

Implementasi Konsep *Time Capsule* dalam Perancangan Interior *Planning Gallery of Surabaya*

Melissa Ardani, Diana Thamrin dan Linggajaya Suryanata.

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: melissardani@gmail.com ; dianath@petra.ac.id ; linggaholistic@yahoo.co.id

Abstrak— Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia dan memiliki segudang prestasi, salah satunya dalam bidang penerapan sistem *open government*. Perancangan Interior *Planning Gallery of Surabaya* menjadi salah satu upaya meresponi penghargaan *open government* dari Singapura tersebut dengan meningkatkan sistem *open government*. Kota Surabaya sendiri belum memiliki wadah untuk mengetahui informasi perencanaan kota yang dapat menjadi alat bagi pemerintahan untuk menghilangkan gap informasi antara pemerintahan dan masyarakat. Galeri ini juga menjadi wisata edukasi bagi masyarakat untuk berpartisipasi dan mengawasi pembangunan kota. Metode yang digunakan dalam perancangan adalah *design thinking* dengan 7 tahapan yaitu *sense intent, know context, know people, frame insight, explore concepts, frame solutions, dan realize offering*. Hasil perancangan merupakan sebuah galeri dengan konsep *time capsule* yang memiliki definisi sebagai suatu penyimpanan informasi sejarah untuk masa depan. Perancangan ini menghasilkan sebuah galeri dengan area pameran, teater, ruang komunitas, ruang maket, *café*, area aspirasi dan ruang konsultasi. Area pameran pada galeri ini menjelaskan Kota Surabaya masa kini yaitu mengenai fakta hingga tantangan yang dihadapi dan juga tentang Kota Surabaya di masa yang akan datang sekaligus mengajak masyarakat untuk ikut membangun kota. Melalui galeri ini bisa menjadi wadah masyarakat dapat mengetahui, menyampaikan aspirasi dan berdiskusi mengenai pembangunan Kota Surabaya.

Kata Kunci— Galeri, Perencanaan, Kota, Surabaya.

Abstract— Surabaya is the second largest city in Indonesia right after Jakarta, the capital. It has a myriad of achievements, one of which is the implementation of their open government system. The interior design of planning gallery of Surabaya is a response to that Open Government award from Singapore magazine by enhancing the Open Government system. Surabaya is yet to have a place where people can get information on city planning, which could create a transparency between the people and the government. The gallery could also be an educational center where people can participate and keep

track of the city's development. The methods used in the design is design thinking, consisting of seven steps: sense intent, know context, know people, frame insight, explore concepts, frame solutions, dan realize offering. The result is a gallery with the concept of a time capsule that holds the city's past and future. The design has a gallery with an exhibition hall, a theater, a communal room, maquette area, cafe, an aspiration room, and consultation area. At the exhibition hall, people can get information on Surabaya's present, like facts & challenges that the city is currently facing, and on Surabaya's future where people can contribute to the city's development. This gallery could be a space where the people can learn, address their aspiration, and discuss the development of Surabaya.

Keyword— Gallery, Planning, City, Surabaya

I. PENDAHULUAN

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia. Selain terbesar kedua di Indonesia, Surabaya memiliki segudang prestasi yang membanggakan, berdasarkan website resmi Kota Surabaya salah satu penghargaan tersebut Surabaya memperoleh penghargaan dalam bidang penerapan *open government* dari sebuah majalah di Singapura pada tahun 2017 yang diperoleh 5 kota lainnya di Indonesia [1], [2]. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa Kota Surabaya memiliki perencanaan kota yang baik, dan Kota Surabaya menunjung tinggi semangat *open government* yang diterapkan dalam beberapa aspek pemerintahan yang sudah diakui dunia.

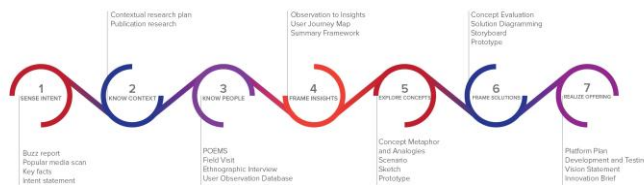
Penghargaan *open government* yang diterima kota Surabaya juga perlu diimbangi dengan perubahan dan peningkatan sistem yang diterapkan seiring berjalannya waktu. Seperti pada fakta yang ada perencanaan Kota Surabaya belum memiliki wadah untuk masyarakat mengetahui informasi perencanaan Kota Surabaya kedepannya dan untuk mengenal lebih dekat Kota Surabaya. Sebuah wadah dimana terdapat transparansi perencanaan pembangunan kota, di mana seharusnya *open government* salah satunya pemerintah membuka akses seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengetahui informasi pembangunan. Sehingga perencanaan pembangunan bukan hanya konsumsi pihak pemerintahan saja, namun juga bisa konsumsi masyarakat Surabaya.

Oleh karena itu, sebagai bentuk menunjung tinggi semangat *open government* perancangan *Planning Gallery of*

Surabaya diharapkan dapat mendukung Kota Surabaya menjadi kota yang lebih baik lagi, dan menjadi jembatan antara pemerintahan dengan masyarakat. Konsep galeri ini menjadi suatu wadah dimana pemerintahan Kota Surabaya dapat menunjukkan visi, misi dan rencana jangka panjang pemerintahan dalam pembangunan Kota Surabaya. Perancangan ini bertujuan supaya masyarakat mendukung dan ikut andil dalam program pembangunan pemerintah. Tujuan lain galeri ini menjadi wisata edukasi untuk masyarakat Surabaya, dan wadah untuk memberikan aspirasinya. Galeri ini juga bisa menjadi alat kontrol masyarakat untuk mengetahui cara kerja pemerintahan sehingga semua kinerja bisa diketahui dan transparan. Melalui *Planning Gallery of Surabaya*, diharapkan juga dapat membuat perencanaan Kota Surabaya lebih baik dan membangun suatu relasi antara masyarakat dengan pihak pemerintahan.

II. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan adalah literatur *101 Design Method* yang ditulis oleh Vijay Kumar pada 2013, yaitu desainer harus melakukan tujuh mode yang berbeda, dan tiap mode memiliki tujuan dan aktivitas tersendiri. Metode ini akan membantu desainer untuk membuat suatu inovasi dalam desain [6].



Gambar 1. Metode Perancangan.

A. Tahapan *Sense Intent*

Tujuan utama dari mode pertama ini ada memberikan arahan awal untuk riset dan eksplorasi. Pada proses ini dilakukan pengumpulan informasi terhangat yaitu mengenai pembangunan Kota, pembangunan Bandung *Planning Gallery*, aspirasi dan partisipasi masyarakat untuk negara, Kota Surabaya, dan transparansi data. Mencari prestasi Kota Surabaya dan sistem *open government* yang diterapkan. membuat pernyataan intensi yang akan dituju berdasarkan data-data yang telah didapat [3].

B. Tahapan *Know Context*

Mode ini menggali secara dalam dan fokus, untuk memahami *context* yang ada. Pada tahapan ini membuat timeline perancangan *Planning Gallery of Surabaya*, dari tahap mencari inspirasi hingga implementasi. Mencari literatur dan jurnal dengan topik pameran galeri, museum, sistem *open government*, dan teknologi. Melalui data yang didapat lalu dilakukan *review* dan disintesis untuk mendapatkan *research gap* yang akan di gunakan dalam perancangan [3].

C. Tahapan *Know Context*

Mode ini fokus pada berempati, observasi, pendekatan personal dan *problem solving*. Pada tahapan ini dilakukan

observasi lapangan seperti mengikuti kegiatan Kota Surabaya, Mlaku-Mlaku Nang Tunjungan untuk memahami kebiasaan orang Surabaya dan tujuan kota Surabaya yang ingin dicapai oleh pemerintahan. melakukan observasi site untuk mencari tempat yang sesuai dengan perancangan *Planning Gallery of Surabaya*. *interview* terhadap beberapa narasumber mengenai kehidupan sehari-harinya yang berhubungan dengan perancangan ini untuk mendapatkan *feedback* mengenai input perancangan *Planning Gallery* [3].

D. Tahapan *Know People*

Mode ini beralih dari mencari pengetahuan sebanyak mungkin menuju memahami pengetahuan yang sudah didapat dalam *frame insight*. Dan tahapan ini mempelajari dari hasil observasi untuk mendapatkan *insight*, dengan menganalisis data-data yang didapat. melakukan pemetaan aktivitas pengguna dalam perancangan, dengan membuat rencana objek perancangan (*programming*). membuat ringkasan *framework* untuk mendapatkan *problem statement*, kebutuhan, dan tujuan yang ingin dicapai [3].

E. Tahapan *Explore Concept*

Mode ini berjalan dengan cara berpikir untuk berpikir kreatif dan baru, mengilustrasikan konsep yang telah ditemukan menjadi suatu cerita yang melibatkan user dan konteks. Membuat skenario ruang untuk para pengunjung. Pada tahapan ini sketsa-sketsa desain skematik dari konsep desain yang ditemukan. Membuat prototype dari desain yang telah dibuat menjadi sebuah maket dan *3d modelling*. *Prototype* dibuat untuk dapat dievaluasi dan memperbaiki desain yang sudah ada [3].

F. Tahapan *Frame Solution*

Mode ini memiliki tantangan bagaimana menggabungkan konsep yang bernilai dan cocok dengan solusi yang sistematis dan dapat dipercaya, sehingga dapat dilakukan untuk implementasi di kemudian hari. Membuat narasi yang menjelaskan bagaimana sistem solusi tersebut dapat bekerja. Membuat *prototype* untuk mensimulasikan solusi dan mengeksplorasi bagaimana orang ikut dalam solusi tersebut, *prototype* berupa 3D *Modelling* konsep yang dikembangkan. Selain itu juga dibuat maket presentasi [3].

G. Tahapan *Realize Offering*

Mode ini untuk mengeksplorasi bagaimana ide-ide dapat terbentuk di dunia nyata dan menjadi sukses. Pada tahapan ini mengembangkan dan merencanakan implementasi-*implementasi* seperti *branding*. Mencoba bagaimana solusi bekerja dengan membuat sebuah *process design book* dan evaluasi. Membuat ringkasan perancangan berupa *presentation board* yang mudah untuk dipahami orang sebagai salah satu atribut *Platform Plan*. Membuat sebuah buku sebagai katalog, dan penjelasan ide secara mendalam untuk meyakinkan orang mengenai ide dan inovasi [3].

III. KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Galeri

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata galeri memiliki arti ruangan atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni dan sebagainya. Dan menurut Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, (2003): Galeri adalah selasar atau tempat; dapat pula diartikan sebagai tempat yang memamerkan karya seni tiga dimensional karya seorang atau sekelompok seniman atau bisa juga didefinisikan sebagai ruangan atau gedung tempat untuk memamerkan benda atau karya seni [4].

