

Abstrak

Yohana Natasya:

Riset Terapan

Perancangan Papan Pajang Katalog dan Produk untuk Memaksimalkan Area Pajang: Studi Kasus Toko Bangunan Dua Jaya di Sidoarjo

Pembangunan infrastruktur merupakan aspek penting dalam keberlangsungan hidup masyarakat. Toko Bangunan Dua Jaya merupakan salah satu toko yang menyediakan alat dan bahan bangunan. Permasalahan yang dialami adalah kurangnya area pajang informasi, sehingga pemilik toko kesulitan memajang produk promosi dan katalog produk yang dijual. Hal tersebut juga berdampak kepada para pembeli yang kesulitan mendapat informasi sehingga mengganggu jalannya transaksi kasir. Permasalahan tersebut menghasilkan solusi berupa produk pajang katalog dan produk yang bertujuan sebagai area pajang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus dengan menggunakan data primer (observasi, wawancara, dan dokumen) dan sekunder (literatur). Proses analisis data dilakukan saat sebelum, sesudah, dan selama di lapangan. Untuk perancangannya menggunakan metode design thinking oleh Hasso Plattner Institute of Design Stanford atau dikenal dengan d.school. Kesimpulan didapat dari uji kredibilitas dengan cara perpanjangan pengamatan lapangan, triangulasi, serta menggunakan bahan referensi. Produk yang dihasilkan berupa set perabot pajang bersifat modular, sehingga dapat menyesuaikan kebutuhan penggunaannya. Sistem modular dengan konstruksi knockdown dan dipasang secara vertikal, dapat menghemat area penyimpanan. Set perabot ini dilengkapi penutup dari akrilik agar pajangan tidak mudah kotor dan tetap terlihat tanpa dibuka-tutup.

Kata kunci: Produk Interior, Produk Pajang, Katalog, Toko Bangunan, Modular

Abstract

Yohana Natasya

Undergraduate Research Innovation

A Case Study: Designing Display Boards for Catalogs and Products to Maximize Display Area at Dua Jaya Building Store in Sidoarjo

Infrastructure development is an important aspect in the survival of society. Dua Jaya Building Shop is a shop that provides building tools and materials. The problem experienced is the lack of information display areas, so shop owners have difficulty displaying promotional products and product catalogues for sale. This also has an impact on buyers who have difficulty getting information, thereby disrupting cashier transactions. This problem produces a solution in the form of catalogue display products and products that are intended as display areas. The research method used is a qualitative case study using primary (observation, interviews and documents) and secondary (literature) data. The data analysis process is carried out before, after and during the field. For the design, the design thinking method was used by the Hasso Plattner Institute of Design Stanford or known as d.school. Conclusions were obtained from credibility tests by extending field observations, triangulation, and using reference materials. Products in the form of display furniture sets are modular, so they can adapt to the needs of the user. Modular system with knockdown construction and installed vertically, can save storage area. This furniture set is equipped with an acrylic cover so that the display does not get dirty easily and remains visible without being opened and closed.

Key words: Interior Product, Display Product, Catalogue, Building Store, Modular

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I	c. LITERATUR	08
LEMBAR PENGESAHAN	II	i. MEDIA PAJANG (DISPLAY)	08
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	III	ii. KATALOG	08
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	III	iii. PEGBOARD	08
KATA PENGANTAR	IV	iv. MDF	08
ABSTRAK	V	v. AKRILIK	09
DAFTAR ISI	VI	vi. ANTROPOMETRI	09
DAFTAR GAMBAR	VII	a. TIPOLOGI	11
DAFTAR TABEL	VIII	b. ANALISA DATA PROGRAMMING	13
DAFTAR LAMPIRAN	IX	c. PROGRAMMATIC CONCEPT	14
1. PENDAHULUAN	01	d. KONSEP DESAIN	15
a. LATAR BELAKANG	01	e. MOODBOARD	16
b. RUMUSAN MASALAH	02	3. GAMBAR SKETSA, IMPLEMENTASI BENTUK & PENGEMBANGAN	17
c. TUJUAN	02	a. SKETSA	17
d. MANFAAT	02	b. PENGEMBANGAN	22
e. TARGET	02	c. FINAL PRODUK 1	28
f. LUARAN PERANCANGAN	02	d. FINAL PRODUK 2	30
g. METODE PENELITIAN	03	4. PRODUKSI SHELF DISPLAY CATALOGUE AND PRODUCT	31
i. METODE PENELITIAN	03	a. SHELF DISPLAY CATALOGUE AND PRODUCT	31
ii. METODE PENGUMPULAN DATA	03	b. TABLETOP DISPLAY CATALOGUE	32
iii. METODE ANALISIS DATA	03	c. PRODUK AKHIR	33
iv. METODE PERANCANGAN	04	5. PENILAIAN	34
v. METODE PENARIKAN KESIMPULAN	05	6. PENUTUP	35
2. DATA HASIL EKSPLORASI	06	DAFTAR REFERENSI	36
a. LAPANGAN	06	LAMPIRAN	39
b. WAWANCARA	07		

