

**BAB II**  
**TINJAUAN UMUM**  
**GEDUNG PAMERAN FURNITURE**

**2.1. Pengertian**

Pameran

Menurut Klaus Frank, pengertian pameran atau ekshibisi, adalah:

*To exhibition means to choose, to display, to present a sample or an example. The imparting of information is the aim of every exhibition, and such an information may be a didactic, commercial or representational nature. 1)*

Menurut James. H. Carmel dikatakan bahwa:

*Exhibition include material collected, edited and displayed to the public for enjoyment or instruction; as advertisement; or as propaganda urging some course of action or thought on the part of viewer. 2)*

Dan menurut W.J.S. Purwodarminto, pengertian pameran adalah:

Pertunjukan (memperlihatkan lukisan, senjata, hasil bumi, hasil industri sandang dan sebagainya). 3)

---

1). Frank, klaus, Exhibition, A Survey of International Design, Frederick A. Praeger Publisher. New York, th. 1961. hal. 13.

2). Charmel, James.H, Exhibition Tachiques, traveling and temporary, Reinhold. Publishing New York. th.1962, hal.7

3). Purwodarminto, W.J.S, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Perum Balai Pustaka, Jakarta, th. 1986.

Dari berbagai pengertian di atas maka dapat disimpulkan pengertian pameran, yaitu:

Suatu kegiatan komunikasi untuk mempertunjukkan, memperlihatkan dan memamerkan barang-barang dan jasa secara langsung kepada publik (masyarakat umum), baik yang pernah dilihat maupun belum, untuk menambah wawasan, ilmu pengetahuan, serta mencari hiburan.

Furniture

Furniture adalah perabot.<sup>4)</sup>

Dalam hal ini dapat digambarkan sebagai barang-barang pelengkap ruang baik rumah atau kantor yang terbuat dari kayu, besi ataupun plastik.

#### 2.1.1. Fungsi

Fungsi dari Gedung Pameran Furniture adalah sebagai berikut:

- Sebagai sarana bagi pihak pemerintah/swasta untuk memperlihatkan atau memamerkan barang/produk.
- Sebagai sarana yang layak bagi pengusaha/produsen untuk memamerkan pada konsumen, sehingga dimungkinkan pengembangan usaha serta hubungan lebih lanjut yang saling menguntungkan, untuk suatu transaksi dan kontak dagang.

---

<sup>4)</sup> Kamus, Inggris - Indonesia. PT. Gramedia Jakarta.

- Sebagai sarana penunjang pengembangan bidang-bidang lainnya seperti, sains dan teknologi, kebudayaan dan sebagainya.
- Sebagai sarana informasi dan wawasan pengetahuan serta hiburan bagi sebagian masyarakat.

#### 2.1.2. Tujuan

Tujuan dari Gedung Pameran Furniture, adalah untuk:

- Meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap produk-produk yang dihasilkan.
- Meningkatkan hubungan antara usahawan, industriawan, cendekiawan, aparat pemerintah, dan masyarakat pada umumnya.
- Meningkatkan kemudahan penyelenggaraan pameran dan promosi pada tingkat regional, nasional dan internasional.

#### 2.2. Pemakai Bangunan

Pemakai bangunan gedung pameran furniture terdiri dari unsur-unsur.

##### 2.2.1. Peserta Pameran

Yaitu pihak yang memamerkan atau mempromosikan barang/produk. Peserta pameran dan promosi ini pada umumnya dapat dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu:

## 1. Perusahaan Swasta

Peserta ini berasal dari perusahaan-perusahaan swasta baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri. Peserta kelompok ini mengadakan kegiatan pameran dan promosi dalam rangka memamerkan dan mempromosikan produk-produk barangnya untuk menambah pangsa pasar dan kontak dagang.

## 2. Lembaga Pendidikan

Peserta ini berasal dari pendidikan atau lembaga yang berkecimpung dalam bidang furniture. Peserta ini biasanya menampilkan karya-karya mereka.

### 2.2.2. Penyelenggara Pameran

Penyelenggaraan suatu pameran ditinjau dari penyelenggaranya dapat dibedakan menjadi:

#### 1. Secara langsung

Penyelenggaraan pameran dimana kepanitiaan kegiatan dipegang oleh suatu badan, instansi atau yayasan yang melakukan pameran itu sendiri.