B. Pengertian Museum

Menurut KBBI museum memiliki pengertian, gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap benda-benda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu; tempat menyimpan barang kuno; Dan berdasarkan Asosiasi Museum Inggris (diadopsi 1998), museum didefinisikan “Museum memungkinkan orang untuk mengeksplorasi koleksi untuk inspirasi, pembelajaran, dan kesenangan. Mereka adalah institusi yang mengumpulkan, menjaga dan membuat artefak dan spesimen yang dapat diakses, yang mereka pegang dalam kepercayaan bagi masyarakat.” [5].

C. Pengertian *Exhibition*

Exhibition: Setiap kombinasi objek yang terorganisir, informasi dalam bentuk grafis, tipografi dan audio visual, struktur pendukung, dan kandang atau perumahan yang dirancang untuk berkomunikasi. Sebuah modul tunggal dalam sebuah pameran [6].

Exhibit: Kumpulan kumpulan pameran yang dirancang untuk melayani, tujuan keseluruhan atau menyajikan tema atau narasi [6].

D. Surabaya

Surabaya adalah kota terbesar dan tertua di Indonesia, dengan total luas 330,45 km² dan jumlah penduduk lebih dari 3 juta orang di malam hari dan lebih dari 5 juta orang di jam kerja. Surabaya terletak di timur laut Pulau Jawa. Surabaya merupakan pelabuhan laut dengan Pelabuhan Tanjung Perak sebagai pelabuhan utama. Pelabuhan Tanjung Perak berfungsi sebagai *hub* / pusat untuk pengiriman antar pulau di wilayah Indonesia Timur. Surabaya juga dikenal sebagai kota pahlawan, gelar itu diberikan terkait dengan semangat heroik dan memperingati pertempuran surabaya pada tanggal 10 November 1945. Orang-orang dari etnis yang berbeda yang datang dari bagian timur Indonesia (seperti Madura, Bali, dll) telah mengunjungi dan tinggal di Surabaya. Selain dua kelompok etnis yang disebutkan di atas, orang-orang Cina, Arab, dan India keturunan juga mendiami kota bersama dengan masyarakat Surabaya asli (Jawa), membuat Surabaya menjadi kota multi-etnis dan multi-agama [7].

E. Narasi

1. *Scene*

Museum menjadi sebuah adegan dengan pemeran yang penuh emosi dan teknologi, menjadikan museum untuk mengintergrasikan objek dan ruang yang menjadi suatu cerita.

2. Dialog

Museum juga berdialog untuk menunjukkan multidimensionalnya, dialog dari kolaborasi hasil para beberapa profesi kurator, desainer grafis, penulis naskah, arsitek dan pengembang.

3. Narasi

Museum menjadi suatu cerita yang dapat dihasilkan secara alami terprogram untuk menghasilkan, yaitu untuk menciptakan dunia di sekitar kita.

4. Konflik

Museum juga menjadi konflik dalam Persepsi, bagaimana narasi yang dibuat memiliki persepsi yang berbeda bagi orang lain.

5. Resolusi

Museum menjadi suatu resolusi tempat untuk menjembatani celah-celah dalam gap kesenjangan temporal antara masa lalu dan masa kini kita; kesenjangan geografis antara lokasi terpencil; kesenjangan budaya antara pandangan dunia yang berlawanan; kesenjangan sosial antara kelompok pengunjung yang berbeda; kesenjangan profesional antara berbagai pekerjaan yang terlibat dalam fabrikasi museum; dan kesenjangan fisik [8].

F. Teknologi

Tren *experience design* dalam museum yang terjadi dari sekedar kunjungan menjadi keterlibatan dialog berkelanjutan. Kedua dari fokus pada individu menjadi fokus pada orang banyak. Menggunakan *Internet of Things* dan mendesain *display individual* menjadi mendesain untuk ekosistem museum. Dan beberapa praktik-praktik untuk meningkatkan *experience design* yaitu melibatkan publik, audiens yang beragam, menggunakan teknologi dan menjadikan museum menjadi ekosistem [9].

Teknologi digital mempengaruhi proses belajar pengunjung; tentu ada bukti awal yang mereka lakukan. Secara khusus, teknologi tersebut ketika dirancang dengan baik, dapat memiliki potensi untuk secara positif memengaruhi pembuatan makna pengunjung, dan beriku hal-hal manfaat teknologi dalam museum [10]:

- (1) Memungkinkan pengunjung untuk menyesuaikan pengalaman mereka untuk memenuhi kebutuhan dan minat pribadi mereka;
- (2) Memperluas pengalaman melampaui batas-batas temporal dan fisik dari kunjungan museum.
- (3) Melapisi unsur-unsur multisensor dalam pengalaman, sehingga memperkaya kualitas konteks fisik.

G. Pengunjung & Komunitas

Merancang sebuah museum juga perlu mempelajari mengenai kebiasaan pengunjungnya. Mulai dari apa yang menarik mereka datang hingga apa yang membuat mereka tidak ingin datang. Dan berikut hal-hal yang menjadi *barrier* orang untuk datang ke museum [11]:

- Banyak orang tidak mau datang ke museum itu karena merasa tidak nyaman atau hanya untuk kaum elite.
- Museum seharusnya mengikuti jam yang paling memungkinkan untuk target mereka datang, bukan mengikuti para staff.
- Para lansia dan anak-anak sering merasa mudah lelah di museum, sehingga perlunya seperti fasilitas duduk dan minuman.
- Kebanyakan museum tidak memikirkan area untuk anak kecil, semakin museum terbuka untuk anak-anak semakin banyak juga keluarga yang datang.
- Sangat penting untuk bisa bekerja sama dengan bus lokal untuk menuju ke tempat museum.
- Biaya yang ditarik untuk masuk ke museum sangat mempengaruhi untuk pengunjung datang.
- Desain dalam museum juga harus universal desain sehingga para pengunjung tidak perlu khawatir.
- Penting memperhatikan untuk para pengunjung dengan penglihatan yang buruk: dan menjadi terlihat.

