

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini peran perangkat digital sangat penting di kehidupan sehari-hari para masyarakat di Indonesia, tidak peduli dimanapun lapisan sosial anda berada. Karena seiring perkembangan zaman, perangkat elektronik seperti handphone, tablet hingga kamera mempunyai harga yang terjangkau dan kualitasnya tidak diragukan.

Salah satu perangkat yang digemari pengguna gadget adalah kamera, khususnya kamera profesional seperti SLR (*Single Lens Reflex*), Rangefinder dan View Camera. Di dalam ruang lingkup masyarakat Indonesia, banyak orang yang mempunyai keinginan membeli perangkat tersebut hanya berdasarkan rasa ingin tahu, sekedar

*prestige* atau hanya ingin mengikuti perkembangan zaman bukan berdasarkan kebutuhan fungsional.

Semakin maraknya jumlah toko kamera yang menjual berbagai macam varian kamera mulai dari *entry level* hingga *professional* salah satu pendorong masyarakat untuk menerapkan gaya hidup dinamis. Tetapi, sampai saat ini belum ada retail store yang memegang *single brand* yang bersifat *high-end* dan eksklusif tetapi tetap dapat diterima masyarakat Indonesia.

Pada perancangan ini diaplikasikan metode *multifunction store* seperti fasilitas *museum*, *gallery*, *cafe*, *lounge* hingga *training* dan *service point*. Metode ini diterapkan karena cenderung gaya hidup masyarakat Indonesia yang ingin instan, *all-in one*, dan mudah.

## **1.2 Ide / Gagasan Proyek**

Bedasarkan penjabaran latar belakang yang tertulis di atas, penulis bergagasan untuk merancang sebuah *flagship camera store* yang memegang brand Leica Camera, produsen kamera kelas atas dari Jerman. *Flagship store* ini tidak hanya memberi fasilitas purna jual kamera melainkan memberi edukasi kepada pengunjung seperti elemen historis dan pengaplikasian fotografi di kehidupan sehari-hari. Tidak hanya itu, calon pembeli juga mendapatkan fasilitas seperti galeri foto, *training center* hingga *lounge & cafe*. Konsep yang akan dibahas dalam perancangan ini adalah “*What You See is What You Get*”, berhubungan langsung dengan dunia fotografi yang menegaskan pengabadian momen dengan media kamera yakni apa yang kita lihat di kamera dapat diabadikan dan dijadikan sebuah foto.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang ada, dapat dirumuskan poin-poin permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara memvisualisasikan elemen edukasi, historis maupun kesan *high-end* dari brandnya?
2. Bagaimana cara merancang sebuah flow untuk terjadinya sebuah kontinuitas purna jual dan layanan di *flagship store* tersebut?
3. Bagaimana cara memanfaatkan eksisting bangunan agar efektif memberikan layanan jual, fasilitas cafe, museum, lounge dan service point di lokasi tersebut?

#### **1.4 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan flagship store sebagai tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperkenalkan dan mengkomersilkan flagship store yang menjual kamera dengan brand *high-end* kepada masyarakat dengan cara yang “welcoming”.
2. Dapat memvisualisasikan dan menerapkan konsep penjualan “*Let the customer be the store sales*” ke dalam perancangan interiornya.
3. Untuk memaksimalkan fungsi dari eksisting bangunan agar dapat dijadikan flagship store yang multifungsi.

#### **1.5 Manfaat Perancangan**

Adapun manfaat dari perancangan flagship store sebagai tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui persepsi dan minat masyarakat Indonesia terhadap toko kamera Leica khususnya di Kota Semarang yang dapat mendorong calon user di Indonesia berpartisipasi.
- b. Memberikan gambaran yang lebih jelas dan nyata mengenai penerapan desain interior khususnya untuk fasilitas publik.

## **1.6 Batasan Perancangan**

Adapun batasan perancangan flagship store kamera dengan brand Leica ini adalah memberikan pengunjung, calon buyer, hingga para staff merasa nyaman, lengkap tetapi tetap berkelas.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Bedasarkan garis besar hasil pokok yang ingin diperoleh yang telah dirumuskan dalam tujuan penelitian, berikut ini akan dikemukakan aspek-aspek keilmuan ruang lingkup kajian dan prinsip-prinsip teori yang dijadikan kerangka pikir, tolok ukur dan acuan untuk menjawab dan memecahkan permasalahan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

- 1) BAB I, yaitu bab pendahuluan, menjelaskan latar belakang masalah, ide/gagasan dan konsep, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, batasan perancangan dan sistematika penulisan.
- 2) BAB II, yaitu bab yang berisikan data dan literatur-literatur mengenai proyek tugas akhir ini, tinjauan pustaka, standar fungsi dan studi ergonomi yang menjadi landasan dasar dari perancangan “LEICA FLAGSHIP STORE”
- 3) BAB III, yaitu bab perancangan “LEICA FLAGSHIP STORE” ini, menjelaskan tentang objek studi, site analysis, konsep dan tema perancangan, analisis

fungsional dan programming, zoning, blocking, kebutuhan ruang, bubble diagram hingga studi banding dari proyek serupa.

- 4) BAB IV, yaitu bab yang berisi hasil perancangan, terdiri dari deskripsi umum proyek dan deskripsi khusus proyek.
- 5) BAB V, bab yang berisi tentang kesimpulan dari perancangan LEICA FLAGSHIP STORE.