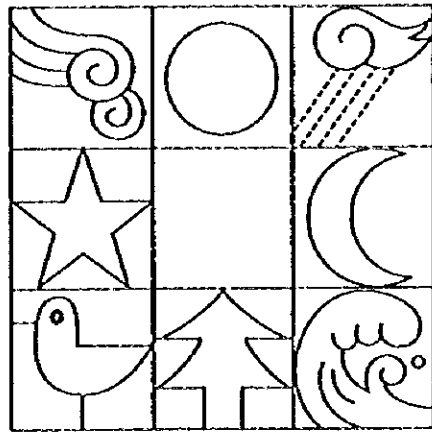


# Interior Design Workshop



Interior Design  
Workshop **Nature Contact Life Project**

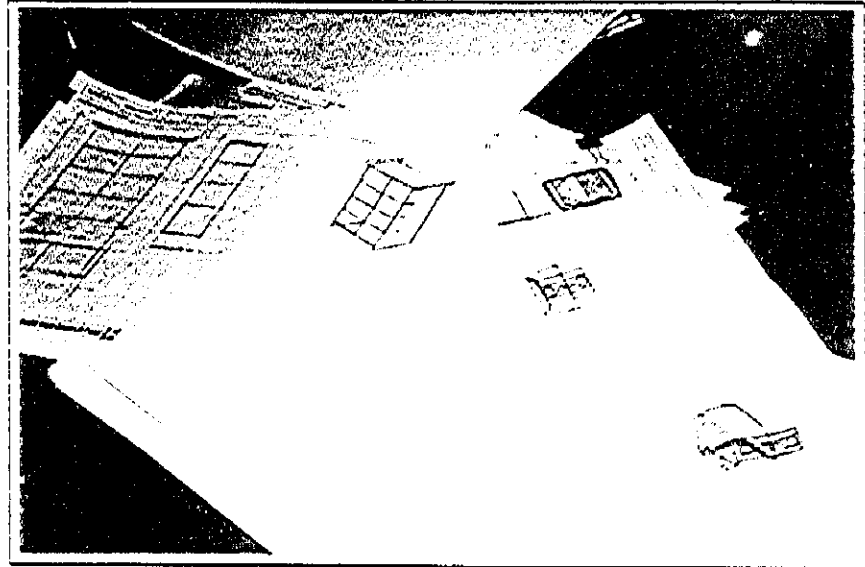
# Interior Design Workshop

Master Plan Study for Design Promotion in Indonesia

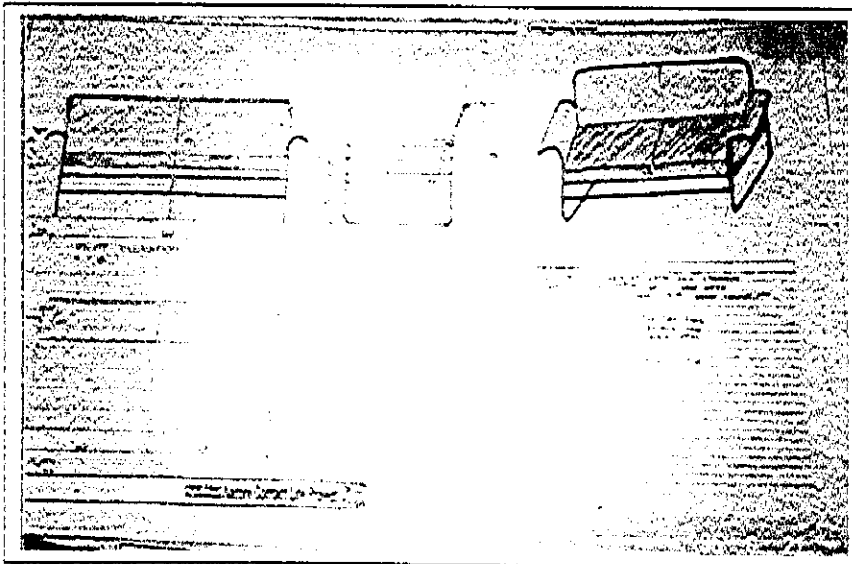
1. Participants listening to the lecturer



