



## PERANCANGAN PUSAT PROMOSI, INFORMASI DAN PERDAGANGAN PRODUK AUDIO VISUAL DI SEMARANG

Nur Wahyudi ✉

Jurusan Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

### Info Artikel

*Sejarah Artikel:*

Diterima

Disetujui

Dipublikasikan

*Keywords:*

*promosi, informasi, audio visual*

### Abstrak

*Perkembangan Teknologi produk audio visual mengalami kemajuan yang sangat pesat, berbagai merek telah membanjiri pasar perdagangan termasuk di kota Semarang. Kondisi ini menuntut adanya fasilitas yang bisa mewadahi dan menunjang aktivitas komunikasi antara produsen dan konsumen, fasilitas itu adalah berupa Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual. Bagaimana sebuah Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Semarang mampu memenuhi fungsinya sebagai sebuah media informasi dan promosi dan mampu berperan dalam kehidupan dan ekonomi masyarakat Jawa Tengah umumnya dan kota Semarang pada khususnya. Bagaimana sebuah Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Semarang menumbuhkan rasa seseorang ingin mengetahui produk audio visual yang ada dan berkembang di Indonesia pada umumnya. Bagaimana menciptakan ruang dan alur sirkulasi konsumen agar memperoleh kenyamanan dalam melihat (display), memperoleh informasi dan mencoba (demo) dan bertransaksi. Pengkajian tentang promosi, informasi, perdagangan dan dikaitkan dengan perilaku dan teori arsitektur terkait serta pemilihan lokasi yang tepat akan bias mendapatkan landasan perancangan Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual yang tepat.*

© 2013 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung E3 Lantai 2 FT Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

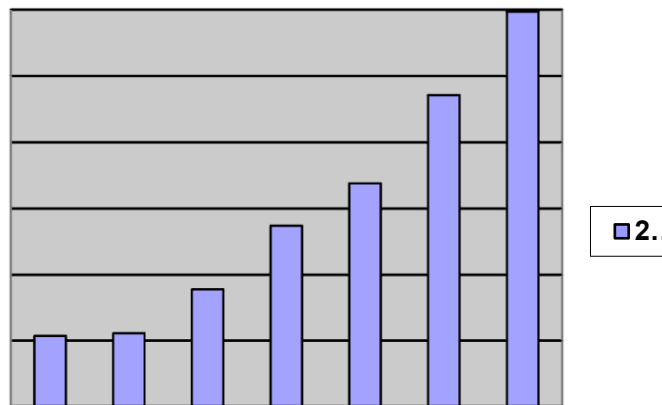
ISSN 2252-679X

## PENDAHULUAN

Pengadaan sarana promosi dan informasi perdagangan produk audio visual akan menjadi ajang pertemuan antara produk dan konsumen, untuk membuka wawasan dan apresiasi produk bagi konsumen akan beberapa produk-

produk audio visual, tentunya dengan segala kemudahan untuk mengaksesnya.

Pangsa pasar produk audio visual dari tahun ketahun di Indonesia sangat meningkat drastis, pada umumnya di wilayah Jawa Tengah dan pada khususnya di daerah Semarang yang merupakan barometer perdagangan dan pusat industri



Gambar. perkembangan perdagangan produk audio visual di Semarang

Sumber : Suara Merdeka, 28 Maret 2007

Oleh karena itu untuk menggiatkan dunia usaha dan perdagangan di Jateng perlu dihadirkan Sarana Pusat Promosi, Informasi dan Perdagangan Produk Audio Visual di Semarang. Fungsi sarana ini diharapkan tidak sekedar sebagai fasilitas perdagangan semata, namun mampu tampil kontekstual dan menjadi katalis di dunia audio visual bagi perkembangan lingkungan sekitarnya.

