

**PENGANTAR KARYA  
TUGAS AKHIR  
ISI 128**

**DESAIN INTERIOR  
PAUL ROPP *BOUTIQUE*  
JL. RAYA UBUD GIANYAR BALI.**



Oleh :  
Putu Sutaryono  
0110005021  
PROGRAM STUDI INTERIOR  
JURUSAN DESAIN

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN  
INSTITUT SENI INDONESIA  
DENPASAR  
2011**



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL .....                     | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....      | ii   |
| ABSTRAK .....                           | iii  |
| KATA PENGANTAR.....                     | iv   |
| DAFTAR ISI.....                         | v    |
| DAFTAR TABEL.....                       | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                     | ix   |
| DAFTAR PHOTO.....                       | x    |
| <br><b>BAB I PENDAHULUAN</b>            |      |
| 1.1 Latar Belakang .....                | 1    |
| 1.2 Pengertian Judul .....              | 2    |
| 1.3 Rumusan Masalah .....               | 3    |
| 1.4 Batasan Masalah.....                | 4    |
| 1.5 Tujuan Gubahan Desain .....         | 4    |
| 1.6 Metode Pengumpulan Data .....       | 4    |
| 1.7 Skema Pola Berfikir .....           | 5    |
| 1.8 Metode Desain.....                  | 5    |
| 1.9 Metode Analisis.....                | 6    |
| 1.10 Sistematika Pengantar Desain ..... | 6    |
| <br><b>BAB II TINJAUAN DATA</b>         |      |
| 2.1 Tinjauan pustaka .....              | 8    |
| 2.1.1 Organisasi Ruang .....            | 8    |
| 2.1.2 Pencapaian.....                   | 9    |
| 2.1.3 Sirkulasi.....                    | 10   |
| 2.1.4 Sonasi dan Tata Letak .....       | 11   |
| 2.1.5 Ruang .....                       | 13   |



|                               |   |    |
|-------------------------------|---|----|
| 2.1.6                         | Elemen Pembentuk Ruang .....                    | 14 |
| 2.1.7                         | Elemen Pelengkap Pembentuk Ruang.....           | 18 |
| 2.1.8                         | Unsur Utilitas Ruang.....                       | 19 |
| 2.1.9                         | Fasilitas.....                                  | 23 |
| 2.1.10                        | Dekorasi .....                                  | 24 |
| 2.1.11                        | Warna .....                                     | 25 |
| 2.2                           | Tinjauan Pustaka Tentang <i>Boutique</i> .....  | 25 |
| 2.2.1                         | Pengertian <i>Boutique</i> .....                | 25 |
| 2.2.2                         | Kegiatan <i>Boutique</i> .....                  | 26 |
| 2.2.3                         | Fungsi dan Sifat <i>interior Boutique</i> ..... | 27 |
| 2.2.4                         | Faktor Pemuas Pelanggan .....                   | 28 |
| 2.3                           | Fisikologi Warna.....                           | 32 |
| 2.4                           | Paremeter.....                                  | 35 |
| BAB III TINJAUAN KHUSUS ..... |   | 36 |
| 3.1                           | Data Lapangan .....                             | 36 |
| 3.1.1                         | Data Fisik .....                                | 36 |
| 3.1.2                         | <i>Lay Out</i> Paul Ropp .....                  | 38 |
| 3.1.3                         | Data Ruang.....                                 | 39 |
| 3.1.1                         | Data Non Fisik .....                            | 42 |
| BAB IV ANALISIS DESAIN .....  |   | 45 |
| 4.1                           | Konsep.....                                     | 45 |
| 4.1.1                         | Penjabaran Konsep .....                         | 45 |
| 4.2                           | Kriteria Desain .....                           | 48 |
| 4.2.1                         | Kriteria Umum .....                             | 48 |
| 4.2.2                         | Kriteria Khusus .....                           | 49 |



---

|                      |   |    |
|----------------------|---|----|
| 4.3                  | Analisis Desain .....                   | 49 |
| 4.3.1                | Program Ruang Secara Umum .....         | 49 |
| 4.3.2                | Diagram Hubungan Antar Ruang .....      | 51 |
| 4.3.3                | Analisis kebutuhan Sepecial Ruang ..... | 51 |
| 4.3.4                | Analisis Zonasi Dan Zirkulasi .....     | 53 |
| 4.3.5                | Analisi Gubahan Ruang .....             | 54 |
| 4.3.6                | Analisi Elemen Pembentuk Ruang .....    | 56 |
| 4.3.7                | Analisi Fasilitas .....                 | 58 |
| BAB V PENUTUP .....  |   | 64 |
| 5.1                  | Kesimpulan.....                         | 64 |
| 5.2                  | Saran.....                              | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |   | 65 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN    |   |    |



---

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 01. Data Ruang.....                         | 39 |
| Tabel 02. Program Ruang.....                      | 49 |
| Tabel 03. Diagram Hubungan Antar Ruang.....       | 51 |
| Tabel 04. Analisis Kebutuhan Sepesial Ruang ..... | 51 |



## DAFTAR GAMBAR

|           |  |    |
|-----------|--|----|
| Gambar    | 1. Skema Pola Berfikir .....                                     | 5  |
| Gambar    | 2. Pengaruh Penempatan Bukaan Pintu Terhadap Sirkulasi dan Ruang | 10 |
| Gambar    | 3. Jarak bersih ruang gerak .....                                | 11 |
| Gambar    | 4. Jarak bersih display barang yang dapat dijangkau .....        | 24 |
| Gambar    | 5. Jarak bersih kebutuhan ruang ganti .....                      | 24 |
| Gambar    | 6. Peta Pulau Bali .....   | 36 |
| Gambar    | 7. Peta Lokasi site Paul Ropp .....                              | 37 |
| Gambar    | 8. Denah Lapangan .....  | 38 |
| Gambar    | 9. Zonasi & sirkulasi Boutique Paul Ropp .....                   | 53 |
| Gambar    | 10. Denah Penataan Paul ropp <i>boutique</i> .....               | 54 |
| Gambar    | 11. Desain lantai pada <i>antrance area</i> .....                | 56 |
| Gambar    | 12. Desain dinding <i>water fall</i> .....                       | 57 |
| Gambar    | 13. Desain Plafon paul ropp .....                                | 57 |
| Gambar    | 14. Fasilitas <i>display</i> pakaian .....                       | 58 |
| Gambar    | 15. <i>sculpture display</i> .....                               | 58 |
| Gambar    | 16. <i>casier</i> .....  | 59 |
| Gambar    | 17. Kursi direktur .....   | 60 |
| Gambar    | 18. Desain meja direktur .....                                   | 60 |
| Gambar    | 19. <i>westafel</i> bergaya Modern dan <i>hand dryer</i> .....   | 61 |
| Gambar    | 20. <i>claused</i> .....   | 61 |
| Gambar    | 21. Almari Penyimpanan .....                                     | 62 |
| Gambar    | 22. <i>Kitchen set</i> .....                                     | 62 |
| Gambar    | 23. <i>Locker</i> .....  | 63 |
| Gambar    | 24. Logo Paul roop .....   | 63 |
| Lampiran  | Gambar Konsep .....  | 66 |
| Lampiran. | Gambar kerja .....   | 74 |



## DAFTAR FOTO

|   |    |
|---|----|
| Foto 01. Data Parameter.....  | 35 |
| Foto 02. Data Parameter.....  | 35 |
| Foto 03. Data Parameter.....  | 35 |
| Foto 04. Data Parameter.....  | 35 |
| Foto 05. Data Parameter.....  | 35 |
| Foto 06. Photo toko Paul Ropp .....                                 | 36 |
| Foto 07. Arsitektur dan Desain interior bergaya <i>modern</i> ..... | 44 |
| Foto 08. Warna warna alam.....                                      | 46 |
| Foto 09. Material alami .....                                       | 46 |
| Foto 10. Bangunan dengan kolam air dan pancuran .....               | 47 |
| Foto 11. Literatur <i>Resto</i> .....                               | 47 |





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Boutique* merupakan salah satu toko trend fasion yang selalu mampu berkembang di setiap zaman. *Boutique* yang menjual pakaian baik untuk pria maupun wanita beserta *accessori*nya selalu menawarkan produk-produk yang bersifat *exclusive* dan mewah. Faktor gaya hidup masyarakat perkotaan dalam memenuhi kebutuhan akan sandang/pakaian, keberadaan *boutique* menjadi hal yang cukup penting bahkan menjadi suatu bagian dari keharusan sebagian masyarakat menengah ke atas. Ekspresi gaya hidup masyarakat, khususnya masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas, dapat dilihat dari jenis dan merk pakaian yang dikenakan. Trend atau gaya hidup masyarakat yang sedang terjadi, dipengaruhi oleh masuknya unsur-unsur budaya luar hal ini sebagai dampak dari aspek pariwisata yang terus berkembang.

Saat ini di sepanjang kawasan Jimbaran – Kuta - Ubud - Sanur – Denpasar dan sebagainya banyak dibuka *boutique* yang menjual pakaian dengan merk ternama. Namun banyak juga *boutique* yang tidak bisa berkembang karena kurang mampu memberikan kenyamanan dalam *boutique* itu sendiri. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya penggunaan jasa desainer interior dalam perancangan *boutique*, hal ini bisa dilihat dari banyaknya dijumpai *boutique* dengan interior yang sumpek, sempit dan kurang tertata. Salah satunya adalah Paul ropp yang terletak di daerah Ubud, yang khusus menjual pakaian dan *accessories* pria dan wanita dewasa.

*Boutique* Paul ropp memiliki tempat yang sangat strategis. Namun kurang didukung oleh bangunan dan desain interiornya. Sebuah *boutique* yang menjual produk ternama, desain bangunan dan interior *boutique* seharusnya menunjukkan desain yang menarik, *exclusive*, mampu meningkatkan status nilai sosial bagi pengunjung, juga harus memiliki daya tarik tersendiri untuk membangun ciri khas sehingga tetap mampu bersaing diantara banyaknya *boutique* yang dibuka.



Pada kasus Paul ropp, yang awalnya produk ini ada karena ketertarikan seorang Paul Ropp ( orang yang suka meditasi ) melihat dan tertarik pada pakaian warna-warni memakai karakter warna yang bersifat alam yang dikenakan oleh teman Paul Ropp. Penampilan temanya mampu membangkitkan semangat sepiritual secara batin, maka lahir lah ide untuk membuat usaha *boutique* yang diberi nama paul ropp.

berdasarkan latarbelakang tersebut maka dilakukan perancangan desain ulang pada interior Paul ropp agar mampu memenuhi tuntutan yang ada. Hal inilah yang mendasari pengambilan Paul ropp sebagai obyek kasus Tugas Akhir Studio dalam rangka penyelesaian studi di Institut Seni Indonesia Denpasar.

## 1.2 Pengertian Judul

Adapun judul yang diangkat adalah "DESAIN INTERIOR *BOUTIQUE* PAUL ROPP JALAN RAYA UBUD GIANYAR BALI.

### 1.2.1 Desain

Desain merupakan perencanaan dalam pembuatan sebuah objek, sistem, komponen atau struktur. Kemudian, kata "desain" dapat digunakan sebagai kata benda maupun kata kerja. Dalam artian yang lebih luas, desain merupakan seni terapan dan rekayasa yang berintegrasi dengan teknologi. Desain dikenakan pada bentuk sebuah rencana, dalam hal ini dapat berupa proposal, gambar, model, maupun deskripsi. Jadi dapat dikatakan, desain merupakan sebuah konsep tentang sesuatu. Desain lahir dari penerjemahan kepentingan, keperluan, data maupun jawaban atas sebuah masalah dengan metode-metode yang dianggap komprehensif, baik itu riset, *brainstorming*, pemikiran maupun memodifikasi desain yang sudah ada sebelumnya. (Teaque, 1976).

### 1.2.2 Interior

Karya arsitek yang khusus menyangkut bagian dalam dari suatu bangunan, bentuk-bentuknya selalu sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dan dalam proses perancangan selalu dipengaruhi oleh



unsur-unsur geografi setempat dan kebiasaan-kebiasaan setempat (Suptandar, 1985).

#### 1.2.3 Paul ropp

Adalah nama *boutique* yang dijadikan kasus

#### 1.2.4 *Boutique*

Boutique dalam bahasa Indonesia artinya toko yang menjual pakaian jadi dan segala kelengkapannya untuk Pria dan wanita

(Purwadarminta, 1985 : 173).

#### 1.2.5 JALAN RAYA

Adalah sebutan bagi jalan induk atau jalan utama yang menuju suatu obyek/tempat.

#### 1.2.6 Ubud

Adalah suatu daerah pariwisata yang terletak di kabupaten Gianyar.

#### 1.2.7 Gianyar adalah sebuah nama Kabupaten yang ada di propinsi Bali

#### 1.2.8 Bali adalah nama sebuah pulau yang ada di negara Indonesia yang memiliki potensi tujuan pariwisata dunia.

Jadi pengertian judul di atas, dapat disimpulkan sebagai merancang ulang dengan proses mendesain, mengkomposisikan, memadukan pada bagian dalam dari suatu bangunan (interior) Paul ropp, yang merupakan toko yang menjual pakaian jadi dan segala kelengkapannya terutama untuk pria dan wanita dewasa yang terletak di jalan Raya Ubud kabupaten Gianyar propinsi Bali.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

#### 1.3.1 Bagaimana mendesain interior yang mampu memberikan kenyamanan bagi konsumen dan karyawan / pengelola?

#### 1.3.2 Bagaimana desain interior yang dapat memberikan daya tarik dan ciri khas tersendiri sesuai dengan konsep fress modern yang digunakan pada desain interior Paul ropp.



#### **1.4 Batasan Masalah**

Pada Tugas Akhir ini, masalah dibatasi pada desain interior Paul ropp, diantaranya seperti pada pintu masuk/*entrance*, pemajangan /*display area*, kasir *area*,*gudang*,*office*, *Fitting area*, dan *toilet*.

#### **1.5 Tujuan Gubahan Desain**

Tujuan dari gubahan desain Paul ropp antara lain:

- 1.5.1 Mewujudkan desain interior Paul ropp yang mampu memberikan kenyamanan bagi konsumen.
- 1.5.2 Mewujudkan desain interior Paul ropp yang mampu memberikan daya tarik dan ciri khas tersendiri.
- 1.5.3 Mampu meningkatkan wawasan mengenai desain interior Paul ropp antara lain: sonasi dan sirkulasi, elemen pembentuk ruang dan pelengkap ruang, penataan fasilitas dan utilitas serta untuk dapat mendesain sebuah *boutique* yang sesuai dengan kriteria umum sebuah *boutique* berdasarkan kebutuhan serta pelaku aktivitasnya.
- 1.5.4 Untuk menyelesaikan Tugas Akhir (TA) sebagai syarat akademis dalam rangka penyelesaian studi di Institut Seni Indonesia, Denpasar.

#### **1.6 Metode Pengumpulan Data**

Digunakan beberapa metode pengumpulan data untuk menunjang kelengkapan dari hasil yang dicapai sebagai berikut:

##### **1.6.1 Metode Kepustakaan**

Mencari data yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi sehingga dapat digunakan sebagai data pembanding yang relevan.

##### **1.6.2 Observasi**

Pengumpulan data dengan melihat, mengamati langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang erat kaitannya dengan laporan kerja tersebut untuk diteliti.