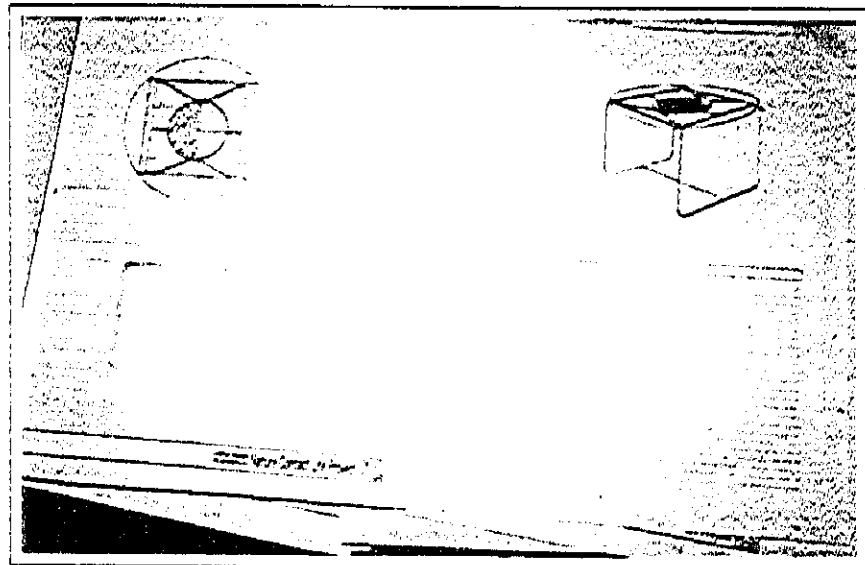
2. Design worksheet



3. Design worksheet



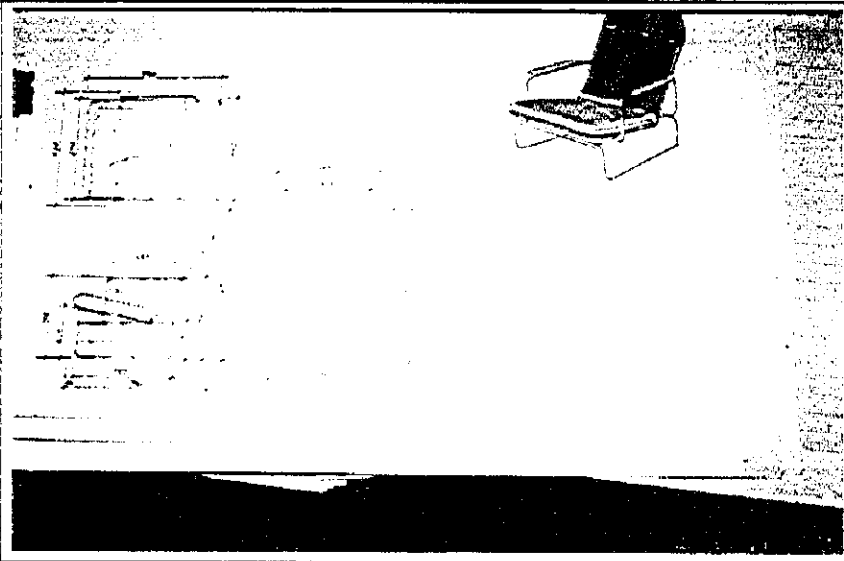
4. Design worksheet



# Interior Design Workshop

Master Plan Study for Design Promotion in Indonesia

5. Design worksheet



6. Discussion of design sketch



7. Making 1/10 scale models



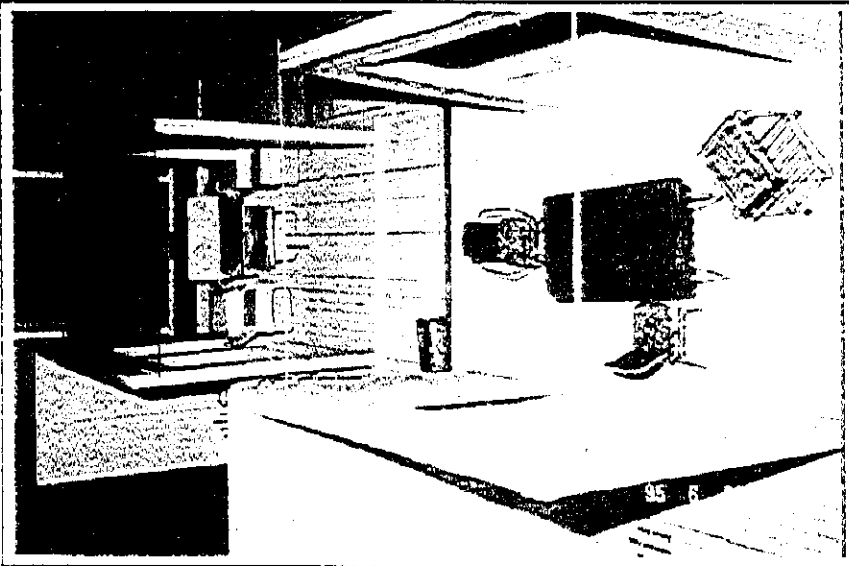
8. Evaluation of 1/10 scale models



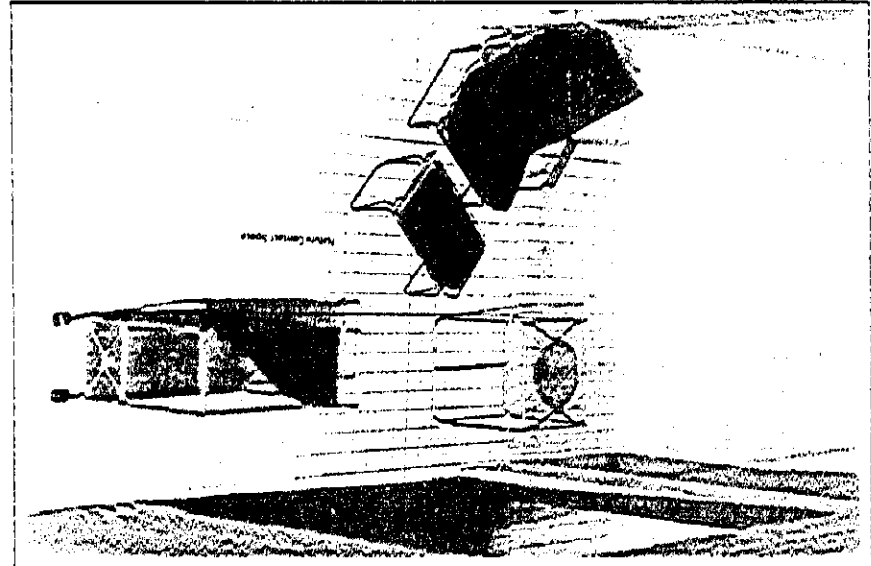
Interior Design Workshop

Master Plan Study for Design Promotion in Indonesia

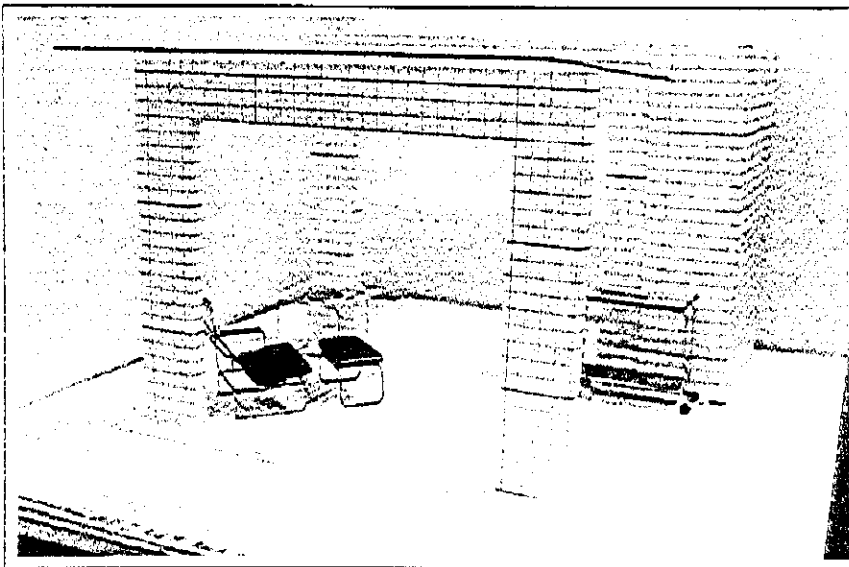
9. 1/10 scale models



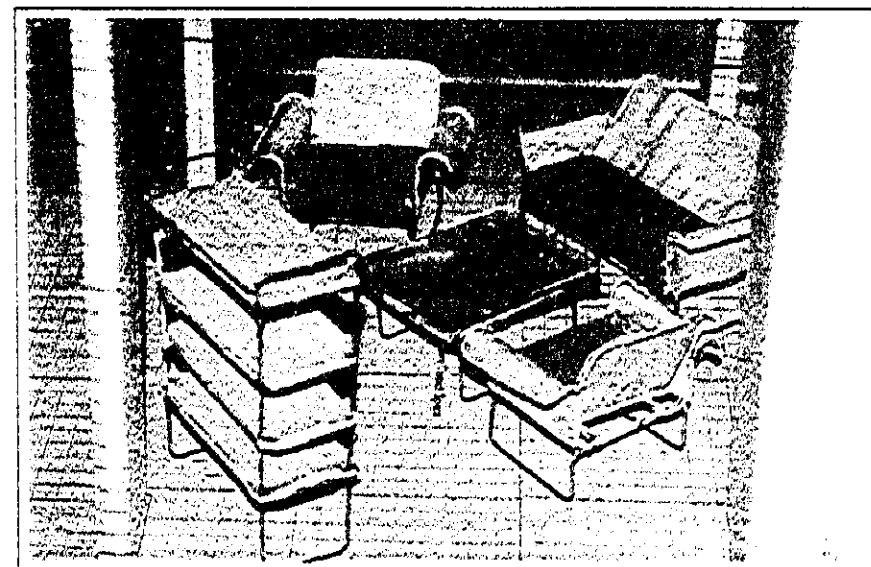
10. 1/10 scale models



11. 1/10 scale models



12. 1/10 scale models

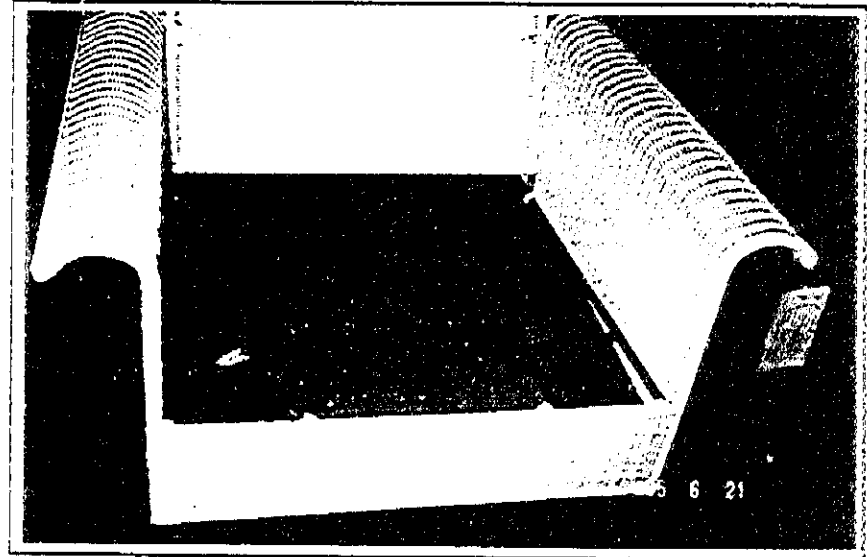


Interior Design Workshop

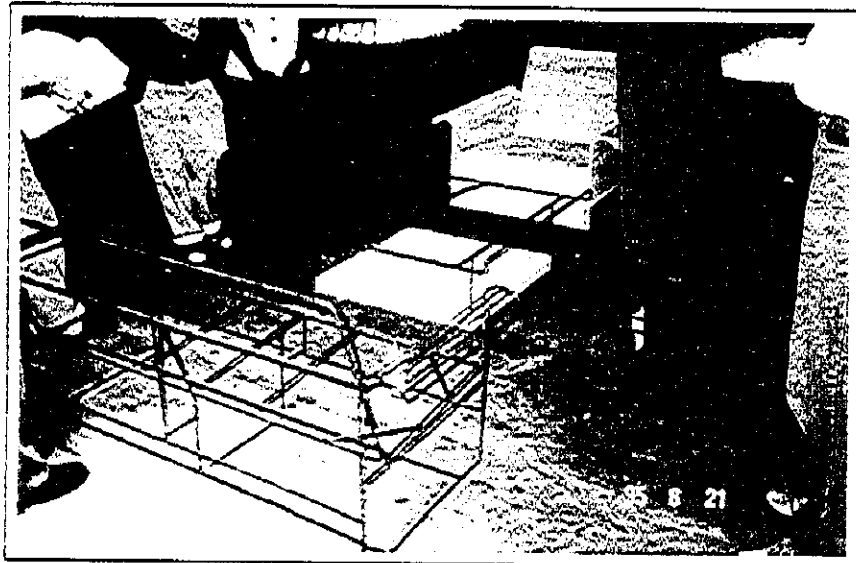
13. Evaluation of prototype



14. Evaluation of prototype



15. Evaluation of prototype

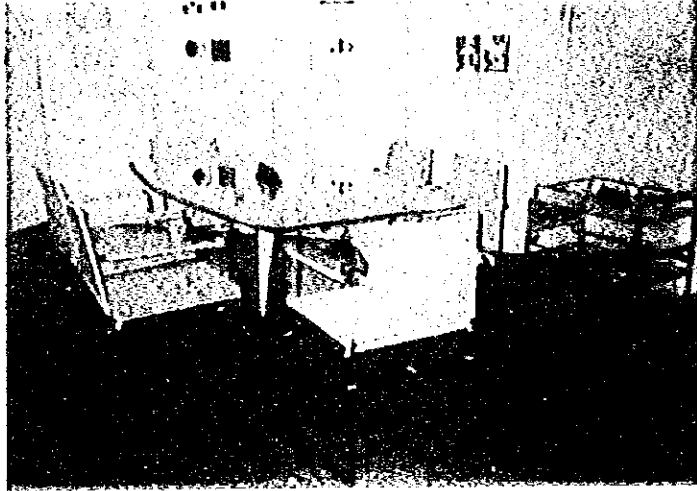


16. Closing Ceremony

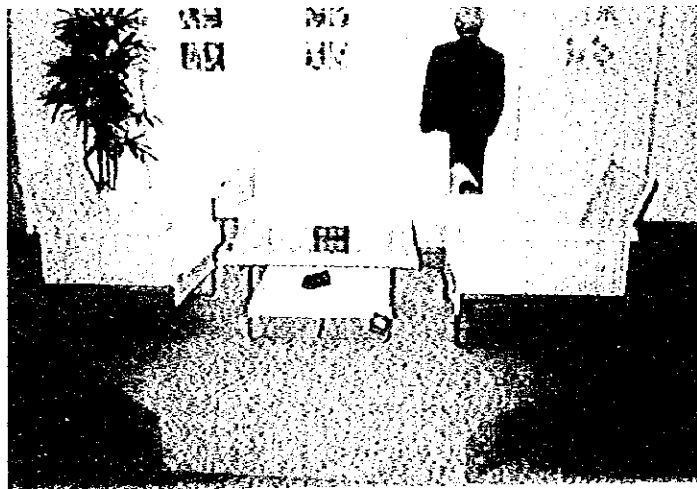


◆ INTERIOR DESIGN WORKSHOP

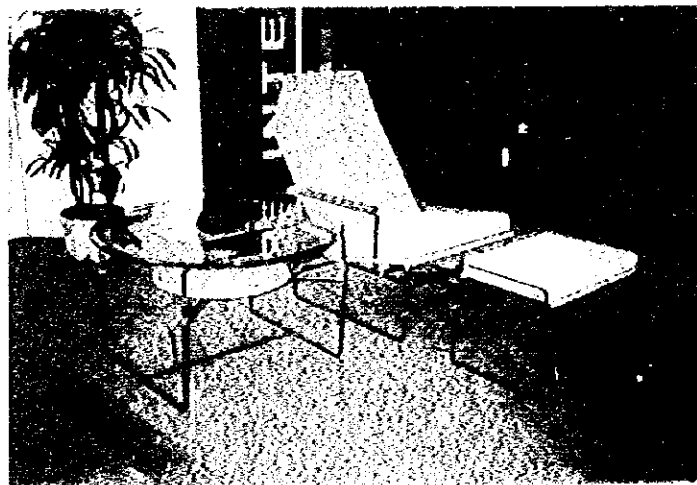
Dining table and chairs



Living table and chairs



Easy chair and coffee table





## 2 Industrial Design Workshop

2-1 Textbook 「Workshop on Industrial Design  
for Electrical Home Appliances」

2-2 Presentation material 「b-Cool」

2-3 Presentation material 「mine」

2-4 Presentation material 「sekilas Rinai RT502」

2-5 Pictures 「Industrial Design Workshop」





**WORKSHOP  
ON  
INDUSTRIAL DESIGN  
FOR  
ELECTRICAL HOME APPLIANCES**

**Venue: PUSAT DESAIN NASIONAL**

**Date: Phase 1 November 4 through 20, 1998**

**Phase 2 March 1 through 22, 1999**

**By:**

**JAPAN INTERNATIONAL COOPERATION AGENCY (JICA)**

**INDONESIA DESIGN CENTER (PDN; Pusat Desain Nasional)**

**MINISTRY OF COOPERATIVES, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES  
THE REPUBLIC OF INDONESIA**

## **Objective and Background of the Workshop**

JICA, the government agency in charge of technical cooperation for foreign countries, is undertaking a study project to develop a master plan for design promotion in this country, at the request of Indonesian government. This is a study project to formulate a short/medium and long-term promotion plan of design in this country as an effective measure to assist sustainable industrial development. Design promotion, here, means the improvement of design awareness of industry and general public, increased adoption of design by industry, and development of design capability, etc. The team will propose/recommend an effective and practical master plan as an outcome of the study project after a comprehensive analysis of existing and anticipated issues related to design activities and design promotion.

However, we do not want to finish this project as a mere study. Rather, we would like to make this study project a step to design promotion in this country. In this context, we have prepared a workshop jointly with Ministry of Cooperatives and SMEs, PDN (Pusat Design Nasional) with support from GABEL.

This workshop is not the workshop you might have in the past. It is far more comprehensive, and practical. The workshop intends not to transfer design technology, but try to introduce design process to industry.

According to our experience in Japan, the introduction of design in industries has not only strengthened its competitiveness, but also increased value added with establishing their originality in the market. Further, we have a number of successful experiences of improving competitiveness of products with establishment of brand or product mix which are well recognized in the market (not only domestic but also international). This workshop is planned to transfer these experiences to the electrical home appliance industry in this country.

Since this workshop is not a training course of design technology, but one of an effort to introduce design into the industry as one of your valuable business resources, we strongly recommend intensive involvement of company owners or other key management in the workshop.

**The Workshop will include;**

- 1) Promotion of better understanding of effectiveness of introducing design process as a business resource**
- 2) Concept making for design improvement of one of your products**
- 3) Concept work and design work to materialize the concept into a model**
- 4) Model work on the basis of the above**
- 5) Review and evaluation of the model for further improvement**

**Profile of the Instructor.**

**Mr. Minoru Nagase**

Senior Manager, JAPAN DESIGN FOUNDATION

**Specialty: Industrial Design**

**Educational background:** Graduated from Department of Special Art, Educational University of Kyoto

**Experience in industrial design:** Engaged in design development of electrical home appliances, audiovisual apparatus, and electrical/electronics multi-media products at SANYO Electric Co. since 1965 through 1996.



## **DESAIN WORKSHOP (Untuk perlengkapan rumah tangga elektronik)**

JICA, suatu organisasi perwakilan dari pemerintah Jepang yang bertugas dalam bidang kerjasama teknik di negara-negara asing, yang pada saat ini menangani proyek penelitian untuk pengembangan promosi desain di Indonesia, atas permintaan dari Pemerintah Indonesia. Proyek penelitian ini untuk merumuskan suatu rencana jangka pendek/menengah dan jangka panjang untuk promosi desain di Indonesia yang merupakan suatu kegiatan efektif untuk mendorong perkembangan industri. Promosi desain disini berarti peningkatan peduli desain dikalangan industri dan masyarakat umum, meningkatkan penggunaan desain oleh industri, dan pengembangan kemampuan desain,dll. Tim ini akan merekomendasikan / mengusulkan rencana praktis sebagai hasil dari proyek penelitian setelah menganalisa keadaan sebenarnya yang berhubungan dengan kegiatan desain dan pengenalan desain.

Bagaimanapun juga, kami tidak ingin proyek ini berakhir hanya sebagai penelitian saja, namun lebih lanjut lagi, kami ingin membuat proyek penelitian ini sebagai suatu langkah/tahapan untuk pengenalan desain di Indonesia. Dalam situasi ini kami menyiapkan pelaksanaan workshop bekerjasama dengan Departemen Koperasi, Pusat Desain Nasional, dan didukung oleh GABEL.

Workshop yang akan diselenggarakan ini tidak sama dengan workshop yang pernah diselenggarakan, workshop kali ini akan lebih mudah diikuti dan praktis. Penekanan workshop bukan untuk mengalihkan teknologi Desain tapi berusaha untuk memperkenalkan proses desain di Industri.

Berdasarkan pengalaman kami di Jepang, pengenalan desain di Industri-industri tidak hanya memperkuat kompetisi, tapi juga meningkatkan nilai tambah produk mereka dipasaran, lebih jauh lagi kami memiliki beberapa pengalaman sukses dari beberapa kompetitor berpotensi dengan produk produk yang telah memiliki merek kuat atau produk campuran yang telah dikenal baik dipasaran (tidak hanya pasar domestik namun juga internasional). Workshop ini direncanakan untuk memindahkan pengalaman ini untuk industri perlengkapan rumahtangga dari elektronik di Indonesia.

Workshop ini bukan kursus pelatihan teknologi desain, namun salah satu usaha untuk memperkenalkan desain kedalam industri sebagai salah satu dari sumber bisnis berpotensi, kami merekomendasikan keterlibatan yang teratur dari pemilik perusahaan atau manajemen kunci untuk berpartisipasi dalam workshop.

Workshop ini akan terdiri dari (untuk keterangan lebih lanjut, dapat dilihat pada lampiran);

1. Memperkenalkan pengertian keefektifan yang lebih baik untuk memperkenalkan proses desain sebagai salah satu sumber bisnis.
2. Pembuatan konsep untuk kemajuan desain salah satu produk anda.
3. Konsep kerja dan konsep desain untuk mewujudkan konsep tersebut kedalam model.
4. Model kerja dengan dasar seperti diatas
5. Mengkaji dan mengevaluasi dari model untuk pengembangan lebih lanjut.

Jika anda tertarik untuk mengikuti workshop, anda dapat menghubungi kami melalui Pusat Desain Nasional (PDN). Kami akan memberikan informasi yang lebih jelas mengenai workshop tersebut.

( Selanjutnya untuk membuat workshop ini lebih efektif, dan menghindar dari masalah peniruan desain, kami harus membatasi jumlah peserta sebanyak 3 perusahaan saja. Jika anda tidak mendapatkan kesempatan untuk mengikuti workshop kali ini, kami harapkan partisipasi anda dilain kesempatan.)

## **Workshop Desain Industri untuk Perlengkapan Rumahtangga Elektronik**

( Diselenggarakan dengan kerjasama antara Departemen Koperasi, Pengusaha Kecil dan Menengah, Pusat Desain Nasional (PDN), dan JICA di dukung oleh GABEL)

1. Peserta : Industri perlengkapan runahtangga elektronik
2. Tempat : Pusat Desain Nasional (PDN) Gedung Puslatkop & PKM, Jl. Gatot Subroto, Jakarta 12780 (tel/fax : 021-790-2374)
3. Tanggal : (sementara) dimulai pada tanggal 4 November 1998 selama 8 hari (tahap I) (untuk lebih jelasnya lihat lampiran), dan pada bulan Februari dan Maret 1999 selama 8 hari (tahap II). Harap dicatat bahwa Tahap I dan Tahap II adalah suatu proses yang berkesinambungan, dan peserta yang sama yang akan mengikuti workshop ini.
4. Isi workshop: Sesuai lampiran
5. Biaya : Tidak dipungut biaya
6. Bahasa : Bahasa Indonesia

**Diharapkan untuk segera mengirimkan formulir pendaftaran sesuai lampiran (lewat fax : 021-7902374)**

**(\*) Para peserta workshop sebelum mengikuti workshop diharapkan untuk**

**mempersiapkan hal sbb :**

1. Pilihlah sebuah produk, setelah dikonsultasikan dengan manajemen yang mana nantinya akan dibuat pengembangan desainnya.
2. Kumpulkan katalog dari produk-produk pilihan. Dalam katalog tersebut harus tercantum perusahaan anda, dan juga perusahaan lain, dan juga yang berasal dari majalah, dll. Berkaitan dengan katalog ini, dapat dibandingkan fungsi/spesifikasi produk dan harga jual produk - produk tersebut.
3. Cobalah untuk merumuskan /mengembangkan desain yang baru dari produk , kumpulkan beberapa gambar sebanyak mungkin dari majalah, dll. Yang dapat mewakili desain anda. Hal ini termasuk gambar gambar yang mewakili sifat warna, bentuk, sebaik sifat dari ruangan dimana produk tersebut akan dipasang atau dipergunakan.



#### **4. Instruktur Profil**

**Mr. Minoru Nagase,**  
**Senior Manager, JAPAN DESIGN FOUNDATION**

**Spesialis Desain Industri**

**Latar Belakang Pendidikan : Lulusan dari Jurusan Seni dan Kriya, Universitas Kyoto**  
**Pengalaman di bidang Desain Industri : Bekerja pada SANYO Electric Co.Ltd. sejak 1965-1996, pada bagian pengembangan desain peralatan rumah tangga, audio visual, dan produk multi media.**

#### **Profil Asisten Instruktur :**

**Drs. Amirul Nefo**  
**Desainer free lance**  
**Pengajar di ITENAS**

**Spesialis Desain Industri**

**latar Belakang Pendidikan : Lulusan Fakultas Seni & Desain, ITB**  
**Pengalaman di Desain Industri :**

- Otomotif : Divisi R&D, PT ASTRA INTERNATIONAL**
- Perkapalan : Manajer Proyek di PT INDOKAPAL PRIMACIPTA, Jakarta**

**Drs. Martinus P, Msn**  
**Desainer Free Lance**  
**Pengajar di ITB**

**Spesialis Desain Industri**

**Pendidikan : Lulusan fakultas Seni & Desain ITB**

**Pengalaman :**

- Otomotif : PT LAKSANA CARROSEMA, Semarang**  
**United Tractor PATRIA FORKLIFT**
- Alat Rumahtangga : Office Furniture**
- Perkapalan : Product Advisor dari peralatan Interior kapal di PT PELNI**  
**sejak 1992 - 1998.**

