

PERANCANGAN PRODUK INTERIOR DAN BOOTH DENGAN PENDEKATAN KEARIFAN LOKAL

Luh De Risa Agustin Dharma Gunung^a, L. Maureen Nuradhi^b, Melania Rahadiyanti^c
^{a/b/c}Arsitektur Interior, Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia
alamat email untuk surat menyurat : maureen.nurhadi@ciputra.ac.id

ABSTRACT

This article contains the product design and booth for the Luhde Risa company which is made as a business preparation for the author in the future. The business focus taken by the author is modern local wisdom. The concept of local wisdom carried by the author focuses on the traditions and wealth of Indonesia. The author designs interior products and booths with a local wisdom approach in Bali. The purpose of this design is to maintain and enhance Indonesian local wisdom in the form of interior products, create products that are able to follow trends but still maintain local wisdom, become a provider of the need for space contents that can help consumers in completing space needs, becoming a company that is able to compete globally, increasing world achievement in the field of creative industries, especially the furniture industry. This design uses exploration, observation and analysis of Indonesian resources as a reference in designing interior products. The design of the booth is based on the results of the market survey obtained through the results of personal analysis. Exploration, observation and analysis were obtained from several articles, resource persons conducted through interviews with similar competitors and market surveys through questionnaires. Using the potential of natural resources from Indonesia which has the potential to develop this business so that it is expected to be able to provide a positive response to the economic development of Indonesia and globally.

Keywords: *Booth, Creative Industries, Furniture, Interior Products, Local Wisdom.*

ABSTRAK

Artikel ini berisi tentang rancangan produk dan *booth* untuk perusahaan Luhde Risa yang dibuat sebagai persiapan bisnis penulis dimasa yang akan datang. Fokus bisnis yang diambil penulis adalah kearifan lokal yang *modern*. Konsep kearifan lokal yang diusung penulis berfokus pada tradisi dan kekayaan Indonesia. Penulis merancang produk interior dan *booth* dengan pendekatan kearifan lokal daerah Bali. Tujuan dari perancangan ini untuk mempertahankan serta meningkatkan kearifan lokal Indonesia dalam bentuk produk interior, menciptakan produk yang mampu mengikuti tren namun tetap mempertahankan kearifan lokal, menjadi penyedia kebutuhan akan isi ruang yang mampu membantu konsumen dalam melengkapi kebutuhan ruang, menjadi perusahaan yang mampu bersaing secara global, meningkatkan prestasi dunia dalam bidang industri kreatif khususnya industri mebel. Perancangan ini menggunakan eksplorasi, observasi dan analisa sumber daya Indonesia sebagai acuan dalam perancangan produk interior. Perancangan *booth* dilakukan berdasarkan acuan hasil survei pasar yang didapatkan melalui hasil analisa pribadi. Eksplorasi, observasi dan analisa diperoleh dari beberapa artikel, narasumber yang dilakukan melalui wawancara dengan kompetitor sejenis dan survei pasar melalui kuisioner. Menggunakan potensi sumber daya alam dari Indonesia yang memiliki pontensi untuk mengembangkan usaha ini sehingga diharapkan mampu memberikan respon positif terhadap perkembangan ekonomi Indonesia maupun global.

Kata Kunci : *Booth*, Industri Kreatif, Kearifan Lokal, Mebel, Produk Interior

<https://doi.org/10.37715/aksen.v4i2.1315>

PENDAHULUAN

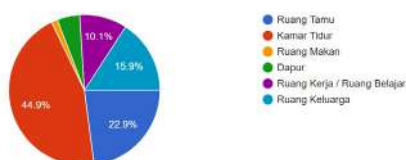
Latar Belakang Desain

Banyaknya *buyer* luar negeri meningkatkan permintaan akan mebel dan kerajinan Indonesia untuk pasar global. Keunikan desain yang didukung oleh nilai budaya lokal menjadi nilai jual tinggi bagi produk mebel dan kerajinan Indonesia di pasar Internasional (SINDONEWS,2018). Selain budaya lokal, Indonesia juga memiliki sumber daya bahan baku yang melimpah sehingga dapat dimanfaatkan untuk proses pembuatan produk mebel dan kerajinan. Hal tersebut memberikan peluang untuk mengolah bahan baku yang ada menjadi produk yang memiliki nilai lokal dengan kearifan lokal Indonesia sebagai inspirasi, fungsi, bentuk, konstruksi, *finishing* dan perlakuan bahan.