#### 2. Secara tidak langsung

Penyelenggaraan dilakukan atau diserahkan kepada organisasi/badan usaha khusus yang bergerak dalam bidang pameran yang dilakukan secara profesional, mulai dari tema kegiatan, jumlah peserta, publikasi, waktu penyelenggaraan dan kegiatan penunjang lainnya. Badan usaha semacam ini biasa disebut "Profesional Exhibit Organizer".

### 2.2.3. Pengunjung Pameran

Adalah publik/masyarakat umum, atau dari kalangan tertentu, misalnya instansi pemerintah, dengan maksud dan tujuan kedatangan yang berbeda-beda. Maksud kedatangannya antara lain:

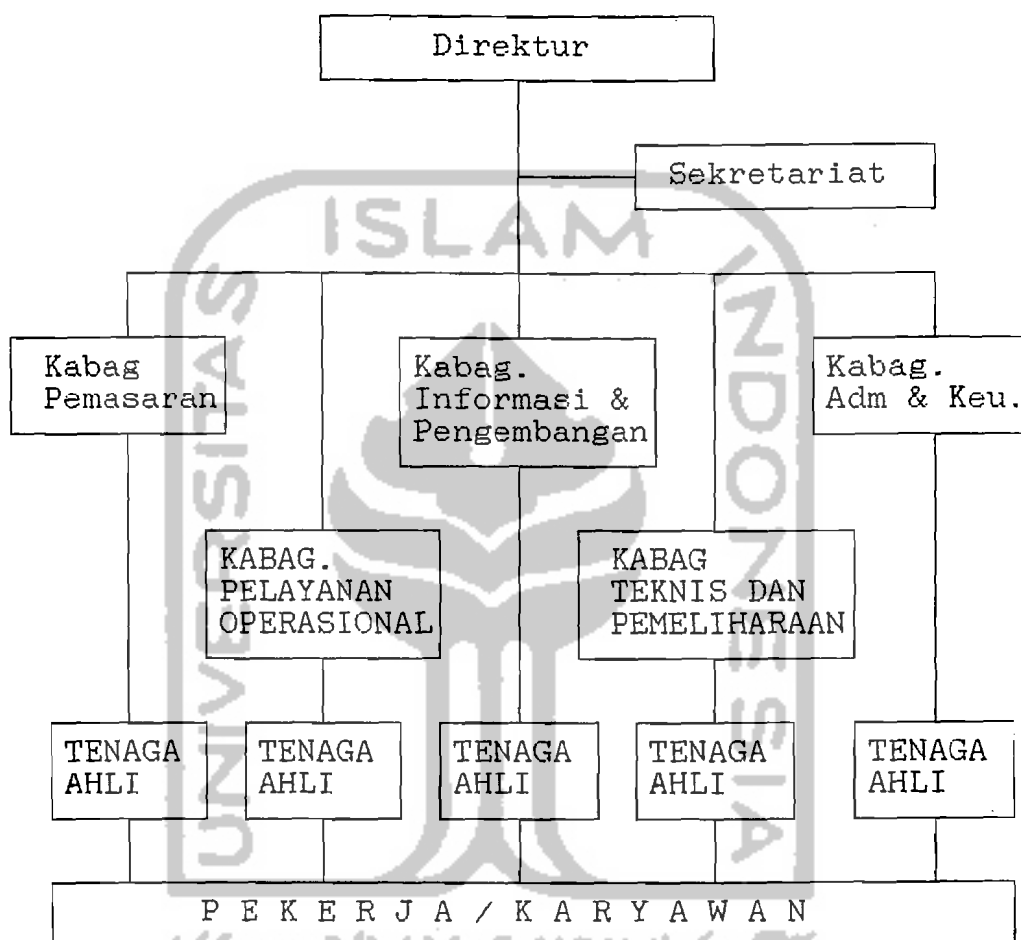
- Untuk mengadakan transaksi dan kontak dagang dengan peserta pameran.
- Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
- Untuk bertukar/memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan yang berkaitan dengan dunia usaha dan industri.
- Untuk mencari hiburan atau mencari kesenangan/bersifat rekreasi.
- Diskusi/ceramah menyangkut dunia usaha dan industri furniture.

### 2.2.4. Status Kepemilikan/Pengelola Bangunan

Pemilik Gedung Pameran furniture ini adalah pihak swasta atau lembaga yang bergerak dalam dunia usaha furniture.