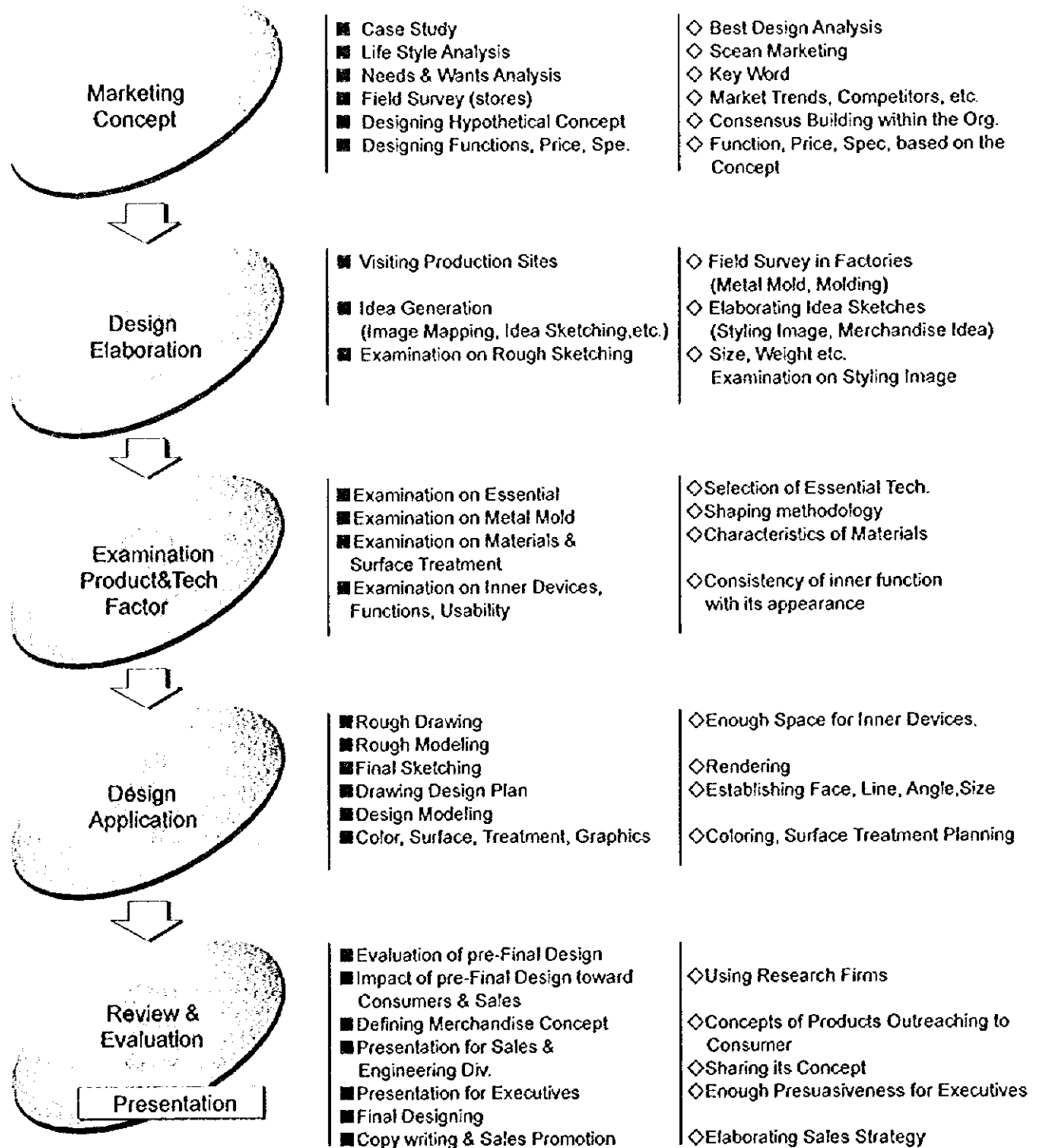
# Work-Shop <Industrial Design>

- ◆ Concepts with Marketability
- ◆ Concepts Visualization
- ◆ Design Evaluation and Design Review
- ◆ Concepts of Products Outreaching to Consumer

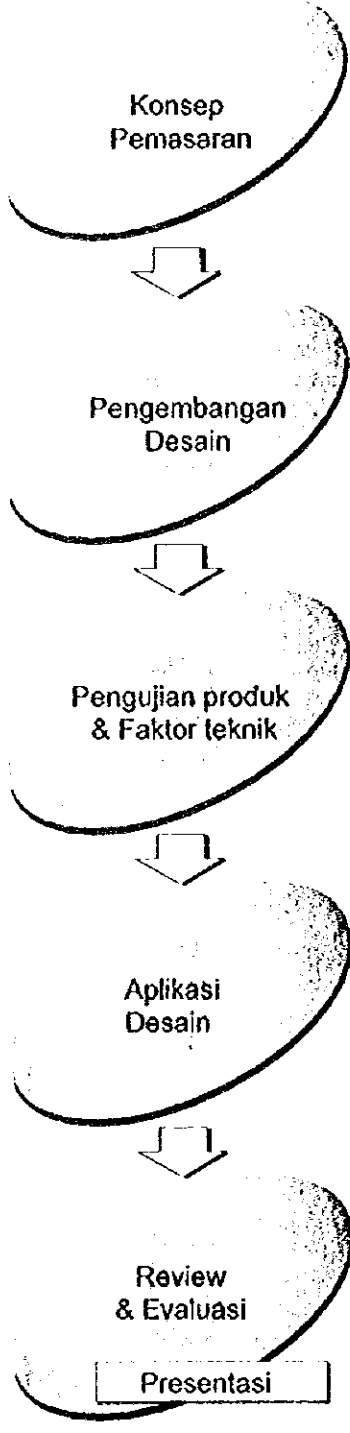
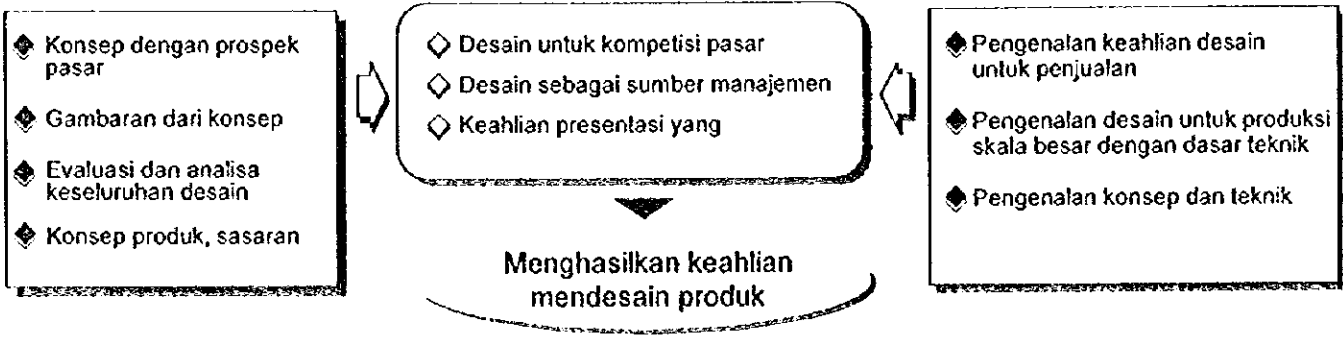
- ◇ Design for Market Competitiveness
- ◇ Design as a Management Resource
- ◇ Presentation Skill enough for Management Decision-making

- ◆ Introducing Design Skills for Merchandising
- ◆ Introducing Design for the Mass Production based on Techniques
- ◆ Introducing of Concepts and Techniques

## Acquiring Products Designing Skills

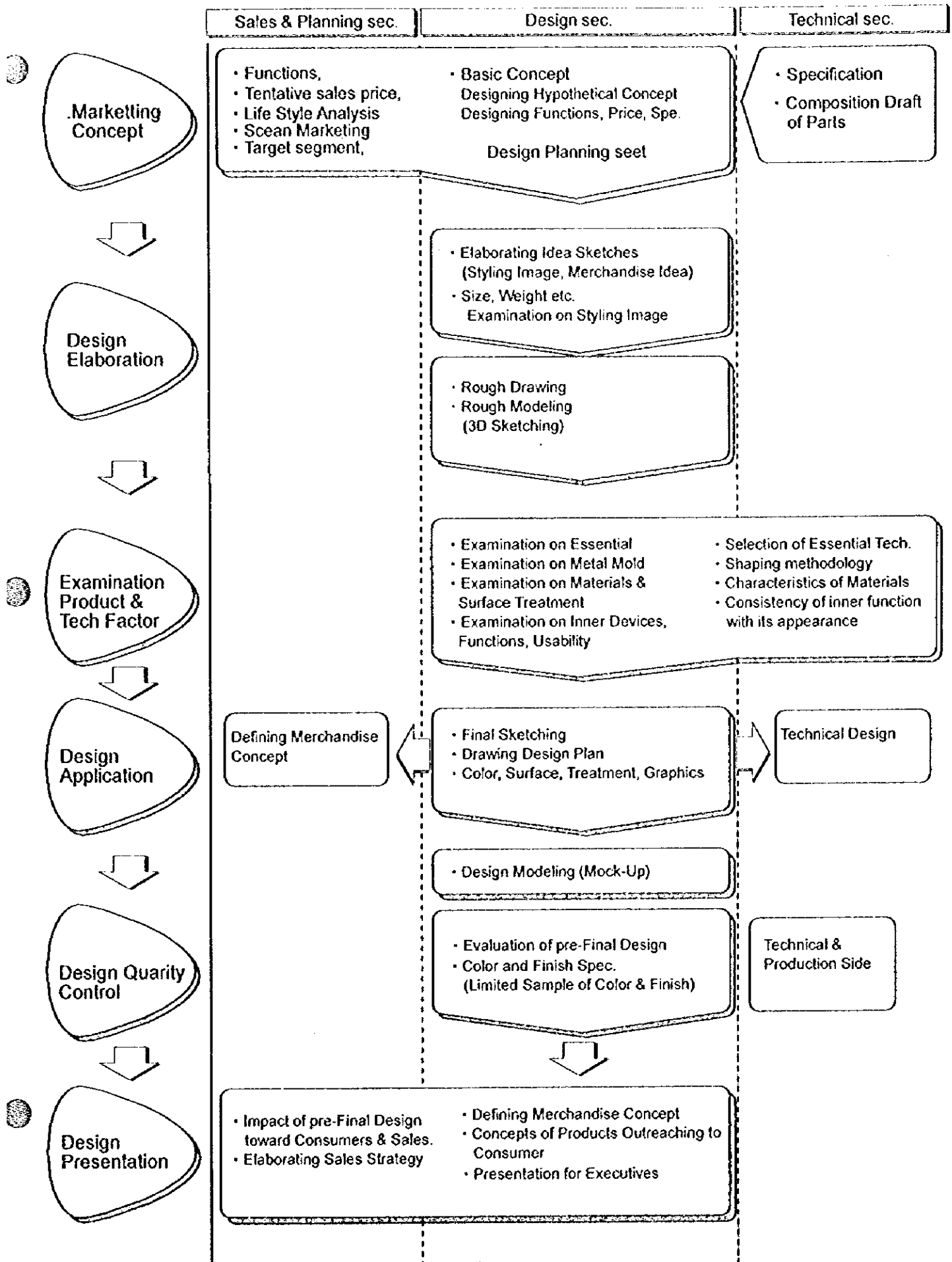


# WORKSHOP (Desain Industri)

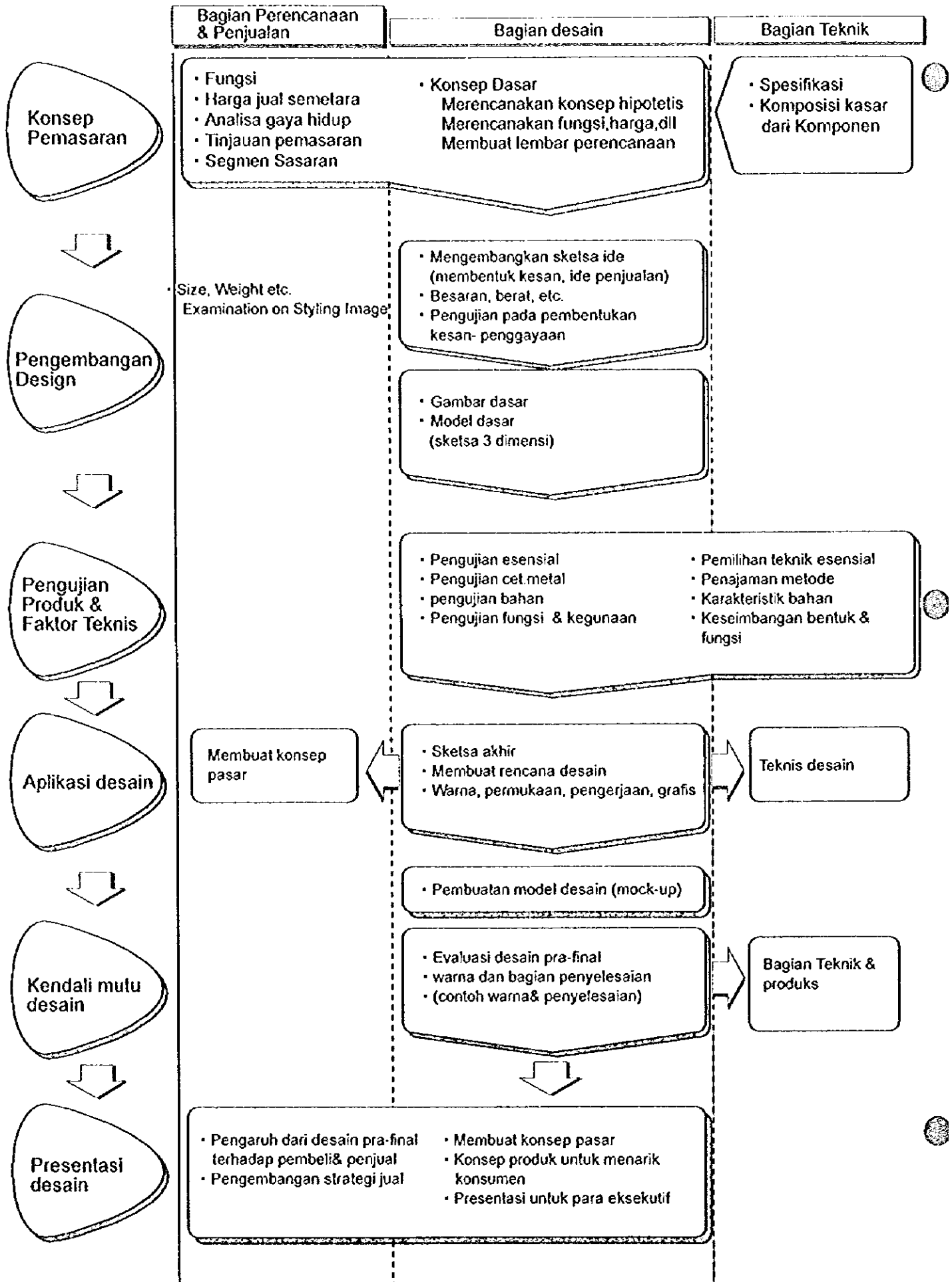


- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Studi kasus</li> <li>■ Analisa gaya hidup</li> <li>■ Analisa kebutuhan &amp; permintaan</li> <li>■ Survey lapangan (toko-toko)</li> <li>■ Merencanakan Konsep hipotesa</li> <li>■ Merencanakan fungsi, harga, dll</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Analisa desain terbaik</li> <li>◇ Pandangan pasar</li> <li>◇ Kata kunci</li> <li>◇ Tren pasar, pesaing, dll</li> <li>◇ Persetujuan antara badan organisasi</li> <li>◇ Fungsi, harga, spesifikasi, berdasarkan konsep</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kunjungan ke lokasi produksi</li> <li>■ Macam - macam ide (rekaan bentuk, sketsa ide, dll)</li> <li>■ Pengujian pada sketsa dasar</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Survey lapangan mengunjungi pabrik</li> <li>◇ Pengembangan sketsa ide (membentuk ide, ide pasar)</li> <li>◇ Ukuran, Berat, dll.</li> <li>◇ Pengujian Citra Pengayaan</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pengujian esensial</li> <li>■ Pengujian pada cetakan metal</li> <li>■ Pengujian bahan dan permukaan</li> <li>■ Pengujian fungsi dan kegunaan</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Pemilihan teknologi esensial</li> <li>◇ Penajaman metode</li> <li>◇ Karakter bahan</li> <li>◇ Keseimbangan antara bentuk dan fungsi</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Model dasar</li> <li>■ Sketsa akhir</li> <li>■ Membuat Rencana desain</li> <li>■ Membuat Model</li> <li>■ Warna, permukaan, pengerjaan, Grafis</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Ruang yang cukup untuk bagian bagian fungsi teknik/pendukung</li> <li>◇ Rendering</li> <li>◇ Pembentukan bentuk, garis, sudut, dan besaran</li> <li>◇ Pewarnaan, rencana pengerjaan permukaan</li> </ul>                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Evaluasi desain pra-final</li> <li>■ Pengaruh desain pra-final terhadap konsumen &amp; penjualan</li> <li>■ Menentukan konsep pemasaran</li> <li>■ Presentasi penjualan dan bagian teknik</li> <li>■ resentasi untuk para eksekutif</li> <li>■ esain akhir</li> <li>■ Penulisan kembali &amp; Promosi penjualan</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◇ Penggunaan jasa peneliti</li> <li>◇ Konsep produk untuk menarik konsumen</li> <li>◇ Pembagian konsep</li> <li>◇ Pendekatan yang cukup untuk para eksekutif</li> <li>◇ Pembangan strategi penjualan</li> </ul>                   |