Promosi merupakan informasi atau komunikasi searah yang dipergunakan dalam memperkenalkan dan menawarkan produk pada masyarakat. Karena melalui promosi ini juga dapat menanamkan image, memikat sampai ketingkat memberikan dorongan agar membeli produk yang ditawarkan. Ada beberapa alternatif promosi yang dipakai, publisitas dan promosi penjualan. (Basu Swastha DH,1989)

Untuk menarik perhatian konsumen membeli dan melihat produk ada beberapa pemasangan atribut yang determinan yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian adalah antara lain: (Engel, James F dkk, 1995)

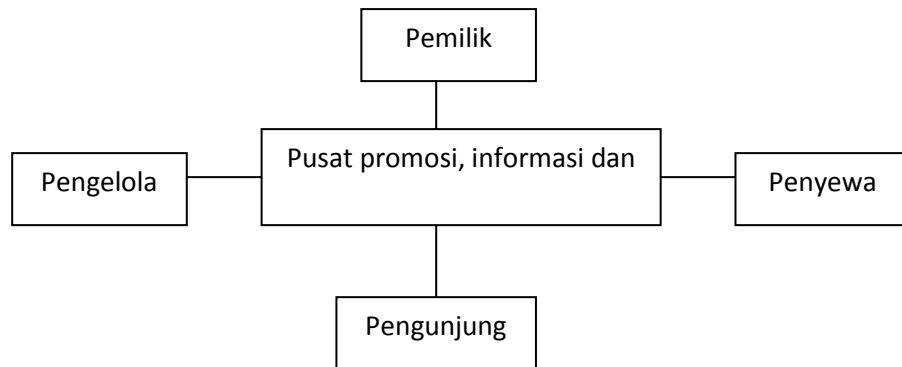
Sifat dan kualitas keragaman barang yang dimiliki, Lokasi yang strategis, Harga yang ditawarkan, Iklan dan promosi yang dilakukan, Personel penjualan yang melayani pembeli, Pelayanan yang diberikan, Atribut fisik atau fasilitas, Tata ruang dan tata letak

### Kegiatan dan Aktifitas

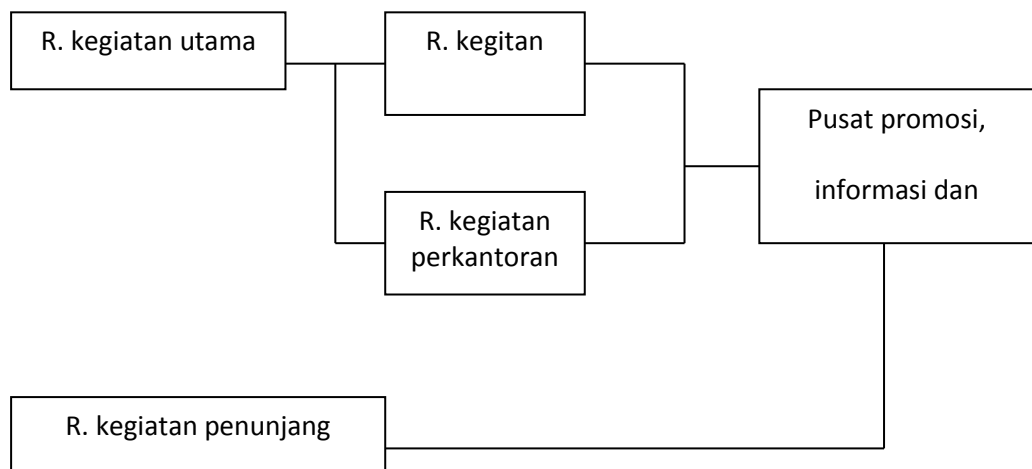
Kegiatan yang terjadi didalam sebuah pusat promosi, informasi dan perdagangan adalah kegiatan pameran, kegiatan perkantoran, dan kegiatan

penunjang. Didalam kegiatan pameran terdapat kegiatan promosi, informasi, perdagangan dan perbaikan produk audio visual. Sedangkan kegiatan perkantoran adalah kegiatan yang memberikan wadah bagi investor, industri, dan perusahaan yang akan menjual produknya. Dan

kegiatan penunjang disini adalah kegiatan pertemuan, kegiatan sinema audio visual. Sedangkan aktifitas disini meliputi: melihat, mencari informasi, konsultasi, dan transaksi jual beli produk audio visual



