

ABSTRAK

Perancangan dealer showroom adalah salah satu sarana dalam melakukan jual beli kendaraan otomotif yang memiliki tujuan untuk menarik minat masyarakat untuk datang berkunjung ke showroom dan melihat kendaraan yang ingin dibeli oleh pengunjung. Astra Daihatsu Karawang merupakan dealer otomotif Daihatsu yang dibangun sekitar tahun 2013, dan menjadi satu-satunya outlet resmi Daihatsu cabang Karawang. Namun pada eksiting ditemukan beberapa permasalahan seperti desain pada showroom Daihatsu yang belum menyesuaikan dengan tagline Daihatsu, area display mobil yang belum memenuhi standar showroom, dan terdapat ruang / area yang sudah tidak terpakai. Berbagai permasalahan inilah yang menjadikan dasar latar belakang diperlukannya perancangan ulang pada showroom Astra Daihatsu Karawang.

Tujuan dari perancangan ini untuk menghasilkan desain dari Showroom Astra Daihatsu dengan pendekatan identitas brand yang menunjang eksistensi minat masyarakat. Metode perancangan yang diterapkan yaitu dengan menggunakan metode pengumpulan data primer serta pengumpulan data sekunder. Landasan teori dalam perancangan ini berpacu pada pendekatan dari *brand identity*. Berdasarkan seluruh hasil proses tahapan perancangan ini dapat disimpulkan beberapa solusi dari permasalahan yaitu: mengimplementasikan *image* karakter branding menjadi sebuah konsep yang kemudian dikembangkan dan disesuaikan dengan *image* produk terbaru Daihatsu, menempatkan zona area display mobil pada zona publik dan memberikan *treatment* khusus untuk produk terbaru, memanfaatkan ruang yang tidak terpakai dengan menata ulang area yang menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Dengan beberapa solusi tersebut diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan dalam perancangan showroom Astra Daihatsu Karawang ini.

Kata Kunci : *Redesign, Dealer Showroom, Daihatsu, Desain Interior, Identitas brand*