

Penerapan Desain Interior dan Arsitektur ke dalam Konsep Bisnis Dekorasi Acara

Andre Soenarto, Tri Noviyanto P. Utomo, M.Y. Susan

Interior Architecture Department, Universitas Ciputra, UC Town, Citraland,
Surabaya 60219, Indonesia

corresponding email: andre.soenarto693@gmail.com

Abstract: *Along with the development era, Indonesia is experiencing growth in the field of economy and culture. One of the culture break from the Indonesian population lifestyle happens in holding an event. Business in the daily work does not allow them to plan their own events thus require assistance from other party organizer. This opportunity is one of the main reasons of Event Planner and Event Decoration thrive in big cities, and including in Semarang. As the capital and largest city in Central Java, Economy of Semarang city has attracted many investors to come and do some business. By relying on the captive market as well as the partner that has been built over the years Serotonin Event Planning And Decoration trying to participate in this entertainment world through decoration event as the main product. By targeting the high-end community in Semarang, Serotonin will focus on the highest segment in the economy class in Semarang. One of the regular events of this Event Decoration is the weddings and birthdays, therefore, this final project is designing three thematic concept which are chinese and traditional concept for wedding event and steampunk for birthday party. This event itself will be attended by a lot of people as guests so it takes marvelous decoration besides the event itself should not be boring as well. Serotonin will improving the requirement of design complexity for the events that are not faced by other Decoration Event that usually limited to the decoration itself, therefore this will be the main difference between Serotonin with other similar companies. Interior Architecture background also will affecting in design process from the design stage up to final design presentation that will be our distinctive characteristic.*

Keywords: *Event Decoration, Wedding, Birthday, Thematic, High-End*

BISNIS

Problem dan Solusi

Jasa *Event Decoration* sudah tidak dianggap sebagai barang mewah lagi, namun merupakan *life style* dimana setiap *event* akan memakai dekorasi meskipun hanya sekedar *table decoration* atau *stage decoration*.

Pekerjaan dekorasi pun juga dianggap sebagai *prestige* dari *event* yang diadakan, bagaimana kemewahan dekorasi yang ada tentu akan menarik pengunjung atau tamu yang datang dan memuji penyelenggara *event* atas kemewahan serta *budget* yang dikeluarkan dalam *event* tersebut akan mempengaruhi *prestige* bagi pemilik acara sendiri.

Penentuan penggunaan jasa *Event Decoration* ini didasari oleh gaya hidup sekarang dimana sudah bukan hanya pria yang bekerja namun pria dan wanita akan bekerja bersama untuk memenuhi kebutuhan hidup atau mencapai suatu tujuan.

Gaya hidup ini yang menjadi keterbatasan bagi masyarakat untuk mengurus *event* yang dimiliki sehingga mereka lebih memilih untuk mengeluarkan uang lebih namun mendapatkan perencanaan dan pengerjaan yang maksimal juga efisien.

Melihat peluang yang ada maka Serotonin sebagai salah satu *Event Decoration* menawarkan solusi sebagai berikut :

1. *New Market Concept*

Membagi *market* menjadi dua paket yaitu *market* yang memiliki yang ada sebelumnya dan memilih property dekorasi yang akan digunakan sesuai dengan *budget*.

Market yang kedua adalah *high limited budget* dimana desain yang diberikan adalah *custom* dan *personalized design*, klien diperbolehkan membuat desain sepersonal mungkin dengan konsep-konsep yang belum pernah ada sebelumnya, dengan harga yang tentunya lebih mahal paket ini masuk dalam kategori *high-end design*.

2. *Augmented Reality*

Menggunakan program dari *Aurasma* sebagai media presentasi yang tentunya akan meningkatkan *image modern* dan *exclusive* dari klien. Program ini akan membantu klien membayangkan 3D desain yang diinginkan , selain itu dapat digunakan dalam presentasi awal saat *mix and match design* ataupun *portfolio* perusahaan.

3. *Marketing*

Sebagai salah satu media promosi yang banyak dimiliki oleh orang-orang sekarang ini adalah media sosial, *Instagram*, *Path* adalah sarana yang paling mudah dan banyak digunakan oleh bidang usaha jasa namun masih jarang sekali dilakukan oleh vendor

dekorasi di Semarang.

