

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Seiring dengan kemajuan teknologi di masa kini, Nissan ingin mengubah pandangan masyarakat terhadap kendaraan sehingga Nissan telah mengubah slogannya menjadi *Innovation That Excites* dan dunia otomotif menjadi topik yang penting pada era modern ini. Indonesia merupakan

negara yang cukup luas dan merupakan negara yang berkembang dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Tidak terlepas dari dunia otomotif yang sering dijumpai dalam kehidupan yang berupa alat atau sarana yang berguna dan bermanfaat untuk membantu manusia dalam menjalankan aktifitasnya untuk mencapai tempat tujuan. Dimulai dari kendaraan roda dua, yaitu motor, lalu kendaraan roda empat yang berupa mobil serta kendaraan lainnya yang membantu sebagai sarana transportasi. Dari berbagai otomotif kendaraan diatas maka yang cukup menarik dan banyak bermanfaat serta membantu aktifitas manusia secara keseluruhan yaitu kendaraan beroda empat yang dikenal sebagai mobil. Saat ini banyak mobil dengan bermacam *brand* tersedia dengan beraneka ragam jenis yang memiliki harga jual yang tinggi namun tetap diminati oleh banyak kalangan karena mementingkan kenyamanan dan kedudukan bagi sebagian besar orang, semua itu diminati tergantung kebutuhan serta kemampuan konsumen.

Fasilitas yang tersedia saat ini khususnya untuk merk Nissan masih belum seluruhnya terintegrasi menjadi satu, karena merk Nissan di Indonesia masih baru berkembang dan tidak sama dengan perusahaan mobil yang lain, sehingga perusahaan Nissan di Indonesia terutama di kota Bandung ingin meningkatkan penjualannya dengan membuat *showroom* yang memiliki fasilitas yang nyaman bagi konsumen yang datang ke *showroom* tersebut. Apabila konsumen tersebut datang ke *showroom* yang tidak nyaman mereka cenderung hanya melihat - lihat mobil yang telah mereka cari saja, dan tidak akan melihat mobil – mobil yang lainnya. Dan saat ini Nissan motor Indonesia juga ikut sebagai bagian dari Nissan Global turut berpartisipasi dalam melaksanakan program GT2012 menjadi acuan untuk terus mengembangkan jaringan dealer di seluruh indonesia dengan memproduksi kendaraan – kendaraan tang lebih ramah lingkungan dan fokus kepada kualitas produk.

Disamping itu, Nissan mempunyai *slogan* “*SHIFT the way you move.*” Dimana *SHIFT* merupakan semangatnya dalam mengubah pakem atau nilai-nilai tradisional untuk menciptakan dan menawarkan serangkaian nilai-nilai baru. *Slogan* ini mengkomunikasikan pemikiran Nissan yang berupaya kuat untuk terus menyediakan pengalaman-pengalaman menyenangkan dan

kemungkinan - kemungkinan baru di kehidupan sehari-hari, meskipun dunia dan sarana transportasi juga terus berubah.

“*SHIFT the way you move*” juga mengekspresikan aspirasi Nissan untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap kendaraan, dimana kendaraan bukan lagi alat transportasi semata tapi lebih ke pengalaman emosional. Nissan sudah menggunakan konsep *SHIFT* secara global sejak 2001, namun penggunaan kata-kata setelah *SHIFT* bervariasi sesuai negara dan produk. Maka Nissan harus memunculkan sebuah konsep baru dalam industri *entertainment* perdagangan, yakni dengan konsep baru yang memunculkan keamanan dan kenyamanan pada setiap konsumen dengan perubahan modern menjadi gaya futuris.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

1. Menciptakan perancangan *showroom* yang sesuai dengan slogan Nissan yaitu *Innovation That Excites*.
2. Slogan tersebut harus juga tampak dalam desain interior *showroomnya*

1.3 IDE / GAGASAN

Menciptakan perancangan *showroom* sesuai dengan inovasi Nissan Leaf :

- | | |
|------------------------------------|------------------------|
| 1. Zona Baterai | 4. Zona Simulator |
| 2. Zona Non Emisi dan Mini Theater | 5. Zona Projektor |
| 3. Zona Listrik | 6. Zona <i>Display</i> |

1.4 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana mengaplikasikan inovasi Nissan Leaf secara inovatif sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang disesuaikan dengan slogan Nissan yaitu *Innovation That Excites*?

1.5 TUJUAN PERANCANGAN

Menciptakan sebuah perancangan interior *showroom* yang menampilkan inovasi dari Nissan Leaf secara inovatif.

1.6 MANFAAT PERANCANGAN

1. Memberi masukan kepada *Nissan motors* agar dapat merancang *showroom* dengan desain yang baik khususnya di Kota Bandung.
2. Agar *Nissan motors* dapat mengembangkan *showroomnya* yang telah ada terutama pada area *display* khususnya di Kota Bandung.

1.7 RUANG LINGKUP PERANCANGAN

Penulis akan merancang *showroom* yang tidak hanya untuk memamerkan display seadanya, namun konsumen pun harus diberikan sistem *display* yang menarik, dan penulis ingin memfokuskan perancangannya dalam *showroom* ini agar terlihat menarik bagi konsumen yang datang.

1.8 SISTEMATIKA PENULISAN

1. **BAB I PENDAHULUAN** berisi latar belakang objek perancangan, identifikasi masalah, ide / gagasan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, ruang lingkup perancangan dan sistematika penulisan.
2. **BAB II LANDASAN PERANCANGAN** berisi landasan teori dalam mendesain sebuah tempat kebutuhan automotif, definisi mengenai objek perancangan, standar-standar kebutuhan ruang dan ergonomi ruang kerja.
3. **BAB III DATA PERANCANGAN** berisi deskripsi lokasi objek perancangan, analisa site, tabel kebutuhan ruang, *zoning blocking*, analisa survey fungsi sejenis serta penjabaran konsep yang digunakan dalam perancangan.

4. **BAB IV PERANCANGAN DESAIN INTERIOR** berisi tentang konsep dan implementasi terhadap perancangan inovasi desain interior *showroom*.
5. **BAB V KESIMPULAN** berisi kesimpulan dari perancangan desain interior *showroom* Nissan Motors Istana Plaza ini.