

# Perancangan Interior *Japanese Action Figure Center* di Surabaya

Christoforus Handy, Drs. Cok Gde Padmanaba, M.Erg dan Diana Thamrin, S.Sn., M.Arch  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
 E-mail: han2fang2@gmail.com ; dianath@petra.ac.id

**Abstrak**— *Japanese Action Figure Center* di Surabaya ditujukan untuk pecinta *action figure* untuk dapat membeli, berkumpul, dan menjawab kebutuhan mereka untuk menyediakan tempat yang memiliki gaya *anime* di Surabaya. Konsep dari perancangan ini adalah bergaya *techno* dan *modern*, dimana desain terkesan *futuristic*, dan diikuti adanya penggunaan teknologi canggih guna mengakses fasilitas di dalam tempat tersebut. Brand image dari produk yang dijual sendiri adalah “imajinatif dan komunikatif” dimana pecinta figure akan langsung mampu membayangkan nuansa dari tempat tersebut begitu memasukinya. Oleh karena itu desain dari ruang benar benar merupakan implementasi dari *anime*, ataupun tokoh dari *game* yang dipadukan dengan gaya interior *modern*.

**Kata Kunci**— *Action figure, Anime, Modern, Interior*

**Abstract**— *Japanese Action Figure Center in Surabaya is intended for lovers of action figures to be able to buy , assemble , and respond to their needs to provide a place that has the style of anime in Surabaya . The concept of this design is stylish and modern techno , which impressed futuristic design , and followed by the use of advanced technology in order to access the facilities in place . Brand image of the product sold itself is "imaginative and communicative " where the figure lovers will immediately be able to imagine the feel of the place is so into it . Therefore the design of the room is really an implementation of anime , or the character of the game , combined with a modern interior style .*

**Key words**—*Action figure, Anime, Modern, Interior*

## I. PENDAHULUAN

*Japanese Action Figure Center* ini dibuat dengan menerapkan unsur unsur kuat yang berada pada *Action figure* sesuai dengan kebutuhan pecinta *Action figure* di kota Surabaya. *Action figure* sendiri sudah menjadi tren di kota kota besar tidak hanya di Indonesia namun di seluruh negara, terutama Jepang sebagai distributor dan produsen dari *Action figure* ternama, salah satunya *Good Smile Company* dan *Max Factory*.

Akhir-akhir ini dunia hobi sangat berkembang pesat di kota-kota besar Indonesia, termasuk di kota Surabaya. Salah satu hobi yang berkembang saat ini adalah hobi mengoleksi *action figure* dimana dari hobi tersebut menjalar hobi lain seperti *toyphotography* dan orang orang yang berlomba untuk membuka toko untuk berjualan figur. *Action figure* sendiri adalah miniature model dari suatu tokoh, seperti *anime* dan *game*, juga beberapa tokoh lain seperti Michael Jackson, yang

dibuat dengan tingkat detail dan pengecatan yang tinggi Kolektor *action figure* tidak terbatas pada suatu jenjang umur tertentu saja, namun meluas hingga kalangan orang dewasa yang sudah bekerja. Dimulai dari mereka yang menjadikan hal ini sebagai hobi, hingga yang menjadikannya sebagai sarana bisnis dan hidup.

Di Indonesia sendiri tidak terkecuali kota Surabaya juga banyak yang menyukai *Action figure* ini, dan terkadang mereka memesannya dari distributor langsung, yaitu dari Jepang, ada pula yang melakukan pemesanan secara online, dan ada pula yang menggunakan perantara atau melalui toko secara langsung. Pada kenyataannya, toko yang menyediakan produk *Action Figure* tidak memiliki fasilitas yang kebanyakan pecinta *Action Figure* inginkan.

Surabaya sendiri sebenarnya sudah memiliki beberapa tempat yang memungkinkan orang untuk membeli produk *action figure*, seperti *Multitoys* yang terletak di dalam mall *Grand City Surabaya* dan *Pakuwon Trade center*. Didasarkan hal tersebut dan guna menjawab kebutuhan penggemar *Action figure* di Surabaya lah, perancangan ini dilakukan. *Japanese Action Figure center* lebih mengedepankan perancangan interior yang mampu menumbuhkan rasa imajinatif dari setiap orang yang memasuki tempat tersebut, menyediakan tempat jual beli figure yang menarik sehingga orang tidak hanya dapat melihat figure saja namun juga menikmati tempat tersebut. Kebutuhan akan tren baru ini sungguh patut dipertimbangkan, karena penggemar *action figure* sendiri tidak hanya dari kalangan individual, namun beberapa juga memiliki komunitas besar yang sangat berantusias akan adanya tempat yang dapat secara langsung menggambarkan, menyalurkan dan menjadi tempat apresiasi dari hobi mereka.