Penggunaan bahan baku tersebut sebagai elemen dalam mendesain interior yang disesuaikan dengan kebutuhan masa kini. Saat ini kebutuhan akan produk mebel meningkat pada kebutuhan ruang tidur, terbukti dari hasil survei yang dilakukan 44,9% dari 227 responden melakukan pergantian *furniture* pada kamar tidur.

Ruang interior manakah yang paling sering anda ganti furniture / produk interiornya?

227 responses



Gambar 1 Hasil Survei
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Hal ini dikarenakan *furniture* di ruang tidur lebih sering digunakan dan dibutuhkan dimana manusia paling rutin terjadi di ruang tidur seperti berganti pakaian, tidur, berdandan dan melakukan kegiatan lainnya seperti mengerjakan pekerjaan yang berhubungan dengan laptop dan menulis.

Dengan adanya permintaan maka muncul penawaran dari produk yang dibutuhkan. Penawaran dapat dilakukan melalui beberapa cara diantaranya dilakukan melalui *online* dan *offline*. Penawaran secara *online* berupa promosi melalui *Webstore*, Instagram dan Facebook sedangkan untuk penawaran secara *offline* dapat dilakukan melalui acara *exhibition* atau dikenal dengan pameran yang diadakan didalam maupun luar negeri. Penawaran secara *offline* menjadi peluang besar bagi pelaku usaha mebel untuk bisa menunjukkan hasil produk secara langsung ke target pasar yang dituju. Dengan demikian diperlukan sarana untuk memenuhi kebutuhan dalam kegiatan penawaran secara *offline* berupa tempat untuk *display* produk yang disebut dengan *booth* pameran. Desain *booth* pameran identik dengan desain yang sesuai karakter atau ciri khas *brand* yang ditawarkan sehingga mampu menarik pengunjung yang datang. Dengan demikian perlu adanya sarana *display* atau *booth* yang menarik dengan konsep pelengkap yang sesuai dengan produk yang tawarkan.

Perumusan Masalah

a. Proyek Produk Furnitur:

Bagaimana desain produk yang menerapkan kearifan lokal dan mampu bersaing dengan produk bergaya *modern* atau tren masa kini dipasar domestik maupun global, serta mengedepankan bahan baku mentah menjadi produk jadi yang mencerminkan kekayaan Indonesia?

b. Proyek *Booth* :

Bagaimana desain *booth* yang mampu menarik perhatian pengunjung dan merasakan keberadaan furnitur sebagai elemen utama dalam ruang yang mampu berbaur dengan lingkungan sekitarnya?

Batasan Perancangan Ruang Lingkup Perancangan

Produk yang dirancang pada proyek akhir ini adalah furnitur dan aksesoris interior dengan material asli Indonesia seperti rotan dan kayu serta material pendukung lainnya yang berfokus pada fasilitas interior ruang tidur.

Fokus tersebut digunakan untuk produk keluaran seri pertama yang terdiri dari *bed, wardrobes, dressing table, dressing chair, slipper chair, wall lamp, mirror* dan *side table*.

Selain produk interior, perancangan ini juga membuat perancangan *booth* sebagai sarana *display* untuk produk yang ditawarkan dalam membantu pemasaran secara langsung ke pengunjung. *Booth* dirancang mulai dari lantai, dinding, plafon hingga aksesoris ruang yang dibutuhkan di *booth* pameran.

Tujuan Perancangan

1. Untuk mendesain produk yang menerapkan kearifan lokal dan mampu bersaing dengan produk bergaya *modern* atau tren masa kini di pasar domestik maupun global, serta mengedepankan bahan baku mentah menjadi produk jadi yang mencerminkan kekayaan Indonesia.
2. Untuk mendesain *booth* yang mampu menarik perhatian pengunjung dan merasakan keberadaan *furniture* sebagai elemen utama dalam ruang yang mampu berbaur dengan lingkungan sekitarnya.