### 1.6.3 Wawancara

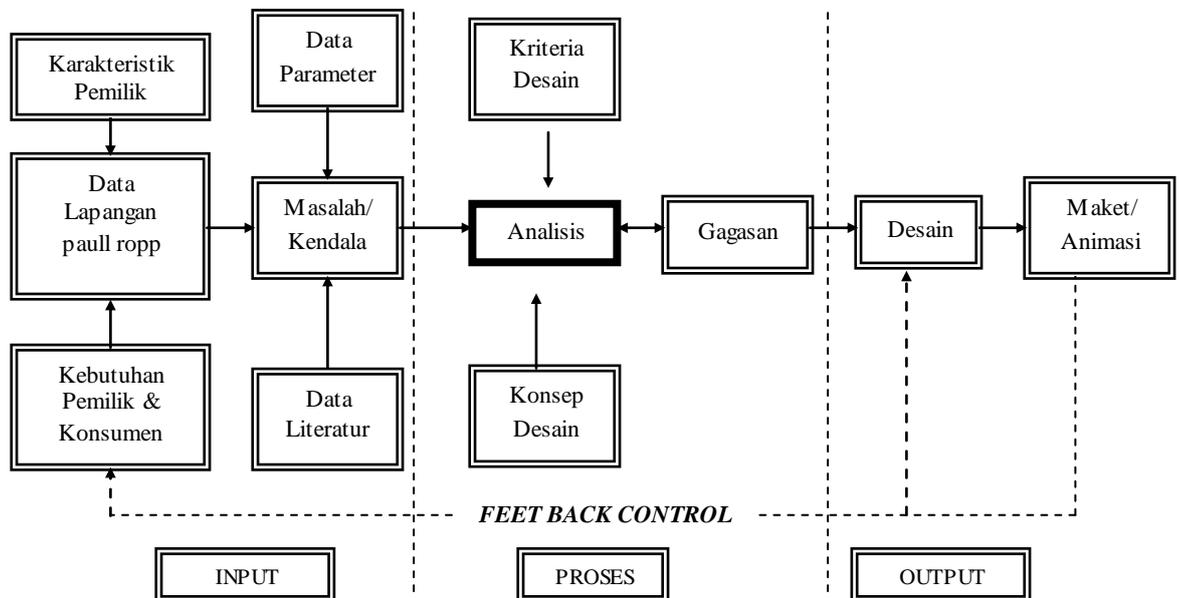
Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan Tanya jawab secara langsung dengan pihak yang berkompeten dengan masalah yang dihadapi, untuk dapat menjadi pedoman dan pertimbangan dalam pembahasan.

### 1.6.4 Dokumentasi

Mengumpulkan dokumen-dokumen berupa foto untuk menunjang penulisan dalam laporan sehingga data tersebut dapat mengkomunikasikan

dan memvisualisasikan hal-hal yang berkaitan dengan proses desain Paul ropp.

## 1.7 Skema Pola Pikir



Gambar 1. Skema Pola Piki

## 1.8 Metode Desain

### 1.8.1 Mayoritas metode desain berusaha dengan pemikiran yang

dieksternalisasikan dan karena itu didasarkan pada asumsi-asumsi rasional daripada yang mistis (Christopher Jones. 1980, 49 ).

Berdasarkan pandangan di atas maka metode yang digunakan dalam pembahasan permasalahan ini adalah metode *glass-box*. Metode model ini berkeyakinan bahwa proses desain dapat dilakukan secara rasional dan



sistematis. Seperti halnya sebuah komputer, otak menerima umpan permasalahan, kemudian mengkaji secara terencana, analitis, sintetis, dan evaluatif sehingga akan mendapatkan optimasi pemecahan yang mungkin dilakukan.

Beberapa karakteristik metode *glass-box* adalah:

1. Sasaran, variable dan kriteria ditetapkan sebelumnya;
2. Mengadakan analisis sebelum melakukan pemecahan masalah;
3. Mencoba mensintesis hal-hal yang didapat secara sistematis;
4. Konsisten terhadap strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.

### 1.8.2. Metode Analisis

Berdasarkan metode *glass box* bahwa mendesain memiliki tiga tahapan dalam proses analisis dan mendeskripsikan desainya. Tiga tahap tersebut adalah dengan melakukan :

1. Analisis yaitu melakukan penyelidikan terhadap suatu peristiwa desain untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.
2. Sintesis memadukan berbagai pengertian atau hal sehingga merupakan kesatuan yang selaras.
3. Evaluasi tahap ketiga adalah melakukan penilaian berdasarkan variabel estetis seperti proporsi, komposisi, ritme dan lainnya.

Keseluruhan deskripsinya dipaparkan berdasarkan analisis kualitatif dimana datanya bersifat non fisik dan tidak bisa dinyatakan dengan angka-angka lemah pada analisis besaran ruangnya.

### 1.10 Sistematika Pengantar Desain

Gambaran secara umum mengenai isi pengantar karya ini akan diuraikan satu persatu sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latarbelakang kasus, pengertian judul, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan gubahan desain, metode pengumpulan data, skema pola pikir, metode desain dan sistematika pengantar desain



## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Memuat tentang teori-teori yang dijadikan acuan dalam desain interior pada kasus.

## BAB III TINJAUAN KHUSUS

Menguraikan secara khusus terhadap objek kasus yang meliputi data fisik dan data non fisik kasus.

## BAB IV ANALISIS DESAIN

Pada bab ini menguraikan tentang analisis interior Paul ropp yang mampu memberikan kenyamanan bagi konsumen dan pengelola serta analisis penerapan konsep *fresh Modern* yang mampu memberikan daya tarik dan ciri khas tersendiri pada desain interior Paul ropp.

## BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang simpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan serta saran-saran yang diberikan untuk pihak-pihak yang terkait.

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 Organisasi ruang

Organisasi ruang yang penggunaannya tergantung pada tuntutan program dari bangunan tersebut, memperhatikan faktor-faktor pengelompokan fungsi ruang, kebutuhan pencapaian, pencahayaan dan arah pandangan. Jenis-jenis kegiatan manusia dalam ruang publik memerlukan pengaturan hubungan ruang yang baik, sehingga kegiatan dalam ruang dapat berjalan dengan aman, nyaman dan lancar. Kegiatan manusia tersebut dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Kegiatan Pengunjung, yaitu kegiatan utamanya adalah yang berhubungan dengan aktivitas konsumen.
2. Kegiatan Pengelola dan Karyawan, yaitu kegiatannya berhubungan dengan aktivitas produsen.

Menurut (Suptandar, 1982 : 38) pencapaian dari ruang luar ke ruang dalam hendaknya mempunyai identitas yang jelas, dan pencapaian semacam ini bisa berhubungan erat dengan sistem organisasi ruang seperti yang disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kegiatan manusia sebagian besar dilakukan di dalam ruang maka faktor yang sangat penting adalah perancangan sirkulasi dalam ruang.
- b. Fungsi ruang ditentukan oleh kegiatan manusia yang terjadi di dalamnya dan ini akan mempengaruhi dimensi dalam ruang, ukuran, sirkulasi, letak serta bukaan jendela dan pintu-pintu.
- c. Dimensi suatu ruang selain ditentukan oleh aktivitas manusia juga dipengaruhi oleh skala dan proporsi.
- d. Modul dalam desain dan bangunan merupakan faktor yang utama. Ada beberapa modul yaitu modul dasar, modul manusia, modul fungsi,



sub modul, perencanaan, multi modul dan faktor yang mempengaruhi modul adalah bahan bangunan dan teknik pelaksanaan.

- e. Pencapaian ruang luar dan ruang dalam hendaknya diberi identitas yang jelas.

### 2.1.2 Pencapaian

Sebelum benar-benar memasuki sebuah ruang dalam dari suatu bangunan, jalan masuknya dilengkapi melalui sebuah jalur sebagai tahap pertama kita untuk melihat, mengalami dan menggunakan ruang bangunan tersebut. Menurut (Ching, 1991: 249) ada tiga macam pencapaian ke sebuah bangunan;

#### a. Langsung

- 1) Suatu pencapaian mengarah langsung ke suatu tempat masuk melalui sebuah jalan yang segaris dengan sumbu bangunan.
- 2) Tujuan visual dalam pengakhiran pencapaian ini jelas, merupakan tampak muka seluruhnya dari sebuah bangunan atau tempat masuk yang dipertegas.

#### b. Tersamar

- 1) Pencapaian yang samar-samar mempertinggi efek perspektif pada tampak depan dan bentuk suatu bangunan.
- 2) Jalur dapat diubah arahnya satu atau beberapa kali untuk menghambat dan memperpanjang urutan pencapaian.
- 3) Jika sebuah bangunan didekati pada sudut yang ekstrim, jalan masuknya dapat memproyeksikan apa yang ada di belakang *fasade* di depan sehingga dapat terlihat lebih jelas.

#### c. Berputar

- 1) Sebuah jalan berputar memperpanjang urutan pencapaian dan mempertegas bentuk tiga dimensi suatu bangunan sewaktu bergerak mengelilingi tepi bangunan.

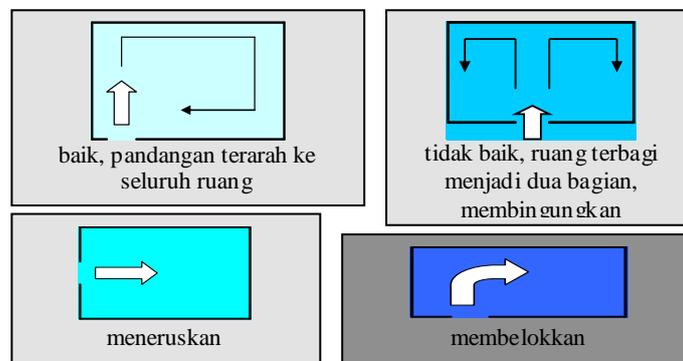
- 2) Jalan masuk bangunan mungkin dapat dilihat dengan terputus-putus selama waktu pendekatan untuk memperjelas posisinya atau dapat disembunyikan sampai di tempat kedatangan.

### 2.1.3 Sirkulasi

Menurut Suptandar (1982 : 57) Sirkulasi merupakan ruang gerak atau jalur yang diatur untuk menghubungkan, membimbing dan melintasi bagian-bagian tertentu di dalam bangunan atau ruangan untuk kelancaran bagian itu sendiri, yang berhubungan dengan penghayatan obyek di dalam ruang.

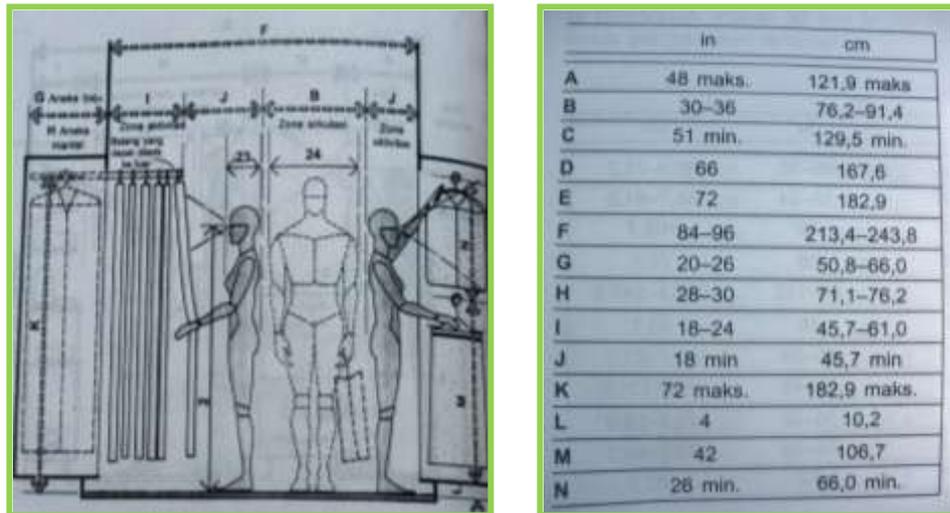
Lebar dan tinggi dari suatu ruang sirkulasi harus sebanding dengan macam dan jumlah lalu lintas yang ditampungnya. Sebuah jalan yang sempit dan tertutup akan merangsang gerak. Sebuah jalan dapat diperlebar tidak hanya untuk menampung lebih banyak lalu lintas. Tetapi untuk menciptakan tempat-tempat perhentian, untuk beristirahat atau menikmati pemandangan. Jalan dapat diperbesar dengan meleburkannya dengan ruang-ruang yang ditembusnya. Di dalam sebuah ruang yang luas, sebuah jalan dapat berbentuk bebas, tanpa bentuk atau batasan, dan ditentukan oleh aktivitas di dalam ruangnya (Ching, 1991 : 286-287).

Dikaitkan dengan pendapat (Suptandar, 1985 : 35), bahwa sirkulasi adalah pengarahan dan pembimbingan jalan atau tapak yang terjadi dalam ruang. Pengaruh sirkulasi akan memberi kesan langsung kepada pengunjung terhadap fungsi ruang, antara lain mengenai faktor penggunaan, seperti contoh di bawah ini:



Gambar 2. Pengaruh Penempatan Bukaan Pintu Terhadap Sirkulasi dan Ruang

Di dalam menentukan dimensi ruang aktivitas, perlu diperhatikan antara lain jarak jangkauan yang bisa dilakukan oleh civitas, batasan-batasan ruang yang enak dan cukup memberikan keleluasaan gerak dan kebutuhan area minimum yang harus dipenuhi untuk kegiatan-kegiatan pada masing-masing ruang. Berikut gambaran ruang gerak sesuai dengan standar kebutuhan (Panero, 2003 : 204 ).



Gambar 3. Jarak bersih ruang gerak

#### 2.1.4 Sonasi dan Tata Letak

Sonasi atau zoning diartikan sebagai penetapan daerah berdasarkan atas lima kelompok utama yaitu publik area, semi privat area, privat area, *service area* dan *circulation area*. (Suptandar, 1999 : 99)

Menurut (Suptandar,1994 : 28), dua hal utama dalam penataan dan pendaerahan suatu ruang yaitu: penataan dari tiap unit dengan penyatuan tugas sejenis dan berurutan sesuai alur kerja, guna pencapaian efisiensi kerja dan pemanfaatan ruang.

Ada dua macam perilaku berbelanja yang menjadi titik perhatian dalam rangka menyiapkan suasana dalam gerai yang sesuai. Pertama adalah kelompok orang yang berorientasi “belanja adalah belanja”. Kelompok ini lebih mementingkan aspek fungsional. Meskipun demikian, syarat minimal gerai yang mereka pilih adalah yang tertata baik, bersih,



berpendingin udara. Tetapi, soal daya tarik visual dan fasilitas tambahan bukanlah hal penting bagi mereka.

Sedangkan bagi kelompok kedua, yaitu orang-orang yang berorientasi “rekreasi”, *factor ambience*, visual merchandising, dan fasilitas-fasilitas yang lengkap menjadi aspek penentu dalam keputusan mereka mengunjungi suatu pusat perbelanjaan. Dikaitkan dengan perilaku konsumen Indonesia, maka kebanyakan mereka saat ini berorientasi rekreasi. Sehingga mejadi semacam keharusan bagi semua peritel dan pemilik pusat perbelanjaan untuk mendandani tempat belanja mereka semenarik mungkin.

Suasana dalam gerai menggambarkan *moment of truth*, yaitu situasi langsung yang dirasakan konsumen saat berbelanja. Jika *setting* dari suasana itu optimal maka peritel akan dapat menyentuh emosi konsumen dan memberi pengalaman berbelanja.

Penataan interior sangat mempengaruhi konsumen secara visual, sensual dan mental sekaligus. Semakin bagus dan menarik penataan interior suatu gerai semakin tinggi daya tarik pada panca indra pelanggan: pengelihatannya, pendengaran, aroma, rasa, sentuhan, konsep: ide/citra, dan semakin senang pelanggan berada di gerai itu. (Ma'ruf, 2005 : 201-206)

Masih menurut (Ma'ruf, 2005 :208), tata letak butik merupakan versi yang sama dengan tata letak bebas yang biasanya diterapkan pada gerai kecil dan gerai besar, dimana pola ini menguntungkan dalam hal memberi kesan bersahabat dan mendorong konsumen untuk bersantai dalam memilih.

Beberapa hal yang perlu diketahui dalam penataan antara lain adalah:

- a. Gang/jalan (*walkway*) hendaknya bersih dari rintangan bagi pengunjung.
- b. Jika perlu cermin dan tempat duduk perlu diperhatikan jarak dan penataannya supaya ada kesan lega dan ada pengaruh pada keberadaan pelanggan.
- c. Tanaman dapat mengeluarkan oksigen, bagus untuk dapat berpikir jernih.



- d. Tiang dan patung melambangkan stabilitas dan membumi. (Ma'ruf 2005 : 210)

#### 2.1.5 Ruang

Ruang dibagi menurut kepentingan dari civitasnya, yaitu :

- a. Ruang publik yang sifatnya terbuka dan umum.
- b. Ruang semi publik yang sifatnya agak terbuka.
- c. Ruang private yang sifatnya tertutup, terbatas pada sivitas tertentu saja.
- d. Ruang sirkulasi merupakan ruang yang aman untuk civitas dalam melakukan kegiatan dimana ruang ini berupa area kosong untuk berjalan. (Suptandar, 1982 : 47)

Menurut (Wilkening, 1990 : 60), untuk mendapatkan komposisi ruang yang baik dalam penataan interior adalah dengan memperhatikan unsur keselarasan antara manusia sebagai pelaku aktivitas di dalam ruang. Ruang gerak disesuaikan dengan aktivitas rutin yang terjadi dan penataan fasilitas harus membentuk keharmonisan dengan tuntutan ruang yang sesuai dan indah. Masih menurut Wilkening, penataan ruang harus dapat menampung segala pekerjaan dan fleksibel dalam perubahan.