DAFTAR GAMBAR

1.1 LEMBAR KATALOG	04	3.6 PENGEMBANGAN 1	22
2.1 PETA TOKO BANGUNAN DUA JAYA	06	3.7 PENGEMBANGAN 2	23
2.2 TOKO TAMPAK DEPAN	06	3.8 PENGEMBANGAN 3 ALTERNATIF 1	25
2.3 AREA TUNGGU TOKO	06	3.9 PENGEMBANGAN 3 ALTERNATIF 2	25
2.4 AREA PAJANG	06	3.10 PENGEMBANGAN 4 ALTERNATIF 2	26
2.5 PERABOT PAJANG	06	3.11 SKETSA PENGEMBANGAN 4 ALTERNATIF 3	27
2.6 AREA DISPLAY	06	3.12 PENGEMBANGAN 4 ALTERNATIF 3	27
2.7 ANTHROPOMETRI MANUSIA	10	3.13 FINAL PRODUK 1	28
2.8 PAMERAN NIKE 50TH AT HANOI NYC	11	3.14 PENGEMBANGAN PRODUK 2	29
2.9 PAPAN INFORMASI HUSH PUPPIES	11	3.15 FINALISASI ALTERNATIF 1	30
2.10 PAPAN PAJANG POP-UP STORE	11	3.16 UKURAN FINAL ALTERNATIF 1	30
2.11 RAK PUTAR SFO	12	4.1 PEMOTONGAN MDF	31
2.12 PAPAN PAJANG UNION SQUARE, SF	12	4.2 KAKI PENYANGGA	31
2.13 DISPLAY LALALAND, LA	12	4.3 ALUR PAPAN	31
2.14 CRISSCROSS FLAT-PACK	12	4.4. PEGBOARD	31
2.15 PROGRAMMATIC CONCEPT	14	4.5 DOVETAIL	31
2.16 KONSEP DESAIN	15	4.6 PEMASANGAN SISI SAMPING	31
2.18 SIRKULASI RUANG RETAIL	23	4.7 PROSES AMPLAS	31
2.17 MOODBOARD	16	4.8 FINISHING HPL	31
3.1 SKETSA 1	17	4.9 MODUL SET 2	32
3.2 SKETSA 2	18	4.10 PROSES PENGELEMAN DAN PEMASANGAN HPL	32
3.3 SKETSA 3	19	4.11 PROSES DUCO	32
3.4 SKETSA 4	20	4.12 PERALATAN YANG DIGUNAKAN SELAMA PEMBUATAN	32
3.5 SKETSA 5	21	4.13 DOKUMENTASI PRODUK AKHIR	33

1.1 JENIS OBSERVASI	04
1.2 JENIS PENGUJI AN KEABSAHAN DATA	05
2.1 PERBANDINGAN KACA DAN AKRILIK	09
2.2 DATA ANTHROPOMETRI UNTUK PERANCANGAN DISPLAY	09

1. GAMBAR KERJA	39
2. PRESENTATION & MATERIAL BOARD	67
3. DOKUMENTASI PRODUK 1:1	68
4. SELF AND PRODUCT BRANDING - LOGO	69
5. KARTU NAMA & BROSUR	70