LITERATUR

- a. Definisi Kearifan Lokal
Kearifan lokal merupakan bagian dari budaya suatu masyarakat yang tidak dapat dipisah-

Tabel 1. Tabel Batasan-batasan Perancangan

Batasan – batasan Perancangan	
a. Standar elemen – elemen pembentuk produk	Material, struktur/konstruksi, ergonomi, anthropometri, <i>healthy and safety</i> , serta dampak terhadap lingkungan.
b. Inspirasi yang dijadikan sebagai patokan dalam desain.	Bentukan, makna/filosofi, perilaku serta tradisi budaya.

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

- kan dari bahasa masyarakat itu sendiri. Kearifan lokal (*local wisdom*) biasanya diwariskan secara turun temurun dari satu generasi ke generasi melalui cerita dari mulut ke mulut. Kearifan lokal sebagai suatu pengetahuan yang ditemukan oleh masyarakat lokal tertentu melalui kumpulan pengalaman dalam mencoba dan diintegrasikan dengan pemahaman terhadap budaya dan keadaan alam suatu tempat (pengertianmenurutparaahli.net, 2019).
- b. Definisi *History, Historicism and The Study of Precedence*
Studi yang mengambil sebuah sejarah sebagai gaya atau *style* dalam mendesain dengan cara melihat makna historinya. Histori dapat diambil atau diadopsi dari budaya, teknologi dan historisnya (Antoniades, 1992).
- c. Definisi *Mimesis*
Studi yang dilakukan dengan cara meniru bentuk yang sudah ada dengan menghadirkan kembali rupa awal atau asli dan melakukan sedikit perubahan yang nantinya akan menghasilkan karya baru (Pasla & Tinangon, 2016).
- d. Definisi *Focus on Material*
Studi yang mengambil material sebagai fokus dalam mendesain atau merancang karena suatu alasan dan pertimbangan sehingga mampu dijadikan dasar dalam mengangkat konsep desain (Antoniades, 1992).
- e. Definisi *Traditional Strategy*
Merupakan strategi yang paling mudah di mana perancangan berangkat dari kebutu-

han eksternal (*site, view, orientasi, arah angin, dan kriteria lingkungan*), internal (*fungsi, programatik, kriteria struktural*), dan kebutuhan artistik. Strategi dengan cara tradisional walaupun mengalami berbagai macam pengolahan akan tetapi hasil akhirnya sudah dapat diprediksi. Karena faktor-faktor yang membentuk sudah umum sehingga memiliki perbedaan yang sedikit (Antoniades, 1992).

f. Definisi *Borrowing Strategy*

Strategi di mana perancang mengadopsi dari bentuk lain seperti lukisan, patung, objek, artifak, dan lain-lain dan mentransformasikannya ke dalam bentuk tiga dimensi rancangan. Strategi *borrowing* pada umumnya adalah hal-hal yang tidak berkaitan dengan hasil akhirnya yang tidak dapat diterima dilihat dari segi ilmiah, biologi, matematika, dan ilmu pengetahuan (Antoniades, 1992).

METODE

Eksplorasi

Eksplorasi digunakan untuk melakukan pengumpulan informasi literatur untuk penelitian. Informasi yang didapatkan berupa artikel yang berhubungan dengan mebel, *furniture*, produk interior, kearifan lokal Indonesia dan *booth* sebagai patokan dalam melakukan observasi.

Metode ini juga digunakan untuk mencari target pasar yang sesuai dengan desain produk yang dirancang. Salah satu kegiatan eksplorasi yang dilakukan melalui kuesioner dengan 227 responden untuk tahap ke-2.

