang benar-benar sudah memiliki jam terbang tinggi sehingga kategori pengunjung yakni ekonomi menengah ke atas.

## IV. OBJEK PERANCANGAN

Objek perancangan berupa perancangan *indoor modular booth fashion*. Perancangan produk mebel yang ditujukan untuk barang *fashion* seperti pakaian, tas dan sepatu, baik *fashion* anak-anak maupun dewasa. Alternatif material menggunakan multipleks, kayu panel dan besi sebagai konstruksi.

Desain *booth* dengan *display* yang menarik yang ditujukan untuk produk *fashion* (tas, sepatu, baju dan aksesoris) mulai dari *fashion* anak-anak hingga dewasa dengan mengikuti ukuran *booth* yang berbeda, yakni 2m x 3m, 2.5m x 3m, 3m x 3m dan 3m x 4m. Menggunakan sistem lipat, *knock-down* dan *flat-packed* yang mempermudah *tenant* untuk menyiapkan *stand* pameran kurang dari 10 jam.

A. Fasilitas Perancangan

Fasilitas perancangan *indoor modular booth fashion* ini meliputi:

1. Area kasir
2. Area *fitting room*
3. Area *storage*
4. Area gantungan
5. Area *display*

Spesifikasi bagian yang akan dirancang adalah:

1. Signage yang merupakan tampilan luar dari pop up stand sebagai wadah memperkenalkan brand dari online shop yang menjual barang dagangannya.
2. Mekanisme / sistem modular yang praktis digunakan oleh tenant untuk memasarkan produknya secara maksimal menggunakan wadah yang mudah dibongkar pasang
3. Struktur konstruksi yang kuat dan masih bisa diatur sesuai keinginan.
4. Fasilitas pemenuhan pada setiap bentuk, misalnya saja pada area kasir terdapat fasilitas meja, kursi dan rak. Elemen pengukung lain, misalkan karpet pada bagian *fitting room*
5. Sistem utilitas

B. Target Market

*Owner market* yang menjadi pilihan desainer adalah IDNTimes yang mengadakan *event bazaar* tersebut sebagai ajang untuk menambah kemampuan anak muda khususnya di wilayah Jawa Timur di bidang industri kreatif. Konsep yang tidak rumit untuk diaplikasikan, namun memberi tantangan bagaimana harus berpikir kreatif.



Gambar 2. Hyperlink Project

Visi yang dibawa oleh IDNTimes pada *bazaar* ini adalah membawa komunitas *online* ke ranah *offline* agar kekuatan *netizen* berdampak lebih nyata. *Movement* untuk anak muda Indonesia, khususnya wilayah Jawa Timur untuk lebih andil dan berkembang di bidang industri kreatif dan sekaligus sebagai ajang *soft launching* IDNTimes *Bazaar and Conferences*.

Sedangkan misi yang dimunculkan untuk menjawab visi diatas, yakni menghadirkan *thematic event* yang menarik, tempat berkumpulnya para *netizen* untuk menjalin koneksi, melakukan *showcase*, berkolaborasi, membentuk komunitas *offline* yang bisa melakukan aksi lebih nyata dan berdampak.

*Booth* khusus yang disediakan oleh pihak IDNTimes beragam, diantaranya *stand photobooth*, *booth web dating*, area panggung yang mendominasi setengah dari pameran, *dining area*, *booth brand* kerja sama dan area *workshop*. Menghadirkan sesuatu yang berbeda untuk konsep *bazaar* dengan susunan acara yang padat setiap harinya untuk *workshop*, sehingga pengunjung juga selain diberi hiburan mulai dari *fashion* hingga makanan, juga disugahi dengan pengetahuan menarik yang dapat dikembangkan masing-masing orang.

Tujuan perancangan ini menganut teori “bagaimana dengan pengerjaan yang lebih cepat akan membuat pengunjung mendapatkan pesan dari pengolahan bentuk *booth* dan menambah *income* penjualan yang lebih banyak?”. (Drew 6)