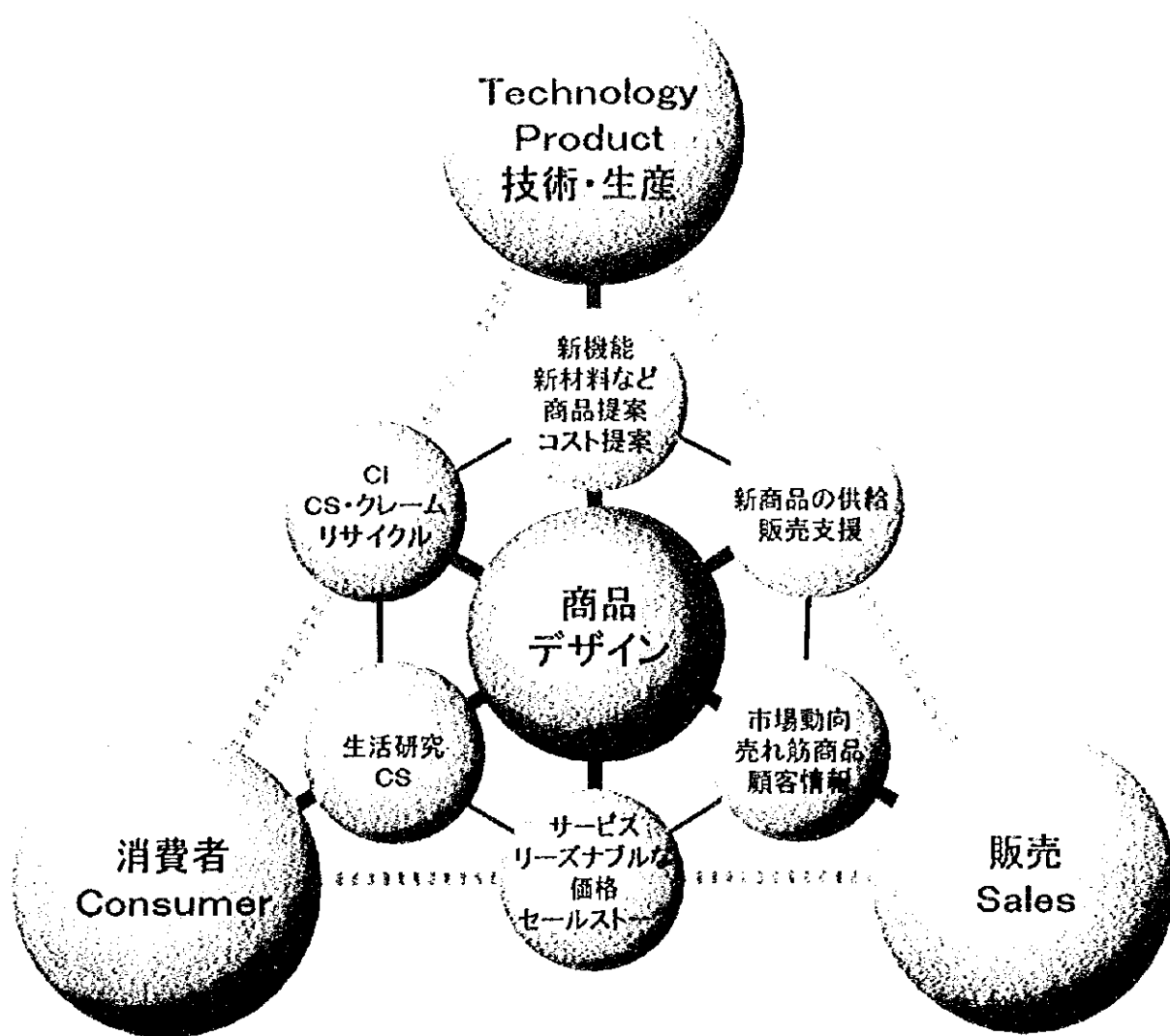
# Industrial Design Process



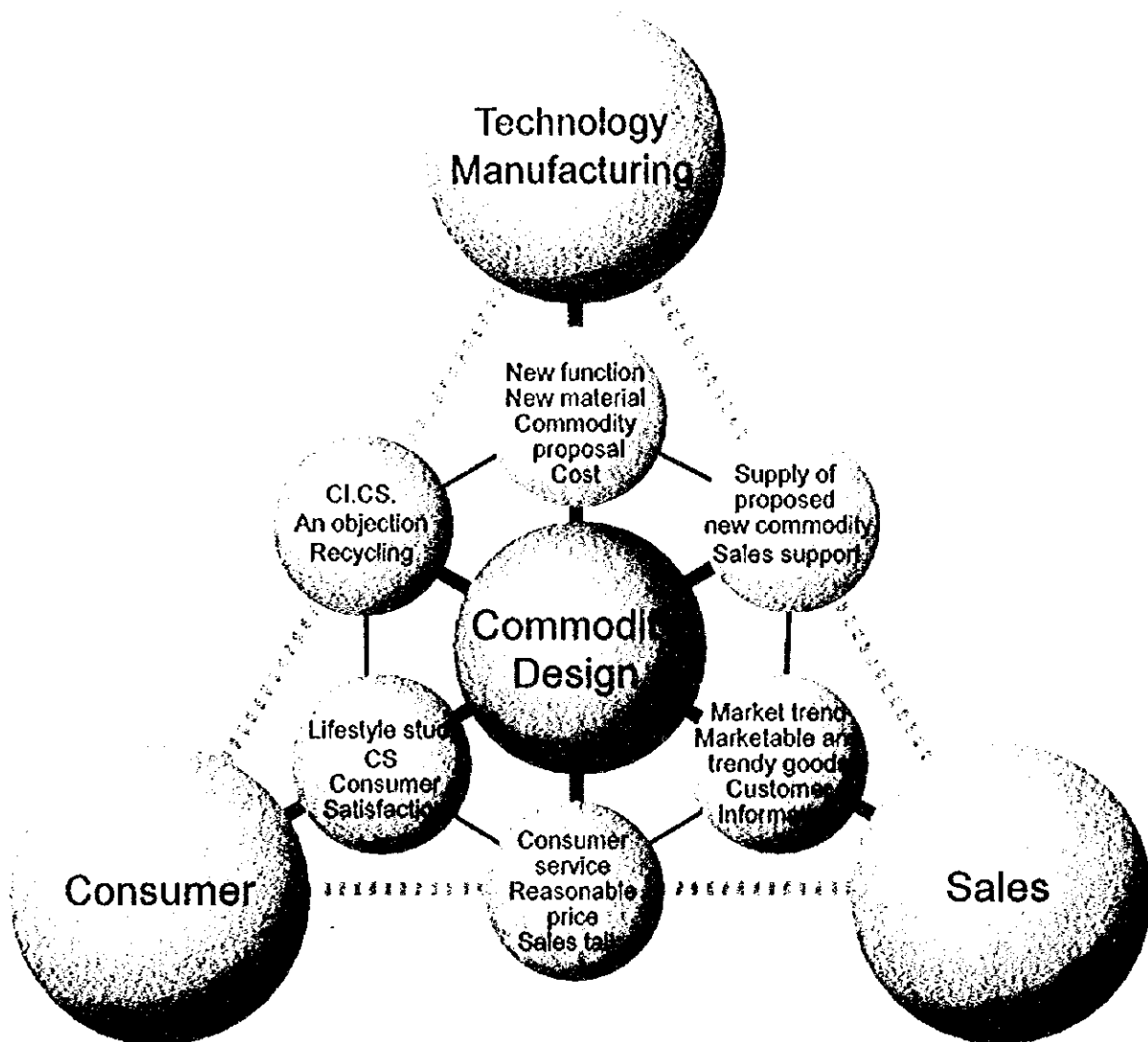
# Proses Desain Industri



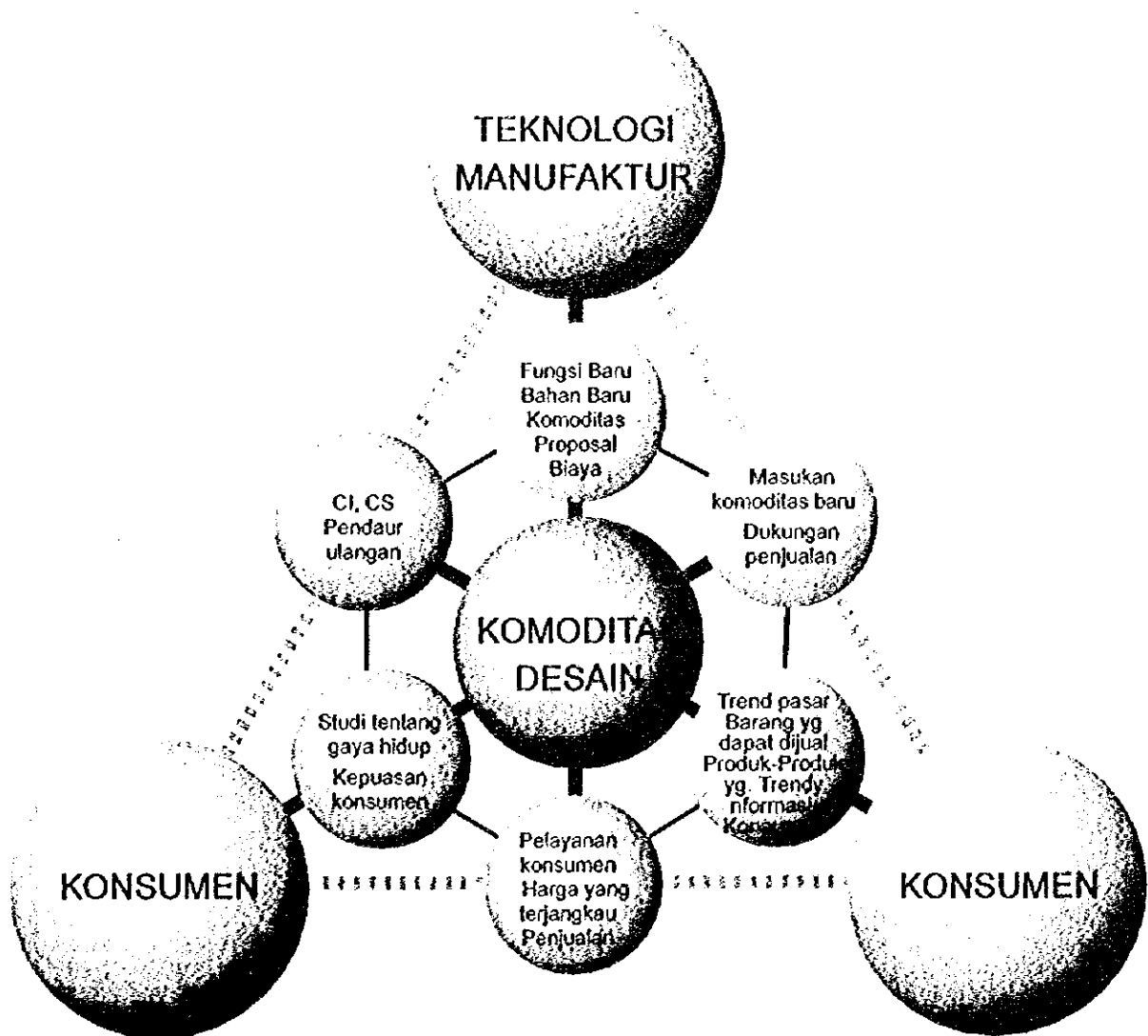
■生産・販売・消費者とデザインの関わり



■ A relation between production/ sales / consumer and design.



■ HUBUNGAN ANTARA PRODUKSI  
/PENJUALAN/KONSUMEN  
dan DESAIN





# Development Concept and Product Concept

## ■ Corporate Circumstances

Technical information  
New type of rival products on the market.  
Corporate strategy

## ■ Market Circumstances

Market research  
Market trends  
Market size  
Lifestyle research

Development Concept  
(Hypothetical Concept)

## ■ Consensus building within the organization to make the product a success

for Management (owner)  
Designer  
Technology and Production Division  
Sales Division

Significance to the Company, Store, Consumer

Product Concept  
(Merchandising Concept)

## ■ Consensus building within the organization Management

for Management (owner)  
Planning and Sales Division  
Advertising and Sales promotion Division  
Designer

## ■ Selling the product to stores and consumers

for Sales Companies and OEM Retailers  
Shop  
Advertising (catalogs, magazines,  
TV commercials) and sales promotion  
Selling the product to consumers

# Konsep Pengembangan dan Konsep Produk

## ■ Keadaan Perusahaan

Informasi Teknis  
Produk-produk pesaing jenis baru dipasaran  
Strategi perusahaan

## ■ Keadaan Pasar

Riset pasar  
Tren pasar  
Riset gaya hidup  
Besarnya pasar

Konsep Pengembangan  
(Konsep Hipotesis)

## ■ Membangun Konsensus dlm Organisasi Unyuk Membuat Produk yg Berhasil

Untuk Manajemen  
Desainer  
Divisi teknologi & produksi  
Divisi penjualan

Makna bagi perusahaan, toko / penjual, Konsumen

Konsep Produk  
(Konsep Dagang)

## ■ Membangun Konsensus dlm Organisasi Manajemen

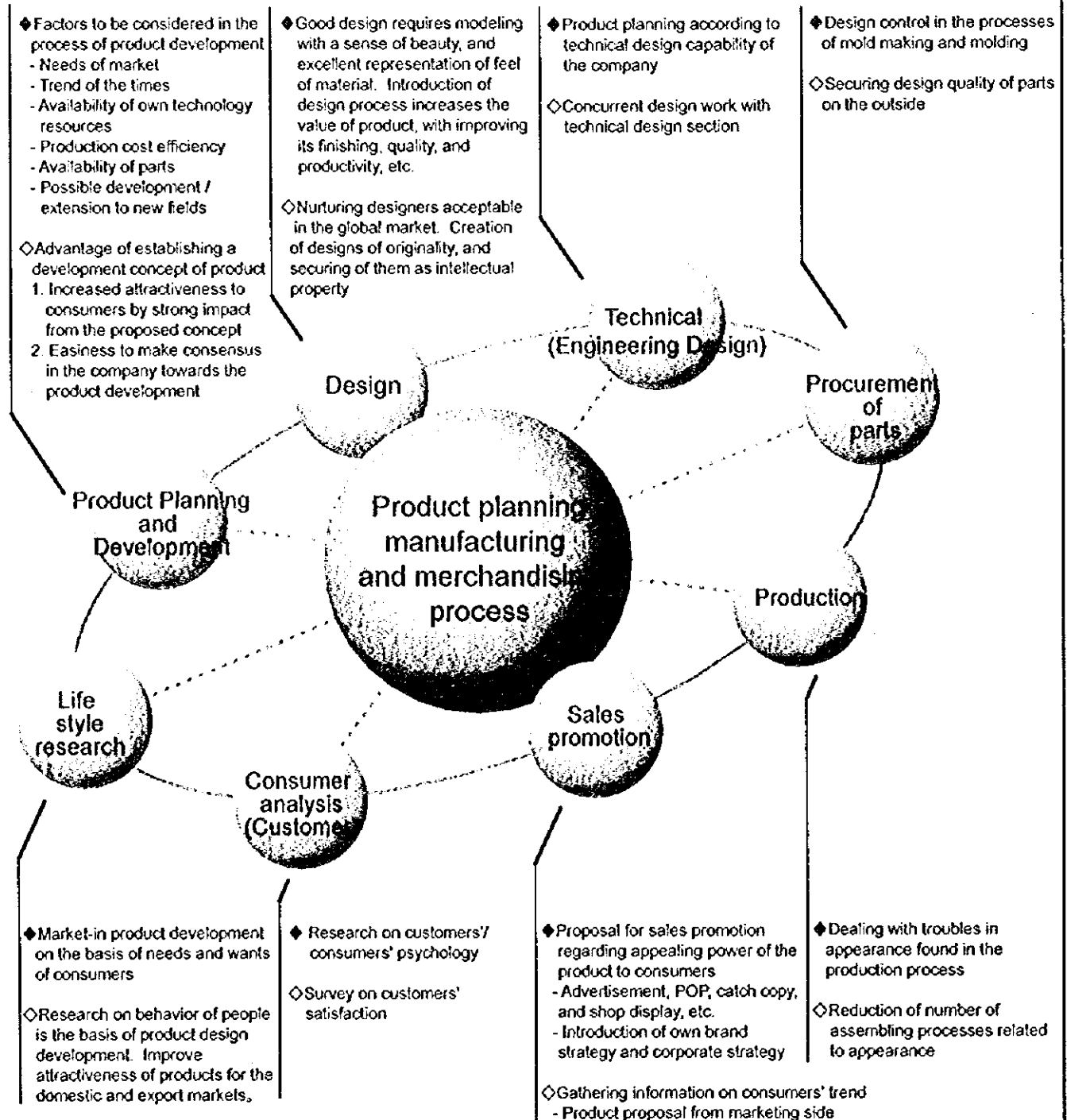
Untuk Manajemen (pemilik)  
Divisi perencanaan & penjualan  
Divisi iklan & promosi penjualan  
Desainer