Observasi

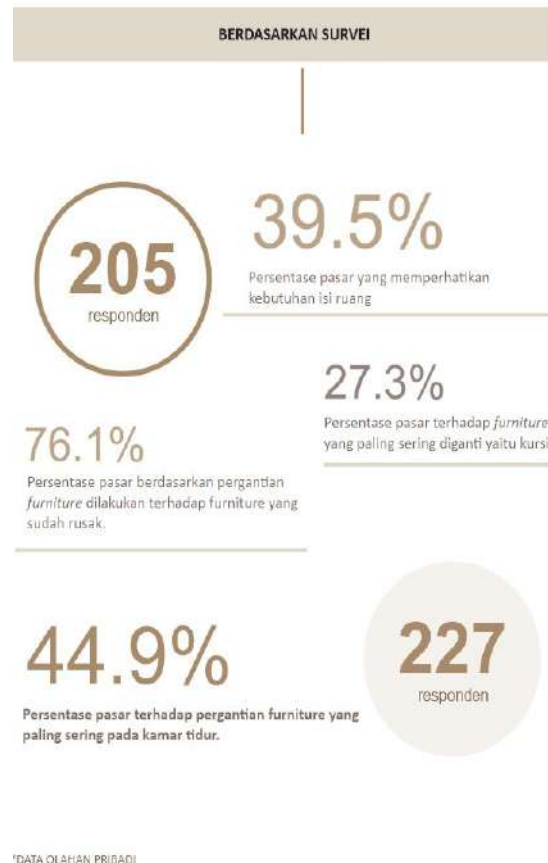
Metode observasi ini dilakukan melalui pengalaman *internship* di perusahaan Santai Furniture pada bulan Agustus – November 2019. Kegiatan selama *intern* melakukan pengamatan akan material dasar dan pembelajaran pengembangan konsep desain dengan mengambil kearifan lokal Indonesia.

Pengamatan ini merupakan salah satu pilihan yang dijadikan suatu acuan dalam penelitian yang nantinya akan dikembangkan dalam desain. Observasi juga dilakukan pada proyek *booth* yang nantinya digunakan sebagai tempat promosi atau pameran produk dengan melakukan pengamatan *site booth*, kebutuhan ruang dan tingkah laku pengunjung serta *staff* yang ada didalamnya.

Analisa

Metode analisa dilakukan melalui artikel dan narasumber yang ahli dalam bidangnya. Analisa melalui artikel dilakukan dengan memilih data yang akan digunakan dalam pengembangan desain untuk membantu dalam memetakan literatur, rumusan masalah, kebutuhan desain furnitur dan pelingkup ruang *display* pameran.

Untuk metode analisa melalui narasumber dilakukan melalui wawancara dengan perusahaan mebel yaitu “Temu Kangen” yang memiliki usaha furnitur dan aksesoris dengan konsep kearifan lokal.






Gambar 2. Analisa Pasar berdasarkan Survei
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Analisa juga dilakukan pada pengumpulan data dari responden yang menjawab akan kebutuhan yang utama dengan hasil ruang tidur merupakan kebutuhan yang paling sering melakukan perbaruan furnitur.

Ideasi

Metode yang dilakukan setelah melakukan metode analisa untuk mencari sebuah konsep dan ide yang akan diterapkan dalam desain produk dan *booth*.

Tabel 2. Tabel Schematic Design

Gambar Alternatif	
1. Alternatif Desain 1	
	
	
2. Alternatif Desain 2	
	

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Pengembangan Desain

Metode berupa evaluasi hasil kerja dari fase-fase yang telah dilalui untuk menciptakan hasil desain akhir yang akan dirancang.

Desain Akhir

Metode akhir yang dilakukan dalam mendesain guna menghasilkan desain akhir sebelum proses

produksi dilakukan. Desain akhir berupa gambar kerja detail dan gambar-gambar perspektif desain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Desain

a. Produk Furnitur

Konsep perancangan produk interior yang

dirancang menggunakan bahan baku asli Indonesia untuk mendesain elemen Interior yang sesuai dengan kebutuhan masa kini.

Menggunakan kearifan lokal Indonesia sebagai inspirasi, fungsi, bentuk, konstruksi, *finishing* dan perlakuan bahan. Pendekatan konsep yang digunakan adalah pendekatan *focus on material* dengan strategi perancangan *traditional and borrowing* yang diambil dari kebudayaan Indonesia.



Gambar 3. Konsep Karakter Gaya Produk yang Diambil
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019



Gambar 4. Hasil Produk Jadi
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Menggunakan konsep aplikasi karakter gaya *History, Historicism And Study Precedence, Mimesis & Focus On Material* dengan mengambil inspirasi bentuk dari perhiasan perempuan Bali Indonesia menggunakan material rotan dan mengembangkannya kedalam gaya atau tren yang sedang berkembang.