Gambar 1. Figma Archer *Fate Stay Night*  
 Sumber : Istimewa

## II. METODE PERANCANGAN

### A. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui studi pustaka yang mengacu pada produk *action figure*, studi lapangan yaitu Spazzio office tower sebagai *site* perancangan dan Angket online guna mengumpulkan data tentang kebutuhan penggemar *action figure* yang berdomisili di Surabaya tentang fasilitas dan gaya desain yang diinginkan

### B. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang digunakan merupakan pengembangan dari data lapangan baik data fisik dan non fisik, yang kemudian dicocokkan dengan hasil wawancara atau kuesioner guna uji kelayakan data dan kesesuaian pemenuhan kebutuhan dengan *site* yang diambil. Setelah data tersebut didapatkan maka akan dibawa ke tahap pemenuhan kebutuhan dan *problem searching*.

### C. Metode Analisis Data

Metode analisis data dilakukan dengan dasar perancangan berbasis *problem solving* yang dimulai dengan pengumpulan data fisik dan non fisik, pengkajian kedua data tersebut dan membandingkannya dengan literatur *action figure*, kafe, galeri, kantor, ritel dan hasil wawancara. Selanjutnya dilakukan tahap programming dan pembuatan konsep awal, hingga dilakukan perancangan, tahap skematik dan desain akhir. Tujuan utama tiap tahap adalah mencari pemecahan masalah dan upaya pemenuhan kebutuhan yang didapatkan dari hasil kuesioner online.

### D. Tahapan Perancangan

Tahapan perancangan didasarkan pada metode Lawson (2005) mengenai cara berpikir desain, dimana desain harus mampu memecahkan masalah yang ada dan menjawab kebutuhan pengguna:

- **PLAN** : Dimulai dari tahap studi literatur mengenai *Action Figure*, sejarahnya dan perkembangannya, hingga literatur kebutuhan ruang yang sesuai dengan wawancara atau kuesioner online
- **DESIGN** : Penentuan konsep desain diikuti dengan sketsa ruang, lalu uji *Problem Solving* dan kebutuhan ruang (Kesesuaian konsep dengan ruang yang dibuat)
- **DEVELOP** : Perwujudan desain melalui maket studi dan analisis maket studi dengan desain skematik, dimana akan dicari kekurangan dan kesesuaian desain dengan *programming*.
- **DEPLOY** : Tahap ini akan menguji kesesuaian prototype maket ke penguji untuk menilai apakah sudah sesuai dengan kebutuhan, diikuti dengan tahap evaluasi dan revisi
- **EVALUATE** : Mengevaluasi desain akhir sesuai dengan pengujian prototype dan perubahan desain, yang diikuti dengan pemberian respon dari user baik kelebihan maupun kekurangan dari desain tersebut. Desain akhir ini merupakan hasil dari skematik dan tahap konsep dan perencanaan awal

### E. Kajian Pustaka

**Action Figure**, kata Aksi berarti bergerak melakukan sesuatu, bertindak, bertingkah laku yg dibuat-buat. Sedangkan Figur berarti bentuk, wujud atau tokoh ( KBBI, 2001).

Stan Westo mengatakan kata figure sendiri merupakan gambaran dari manusia yang dapat digerakkan dan digambarkan mampu melakukan gerakan seperti manusia, menurut Watanabe dari MaxFactory sendiri figure adalah gambaran manusia atau objek lainnya yang memiliki joint, mampu digerakkan, dan memiliki artikulasi seni (Kurniawan, Andri. 2009 : 11)

Berdasarkan pengertian di atas, disimpulkan bahwa action figure merupakan sebuah benda yang menyerupai manusia atau karakter tertentu, yang dapat diposekan sesuai dengan keinginan pemilik karena figur tersebut dilengkapi dengan joint agar figure dapat bergerak bebas, namun ada pula action figure yang dibuat tidak bisa bergerak yaitu PVC figure.