Unsur keindahan yang tidak dapat lepas dari setiap perancangan, Suatu desain interior tidak dapat dipisahkan dari bentuk arsitekturnya, keduanya berdasarkan atas susunan penataan, keselarasan, keseimbangan dalam gerak simetris, konstruksi dan faktor-faktor lainnya dengan penyelesaian unsur dekorasi. (Suptandar, 1994 : 34)

Untuk mendisain suatu ruang hendaknya dibentuk sesuai dengan karakter ruang dalam memenuhi kebutuhan aktivitas yang dilakukan oleh si pelaku aktivitas atau si pemakai ruang, maka untuk mendesain ruang sebaiknya kita perlu mengetahui prinsip-prinsip penataan ruang seperti:

- a. Proporsi, yaitu perbandingan antara besaran ruangan mengisi ruang sehingga penataan bisa diperhatikan dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh si pemakai aktivitas.



- b. Komposisi, yaitu suasana dalam pengaturan antara suatu benda dengan benda yang lainnya.
- c. *Balance* atau keseimbangan, yaitu dicapainya suatu ruang antara satu bidang dengan bidang yang lainnya. Keseimbangan dibagi menjadi dua bagian yaitu: keseimbangan simetris, dimana antara satu bidang dengan bidang yang lainnya sama, keseimbangan asimetris, merupakan keseimbangan antara satu dengan yang lainnya tetap sama bila dibagi dua memotong tidak sama persis.
- d. Irama, gunanya untuk tidak merasa jenuh bila berdiam didalam ruang, dicapai dengan memberi alur penataan yang tidak membosankan.
- e. Harmoni, keselarasan dari pengaturan benda-benda dalam ruang terhadap ruang dan benda itu sendiri.
- f. Kontras, suatu penekanan tertentu pada penataan ruang yang nantinya akan menjadi perhatian (*center of interest*).
- g. Aksen, penyelesaian dari kontras agar perhatian dapat tertuju pada suatu dari seluruh penataan yang ada dengan meninggalkan kesatuan (*unity*) dalam penataan. (Poerwaningsih, 1978 : 6)

#### 2.1.6 Elemen Pembentuk Ruang

Elemen pembentuk ruang adalah struktur wadah ruang kegiatan diidentifikasi sebagai lantai, dinding, dan langit-langit/plafond yang menjadi satu kesatuan struktur dalam sehari-hari. Elemen pembentuk ruang terdiri dari :

- a. Lantai

Selain berfungsi sebagai penutup ruang bagian bawah, pada sebuah ruang lantai juga berfungsi sebagai pendukung beban dan benda-benda yang ada di atasnya seperti perabot, manusia sebagai civitas ruang, dengan demikian dituntut agar selalu memikul beban mati atau beban hidup berlalu lalang di atasnya serta hal-hal lain yang ditumpahkan di atasnya. (Mangunwijaya, 1980 : 329)

Dalam kelangsungan kegiatan, pemilihan jenis pelapis lantai akan ditinjau dari macam atau jenis kegiatannya, dan pada umumnya



dikenal beberapa klasifikasi dari penyelesaian lantai seperti berikut: untuk lantai keras sifat pemakaian lebih baik dan banyak menguntungkan, karena pembersihan yang mudah. Sedangkan lantai yang jenisnya medium lebih bersifat hati-hati.

Syarat-syarat bentuk lantai antara lain:

- 1) Kuat, lantai harus dapat menahan beban.
- 2) Mudah dibersihkan.
- 3) Fungsi utama lantai adalah sebagai penutup ruang bagian bawah. Oleh sebab itu dilihat dari pertimbangan-pertimbangan akustik, pelindung terhadap panas dan dingin dari luar. Fungsi lainnya adalah untuk mendukung beban-beban perabot, manusia yang ada dalam ruang. (Ching, 1996 :162)

#### b. Dinding

Dinding–dinding bangunan dari segi fisika bangunan memiliki fungsi antara lain :

- 1) Fungsi pemikul beban di atasnya, dinding harus kuat bertahan terhadap 3 kekuatan pokok yaitu tekanan horizotal, tekanan vertikal, beban vertikal dan daya tekuk akibat beban vertikal tersebut.
- 2) Fungsi penutup atau pembatas ruangan, pembatasan menyangkut penglihatan, sehingga manusia terlindung dari pandangan langsung, biasanya berhubungan dengan kepentingan–kepentingan pribadi atau khusus. (Mangunwijaya, 1980 : 339)

Warna dinding juga berpengaruh pada kesan ruang, warna-warna yang mengkilat lebih banyak memantulkan sinar sebaliknya warna

buram kurang memantulkan sinar. Warna-warna yang terang memberikan kesan ringan dan luas pada suatu ruang, sedangkan warna gelap memberikan kesan berat dan sempit (Suptandar, 1982; 46).



Selain warna, dinding juga merupakan bidang yang secara luasa dapat dihias sesuai dengan selera. Cara menghias dinding menurut Pamuji Suptandar :

- 1) Membuat motif-motif dekorsi dengan digambar, dicat, dicetak, diaplikasikan dan dilukis secara langsung didinding.
- 2) Dinding ditutup atau dilapisi dengan bahan yang ornamentik atau dengan memasang hiasan-hiasan yang ditempel pada dinding.

c. Plafond

Pengertian istilah *ceiling*/langit-langit/plafond, berasal dari kata “ceiling”, yang berarti melindungi dengan suatu bidang penyekat sehingga terbentuk suatu ruang.

Secara umum dapat dikatakan: *Ceiling* adalah sebuah bidang (permukaan) yang terletak di atas garis pandang normal manusia, berfungsi sebagai pelindung (penutup) lantai atau atap dan sekaligus sebagai pembentuk ruang dengan bidang yang ada di bawahnya.

Ditinjau dari fungsi, *ceiling* memiliki berbagai kegunaan yang lebih besar dibandingkan dengan unsur - unsur pembentuk ruang (*space*) yang lain (seperti dinding atau lantai). Fungsi *ceiling* antara lain:

- 1) Pelindung kegiatan manusia merupakan fungsi dari *ceiling* yang utama, dengan bentuknya yang paling sederhana, *ceiling* sekaligus berfungsi sebagai atap.
- 2) Sebagai pembentuk ruang, *ceiling* bersama-sama dengan dinding dan lantai membentuk ruang dalam.
- 3) Sebagai *skylight*, *ceiling* berfungsi untuk meneruskan cahaya alamiah ke dalam bangunan. Banyak digunakan pada *plaza-plaza*, *gallery*, sebagai penunjuk sirkulasi menuju ke suatu tempat;

atau pada hall suatu gedung. Pada dasarnya tempat-tempat tersebut disediakan untuk membuat suasana, memberikan perasaan lega dan



lapang dan sebagai area transisi (peralihan) dari arah luar menuju ke dalam bangunan.

- 4) Untuk menonjolkan konstruksi pada gedung-gedung untuk dekorasi, *ceiling* mampu mencerminkan struktur yang mendukung beban-beban.
- 5) Merupakan ruang atau rongga untuk pelindung berbagai instalasi, *ducting AC*, kabel listrik, gantungan *armature*, *loudspeaker* dan lain-lain. Dibalik *ceiling* perlu ada rongga guna keperluan pengontrolan-pengontrolan jika terjadi kerusakan pada instalasi- instalasi.
- 6) Sebagai bidang penempelan titik-titik lampu.
- 7) Sebagai penunjang unsur dekorasi ruang dalam, terutama pada bangunan-bangunan umum: restaurant, hall/lobby hotel dan lain-lain.
- 8) Bentuk *ceiling* dalam suatu bangunan dapat memperlihatkan sifat-sifat (kesan-kesan) ruang tertentu, dengan membuat ketinggian atau garis-garis (material) serta struktur kesemuanya akan dinikmati langsung oleh penghuninya
- 9) Perbedaan tinggi dan bentuk *ceiling* dapat menunjukkan perbedaan visual atau zone-zone dari ruang yang lebih luas, dan orang dapat merasakan adanya perbedaan aktivitas dalam ruang tersebut.

Dengan melajunya kemajuan teknologi, dan penemuan-penemuan baru dibidang industri bahan bangunan, tercipta berbagai material *ceiling* yang memungkinkan untuk memenuhi segala macam jenis fungsi ruang, antara lain:

- 1) Untuk mencapai kesan alamiah, kayu, anyaman bambu, rotan dan lain-lain.
- 2) Untuk gaya klasikal, plat-plat gips bermotif.
- 3) Untuk mencapai kesan glamour, kaca (*antique glass ceiling*, kain beludru).



- 4) Pada bangunan-bangunan utilitas, beton *exposed*
- 5) Pada bangunan-bangunan umum, aluminium, fiberglass sebagai *skylight*, kaca timah pada gereja-gereja. (Suptandar, 1999 : 161)

### 2.1.7 Elemen Pelengkap Pembentuk Ruang

#### a. Pintu

Menurut Ching (1996 : 220), pintu dan jalan masuk memungkinkan akses fisik untuk kita sendiri, perabot, dan barang-barang untuk masuk dan keluar bangunan dan dari satu ruang ke ruang lain dalam bangunan.

Penempatan pintu berpengaruh pada sistem sirkulasi yang dipergunakan, pengarahannya atau pembimbingan jalan. Bukaan pintu yang terletak pada atau berdekatan dengan sudut-sudut, dapat membuat jalur-jalur melintas di sisi ruangan. Menempatkan bukaan pintu beberapa kaki dari sudut memungkinkan perabot seperti unit penyimpanan ditempatkan menempel di sepanjang dinding. Keberadaan pintu juga dapat mengendalikan jalan keluar masuk cahaya, suara, udara, panas dan dingin. (Ching, 1996 : 112)

Jalan masuk bisa dibuat lebar atau sempit. Itu tergantung dari kebijakan yang dianut peritel. Kebijakan yang menganut “ingin menyenangkan dan melayani” akan mengatur lebar jalan masuk yang membuat dua orang bisa berjalan beriringan masuk sambil berpapasan dengan dua orang dari arah berlawanan yang juga berjalan beriringan. Sebaliknya, jika kebijakannya adalah “melakukan efisiensi”, lebar jalan akan diatur cukup untuk dua orang berjalan berpapasan secara pas-pasan. Jalan masuk yang lebar banyak dipakai oleh gerai kelas atas, sementara jalan masuk yang sempit, banyak dipakai oleh gerai kelas menengah dan bawah. (Ma'ruf, 2005 : 206)



b. Jendela

Jendela dapat dilihat sebagai bagian yang terang pada dinding, jendela dapat dikembangkan sampai ketaraf dimana jendela menjadi bidang dinding fisik. Jendela yang transparan secara visual dapat menyatukan sebuah ruang interior dengan ruang luar atau dengan ruang interior di sebelahnya. (Ching, 1996 : 224)

Jendela adalah salah satu bukaan ruang yang berfungsi sebagai penghubung antara ruang dalam dan ruang luar baik secara visual maupun sebagai sirkulasi udara dan cahaya pada ruang tersebut. Susunan jendela yang kecil dan tinggi memberi kesan sesak mengakibatkan perasaan seakan-akan tersekap dalam sel tahanan. Lain halnya dengan jendela yang berukuran besar dan ditempatkan rendah akan memberikan perasaan bebas. (Wilkening, 1989: 43)

#### 2.1.8 Unsur Utilitas Ruang

a. Sistem Pencahayaan

Desain *interior boutique*, dapat menciptakan berbagai suasana yang di kehendaki, melalui sistem pencahayaan lampu yang redup dan warna lampu yang panas atau hangat akan memberikan suasana yang romantis.

Sistem Pencahayaan adalah bagaimana membuat benda-benda dalam ruang agar dapat tampak atau terlihat, sedangkan mengenai suasana (*mood*) tergantung dari fungsi ruang.

Pencahayaan terbagi atas dua bagian yaitu :

- 1) Pencahayaan Alami, Yaitu cahaya alam yang umum dimanfaatkan dalam desain ruang dalam, adalah sinar matahari. Pencahayaan alami didapat dari bukaan pintu dan jendela. Jendela tinggi dapat memberi cahaya baik hingga ke bagian dalam ruangan. Jendela memanjang horisontal memberikan penyebaran cahaya dengan baik ke arah samping terutama dekat jendela itu sendiri.



- 2) Pencahayaan buatan, yaitu pencahayaan yang dibuat sendiri oleh manusia, seperti cahaya lilin dan cahaya lampu listrik. Cahaya buatan mempunyai dua fungsi yakni:
  - a) sebagai sumber penerangan
  - b) sebagai aksen, yang dapat memberikan keindahan pada ruang.

Penerangan dalam ruang bangunan setidaknya-tidaknya harus memenuhi dua kebutuhan yaitu cukup secara kuantitas dan bagus secara kualitas. Secara kuantitas, kadar terang yang dihasilkan oleh penerangan tersebut harus membantu penuh berlangsungnya aktivitas dalam ruangan. Sedangkan secara kualitas, cahaya yang dihasilkan harus mampu menciptakan kenyamanan ruang seperti:

- 1) Tidak menyilaukan mata.
- 2) Mempercantik kesan ruang.
- 3) Menciptakan aksen-aksen tertentu.
- 4) Sesuai dengan fungsi yang berlangsung.

Secara umum pencahayaan yang dihasilkan oleh penerangan ruangan dapat digolongkan menjadi lima yaitu :

- 1) Pencahayaan tidak langsung.
- 2) Pencahayaan semi tak langsung.
- 3) Pencahayaan langsung tidak langsung.
- 4) Pencahayaan setengah langsung.

Terang cahaya ditentukan sebagai berikut:

- 1) Kondisi ruang (tertutup atau bukaan)
- 2) Letak penempatan lampu
- 3) Jenis dan daya lampu
- 4) Jenis permukaan benda-benda dalam ruang (memantul atau menyerap)
- 5) Warna-warna dinding (gelap atau terang)



- 6) Udara dalam ruang (asap rokok, dapur dan lain sebagainya)
- 7) Pola diagram dari tiap lampu. (Suptandar, 1985 : 67)

Permasalahan pokok yang ada dalam pencahayaan:

- 1) Kebutuhan yang praktis (*practical needs*)
- 2) Membantu penampilan (*ease of performance*)
- 3) Nyaman (*comfort*)
- 4) Keamanan (*safety*)
- 5) Ekonomi (*economy*)
- 6) Keperluan dekorasi (*decorative needs*)
- 7) Cahaya sebagai unsur dekorasi
- 8) Persyaratan bangunan (*architectural considerations*)
- 9) Hal tersebut adalah menyangkut masalah keselamatan manusia dalam beraktivitas dalam ruang. (Suptandar, 1985 : 77)

Cahaya (*lighting*) adalah factor penting lain dalam aspek visual. Cahaya yang penuh menambah kecerahan dan meningkatkan tingkat energi. Penempatan lampu secara tepat akan memberi efek tertentu, misalnya efek sejuk meski terang. Penataan cahaya yang tepat juga membuat warna menjadi sedikit berubah dari aslinya. Hal ini diperlukan untuk bagian-bagian tertentu dalam gerai. Ukuran dan bentuk adalah faktor lain dalam aspek visual. (Ma'ruf, 2005 : 207)

#### b. Sistem Penghawaan

Yang dimaksud dari penghawaan adalah suatu usaha pembaharuan udara dalam ruang melalui penghawaan buatan maupun penghawaan alami dengan pengaturan sebaik-baiknya dengan harapan untuk mencapai tujuan kesehatan dan kenyamanan dalam ruang. Jumlah udara segar yang dimaksudkan berguna untuk menurunkan kandungan uap air di dalam udara, menghilangkan bau keringat, gas karbondioksida. Dan jumlah/kapasitas udara segar tersebut tergantung.



dari aktivitas penghuni, setiap tambahan jumlah sivilitas, maka udara yang dimasukkan akan lebih besar. (Suptandar, 1982 : 150)

Penghawaan juga terbagi menjadi 2, yaitu alami dan buatan, penghawaan alami dapat memanfaatkan sistem *cross ventilation*. Sedangkan penghawaan buatan dapat bersumber dari kipas atau AC.