V. KONSEP PERANCANGAN

A. Latar Belakang Konsep Perancangan



Gambar 3. Skema latar belakang konsep perancangan

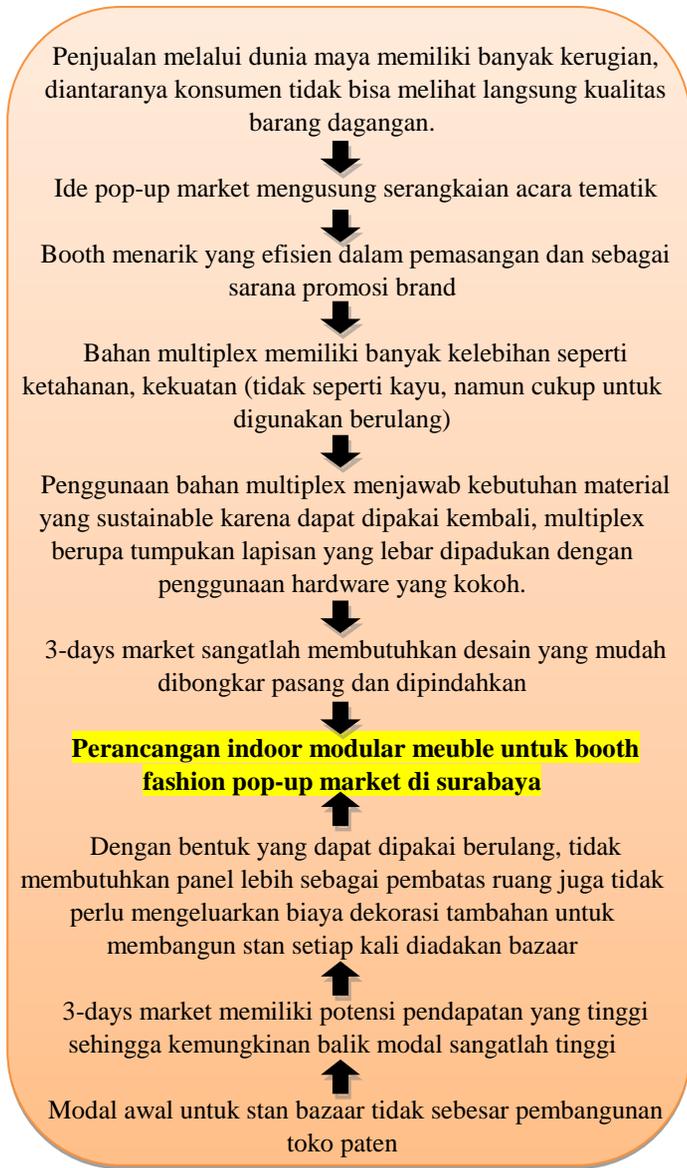
Latar belakang perancangan *indoor modular booth fashion* untuk *pop up market* di surabaya didasari oleh dua permasalahan utama, yakni semakin maraknya perkembangan *online shop* yang muncul sebagai hasil dari berkembangnya teknologi masa kini sehingga mulai bermunculan *owner* sebagai pembawa modal yang ingin mewadahi perkembangan industri kreatif tersebut dan juga modal yang diperlukan oleh seorang *tenant* untuk membuka sebuah toko riil yang jumlahnya cukup besar bila dibandingkan dengan hanya membuka stand dalam *pop-up market* selama 2-3 hari.

Kedua masalah ini bila dihubungkan memunculkan suatu kebutuhan akan adanya sebuah alat / mebel yang dapat membantu memasarkan produk dan menampilkan *brand image* dari *online shop* tersebut, dengan kelebihan mudah untuk dibongkar pasang dalam waktu kurang dari 24 jam, mudah untuk diubah bentuk sesuai dengan kebutuhan dengan menggunakan bahan yang relatif ringan dan juga tidak memakan biaya tambahan yang terlalu besar baik dalam hal pembukaan stan, pemasangan dan *maintenance*. Peluang bisnis yang ditawarkan dari munculnya *pop-up market* ini juga membantu dalam perkembangan ekonomi di surabaya, khususnya di bidang industri kreatif sebesar 7-8% (Menurut Triawan Munaf, Kepala Badan Pusat Statistik Indonesia).

Dengan semakin banyak bermunculan *tenant online shop* mampu mendorong produktivitas pertumbuhan ekonomi di surabaya sehingga mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

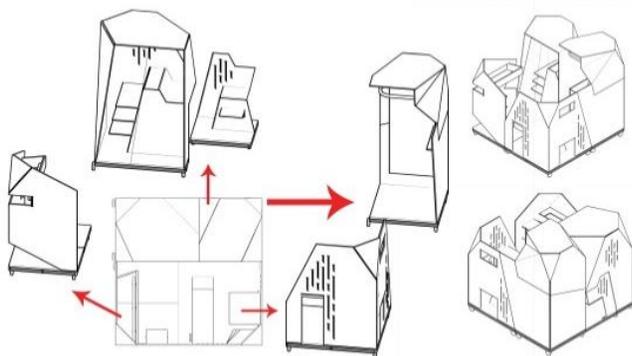
B. Latar Belakang Pemilihan Konsep Desain Perancangan

Seperti yang sudah dijabarkan di atas, *tenant online shop* yang ikut membuka sebuah *stand* dalam *pop-up market* membutuhkan sebuah alat bantu pameran yang dapat dengan mudah dibongkar-pasang dengan mekanisme yang tidak rumit dan mudah dibawa dengan kondisi bagian mebel tersebut tidak terlalu berat, hal ini didapat dengan penggunaan material yang ringan namun tetap kokoh. Perancang memilih menggunakan multipleks. Dan untuk menjawab kebutuhan modal yang tidak terlalu besar, desain dibentuk untuk dapat dipakai berulang, tidak membutuhkan panel lebih sebagai pembatas ruang juga tidak perlu mengeluarkan biaya dekorasi tambahan.



