

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis ritel furnitur, identitas visual tidak hanya menjadi representasi estetis dari sebuah brand, tetapi juga berperan strategis dalam membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Seiring meningkatnya persaingan di industri ini, konsistensi identitas visual menjadi salah satu elemen kunci yang menentukan keberhasilan sebuah retail store dalam mempertahankan daya saingnya di pasar. Pelanggan saat ini menuntut pengalaman berbelanja yang tidak hanya fungsional, tetapi juga inspiratif, konsisten, dan mencerminkan nilai-nilai brand yang mereka percayai.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi banyak retail store, khususnya di bidang furnitur, adalah kurangnya pedoman visual yang terstandarisasi. Tanpa Interior brand guidelines yang kuat, tampilan antar outlet sering kali menjadi tidak seragam, menyebabkan inkonsistensi citra dan menurunkan persepsi profesionalisme di mata konsumen. Ketidaksesuaian dalam penggunaan elemen desain seperti tata letak ruang, material, warna, signage, serta suasana ruang (ambience) dapat menimbulkan kebingungan konsumen, mengurangi kepercayaan terhadap brand, dan pada akhirnya berdampak pada loyalitas pelanggan.

Dalam konteks retail furnitur, di mana ruang interior berfungsi tidak hanya sebagai tempat transaksi tetapi juga sebagai media untuk mengomunikasikan nilai estetika dan fungsi produk, konsistensi visual menjadi semakin vital. Sebuah store yang mampu menghadirkan pengalaman berbelanja yang terstruktur, harmonis, dan sesuai identitas brand, memiliki peluang lebih besar untuk menciptakan koneksi emosional dengan pengunjung dan membangun pengalaman pelanggan (*customer experience*) yang lebih mendalam.

Oleh karena itu, perancangan *Interior brand guidelines* menjadi langkah penting sebagai strategi rebranding yang tidak hanya menyorot aspek visual, tetapi juga memperkuat pengalaman ruang secara keseluruhan. *Interior brand guidelines* bertujuan mengatur penggunaan elemen-elemen visual interior seperti sistem display, pemilihan material, pengaturan zonasi, signage, pencahayaan, serta tone ambience yang mendukung citra brand.

Tugas Akhir ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk merancang *Interior brand guidelines* yang aplikatif dan implementatif bagi retail store di bidang furnitur, dalam rangka menciptakan standar visual yang konsisten di seluruh outlet. Perancangan dilakukan dalam

kerja sama dengan konsultan desain interior MARK Associates, dengan objek studi di dua lokasi, yaitu Store Mall Kota Kasablanka dan Store Pondok Indah, Jakarta.

Dengan menghadirkan *Interior brand guidelines* yang komprehensif, diharapkan setiap cabang retail store mampu menghadirkan pengalaman ruang yang seragam, profesional, dan berorientasi pada peningkatan *customer experience*. Hal ini diharapkan tidak hanya memperkuat citra brand di mata konsumen, tetapi juga menjadi strategi jangka panjang dalam membangun loyalitas pelanggan dan daya saing brand di tengah dinamika pasar retail furnitur yang semakin dinamis.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Permasalahan

Untuk memahami latar belakang perancangan secara lebih spesifik, diperlukan identifikasi terhadap permasalahan utama yang menjadi dasar dari pengembangan Interior brand guidelines. Setelah itu, rumusan permasalahan disusun sebagai pijakan dalam proses perancangan.

1.2.1 Identifikasi Permasalahan

Dalam industri ritel, identitas visual yang konsisten di seluruh cabang memiliki peran penting dalam membangun persepsi konsumen terhadap brand. Namun, masih banyak retail store yang belum memiliki Interior brand guidelines sebagai acuan visual yang terstandarisasi. Hal ini mengakibatkan perbedaan tampilan antar outlet, baik dari segi elemen grafis maupun elemen interior, yang berpotensi mempengaruhi pengalaman konsumen dan kekuatan branding secara keseluruhan. Ketidakkonsistenan ini tidak hanya menurunkan citra brand, tetapi juga menciptakan kebingungan dan ketidakpuasan di kalangan pelanggan yang mengharapkan pengalaman berbelanja yang seragam di berbagai lokasi. Selain itu, tampilan visual yang belum diperbarui sering kali terkesan kurang relevan terhadap tren pasar dan kebutuhan konsumen masa kini.