Dipasaran umum dikenal 3 (tiga) jenis AC yaitu:

- 1) AC window. Umumnya dipakai pada perumahan dan dipasang pada salah satu dinding ruang dengan batas ketinggian yang terjangkau dan penyemprotan udara tidak mengganggu si pemakai.
- 2) AC central biasa digunakan pada unit-unit perkantoran, hotel supermarket dengan pengontrolan atau pengendalian yang dilakukan dari satu tempat.
- 3) AC *split* hampir sama bentuknya dengan AC window, bedanya hanya terletak pada konstruksi di mana alat condensator terletak di luar ruang.

Pertimbangan pada penentuan jenis AC yang akan digunakan dengan memperhatikan pula besaran dan segi-segi ekonomis. AC window lebih cocok untuk ruang kecil dan untuk menghemat energi bias dimatikan bilamana ruang tidak terpakai. Jenis AC split banyak disukai oleh karena kelembutan suara mesin yang tida bising sehingga menjamin ketenangan. (Suptandar, 1999 : 275)

#### c. Akustik

Akustik merupakan unsur penunjang dalam sebuah disain, karena akustik memberi pengaruh luas dan dapat menimbulkan efek psikis dan emosional bagi orang yang mendengarnya. Pengendalian akustik yang baik membutuhkan penggunaan bahan dengan tingkat penyerapan yang tinggi seperti pada lapisan permukaan lantai, dinding, plafond, luas ruang, fungsi ruang, isi ruang, bahan tirai, tempat duduk dengan lapisan lunak, karpet, udara di dalam ruang dan pengaruh lingkungan sekitarnya, akustik yang perlu diperhatikan dalam sebuah



ruang untuk mampu meredam bunyi bising yang ditimbulkan dengan persyaratan tingkat kebisingan 60 dB. (Akustik Ling, 1985 : 33)

Menurut Ma'ruf (2005 : 208) suara dan musik, menurut volume, *pitch*, *temp* berpengaruh pada suasana hati (*mood*). Musik yang lembut membuat pengunjung suatu gerai terpengaruh menjadi lebih santai dibandingkan dengan musik yang menghentak keras. Sebaliknya, musik yang berirama *mars* membuat bawah sadar pengunjung gerai terdorong menjadi cepat. Musik tidak selalu berarti harus digunakan.

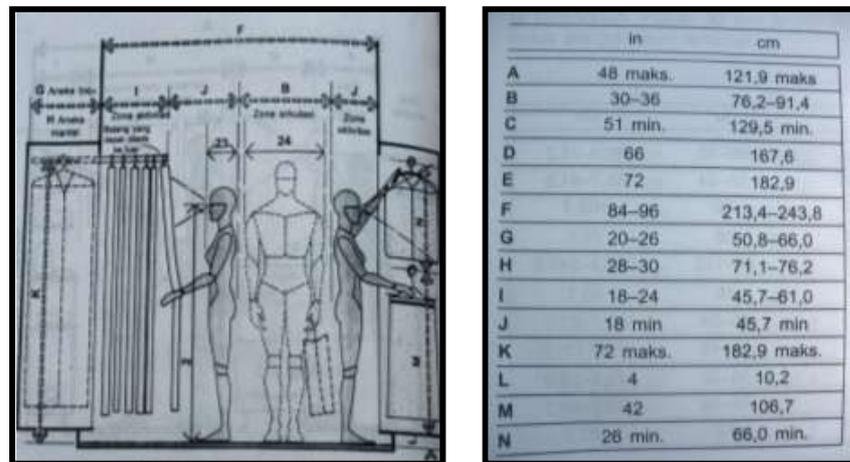
#### 2.1.9 Fasilitas

Fasilitas adalah sarana atau prasarana yang mempermudah pelaku aktivitas dalam menjalankan kegiatan-kegiatan sesuai dengan yang diinginkan baik secara fisik maupun secara psikis. (J.Geck, 1997 : 146)

Penyusunan fasilitas harus disesuaikan dengan kebutuhan guna kenyamanan civitas, sedang fungsinya tidak dipisahkan dengan faktor estetika.

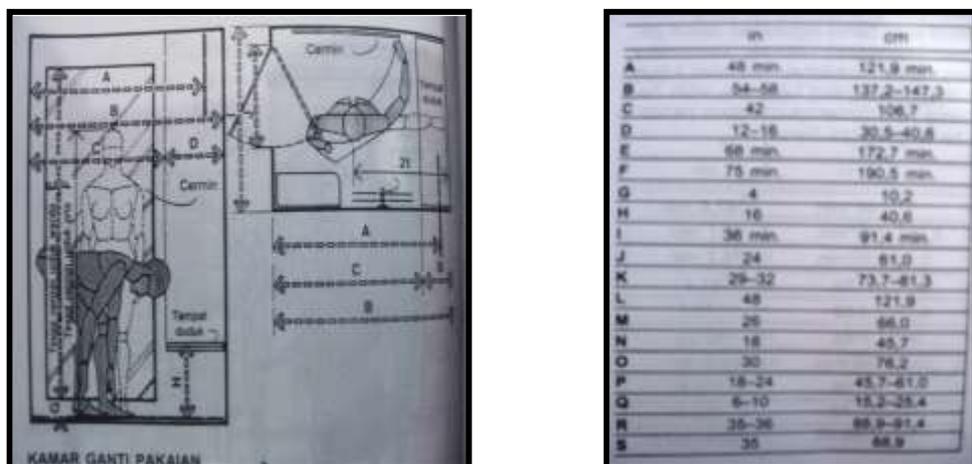
Disain perabot/furniture dibagi atas dua kategori yaitu :

- a. *Furniture* yang berbentuk *case* (kotak) termasuk meja, lemari dan kursi yang tidak mempunyai pelapis.
- b. *Furniture* yang termasuk sofa, kursi-kursi yang seluruhnya atau sebagian diberi pelapis termasuk perlengkapan tidur. (Suptandar, 1982)
- c. Rak adalah komponen interior yang paling sering digunakan sebagai wadah penyimpanan atau *display* barang-barang dagangan. Bukan saja barang-barang tersebut harus dapat dijangkau secara antropometri, namun juga harus dapat dilihat dengan baik. Tinggi yang ditetapkan harus sesuai dengan jangkauan genggam vertical serta tinggi mata. (Panero, 2003 : 204)



Cambar 4. Jarak bersih display barang yang dapat dijangkau

Kamar pakaian harus mengakomodasikan tubuh manusia dalam berbagai posisi yang diperkirakan akan dilakukan oleh seseorang saat ia berada dalam rangkaian proses memakai dan menukar pakaian. (Panero, 2003 : 206)



Gambar 5. Jarak bersih kebutuhan ruang ganti

#### 2.1.10 Dekorasi

Unsur dekorasi dapat dibedakan menjadi 2 macam, yaitu :

- a. Benda pelengkap fungsional, dimana benda-benda yang digunakan untuk maksud-maksud tertentu seperti cermin, bantal, vas bunga, lampu meja dan lainnya.



- b. Benda pelengkap dekoratif, dimana benda tersebut hanya menjadi benda dekorasi hanya karena keindahan saja seperti lukisan, patung, relief, poster / potret, bunga / tanaman hias dan lainnya. (Suptandar, 1982 : 104)

Untuk memperindah ruang dapat dilakukan dengan cara membuat motif – motif dekorasi secara langsung pada dinding dan melapisi dinding dengan bahan ornamental atau dengan memasang hiasan yang ditempel pada dinding. (Suptandar, 1996: 11).

#### 2.1.11 Warna

Ketentuan dari keseimbangan, skala, warna, dan fungsi adalah alat penolong untuk membuat dekorasi agar dapat menambah keindahan disekitarnya dengan dekorasi–dekorasi baik yang konvensional sampai yang tradisional (Suptandar, 1982 : 130).

Warna menjadi salah satu faktor penting dalam aspek visual. Warna hijau selalu mengasosiasikan kita kepada warna dedaunan / alami serta identik pada sesuatu yang segar / *fress*, warna hijau terkesan luas, dan juga modern, dapat ciptakan suasana sejuk, dingin, menenangkan dan mengundang, membantu menyeimbangkan emosi dan menghilangkan stres, menimbulkan kesan efisien dalam ruangan. ( BlogFeedsVertica Warna- Warni *date* 20-3-11 *time* 09:10 am)

## 2.2 Tinjauan Pustaka Tentang *Boutique*

### 2.2.1 Pengertian *Boutique* (Butik)

Butik dalam bahasa Indonesia artinya toko yang menjual pakaian jadi dan segala kelengkapannya terutama untuk wanita. (Purwadarminta, 1985 : 173)

Menurut (Widyatmoko, 2006 : 15) butik adalah jenis usaha sebagai jembatan penghubung antara produsen pakaian dengan pembeli atau *end user*. Butik akan memudahkan dalam penjualan produk baju, karena



konsumen bebas memilih dan produk baju yang disediakan pun bisa dilihat dan dicoba, sehingga pembeli bisa benar-benar nyaman dengan produk yang dibeli.

### 2.2.2 Kegiatan *Boutique*

Kegiatan boutique merupakan bentuk komunikasi visual, yaitu untuk memperkenalkan pakaian jadi beserta perlengkapannya atau accessorisnya yang eksklusif. Dalam hal ini terjadi arus informasi dari satu pihak yang satu pada pihak lainnya, yaitu pihak konsumen dan pihak produsen.

Dengan demikian maka terjadilah transaksi penjualan sesuai kebutuhan konsumen. Keterlibatan pada kejadian tersebut diatas adalah adanya kegiatan pengelola *boutique*, dan pengunjung.

Keterlibatan pada kejadian tersebut diatas adalah adanya kegiatan pengelola *boutique*, dan pengunjung, guna mengetahui kegiatan lebih lengkap akan diuraikan sebagai berikut:

#### a. Pengelola

Pengelola adalah orang yang bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan yang terjadi pada ruang *boutique*, Pengelolaan yang baik akan memberikan kelancaran kerja serta pelayanan yang lebih baik pada pengunjung yang datang diruang *boutique*.

Beberapa kegiatan pengelola yang merupakan tugasnya adalah sebagai berikut :

- 1) Menjaga dan memelihara seluruh material yang digelar di *boutique*, fasilitas peragaan dan perlengkapannya didalam operasinya.
- 2) Membantu memberikan informasi tambahan kepada pengunjung tentang material yang bisa disajikan pada ruang boutique serta melayani transaksi jual beli barang kepada pengunjung.
- 3) Mengamati keinginan dan respon pengunjung mengenai material yang dipajang, cara penampilan, pelayanan yang diberikan serta



hal lainnya, guna menumbunh kembangkan minat pengunjung dan material yang disajikan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang dituju atau peruntukkan bagi konsumen.

b. Pengunjung

Pengunjung merupakan pangsa pasar utama dalam perkembangan *boutique* masa depan, dengan demikian pelayanan dari *boutique* masa depan, dengan demikian pelayanan dari pengelola adalah unsur utama. Baik dari material maupun *interior boutique* sebagai sarana ruang dalam menyajikan material pajangnya.

Pengunjung dari kalangan *eksekutif*, mempunyai cita rasa yang berbeda latarbelakang pendidikan dan budaya yang berbeda-beda, dengan demikian kegiatan serta keinginan yang berbeda pula dilandasi oleh motivasi yang berbeda. (Sudarmadi, 1990 : 17)

### 2.2.3 Fungsi dan Sifat *interior Boutique*

Produk *fashion* (mode pakaian) adalah produk yang mengisi *department store* toko pakaian dan gerai butik. Selain pakaian, produk *fashion* mencakup juga semua aksesoris seperti ikat pinggang. Sepatu, topi, tas, kaus kaki, pakaian dalam, juga termasuk sebagai produk *fashion*. (Ma'ruf, 2005 : 65)

Keberadaan sebuah *boutique* di tengah masyarakat perkotaan adalah suatu wadah yang menjual produk-produk *eksklusif*. Konsumen yang dituju adalah kaum eksekutif dari kalangan menengah ke atas. Peruntukan usia tidak saja pada usia empat puluh tahun keatas, melainkan pada usia muda sudah banyak yang menjadi kaum eksekutif, jadi kaum eksekutif tidak hanya dimonopoli oleh mereka yang berusia setengah baya keatas saja, kalangan muda pun sekarang sudah banyak yang berhasil, rata-rata pada usia 25 tahun banyak yang sudah berhasil dalam karir mereka, itu berarti mereka telah mampu dalam bidang finansial. (Sudarmadi, 1990 : 17)



Konsep dari *boutique* adalah tempat untuk menjual produk, dengan demikian kiat dalam menampilkan interior *boutique* tentunya persyaratan untuk dapat menampilkan produk itu semaksimal mungkin terpenuhi. Produk yang digelar adalah pakaian wanita dan pakaian pria serta perlengkapannya yang eksklusif, maka dengan sendirinya interior *boutique* pun harus menunjukkan suatu interior yang mewah guna mendukung produk yang dijual (Sudarmadi, 1990 : 19)

#### 2.2.4 Faktor Pemuasan Pelanggan

Ada tiga kebutuhan pokok pelanggan yang harus dipuaskan dan semestinya dapat digunakan sebagai pedoman pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu kebutuhan fisik, kebutuhan praktis dan kebutuhan fungsional.

- a. Kebutuhan fisik antara lain *lay out* toko, penataan barang sampai toilet pelanggan. Setiap pelanggan yang akan masuk ke sebuah toko untuk keperluan melihat-lihat, mencari barang yang akan dibeli atau keperluan lain selalu mempertimbangkan *lay out* toko dan kelegaan menikmati semua bagian toko. Harapan pemilik, membuat *lay out* yang optimal dapat memberi *eye catching* (pandangan mata) positif,

yang akhirnya akan menimbulkan dampak *hallo effect* (kesan yang tidak mudah hilang) positif bagi setiap pelanggan untuk langsung berbelanja. Setiap masuk ke bagian dalam toko, tahap berikut yang dilakukan konsumen ialah melihat penataan (*display*) barang-barang yang dijual. *Display product* atau *visual merchandising* dapat mempengaruhi perilaku pelanggan. Pelanggan dapat tertarik, melirik, melihat dengan seksama, dan berpikir-pikir sampai akhirnya mengambil barang dari rak yang ada dan membawanya ke kasir.

*Display product* dapat dioptimalkan melalui gradasi warna, ukuran dan kelengkapan dalam satu rak. *Display* juga harus didukung oleh pencahayaan yang baik dan visualisasi pendukung di sekitar



barang tersebut. Di *department store* biasanya dipajang manekin (boneka pajangan) dengan pakaian terbaru di sekitar barang yang ditata di rak. Display barang yang optimal akan membangun suasana kondusif bagi pelanggan untuk mempertimbangkan barang yang mereka butuhkan.

Semua tahapan diatas harus pula didukung oleh kebutuhan fisik dasar lain, yakni kebersihan di setiap area, bebas bau, kenyamanan AC, dan penarangan yang *lux* di seluruh wilayah toko.

- b. Kebutuhan praktis adalah hal-hal yang berhubungan dengan barang (harga, kualitas dan manfaatnya)
- c. Kebutuhan Fungsional adalah hal-hal yang dapat dipenuhi dari pelayanan petugas *front line* (keramahan, kesigapan dan kepedulian). Petugas di front line harus siap untuk ramah, hangat, cekatan, cepat tanggap, penuh senyum, peduli dan rendah hati kepada setiap pelanggan. (Triyono, 2006 : 74)

Masih menurut Triyono (2006 : 143), ada lima factor yang perlu diperhatikan secara seksama dan dapat menarik konsumen, yaitu:

- a. Citra Toko (*Store Image*)

Pelanggan akan mempunyai kesan mendalam terhadap suatu toko berdasarkan pada pengalamannya. Semakin banyak kesukaan akan citra toko yang pernah dilihatnya, semakin memungkinkan bagi pelanggan untuk loyal.

Kesan pertama adalah kesan yang paling lama bertahan dalam benak pelanggan. Setiap sudut di dalam toko juga memerlukan sentuhan khusus guna membangun citra toko. Dari setiap sudutlah kesan secara personal dapat dibangun. Sudut yang dioptimalkan dengan presentasi yang mengesankan akan semakin membuat pelanggan merasakan hal positif terhadap citra toko.