Gambar. bagan pengelola bangunan pusat promosi, informasi dan perdagangan



Gambar. Kegiatan didalam pusat promosi, informasi dan perdaganga



Gambar : Bagan Aspek Perancangan  
*Sumber: Pemikiran*

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>FUNGSIONAL</b>   | Unsur fungsi menjadi pertimbangan utama dalam perencanaan dan perancangan bangunan pusat promosi, informasi dan perdagangan produk audio visual, karena dapat mempengaruhi proses produk elektronik.  |
| <b>KINERJA</b>      | Kinerja dari suatu bangunan sangat berpengaruh terhadap fungsi dari bangunan. Perencanaan bangunan pusat promosi, informasi dan perdagangan sesuai dengan melakukan pendekatan utilitas yang tepat untuk diterapkan dalam bangunan.                       |
| <b>TEKNIS</b>       | Penerapan sistim struktur dan konstruksi yang mampu mendukung berlangsungnya aktifitas pada bangunan tersebut.  |
| <b>KONTEKSTUAL</b>  | Konteks diluar bangunan yang bersifat fisik dan non fisik akan mempengaruhi bangunan secara langsung maupun tidak langsung. Aspek tersebut berupa lokasi bangunan (lingkungan sekitar bangunan), iklim dan sosial budaya tempat bangunan tersebut berada. |
| <b>ARSITEKTURAL</b> | Penerapan konsep arsitektural dengan pendekatan citra bangunan yang ingin ditampilkan, yaitu sesuai dengan arsitektur modern.   |

Tabel . Aspek Perancang

#### Lokasi Site

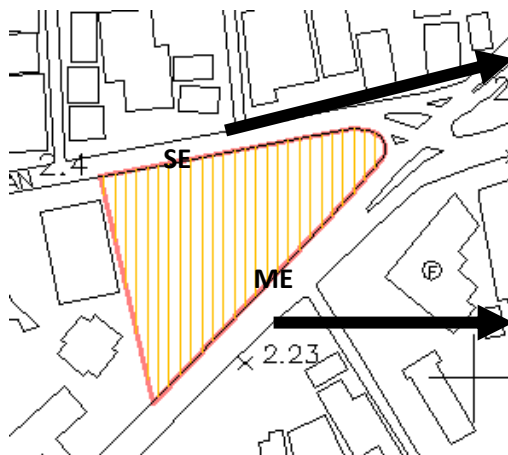
Site berada pada persimpangan jalan antara Jl. Pemuda dengan Jl. Piere Tendean. Site dapat dicapai dari dua arah yaitu dari jalan Pemuda dan jalan Piere Tendean. Lokasi site berada pada BWK I yang mempunyai ketentuan KDB pada

BWK I dengan jenis bangunan perkantoran, perdagangan dan jasa, fasilitas umum, dan perumahan adalah 50% - 80%. Sedangkan KLB pada BWK I adalah 0,6 – 3,2. ketinggian bangunan yang ditetapkan pada BWK I bervariasi yaitu 1-12 lantai



#### Pencapaian site

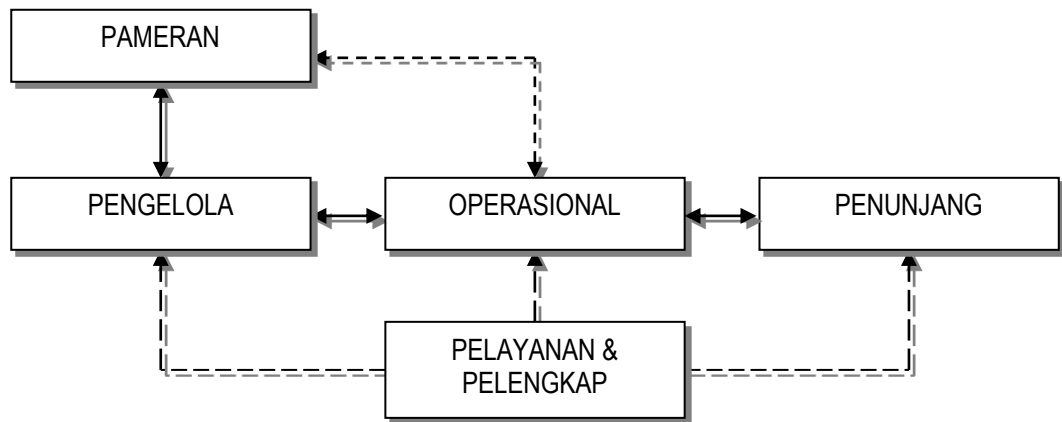
Pencapaian site dari jalan Pemuda sangat mudah yang merupakan jalur lalu lintas utama, sehingga cocok untuk penempatan main entrance. Sedangkan pencapaian dari dari jalan Piere Tendeand dapat digunakan sebagai side entrance.