Gambar 4. Latar belakang pemilihan konsep desain perancangan

C. Konsep Desain Perancangan



Gambar 5. Konsep Desain Perancangan

Konsep desain dari perancangan *indoor modular booth fashion* ini adalah Modular, *Futuristic* dan Market. Pondasi awal yang menghubungkan setiap sudut desain, mulai dari perancangan awal hingga hal-hal yang berhubungan dengan sistem konstruksi. Modular mewakili sebuah bentuk yang efisien (mudah dibongkar-pasang dan diangkut) dan penggunaan material yang dapat digunakan berulang (sustainable), *Futuristic* menekankan hal-hal yang menjadi minat dari pengguna di masa kini. Bentuk yang tidak terlalu sering ditemukan pada retail pada umumnya, tetap mengutamakan fungsi dan ergonomi namun bentuk yang menarik dengan kelebihan perpaduan sistem *knock-down* dan lipat. Sedangkan market menekankan kepada bagaimana desain tersebut diterima di masyarakat dan memiliki daya

saing yang cukup untuk disejajarkan dengan *currated brand fashion* lainnya.

Berbicara mengenai Modular, mencakup:

1. Fleksibilitas  
Merancang sebuah mekanisme dengan menggunakan sistem modular yang fleksibel dipadukan dengan desain yg inovatif, kualitas baik, konstruksi aman dan nyaman
2. Sustainable material  
Bahan yang awet untuk digunakan berulang, bertahan untuk dibongkar pasang dan relatif ringan namun tetap kokoh, juga dengan penggunaan *hardware* yang konstruktif.
3. Sistem  
Penggunaan sistem *knock-down* dan lipat yang dipadukan untuk memperoleh sistem yang paling efektif dalam pengerjaan dan penggunaannya pada saat kegiatan berlangsung. Pemilihan *hardware* yang paling tepat untuk meminimalkan resiko kecelakaan pada saat perancangan.

Sedangkan mengenai *Futuristic*, mencakup:

4. Bentuk tidak masif  
Memilih bentuk *streamline* yang memunculkan bentuk sesuai dengan konsep awal dari *Hyperlink Project*, sebuah bentuk yang tidak biasa, namun tetap nyaman dilihat.
5. Bentuk ritmik  
Pengulangan garis maupun bentuk yang membentuk komposisi menarik, tanpa mengesampingkan fungsi dan konstruksi
6. Utilitas  
Penggunaan teknologi terbaru seperti lampu jepit sebagai pengganti *spotlight* dan langsung dipatenkan pada mebel. Stop kontak, lampu saklar otomatis, juga lampu LED yang dipasangkan di samping cermin area *fitting room*.

Yang terakhir berbicara mengenai Market, mencakup:

7. Pengembangan  
Target bentuk sesuai ukuran yang standar, sehingga mudah untuk disesuaikan dengan kebutuhan bila dipakai lagi. Dan juga bentuk *knock-down* menyebabkan mebel ini mudah untuk disimpan (tidak bervolume).
8. Alternatif  
Alternatif desain inovatif yang menjadi media bantu bagi *tenant online shop*
9. Profit  
Menghadirkan suasana yang segar bagi pengunjung untuk *booth fashion* diimbangi dengan kualitas barang dagangan yang baik.

D. Aplikasi Konsep Desain Terhadap Perancangan

Tabel 1. Aplikasi konsep desain terhadap perancangan

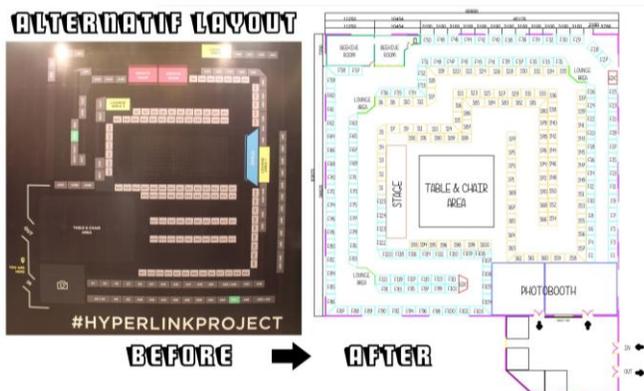
<b>BENTUK</b>
Geometris, kebanyakan asimetris dengan mengandalkan bentuk <i>streamline</i> yang mengutamakan kesan <i>futuristic</i>
<b>MATERIAL</b>
Multiplex tebal 15mm, finishing HPL dan cutting sticker Pemilihan material multipleks karena kuat, bisa dipakai berulang kali dengan sistem <i>knock-down</i> , kemudahan konstruksi, mudah ditemukan di surabaya
<b>HARDWARE</b>
Banyak menggunakan <i>hardware</i> kecil di ujung sebagai penguat untuk bentuk yang tidak cukup tebal, penggunaan

Tabel 1. Aplikasi konsep desain terhadap perancangan (sambungan / lanjutan)