Aspek eksterior (*signed*, logo, nama toko, petunjuk, pesan logo/slogan yang ditonjolkan) juga perlu dioptimalkan. Meskipun hanya bagian kecil, kebersihan pintu masuk, keset (kalau ada), dan bagian depan toko juga harus terus diupayakan.

b. Pajangan Depan (*Window Display*)

Pajangan di depan toko yang mengesankan akan jendela samping (kiri dan kanan) sangat berpengaruh dalam menciptakan kesan *positif* pelanggan. Bahkan, banyak fakta menunjukkan bahwa pajangan di depan sangat mempengaruhi perhatian pelanggan dan dapat mengundang mereka untuk masuk ke toko.

Pajangan di depan semestinya memiliki tema khusus. Ini berguna untuk mempengaruhi pelanggan agar bersedia memiliki barang yang

dijual toko tersebut. Tema yang secara umum diangkat sepanjang tahun adalah tahun baru (masehi, imlek), liburan sekolah, hari *valentine*, Lebaran dan Natal. Pastikan pajangan depan terlihat seimbang, tidak terlalu padat dan tidak terlalu kosong, serta bobot kanan dan kiri sama.

Pajangan di depan juga dianjurkan memakai warna yang harmonis dan dioptimalkan dengan penyinaran lampu yang *lux*. Kebersihan kaca-kaca dan bagian dalam harus terus dijaga. Secara periodik

pajangan depan harus diganti sesuai dengan jangka waktu yang dijadwalkan dan tema yang ditentukan.

c. Bagian Dalam Toko (*Inside the Store*)

Riset menunjukkan bahwa ketika pelanggan berjalan di toko, mereka melihat dan mengamati hal-hal berikut:

- 1) Bagian depan saja
- 2) Melihat sejauh yang bisa dijangkau mata
- 3) Selalu dari kiri ke kanan
- 4) Sekedar menenangkan hati dan membebaskan kecurigaan



- 5) Sesuai garis horisontal dan berhenti di garis vertikal
- 6) Dari besar ke kecil, atas ke bawah dan dari terang ke gelap.

Pelanggan sangat sensitif terhadap *space*, mereka membutuhkan ruang untuk privasi dalam rangka melihat-lihat. Apabila toko terlihat penuh dan semrawut, pelanggan merasa tidak nyaman dan akan pergi. Jika toko terlihat sepi dan kosong (kurang stok *merchandise*), pelanggan mungkin enggan masuk toko. Toko harus dibuat bersuasana penuh *merchandising* (item barang lengkap, keluasan, dan kedalamannya baik jenis maupun ukurannya), namun tidak semrawut, cukup *space* untuk tempat konsumen melihat-lihat dan berkesan mengundang rasa ingin tahu serta membangkitkan minat beli.

d. Gunakan Penerangan untuk Menciptakan Semangat Membeli

Penerangan atau *lighting* memainkan peranan yang sangat penting dalam hal visualisasi *merchandising*. Penerangan bisa diartikan memperlihatkan. Ini untuk menuntun pelanggan masuk ke seluruh bagian toko. Penerangan yang baik sangat efektif dalam membangkitkan perhatian pelanggan. Sebaliknya, penerangan yang tidak ditata dan diperhatikan akan membuat toko tidak menarik. Penerangan bahkan terbukti mampu menciptakan semangat membeli pelanggan. Pelanggan yang semula tidak bersemangat membeli, dengan *lighting* yang efektif, bisa tergerak hatinya untuk membeli.

Penerangan juga memiliki kualitas dan warna untuk memberikan gambaran terbaik bagi *merchandise* toko. Bahkan, penerangan bisa dikatakan sebagai tenaga penjual yang diam di dalam toko. Untuk menciptakan semangat membeli pelanggan, dianjurkan memakai lampu berwarna dan penerangan yang *soft*. Barang yang ada di tempat-tempat pajangan harus diberi penerangan khusus agar lebih menarik pelanggan. Fakta membuktikan bahwa barang yang dipajang dan diberi penerangan yang efektif selalu paling banyak dibeli oleh pelanggan.



Penerangan sangat penting untuk mengoptimalkan pajangan *merchandise*, membuat perhatian yang fokus, menonjolkan aktivitas promosi, dan memperlihatkan lebih jauh tentang isi toko kepada setiap pelanggan.

## 2.3 Psikologi Warna

Ahli fisiologi dan psikologi menjelaskan ada empat warna primer : merah, hijau, kuning dan biru. Walaupun tidak diketahui secara pasti mengapa orang-orang menyukai warna dan kombinasi warna tertentu. Tetapi yang jelas, setiap warna mempunyai karakter atau sifat yang berbeda-beda. Bahkan sejak dahulu warna diketahui mempunyai pengaruh terhadap manusia, namun baru belakangan ini penggunaannya telah dimanfaatkan secara meluas dalam dunia otomotif, busana, permainan dan sebagainya.

### 2.2.1 Merah:

Warna ini melambangkan keadaan psikologi yang mengurangkan tenaga, mendorong makin cepatnya denyut nadi, menaikkan tekanan darah dan mempercepat pernafasan. Warna ini mempunyai pengaruh produktiviti, perjuangan, persaingan dan keberanian.

#### 1. Merah Terang :

Warna ini melambangkan kekuatan kemahuan atau cita-cita. Sifatnya : Agresif, Aktif, Eksentrik. Pengaruhnya : Berkemahuan keras, penuh gairah, dominasi, jantan.

#### 2. Merah Jambu :

Warna ini melambangkan romantisme, feminim. Warna ini mempunyai sifat menuntut dalam kepasrahan, menggemaskan dan jenaka.



### 2.2.2 Biru

Warna ini melambangkan ketenangan yang sempurna. Mempunyai kesan menenangkan pada tekanan darah, denyut nadi, dan tarikan nafas. Sementara semua menurun, mekanisme pertahanan tubuh membangun organisme.

#### 1. Biru Tua :

Warna ini melambangkan perasaan yang mendalam. Sifatnya : Konsentrasi, kooperatif, cerdas, perasa, integratif. Pengaruhnya : Tenang, Bijaksana, Tidak Mudah Tersinggung, Ramai kawan.

#### 2. Biru Muda :

Warna ini melambangkan keanjalan dari cita-cita. Sifatnya : Bertahan, Protektif, Tidak Berubah fikiran. Pengaruhnya : Keras Kepala, Teguh, Sering Bangga Diri, Berpendirian tetap.

### 2.2.3 Kuning

Warna ini melambangkan kegembiraan. Warna ini mempunyai sifat : Leluasa dan santai, senang menunda-nunda masalah. Berubah-ubah tapi penuh harapan, mempunyai cita-cita setinggi langit dan semangatnya juga tinggi.

#### 1. Kuning Terang :

Warna ini melambangkan sifat spontan yang eksentrik. Sifatnya : Toleran, Investigatif, Menonjol. Pengaruhnya : Berubah-ubah sikap, berpengharapan, dermawan, tidak percaya.

### 2.2.4 Hijau

Warna ini melambangkan adanya suatu keinginan, ketabahan dan kekerasan hati. Mempunyai kepribadian yang keras dan berkuasa. Warna ini mempunyai sifat : meningkatkan rasa bangga, perasaan



lebih superior dari yang lain. Orang yang menyukai warna ini umumnya senang dipuji, senang menasihati orang lain.

#### 2.2.5 Abu Dan Hitam.

##### 1.abu-abu.

Warna ini tidak menunjukkan erti yang jelas. Tidak terang dan sama sekali bebas dari kecenderungan psikologi. Warna ini cenderung neutral.

##### 2.Hitam.

Warna ini melambangkan kehidupan yang terhenti dan kerananya memberi kesan kehampaan, kematian, kegelapan, kebinasaan, kerosakkan dan kepunahan.

#### 2.2.6 Coklat Dan Ungu

##### 1.Coklat :

Warna ini seringkali menunjukkan ciri-ciri : suka merebut, tidak suka memberi hati, kurang toleran, pesimis terhadap kesejahteraan dan kebahagiaan masa depan.

##### 2.Ungu :

Warna ini adalah campuran warna merah dan biru yang melambangkan sifat Gempuran Keras yang dilambangkan oleh warna biru. Perpaduan antara keintiman dan erotis atau menjurus pengertian yang mendalam dan peka. Sifatnya sedikit kurang teliti tetapi selalu penuh harapan.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), [www.google.com](http://www.google.com), [psikologi warna.com](http://psikologi warna.com)

## 2.4 Parameter



Photo 1. parameter boutique

Desain yang memiliki ciri khas dan daya tarik bagi pengunjung. Dengan mengaplikasikan garis-garis geometris /lengkung sebagai salah satu ciri desain urban



Photo 2. parameter boutique



Photo 3. parameter boutique



Photo 4. parameter boutique



Photo 5. parameter boutique

Pengaturan pencahayaan dalam sebuah boutique akan memberi kesan yang berbeda, dan mampu menonjolkan produk yang dijual

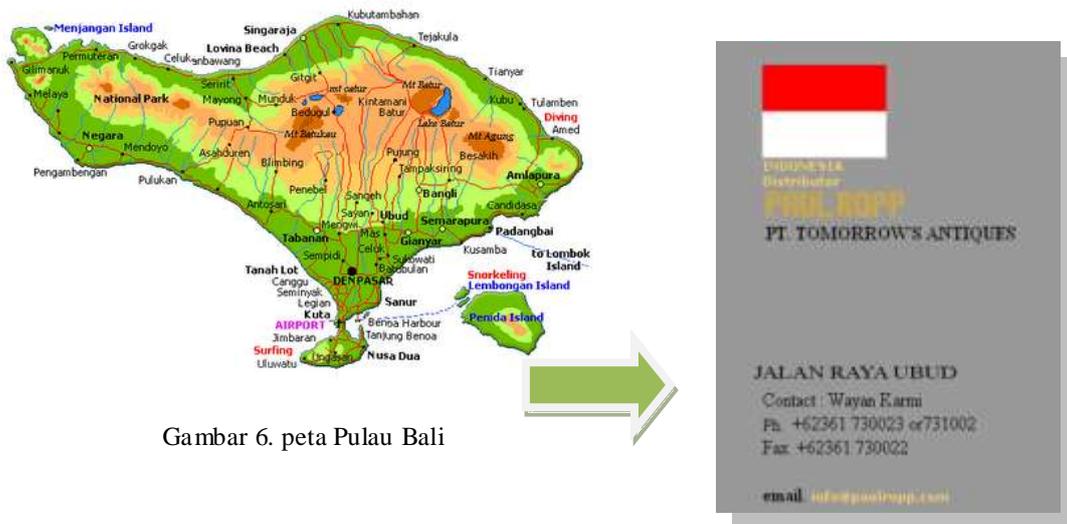
## BAB III

### TINJAUAN KHUSUS

#### 3.1 Data Lapangan

##### 3.1.1 Data Fisik

##### a. Peta Lokasi



Gambar 6. peta Pulau Bali



photo 6 . boutique Paul Ropp

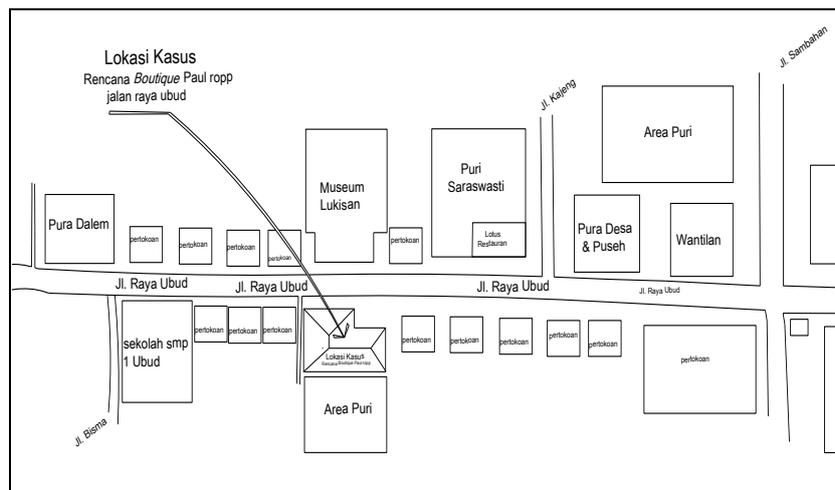
Keberadaan *Boutique* Paul Ropp rencananya dibangun di daerah ubud yang jaraknya cukup dekat dengan *central Traditional market* ubud, dan tidak begitu jauh dari kawasan *hotel-hotel* berbintang di Ubud.



Daerah ini merupakan jalur menuju ke obyek wisata Payangan, Kintamani Batur- Tegalalang dan Tampak Siring. Daerah wisata Ubud cukup banyak memiliki sarana dan prasarana pariwisata seperti *hotel* dan *restaurant* dengan pelayanan terbaik, serta toko-toko yang menjual berbagai macam jenis produk, seperti misalnya toko barang-barang kerajinan dan toko-toko pakaian atau *boutique* yang menjual produk-produk fashion. Paul Ropp, sebagai salah satu *boutique* bagi masyarakat ekonomi menengah ke atas ini, mampu bersaing dengan kompetitor lain dengan bidang usaha sejenis karena *brand* paul ropp sendiri sudah cukup terkenal di kalangan wisatawan *domestic* maupun wisatawan asing, serta didukung pula oleh sistem pelayanan *boutique* yang baik.

Secara fisik bangunan Paul Ropp memiliki batas-batas *site*, sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Museum Lukisan
- Sebelah Timur : *Restoran* dan Toko
- Sebelah Barat : Toko/ *art shop*
- Sebelah Selatan : Rumah / Puri



Gambar 7. Peta Lokasi site Paul Ropp





### Potensi Site

#### 1) Sinar Matahari

Lokasi Paul Ropp terletak dengan kepadatan bangunan sedang, sinar matahari tidak dapat masuk ke dalam bangunan secara maksimal, baik pagi hari siang maupun sore hari karena di sekeliling bangunan terdapat rumah rumah yang menghalangi penyinaran secara alami.

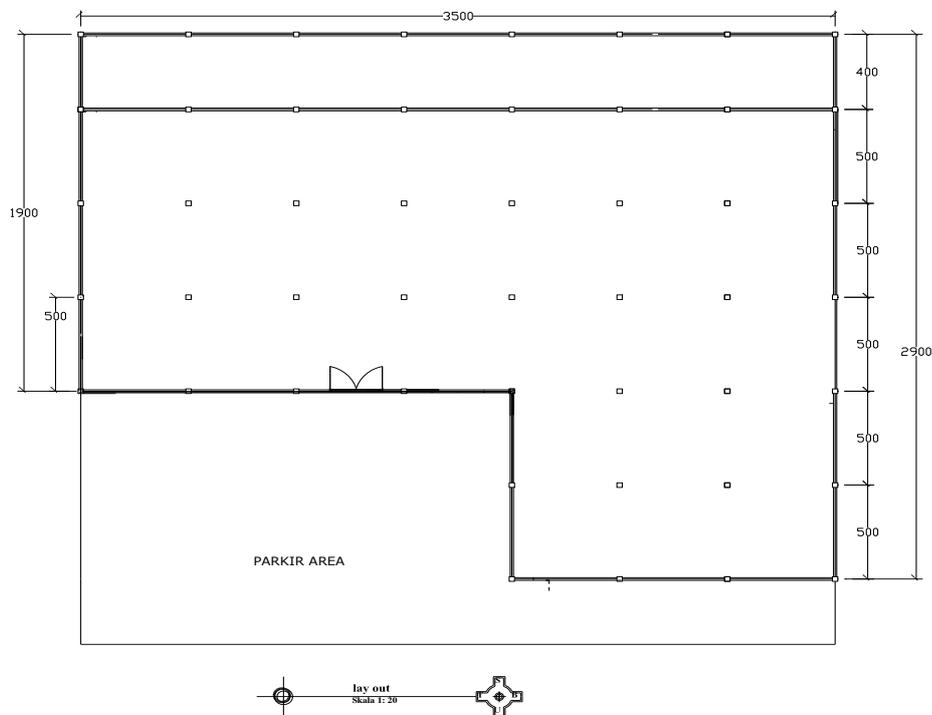
#### 2) Curah Hujan

Mengingat daerah ini adalah daerah *tropis*, maka curah hujan cukup normal, sehingga tidak terlalu berpengaruh pada kondisi fisik bangunan.

#### 3) Suara

Letak Paul Ropp ini berada tepat di depan jalan utama, sebagai salah satu akses menuju angin.