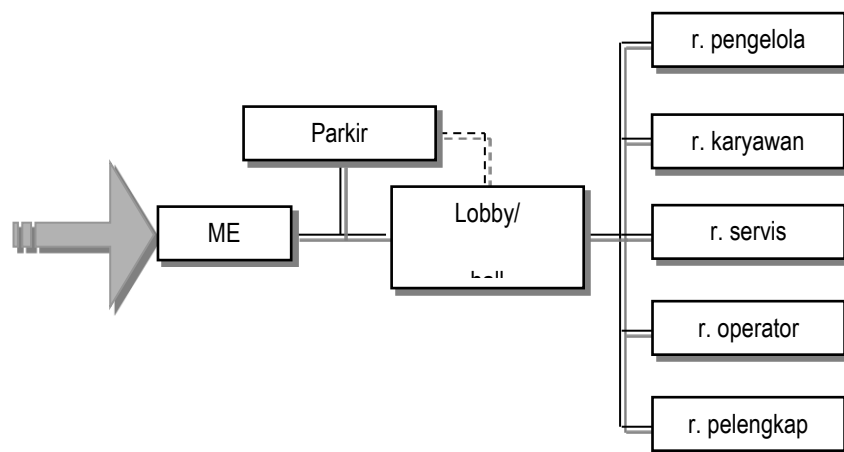
Pencapaian site dari arah jalan Piere Tendeand, lebih cocok sebagai side entrance