Gambar 2 Nendoroid Onodera  
Sumber : Istimewa

#### 1. Figma

Figma Series adalah action figure Jepang yang diproduksi oleh Max Factory dan didistribusikan oleh Good Smile Company . Seri produk dikembangkan oleh CEO Max Factory , MAX Watanabe , serta Masaki Apsy , dan berfokus pada menciptakan tokoh seukuran genggam tangan yang sangat diartikulasikan dengan fokus pada karakter anime populer

#### 2. Nendoroid

Nendoroid Series adalah sebuah figure plastik , 10 cm , dibuat oleh Jepang Good Smile Company pada tahun 2006. Nendoroid biasanya didasarkan pada karakter dari anime , manga atau video game dan dirancang dengan kepala besar dan tubuh yang lebih kecil untuk memberi mereka penampilan cute . Wajah mereka dan bagian tubuh lainnya yang ditukar , memberikan mereka berbagai ekspresi yang berbeda dan pose

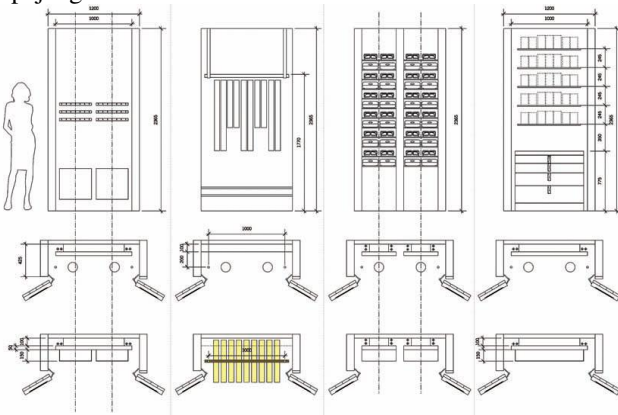
#### 3. Gundam Kit

Model Gundam kit model yang menggambarkan kendaraan dan karakter alam semesta Gundam oleh Bandai Model kit dari gunam ini memiliki banyak parts yang disatukan dengan metode *snap fit* dan beberapa figur lama disatukan dengan lem. Gambar pada cover boks merupakan gambar ilustrasi yang dibuat oleh ilustrator gundam tersebut

1. Ritel

Dalam bukunya, Lynne (2010) menggambarkan berbagai kebutuhan toko dalam menyusun barang dan pentingnya desain dari display yang dipamerkan untuk kenyamanan pelanggan. Display dapat dibuat sendiri yang disesuaikan dengan desain atau dengan mengukur kebutuhan ruang dan menyesuaikannya dengan kebutuhan display.

Kebutuhan terhadap display antara lain barang yang dijual memiliki spesifikasi masing – masing sehingga perlu diperlakukan berbeda dalam memamerkannya, display yang memiliki konstruksi ringan memiliki biaya yang lebih rendah dibandingkan yang bersifat massive, untuk toko dengan satu arah, display memanjang dapat menjadi pemecahan utama dari masalah sirkulasi, sehingga orang pasti akan melewati daerah tersebut secara otomatis, setiap produk dapat dipajang dengan 2 cara, yaitu dengan display dinding, atau dengan display pajang menengah (lemari ringan) dan barang display yang dipajang pada dinding, dan diberi kaca atau lemari, akan lebih memberikan kesan mewah dan eksklusif, sedangkan yang dipajang terbuka akan memberikan efek bebas.



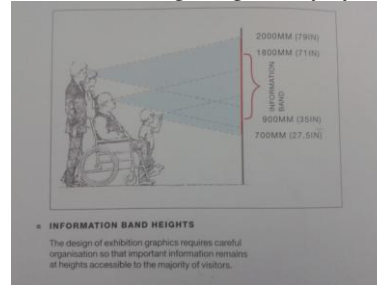
Gambar 3 Display toko ritel  
Sumber : *Retail Design, 2010*

2. Pameran

Desainer dari ruang pameran harus mampu untuk menjadi "selalu ingin tahu" terhadap kondisi sekitar, bukan hanya dalam hal menemukan ide ruang, namun juga pemikiran teoritis terhadap multimedia, cahaya, suara, dan jarak dari teknologi pameran yang dapat digunakan. Dalam hal ini "Art and leisure" yang akan dibahas berkenaan dengan topik, dimana jenis pameran ini akan berpegang pada bagaimana desainer memberikan bagian pentingnya dalam desain, menciptakan lingkungan yang mampu dipahami secara jelas oleh pengunjung, yaitu : (Locker, Pam : 30-31).