### 3.1.2 Lay out Paul Ropp



Gambar 8. Denah Lapangan

## 3.1.3 Data Ruang

| No. | Data Lapangan  | Sifat Ruang  | Civitas                                  | Kapasitas |
|-----|--|--|--|-----------|
| 1.  | <p><b>Entrance</b></p> <p><b>Lantai</b><br/>Menggunakan bahan acian semen dengan <i>finishing</i> halus</p> <p><b>Dinding</b><br/>Menggunakan pas. batu bata dengan finishing PC di cat warna hijau</p> <p><b>Plafon</b><br/>Menggunakan plafond tertutup gypsum di cat warna putih</p> <p><b>Pintu</b><br/>Menggunakan pintu kaca dengan handel <i>stainlesssteel</i></p> <p><b>Jendela</b><br/>Menggunakan kaca mati frameless</p> <p><b>Fasilitas</b><br/>-</p> <p><b>Utilitas</b><br/>Untuk pencahayaan mengandalkan pencahayaan dari dalam <i>boutique</i> dan <i>neon box</i>.<br/>Sedangkan untuk penghawaan menggunakan AC</p> <p><b>Dekorasi</b><br/>Pada dinding dipasang logo <i>paul ropp</i></p>  | Publik   | Pengunjung/<br>konsumen dan<br>pengelola | 25 orang  |
|     |  | <b>Dokumentasi</b>   |  |           |
|     |  |   |  |           |
| 2.  | <p><b>Cashier Area</b></p> <p><b>Lantai</b><br/>Menggunakan bahan keramik <i>cream</i> 60x60 cm</p> <p><b>Dinding</b><br/>Menggunakan pas. batu bata dengan finishing PC di cat warna putih</p> <p><b>Plafon</b><br/>Menggunakan <i>plafond gypsum</i> dengan bahan kayu di cat warna putih</p> <p><b>Fasilitas</b><br/>1 buah meja dan 1 buah rak pajang dari bahan kayu dengan finishing <i>duco</i> berwarna putih dan hijau</p> <p><b>Utilitas</b><br/>Untuk pencahayaan <i>general</i> menggunakan <i>Downlight</i> yang dipasang pada plat besi yang digantung pada plafond<br/>Sistem penghawaan menggunakan AC yang sekaligus digunakan juga untuk <i>area display</i></p> <p><b>Dekorasi</b><br/>Pada meja <i>cashier</i> terdapat tempat brosur dan vas.</p> | Privat   | Staff/Karyawan                           | 6 Orang   |
|     |  | <b>Dokumentasi</b>   |  |           |
|     |  |  |  |           |

| No. | Data Lapangan   | Sifat Ruang  | Civitas                 | Kapasitas     |
|-----|---|--|-------------------------|---------------|
| 3.  | <p><b>Display Area</b></p> <p><b>Lantai</b><br/>Menggunakan bahan keramik motif kayu 20 x 7cm dan papan kayu <i>finishing</i> politur 200x20 cm</p> <p><b>Dinding</b><br/>Menggunakan partisi gysum <i>finishing wallpaper</i> abu.</p> <p><b>Plafon</b><br/>Menggunakan plafond gypsum dengan cat warna putih</p> <p><b>Fasilitas</b><br/>-70 buah <i>Kapstock</i> pakaian (dinding)<br/>-2 buah rak pakaian lipat<br/>-12 buah <i>island display</i></p> <p><b>Utilitas</b><br/>Untuk pencahayaan general menggunakan <i>Downlight</i> yang dipasang pada plat besi yang digantung pada <i>plafond</i><br/>Sisitem penghawaan menggunakan AC yang dipasang pada dinding.</p> <p><b>Dekorasi</b><br/>Terdapat pernak-pernik gantungan <i>handcraft</i></p> | Publik   | Staff dan konsumen      | 25 Orang      |
|     |   | <b>Dokumentasi</b>   |                         |               |
|     |   |   |                         |               |
| 4.  | <p><b>Fitting Room</b></p> <p><b>Lantai</b><br/>Menggunakan bahan keramik <i>cream coklat</i> 60x60 cm</p> <p><b>Dinding</b><br/>Menggunakan bahan rangka kayu dan papan di cat warna abu</p> <p><b>Plafon</b><br/>Hanya menggunakan <i>general</i> plafond</p> <p><b>Pintu</b><br/>Menggunakan hanya menggunakan korden</p> <p><b>Fasilitas</b><br/>Sebuah cermin di tiap ruang <i>fitting</i></p> <p><b>Utilitas</b><br/>Pemasangan neon di belakang cermin</p> <p><b>Dekorasi</b><br/>Hanger untuk menggantung baju</p>  | <i>Privat</i>  | Konsumen/<br>pengunjung | 1 Orang/ruang |
|     |   | <b>Dokumentasi</b>   |                         |               |
|     |   |  |                         |               |

|    |   |  |       |         |
|----|---|--|-------|---------|
| 6. | <p><b>Staff Room</b></p> <p><b>Lantai</b><br/>Menggunakan bahan keramik putih ukuran 50x50 cm</p> <p><b>Dinding</b><br/>Menggunakan pas. batu bata dengan finishing PC di cat warna <i>crem</i></p> <p><b>Plafon</b><br/>Menggunakan plafond gypsum di cat warna putih</p> <p><b>Pintu</b><br/>Menggunakan pintu kayu dengan finishing politur warna coklat</p> <p><b>Fasilitas</b><br/>-6 buah meja kerja<br/>-6 buah kursi kerja<br/>-6 unit computer<br/>Rak file</p> <p><b>Utilitas</b><br/>Pencahayaannya : 1 bh lampu TL 40 watt<br/>Penghawaan: dengan AC dan alami</p> <p><b>Dekorasi</b><br/>Terdapat meja tempel . pot dan pas.</p> | <i>Privat</i>  | Staff | 4 orang |
|    |   | <b>Dokumentasi</b>   |       |         |
|    |   |   |       |         |
| 8. | <p><b>Rest room</b></p> <p><b>Lantai</b><br/>Menggunakan bahan keramik <i>orange</i> ukuran 20x20 cm</p> <p><b>Dinding</b><br/>Menggunakan pas. batu bata dengan finishing PC di cat warna putih dan menggunakan keramik orange muda 20x20 cm</p> <p><b>Plafon</b><br/>Menggunakan plafond gypsum di cat warna putih</p> <p><b>Pintu</b><br/>Menggunakan pintu kayu dengan finishing politur warna coklat</p> <p><b>Fasilitas</b><br/>-1 buah closet duduk<br/>-1 buah ember</p> <p><b>Utilitas</b><br/>Pencahayaannya : 1 bh lampu TL<br/>Penghawaan: <i>exhaustfan</i> untuk mengatur sirkulasi udara</p>                                   | <i>Privat</i>  | Staff | 1 orang |
|    |   | <b>Dokumentasi</b>   |       |         |
|    |   |  |       |         |

Tabel 1. Data Lapangan



### 3.1.4 Data Non Fisik

- a. Nama *Boutique* : Paul Ropp
- b. Alamat : Desa Ubud Gianyar Bali
- c. Nama Pemilik : Paul Ropp
- d. Nama Pengelola : Wayan Karmi (36 Tahun)
- e. Jumlah Karyawan : 17 orang
- f. Waktu Oprasional : 10.00-22.00 Wita
- g. Jenis produk : Busana pria wanita (formal, semiformal dan *casual*), pakaian anak dan *assesoris* pelengkap
- h. Produk unggulan : Busana *casual* dan *semiformal*
- i. Sistem Pelayanan : Pengunjung memasuki area melihat-lihat dan membeli-didampingi karyawati menuju kasir-transaksi jual beli dan pembeli keluar dari *boutique*.
- j. Tamu Mayoritas : Kalangan menengah keatas (domestik dan asing) antara usia 17 – 60 tahun
- k. Jam padat tamu : Siang Jam 11.00-17.00 Wita  
Malam Jam 19.00-22.00 Wita
- l. Kapasitas *Boutique* : Maksimal 40 orang
- m. Tamu perhari : Rata-rata 15 - 40 orang
- n. Data Tentang Ruang :
  - 1) *Enterance*
  - 2) *Display Area*
  - 3) *Chasier Area*
  - 4) *Fitting Room*
  - 5) *Toilet*
  - 6) *Staff Room*



o. Data Civitas :

1) Data Pengunjung

- Jumlah Pengunjung perhari : 15- 40 orang
- Rata-rata sebelum jam 12.00 Wita : 15- 20 orang
- Rata-rata setelah jam 12.00 Wita : 25- 40 orang
- Waktu berkunjung : 09.00-22.00 Wita
- Rata-rata jumlah jam kunjungan:  
Siang Jam 11.00-17.00 Wita  
Malam Jam 19.00-22.00 Wita
- Lamanya waktu yang dibutuhkan pengunjung untuk bertransaksi adalah:  
Minimal 15 menit, maksimal 1 jam (tergantung kepentingan)
- Runtutan Aktivitas:  
Memasuki area penjualan/*area display* – melihat-lihat produk – mencoba produk pada *fitting room* – menuju kasir jika produk yang dicoba telah sesuai dan melakukan transaksi pembayaran.

2) Data Pengelola

- *Manajer boutique:*  
Operasional mulai pk1. 09.00 - 17.00 waktu Setempat  
Datang di pagi hari, kemudian evaluasi bersama karyawan, selanjutnya melanjutkan tugas sesuai posisi masing-masing di meja kerja pribadi, mengerjakan pekerjaan *administrative*.  
Makan siang pk1. 12.00, dan pulang pk1. 17.00.
- Staf bagian kantor/pemasaran  
Terdiri dari 5 orang karyawan  
Operasional mulai pukul 09.00 - 17.00 waktu setempat.  
Datang di pagi hari, kemudian menuju *Staff Room* dan mengerjakan tugas masing-masing
- *Staf bagian Pelayanan boutique*  
Terdiri dari 10 orang karyawan



Operasional kerja mulai dari pukul 09.00 - 22.00 waktu setempat.

Bekerja atas 2 *shift*, yaitu:

*Shift* 1: pkl. 09.00 - 15.00 waktu setempat

*Shift* 2: pkl. 15.00 - 22.00 waktu setempat

Datang di pagi hari ataupun menjelang *shift*, membersihkan *area* penjualan, menata baju-baju pada *display*, mendampingi dan melayani pengunjung/*consumen*. Untuk bagian kasir, langsung menuju ke meja kasir.

## BAB IV

### ANALISIS DESAIN

#### 4.1 Konsep

*Fresh modern* adalah konsep yang dipakai untuk desain paul ropp boutique. bergaya kekinian dengan ciri bersih *modern* dan simpel dipadukan dengan suasana alam segar, *natural*. Pertimbangan dasar dari konsep ini adalah mewujudkan desain yang berkesan sejuk, seimbang, berenergi dan ketenangan. Dalam arsitektur, interior gaya hidup *modern* berimbas pada keinginan untuk membuat bangunan yang simpel, bersih dan fungsional, dalam wujud desainya baik yang menyangkut elemen pembentuk ruang, fasilitas, penggunaan material, serta pemilihan warna yang menghasilkan gubahan desain yang *exclusive*.

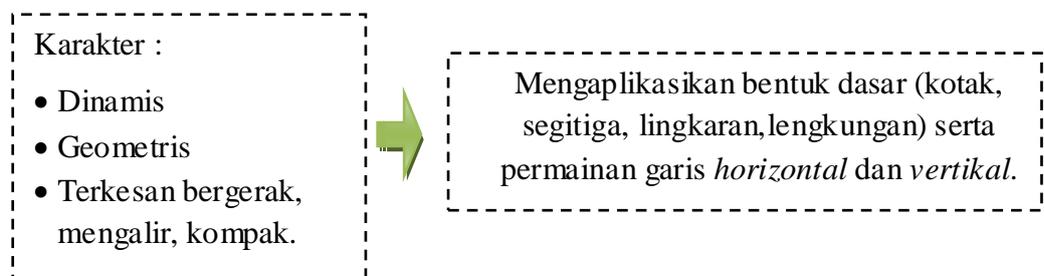
##### 4.1.1 Penjabaran Konsep :

- a. Bentuk : asimetris, orientasi pola *horizontal*, halus, penampian efisien, sudut lengkung, mengurangi elemen yang tidak berfungsi.



Foto 7. Arsitektur dan Desain interior bergaya modern

Sumber : [www.google.com/moderninterior](http://www.google.com/moderninterior)



b. Warna : warna yang sesuai dengan karakter alam



Foto 8. Warna-Warna alam  
Sumber : [www.google.com,natural land](http://www.google.com/natural%20land)

c. Material : penggunaan material natural yaitu batu alam (batu koral, batu serpih), material kayu. Penggunaan bahan alam seperti batu candi/andesit yang melapisi dinding muka dan dipadukan dengan material kayu untuk memperkental kesan natural.



Foto 9. Material alami  
Sumber : [www.google.com stone](http://www.google.com/stone)

d. Unsur Air : dalam unsur fress salah satunya adalah unsur air yang dapat menjadikan suasana lebih tenang dan hening dan juga segar, mengadopsi sungai yang dimasukan ke dalam ruang.

e.



Karakter :

- Tenang
- Alami

Adanya aliran air yang mempengaruhi pikiran mengarah ke kesan santai.

Foto 10. Bangunan dengan kolam air dan pancuran  
Sumber : [www.google.com,land natural](http://www.google.com,land natural)

f. *Nuansa alami* : konsep alam dengan desain yang memaksimalkan ruang terbuka dan material alam. Material bangunan didominasi oleh *material* alami seperti kayu. Unsur kayu memberikan kesan *natural* yang kuat.



karakter.

memakai bahan modern  
namun mampu  
mempertahankan nuansa  
natural.

Foto. 11 literatur *resto*

Sumber : [www.google.com interior resto](http://www.google.com interior resto)



## 4.2 Kriteria Desain

Untuk mencapai integritas pada konsep dasar desain paul ropp maka ditunjang dengan kriteria desain sebagai berikut :

### 4.2.1 Kriteria Umum

a. Aman

Setiap desain atau perwujudkannya tidak mengganggu aktivitas satu dengan yang lainnya dan setiap perwujudan mampu memberikan keamanan pada pemakai.

b. Ergonomis

Perwujudan ruang, unsur pembentuk ruang, elemen penunjang pembentuk ruang, fasilitas, dekorasi, dan lain-lain dapat memberikan rasa nyaman, sesuai dengan standar ergonomi manusia sehingga pengunjung dan karyawan merasa nyaman berada dalam ruang.

c. Lancar

Mudah dalam pencapaian sirkulasi serta dapat memenuhi keleluasaan gerak dan tidak mengganggu aktivitas pada areal lain.

d. Komunikatif

Hubungan antar ruang saling berkaitan, mudah dikenali dan mudah dalam pencapaian sehingga terwujud suatu hubungan yang lancar dan cepat antara civitas dan aktivitas.

e. Efisien

Pemanfaatan ruang secara maksimal dengan tetap mempertimbangkan spasial dan setiap perwujudan tetap memperhatikan biaya.

f. Fungsional

Kegunaan dari setiap unsur rancangan tidak hanya memiliki satu fungsi pakai tetapi harus memiliki fungsi yang ganda, untuk menambah nilai dari unsur tersebut.

g. Estetis

Hasil akhir desain interior harus mengandung unsur keindahan dalam menunjang suasana / nuansa ruang yang ingin dicapai, sehingga dapat memberikan kesan tersendiri dan dapat menarik banyak pengunjung.



#### 4.2.2 Kriteria Khusus

##### a. Ramah lingkungan yang modern

Desain atau perancangan yang mengarah pada kesegaran alam tetapi tetap memiliki gaya kekinian / *modern*.

##### b. Penyesuaian terhadap iklim dan *site*

Yaitu memperhatikan keadaan iklim pada kawasan butik yaitu tropis, sehingga pemakaian material dan warna harus memperhatikan jenis yang sesuai dengan iklim setempat.