Agar dalam pengelolaannya dapat berjalan lancar maka haruslah dibentuk struktur organisasi pengelolaan yang rapi dan masing-masing mempunyai fungsi dan peran yang berbeda. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram struktur organisasi yang biasa digunakan di bawah ini.

TABEL II-1  
 STRUKTUR ORGANISASI PENGELOLA  
 GEDUNG PAMERAN UMUM



Sumber : Lawson, Fred, Conference, Convention and Exhibition Facilities, The Architectural Press, London

Kegiatan dari masing-masing personal adalah sebagai berikut:

### **1. Direktur**

Mempunyai tugas mengelola dan mengkoordinir keseluruhan bangunan dan kegiatan secara umum dan menyeluruh, meliputi kegiatan administrasi dan pekerjaan teknis disamping mengadakan hubungan dengan lembaga pemerintahan maupun pihak swasta, dari dalam maupun luar negeri. Direktur membawahi beberapa bagian yang masing-masing dikepalai oleh seorang kepala bagian.

### **2. Kepala Bagian Pemasaran**

Bertugas mempromosikan kegiatan pameran dan promosi dan menyebar luaskan kemampuan fasilitas yang dikelolanya sebagai media komunikasi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha maupun masyarakat luas, dengan sistem sewa.

### **3. Kepala Bagian Pelayanan dan Operasional**

Bertugas memberikan pelayanan kepada klien dalam hal memudahkan pemberian ijin kegiatan, pengurusan barang-barang keperluan kegiatan, ceramah, pengamanan, pelayanan jasa kesekretariatan dan lain sebagainya.

### **4. Kepala Bagian Informasi dan Pengembangan**

Bertugas memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat perihal pameran dan promosi, pengumpulan data, pemrosesan data penyimpanan hasil-hasil kegiatan pameran/promosi/diskusi/ceramah dan mempublikasikan hasil-hasil tersebut kepada masyarakat luas.

## 5. Kepala Bagian Teknis dan Pemeliharaan

Mempunyai tanggung jawab dalam pengoperasian, pemeliharaan dan merawat gedung serta alat-alat keperluan pameran dan promosi seperti panil-panil, peralatan mekanikal dan elektrikel dan lain sebagainya.

## 6. Kepala Bagian Administrasi dan Keuangan

Mempunyai tanggung jawab dalam pengelolaan administrasi dan keuangan baik keluar maupun ke dalam.

### 2.3. Bentuk Kegiatan

#### 2.3.1. Kegiatan Utama (pameran)

##### 1. Barang yang dipamerkan

Barang yang dipamerkan dapat dibedakan sebagai berikut:

##### A. Pameran Umum (General Exhibition)

Adalah suatu pameran yang penyelenggaraannya memamerkan bermacam-macam barang dalam suatu waktu yang bersamaan.

##### B. Pameran Tunggal (Solo Exhibition)

Pameran tunggal merupakan pameran yang dalam penyelenggaraannya memamerkan satu atau beberapa jenis barang dari satu perusahaan saja.

##### C. Pameran Khusus (Specialized Exhibition)

Pameran khusus merupakan suatu pameran yang dalam penyelenggaraannya memamerkan satu jenis barang saja, yang diikuti oleh beberapa perusahaan.



## 2. Lingkup Pelayanan

Ditinjau dari lingkup pelayanan, maka kegiatan pameran dapat dibedakan menjadi 3 bagian:

### A. Skala Internasional

Penyelenggaraan pameran ini strategis dalam komunikasi Internasional serta memiliki sarana dan prasarana yang lengkap dan modern.

### B. Skala Nasional

Penyelenggaraan ini strategis dalam komunikasi Nasional dan memiliki sarana dan prasarana yang memadai, yang mempertimbangkan kemungkinan keikutsertaan negaran asing.

### C. Skala Regional

Penyelenggaraan pameran yang meliputi daerah atau propinsi.

## 3. Transaksi penjualan barang

Ditinjau dari transaksi penjualan barang/produk yang dipamerkan dapat dibedakan menjadi dua, yakni:

### A. Secara Konvensional

Merupakan pameran yang dapat memperjual belikan barang/produk yang dipamerkan secara langsung, artinya pengunjung dapat secara langsung membeli dan membawa barang yang dipamerkan (cash and carry).