<p><i>hardware 'catch'</i> untuk bagian penutup / plafon, penggunaan berbagai macam engsel untuk bagian yang dilipat</p>
<p><b>SISTEM MODULAR</b> Penggunaan sistem yang sama untuk beberapa bagian mebel dengan sistem lipat. <i>flat-packed</i> dan <i>knock-down</i></p>
<p><b>STYLE</b> <i>Futuristic, Contemporer</i> Perpaduan antara tampilan sistem konstruksi dengan bentuk <i>streamline</i> dan ekspresi bebas menghasilkan sebuah nuansa <i>modular meuble</i> untuk <i>pop-up market</i> yang menarik tanpa mengesampingkan kebutuhan utamanya yakni memasarkan produk <i>fashion</i>.</p>
<p><b>USER FRIENDLY</b> Tidak perlu banyak orang, karena ada <i>cradle</i> yang berfungsi sekaligus sebagai <i>packaging</i> dari mebel ini, hanya perlu diangkat oleh 2-3 orang saja</p>
<p><b>SIRKULASI</b> <i>Free flow</i> Tergantung pada posisi bentuk desain ditempatkan, cocok untuk memaksimalkan efektifitas penggunaan ruang dengan layout yang cukup kecil.</p>
<p><b>SIGNAGE</b> Penggunaan <i>cutting sticker</i> dapat digunakan berulang bila digunakan oleh tenant lain. Lebih efektif dibandingkan penggunaan cat <i>spray</i></p>

VI. PENGAPLIKASIAN DESAIN

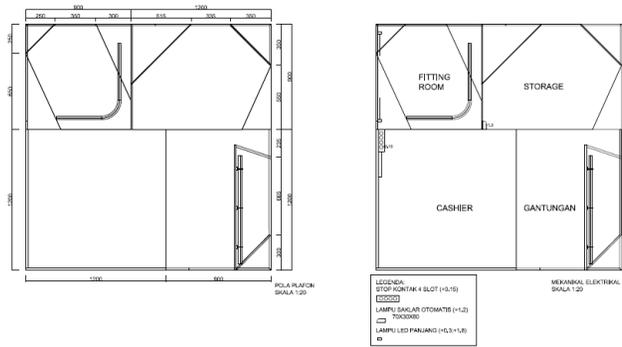
Setelah melalui tahapan analisa dan evaluasi, ditemukan aplikasi konsep desain yang cocok untuk diterapkan pada mebel dengan memaksimalkan keunggulan bentuk, dinamika konstruksi, dan grafis yang menambah nilai jual mebel. Berikut ini merupakan skematik desain yang muncul dari landasan yang ditekan pada konsep desain yang dipilih.



Gambar 6. Alternatif layout pop-up market

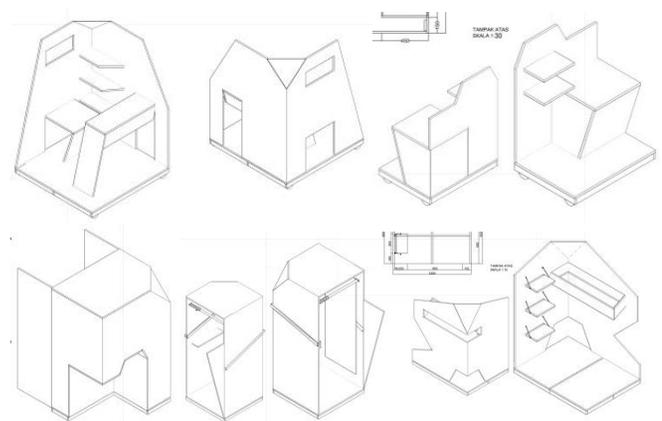
Terdapat areaarea penting yang harus ada dalam pop-up market milik *Hyperlink Project* ini, yakni: area EDC untuk melakukan pembayaran, *beehive room* untuk gudang sekaligus

area persiapan panitia pelaksana, area *workshop*, *stage*, *dining room*, *stand fashion* dan stand makanan.



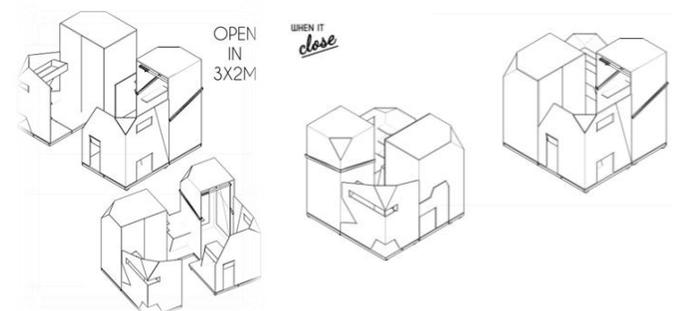
Gambar 7. Pola plafon dan mekanikal elektrikal

Pola plafon berbentuk segitiga di atas mengikuti bentuk *streamline* yang menjawab permasalahan konsep *futuristic*. Terlihat untuk bagian railing pada fitting room terdapat di tengah segitiga karena railing tersebut dibuat mengikuti kemiringan dari bentuk plafon. Mekanikal elektrikal terdiri dari 3 buah yakni stop kontak 4 slots, lampu saklar otomatis pada storage dan lampu LED yang dibuat memanjang di samping cermin di area fitting room.