1. Memahami kekuatan masing – masing karya, disamping memperhatikan minat pengunjung pameran
2. Seni yang dipajang harus mampu "berbicara" secara langsung kepada pengunjung
3. Instalasi dari desain lingkungan ini tidak berbeda dengan ruang pameran pada umumnya, hanya saja desainer dituntut untuk menjadi lebih sensitif dalam menciptakan ruang interior tiga dimensi yang dipengaruhi oleh besaran ruang secara langsung.
4. Penataan lampu akan menentukan hidup tidaknya sebuah galeri pameran.

5. Desainer dituntut mampu memberikan keseimbangan keindahan ruang dengan karya yang dipamerkan.



Gambar 4 *Understanding needs of Exhibition*  
Sumber : Pam Locker, *Exhibition Design*

3. Kafe

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kafe adalah kata benda yang memiliki arti tempat minum kopi dimana pengunjungnya dihibur dengan musik atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan berbagai minuman. Desain sebuah kafe akan sangat menentukan kenyamanan dan keinginan pelanggan untuk singgah ke tempat tersebut. Penggunaan cahaya bukanlah sesuatu yang utama, melainkan untuk membentuk suasana dari kondisi remang remang, selain itu, sangat penting memperhatikan penggunaan material untuk lantai. (Lawson 61-81).

4. Kantor

Dalam mendesain area kantor, harus ditelaah terlebih dahulu tentang kebutuhan klien tentang kantor tersebut, besaran ruang yang dibutuhkan, dan susunan badan organisasi di dalam kantor tersebut. Pemecahan masalah bukan mengenai desain dari ruang pimpinan atau ruang secara keseluruhan saja, namun lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan masing masing divisi berdasarkan percakapan terbuka. Perancangan dapat dimulai dari penghitungan masing masing ruang yang dibutuhkan seperti kebutuhan area eksekutif : (Saphier, Michael 24-25)

F. *Data dan Analisis*

1. Data Fisik Bangunan

Sebuah gedung besar yang berbentuk seperti huruf V jika dilihat dari atas. Memiliki bentukan organik menyerupai air dan memiliki 6 lantai. Gedung ini digunakan sebagai area kantor dan Food and Beverage. Memiliki gaya arsitektur modern dan difasilitasi dengan teknologi. Beralamat di Jl. Lingkar Dalam Barat no. 33, Surabaya, Jawa Timur, tepat berada di depan jalan utama menuju PTC mall.

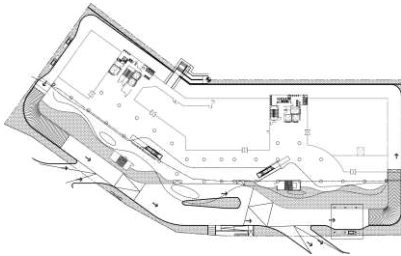


Gambar 5. Tapak Luar Spazio

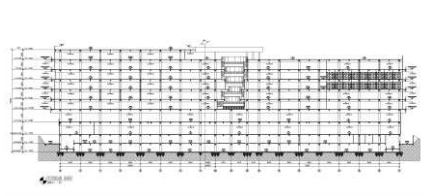




Gambar 6. Site Plan Spazio



Gambar 7. Layout Spazio



Gambar 8. Potongan Spazio

Luas denah perancangan : 1100 m<sup>2</sup>  
 Luas denah keseluruhan : 14.500 m<sup>2</sup>  
 Tinggi Plafon : 5 m<sup>2</sup> dengan beton, 3,5 m<sup>2</sup> dengan beton  
 Tata kondisional :  
 Utara : Pakuwon Trade Center  
 Selatan: Jalan Graha Family Barat 1  
 Timur : Jalan bukit darmo  
 Barat : Brighton Graha  
 Orientasi Gedung : Utara

2. Data non fisik bangunan

Gedung Spazio beroperasi dari pukul 9 pagi hingga pukul 12 malam. Kegiatan di dalam gedung mencakup jual beli, pekerjaan kantor, dan berbagai kegiatan pendukung lainnya seperti memasak, loading barang dan lain lain. Spazio terletak pada area bisnis utama di area barat Surabaya sehingga akan ramai dipenuhi pengunjung meskipun hari libur.

3. Analisa SWOT

Analisa dibuat berdasarkan kelebihan dari site Spazio, kekurangan, adanya kesempatan (opportunity), dan gangguan. Dari keempat hal tersebut ditarik *problem solving* agar organisasi ruang dan karakteristik ruang yang diinginkan dapat terbentuk pada tahap desain nanti.