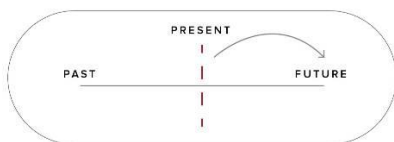
Hubungan komunitas dengan museum tidak dapat dipisahkan dan pedoman dasar untuk keterlibatan komunitas yang sukses, tidak peduli teknik apa yang digunakan. Proses keterlibatan harus [12]:

- Terbuka: semua orang yang tertarik merasa disambut dan sadar dan tahu bagaimana berkontribusi.
- Dapat diakses: melalui berbagai alat komunikasi dan outlet.
- Mendalam: memfasilitasi kelompok fokus yang lebih kecil yang ditargetkan dan spesifik untuk kebutuhan tertentu.
- Ekspansif: mengembangkan opsi untuk memperluas jangkauan museum, melibatkan publik baru saat mereka tumbuh secara bertahap melalui proses.

IV. KONSEP PERANCANGAN

A. Big Idea

Konsep besar dari galeri ini adalah menceritakan masa depan Kota Surabaya.



Gambar 2. Konsep besar galeri.

Terdapat 3 aspek utama dalam galeri ini yaitu:

1. Planning Information

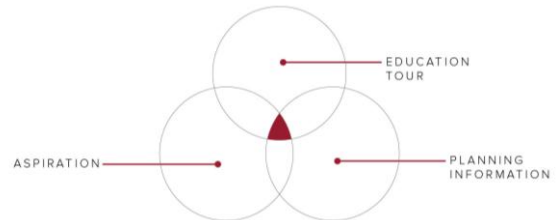
menjadi wadah untuk masyarakat mengetahui perencanaan pembangunan Kota Surabaya. Informasi berupa data-data statistik Kota Surabaya, juga mengenai pembangunan di tiap bagian-bagian Kota Surabaya melalui berbagai aspek seperti transportasi.

2. Wisata Edukasi

menjadi wisata untuk masyarakat umum yang berintensi memberikan edukasi mengenai Kota Surabaya, dan mendidik masyarakat untuk ikut andil dalam pembangunan Kota Surabaya.

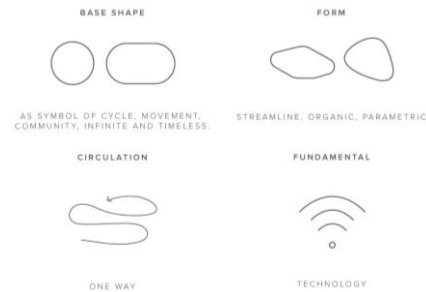
3. Aspirasi

menjadi wadah untuk masyarakat memberikan aspirasinya terhadap pembangunan kota, juga menjadi wadah untuk masyarakat berkonsultasi dalam pembangunan yang akan dilakukannya.



Gambar 3. Diagram 3 aspek utama galeri.

B. Konsep Desain



Gambar 4. Breakdown implementasi konsep galeri.

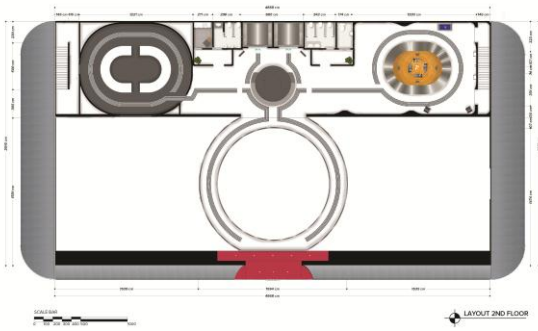
Definisi dari *time capsule* merupakan sebuah penyimpanan barang atau informasi sejarah, biasanya ditujukan untuk sejarawan masa depan. Konsep ini merupakan jawaban dari tujuan pembangunan *Planning Gallery of Surabaya*. Tujuan itu sendiri agar pembangunan Surabaya kedepannya lebih baik dan masyarakat bisa berpartisipasi aktif. Dan perencanaan ini diharapkan bisa digunakan di masa depan sehingga hasil-hasil pemikiran bisa menjadi suatu *time capsule* untuk Surabaya di masa depan.

V. HASIL PERANCANGAN

A. Layout



Gambar 5. Layout lantai 1.



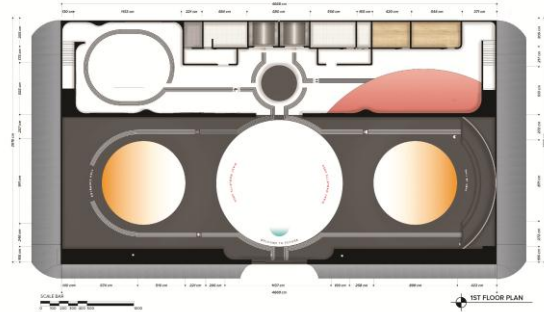
Gambar 6. Layout lantai 2.