Gambar 8. Sketsa ide transformasi akhir desain perancangan

Sebuah desain yang mengacu pada efisiensi baik dimulai dari tahap pemasangan, penggunaan, pembongkaran hingga penyimpanan dan pengangkutan. Desain modular yang dikhususkan untuk sebuah mebel *pop-up market* dengan jangka waktu 2-3 hari kemudian dibongkar pasang, dan waktu pemasangan yang cukup singkat. Pengangkutan dengan menggunakan *cradle* dari bahan yang sama. Stan yang tidak memerlukan tambahan dinding partisi sebagai pembatas dan sudah memiliki tambahan mebel yang dibutuhkan (meja, kursi)

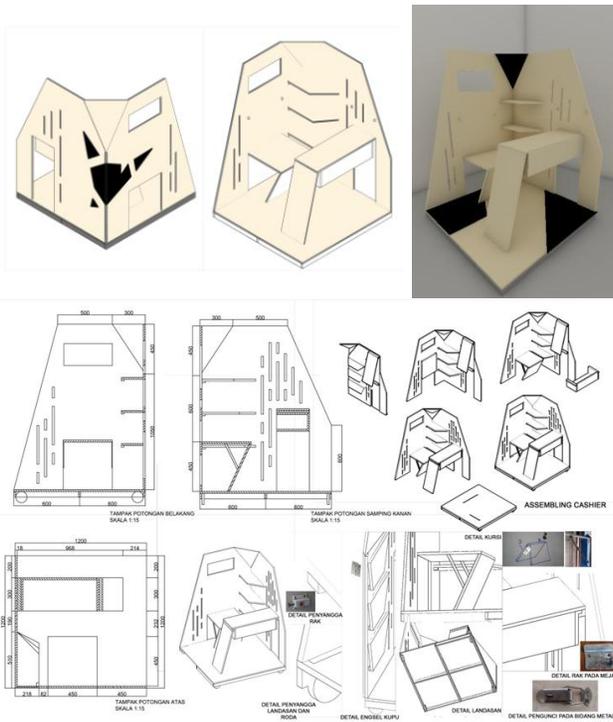


Gambar 9. Sketsa ide pada saat stan buka dan tutup

Desain berbentuk masif kotak pada saat stan ditutup sehingga menunjukkan tingkat keamanan yang tinggi tanpa perlu terpal untuk menutup, karena semua barang disimpan dalam storage dan terkunci, pada saat dibuka, terdapat alur

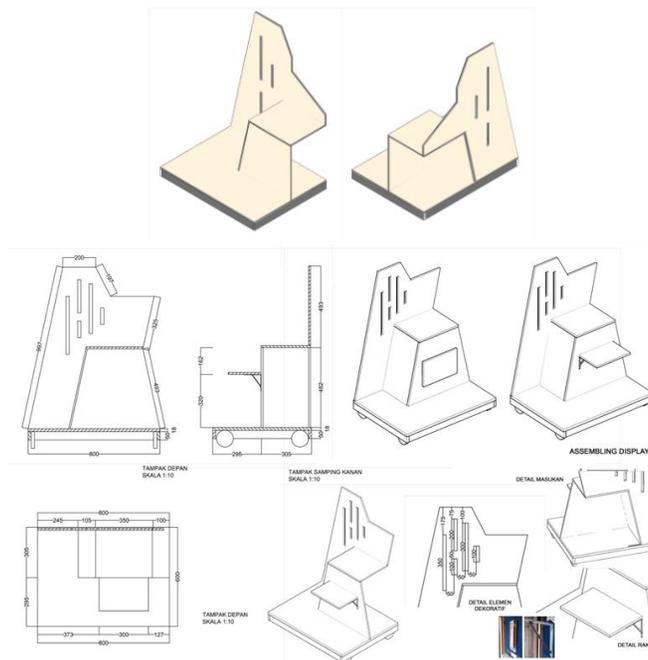
sirkulasi yang nyaman. Area *cashier* sebagai pemantau seluruh kegiatan yang dilakukan pada saat transaksi jual-beli berlangsung.

A. Desain Akhir Perancangan



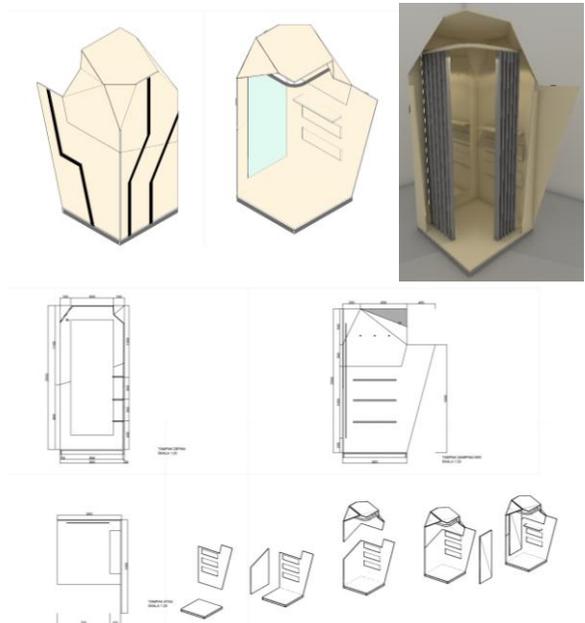
Gambar 10. Area *cashier*

Area *tenant online shop* untuk mengawasi keseluruhan kegiatan yang terjadi di stand pada saat *pop-up market* berlangsung. Tempat terjadinya transaksi jual beli antara konsumen dan produsen. Terdapat area *storage* yang dapat digunakan tenant untuk menyimpan barang bawaan, sehingga terkesan *clean-look*. Juga rak di samping tempat duduk yang dapat digunakan sebagai *display*.



