

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam setiap tahun, kebutuhan akan rumah tinggal naik setiap tahun. Berdasarkan data Persatuan Perusahaan Real Estat Indonesia, diprediksi tumbuh 7% hingga 8% di tahun 2020. Sementara menurut sumber dari Rumah123.com, jika minat pencarian property pada tahun 2019 mencapai 27% di tahun dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 2018 (rei.or.id). Dalam bisnis property, tentu memiliki harga yang cukup bervariasi baik dalam harga rendah maupun harga tinggi. Dalam perbandingan harga umumnya memiliki perbandingan baik dalam segi fasilitas-fasilitas maupun dari aspek ukuran lahan dan bangunan rumah. Harga rumah yang terjangkau memiliki ukuran kamar tidur seluas 6.9m<sup>2</sup>, dan memiliki luas tanah 60m<sup>2</sup>.

Sementara itu, dengan rentang harga rumah yang rendah, cenderung memiliki masalah keterbatasan ukuran ruangan dan tanah yang bervariasi serta memiliki keterbatasan ukuran dan jarak akan perabotan *furniture*. Semakin naiknya kebutuhan rumah tinggal, maka permintaan akan kebutuhan *furniture* juga meningkat. Saat ini terdapat berbagai brand *furniture* yang dapat beradaptasi dengan ukuran property yang ada seperti Vivere®, dan Idemu®. Untuk brand Vivere®, merupakan sebuah perusahaan furniture yang memiliki jenis furniture untuk ruangan keluarga, ruang makan, ruang kerja, kamar tidur, dan *outdoor*. Idemu® merupakan sebuah brand *furniture* yang terfokus dengan desain interior ruangan. Idemu® memiliki system *custom furniture* yang dapat di terapkan dalam dapur, kamar anak, kamar tidur utama, dan ruang keluarga, menyediakan paket desain interior ruangan tersendiri dan memiliki jenis furniture yang berbasis terhadap *smart furniture* dalam ukuran ruangan yang terbatas dan dapat familiar dengan *budget* yang ada.

Melihat hal tersebut bahwa, *smart furniture* dapat semakin dekat dengan ukuran ruangan yang terbatas. Dengan demikian, konsep *smart furniture* perlu dikembangkan dengan menggunakan prinsip-prinsip desain yang meningkatkan

nilai *furniture* tersebut. Penelitian ini mengeksplorasi perancangan *smart furniture* yang disesuaikan dengan ukuran ruangan yang terbatas agar efisien dan efektif dengan mengadopsi prinsip desain yang terdiri dari aspek *visceral* dan *behavioral*.

## **1.2. Pendekatan Metodologis**

Proses penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking*. Materi utama yang akan dibahas adalah desain *bedroom furniture* sebagai penunjang aktivitas yang terdapat di dalam kamar tidur. Teori-teori yang dipaparkan kan digunakan sebagai alat dalam penyusunan analisis.

## **1.3. Identifikasi masalah**

Berdasarkan paparan di atas memaparkan bahwa terdapat beberapa masalah yang diantaranya adalah:

1. Lahan dan bangunan yang terbatas sedangkan kebutuhan perangkat furniture cukup banyak.
2. Diperlukannya sebuah solusi untuk menunjang aktivitas maupun kebutuhan sehari-hari yang dapat di akomodasikan di tempat tinggal.

## **1.4. Ruang lingkup penelitian**

Ruang lingkup penelitian diterapkan pada ruangan kamar yang memiliki kecenderungan untuk tempat kerja dan istirahat yang memiliki keterbatasan ukuran ruangan. Penelitian ini akan memaparkan proses desain secara bertahap dengan menggunakan fase-fase penelitian *design thinking* dan aspek-aspek visual produk menurut (Norman, 2018). Hasil produk akan berupa rancangan furniture yang dapat menunjang aktivitas yang terdapat di dalam kamar tidur.

## **1.5. Rumusan masalah**

Bagaimana desain sebuah *furniture* yang dapat menunjang aktivitas-aktivitas yang dilakukan pengguna di dalam kamar tidur dan efisien tetapi memiliki keterbatasan jarak ruang.

## **1.6. Tujuan dan sasaran penelitian**

Tujuan dan sasaran penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengidentifikasi produk yang dapat menunjang aktivitas pengguna untuk

melakukan pekerjaan dari rumah walaupun memiliki lahan dan bangunan yang terbatas. Pada penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi perancangan produk yang berbasis *design thinking* dan mengadopsi tiga aspek dasar desain.

### **1.7. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tinjauan ilmu dalam Desain Produk yang memiliki manfaat tersendiri maupun kalangan masyarakat.

### **1.8. Sistematika penelitian**

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini mencakup latar belakang, pendekatan metodologis, identifikasi masalah, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, manfaat penelitian, sistematika penelitian, dan kerangka kerja penelitian.

Bab II Tinjauan Teoritis

Pada bab ini mencakup teori-teori yang dapat digunakan pada Bab 4 dalam proses analisis.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi metode yang digunakan dalam proses penelitian dengan menggunakan penelitian *design thinking*.

Bab IV Analisis

Data dari Bab III, proses desain dan evaluasi produk dengan menggunakan pendekatan teoritis pada Bab II.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, diskusi dan saran dalam proses desain produk dengan menerapkan *design thinking*.

## 1.9. Kerangka kerja penelitian

### LATAR BELAKANG

Kebutuhan rumah tinggal terus menerus naik setiap tahun.

Harga dalam bisnis property yang bervariasi serta

Kebutuhan rumah tinggal semakin naik maka kebutuhan furnitur juga naik

Brand-brand desain interior Vivere®, dan Idemu®

### PERTANYAAN PENELITIAN

Bagaimana desain sebuah *furniture* yang dapat menunjang aktivitas pengguna saat berada di dalam kamar tidur dengan keterbatasan ukuran ruangan, dan efisien.

### TUJUAN DAN SASARAN

Pada penelitian ini mencoba untuk menerapkan *product attachment theory* dalam proses desain produk lampu hias.

Hasil desain produk lampu hias diharapkan dapat mewakili kebutuhan pengguna dalam aspek fungsi dan estetika.

### DATA LAPANGAN

### TINJAUAN TEORITIS

Metode Penelitian Jurnal: *Penerapan Metode Design Thinking Pada Mata Kuliah Desain Pengembangan Produk Pangan.*

(Baskoro, Haq. 2020)

### ANALISIS

### KESIMPULAN DAN SARAN