## ■ Menjual Produk ketoko-toko dan Konsumen

Untuk Perusahaan penjual & toko pengecer  
Komponen asli  
Iklan (katalog, majalah, iklan TV) dan promosi penjualan  
Penjualan produk kepada konsumen

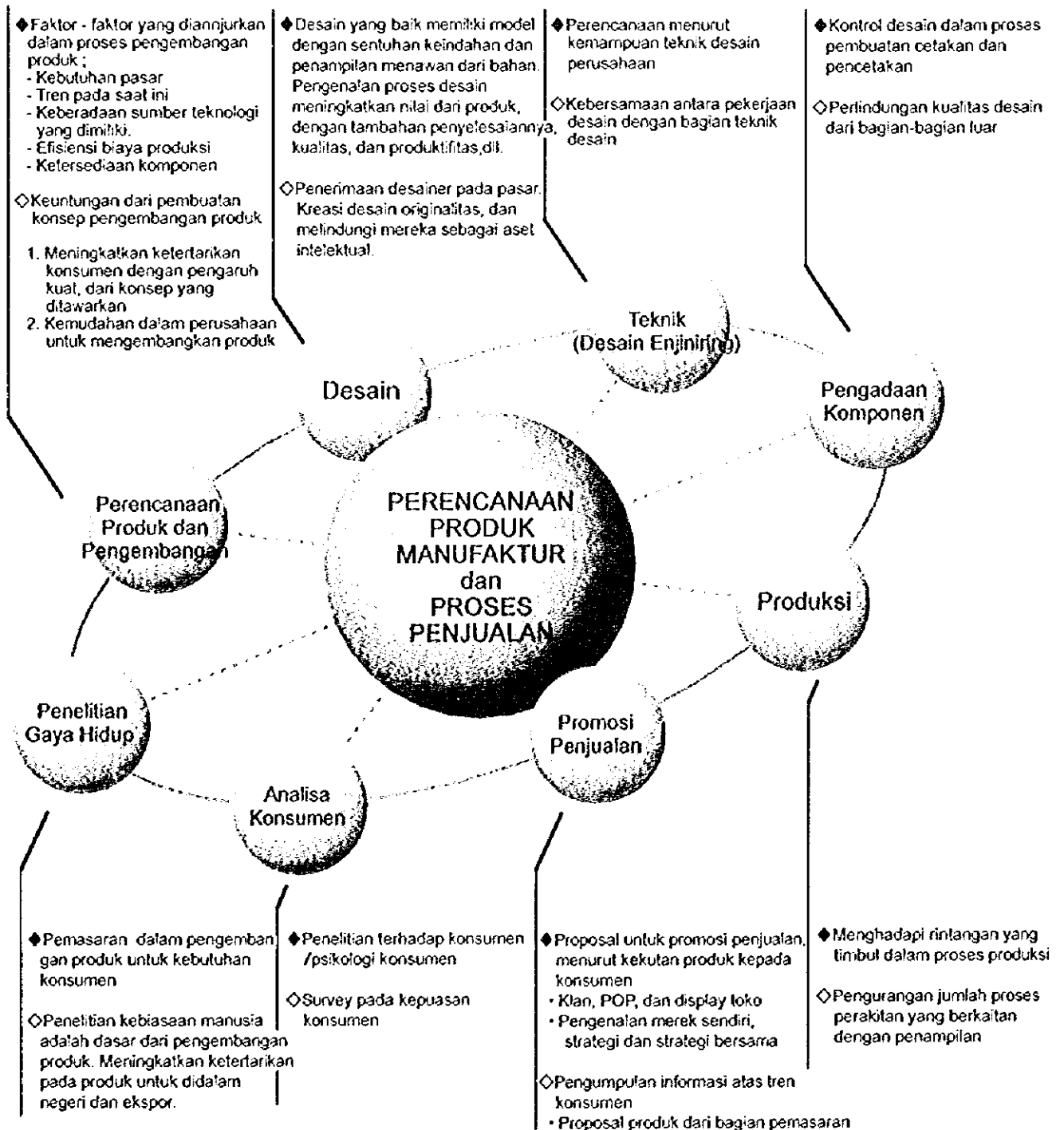
## Product planning , manufacturing and merchandising process

- ❖ A total process consisting of product planning, manufacturing and merchandising, is the marketing. Designing is the concept making activity of a product.
- ❖ Design section needs to be involved in all the process of product planning, manufacturing, and merchandizing. The design adds value to the products during the process, contributing to increased profitability and customer satisfaction.
- ❖ Idea creation for product development can be started from any part of the process. All the conditions required by each part of the process, however, are necessary to be fulfilled before completing the marketing process.

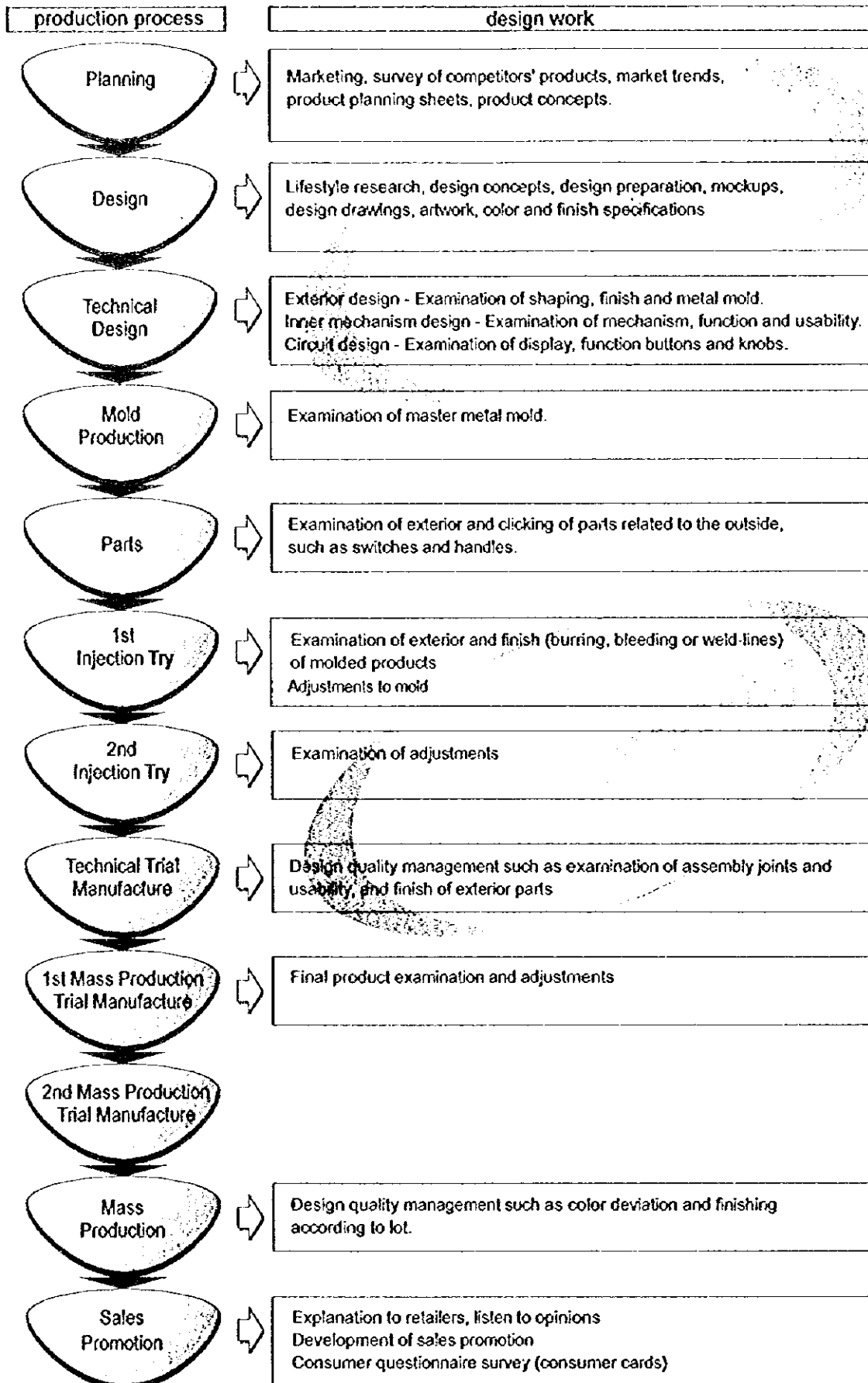


# PERENCANAAN PRODUK, MANUFAKTUR, dan PROSES PENJUALAN

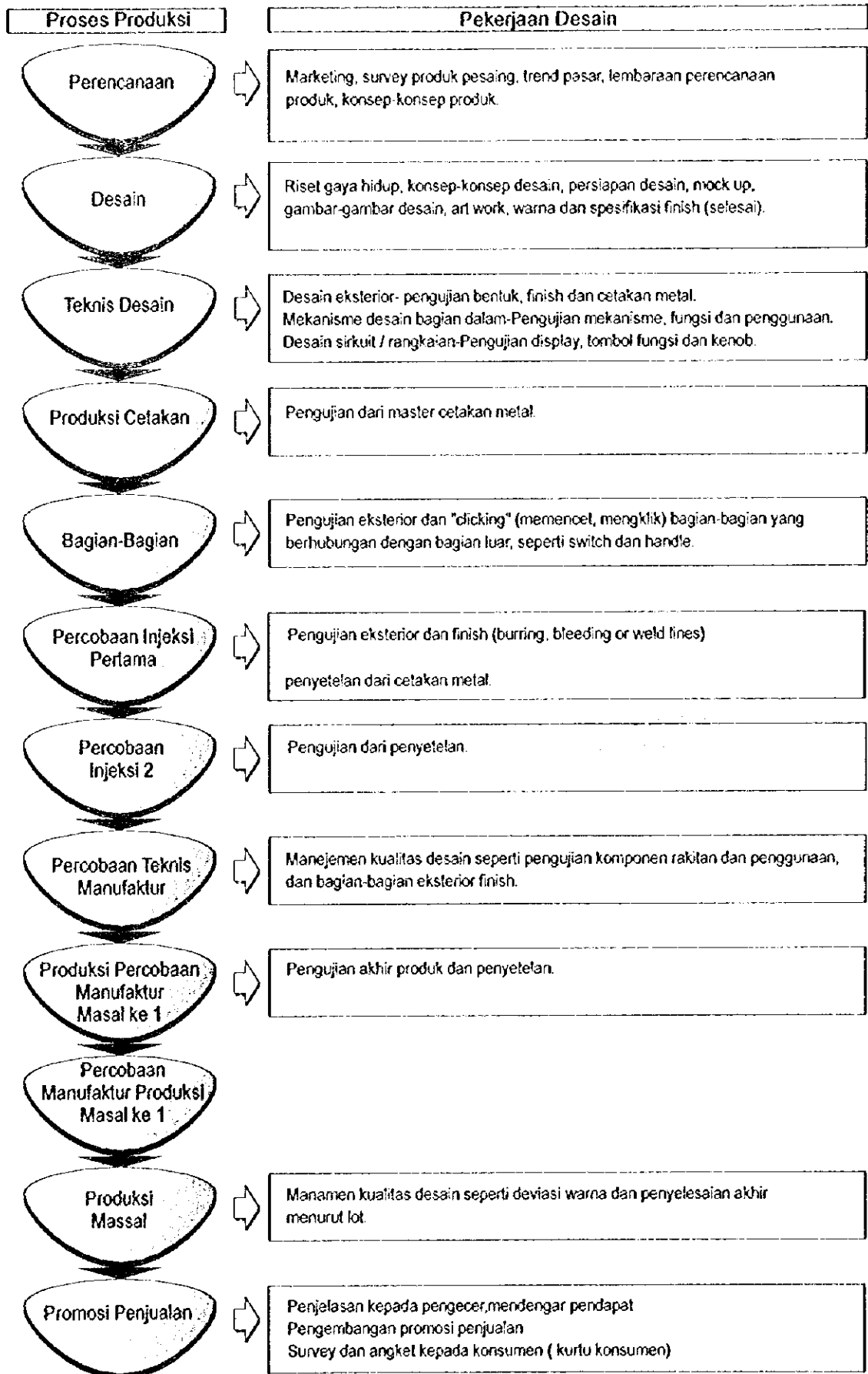
- ❑ Seluruh proses yang meliputi perencanaan produk, pabrikasi, dan penjualan, adalah pemasaran. Mendesain adalah konsep membuat suatu produk.
- ❑ Bagian desain sangat berkepentingan untuk berhubungan dengan seluruh proses dalam perencanaan sebuah produk, pabrikasi dan penjualan. Desain akan memberikan nilai tambah bagi produk selama proses berlangsung. Memiliki kontribusi untuk meningkatkan keuntungan dan kepuasan konsumen.
- ❑ Penciptaan ide untuk pengembangan produk dapat dimulai dari bagian proses yang mana saja. Seluruh kondisi berlaku untuk setiap bagian proses, bagaimanapun juga, sangatlah penting untuk dikerjakan sebelum melengapi proses pemasaran.



## The Relationship between Production Process and Design

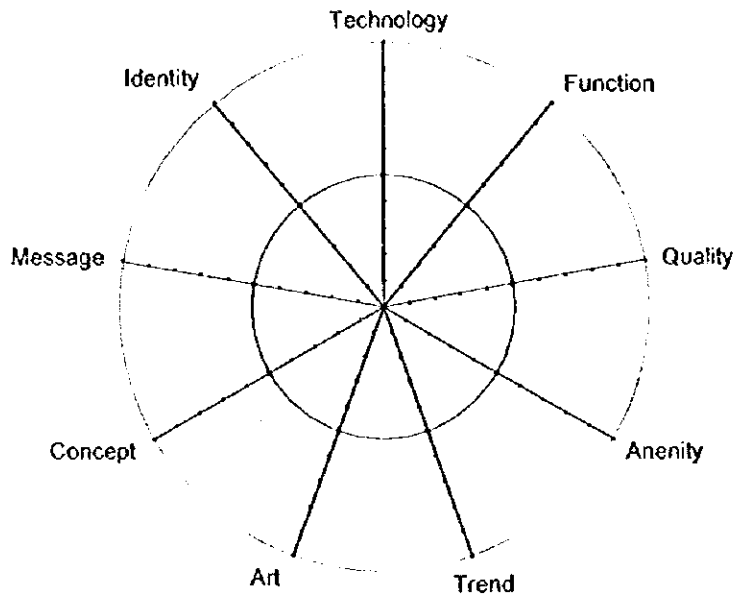


## Hubungan Antara Proses Produksi dan Desain



# Evaluation of Design

Product Name \_\_\_\_\_  
 Model No. \_\_\_\_\_  
 Issued \_\_\_\_\_  
 Date \_\_\_\_\_



		Evaluation Score (1~10)	Comment
<b>Intelligence</b>	Technology	Technological Development Productivity, Rationality	
	Function	Functionality Usability Storage, Installation, Portability Maintenance	
	Quality	Completion, Finishing Safety Durability	
<b>Sense</b>	Anenity	Comfortable-ness Harmonization with Circumstance	
	Trend	Advancement Topics (Talks)	
	Art	Shaping Coloring Quality of Materials & Treatment of Exterior Graphics	
<b>Mind</b>	Concept	Presentation Sociality	
	Message	Message to Consumers	
	Identity	Originality	
		Intellectual Property Rights (IPR)	

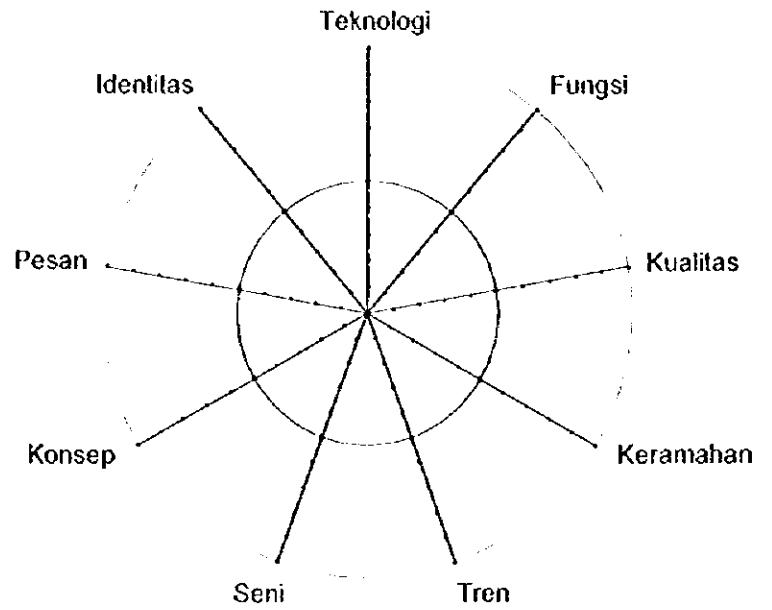
# Evaluation of Design

Product Name

Model No.