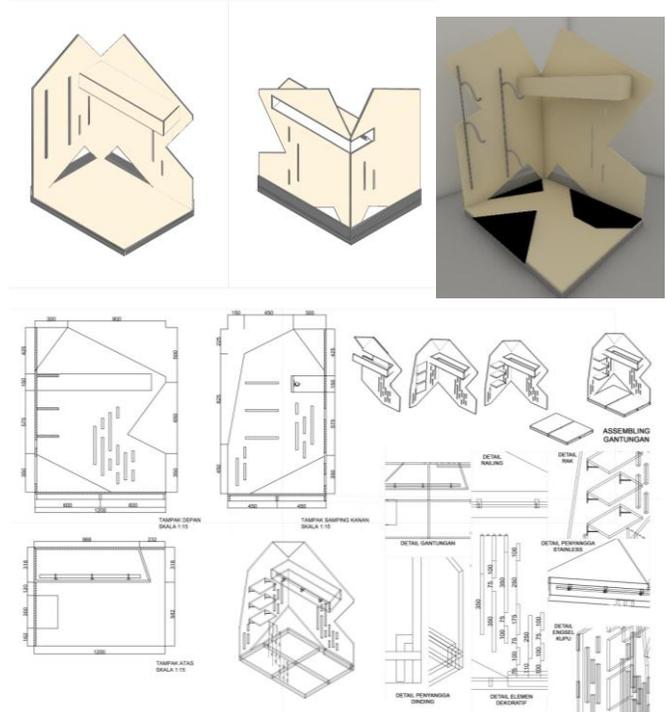
Gambar 11. Area *display*

Area *display* digunakan sebagai area pemajangan produk sepatu, di bagian belakang display masih terdapat sebuah kotak yang dapat ditarik dan berfungsi sebagai tempat pengepasan sepatu.



Gambar 12. Area *fitting room*

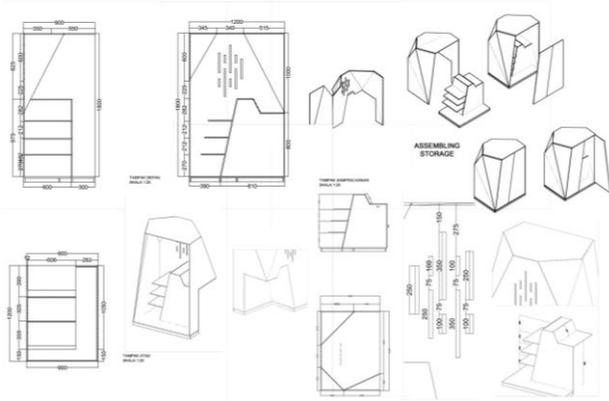
Area *fitting room* digunakan sebagai tempat pengepasan baju dengan ukuran 90cm x 90cm, masih mencukupi kebutuhan pengguna untuk melakukan gerakan memutar. Bentuk asimetris yang ditunjukkan pada bidang plafon sangat menunjukkan kesan *futuristic*. Terdapat LED sebagai penerangan yang diletakkan menempel pada sisi samping cermin.



Gambar 13. Area gantungan

Area gantungan memiliki 2 tiang panjang yang dapat dipasangi gantungan tambahan maupun papan sebagai *display*. Di dalam *box* yang terdapat pada gambar, ada railing yang ditujukan untuk gantungan baju (*hidden*).





Gambar 14. Area storage

Area tempat penyimpanan produk pada saat tidak di *display* maupun pada saat stan tutup. Sistem pengunci menggunakan *hardware* yang sekali lagi mengutamakan *clean-look*, sehingga tidak ada pegangan pintu yang menonjol.

Hardware yang digunakan pada detail di bawah ini, hampir sama penggunaannya pada setiap mebel, seperti engsel 'catch', engsel tekuk, engsel pengunci, dan engsel panjang.