1.2.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan identifikasi di atas, maka rumusan permasalahan dalam perancangan ini adalah:

1. Bagaimana merancang Interior brand guidelines sebagai strategi visual yang mampu menciptakan konsistensi identitas pada retail store di bidang furnitur?
2. Bagaimana implementasi Interior brand guidelines tersebut dapat mendukung proses pembaruan tampilan visual ruang pada berbagai cabang outlet, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan dan manfaat yang ingin dicapai melalui perancangan ini dirumuskan secara khusus untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya pembuatan Interior brand guidelines dalam konteks retail. Berikut adalah penjabaran tujuannya:

1.3.1 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan Interior brand guidelines sebagai strategi rebranding pada retail store di bidang furnitur. Pedoman ini dirancang untuk menciptakan konsistensi identitas visual yang dapat diterapkan secara menyeluruh pada seluruh outlet retail, sehingga mendukung pengalaman konsumen yang lebih kohesif dan memperkuat citra brand di mata pelanggan. Selain itu, implementasi langsung akan dilakukan pada dua outlet sebagai studi kasus penerapan pedoman yang telah dirancang, bertujuan untuk menunjukkan efektivitas dan relevansi Interior brand guidelines dalam meningkatkan pengalaman pengguna.

1.3.2 Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan ini meliputi:

1. Memberikan acuan visual yang konsisten bagi retail store dalam menata ruang interior secara profesional dan terstandarisasi, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan.
2. Mendukung proses rebranding dengan pendekatan visual yang lebih relevan dan menarik bagi target pasar, menciptakan kesan positif dan loyalitas pada brand.
3. Menjadi contoh penerapan Interior brand guidelines dalam konteks desain interior retail yang dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan proyek serupa, memperluas pemahaman dan praktik di industri.

4. Menambah wawasan dalam bidang Desain Interior mengenai pentingnya integrasi strategi branding dalam perancangan ruang, serta mendorong adopsi praktik terbaik dalam industri bagi para profesional dan mahasiswa.

1.4 Ruang Lingkup dan Batasan Perancangan

Setelah membahas mengenai rumusan masalah dan tujuan, proyek ini memiliki beberapa batasan dalam pelaksanaannya yang disesuaikan dengan ruang lingkup perancangan, batasan pihak konsultan, serta keterlibatan penulis dalam proyek. Batasan tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1 Ruang Lingkup Perancangan

1. Penyusunan Interior brand guidelines sebagai strategi visual dalam proses rebranding retail store di bidang furnitur, tanpa membahas elemen merek seperti logo dan warna utama karena keterikatan dengan Non-Disclosure Agreement (NDA).
2. Perancangan mencakup elemen visual interior yang mencakup sistem display, tata letak, pemilihan material dominan, signage, dan penciptaan ambience yang selaras dengan identitas brand, dengan fokus pada pengalaman pelanggan.
3. Klien menyediakan panduan terkait color guide dan layout existing yang berfungsi sebagai acuan untuk memastikan desain baru tetap sejalan dengan identitas brand yang ingin dipertahankan. Informasi ini mencakup preferensi warna dan tata letak desain interior yang ada.
4. Implementasi Interior brand guidelines akan dilakukan di dua lokasi sebagai studi kasus: Store Mall Kota Kasablanka dan Store Pondok Indah, Jakarta, yang diharapkan dapat memberikan wawasan praktis tentang penerapan pedoman visual.
5. Perancangan dilakukan tanpa masuk ke dalam aspek teknis struktural bangunan, seperti sistem MEP, dan estimasi anggaran secara detail, sehingga memfokuskan perhatian pada desain interior dan elemen visual.

1.4.2 Batasan Perancangan oleh Konsultan

1. Konsultan bertanggung jawab hanya sampai tahap desain, yaitu pembuatan konsep desain, pengembangan 3D, serta gambar kerja, tanpa terlibat dalam proses pembangunan fisik.

2. Lingkup pengerjaan meliputi perancangan interior retail store yang mengacu pada strategi rebranding dari sisi visual, bukan dari aspek operasional atau komersial.
3. Beberapa elemen desain perlu disesuaikan dengan kondisi lapangan dan ketersediaan material, terutama pada store Pondok Indah, yang memiliki karakter bangunan mandiri.
4. Beberapa arahan perancangan mengenai layout ruang dan susunan display produk adalah hasil dari brief klien, yang akan menjadi acuan dalam pengembangan desain.