Gambar 9. Analisa SWOT

SOLUSI :

- Beberapa kafe dapat dipindah ke arah depan dekat dengan lift / area lebih maju dari jalur sirkulasi utama guna kenyamanan orang yang hendak lewat
- Pilar yang besar dan banyak harus dapat difungsikan sebagai “media” untuk sirkulasi, iklan dan advertising (didesain) dan menjadi patokan ritel yang ada
- Area terbuka harus memiliki partisi (kaca) jika ada kafe outdoor
- Area indoor harus mampu menerima cahaya dengan baik dari luar (kaca bening) dan mampu memantulkan cahaya pula ketika malam

Fakta dan permasalahan objek perancangan dengan site perancangan :

- Pengunjung belum mengetahui persis apa saja yang ada pada *Japanese Action Figure center*
- Penempatan area berada pada area tengah
- Gaya dari jepang sebenarnya adalah kultural dan sederhana, namun dengan adanya produk action figure, gaya jepang yang diterapkan adalah nuansa futuristic.
- Produk memiliki harga yang tinggi sehingga sasaran utama dari penjualan dan penggunaan tempat ini adalah anak muda, remaja dan dewasa.

Berdasarkan analisa tersebut maka dibuatlah ruang yang menjawab kebutuhan pengguna dan penggemar figure yaitu pembuatan ruang ritel dengan gaya konsep miku hatsune sebagai figure booming pertama dari GSC, kafe dan pameran dengan gaya kirito dari SAO, dan kantor yang mengangkat tema ruang dari logo GSC sendiri. Ruang ritel, pameran, kafe dan studio dibuat semodern mungkin dengan sentuhan futuristic agar terlihat nuansa ruangnya merupakan implementasi dari kedua tokoh utama dari figure tersebut. Sedangkan pada area kantor, menggunakan terapan desain kantor dari Jepang sendiri yaitu menghadirkan nuansa kantor yang rumahan dan mudah diterima pegawai.

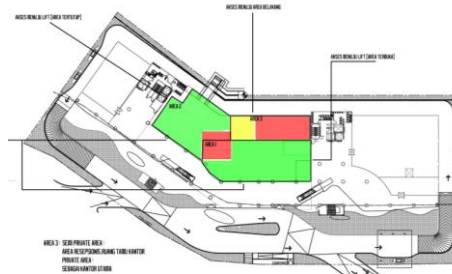
4. Hubungan antar ruang, Zoning dan Grouping

Ruang utama dari perancangan ini adalah ritel, yang akan memiliki akses langsung ke area kantor pada bagian belakang. Sedangkan area kafe, pameran dan studio berada pada area terpisah dimana jalur akses utamanya adalah melalui kafe. Dengan mempertimbangkan keamanan penuh pemisahan

tersebut dilakukan agar tidak ada figure yang dapat dibawa dengan bebas dari area ritel tanpa melalui area kasir terlebih dahulu.

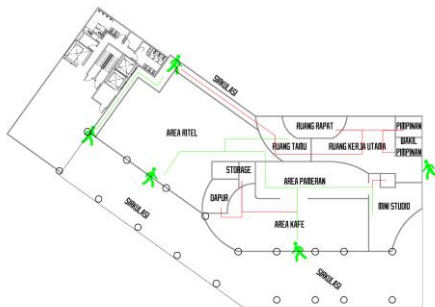


Gambar 10. Hubungan antar ruang



Gambar 11 Zoning terpilih

Zoning ini adalah zoning terpilih dikarenakan zoning ini minim kekurangan dan area yang dibuat menjanjikan dalam sirkulasi, arah masuk utama, dan arah pandang pelanggan di jalur utama. Area kantor sendiri tidak akan mendapat gangguan dari area lain karena disendirikan di area belakang dengan jalur akses yang dapat dimasuki dari 2 tempat, yaitu dari arah luar dan dari arah dalam area ritel.