## B. Secara Modern

Merupakan pameran yang tidak memperjualbelikan barang/produk secara langsung. Jadi transaksi hanya berlangsung lewat pesanan atau kontrak atas barang yang dipamerkan. Jadi kegiatan jenis ini bisa dikatakan sebagai pameran dan promosi murni.

## 4. Lama Penyelenggaraan

Ditinjau dari lamanya penyelenggaraan suatu kegiatan pameran dapat dibagi atas:

### A. Pameran tak tetap, yang dibagi lagi menjadi:

#### - Pameran temporer

Adalah kegiatan pameran yang waktu penyelenggaraannya sewaktu-waktu atau tidak tetap tiap tahunnya. Waktu penyelenggaraannya relatif singkat berkisar antara 3 sampai 7 hari, dan biasanya menyesuaikan dengan peringatan-peringatan tertentu, hari-hari besar nasional ataupun tema yang diciptakan oleh pihak penyelenggara kegiatan.

#### - Pameran berkala

Adalah suatu kegiatan pameran yang waktu penyelenggaraannya berkala/tetap/kontinyu tiap tahunnya, misalnya diselenggarakan selama satu minggu tiap tahunnya atau enam bulan sekali dan sebagainya.

## B. Pameran Tetap

Adalah pameran yang sifatnya tetap, biasanya berupa showroom. Kegiatan ini tidak dikaitkan dengan peristiwa-peristiwa tertentu dan lebih didasarkan pada keinginan untuk meningkatkan kegiatan promosi.

### 2.3.2. Kegiatan Penunjang

Yang termasuk dalam kegiatan penunjang antara lain adalah:<sup>5)</sup>

#### 1. Peresmian

Merupakan acara resmi yang biasa diselenggarakan sebagai acara pembukaan suatu kegiatan pameran tertentu. Acara ini bisa dilakukan di dalam gedung atau halaman luar gedung sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pihak penyelenggara.

#### 2. Kegiatan Pertemuan

Kegiatan pertemuan yang biasa dilakukan sebagai penunjang suatu kegiatan pameran adalah:

##### A. Seminar

Yaitu pertemuan tatap muka antar kelompok usaha yang mempunyai andil dalam satu bidang usaha tertentu dengan mendatangkan beberapa tokoh yang berkaitan dengan bidang usaha tersebut.

---

<sup>5</sup>. Eddy Utoyo IAI, Dipe, Ing, Wawancara, Ka Humas dan Marketing Jakarta Design Centre.

### B. Diskusi Panel

Yaitu pertemuan tetap yang biasanya diikuti oleh beberapa utusan dari berbagai perusahaan yang terkait membahas suatu permasalahan yang menyangkut dunia usaha untuk mendapat jalan pemecahan, dan biasanya mengundang aparat pemerintah/departemen yang terkait sebagai pembuat suatu kebijakan/peraturan.

### C. Ceramah/Lecture

Yaitu suatu presentasi formal oleh seorang tokoh/ahli mengenai kemajuan/perkembangan dunia usaha dan biasanya diikuti acara tanya jawab.

## 3. Kegiatan Pelayanan

Kegiatan ini bersifat melayani kegiatan-kegiatan utama dan kegiatan penunjang kegiatan ini meliputi:

### A. Kelompok kegiatan Pelayanan Pameran

#### - Kegiatan Bea-cukai

Kegiatan ini dilakukan jika di dalam penyelenggaraan suatu pameran mendatangkan barang-barang import langsung dari luar negeri.

#### - Kegiatan pergudangan

Yaitu kegiatan menyimpan barang-barang keperluan kegiatan pameran seperti panil penyekat ruang, peralatan lighting, soundsystem dan lain sebagainya.

- Kegiatan bongkar muat

Kegiatan ini biasanya dilakukan pada saat persiapan dan selesainya suatu kegiatan pameran, kegiatan ini memerlukan peralatan dan area tersendiri.

#### B. Kelompok kegiatan Pelayanan Umum

Kegiatan ini meliputi:

- kegiatan Parkir
- kegiatan Lavatory
- kegiatan Ibadah (sholat)
- kegiatan Dapur (konsumsi)

#### C. Kelompok usaha Pelayanan Teknis

- kegiatan penyediaan tenaga listrik
- kegiatan penyediaan sarana telekomunikasi
- kegiatan pemeliharaan dan pengawasan bangunan beserta fasilitasnya
- kegiatan penyediaan soundsystem dan AC
- kegiatan penyediaan dan pembuangan air.