detail cashier

Gambar 15. Detail area cashier



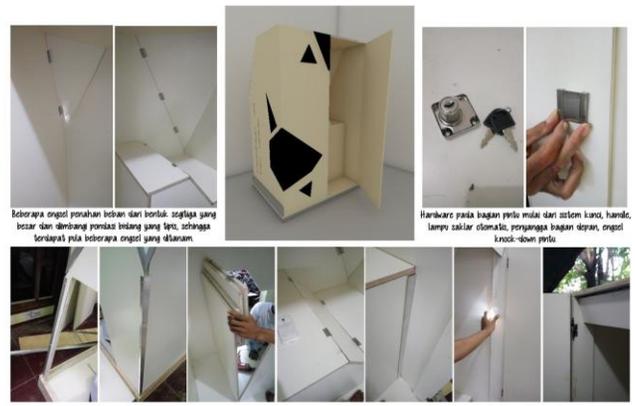
detail fitting room

Gambar 16. Detail area fitting room



detail gantungan

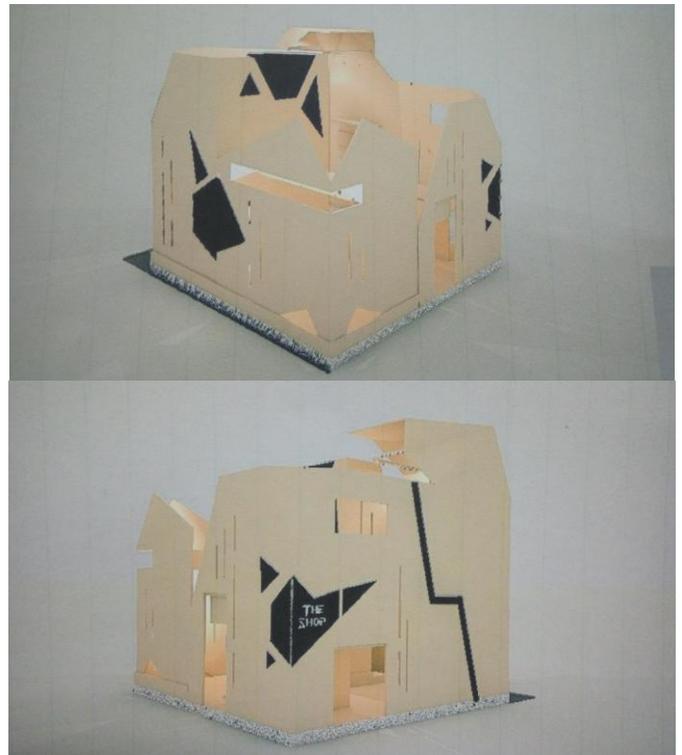
Gambar 17. Detail area gantungan



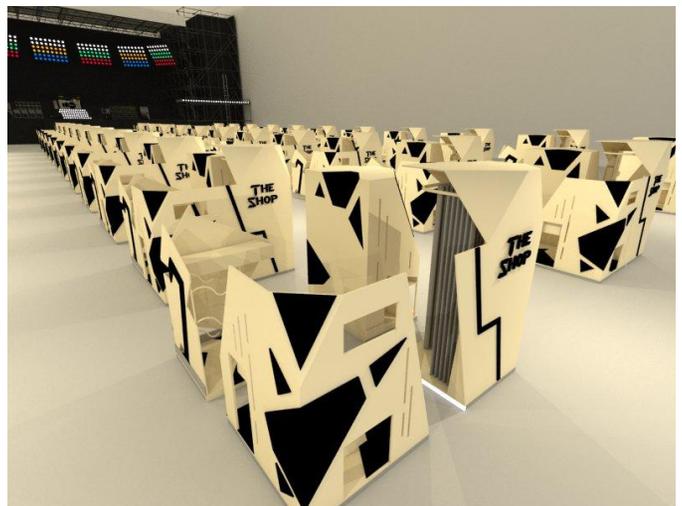
detail storage

Gambar 18. Detail area storage

Berikut bentuk desain akhir yang direalisasikan dalam *prototype* skala 1:1



Gambar 19. Render perspektif pada saat stan tutup



Gambar 20. Render perspektif pada saat stan buka

Stan dibuat berjajar satu sama lain, tanpa membutuhkan dinding partisi tambahan karena mebel tersebut juga berfungsi sebagai dinding pemisah.



Gambar 21. Mebel riil pada saat pameran di Universitas Kristen Petra

## VII. KESIMPULAN

Perancangan *indoor modular meuble* untuk *booth fashion* dengan bahan multipleks yang mewadahi aktifitas jual-beli dengan fungsi tambahan menarik minat pengunjung untuk datang ke stan dipengaruhi beberapa aspek penting yang tidak dapat terlewatkan dan harus dapat dibentuk secara optimal. Aspek tersebut diantaranya mekanisme konstruksi yang paling baik diterapkan untuk bahan multipleks (tidak bisa menggunakan dovetail karena terlalu tipis, bukan berbahan kayu sehingga memaksimalkan penggunaan *hardware* yang paling efektif), kenyamanan (sudah sesuai dengan ergonomi pengunjung dan tenant dalam hal melakukan aktivitas pada *booth*), keamanan (tidak ada lubang yang dibuat pada desain yang menyebabkan pencurian, dengan diatasi lubang tersebut hanya sebesar 2cm).

*Indoor modular meuble* ini sangat cocok digunakan untuk *pop-up market* yang berjangka 2-3 hari, karena mudah dipindahkan, tidak menghabiskan biaya yang terlalu besar dibandingkan membuka toko baru dengan kelebihan dapat dipakai berulang sehingga tidak mengeluarkan biaya lagi, sistem konstruksi yang menarik yang tidak memerlukan bor dan tindakan sekrup lebih lanjut hanya perlu dipasang layaknya *puzzle* dan bentuk inovasi mebel yang menarik dari sebuah kotak bisa ditarik menjadi 4-5 bentuk yang memiliki fungsi masing-masing.