Gambar 12. Grouping terpilih

Grouping terpilih Grouping ini merupakan grouping terpilih karena organisasi ruangnya terbaik dibandingkan 2 grouping lainnya Ruang terbagi dengan baik, baik untuk pelanggan maupun untuk pegawai. Area kantor mendapat besaran ruang yang sesuai, area kafe dan exhibition yang dapat dijadikan 1, dan area ritel yang luas

Alur sirkulasi :

- Masuk dari ritel > berbelanja > menuju area kantor
- Kafe > mencari tempat duduk > area pameran > studio (Umum)
- Kafe > menata display di area kafe > masuk ke dapur / storage
- Kantor > bekerja > memasuki ruang yang dituju

### III. TEMA DAN KONSEP

Konsep desain dari Perancangan *Japanese Action Figure Center* ini adalah "Techno Digitize" yang berasal dari kata *techno* yang merupakan pengertian yang berhubungan dengan musik dan kemajuan teknologi, juga dari kata *digitize* yang memiliki artian dasar data, vektor, dan berhubungan dengan game, namun juga berarti digital, sebuah pemahaman akan penerapan teknologi. Dari kedua kata tersebut terbentuklah inti konsep yaitu sebuah perancangan yang menerapkan teknologi dengan nuansa game dan anime di dalam ruang.



Gambar 13. Miku Hatsune

Sumber : <http://upload.wikimedia.org>



Gambar 14. Kirito SAO

Sumber : <http://static.comicvine.com>

Tema yang diterapkan dari miku pada perancangan ini adalah warna dan bentukan. Miku memiliki warna tozca, abu tua dan muda, juga hitam yang menjadi ciri khas utama. Selain itu, miku memiliki bentukan yang sering disangkut pautkan dengannya yaitu segi enam, dimana melambangkan nuansa digital. Perancangan ini menerapkan warna yang mewakili miku, dan penggunaan bentukan segi enam, juga panggung yang melambangkan kuat bahwa karakter ruang itu adalah miku. Ruang yang akan digunakan adalah ritel.

Kirito sendiri adalah karakter utama dari anime SAO, bersifat tenang, tidak pandai dengan kata kata, dan dapat bertindak cepat. Kirito memiliki warna yang mendukung kuat tema yang akan digunakan, yaitu biru tua (didapat dari kotak figur figma kirito, dan aura tebasan pedang kirito yang berwarna biru tua) dan bentukan digital yang menyerupai miku, yaitu segi enam, namun pada kirito yang membuatnya berbeda adalah segienam tersebut bersifat kesinambungan, sehingga cocok digunakan untuk pola lantai. Tema kirito ini akan diterapkan pada Kafe dan area pameran



Gambar 15. Logo Good Smile Company

Sumber : goodsmile.info

Warna abu-abu, putih, dan oranye adalah warna utama yang akan digunakan pada desain kantor, namun bentukan dari kantor tidak mengambil tema ini, namun mengambil tema home office yang diterapkan dari rumah jepang, dimana lantai menggunakan tatami, dan pintu menggunakan shoji untuk penghias ruang.

#### IV. PENGAPLIKASIAN DESAIN

##### A. Interior

###### 1. Lantai

Lantai pada *Japanese action figure center* ini menggunakan granit polished untuk area ritel, kafe, dan pameran. Granit polished digunakan karena memantulkan cahaya dengan baik, mudah dibersihkan, dan tidak memiliki garis nat sehingga ruang terlihat lebih rapi. Selain itu granit tahan terhadap api dan debu. Sedangkan pada area kantor, bahan lantai yang digunakan adalah tatami atau dikenal dengan tikar jepang dan pada area ruang rapat juga area pimpinan menggunakan karpet berwarna coklat tua.

###### 2. Dinding

Dinding pada area ritel menggunakan bahan gypsum yang dilapisi dengan wallpaper, sedangkan pada area kafe menggunakan stainless steel dan wallpaper untuk menghidupkan suasana ruang. Sedangkan pada area kantor selain menggunakan wallpaper, pada area masuk terdapat dinding dengan cat putih dan oranye. Warna yang digunakan dominan adalah abu abu, sedangkan pada area pameran, kafe dan studio yang dominan adalah warna abu tua dan warna gelap.

###### 3. Plafon

Plafon yang digunakan adalah permainan ketinggian dengan warna yang menyelaraskan dengan warna lantai dan dinding. Bahan utama yang digunakan adalah aluminium dan gypsum

sebagai pembentuk utama plafon.

##### B. Sistem Interior

###### 1. Pencahayaan

Terdapat 4 pencahayaan utama yang digunakan pada perancangan ini, yaitu :

- Downlight sebagai pencahayaan utama untuk semua area
- Lampu TL guna mendukung pencahayaan utama dan pembentuk suasana ruang
- Spotlight yang digunakan pada display dan pameran
- Hidden lamp yang digunakan pada plafond dan beberapa bagian di dinding dan pilar

###### 2. Penghawaan

Penghawaan utama dari gedung Spazio ini adalah AC central, namun tidak dipungkiri pada beberapa bagian diperlukan adanya AC split guna mendukung sirkulasi udara yang baik di dalam ruang. Terutama pada area kantor yang tertutup dan tidak terkena AC central maka diperlukan adanya AC split. Pada area ritel dipasang *air purifier* guna melancarkan sirkulasi udara dan kelembaban agar figure yang dijual tidak jamur dan berbau.