1.4.3 Batasan Keterlibatan Penulis dalam Proyek

1. Penulis tidak terlibat dalam tahap awal briefing dengan klien secara langsung; seluruh komunikasi dilakukan melalui tim desain internal dan konsultan.
2. Penulis terlibat dalam penyusunan konsep visual berdasarkan pendekatan identitas brand, serta pengembangan turunan konsep seperti layout, image reference, moodboard, dan material board.
3. Penulis berkontribusi dalam implementasi desain pada Store Mall Kota Kasablanka dan mendampingi proses penyusunan Interior brand guidelines.
4. Penulis terlibat dalam pengembangan desain untuk Store Pondok Indah, namun hanya sampai tahap visual dan penyesuaian awal, karena proses finalisasi dilakukan oleh tim internal setelah masa magang berakhir.
5. Penulis tidak terlibat dalam pemilihan vendor atau proses tender untuk pembangunan di kedua lokasi.

1.5 Skematik Flow Perancangan

Dalam bagian ini, akan dibahas secara mendalam mengenai skematik design flow yang diterapkan oleh MARK Associates. Proses ini tidak hanya mencerminkan metodologi yang sistematis, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam mencapai hasil desain yang optimal dan memenuhi harapan seluruh pihak yang terlibat.

1.5.1 Skematik Design Flow General

Alur perancangan yang diterapkan oleh MARK Associates telah dirancang dengan cermat untuk memastikan setiap tahap dalam proses desain dilaksanakan dengan efisien dan efektif. Proses ini dimulai dengan pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan klien, di mana tim desain melakukan analisis menyeluruh terhadap proyek

yang diusulkan. Setelah memperoleh gambaran yang jelas, tahap selanjutnya adalah pengembangan konsep awal yang mencakup ide-ide kreatif yang sejalan dengan visi dan tujuan klien.

Selanjutnya, proses berlanjut ke tahap perancangan lebih lanjut yang mencakup penyusunan sketsa, pemilihan material yang sesuai, serta pengelolaan aspek teknis yang diperlukan untuk mendukung realisasi desain. Tahap ini sangat penting, karena setiap keputusan yang diambil akan memiliki dampak signifikan terhadap hasil akhir dari desain tersebut. Akhirnya, proses ditutup dengan finalisasi desain yang siap untuk direalisasikan, di mana semua elemen yang telah dibahas akan disusun dalam dokumen kerja yang komprehensif. Dengan demikian, setiap langkah dalam alur perancangan ini tidak hanya mendukung visi perusahaan, tetapi juga memastikan bahwa semua harapan stakeholder yang terlibat dalam proyek dapat terpenuhi. Berikut adalah rincian lengkap dari alur perancangan yang digunakan:

Preliminary			
No	Tahapan	Keterangan	Anggota yang Berkontribusi
1.	Survey & Design Brief	- Melakukan proses pengukuran dan pendokumentasian kondisi eksisting di lokasi proyek. - Melaksanakan pertemuan design brief bersama klien untuk mendiskusikan kebutuhan serta permintaan desain secara lebih mendalam dan spesifik.	<i>President Director/Director dan Design PIC</i>
2.	Referensi Image	Mencari gambar referensi berdasarkan yang telah di diskusikan dengan klien yang nantinya	<i>President Director/Director , Design PIC, dan Interior Assistant Intern (jika diperlukan)</i>

		akan menjadi acuan saat membuat desain	
Concept			
1.	Pembuatan Konsep secara keseluruhan	Membuat konsep besar yang nantinya akan di ajukan ke klien dan digunakan sebagai konsep desain keseluruhan	<i>President Director/Director dan Design PIC</i>
2.	Membuat 3D Study	Mulai membuat 3D Modelling menggunakan aplikasi sketchup	Design PIC, Interior Assistant Intern, <i>President Director/Director</i> (Jika Diperlukan)
3.	Rendering	Melakukan proses rendering dari 3D study yang sebelumnya sudah dibuat.	Design PIC, Interior Assistant Intern, <i>President Director/Director</i> (Jika Diperlukan)
4.	Revisi Design	Revisi Design dapat dilakukan sesuai dengan arahan dari klien, Design PIC, atau <i>President Director/Director</i>	Design PIC, Interior Assistant Intern, <i>President Director/Director</i> (Jika Diperlukan)
Schematic Design			
1.	Membuat PPT untuk	- Mulai memasukkan konsep hingga hasil desain lengkap dengan ukurannya pada file presentasi, yang nantinya akan digunakan untuk presentasi ke klien - Membuat Moodboard berdasarkan desain dan image reference	Design PIC, Interior Assistant Intern