Issued

Date



		Evaluation Score (1~10)	Comment
<b>Intelegensi</b>	<b>Teknologi</b>	Bagian Teknologi Produktivitas, Rasional	
	<b>Fungsi</b>	Fungsional Kegunaan Penyimpanan, Instalasi, Kemudahan Perawatan	
	<b>Kualitas</b>	Kelengkapan, penyelesaian Keamanan Daya tahan	
<b>Rasa</b>	<b>Keramahan</b>	Kenyamanan Kesesuaian dengan lingkungan sekitar	
	<b>Tren</b>	Kemajuan Topik	
<b>Pemikiran</b>	<b>Seni</b>	Penajaman Pewarnaan Kualitas bahan & Pengerjaan eksterior Grafis	
	<b>Konsep</b>	Presentasi Sosial	
	<b>Pesan</b>	Pesan untuk pelanggan	
	<b>Identitas</b>	Keaslian Perlindungan hak intelektual	



## DEVELOPMENT CONCEPT

1. Propose new method of sales promotion for small items of electrical home appliances
2. Improve the corporate image among young generations
3. Develop products to gather data on the trend of young generations



Contemporary  
Basic Gear

it's

it's

CONCEPT

## TARGET

Students starting  
to live alone by  
themselves



## PRODUCT IDENTITY

### 1. COLOUR

Basic and long-lasting color represented by "Indigo Blue (or AIZOME in Japanese)"

TRAD BLUE

### 2. FUNCTION

Limit to minimum requirement for living, excluding functions not used often

### 3. DESIGN

Insist on the intrinsic beauty of the products, without unnecessary decorations

### 4. PRODUCT LINE-UP

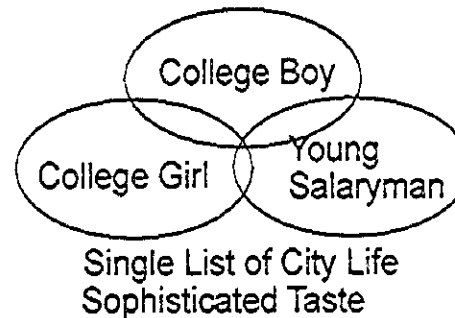
Necessary and sufficient product line-up for living alone

### 5. PRICE

Prices for students to find them reasonably cheap

## COMMODITY CONCEPT

Simplified and basic gear to meet the minimum needs of young urban generation living alone, with simple and pure life style



## FACTORS OF INDUSTRIAL DESIGN

(Involvement and Evaluation of Design in Products Development)

Intelligence	Technology	<i>Technological Development</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentation from design toward technological development (Shape, Size, Weight, Thickness, Functions) (Knowledge of &lt;advanced&gt; technology is inevitable for the Designers.)</li> </ul>
		<i>Productivity, Rationality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rational Planning and design taking into account of productivity of materials, metal mold, and/or assembly (Significant factor for cost reduction, and/or excellent finishing)</li> </ul>
	Function	<i>Functionality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appropriate selection and expression of product functions</li> <li>• Presentation of functions (In products, functions and performance are included.) (Appropriateness of function selection is a determinant factor of product value.)</li> </ul>
		<i>Usability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usability, Understandability, GUI (Key to activate functions) (Size and color of buttons /characters are also included.) (Development from Ergonomics, to Cognitive psychology, GUI)</li> </ul>
		<i>Stowage, Installation, Portability</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Size, Portability, Stability, Storability. (Taking into account of life scene of users)</li> </ul>
		<i>Maintenance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Easiness of user maintenance (ex: easy to clean, easy to exchange expendable supplies)</li> </ul>
		Quality	<i>Completion, Finishing</i>
	<i>Safety</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maintaining of "Safety &amp; Strength" under various situation of use</li> <li>• Universality</li> </ul>
	<i>Durability</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Solidity &amp; durability</li> </ul>
	Sense	Amenity	<i>Comfortable-ness</i>
<i>Harmonization with Circumstance</i>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harmonization with circumstance (shape, color, sound, measure, atmosphere, and so on)</li> </ul>
Trend		<i>Advancement</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design : Generation of new image</li> <li>• Design : Sympathy for next generation</li> </ul>
		<i>Topics (Talks)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Links" among goods, things, and sympathy for the "Something new" (To get market success, the products have to be a talk (topic) of town.)</li> </ul>
Art		<i>Shaping</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Aesthetic completeness" of total shaping, details, and structural element (Beautiful shaping is essence of design.)</li> </ul>
		<i>Coloring</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Coloring sense" &amp; "Aesthetic completeness" (Coinciding with purpose, environment, generation, era, and so forth)</li> </ul>
		<i>Quality of Materials &amp; Treatment of Exterior</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exterior treatment making the best use of materials (ex: delicacy of aluminum, softness of plastic curve, and so on)</li> </ul>
		<i>Graphics</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appropriateness of graphic management (For more liveliness and completeness)</li> </ul>
Mind	Concept	<i>Presentation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentation of new lifestyle (For the progress of human life)</li> <li>• Presentation of hypothesis (Based on cultivation of Needs &amp; Wants, and on targeting)</li> <li>• Presentation of products (Based on "Scene marketing")</li> <li>• Pricing based on psychological aspects</li> </ul>
		<i>Sociality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social Concerns (Environment, Recycling, Barrier-free)</li> </ul>
	Message	<i>Message To Consumers</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design language (strength, direction)</li> <li>• Communicating corporate philosophy</li> <li>• Attention to customer satisfaction (CS)</li> </ul>
		Identity	<i>Originality</i>
			<i>Intellectual Property Rights (IPR)</i>

## FAKTOR FAKTOR DESAIN INDUSTRI

(Keterlibatan dan Desain Evaluasi dalam Bagian Produksi)

Intelegensi	Teknologi	Bagian Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentasi desain untuk bagian teknologi (Bentuk, ukuran, Berat, Ketebalan, Fungsi) (Pengetahuan teknologi moderen sangat penting untuk desainer)</li> </ul>
		Produktivitas, Rasional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perencanaan rasional dan peranan desain dlm produktifitas dari bahan, cetakan metal, atau perakitan (faktor penting untuk pengurangan biaya, dan penyelesaian yang baik)</li> </ul>
	Fungsi	Funsional	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seleksi dan ekpresi dari fungsi produk</li> <li>Presentasi fungsi (dlm produk, fungsi dan penampilan sudah termasuk) (Seleksi fungsi adalah faktor penting pada nilai produk)</li> </ul>
		Kegunaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kegunaan, pengertian, GUI (Kunci untuk aktivitas fungsi) (Ukuran dan warna juga termasuk)</li> <li>Pengembangan dari ergonomik, ke psikologi, GUI</li> </ul>
		Penyimpanan, Instalasi, Kemudahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Besaran, mudah, ketahanan, penyimpanan (Diperhitungkan menurut gaya hidup pemakai)</li> </ul>
		Perawatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberikan kemudahan bagi pemakai (contoh, mudah dibersihkan, efektif dlm dana perawatan)</li> </ul>
	Kualitas	Kelengkapan, penyelesaian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dibuat dgn baik, memberikan perasaan senang</li> <li>Kualitas penyelesaian : asal produksi (Kualitas desain, kualitas kerajinan)</li> </ul>
		Keamanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kekuatan &amp; ketahanannya awet dlm situasi apa saja</li> <li>Menyeluruh</li> </ul>
		Daya tahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solid &amp; berdaya tahan</li> </ul>
	Rasa	Keramahan	Kenyamanan
Kesesuaian dengan lingkungan sekitar			<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesesuaian dgn lingkungan sekitar (bentuk, warna, suara, isi, atmosfir, etc)</li> </ul>
Tren		Kemajuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desain : Generasi dgn image baru</li> <li>Desain : Rasa simpati untuk generasi selanjutnya</li> </ul>
		Topik	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keterkaitan diantara barang, produk, dan rasa peduli terhadap sesuatu yang baru. (Untuk mendapat sukses pasar produk tersebut harus menjadi pembicaraan seluruh kota)</li> </ul>
Seni		Penajaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estetika keseluruhan dari penajaman total, detail, dan elemen struktural (Penajaman yang indah adalah intisari desain)</li> </ul>
		Pewarnaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sentuhan pewarnaan &amp; estetika menyeluruh ( Bertepatan dgn alasannya, lingkungan, generasi, era, dll)</li> </ul>
		Kualitas bahan & Pengerjaan eksterior	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengerjaan eksterior membuat kegunaan terbaik dari bahan (Keindahan alumunium, kelembutan kurva plastik, dll)</li> </ul>
		Grafis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Manajemen grafis yang sesuai (untuk lebih hidup, dan lengkap)</li> </ul>
Pemikiran	Konsep	Presentasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentasi gaya hidup baru (untuk kemajuan manusia)</li> <li>Presentasi hipotetis (didasarkan pd pengolahan kebutuhan, dan target)</li> <li>Presentasi produk (Didasarkan atas "pandangan pemasaran")</li> <li>Harha berdasarkan atas aspek psikologi</li> </ul>
		Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kepedulian sosial (lingkungan, daur ulang, bebas rintangan)</li> </ul>
	Pesan	Pesan untuk pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bahasa desain (kekuatan, arah)</li> <li>Filosofi kerjasama</li> <li>Kepedulian terhadap kepuasan konsumen</li> </ul>
		Identitas	Keaslian
	Perlindungan hak intelektual		<ul style="list-style-type: none"> <li>Memperthakan keaslian</li> <li>Strategi untuk aplikasi perlindungan hak intelektual</li> </ul>

## to-Cool

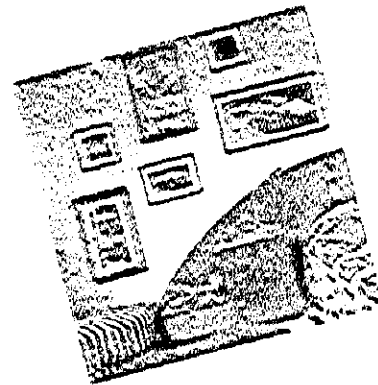
• Kecenderungan Remaja zaman sekarang yang ingin hidup sendiri, belajar hidup mandiri.  
• Remaja wanita zaman sekarang adalah salah satunya.  
• Tidak tergantung pada orang tua adalah salah satu alasannya.

• Kegiatannya banyak dipengaruhi oleh teman belajar, bermain, berdiskusi dan bekerja.

Sel itu lah yang banyak mempengaruhi wanita remaja zaman sekarang dalam bergaya.

Rebiduan aktif dan dinamis merupakan ciri khas wanita remaja zaman sekarang.

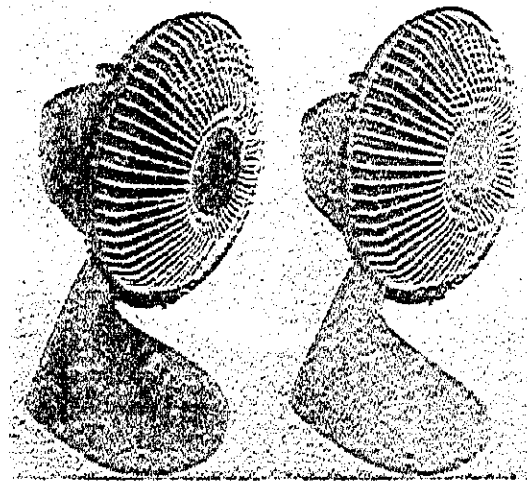
wanita remaja zaman sekarang  
Kondisi zaman sekarang dimana  
cenderung "fashionable" dan selalu  
ingin up-to-date, dalam tingkah  
laku, sikap maupun pergaulannya.



Dalam kondisi apapun wanita muda zaman sekarang tidak bisa menghalalkan sifat-sifat yang mereka miliki:

- Menyukai produk-produk yang tidak ketinggalan zaman.
- Produk yang mampu menonjolkan sifat kecantikannya.
- Produk yang berkesan mahal, padahal harganya masih terjangkau.

Suatu Produk Kipas angin mempunyai fungsi yang memberikan kesejukan juga sebagai suatu produk yang mampu menjadi suatu barang yang dapat dibanggakan dan menjadi suatu trend pada saat ini.





# Konsep dasar b-Cool

## Hidup Mandiri

### Konsep Produk

Benda-benda yang dibutuhkan bagi seorang remaja wanita mandiri

- Simpel
- Mudah digunakan
- Efisien

## Impian Remaja Wanita

### Konsep Produk

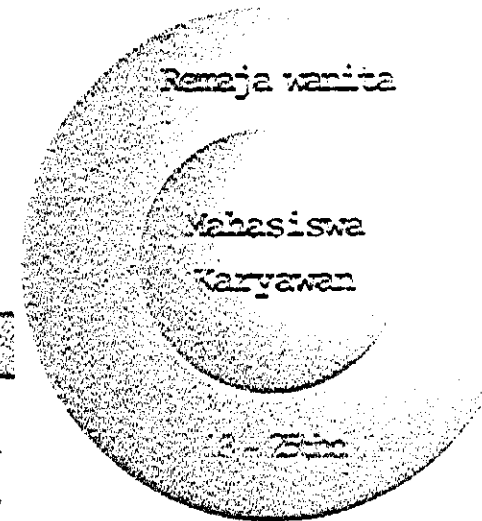
Benda-benda yang dipergunakan remaja wanita

- Benda-benda yang menarik
- Benda-benda yang Trendy
- Nyaman

Kipas angin bagi remaja wanita hidup mandiri di suatu tempat yang udaranya panas. b-Cool merupakan kipas angin yang dapat memberikan kesejukan juga kipas angin yang memberikan trend baru bagi wanita remaja. b-Cool merupakan kipas angin untuk emaja wanita berumur 18-25 tahun.

## Sisi pengembangan b-Cool

b-Cool selain berfungsi sebagai penyejuk ruangan juga berfungsi sebagai elemen estetis yang mengikuti perkembangan gaya sehingga selalu trendy



New style, Fashionable

3 Elemen b-Cool

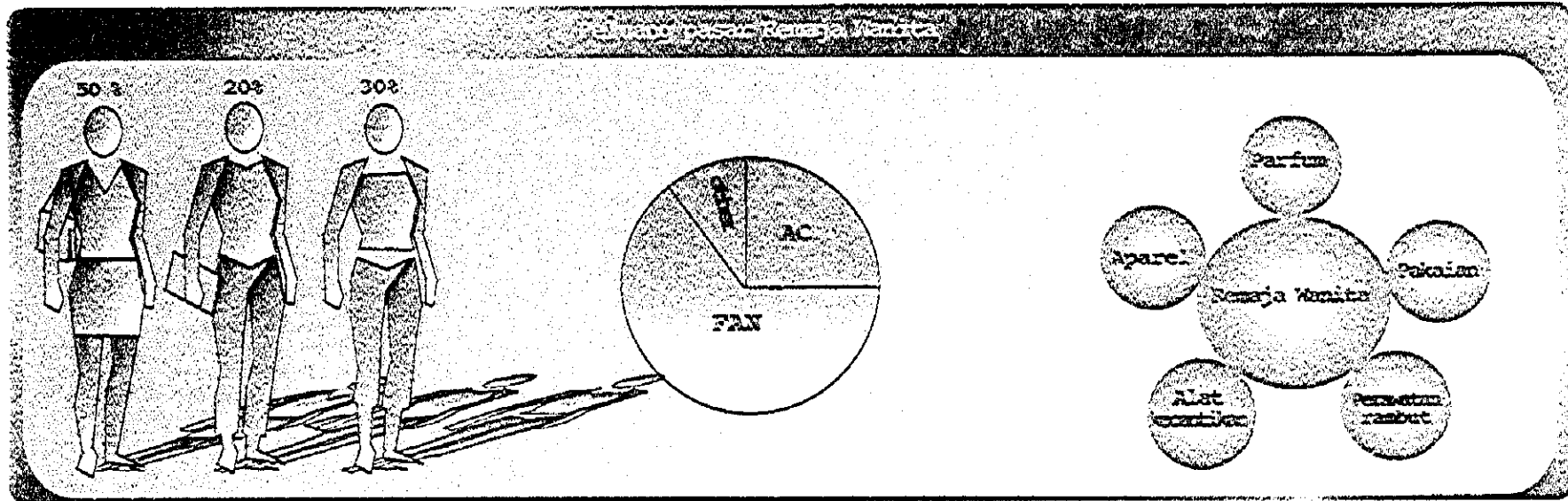
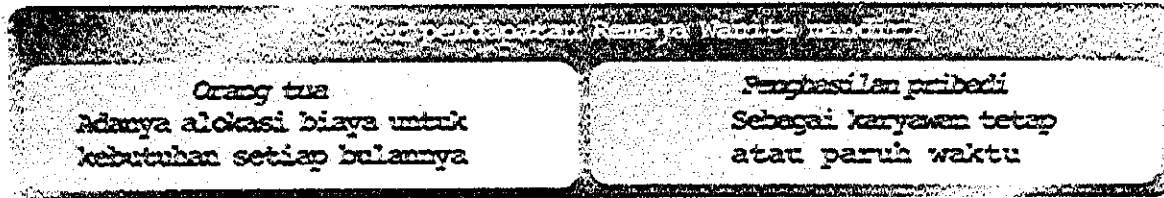
Pengembangan produk MEIKI sebelumnya

Fungsi

Sebagai penyejuk ruangan sehingga wanita rumah tersebut lebih merasa nyaman tinggal di dalam kamarnya

# Pangsa Pasar I-Cool

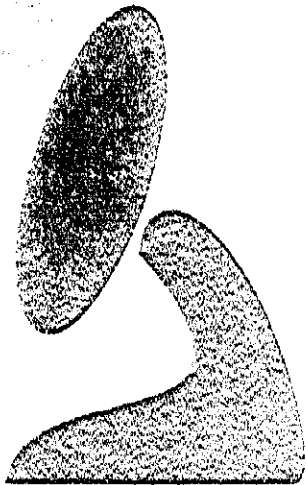
Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh I-Cool adalah dengan menawarkan produk-produk yang berkualitas sebagai alternatif.