### 4.3 Analisis Desain

#### 4.3.1 Program Ruang Secara Umum

Desain *boutique* hendaknya didesain sedemikian rupa yang dimulai dari pola aktivitas - jenis ruang – organisasi ruang – sonasi – sirkulasi – *lay out* ruang, Pembagian ruang yang digolongkan berdasarkan fungsi serta aktivitas, dimana peran antara ruang dapat saling berkesinambungan. Seperti pembagian antara ruang di depan / *entrance area* dimana ruang depan cenderung berfungsi sebagai area lobby, *display area* serta kasir yang saling berdekatan dan memiliki letak yang strategis, berada di tengah tengah *display area*, dan pada area belakang lebih difungsikan sebagai *office area* dan gudang penyimpanan / *ready stock*. Berikut pemaparan dari program ruang secara umum pada *boutique paul ropp*:

**Tabel 4.1 Program Ruang.**

| NO | SONASI              | RENCANA RUANG  |
|----|---------------------|--|
| 1  | <i>ENTRANCE</i>     | Area ini diletakkan pada bagian depan bangunan yang berfungsi sebagai jalur keluar masuk pengunjung dan sebagai akses untuk menjangkau seluruh ruang yang ada di dalam <i>boutique</i> . |
| 2  | <i>DISPLAY AREA</i> | Area ini mendominasi ruang butik karena untuk kebutuhan pemajangan produk-produk yang dipasarkan.  |

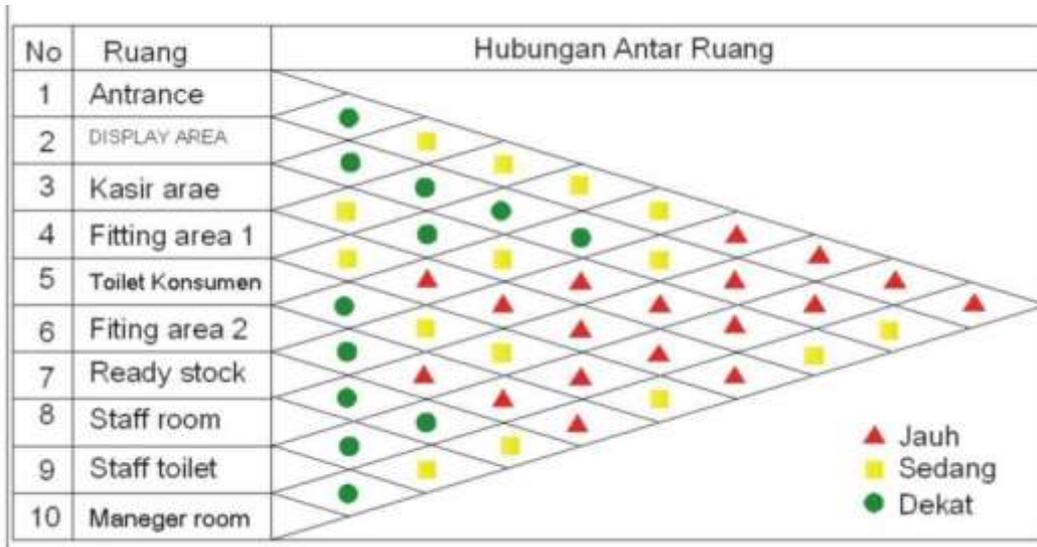


|    |                                    |   |
|----|------------------------------------|---|
| 3  | KASIR                              | Area ini digunakan sebagai tempat transaksi antara pembeli dan penjual.   |
| 4  | <i>FITTING AREA</i>                | Area ini bersifat privat yaitu disediakan untuk konsumen untuk mencoba produk sebelum proses pembelian.   |
| 5  | <i>REST ROOM</i><br>PENGUNJUNG     | Area ini terletak di dalam ruangan <i>Display</i> yang di peruntukan untuk konsumen.  |
| 6  | <i>READY STOCK</i>                 | Area ini berfungsi untuk menyimpan <i>stock</i> barang yang dijual yang terletak bersebelahan dengan <i>dressing room</i> karyawan .                |
| 7  | <i>STAFF ROOM</i>                  | Area ini digunakan karyawan untuk mengganti pakaian kerja karyawan dan juga untuk tempat istirahat dan menyimpan peralatan/barang pribadi karyawan. |
| 8  | <i>REST ROOM</i><br>KARYAWAN       | Area ini terletak di dalam <i>staff room</i> yang di peruntukan untuk karyawan  |
| 9  | <i>MANAGER ROOM</i>                | Area ini merupakan ruang pimpinan yang digunakan untuk bekerja dan sebagai ruang rapat antara manager dan karyawan.                                 |
| 10 | <i>REST ROOM</i><br><i>MANAGER</i> | Area ini terletak di dalam ruangan <i>manager</i> yang di peruntukan manager untuk mandi, buang air dan dilengkapi <i>wastafel</i> ,                |

Tabel 2. Program Ruang Paul Ropp butik *galery*



### 4.3.2 Diagram Hubungan Antar Ruang



Bagan 2. Hubungan Antar Ruang

### 4.3.3 Analisis Kebutuhan Ruang

5

| NO | RUANG               | Ukuran   |
|----|---------------------|--|
| 1  | <i>ENTRANCE</i>     | Civitas 5 0rang<br>$= 1,25 \text{ m}^2 \times 5 \text{ (orang)} = 6.25, \text{ m}^2$<br>Sirkulasi manusia dan barang = 80% = $5 \text{ m}^2$<br>Fasilitas = 20 % = $1.25 \text{ m}^2$<br>Jadi besaran ruang yang di butuhkan<br>$= 6.25 \text{ m}^2 + 5 \text{ m}^2 + 1.25 \text{ m}^2 = 13.75 \text{ m}^2$                      |
| 2  | <i>DISPLAY AREA</i> | Spasial memilih barang<br>civitas 57 orang<br>Analisis ruang = $1,25 \times 57 = 71.25 \text{ m}^2$<br>Sirkulasi = besaran spasial x 40% dari luas ruangan = $28.5 \text{ m}^2$<br>Besaran fasilitas 50% dari luas ruang = $35.625 \text{ m}^2$<br>Total = $71.25 \text{ m}^2 + 28.5 + 35.625 \text{ m}^2 = 135.375 \text{ m}^2$ |

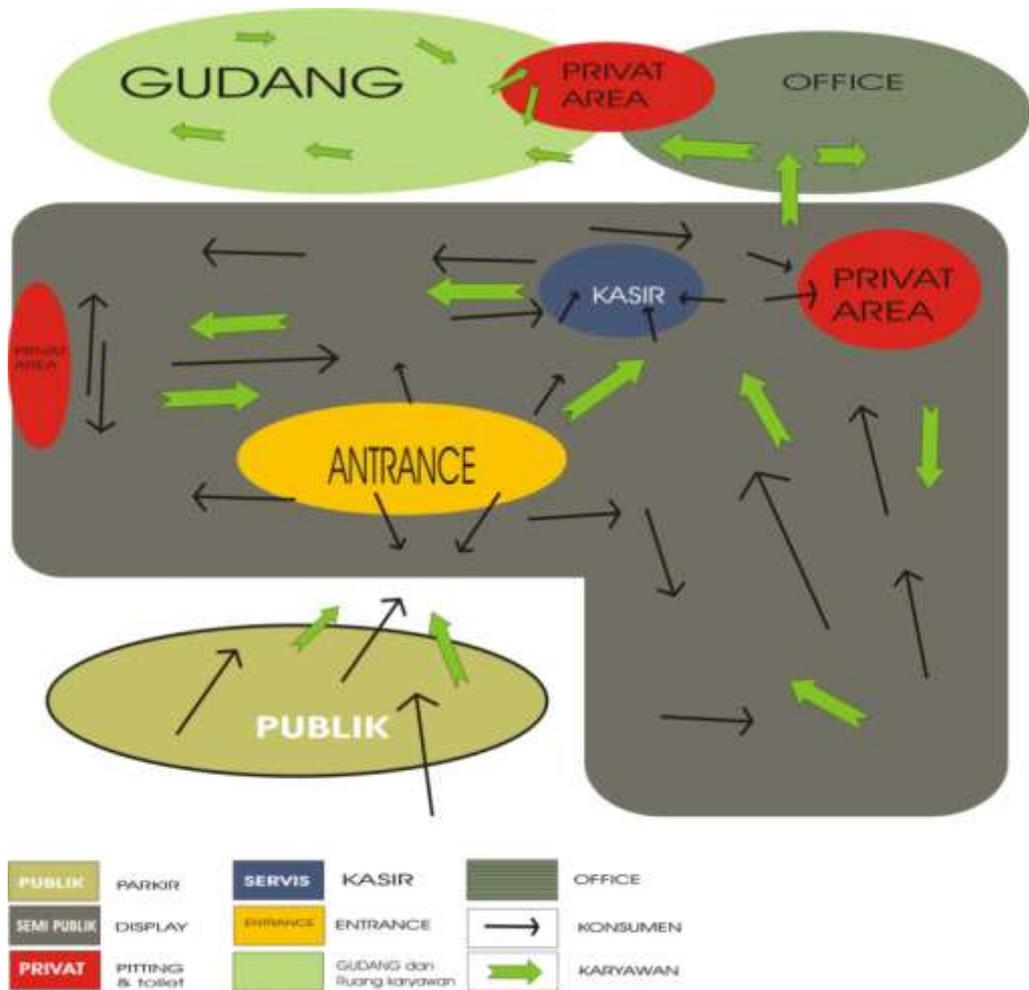


|    |                      |  |
|----|----------------------|--|
| 3  | KASIR                | <p>Civitas 4 orang = <math>1.25 \text{ m}^2 \times 4 = 5, \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi = besaran spasial x 35% = <math>1.75 \text{ m}^2</math><br/> Fasilitas = 45% = <math>2.25 \text{ m}^2</math><br/> Total = <math>5 \text{ m}^2 + 1.75 + 2.25 \text{ m}^2 = 9 \text{ m}^2</math></p>                               |
| 4  | FITTING AREA         | <p>Civitas 2 orang = <math>1,25 \times 2 = 2.5 \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi = besaran spasial 35% = <math>0.875 \text{ m}^2</math><br/> Total = <math>2.5 \text{ m}^2 + 0.875 \text{ m}^2 = 2.18 \text{ m}^2</math></p>   |
| 5  | REST ROOM PENGUNJUNG | <p>Spasial pembersihan<br/> Civitas 2 orang = <math>1,25 \times 2 = 2.5 \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi = besaran spasial x 25% = <math>0.625 \text{ m}^2</math><br/> Total = <math>2.5 \text{ m}^2 + 0.625 \text{ m}^2 = 3.12 \text{ m}^2</math></p>  |
| 6  | READY STOCK          | <p>Civitas 4 orang = <math>1.25 \times 4 = 5 \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi = besaran spasial x 35% = <math>1.75 \text{ m}^2</math><br/> Fasilitas 60% = <math>3 \text{ m}^2</math><br/> Total besaran ruang yang di butuhkan<br/> = <math>5 \text{ m}^2 + 1.75 \text{ m}^2 + 3 \text{ m}^2 = 9.75 \text{ m}^2</math></p> |
| 7  | STAFF ROOM           | <p>Civitas 3 orang <math>1,25 \text{ m}^2 \times 3 = 3.75 \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi = Besaran spasial x 30% = <math>1.125 \text{ m}^2</math><br/> Total = <math>3.75 \text{ m}^2 + 1.125 \text{ m}^2 = 4.87 \text{ m}^2</math></p>   |
| 8  | REST ROOM KARYAWAN   | <p>Civitas 1 orang = <math>1,25 \times 1 = 1.25 \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi 30% = <math>0.375 \text{ m}^2</math><br/> Jadi total ruang yang di butuhkan = <math>1,25 + 0.37 = 1.62 \text{ m}^2</math></p>  |
| 9  | MANAGER ROOM         | <p>Civitas 3 orang = <math>1,25 \times 3 = 3.75 \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi 30% = <math>1.125 \text{ m}^2</math><br/> Fasilitas 45% = <math>1.68 \text{ m}^2</math><br/> Jadi <math>3.75 + 1.125 + 1.68 = 6.55 \text{ m}^2</math></p>  |
| 10 | REST ROOM MANAGER    | <p>Civitas 2 orang = <math>1,25 \times 2 = 2.5 \text{ m}^2</math><br/> Sirkulasi = besaran spasial x 30% = <math>0.75 \text{ m}^2</math><br/> Total = <math>2,5 \text{ m}^2 + 0,75 \text{ m}^2 = 3,25 \text{ m}^2</math></p>   |

Total minimal kebutuhan ruang yang diperlukan untuk paul ropp Boutique :

$$13.75 \text{ m}^2 + 135.375 \text{ m}^2 + 9 \text{ m}^2 + 2.18 \text{ m}^2 + 3.12 \text{ m}^2 + 9.75 \text{ m}^2 + 4.87 \text{ m}^2 + 1.62 \text{ m}^2 + 6.55 \text{ m}^2 + 3.25 \text{ m}^2 = \mathbf{189.465 \text{ m}^2}$$

### 5.2.1 Analisis Sonasi dan Sirkulasi



Gambar 9. Sonasi & sirkulasi Boutique Paul Ropp

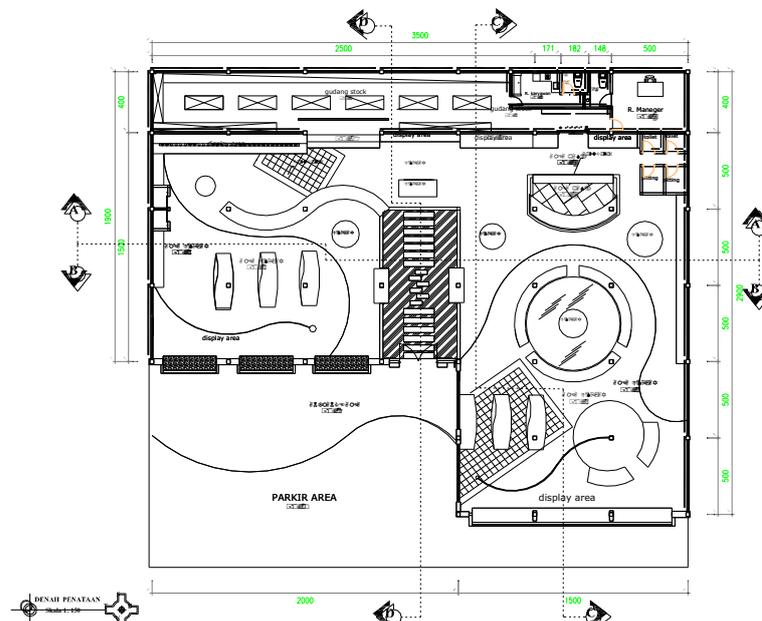
Memudahkan aktivitas dan sirkulasi dalam ruang adalah dengan mengatur urutan aktivitas pemakai. Pendaerahan seperti gambar di atas merupakan pendaerahan yang mengutamakan *areal display*. Zona karyawan dan gudang yang terletak di bagian belakang bangunan adalah bertujuan agar kegiatan karyawan tidak terlihat oleh pengunjung yang datang. kasir berada di tengah-tengah memiliki tempat setrategis dari setiap sudut *display area*, *area fitting* berada di dua titik bertujuan untuk mengoptimalkan jarak agar memudahkan konsumen saat mencoba produk.

Sirkulasi merupakan pengaruh dan pembimbing jalan atau tapak yang terjadi dalam ruang. Sirkulasi yang terorganisir baik dan bersinambungan menjadi lalu lintas agar kegiatan menjadi lancar.

Sirkulasi pengunjung yang terjadi di dalam *boutique paul ropp* berupa sirkulasi melingkar dan bolak balik dimana pengunjung di arahkan untuk berkeliling di dalam *boutique* untuk melihat-lihat *display* produk kemudian mencoba, membayar dan pergi.

Sirkulasi karyawan *boutique paul ropp* ialah berupa sirkulasi bolak balik dimana karyawan akan mengikuti dan melayani konsumen selama konsumen berada di dalam *boutique* dan karyawan akan menuju ruang penyimpanan untuk mengambil *stock* barang yang akan dibeli dan ke *rest room*, kasir, dan ruang karyawan.

### 5.2.2 Analisis Gubahan Ruang



Gambar 10. Denah Penataan Paul ropp boutique.

*Lay out* yang baik tidak hanya penempatan yang efisien, properti yang tepat tetapi penempatan prabot menjadi lebih penting.