#### 2.3.3. Kegiatan Pengelola

Yaitu kegiatan yang dilakukan oleh pengelola bangunan, kegiatan ini dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu:

##### 1. Kegiatan Ekstern, yang berupa kegiatan;

- Mempromosikan Gedung Pameran beserta fasilitasnya ke dalam negeri maupun ke luar negeri.
- Mengadakan kerja sama dengan perusahaan-perusahaan terkait seperti dengan Professional Exhibition Organizer, biro perjalanan dan hotel.

## 2. Kegiatan Intern, berupa kegiatan;

- Mengadakan rapat-rapat intern
- Memberikan pelayanan informasi bagi calon penyewa
- Menjaga keamanan dan ketertiban di dalam maupun diluar gedung
- Menyiapkan sarana kesekretariatan untuk pihak penyelenggara atau Profesional Exhibition Organizer.

### 2.3.4. Kegiatan Penyelenggara

Yaitu kegiatan yang dilakukan oleh pihak penyelenggara pameran yang merupakan kegiatan pelengkap pameran dan penunjang dari suatu kegiatan pameran secara keseluruhan dan kegiatan ini dilakukan sesuai jadwal kegiatan yang telah direncanakan. Kegiatan ini meliputi:

#### 1. Pembentukan Komite Pengarah/Steering Committee

Komite ini mempunyai tugas:

- a. Menentukan maksud dan tujuan diadakannya kegiatan pameran tersebut yang untuk selanjutnya dipergunakan sebagai dasar perencanaan selanjutnya.
- b. Memperkirakan jumlah peserta dengan kriteria yang dapat dipergunakan antara lain:
  - jumlah peserta pada kegiatan pameran serupa terdahulu.
  - kualitas dari program.

---

6) Furwanto, Wawancara, Pimpinan CV. Amelco, Semarang. 2 Februari 1995.

- waktu yang tersedia untuk mempromosikan kegiatan pameran tersebut.
  - daya tarik tempat/kota tempat penyelenggaraan.
- c. Menyusun acara keseluruhan, yang pada umumnya terdiri dari :
- Pertemuan teknis (teknichal meeting).
  - Pameran  
Merupakan kegiatan utama dari keseluruhan kegiatan yang
  - Pertemuan (meeting)  
Berupa; seminar, diskusi, ceramah atau sarasehan ataupun pertemuan evaluasi penyelenggaraan pameran yang sedang berlangsung antara pihak penyelenggara dengan peserta pameran.
  - Kegiatan peserta  
Merupakan acara yang mengikutsertakan seluruh peserta pameran, yang diadakan oleh pihak penyelenggara maupun pejabat pemerintah dimana diperoleh hiburan, tukar-menukar gagasan, lobbying dan lain-lain.
  - Menentukan lay out pameran termasuk di dalamnya pemantauan terhadap fasilitas, akomodasi yang terdapat pada lokasi/bangunan tersebut.
  - Penentuan jadwal kegiatan (time schedule)
  - Penyusun anggaran sementara (Budgetting).

#### 2.4. Materi Pameran

Beberapa kriteria yang menjadi pertimbangan dalam perencanaan, penentuan dan penyusunan materi yang dipamerkan adalah:

1. Materi pameran tidak membahayakan pengunjung.
2. Materi pameran diharapkan dapat dengan mudah dibongkar pasang.
3. Materi pameran bersifat komunikatif sehingga memberikan informasi yang jelas dan mudah ditangkap oleh pengunjung.
4. Materi pameran diharapkan memiliki fleksibilitas yang tinggi untuk memudahkan pengaturan dan penyusunan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

#### 2.5. Tata Peragaan Pameran

Unsur-unsur yang mendukung tata peragaan pameran sebagai kegiatan utama di dalam Gedung Pameran adalah:

##### 2.5.1. Sistem Peragaan

Sistem peragaan pameran yang digunakan agar pengunjung dapat lebih menangkap pesan dan kesan yang disampaikan pada kegiatan pameran ada beberapa macam, yaitu:

##### 1. Sistem Statis

Benda peraga dipamerkan dan diberi keterangan secara tertulis dengan perletakan bisa dilantai, meja digantung, ditempel didinding/panel.



## 2. Sistem Peragaan Dinamis

Benda peraga yang ditampilkan/dipamerkan dapat bergerak dengan aktif, baik bergerak secara otomatis maupun digerakkan oleh pengunjung.