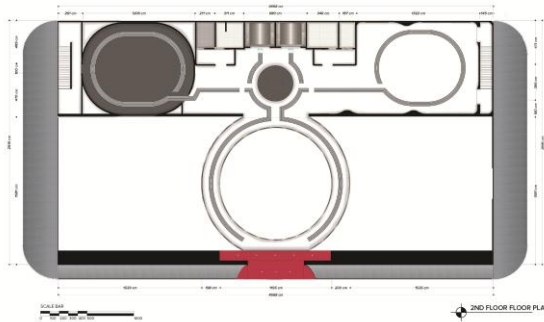
Gambar 7. Layout lantai 3.

Galeri ini menggunakan *layout* yang mengikuti narasi galeri dengan sirkulasi satu arah. Pengunjung dapat mengetahui sirkulasi melalui *wayfinding* pada lantai galeri, selain itu untuk meningkatkan pengalaman galeri pengunjung perlu mendownload aplikasi galeri untuk interaksi pada tiap pameran. Pengunjung yang masuk melalui *main entrance* akan menemui area *giant maquette* yang merupakan daya tarik utama dalam galeri ini. Setelah memasuki area, kemudian di area *entrance hall* ini pengunjung dapat melakukan registrasi untuk masuk dan bisa meminta alat translator untuk pengunjung mancanegara. Narasi berikutnya pengunjung dibawa menuju area pameran pertama yang bertemakan keadaan Surabaya masa kini, kemudian di lantai 2 pengunjung melihat area pameran kedua yang bertajuk Surabaya masa depan dan teater 360 derajat. Area *rooftop* merupakan narasi selanjutnya, dimana pengunjung dapat menikmati area *café* dan juga area komunitas. Kedua area ini terbuka dan pengunjung dapat menikmati pemandangan Kota Surabaya dari puncak teratas gedung galeri ini. Setelah area *rooftop*, narasi galeri ini masih berlanjut kembali ke lantai dasar yaitu area *consultation area* dan *wall of hope*. *Consultation area* ini dibuat dengan tujuan untuk para pengunjung yang ingin berkonsultasi mengenai pembangunan dan juga untuk para investor. Area *wall of hope*, adalah area penutup narasi galeri ini yaitu dengan pengunjung dapat menyampaikan aspirasinya untuk Kota Surabaya.

B. Rencana Pola Lantai



Gambar 8. Rencana pola lantai 1.



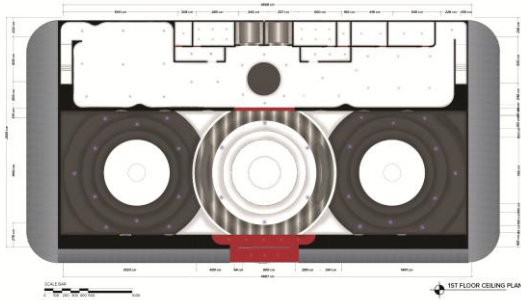
Gambar 9. Rencana pola lantai 2.



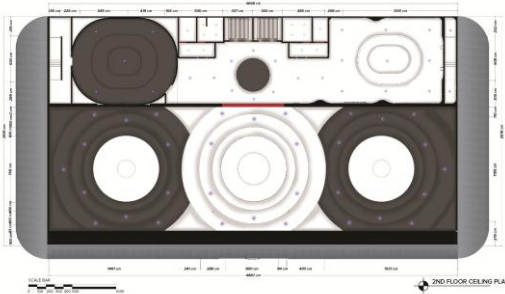
Gambar 10. Rencana pola lantai 3.

Komposisi dan bentuk dasar pola lantai pada galeri ini dipusatkan kembali pada konsep desain yaitu *time capsule*. Pola lantai menggunakan bentuk dasar lingkaran, oval dan bentuk organik yang *edgeless*, sebagai penerapan konsep. Pemilihan material pada galeri ini disesuaikan dengan kebutuhan dan fungsi ruang, pada area pameran galeri di dominasi dengan material vinyl dan cat duco dengan finishing *glossy*. Selain itu pada area lantai pertama dan kedua pola lantai juga didukung dengan sentuhan grafis *branding Planning Gallery of Surabaya* sebagai petunjuk arah sirkulasi dan untuk mendukung *ambience* masa depan. Pada area servis seperti toilet, ruang karyawan, *nursery room* dan lainnya menggunakan *tile* dan parket kayu. Area *rooftop* menggunakan material *concrete* dan rumput. Hal ini disesuaikan dengan kondisi *rooftop* yang terbuka sehingga membutuhkan material yang tahan cuaca dan tahan lama.

C. Rencana Pola Plafon



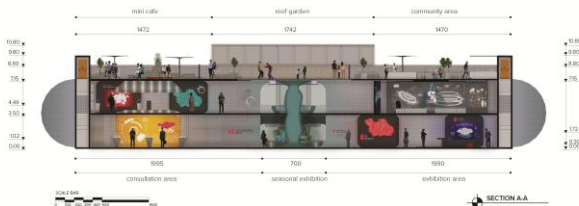
Gambar 11. Rencana pola plafon lantai 1.



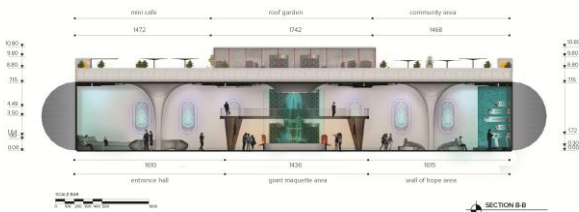
Gambar 12. Rencana pola plafon lantai 2.

