

ABSTRAK

Abstrak— Bayerische Motoren Werke AG (BMW) adalah produsen manufaktur otomotif kendaraan roda 2 maupun roda 4 yang berasal dari Jerman, *brand* yang identik dengan kemewahan dan fiktur canggihnya. Saat ini Fenomena pergeseran nilai *motorsport* di Indonesia dari alat transportasi menjadi media peningkat prestige dimasyarakat merupakan salah satu pemicu terjadinya persaingan antar produsen *motorsport* dalam mencari konsumen sebanyak-banyaknya. Berbagai upaya dilakukan baik dalam bentuk peningkatan layanan prajual dan purna jual maupun menimbulkan rasa bangga dalam memiliki salah satu produk *motorsport* tersebut dalam diri konsumen. Untuk meningkatkan layanan prajual dan purna jual diperlukan sebuah desain interior yang berbeda dari brand *motorsport* lainnya.

Perancangan ulang interior *showroom BMW Motorrad* Indonesia menghadirkan gaya desain *clean lines and contemporary* yang dikombinasikan dengan tema *Exclusive Interaction Space* dan konsep *Milestone* akan membuat *showroom BMW Motorrad* Indonesia menjadi terlihat berbeda dan mempunyai ciri khas sendiri di Indonesia. Pemanfaatan dari material yang lebih banyak menggunakan unsur *raw* dan *exposed* pada bagian yang banyak di gunakan pengunjung agar tidak terlalu memberi kesan tertutup dan juga tidak terlalu terbuka membuat pengunjung dan *staff* yang berada di *showroom* merasa nyaman.

Perancangan ulang *showroom BMW Motorrad* Indonesia dimulai dengan pembuatan *programming* yang didapat dari hasil survei dan wawancara langsung kepada *owner* dan *head marketing* dari *showroom* tersebut, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan skematik desain, dan terakhir dilanjutkan dengan pembuatan desain akhir.

Kata Kunci—*Showroom* , Bayerische Motoren Werke, *motorsport*, *clean lines and contemporary*, desain interior.