4. *Customer Relationship*

Menjaga hubungan baik dengan klien dapat dilakukan dengan berbagai cara, mulai dari pengerjaan dekorasi yang apik hingga *follow-up* ketika acara telah selesai, sedangkan cara yang digunakan untuk memelihara hubungan baik ini adalah memberikan *hand gift* yang dapat digunakan untuk mengisi rumah baru pasangan mempelai.

Selain itu pemberian *discount card* bagi *customer* untuk digunakan kembali pada penggunaan jasa ke-dua berlaku bagi *customer* dan keluarga yang dimiliki, cara ini digunakan untuk mengontrak *customer* agar tidak menggunakan vendor lain karena sudah mendapatkan jaminan *discount* harga.

Keunggulan Bisnis

Serotonin sendiri tidak menawarkan banyak perbedaan pada barang dan jasa yang diberikan karena pada dasarnya setiap *Event Decoration* menawarkan hal yang sama, namun ada beberapa poin yang belum ditawarkan oleh kompetitor lain sehingga poin-poin ini layak menjadi keunggulan bisnis Serotonin.

Keunggulan Serotonin sendiri adalah dengan berbasis desain interior maka kompleksitas dan totalitas desain yang dimiliki berbeda dengan *Event Decoration* yang tidak berbasis desain

interior tentunya, mulai dari pemetaan *site analysis* serta pembagian alur dan *view* ke *stage* yang disamakan dengan bagaimana *rundown* acara akan dibuat nantinya tentunya dengan memenuhi standar ukuran dan visualisasi desain. Dengan penerapan-penerapan ini Serotonin bukan saja menjadi *Event Decoration* melainkan sudah menjadi konseptor acara yang mempengaruhi jalannya acara sehingga ditambahkan *planning* kedalam konsep bisnis Serotonin.

Selain inovasi usaha yang telah disebutkan, penerapan ilmu *entrepreneurial interior architecture* yang telah dipelajari adalah *follow-up* terhadap *customer*, dimana calon *customer Event Decoration* sendiri memiliki loyalitas tersendiri karena penawaran-penawaran bisa terjadi melalui keluarga *customer*, teman, kolega, bahkan anak-anak mereka, untuk itu *follow-up* menjadi sangat penting terhadap layanan jasa kami.

Berbeda dengan kompetitor yang ada, hubungan antara *customer* dengan perusahaan hanya sebatas bisnis saja, Serotonin menawarkan *discount card* yang diberikan ketika selesai acara dan bisa digunakan lagi untuk *event selanjutnya* dalam batasan keluarga, *card* ini bertujuan untuk mengikat *customer* yang sudah dimiliki agar tidak pindah ke dekorasi lainnya.

Selain *discount card*, Serotonin sendiri akan memberikan *hand-gift* berupa produk interior

untuk mengisi rumah tinggal ataupun kantor bagi *customer*, disesuaikan dengan *budget* pemberian *custom furniture* pun memungkinkan sebagai bentuk terimakasih Serotonin kepada kepercayaan *customer*. Inilah beberapa inovasi perusahaan dengan mempertimbangkan kelemahan dari kompetitor-kompetitor yang sudah ada sebelumnya sehingga Serotonin dapat bersaing.

INTEGRASI BISNIS DAN DESAIN

Bisnis Serotonin menawarkan layanan dekorasi *event* dengan penerapan *entrepreneurial interior architecture* didalam prosesnya. Proyek desain yang dikerjakan sendiri cukup luas dengan mengambil *wedding decoration, birthday decoration* yang paling banyak diminati, *gathering* dan *exhibition* sebagai alternatif produk lain.

Serotonin *Event Planning and Decoration* sendiri memberikan *custom design* bagi *customer* dengan tidak mengutamakan penggunaan *mix and match* bagi acara-acara yang dimiliki sehingga setiap acara memberikan kesan yang berbeda terhadap pemilik acara dan pengunjung acara.

DESAIN

Konsep

Konsep perancangan terpilih berdasarkan pada masalah yang terdapat pada lokasi proyek,

kebutuhan bisnis, *image* perusahaan, serta kebutuhan *customer*. Rumusan masalah utama yang diambil sebagai dasar dari konsep solusi perancangan adalah “Perancangan Fasilitas Stan Serotonin dan Dekorasi Pernikahan di Semarang”.

Berdasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka berikut ini adalah konsep solusi perancangan yang ditawarkan :

1. Mempertahankan model-model tradisional Cina yang dipadukan dengan International Wedding Modern dengan pembagian sirkulasi secara grid dan visual secara radial simetris dan pemberian stage kedua sebagai sarana untuk mengakali kebosanan pengunjung. (*Chinese Wedding*)
2. Mempertahankan model-model tradisional Jawa yang dipadukan dengan International Wedding Modern dengan memasukkan filosofi Gunung yang memiliki makna tentang hidup serta pembagian sirkulasi secara radial simetris dan *view* secara terpusat. (*Traditional Wedding*)
3. Membagi area prasmanan menjadi dua area untuk memaksimalkan sirkulasi ketika mengantri dengan pembagian tempat duduk secara terklaster simetris dan *view* secara terpusat pada dua panggung yang disediakan. (*Birthday Decoration*)

4. Menggunakan heksagon atau logo perusahaan dengan memanfaatkan bentuk dinamis yang dimiliki namun tetap fungsional serta pemakaian warna dasar merah, kuning dan biru untuk menarik visual pengunjung. (*Booth Exhibition*)

Implementasi Desain

Pada area yang didesain melibatkan *behavior* dari pengunjung selama proses acara berlangsung, sehingga pembagian ruang dan sirkulasi akan terlihat pada posisi furnitur dan *stage* yang digunakan sebagai elemen pendukung interior itu sendiri. Suasana yang diinginkan adalah suasana yang meriah, *cultural*, nyaman dan menarik.



Gambar 1. Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2015

Agar dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang dengan perbedaan *gender*, usia, agama, dan budaya maka konsep *international wedding* digunakan sebagai acuan desain proyek ini.

Sesuai dengan kebudayaan Cina yang

mengadakan *pai ciu* sebagai salah satu ritual utama sebelum melangsungkan proses resepsi yang dilakukan di rumah calon mempelai pria, bentukan rumah sendiri diadaptasi sebagai ornamen utama *stage* dengan mengibaratkan *venue* ini adalah rumah bagi mempelai dan pengunjung yang datang adalah keluarga serta kerabat mereka.

Pemberian *stage* ke dua di tengah ruangan sendiri digunakan untuk mengakali prosesi acara yang membosankan ketika acara berlangsung seperti foto bersama, dan ritual-ritual adat lain sehingga vendor *entertainment* tetap bisa berjalan di *stage* ke dua ini yang secara visual bisa diakses dari semua sisi ruangan.



Gambar 2. Aplikasi Bentuk dan Bahan Pada Pelingkup
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2015

Pemberian *photo booth* dan *photo gallery* ini mengambil separuh ruang dari *pre-function* yang sisanya difungsikan sebagai sirkulasi pengunjung, bentukan dari atap *photo booth* sendiri mengadopsi atap *wu dian ding* khas *chinese* dengan pemberian ornamen *cracked ice pattern* yang juga digunakan di *photo gallery* dengan

adopsi *moon window* dan *ba gua* sebagai permainan garis siluet.



Gambar 3. Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2015

Sebagai konsep utama *traditional wedding* ini sendiri mengadopsi tumpang sari sebagai elemen interior rumah Joglo yang digunakan sebagai pringgitan bagi pemiliknya. Selain itu dalam prosesnya juga melibatkan filosofi gunung yang digunakan untuk membuka sebuah cerita yang baru, elemen yang ada didalam gunung sendiri diadaptasi seperti kekayon yang menggambarkan jalan kehidupan dan ular naga sebagai rintangan yang ada di dalamnya, maka jalur yang dilewati oleh calon pengantin-pun berliku-liku (vertikal) sebelum memasuki kehidupan yang baru sebagai sepasang suami dan istri.



Gambar 4. Aplikasi Bentuk dan Bahan Pada Pelingkup
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2015

Konsep dari *photo booth* sendiri mengadopsi gebyok tradisional Jawa sebagai penanda pintu masuk yang terlihat pada sisi lainnya. *Photo gallery* sendiri merupakan ornamen gunung yang dihias dengan ornamen dari kerajaan Majapahit berupa angkup dan pecahan di dalamnya.