## 3. Sistem Peragaan Demonstratif

Peragaan benda yang dipamerkan dengan demonstrasi atau dipertunjukkan langsung oleh petugas secara berkala.

### 2.5.2 Metode Penyajian

Metode penyajian peragaan sangat penting peranannya dalam menunjang sukses tidaknya tujuan diselenggarakannya suatu kegiatan pameran. Beberapa metode penyajian peragaan yang biasa digunakan adalah:<sup>7)</sup>

#### 1. Metode Pendekatan Estetik

Merupakan cara penyajian dengan mengutamakan segi keindahan dari benda yang dipamerkan.

#### 2. Metode Pendekatan Romantik

Merupakan cara penyajian dengan cara penyusunan materi pameran sedemikian rupa sehingga dapat mengungkapkan suasana tertentu yang berhubungan dengan materi yang dipamerkan.

#### 3. Metode Pendekatan Intelektual/Tematik

Merupakan cara penyajian materi pameran sedemikian rupa menurut tema, sehingga dapat mengungkapkan dan memberikan informasi yang jelas dan sistimatis terhadap pengunjung.

---

<sup>7)</sup>. Dadang Udansyah, Tata Pameran Museum, Museografi Jilid XI, No.1. 1980, hal. 38.

### 2.5.3. Bentuk Penyajian

Dalam suatu pameran terdapat beberapa penyajian materi yang dipamerkan seperti :

#### 1. Skala sebenarnya

Materi yang dipamerkan sesuai dengan ukuran yang sebenarnya. Bentuk penyajian seperti ini menarik minat pengunjung karena dapat melihat dan mengamati materi yang dipamerkan sesuai dengan bentuk aslinya, dalam pelaksanaannya perlu diperhatikan luas dan kapasitas ruang pameran.

#### 2. Skala kecil (replika/model)

Penyajian materi ini lebih kecil dari ukuran sebenarnya. Hal ini dilakukan karena pertimbangan beratnya/besarnya bentuk materi sebenarnya dan keterbatasan tempat/ruang pameran, sehingga dengan penyajian menggunakan replika/model lebih efisien dan efektif.

#### 3. Media Audio Visual

Bentuk penyajian dengan menggunakan audio visual biasa digunakan untuk memperjelas dari materi utama yang dipamerkan. Sehingga pengunjung diharapkan lebih mendapat gambaran sesungguhnya tentang materi pameran tersebut.

.pml

#### 4. Media Cetak (Brosur, Booklet, Pamflet)

Seperti halnya dengan media audio visual, maka bentuk penyajian ini merupakan kelengkapan dari materi utama yang dipamerkan, hanya media ini biasanya boleh dibawa pulang oleh para pengunjung.

## 2.6. Tinjauan Jakarta Design Centre

Yaitu gedung pusat layanan disain terpadu yang merupakan sentra spesifik baru di Jakarta maupun di Indonesia. Gedung Disain Center ini lebih dimaksudkan sebagai pusat informasi mengenai produk Interior dan Arsitektur dalam bentuk visual dan tiga dimensi, baik untuk perancang maupun untuk masyarakat luas.<sup>8)</sup>

### 1. Kegiatan dalam bangunan

#### a. Kegiatan Utama

Kegiatan utama dalam bangunan Jakarta Design Centre (JDC) yaitu memamerkan produk-produk Interior dan Arsitektur, selain itu juga memberikan layanan profesional yang dapat membuka cakrawala baru dunia interior dan arsitektur, serta dimungkinkan terjadi transaksi jual beli barang yang dipamerkan.

#### b. Kegiatan Penunjang

Kegiatan Penunjang dalam bangunan Jakarta Design Center (JDC) yaitu kegiatan yang biasanya sangat berkaitan dengan pameran yang saat itu diselenggarakan, misal: seminar/diskusi dengan membahas topik yang saat itu sedang dipamerkan.

#### c. Kegiatan Pengelola

Kegiatan Pengelola Jakarta Design Center adalah mengorganisir segala bentuk administrasi dan pelayanan terhadap exhibit organizer untuk keperluan yang berkaitan dengan penyelenggaraan pameran.

---

<sup>8)</sup>. Jakarta Design Centre, Buku Panduan, Edisi I. 1990.