# Konsep Desain *lo-Cool*

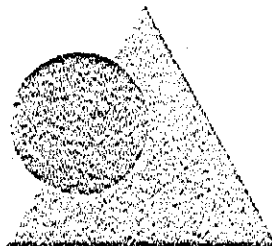
## Karakter

- Ringan
- Dinamis
- Feminin
- Lembut



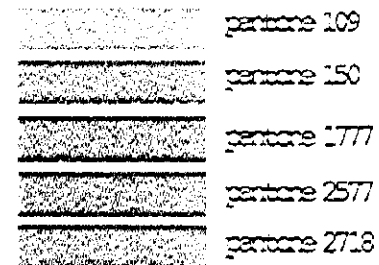
## Bentuk

Dikembangkan dari bentuk lingkaran dan segi-tiga



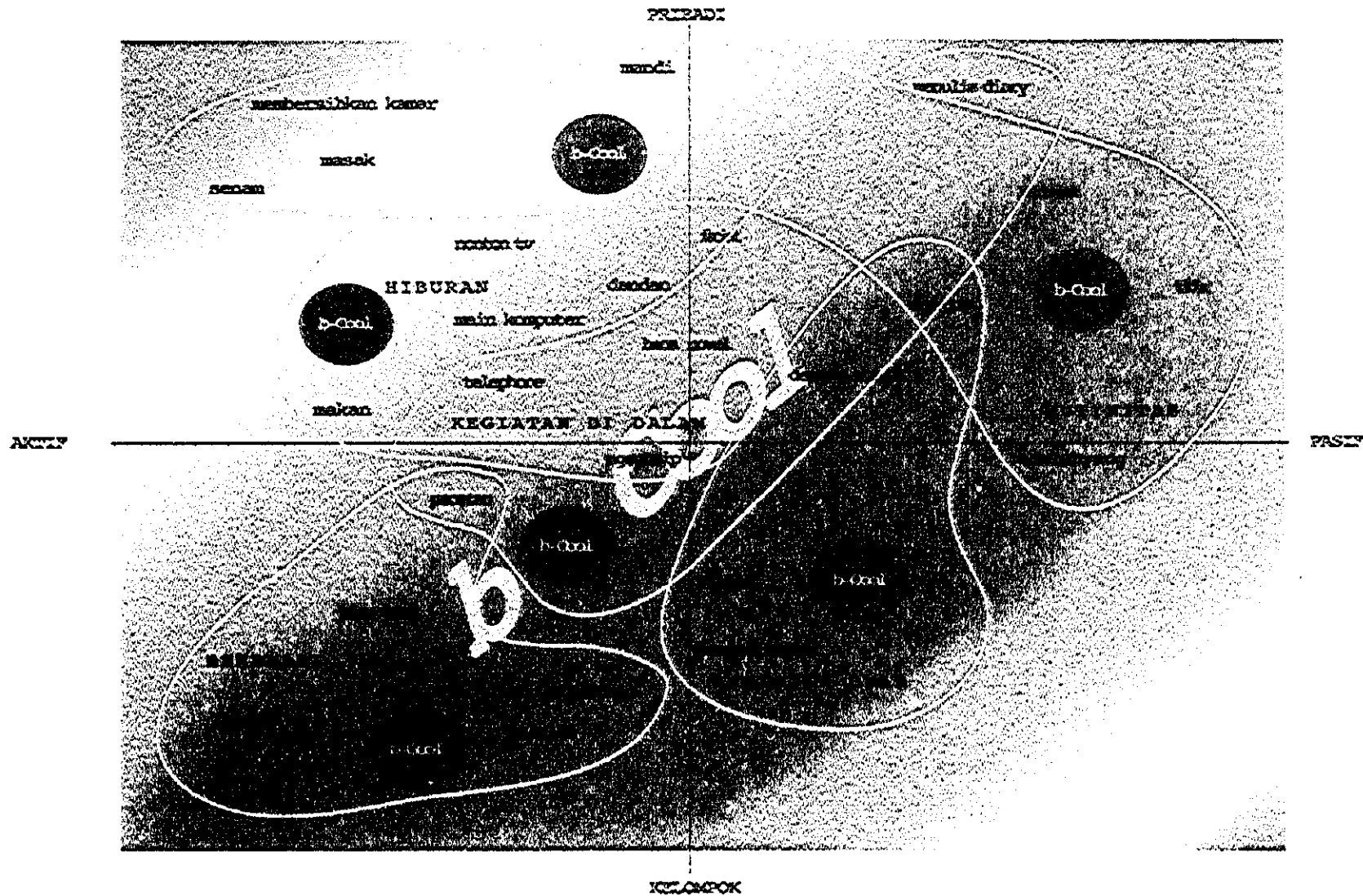
## Warna

Menggunakan warna sesuai dengan karakter remaja wanita masa kini

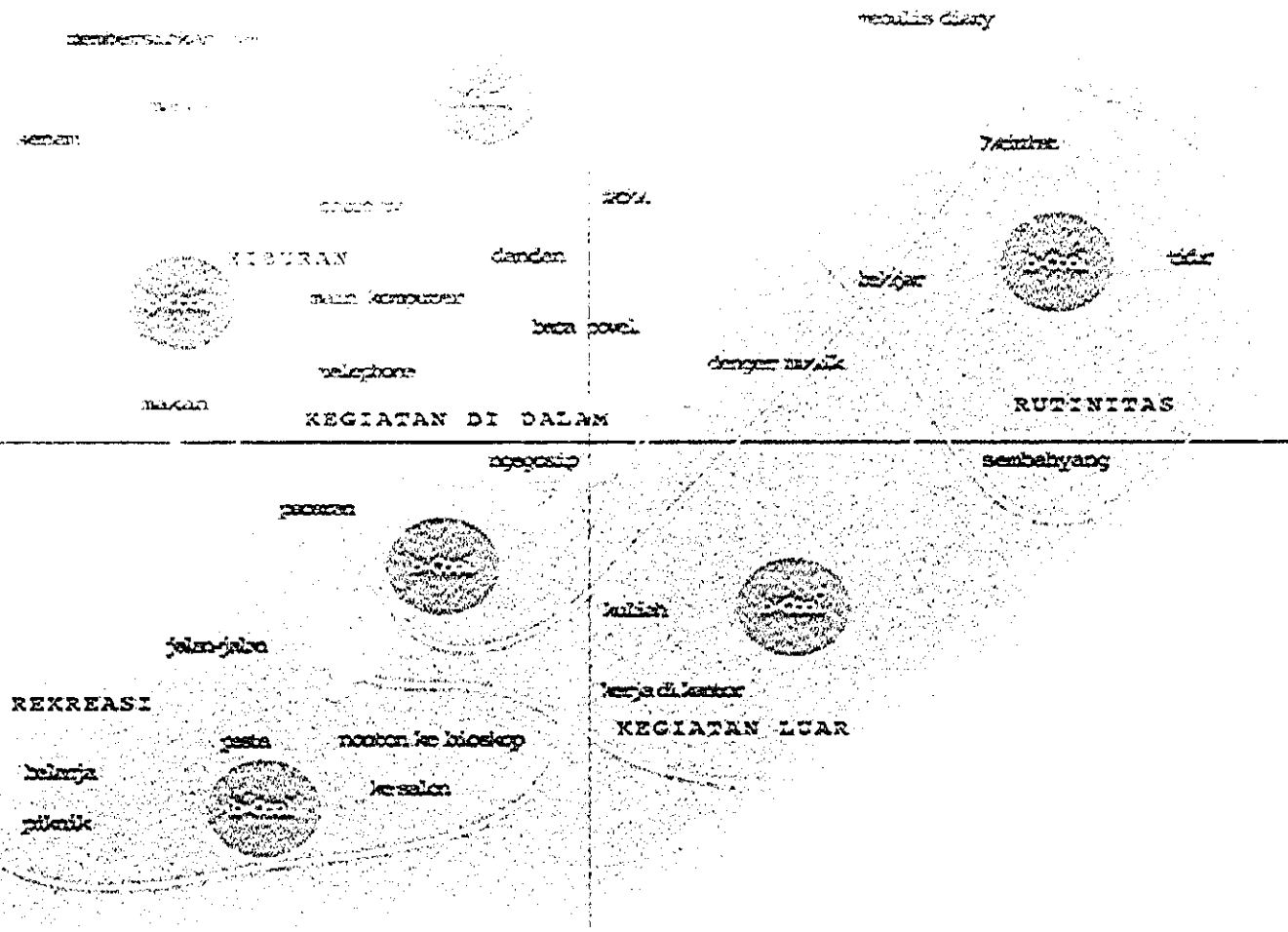




# Daftar Aktivitas Remaja Wanita



# KEGIATAN HARIAN





*design by*

Dedang Rachman  
Faisal Arifin  
Tahjono P.  
Adrianus Kristian  
Slamet Raharjo

## Aktivitas & Gaya Hidup Kawula Muda

Kawula muda pada umumnya berusaha untuk beraktivitas secara mandiri dan tidak dipengaruhi lagi oleh orang tua. Melalui lingkungan dan persahabatan dengan teman sebaya, gaya hidup mereka terpengaruhi dan terbentuk. Disamping itu aktifitas mereka lebih bebas, kreatif, dan penuh tantangan.



Sesuatu yang ingin dimiliki biasanya memperhatikan bentuk, karakter serta warna yang bermuansa dinamis.



## Kawula Muda sekarang ini

- Dalam setiap situasi apapun, tetap tidak bisa menghilangkan sifat sifat yang dimiliki antara lain :
- 1. Melakukan sesuatu yang diimpikan untuk menunjukkan jati dirinya.
  - 2. Sifat kompetitif, tidak mau kalah merupakan kebanggaan dirinya, termasuk dalam mengeksklusifkan perlengkapan serta sarana yang dipergunakan.
  - 3. Hiburan Musik, Film dan Berita menjadi kegemaran utama.
  - 4. Kecanggihan Teknologi, Mode, Trend adalah sesuatu yang dicari.

Salah satu produk yang dapat dibanggakan dan menjadi trend saat ini adalah Video CD, dan CD Musik Player



## KAWULA MUDA

Kawula muda pada umumnya berusaha untuk beraktivitas secara mandiri dan tidak dipengaruhi lagi oleh orang tua. Melalui lingkungan dan persahabatan dengan teman sebaya, gaya hidup mereka terpengaruhi dan terbentuk. Disamping itu aktifitas mereka lebih bebas, kreatif, dan penuh tantangan.



Sesuatu yang ingin dimiliki biasanya memperhatikan bentuk, karakter serta warna yang bermuansa dinamis.



## KAWULA MUDA SEBAYA

Dalam setiap situasi apapun, tetap tidak bisa menghilangkan sifat-sifat yang dimiliki; antara lain:

- Melakukan sesuatu yang diimpikan untuk menunjukkan jati dirinya.
- Sifat kompetitif, tidak mau kalah merupakan kebanggaan dirinya, termasuk dalam mengeksklusifkan perlengkapan serta sarana yang dipergunakan.
- Hiburan Musik, Film dan Berita menjadi kegemaran utama.
- Kecanggihan Teknologi, Mode, Trend adalah sesuatu yang dicari.

Salah satu produk yang dapat dibanggakan dan menjadi trend saat ini adalah Video CD, dan CD Musik Player



## Peluang pasar melepas Produk baru untuk kawula muda

Gaya hidup kawula muda untuk melengkapi kebanggaan hidupnya dengan memiliki produk-produk elektronik yang mutakhir. Pangsa pasar kawula muda di Indonesia sangatlah besar dilihat dari jumlah penduduk secara keseluruhan.

### Sumber dana yang dibelanjakan oleh kawula muda

#### Pribadi

Pekerja mapan

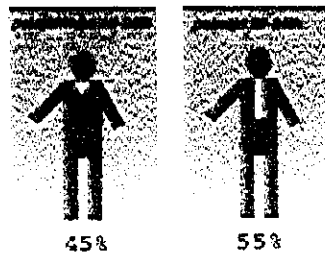
Salaris dan penghasilannya sebagai sumber dana utama.

#### Subsidi

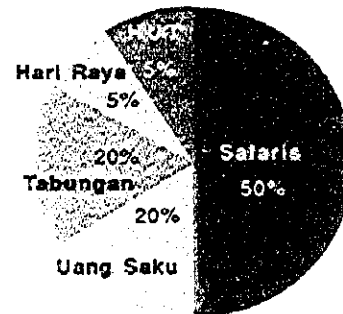
Pelajar / mahasiswa / pekerja belum mapan

Sumber dana diperoleh dari uang saku mereka atau dari orang tua maupun sanak saudaranya.

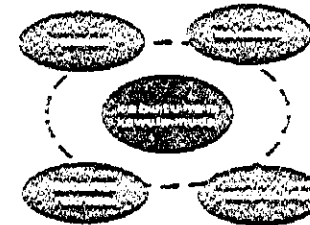
### Prosentase pelajar / mahasiswa dan pekerja



### Prosentase pendapatan sumber dana



### Produk Yang dibutuhkan kawula muda.



## ***Konsep Dasar mine***

Mine merupakan sebuah media elektronik audio / video dengan fasilitas compact disk yang dapat menjadi kebanggaan gaya hidupnya

Pria muda dinamis berumur 18 - 24 thn

Untuk mengekspresikan kebanggaan dan menjadikan juga sebagai hiburan / permainan dalam kehidupannya.

Mine diletakkan didalam suatu ruangan kamar pribadi yang mudah untuk dipindah- pindah.

Mine adalah suatu bentuk yang kompak dan mempunyai performa audio visual yang berkualitas.

Mine, merupakan perangkat audio visual yang relatif murah dan terjangkau oleh kawula muda.

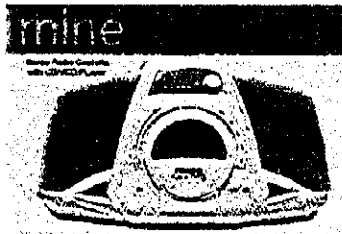
### ***Pengembangan mine....***

berawal dari suatu kebutuhan akan audio visual dengan beberapa fungsi yang dikemas menjadi satu perangkat kompak.