Gambar 5. Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2015

Sebagai konsep utama dari *birthday decoration* ini sendiri mengambil tema *steam punk* yang lebih digunakan sebagai *fashion, art, and photography*. Dengan mengambil warna-warna khas seperti *brushed metal, copper, raw materials* mendominasi *stage* utama ini. Filosofi yang dimasukkan sendiri adalah jam, waktu, dimana pada acara ini adalah *sweet 17* waktu yang dimiliki olehnya (yang berulang tahun) tidak bisa diulang, tanda kedewasaan namun jendela yang dibelakangnya melihtakan pemandangan dimana diibaratkan masa depan yang masih luas dan harus dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Konsep dari *booth* ini sendiri adalah *utilizing hexagon into non-traditional models with basic colour application*. Hexagon sendiri merupakan bentuk dari logo Serotonin dan warna basic ini digunakan sebagai warna yang fun seperti Lego sebagai penanda bahwa Serotonin sendiri merupakan senyawa dalam tubuh yang memberikan perasaan *excited*, senang, dan anti depresi bagi tubuh.



Gambar 6. Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2015

KESIMPULAN

Melalui uraian yang telah disampaikan di atas, maka berikut ini adalah poin – poin kesimpulan yang dapat ditarik :

1. Dilihat dari tapak yang digunakan Krakatau *Grand Ballroom* sendiri berlokasi di *Horison Hotel* yang paling banyak digunakan selama tahun 2014 untuk acara resepsi dan notabene digunakan oleh kalangan *high end* masyarakat Semarang sehingga merupakan lokasi yang pas untuk diaplikasikan alternatif desain yang menjual bagi perusahaan Serotonin.
2. Jika dilihat dari data tapak dan kebutuhan ruang yang ada maka hal yang terpenting bagi desain ini adalah nyaman digunakan oleh 500 pengunjung dan 100 vendor di dalamnya untuk beraktifitas. Dengan mempertimbangkan kebutuhan ini maka Serotonin sebagai *Event Planning* harus dapat melibatkan kebutuhan setiap vendor di dalamnya dengan mengakomodasikan *minimal space* bagi mereka.
3. Untuk mempertahankan *culture* yang diinginkan oleh pemilik acara maka selain ornamen yang melibatkan budaya tertentu, filosofi dan *tone* warna memainkan peranan penting disini yaitu merah kuning untuk *chinese wedding*, sienna coklat untuk *traditional wedding*, dan *red and black* sebagai pengatur warna di *venue* ini dengan ornamen-ornamen ciri khas *steam punk*. Yang terakhir adalah penggunaan warna *hue* dasar merah, biru dan kuning serta dua warna hitam dan putih yang mengatur *lightness* dari ketiga hue diatas.
4. Aplikasi area meja prasmanan sendiri dimaksimalkan bagi sirkulasi pengunjung dengan pembagian area menjadi dua bagian

sehingga terlihat jelas sirkulasi mengantri bagi pengunjung yang datang.

5. Untuk aplikasi *booth* sendiri *hexagon* sebagai bentuk logo perusahaan dipotong dan digunakan siluetnya sebagai bagian dari *display* yang mengubah bentuk dari *booth* ini. *Display* ini sendiri memiliki satu sisi dinamis dan dua sisi datar yang membentuk siku sehingga tetap fungsional dari dalam namun dinamis dari luar jika terlihat dari jalan untuk menarik visual pengunjung.

1. Jakarta : Erlangga.

Priyo, R.A. Ieneke F. (2009). *Dhenok : the Semarangan Wedding, Arts & Culture*. Jakarta : Amariz Communications.

Ros *et al.* (2009). *Fundamentals of Corporate Finance*. New York : Mc Graw Hill Co.

REFERENSI

Ching, D.K. Francis. (1996). *Interior Design Illustrated*. Van Nostrand Reinhold: International Thomson Publishing Inc.

Donna, Bella (2014). *The Wedding : The Language of Love*. Jakarta : Mahligai Citra Bangsa.

Kuncoro, Mudrajad. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, & Control*, Prentice Hall, Inc.

Kotler, P. dan Armstrong G. (2010). *Principles of Marketing 13th Edition*. New Jersey : Pearson Education.Inc.

Monroe, James C. (2006). *Art of The Event : Complete Guide to Design And Decorating Special Events* : John Wiley & Sons.s.

Neufert, Ernst (1996). *Data Arsitek Edisi 33 Jilid*