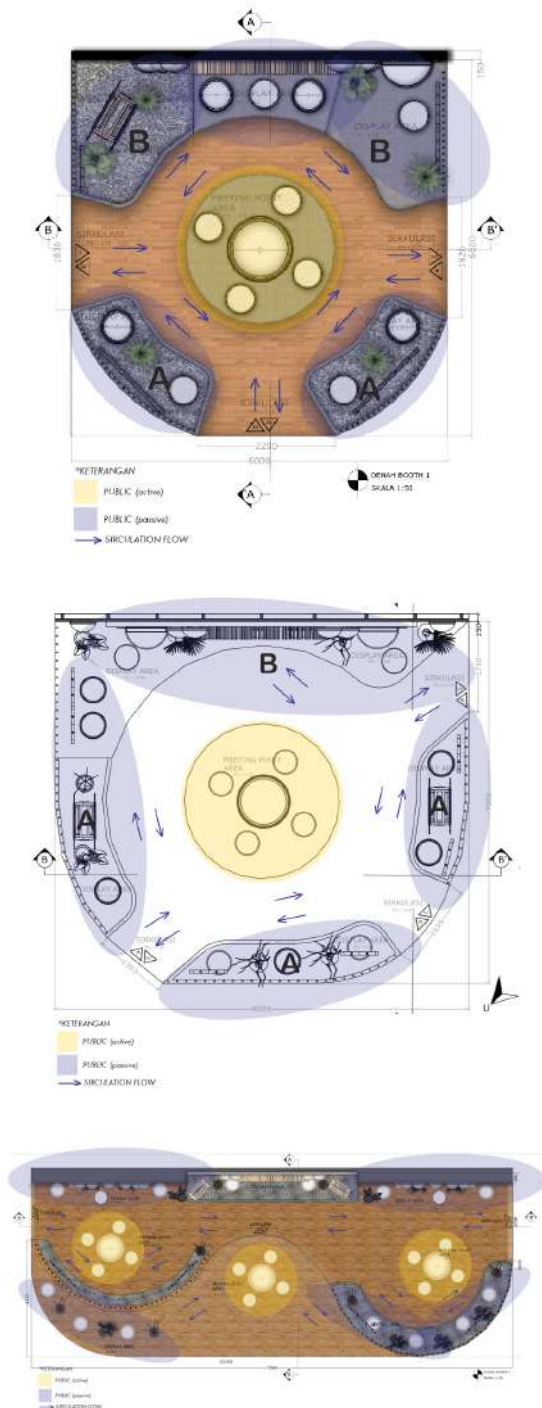
b. Booth

Konsep perancangan *booth* pameran adalah menata area *display* dengan tiga sisi terbuka yang dapat menarik perhatian dan kebebasan pengunjung untuk mengenal produk yang ditawarkan dengan sistem organisasi pola sirkulasi campuran.

Suasana *booth* dirancang secara terintegrasi dan kreatif, yang menggabungkan rangsangan visual, pendengaran, bau dan perasaan untuk mencapai beberapa tujuan untuk menarik pengunjung (Kusumowidagdo, 2005).

Dengan sentuhan kerajinan tangan manusia yang berasal dari produk dan material yang ramah lingkungan, mampu berbaur dengan lingkungan sekitarnya.

Konsep *handmade, environmentally friendly* dipilih sebagai solusi desain yang diterapkan ke dalam *booth* untuk merasa lebih terhubung dengan bumi dengan cara memasukkan elemen pendukung seperti tanaman hias, batu-batu alam serta penggunaan material kayu dan warna.



Gambar 5. Konsep Zoning, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi Booth
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Dari gambar diatas dapat disimpulkan konsep zoning, organisasi ruang dan sirkulasi menggunakan konsep yang sama dimana keterangan huruf yang terdapat pada kolom *grouping* ruang menandakan keterangan prioritas penjualan pada area *display* produk.

Semakin awal huruf abjad maka prioritas pemasaran produk semakin utama dimana dalam keterangan gambar huruf "A" memiliki prioritas pemasaran yang utama. Untuk organisasi ruang menggunakan sistem radial yang bertujuan untuk memudahkan pengunjung yang melihat ke *booth* pameran dimana ada pembagian *cluster* pada produk yang *display* sesuai dengan fungsi ruangan masing-masing.