# Konsep Desain mine

## Karakter

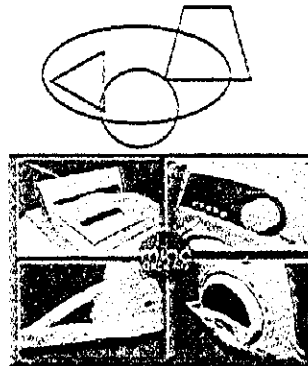
Remaja usia 13 - 24 th  
Mempunyai sifat Dinamis,  
bebas, sporty Ceria, Spontan,  
Penuh ambisi Relax



## Bentuk

Desain bentuk Produk  
keseluruhan merupakan  
pengembangan dan  
perpaduan dari bentuk dasar  
yang harmonis dan kompak  
"One Box Design"

4 komponen bentuk dasar



## Warna

Warna Silver & Biru mendominasi  
tampilan keseluruhan produk

- Silver merupakan pencerminan simbol  
warna hi-tech

- Biru merupakan pencerminan sifat warna  
Jantan, Moderen, Dinamis, Sporty dan  
Tenang

- Kuning merupakan pencerminan sifat  
warna perhatian dan kehati-hatian.



## 4 faktor keunggulan mine

Kawula muda dalam beraktifitas membutuhkan satu suasana "ketenangan" dalam berfikir dan berkreas yang dimaksud dengan ketenangan disini adalah menghilangkan rasa stress ( *mendengarkan musik, karaoke* ) sesuai dengan apa yang diinginkan selera jiwanya.

mine sebagai sarana penyegar jiwa.

Kawula muda pada umumnya mempunyai kebiasaan beraktifitas yang bersifat dinamis seperti, berfikir inovatif, kreatif, dan mempunyai rasa petualang serta penuh tantangan.

mine menunjang berbagai aktifitas kawula muda.



mine

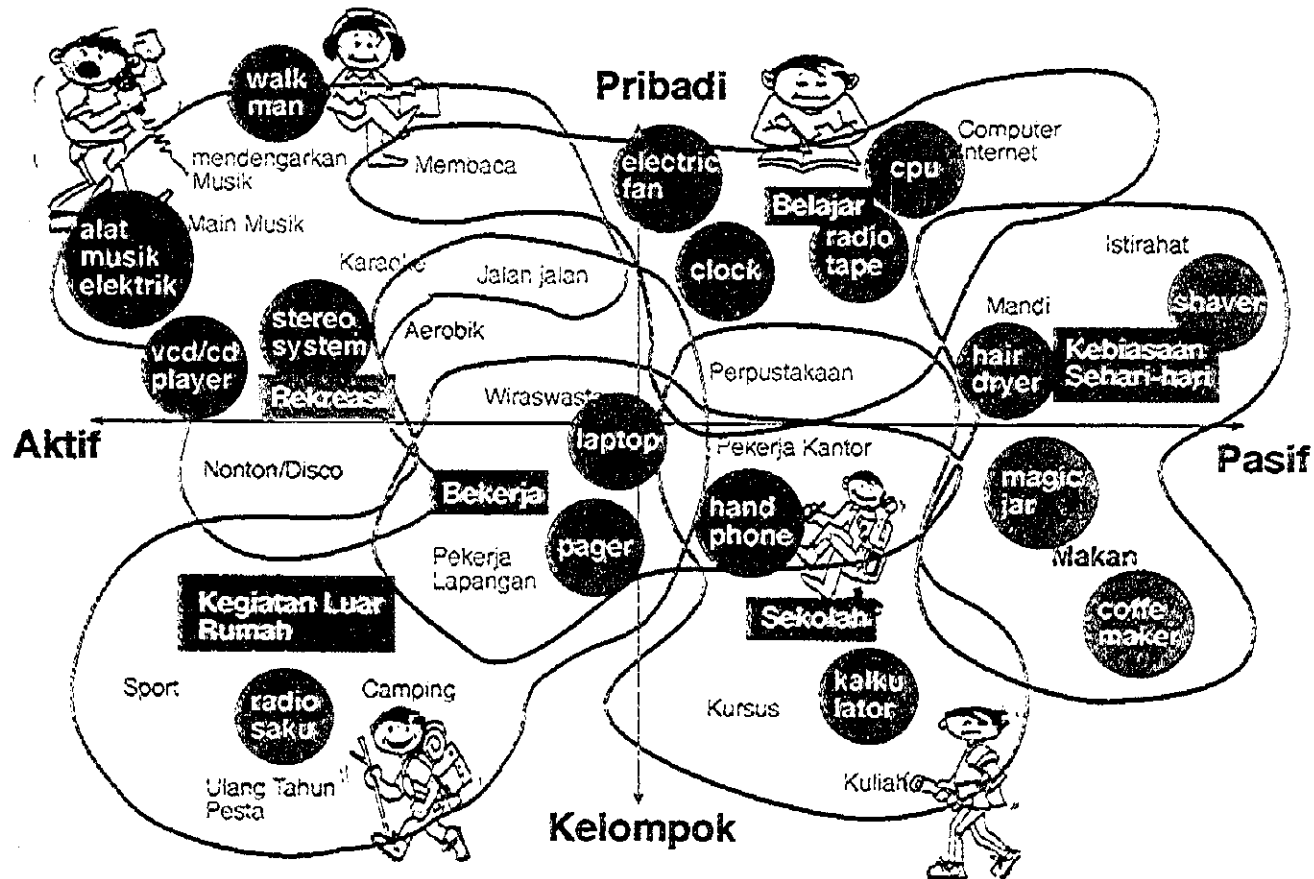
Kawula muda cenderung memilih produk sesuai dengan kemampuan ekonomi yang disesuaikan dengan nilai dan hasrat keinginan kebutuhan dan kelengkapan fungsi serta relatif terjangkau.

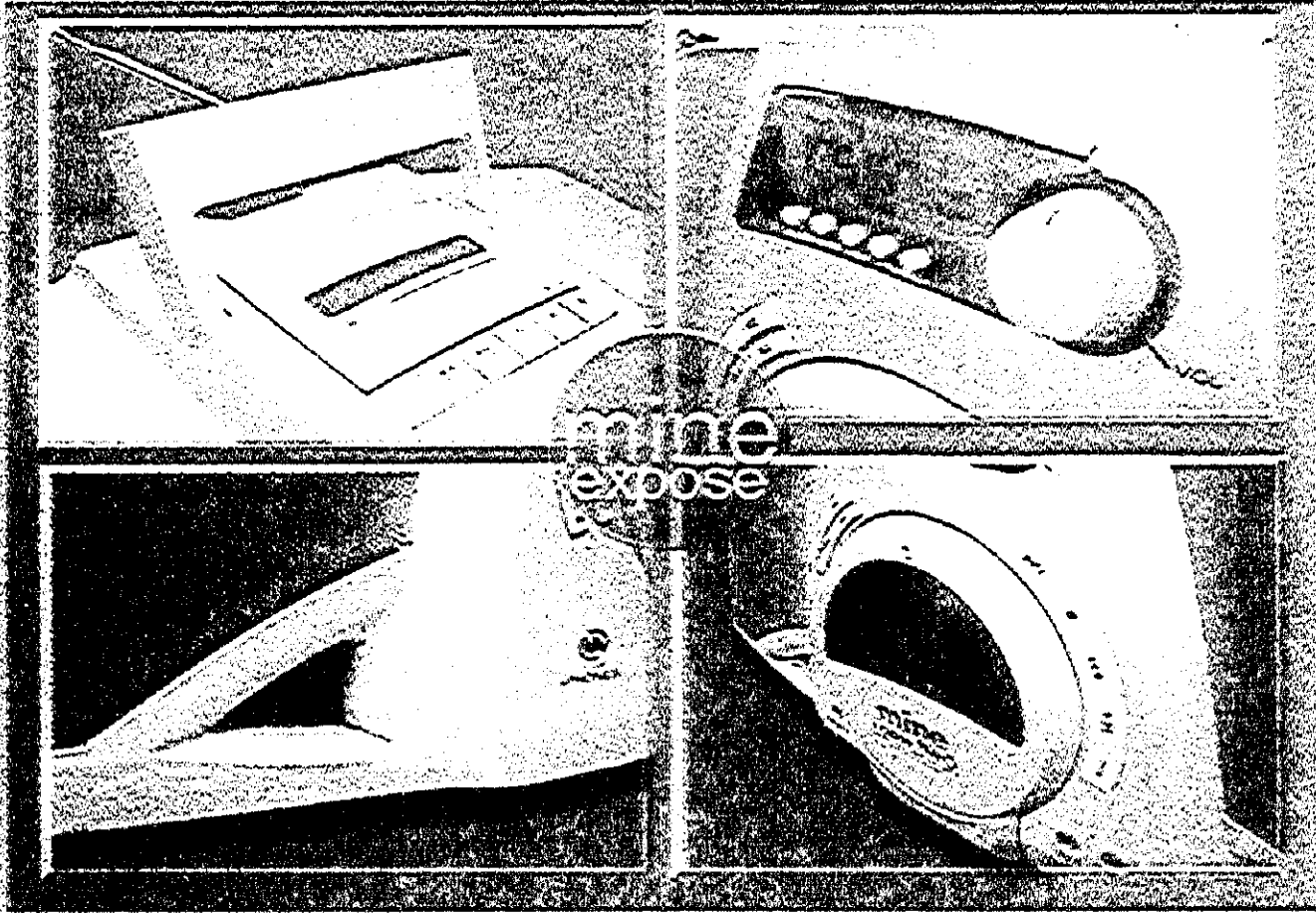
mine produk yang mempunyai nilai ekonomis

Kawula muda pada umumnya mempunyai selera tinggi yang membentuk kepribadiannya, dalam hal ini akan dicerminkan dengan cara memilih produk yang lebih eksklusif dan moderen yang terkesan Hi-Tech, Trendi dan Modis.

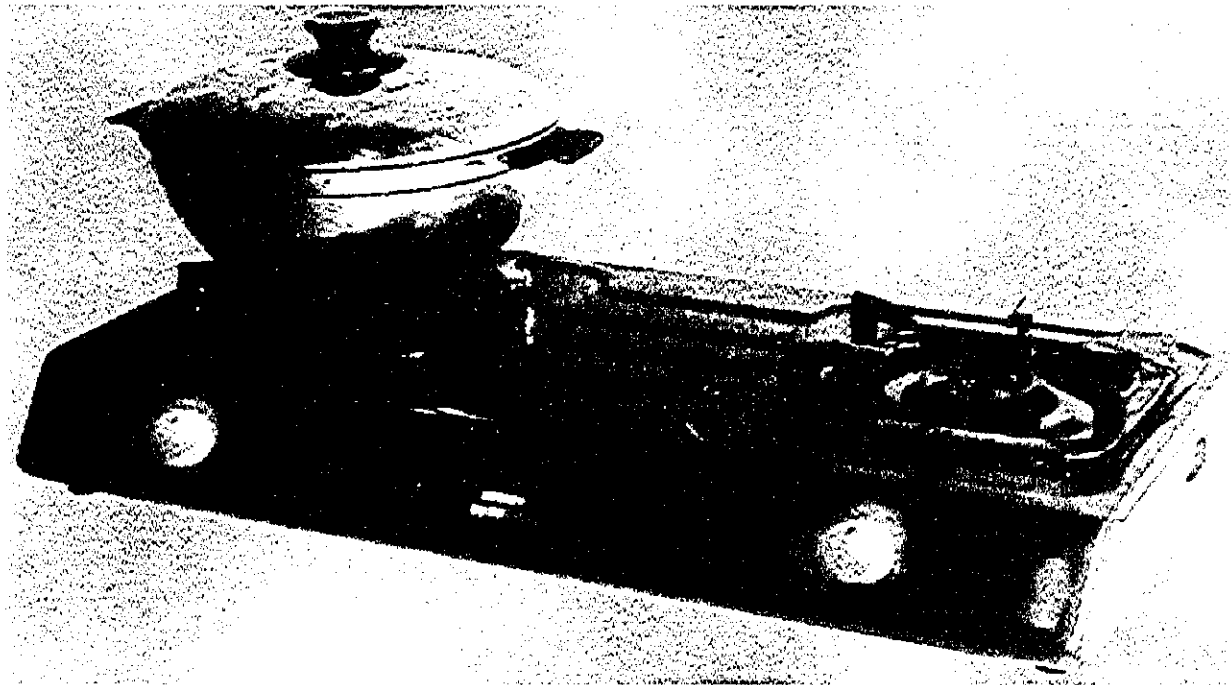
mine sebagai produk kebanggaan kawula muda.

# Peta aktifitas kawula muda pria



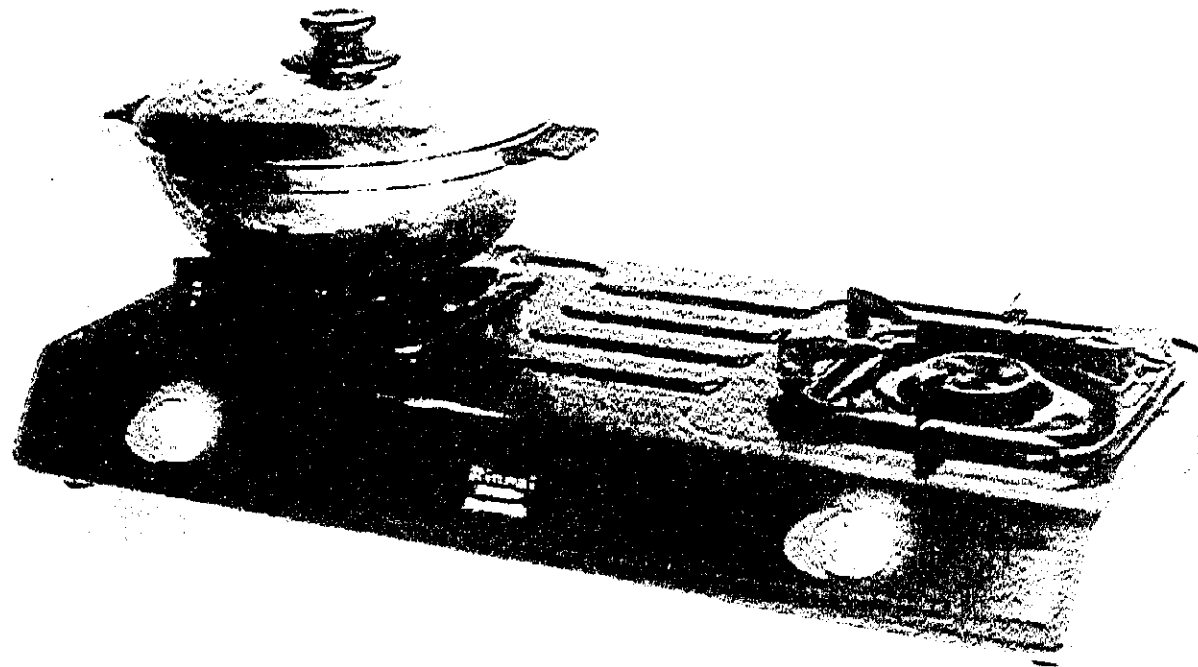


# Skilas Rinnai



Design By  
Atet Bariyadi      Riska Sandika  
Fred Soritua Ruciyanto      Yulia Krisnawati  
Wisynu Kaspinsyah

# sekilas Rinnai



Design By  
Agi Barwad      Rizki Sandika  
Fredsonius Puc      Yulia Krisnawati  
Wahyu Kaso      Naya

# Konsep Desain R i n n a i RT 502 +

## A K T I F I T A S

Aktivitas memasak merupakan salah satu kegiatan rutin di setiap lingkungan keluarga terutama bagi ibu rumah tangga yang menghabiskan sebagian besar waktunya di dalam rumah. Kebutuhan sarana memasak berhubungan dengan tingkat sosial pemakainya. Tingkat Pendapatan menjadi pertimbangan dalam memilih jenis kompor gas yang digunakan

Dibutuhkan kompor gas yang sesuai dengan daya beli masyarakat

## T R E N D

Kompor gas sebagai salah satu sarana untuk memasak yang banyak diminati masyarakat saat ini. Kemudahan, efisiensi dan efektifitas dalam pemakaian merupakan nilai tambah produk dibandingkan dengan jenis bahan bakar lainnya.

Kompor gas yang memiliki gaya desain sangat diharapkan pemakainya



# Konsep Desain

RT 502 +

Aktivitas memasak merupakan salah satu kegiatan rutin di setiap lingkungan keluarga terutama bagi ibu rumah tangga yang menghabiskan sebagian besar waktunya di dalam rumah. Kebutuhan sarana memasak berhubungan dengan tingkat sosial pemakainya. Tingkat Pendapatan menjadi pertimbangan dalam memilih jenis kompor gas yang digunakan

Kompor gas sebagai salah satu sarana untuk memasak yang banyak diminati masyarakat saat ini. Kemudahan, efisiensi dan efektifitas dalam pemakaian merupakan nilai tambah produk dibandingkan dengan jenis bahan bakar lainnya.