## 2. Fasilitas ruang

### a. In door Exhibition

#### 1. Ruang pameran tidak tetap

##### - Ruang Pamer Utama

Ruang ini disediakan khusus untuk pameran yang sifatnya insidental atau temporer, yaitu memamerkan produk-produk bahan bangunan baik untuk interior, arsitektur, maupun produk-produk penunjang lain seperti benda seni, kerajinan tangan dan sebagainya. Jumlah stand 362 unit dengan modul ukuran 3 X 3m, 4 X 4m.

Luas ruang pameran tidak tetap 8.870 m<sup>2</sup>

#### 2. Ruang Pamer tetap

##### - Ruang pameran dengan panel

Ruang ini merupakan unit pameran terkecil yang digunakan untuk memamerkan produk-produk berukuran kecil. Jumlah 140 unit, 4m<sup>2</sup>.

##### - Ruang Showroom

Showroom ini digunakan untuk memamerkan produk berdimensi besar.

Jumlah Showroom 154 unit, luas ruang 9 m<sup>2</sup>, 25m<sup>2</sup>.

##### - Ruang Model (Mock - Up)

Ruang model digunakan untuk memamerkan contoh-contoh ruang dalam skala sebenarnya, seperti contohnya ruang dapur, kamar mandi, ruang kerja

dengan perabot yang sesungguhnya pula. Jumlah ruang model 16 unit, luas ruang 7,2 m<sup>2</sup>, 14,4 m<sup>2</sup>.

Luas ruang pameran tetap 4.425 m<sup>2</sup>. Jadi perbandingan antara luas ruang pameran tidak tetap adalah 1 : 2.

### 3. Ruang Seminar

Ruang seminar digunakan sebagai ruang pertemuan para pengusaha, dimana kegiatan ini merupakan kegiatan penunjang pameran yang biasanya berupa Diskusi, Seminar, Lokakarya dll. (Ruang ini dapat disekat-sekat menjadi 3 ruang kecil).

### 4. JDC Club

JDC Club sebagai pusat informasi dan tempat berkumpulnya para profesional yang berkaitan dengan dunia arsitektur dan interior.

### 5. Restaurant

Restaurant ini berstandar internasional tempat anggota JDC club menjamu tamunya.

### 6. Ruang Rapat kecil

Ruang ini digunakan oleh para interior designer dan arsitek untuk presentasi perencanaan (aanwijzing).

### 7. Perpustakaan

Perpustakaan ini berisi koleksi buku-buku bidang arsitektur, interior dan seni.

## 8. Ruang Sinema

Ruang ini digunakan untuk memutar slide atau film-film yang terdapat digunakan untuk presentasi.

## 2.7. Kesimpulan

Dari pembahasan diatas maka dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Gedung pameran sebagai suatu wadah yang selain menampung kegiatan pameran sebagai kegiatan utamanya, juga mewadahi kegiatan-kegiatan yang lain yang masih berhubungan dengan kegiatan pameran furniture. Selain sebagai kegiatan pelengkap, kegiatan-kegiatan tersebut juga sangat mendukung keberadaan serta kelancaran suatu kegiatan pameran. Kegiatan-kegiatan tersebut adalah kegiatan peresmian, seminar dan pertemuan.
2. JDC sebagai fasilitas gedung pameran juga merupakan pusat informasi mengenai produk-produk arsitektur dan interior.
3. Kegiatan-kegiatan yang terjadi pada JDC meliputi :
  - Kegiatan pameran sebagai kegiatan utama.
  - Kegiatan penunjang, yaitu berkaitan dengan pameran seperti kegiatan seminar dan diskusi.
  - Kegiatan pengelola, yaitu mengorganisasi segala bentuk administrasi dan pelayanan di JDC.
4. Fasilitas ruang yang terdapat di JDC :
  - a. Ruang Pamer Tetap :
    - Ruang pameran dengan panel, @  $4m^2$  berjumlah 140 unit.

- Ruang Showroom, @  $9\text{m}^2$  s/d  $25\text{m}^2$  berjumlah 154 unit.
- Ruang model (Mock up), @  $7,2\text{ m}^2$  s/d  $14,4\text{ m}^2$  berjumlah 16 unit.

b. Ruang Pamer Tidak Tetap :

- Ruang Pamer Temporer, @  $3\text{m}\times 3\text{m}$  dan  $4\text{m}\times 4\text{m}$  berjumlah, 362 unit.

c. Ruang-ruang Penunjang.

5. Perbandingan luas antara ruang pameran tetap dan tidak tetap adalah 1 : 2.