## VIII. SARAN

Pada perancangan *indoor modular meuble* ini sangat diperlukan untuk memperhatikan sistem yang akan digunakan terlebih dahulu dibandingkan dengan bentuk yang ingin diterapkan, karena masalah terbesar dari mebel modular terdapat pada sistemnya. Masalah lain yang datang dari bentuk dan estetika dapat ditambahkan setelah sistem terbaik ditemukan. Sistem konstruksi pada mebel multipleks tidak dapat menggunakan *dovetails* karena multipleks terdiri dari beberapa lapisan tripleks tipis, sehingga begitu diberi potongan apabila tidak searah, maka akan muncul potongan kecil dari multipleks yang utuh sehingga menyebabkan konstruksi tersebut kurang kokoh dan tidak dapat dipakai berulang untuk ke depannya.

Juga sistem *dovetails* tidak bertahan jika berkali-kali digunakan, sedangkan *pop-up market* sering diadakan dan mebel hanya bertahan 2-3 hari kemudian dibongkar-pasang lagi. Sistem paling banyak menggunakan *hardware* sebagai penguat, baik bagian yang berdiri sendiri maupun bagian yang tidak terlalu tebal namun diimbangi luasan yang cukup besar.

Penulis J.T. mengucapkan terima kasih kepada Mariana Wibowo, S.Sn., M.MT. dan Dodi Wondo, Dipl. – Ing. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmunya selama asistensi dan memberi banyak masukan selama pengerjaan, membuka pola pikir penulis dalam hal estetika bentuk beserta penggunaan konstruksi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Wahyu Condro Wibowo beserta segenap tukang yang memberi masukan dan telah membantu mewujudkan produk dari tugas akhir ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustin, Lisa. Perancangan Indoor Modular Booth. Surabaya: Universitas Kristen Petra, 2015.
- [2] Anderson, Peter. Making Fine Furniture. Australia: Sterling Publishing, 2007.
- [3] Augustin, Sally. PLACE ADVANTAGE Applied Psychology for Interior Architecture. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2009.
- [4] Barr, Vilma & Charles Broudy, AIA. Designing to Sell. USA: McGraw-Hill Book Company, 1985.
- [5] Barr, Vilma & Field, Katherine. STORES Retail Display and Design. New York: PBC International, Inc., 1997.
- [6] Books, Popular Woodworking. Authentic Arts & Crafts Furniture Projects. Ohio: Popular Woodworking Books, an imprint of F&W Publications, Inc., 1507 Dana Avenue, Cincinnati, Ohio, 45207. First Edition, 2000.
- [7] Conran, Sebastian & Mark Born. Lighting. London: Conran Octopus Limited, 1999.
- [8] Curtis, Eleanor. Fashion Retail. London: Wiley Academy, 2004.
- [9] Entwistle, Jill. Detail in Contemporary Lighting Design. London: Laurence King Publishing Ltd, 2012.
- [10] Gordon, Gary. INTERIOR LIGHTING For Designers Fourth Edition. Canada: John Wiley & Sons, Inc., 2003.
- [11] Hattori, Haruhisa. How to Understand and Use Display. Jepang: Graphic-sha Publishing Co., Ltd., 1988.
- [12] Kumara, Boris. Perancangan Refunction Container sebagai Modular Retail di Surabaya. Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2015
- [13] Kusnawan, Iwan. "Pengantar Tentang Wardrobe". <<http://iwankusnawan.blogspot.com/2011/09/pengantar-tentang-wardrobe.html>>. 2011.
- [14] Lupton, Ellen. Thinking With Type, 2nd Revised and Expanded Edition. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc., 2010.
- [15] Natasya & Maharani, Yuni. "Pengembangan Alur Sirkulasi, Sistem Display, dan Pencahayaan pada Bandung Contemporary Art Space." Jurnal Tingkat Sarjana Tingkat Seni Rupa (2006): 1-3.
- [16] Panero, Julius dan Zelnik, Martin. Dimensi Manusia dan Ruang Interior. Jakarta: Erlangga, 2003.
- [17] Pegler, Martin M. Visual Merchandising and Display Sixth Edition. Canada: Fairchild Books, a Division of Conde Nast Publications, 2012.
- [18] Plunkett, Drew & Olga Reid. Detail in Contemporary Retail Design. London: Laurence King Publishing Ltd, 2012.
- [19] Rogowski, Gary. The Complete Illustrated Guide to Joinery. Newtown: The Taunton Press, Inc., 2002.
- [20] Shepard, Judy. Small Stores no.2. New York: RSD Publishing, Inc., 2013.
- [21] Tuan, Yi-Fu. SPACE AND PLACE The Perspective of Experience. n.d.
- [22] Tucker, Johnny. RETAIL DESIRE Design, Display and Visual Merchandising. Switzerland: RotoVision SA, 2004.
- [23] Turner, Janet. Designing With Light Retail Spaces. New York: RotoVision SA, 1998.
- [24] Weishar, Joseph. Design for Effective Selling Space. USA: McGraw-Hill, Inc., 1992.