		yang sebelumnya sudah dicari	
2.	Pembuatan MoM	Membuat Minutes of Meeting hasil meeting dengan klien (menuliskan feedback dari klien)	Design PIC, Interior Assistant Intern
Partial Design Development			
1.	Drawing List & Material List	- Membuat list gambar apa saja yang yang dibutuhkan nantinya, agar pengerjaan gambar kerja lebih terarah - Membuat list material apa saja yang digunakan pada desain berdasarkan 3D Study yang sudah dibuat sebelumnya	Technical Executive, Technical Assistant, Interior Assistant Intern, Design PIC (jika diperlukan)
2.	Delegasi Tugas	Pembagian pengerjaan gambar kerja detail beserta deadline perorangan	Technical Executive, Technical Assistant, Interior Assistant Intern, Design PIC (jika diperlukan)
3.	Revisi Gambar	Revisi Gambar dapat dilakukan sesuai dengan arahan dari klien, Design PIC, <i>President Director/Director</i>, atau Technical Executive	Technical Executive, Technical Assistant, Interior Assistant Intern, Design PIC & <i>President Director/Director</i> (jika diperlukan)
Design Guidelines			
1.	Layouting	Mulai membagi sub bab dan layout pada	Design PIC & Interior Assistant Intern (jika

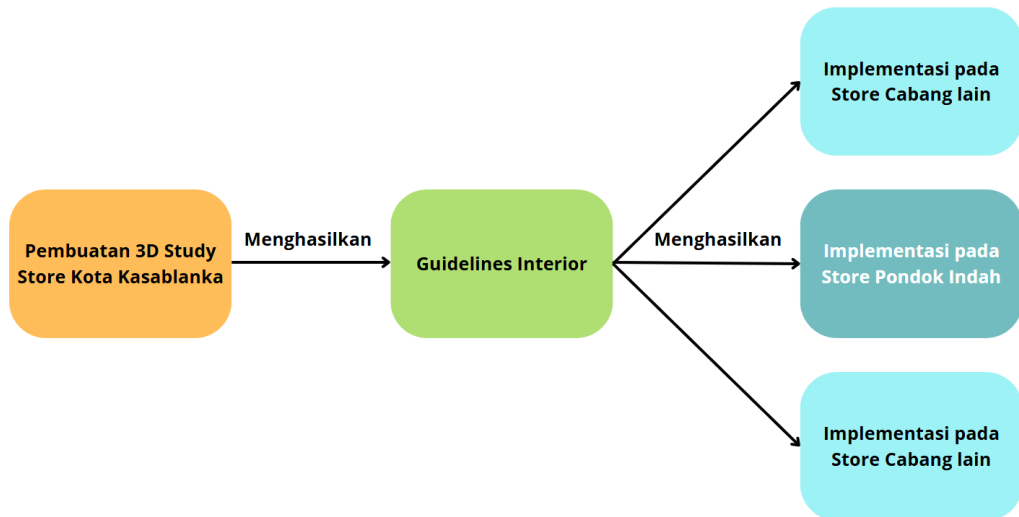
		guidelines	diperlukan)
2.	Delegasi Tugas	Pembagian area yang dikerjakan untuk dibuat lebih detail pada guidelines	Design PIC
3.	Revisi Guidelines	- Revisi pada saat penulisan guidelines dapat dilakukan paralel dengan adanya adjustment pada 3D Study dan gambar kerja - Revisi dilakukan berdasarkan arahan dari design PIC	Design PIC & Interior Assistant Intern