Bentuk dasar pada pola plafon galeri ini juga didasarkan pada konsep desain *time capsule*. Plafon pada galeri terdapat pilar yang berbentuk yang juga berfungsi sebagai konstruksi plafon. Selain itu pada plafon didominasi warna putih dan abu tua untuk menekankan kesan bersih sekaligus *depth* dan juga agar area-area tertentu bisa menjadi daya tarik utama. Pola plafon menggunakan penerapan *drop ceiling* dan terdapat *hidden lamp* dari LED strip pada tiap *drop ceiling*. Pada area *rooftop* plafon menggunakan material beton dan rumput sintetis untuk mendukung suasana dan menyesuaikan dengan suasana area.

D. Tampak Potongan



Gambar 13. Potongan A.



Gambar 14. Potongan B.



Gambar 15. Potongan C.



Gambar 16. Potongan D.

Desain akhir yang terlihat dari tampak potongan ini ingin memperlihatkan suasana desain yang sesuai konsep *time capsule* yaitu dengan bentukan dinamis, organis dan *streamlined*. Penggunaan warna yang dominan digunakan adalah putih dan abu-abu, sedangkan warna-warna *branding* seperti merah, toska, biru dan kuning digunakan sebagai aksen pada tiap area. Pada tampak potongan juga dapat dilihat banyak bentukan-bentukan organis pada ruangan mulai dari pilar, dinding hingga furniture. Pada perancangan ini juga didominasi dengan penggunaan teknologi seperti layar *LED Screen* yang banyak ditampilkan pada tampak potongan.

E. Perspektif

1) ENTRANCE HALL



Gambar 17. Perspektif area entrance hall.

Area *entrance hall* adalah area pertama dalam narasi galeri ini. Meja *front desk*, pilar dan bench berbentuk organis menerapkan dari *time capsule*. Material yang digunakan adalah fiber dengan finishing glossy. Lantai pada *entrance hall* menggunakan penerapan unsur grafis *branding* galeri ini.

Pada *entrance hall* juga terdapat layar LED yang besar untuk menampilkan *highlight* dan pengenalan mengenai galeri ini. Bench juga berfungsi untuk tempat briefing tur grup pengunjung. Dan pada *front desk* pengunjung dapat registrasi, bertanya mengenai galeri dan juga meminta fasilitas translator. *Lighting* yang digunakan area ini didominasi menggunakan *spotlight* untuk memberikan efek dramatis dan juga menonjolkan layar LED sehingga menjadi daya tarik utama. Selain itu pada dinding area ini terdapat variasi berbentuk kapsul dengan *hidden lamp* yang kemudian di proyeksikan grafis informasi.

2) GIANT MAQUETTE AREA



Gambar 18. Perspektif area giant maquette.

Area *giant maquette* adalah area utama dalam galeri ini, pada area ini terdapat sebuah maket hologram yang besar dan interaktif. Pengunjung dapat mencoba dan berinteraksi dengan maket ini sehingga dapat melihat Kota Surabaya secara keseluruhan. Penggunaan hologram pada area ini berpengaruh pada *lighting* agar tidak terlalu tinggi intensitas cahayanya sehingga penggunaan *spotlight* hanya pada bagian-bagian tertentu untuk meng*highlight* hologramnya. *Giant maquette* area juga diberi fasilitas lantai mezanin dari lantai 2, sehingga pengunjung dapat melihat dengan perspektif yang lebih luas. Material yang digunakan pada area ini didominasi dengan material metal dengan finishing yang *glossy* dan *metallic*. Seperti pada pilar penyangga lantai mezanin menggunakan ACP, dan pada maket menggunakan aluminium dengan sentuhan acrylic.

3) EXHIBITION 1



Gambar 19. Perspektif area pameran 1.

Area pameran bagian pertama bertajuk Surabaya masa kini, area ini menjelaskan mengenai pemetaan kota, data-data dalam angka, informasi seputar Kota Surabaya dan ditutup mengenai tantangan Kota Surabaya saat ini. Konten pameran dibuat narasi sehingga membuat masyarakat tidak sekedar menjadi tahu tapi juga mulai ikut berpikir mengenai perkembangan Kota Surabaya. Media dalam pameran bagian ini tetap menggunakan banyak teknologi seperti LED *Screen*, VR, AR, audio dan layar sentuh. Dinding pada area pameran ini juga berbentuk organik yaitu bergelombang, dinding pameran menggunakan material ACP dengan motif setengah lingkaran sesuai dengan branding galeri. Dibalik material ACP terdapat LED strip berwarna ungu muda sehingga cahaya yang muncul membentuk *pattern* galeri. Pada area pameran mengenai tantangan Kota Surabaya dibuat kubah yang berbentuk oval. Area ini didominasi dengan warna putih pada bagian dinding dan plafon untuk mengemphasis tiap konten pameran, dan lantai yang terdapat grafis *branding* galeri. Pencahayaan area ini didominasi menggunakan *hidden lamp* sepanjang dinding dan plafon untuk meningkatkan *ambience*, dan juga penggunaan *spotlight* untuk menjadi general lighting namun dengan intensitas terbatas.

4) 360 DEGREE THEATER



Gambar 20 Perspektif area teater 360 derajat.