###### 3. Keamanan

Sistem keamanan diutamakan pada kebakaran dan pendeteksi pencuri pada area pintu masuk. Terdapat instalasi smoke detector, sprinkler, dan APAR pada beberapa bagian gedung ini.

###### 4. Sirkulasi

Sirkulasi dari ruang ruang dalam perancangan ini adalah linier, dikarenakan seluruh ruang menggunakan 1 alur utama.

##### D. Desain Perancangan

Desain akhir dari perancangan "*Japanese Action Figure center*" di Surabaya ini menghasilkan sebuah desain yang bertema futuristic dan memiliki fasilitas yang memadai dan diminati penggemar figure di Surabaya

###### 1. Ritel



Gambar 16. Ritel JAFC



Ruang ini dirancang sedemikian rupa agar mampu menghidupkan nuansa panggung dari *Miku Hatsune*. Penggunaan warna tozca pada lantai dan beberapa elemen interior akan menguatkan kesan dari karakter *Miku* tersebut. Display dibentuk sedemikian rupa agar mendukung tema digital dalam perancangan ini. Kenaikan lantai sebagai panggung akan membagi ruang menjadi 2 bagian, yaitu bagian atas dan bawah. Pada bagian bawah pelanggan dapat melihat pada display di sebelah kiri dan display depan bagian bawah. Sedangkan yang berada di atas dapat melihat display dan lemari bagian atas lengkap dengan ruang tunggunya.



Gambar 17. Ritel JAFC tampak kiri

2. Kafe, Pameran, dan Studio

Ketiga ruang diatas dibuat sedemikian rupa dengan desain interior dari game *Sword Art Online*, dimana tokoh utama yang ditonjolkan adalah *Kirito* atau *Kirigaya Kazuto* yang berperawakan gelap, modern, dan keren. Ruang dibuat bernuansa gelap, namun mengedepankan tema digital, baik dari sistem kafe, maupun tata lampu lantai dan plafon. Material glossy mendukung pantulan cahaya agar ruang terlihat lebih *glamour*.



Gambar 18 Kafe Digitize



Gambar 19 Kafe dan area pameran Digitize



Gambar 19 Area Pameran Digitize



Gambar 20 Area dalam Pameran Digitize

Pada area pameran figure yang dipajang akan selalu bergilir tergantung permintaan dari kantor pemasaran sebagai media publikasi, atau permintaan terbanyak dari customer, tergantung ketersediaan diorama dan tempat. Pada area studio, difokuskan pada tersedianya tempat untuk menaruh figure dan diorama, dimana orang dapat membawa sendiri diorama yang diinginkan.



Gambar 21 Studio Digitize



Gambar 22 Tampak sisi Studio Digitize

### 3. Kantor cabang *GoodSmile Company*

Pada area kantor, desain yang diterapkan terkesan *homie* atau rumahan, dengan penggunaan tatami sehingga pegawai dapat bekerja dengan melepas sepatu mereka, dan penggunaan warna yang mengundang semangat kerja, disamakan dengan warna dari logo GSC sendiri, yaitu oranye.



Gambar 23 Ruang tamu GSC Office



Gambar 24 Area kerja dari GSC Office

Pada area kerja pun dibuat agar tetap mendukung produk yang dijual, yaitu figure. Poster pada beberapa sisi kantor dan warna yang menggugah semangat kerja akan membuat kantor semakin produktif.

### V. KESIMPULAN

Perancangan *Japanese Action Figure Center* ini dibuat berdasarkan hasil dari kuesioner yang diisi oleh anggota komunitas. Dengan terselesaikannya perancangan ini, terjawab pula kebutuhan-kebutuhan yang dikehendaki oleh partisipan yang telah ikut mengisi dan memberikan saran mengenai fasilitas, desain yang diinginkan dan mekanisme kerja yang diinginkan dari masing-masing ruang. Tiap ruang pada perancangan ini ditujukan untuk menghadirkan nuansa figure yang belum ada pada toko-toko pada umumnya, dan diharapkan dengan adanya perancangan ini, akan banyak lagi toko atau ritel yang mampu menghadirkan figure sebagai desain utama toko, bukan hanya toko memajang figure untuk dijual saja.