Tabel 1. 1 Skematik Design Flow General Perusahaan

Sumber : Dokumen Pribadi

1.5.2 Skematik Design Flow Proyek Perancangan Guidelines Interior

Dalam perancangan Interior brand guidelines dan implementasi desain interior pada retail store ini, tahapan kerja disusun secara sistematis untuk mendukung efisiensi proses dan memastikan arah perancangan berjalan konsisten. Setiap tahap dirancang untuk membantu dalam pengumpulan dan pengelolaan data, analisis permasalahan, hingga pencarian solusi desain yang sesuai. Alur ini juga bertujuan untuk mempermudah koordinasi antar tim, menjaga keteraturan dalam proses, serta memastikan bahwa perancangan berkembang secara terarah. Oleh karena itu, skematik flow dari proyek perancangan retail store ini disusun sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Skematik Design Flow Proyek Perancangan Guidelines Interior

Sumber : Dokumen Pribadi

a. Pembuatan 3D Study pada Store Mall Kota Kasablanka

Tahapan ini merupakan langkah awal yang dilakukan, yaitu pembuatan studi desain 3D untuk store di Mall Kota Kasablanka. Perancangan dilakukan berdasarkan briefing dari klien yang menginginkan store mereka tidak hanya berfungsi sebagai toko furnitur, tetapi juga mampu memberikan pengalaman berkesan bagi pengunjung. Store tersebut diharapkan memiliki tampilan yang lebih modern, mengikuti perkembangan zaman, serta menghadirkan desain yang unik namun tetap mempertahankan ciri khas, sehingga dapat diterapkan secara konsisten di seluruh cabang yang dimiliki.

b. Penyusunan Guidelines Interior

Setelah desain 3D disetujui oleh klien, tahap selanjutnya adalah penyusunan *Guidelines Interior*. Dokumen ini disusun agar desain yang telah diterapkan pada store Mall Kota Kasablanka dapat dijadikan acuan dalam penerapan desain interior di seluruh cabang lainnya secara konsisten.

c. Implementasi Guidelines pada store Pondok Indah

Berdasarkan *Guidelines Interior* yang telah disusun, implementasi desain dilanjutkan pada store di Pondok Indah. Proses ini sekaligus menjadi tahap pengujian

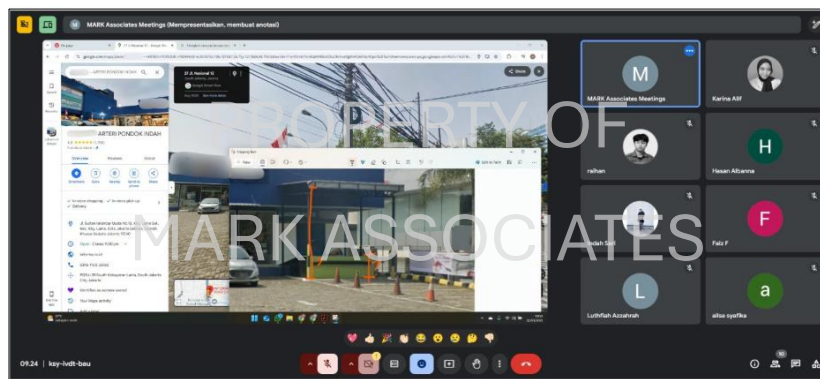
terhadap fleksibilitas dan adaptabilitas Interior brand guidelines yang telah dirumuskan. Tim desain menerapkan pedoman visual pada ruang dengan struktur dan tata letak yang berbeda, sambil tetap menjaga konsistensi identitas visual yang telah ditetapkan sebelumnya.

1.5.3 Skematik Activity Flow

MARK Associates mengimplementasikan skematik flow harian yang dirancang untuk mengatur kinerja karyawan secara efektif setiap harinya, di samping skematik flow umum dan skematik flow proyek yang lebih luas. Struktur skematik flow harian ini terdiri dari beberapa tahapan yang sangat penting, sebagai berikut:

a. Pengarahan/Briefing

Pengarahan dilaksanakan setiap pagi sebagai langkah awal untuk memastikan semua anggota tim memahami tugas yang akan diemban. Dalam pengarahan ini, penjelasan mengenai tanggung jawab masing-masing disampaikan dengan jelas. Selain itu, sesi tanya jawab juga disediakan untuk mengakomodasi kebutuhan klarifikasi dari para karyawan. Pengarahan sering kali dilakukan melalui rapat daring, namun juga dapat dilaksanakan melalui briefing di grup WhatsApp jika diperlukan, untuk memastikan semua anggota tim berada dalam satu frekuensi pemahaman.