Area theater 360 derajat ini didominasi layar LED yang mengelilingi seluruh area. Pengunjung dapat menikmati penjelasan mengenai Kota Surabaya, sistem *command center*, dan pengalaman yang lain melalui proyeksi grafis pada layar dan lantai. Fokal point dari teater ini adalah hologram yang terletak ditengah ruangan. Area ini diberi fasilitas bench untuk tempat duduk pengunjung dalam menikmati theater ini. Pencahayaan pada area ini menggunakan *spotlight* namun dengan intensitas yang minimal untuk mengemphasis layar LED. Lantai pada theater menggunakan vinyl hpl yang diberi elemen grafis *branding* galeri.

EXHIBITION 2



Gambar 21. Perspektif area pameran 2.

Area pameran bagian kedua ini, bertajuk Surabaya masa depan, sehingga pada area ini menjelaskan mengenai pemetaan kota, sistem *smart city*, *e-government*, transportasi publik, *green city* dan diakhiri mengenai pertanyaan andil masyarakat dalam pembangunan Kota Surabaya. Pameran ini menggunakan media teknologi seperti LED Screen, VR (*Virtual Reality*), audio dan layar sentuh. Dinding pada area pameran ini tidak jauh berbeda dengan area pameran Surabaya masa kini yang berbentuk organik yaitu bergelombang dan menggunakan *hidden lamp* untuk menonjolkan motif ACP. Pada area dengan topik #KamuntukSurabaya dibuat layar LED pada bagian lantai dan juga terdapat kubah diatasnya yang berbentuk oval. Bagian *green city* digunakan layar LED yang ingin menunjukkan suasana kota hijau yang didominasi dengan gambar tanaman dan pohon. Area pameran ini didominasi dengan warna putih pada bagian dinding dan plafon, pada bagian lantai terdapat grafis *branding* galeri. Pencahayaan area ini didominasi menggunakan *hidden lamp* sepanjang dinding dan plafon dengan penggunaan *spotlight* untuk menjadi *general lighting* namun dengan intensitas terbatas. Desain ini berharap masyarakat bisa mengetahui informasi pembangunan sekaligus menjadi wisata edukasi.

5) ROOF GARDEN



Gambar 22. Perspektif area mini cafe.



Gambar 23. Perspektif area komunitas.



Gambar 24. Perspektif area roof garden.

Area *roof garden*, memiliki fasilitas yaitu café dan juga *community area*. Pada saat sampai pada *roof garden* pengunjung akan di sambut dengan LED Floor yang menampilkan grafis interaktif. Kemudian di area café pengunjung dapat menikmati makanan khas Surabaya, dan di area komunitas pengunjung dapat bertukar pikiran dan berdiskusi dengan pengunjung yang lain. Pada area *roof garden* bentukan pola lantai dan furniture didominasi bentukan bulat. Material yang digunakan pada area ini adalah beton dan juga rumput sintesis. *Roof garden* dibuat tidak terlalu memiliki banyak pelindung dari air hujan karena ingin bisa membuat pengunjung merasakan suasana yang berbeda dari Kota Surabaya. *Roof Garden* menggunakan pencahayaan natural pada siang hari dan *standing lamp* pada malam hari. Area komunitas juga berfungsi agar masyarakat bisa berdiskusi berkenalan satu dengan yang lain dan bisa membahas mengenai ide-ide untuk Kota Surabaya. Sehingga area ini menjadi area yang diharapkan bisa mengajak masyarakat untuk meningkatkan aspirasi masyarakat.

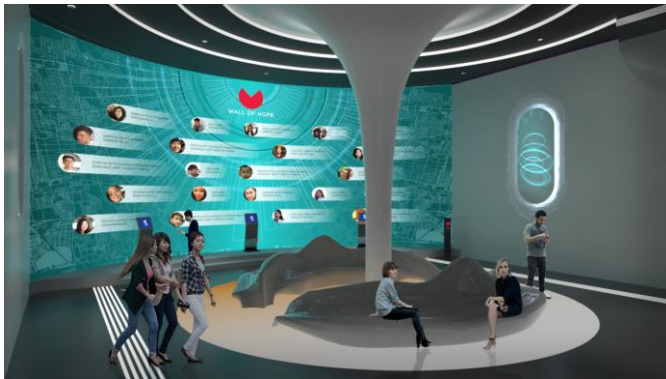
6) CONSULTATION AREA



Gambar 25. Perspektif area konsultasi.

Area konsultasi ini merupakan area di bagian akhir narasi galeri, area ini bertujuan memberi fasilitas pada pengunjung dan investor yang ingin berkonsultasi mengenai pembangunan di Kota Surabaya. Area ini difasilitasi dengan LED Screen, meja dan teknologi seperti tablet layar sentuh. Lantai pada area ini diterapkan *branding* galeri yang menggunakan gradasi warna merah, dan pencahayaan pada area ini menggunakan pencahayaan *general* dan *accent light* yaitu dengan *spotlight*. Area ini juga sebagai jawaban dari rumusan masalah untuk menghilangkan gap antara masyarakat dan pemerintahan, dimana pengunjung bisa bertanya secara langsung kepada pemerintahan.

7) WALL OF HOPE



Gambar 26. Perspektif area wall of hope.

Area *wall of hope* merupakan area terakhir dari narasi galeri ini, area ini merupakan tempat dimana pengunjung dapat memberikan aspirasinya untuk Kota Surabaya. Dan area ini menjadi salah satu jawaban untuk mengajak dan memberikan wadah masyarakat untuk memberikan aspirasinya terhadap Kota Surabaya. Pengunjung dapat menuliskan aspirasinya melalui layar sentuh yang kemudian bisa menyambung kepada layar LED sehingga aspirasi tersebut dapat terlihat oleh pengunjung lainnya. Pada area ini menggunakan pencahayaan *spotlight*, dan lantai menggunakan vinyl hpl berwarna abu dan putih. Area ini juga difasilitasi bench yang berbentuk organis untuk orang dapat duduk dan beristirahat sejenak.