Sedangkan konsep aplikasi karakter gaya dan suasana ruang yang akan diaplikasikan didalam *booth* pameran tentunya mengikuti karakter produk yang dijual menggunakan konsep *Handmade, Environmentally Friendly* yang memberikan sentuhan elemen-elemen ramah lingkungan seperti batu alam, tanaman hias dan barang-barang yang terbuat dari tanah liat sehingga merasa lebih dekat dengan alam dan konsep ini juga identik dengan pulau Bali yang identik dengan kekayaan alam dan budaya lokalnya.

Konsep aplikasi bentuk dan bahan pelengkap yang diterapkan menyesuaikan dengan material produk yang dipamerkan yaitu rotan. Untuk bahan pelengkap *booth* terdiri dari *gypsum*

board yang diaplikasikan pada plafon dan dinding *booth*, untuk lantai menggunakan *plywood* dan dinding sekeliling menggunakan kayu panjang yang berbentuk silinder digabungkan dengan besi *hollow*.

Dimensi koridor atau area sirkulasi dalam *booth* dapat mempengaruhi kenyamanan dan membantu pengunjung merasakan kekhasan suatu tempat.



Gambar 6. Perspektif *Booth*
(*booth* 6 x 6 m dan 17 x 6,5 m)
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

KESIMPULAN

Perancangan produk interior dan *booth* dengan metode pendekatan kearifan lokal ini memiliki konsep yang diambil dari permasalahan yang

ada. Untuk mendapatkan konsep perancangan, mengangkat desain dengan kearifan lokal yang menggunakan potensi sumber daya alam yang ada di Indonesia yaitu berupa material sebagai pendukung perancangan serta kearifan budaya lokal Bali menjadi salah satu dasar pemikiran yang digunakan dalam proses berfikir dan mengambil bentuk desain produk dengan menggunakan strategi *traditional and borrowing*. Dengan tetap memperhatikan kebutuhan ruang maka dalam desain tetap memperhatikan fungsi dan juga estetika produk. Penerapan fungsi dan estetika juga diterapkan pada *booth* yang digunakan sebagai sarana pameran dengan mengangkat konsep *handmade, environmentally friendly* dimana *booth* pameran harus mampu menyatu dengan produk yang dipamerkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Antoniades, A. C, 1992,“. *Poetic of Architecture– Theory of Design*.
- Biantoro, I., & Zulaikha, E. (2017).Eksperimen Sistem Sambungan Rotan Untuk Pengembangan Sarana Duduk Rotan, *IDEA Jurnal Desain*, 16(1), 23-26, Institut Teknologi Sepuluh November,Surabaya.
- Devina, A., Utomo, T.N., & Zulaikha, E. (2017). Perancangan Furniture Kamar Tidur Untuk Produksi Massal Dan Stan Pameran, *Aksen*, 2(2), 153-188, Universitas Ciputra, Surabaya.
- Kusumowidagdo, A. (2005). Peran Penting Perancangan Interior Pada Store Based

Retail. *Dimensi Interior*, 3(1).

Nugraha, R. (2016). Kajian Desain Perhiasan Tulola Jewelry Dengan Inspirasi Budaya Bali, *Jurnal Rupa*, 1(1), 51-63, Universitas Telkom, Bandung.

Palupi, A.E., Utomo, T.N., & Nuradhi, L.M. (2016). Perancangan Furnitur Berbahan Rotan Dan Fasilitas Pendukungnya, *Aksen*, 2(1), 51-63, Universitas Ciputra, Surabaya.

Pasla, V., & Tinangon, A. (2016). Arsitektur Mimesis, *Media Matrasain*, 13(1), 47-55, Universitas Sam Ratulangi, Manado.

Wardhani, D., Kusumowidagdo, A., Kaihatu, T., & Rahadiyanti, M. (2019). Sense Of Place Pasar Barang Antik Triwindu: Eksplorasi Faktor Fisik Dan Sosial Pada Kompleks Arsitektur Komersial Di Surakarta. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(1), 136-145