Gambar 1. 2 Meeting Online Briefing dengan Tim

Sumber : Dokumen Pribadi

b. Progress Tugas

Setiap individu melaksanakan tugas mereka sesuai dengan arahan dan pembagian yang telah ditetapkan selama pengarahan di pagi hari. Progres ini sangat penting untuk dilaporkan, karena memungkinkan pemantauan kinerja setiap karyawan dan memastikan bahwa semua tugas berjalan sesuai rencana.



Gambar 1. 3 Laporan Progress Tugas oleh PIC Desain

Sumber : Dokumen Pribadi

c. Bimbingan Tugas

Dalam setiap proyek, karyawan yang ditunjuk sebagai Person In Charge (PIC Design) senantiasa mendampingi pelaksanaan tugas. Peran ini bertujuan untuk memberikan pengarahan, melakukan perbaikan, serta memberikan masukan dan pengembangan desain yang telah dikerjakan. Pendampingan ini sangat penting agar setiap elemen desain dapat dikembangkan secara optimal dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

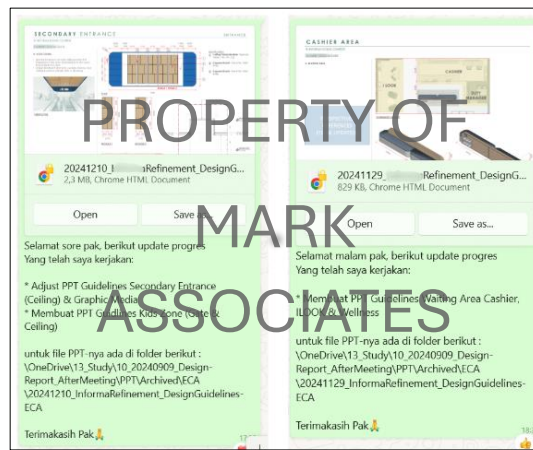


Gambar 1. 4 Bimbingan Tugas oleh PIC Desain

Sumber : Dokumen Pribadi

d. Laporan

Pada tahap ini, setiap karyawan diwajibkan untuk menyusun laporan mengenai hasil kerja yang telah dicapai selama satu hari. Laporan ini disajikan dalam bentuk format PDF atau JPG yang melibatkan keterangan mendetail tentang progres yang telah dilakukan. Sebelum laporan ini disebarluaskan kepada seluruh tim, sangat disarankan agar laporan dikirimkan terlebih dahulu kepada pemberi tugas atau pembimbing yang terlibat dalam proyek tersebut, untuk mendapatkan umpan balik yang konstruktif.



Gambar 1. 5 Laporan pada grup WA saat selesai mengerjakan tugas

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Implementasi dari proses perancangan Interior brand guidelines dan desain interior pada retail store bersama MARK Associates mengikuti tahapan yang terstruktur, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kerja, mempermudah komunikasi antaranggota tim, serta menjaga konsistensi desain di setiap proyek yang dijalankan. Dalam proses ini, terdapat alur skematik umum yang terdiri dari enam tahap, mulai dari pengumpulan brief hingga pembuatan guideline.

Pada proyek ini, seluruh tahapan utama diterapkan, yaitu Preliminary, Concept, Schematic Design, Partial Design Development, dan Design Guidelines, sejalan dengan kesepakatan awal yang telah dicapai dengan klien. Selain itu, karena **MARK Associates merupakan konsultan yang berstatus Design Only**, sehingga **ketersediaan vendor kontraktor, MEP, dan visual merchandiser dari pihak klien** juga turut mendukung proses perancangan yang lebih baik.

Dengan demikian, penjabaran skematik di atas menunjukkan bahwa MARK Associates telah mengembangkan sistem kerja manajerial yang komprehensif, mencakup dari skala makro yang berkaitan dengan keseluruhan sistem kerja dalam satu proyek, hingga detail alur mikro yang berfokus pada sistem harian dalam operasional tim. Pendekatan ini membantu dalam menciptakan lingkungan kerja yang terorganisir, produktif, dan responsif terhadap kebutuhan desain yang dinamis.