Pencapaian site dari arah jalan Pemuda sangat cocok sebagai main entrance

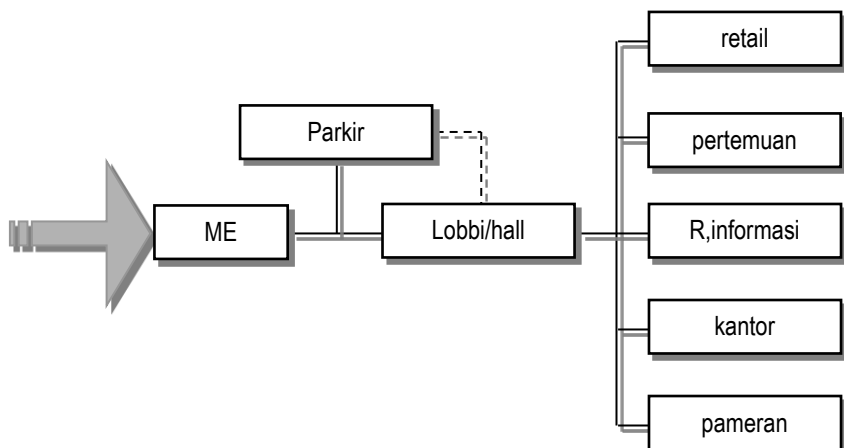
**Konsep Hubungan Ruang**



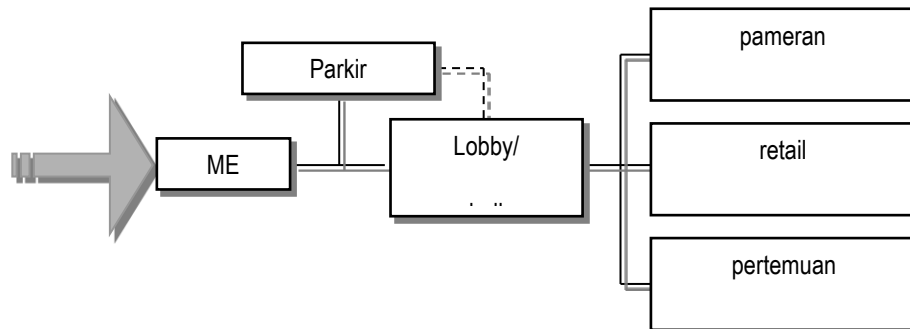
▪ Sirkulasi pengelola dan karyawan



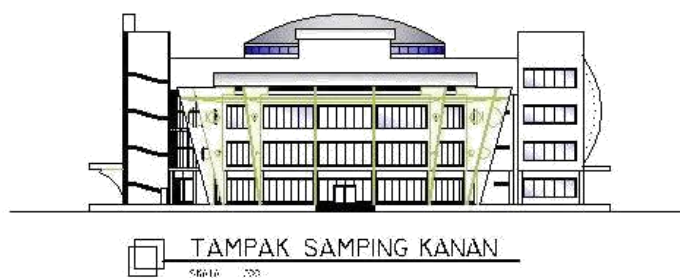
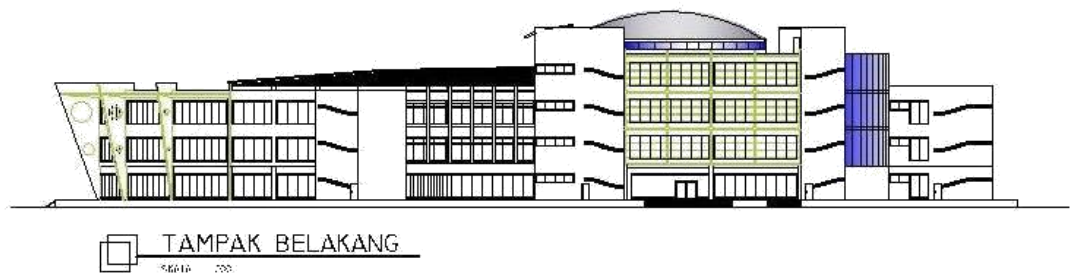
▪ Sirkulasi penyewa



- Sirkulasi konsumen atau pengunjung



## HASIL PRARANCANGAN





#### DAFTAR PUSTAKA

- De Chiara, Callender, *Time Saver Standards for Building Types*, United State : Mc. Graw-Hill, Inc, 1980
- De Chiara, Callender, *Time Saver Standards for Landscape Architecture*, United State : Mc. Graw-Hill, Inc, 1980
- De Chiara, Joseph, Lee Koppelman, *Planning Design Criteria*, New York : Van Nostrand Reinhold Company
- Dinas Tata Kota Kabupaten Semarang, *Pedoman Perancangan Kota*, Semarang 2007
- Dinas pemetaan dan pengukuran tanah Pemerintah Kabupaten Semarang
- Gold, Seymour M, *Recreational Planning and Design*, United State : Mc Graw-Hill, Inc, 1980
- Mason, Robert D, Douglas A.Lind, *Teknik Statistika untuk bisnis dan Ekonomi*, Edisi ke-9 Jilid2, Jakarta : Penerbit Erlangga, 1999
- Neufert, Ernst, *Architect Data*, New International Edition, London : Granada Publishing, 1980
- Neufert, Ernst, *Data Arsitek*, Jilid 2, Jakarta : Penerbit Erlangga, 1993
- Perkins, Philips.H, *Swimming Pool*, Second Editions, London : Applied Science Publishes, Ltd, 1978
- Ramsey, Chales George, Harold Reeve Sleeper, *Architectural Graphic Standars*, Fifth Edition, New York : John Wiley & Sons, Inc, 1956
- White, Edward T, *Buku Pedoman Konsep*, Bandung : Penerbit Intermedia, 1985
- White, Edward T, *Site Planning*, United State : Architectural Media, 1985