VI. KESIMPULAN

Perancangan *interior planning gallery* of Surabaya ini bertujuan untuk mawadahi masyarakat Surabaya untuk mengetahui perencanaan Kota Surabaya untuk mendukung sistem *open government* sekaligus menghilangkan gap informasi antara masyarakat Surabaya dan pemerintah Kota Surabaya. Galeri ini juga diharapkan bisa mawadahi aspirasi masyarakat Surabaya, sehingga melalui galeri ini masyarakat bisa semakin ikut berpartisipasi aktif dalam pembangunan Kota Surabaya.

Konsep besar galeri ini adalah membuat galeri mengenai masa depan, dengan 3 aspek utama yaitu informasi perencanaan kota, wisata edukasi, dan aspirasi. Sedangkan untuk konsep desain perancangan interior ini adalah *time capsule* yang memiliki definisi sebuah penyimpanan barang atau informasi sejarah biasanya ditujukan untuk sejarahwan masa depan. Dengan konsep ini dalam implementasi desain menggunakan desain yang bentuk organik dan *clean look*. Galeri ini didasari penggunaan teknologi yang interaktif seperti proyeksi, hologram, dan layar sentuh. Penggunaan warna disesuaikan dengan warna *branding planning gallery* namun dengan dominan warna dasar putih, abu dan hitam.

Dalam mencapai tujuan, galeri ini dibagi menjadi beberapa area yaitu area *entrance hall*, *giant maquette area*, *exhibition: the present*, *exhibition 2: the past*, *360degree theater*, *community area*, *mini café*, *roof garden*, *consultation area*, dan *wall of hope*. Area-area tersebut dibuat untuk memenuhi kebutuhan pengguna, namun area utama dalam galeri ini adalah area pameran dan *giant maquette*.

Dengan adanya perancangan ini masyarakat Surabaya memiliki fasilitas untuk mengetahui perencanaan kota, dan juga menjadi alat kontrol masyarakat terhadap program pemerintahan. Masyarakat Surabaya juga bisa menyampaikan aspirasi mereka untuk bisa ikut andil dalam pembangunan Kota Surabaya. Sehingga perencanaan Kota Surabaya terjamin dan *sustainable* melalui *Planning Gallery of Surabaya* ini dalam jangka waktu yang lama.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yesus atas penyertaannya dalam semua proses tugas akhir ini, juga kepada Ibu Diana Thamrin, S.Sn, M.Arch. selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Drs. Linggajaya Suryanata, HDII selaku pembimbing 2 yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu, mengarahkan dan memberi banyak masukan terhadap tugas akhir penulis sehingga menjadi lebih baik. Kemudian untuk BAPPEKO (Badan Perencanaan Pembangunan Kota) Surabaya yang sudah membantu dan memberi informasi mengenai perencanaan Kota Surabaya yang sangat membantu untuk perancangan ini. Selain itu terima kasih juga kepada Lenny Hartatik, ibu dari penulis yang tiada henti memberi dukungan material dan moril kepada penulis. Terakhir terima kasih kepada seluruh teman-teman dari penulis yang tidak dapat di sebutkan satu per satu yang telah memberi dukungan moril dengan luar biasa dan tiada henti, hingga perancangan tugas akhir ini selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <http://surabaya.go.id/berita/8230-penghargaan>. n.d. Agustus 2018
- [2] Prakoso, Amriyono. Enam Kota di Indonesia dapat Penghargaan dari Open Government. *Tribun News*. 2017. 31 Agustus 2019. <<http://www.tribunnews.com/nasional/2017/03/22/enam-kota-di-indonesia-dapat-penghargaan-dari-open-government-asia>>
- [3] Kumar, Vijay. *101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization*. John Wiley & Sons, 2012.
- [4] "galeri." *KBBI Daring*. 2016. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 31 Agustus 2018. <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/galeri>>
- [5] "museum." *KBBI Daring*. 2016. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 31 Agustus 2018. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/museum>
- [6] Locker, Pam. *Basic Interior Design 02: Exhibition Design*. Switserland: Ava Publishing SA, 2011.
- [7] Tim Penulis. *Dinamika dan Perubahan Sosial Budaya Kota-kota di Jawa Timur*. 2012. Yogyakarta: Ar-ruzz media.
- [8] MacLeod, Suzanne , Laura Hourston and Jonathan Hale. *Museum Making: Narratives, Architectures, Exhibitions*. New York: Routledge, 2012.
- [9] Vermeeren, Arnold , Licia Calvi and Amalia Sabiescu. *Museum Experience Design: Crowds, Ecosystems and Novel Technologies*. Springer, 2018.
- [10] Tallon, Loïc. *Digital Technologies and the Museum Experience: Handheld Guides and Other Media*. Plymouth: Rowman Altamira, 2008.
- [11] Ambrose, Timothy and Crispin Paine. *Museum Basics: The International Handbook*, 4th ed. New York: Routledge, 2018.
- [12] Lord, Barry and Gail Dexterlord. *Manual of Museum Planning: Sustainable Space, Facilities, and Operations*, Edition 3. Plymouth: Rowman Altamira, 2012.