Kekuatan utama dari desain yang telah dibuat berada pada gaya futuristik yang dipakai, baik teknologi, maupun bentuk-bentuk dari mebel, dinding, dan elemen interior lainnya. Dengan memadukan ketiga hal tersebut, ditambah dengan saran dan bimbingan dari pihak yang ikut ambil bagian, maka terselesaikanlah perancangan ini dengan baik dan hasil rancangan mampu menjawab kebutuhan dari pelanggan dengan tepat sasaran meski tidak dipungkiri masih ada kekurangan yang tentunya perlu dibenahi dari desain ini. Desain dari *JAFC* ini dapat terus berkembang sesuai dengan perkembangan figure yang ada di Surabaya dan menyesuaikan dengan figure yang dirilis di Jepang, dan aplikasi dari masing-masing ruang dapat diadaptasi dengan mudah mulai dari penggantian wallpaper, figure yang dipajang, dan warna dari lampu yang digunakan. Desain tidak akan memakan waktu, meski memerlukan banyak *maintenance*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis C.H mengucapkan banyak terima kasih kepada pembimbing tugas akhir ini, yaitu bapak Cok Gde Padmanaba dan ibu Diana Thamrin yang telah memberikan bimbingannya selama proses perancangan hingga selesai. Penulis menyadari penuh bahwa terselesaikannya perancangan ini tidak hanya dari tangan penulis sendiri, namun juga atas bimbingan penuh bapak dan ibu pembimbing, juga teman-teman sejurusan dan terutama pula ibu Hedy selaku ketua program studi Desain Interior UK Petra Surabaya.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Indraguna, Stevanus. *Perancangan Action Figure Gundala Putra Petir*, Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2013.
- [2] Kurniawan, Andri. *Perancangan Action Figure di Yogyakarta*, Yogyakarta : Universitas Atma Jaya, 2009.
- [3] *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, Jakarta : Balai Pustaka 2001.
- [4] "Figma" *Wikipedia Free Encyclopedia*. 2009. Wikipedia. 4 November 2014. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Figma>>
- [5] "Nendoroid" *Wikipedia Free Encyclopedia*. 2009. Wikipedia. 4 November 2014. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Nendoroid>>
- [6] "Gundam Model" *Wikipedia Free Encyclopedia*. 2010. Wikipedia. 28 Oktober 2014. <[http://en.wikipedia.org/wiki/Gundam\\_model](http://en.wikipedia.org/wiki/Gundam_model)>
- [7] "Hatsune Miku" *Wikipedia Free Encyclopedia*. 2000. 30 April 2015. [http://en.wikipedia.org/wiki/Hatsune\\_Miku](http://en.wikipedia.org/wiki/Hatsune_Miku)
- [8] "Power consumption" Samsung official website. 2005. 6 Mei 2015. <http://www.samsung.com/in/support/skp/faq/125624>
- [9] Mesher, Lynne. *Retail Design*. United States : AVA Publishing, 2010.
- [10] Berman, B. dan Evans, J.R. *Retail Management a strategic approach*, 8<sup>th</sup> Edition, United States of America : Prentice Hall, 2001.
- [11] Saphier, Michael. *Office Planning and Design*, United States of America : McGraw-Hill, 1968.
- [12] Locker, Pam. *Exhibition Design*, Switzerland : AVA Publishing SA, 2011.
- [13] Hutomo, Ronald. *Perancangan Interior Tempat Hiburan Avengers World di Surabaya*, Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2013.
- [14] Lawson, Bryan. *How Designer Think*, Germany : Biddles, 2005.
- [15] Tjahajo, Patricia. *Perancangan Interior Kafe House of Batman di Surabaya*, Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2013.
- [16] Kusumarini, Yusita. *Eko Interior dalam Perancangan Interior*. Surabaya : Dimensi Interior, 2003.
- [17] Tjokrokanoko, Devina. *Perancangan Interior Kafe Sastra Indonesia*, Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2011.
- [18] Dodsworth, Simon. *The Fundamental of Interior Design*, USA : Ava Publishing SA, 2009.
- [19] Christianti, Shanty. *Perancangan Interior House of Chanel di Surabaya*, Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2011.
- [20] Parramore, Lisa and Flood, Chadine. *Japan Home, Inspirational Design Ideas*, USA : Tuttle Publishing, 2009.
- [21] Andriyanto, Peter. *Perancangan Interior Transformers Center*, Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2012.