Sesuai dengan sonasi yang ada di atas maka didapatkan bentuk ruang yang berupa lengkungan, bulatan serta beberapa bentuk oval yang disesuaikan dengan aktivitas pengunjung serta karyawan. Ruang yang terbentuk di dalam *boutique* dibagi menjadi 8 bagian yaitu *antrance*, *display area*, *cashier area*, *pitting area*, *rest room*, *manager area*, *staff area*, dan *stock area*. Masing-masing area dibagi menurut fungsinya yaitu :

1. *Antrance area*: adalah area tempat masuknya pengunjung yang dilengkapi dengan cermin dan tempat duduk yang akan memberikan kesan tersendiri pada saat pengunjung memasuki *areal boutique*.
2. *Casier area* : yaitu tempat untuk proses transaksi pembelian.
3. *Display area* : Tempat ini untuk memajang atau memamerkan barang yang dijual.
4. *Stock area* : Area ini untuk tempat penyimpanan barang-barang atau produk yang bersifat *ready stock*.
5. *Staff area*: Sebuah ruang untuk karyawan istirahat dilengkapi tempat penyimpanan dan *mini kitchen set*, yang digunakan karyawan untuk membuat minuman dan makanan skala kecil seperti *snack*.
6. *Office area*: Area ini disediakan khusus untuk *manager*.
7. *Rest room* : Area ini untuk servis yaitu area untuk buang air, atau tempat pembersihan.
8. *Pitting area* : Area konsumen untuk mencoba produk sebelum proses pembelian.

### 5.2.3 Analisis Elemen Pembentuk Ruang

#### a. Lantai



Gambar 11. Desain lantai pada *antrance area*  
Sumber . Karya Mahasiswa

Desain lantai yang diterapkan pada boutique Paul Ropp ini menggunakan material yang disesuaikan dengan konsep fress modern, diantaranya lantai berbahan kayu, semen polis dengan *finishing* warna, kaca, batu candi dan batu kali, dan di tambahkan lis *stainless* untuk memperkuat kesan modern. Lantai di sisi kanan dan kiri menggunakan pola melengkung dan di areal *antrance* terdapat kolam yang dilapisi kaca dengan jalan kayu yang menyerupai jalan setapak untuk menambah kesan alami.

#### b. Dinding

Pada desain dinding, menggunakan finishing cat, dengan warna di sesuaikan dengan konsep dan menggunakan warna dari ciri khas karakter boutique paul ropp, sedangkan material alami yang di gunakan adalah batu candi yang disusun, di bagian lain dari dinding, menggunakan kaca dan *wallpaper*, dan untuk *center viewnya water fall* untuk menambah kesan segar di dalam ruangan.



Gambar 12. Desain dinding *water fall*  
Sumber . Karya Mahasiswa

### c. Plafon



Gambar 13. Desain Plafon paul ropp  
Sumber . Karya Mahasiswa

Desain plafon yang diaplikasikan menggunakan material *gipsun* dengan finishing cat tembok dan warna putih tulang. Digunakan warna putih menandakan kesan modern yang simpel, dan bersih

sedangkan di bagian bagian lain seperti bagian *antrance* menggunakan warna abu.

#### 5.2.4 Analisis Fasilitas

Desain fasilitas *display* menerapkan konsep bentuk *modern*, Seperti bentuk yang sederhana dan menggunakan material *modern*, tetapi memakai warna *fresh natural* atau warna-warna alam yang segar. Sebagian besar fasilitas menggunakan material *modern* yang dipadukan dengan material alami seperti kayu dan batu dalam finishingnya menggunakan material cat duko.



Gambar. 14 . Fasilitas *display pakaian*  
Sumber . Karya Mahasiswa

#### 1. *Sculpture display*



Gambar 15 . *sculpture display*  
Sumber . Karya Mahasiswa

*sculpture display* yaitu tempat untuk meletakkan pajangan patung dengan menggunakan material akrilik, kayu dan batu candi. kayu yang digunakan adalah kayu kamper / binkerai, melalui proses pengeringan dan pembentukannya menggunakan mesin roll, yang kemudian dipadukan dengan batu candi dan material akrilik.

## 2. Kasir



Gambar 16 . *casier*  
Sumber . Karya Mahasiswa

Pada *Area* kasir terdapat meja dan kursi kasir yaitu untuk fasilitas transaksi. *Area* kasir ini memiliki *area* tersendiri dan didisain dengan gaya *modern*, meja dan dinding pada kasir menggunakan bahan kalsiboard yang dikombinasikan dengan kaca akrilik dan difinishing cat duco. sedangkan plafon kasir menggunakan bahan gypsum dan dan memakai rangka hollo, difinishing dengan melamine dan cat sejenis vanilek, di tengah-tengah dinding kasir terdapat logo paul ropp yang terbuat dari tembaga yang berwarna keemasan.

### 3. Kursi Direktur

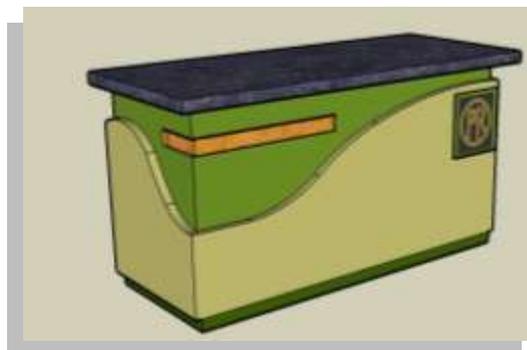
Kursi direktur menggunakan produk pabrik dengan merk *Fantoni* dengan seri *aoc 980 I anadia*, karena di lihat dari segi bentuk dan warna pemilihan produk ini mampu memberikan kesan modern dan tampak anggun serta alami dengan paduan warna coklat muda dan merah marunya, yang di kombinasikan dengan *satainless* untuk memperkuat kesan *modern* .



Gambar 17. Desain kursi direktur  
Sumber . Toko bagus Net.com kursi

### 4. Meja Direktur

Tampilan desain meja direktur mengaplikasikan bentuk garis yang sesuai dengan bentuk ruangan yang didominasi garis lembut. Pada penutup bagian depan meja ini menggunakan bahan jati dengan warna coklat muda kehijauan, *finishing* melamin *clear doff*. Sedangkan top meja menggunakan material granit dengan warna hitam.



Gambar 18. Desain meja direktur  
Sumber . Karya Mahasiswa

## 5. Wastafel

*Wastafel* yang digunakan pada masing-masing toilet menggunakan merek Toto seri iW 523/j dengan *lavatory faucet* atau keran merek Toto seri xt W 256 LJ yang memiliki desain simpel dan modern. Tambahan pada area ini adalah *hand-drier* atau pengering tangan dengan merek MITSUBISHI Electronic yang dilengkapi dengan sistem otomatis akan hidup jika telapak tangan didekatkan dengan jarak tertentu.



Gambar 19. wastafel bergaya Modern hand dryer  
Sumber. Toko Bagus .com

## 6. Kloset dan Urinal

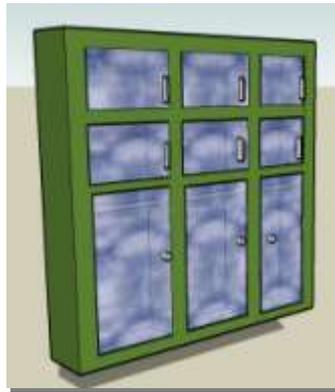
Desain kloset menggunakan merek Toto dengan seri 825 j, warna putih yang dilengkapi dengan water jet dengan seri yang sama.



Gambar 20. kloset  
Sumber. Toko Bagus .com

## 7. Almari penyimpanan

Almari atau rak penyimpanan barang-barang atau stock yang menggunakan material multipleks dengan finishing melamin, menggunakan pintu kaca tembus pandang dan diberi lapisan plat almunium untuk menghindari atau mencegah binatang / tikus yang bisa masuk dan merusak pakaian yang disimpan, warna yang di pakai adalah warna dari brand paul ropp itu sendiri yaitu warna hijau.



Gambar 21. Desain almari Penyimpanan  
Sumber .Karya Mahasiswa

## 8. *Mini Kitchen set*

*Kitchen set* dibuat sederhana dengan material *calsiboard* yang di finishing melamin, pada bagian top memakai bahan granit hitam dan pada bagian dinding menggunakan kramik mosaic. warna yang di pakai adalah warna dari brand paul ropp itu sendiri yaitu warna hijau yang di padukan dengan warna kuning.



Gambar 22. Desain *mini kitchen set*  
Sumber .Karya Mahasiswa



## 9. Locker

*Locker* atau almari penyimpanan yang khusus digunakan para karyawan untuk menyimpan barang pribadi seperti helm, pakaian, tas, dan barang pribadi lainnya. Material yang dipakai adalah plat besi seperti yang digunakan di kantor-kantor pada umumnya.



Gambar 23. *Locker*  
Sumber .Toko bagus.com

### 5.2.5 Analisis Aksesoris Dan Dekorasi

Aksesoris logo paul ropp pada water fall dan bagian fasade menggunakan bahan kuningan. Sedangkan pada water fall memakai bahan alami dan modern seperti batu dan kaca. Penggunaan material ini untuk menegaskan suasana fress modern.



Gambar24. Logo paul ropp yang menggunakan *material* kuningan  
Sumber .Karya Mahasiswa



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Cara Mendesain Interior agar mampu memberikan kenyamanan adalah harus memperhatikan konsep yang dipakai dan memperhatikan faktor elemen-elemen pembentuk ruang, elemen pelengkap pembentuk ruang, fasilitas, utilitas serta dekorasi yang diwujudkan agar menjadi suatu keselarasan antara desain dan konsep yang di terapkan.
- b. Dalam Mendesain interior agar dapat memberikan ciri khas dan daya tarik tersendiri yaitu dengan cara memberikan sentuhan yang nyata dengan mengaplikasikan konsep kedalam desain sebagai suatu canter view yang di terapkan ke dalam interior boutique itu sendiri.

#### **5.2 Saran**

- a. Mendesain bangunan dengan bentuk lain yang berbeda, hendaknya sesuai dengan konsep yang telah ditentukan serta tidak keluar dari aturan-aturan desain yang telah ditetapkan sehingga dapat mewujudkan desain yang maksimal serta memberikan daya tarik tersendiri dalam masyarakat luas.
- b. Menerapkan konsep ke dalam sebuah desain bangunan, seperti toko, rumah tinggal, restoran, atau bangunan apapun hendaknya disesuaikan dengan kondisi lingkungan sekitar, sehingga penggunaan bahan ataupun material bangunan dapat sesuai dengan iklim sekitar dan tepat secara teori maupun saat penggarapan di lapangan.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Arikunto, Suharsimi. 1989. **Metodologi Penelitian**. Jakarta : PT. Gramedia,
- Ching, Francis D.K. 1980. **Bentuk Ruang dan Susunannya**. Erlangga, Jakarta.
- Ching, Francis D.K. 1996. *Interior Designing Illustrated*. London : International Cannell dan Kahn, 1986 ; 527-528 Refika Aditama
- Mangunwijaya, 2000. **Pengantar Fisika Bangunan**. Djambatan,
- Mardalis,.1997. **Metode Penelitian, Suatu Pendekatan Proposal**, Bumi Aksara,
- Marlina Endy, 2006 **Panduan Perancangan Bangunan Komersial**, Andi, Jakarta.
- Muhamin. 1998. **Teknologi Pencahayaan**. Refika Aditama
- Neuferst Ernst. 1991. **Data Arsitek, Jilid 2, Edisi kedua**. Erlangga. Jakarta.
- Panero Julius, 2003. **Dimensi Manusia Dan Ruang Interior**, Erlangga, Jakarta.
- Suptandar, Pamudji, 2001 **Interior Design**, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan,
- Sutrisno, R. 1983. **Bentuk Struktur Bangunan Dalam Arsitektur Modern**. PT. Thomson Publishing Inc. Jakarta.
- Wojowasisto, S, 1980. **Kamus Lengkap**. Hasta Jakarta

### MAJALAH

- Majalah *Idea* Vol 44/IV/2007
- Majalah *Asri* vol 9 no. 09 September 2008

### INTERNET

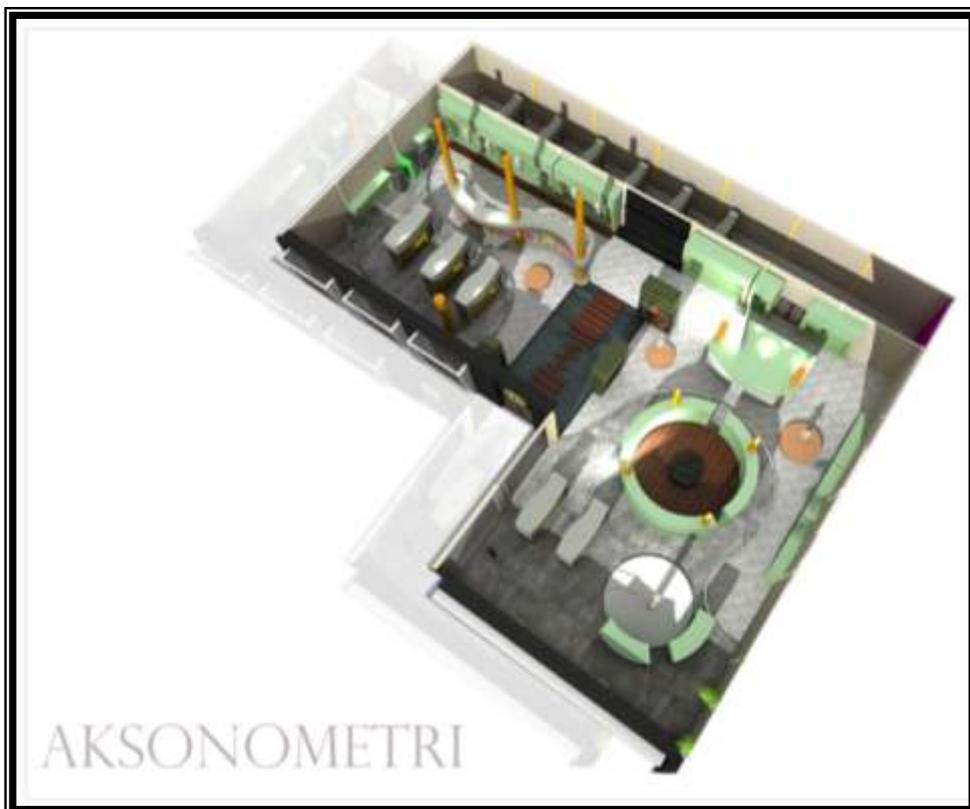
- [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com), [www.google.com](http://www.google.com), [www.fress modern.blogspot.com](http://www.fress modern.blogspot.com)
- <http://www.minggupagi.com>
- [www.rancang.net](http://www.rancang.net)
- [www.astudiorchitect.com](http://www.astudiorchitect.com)
- [http://wwfid.panda.org/berita\\_fakta/](http://wwfid.panda.org/berita_fakta/)

## LAMPIRAN

### A. GAMBAR KONSEP TIGA DIMENSI



TAMPAK DEPAN



AKSONOMETRI



DISPLAY AREA



DISPLAY AREA



DISPLAY AREA



Water fall pada *entrance*



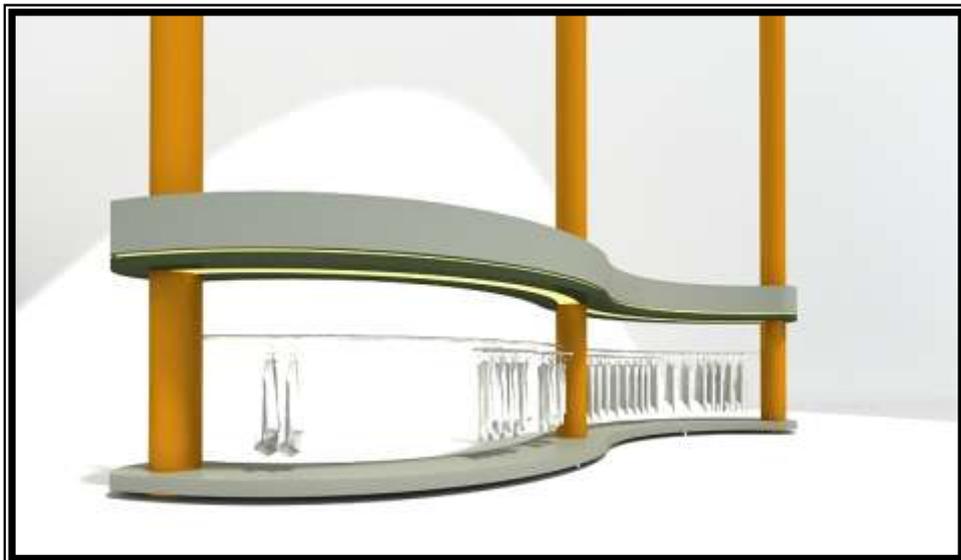
Aluminium display



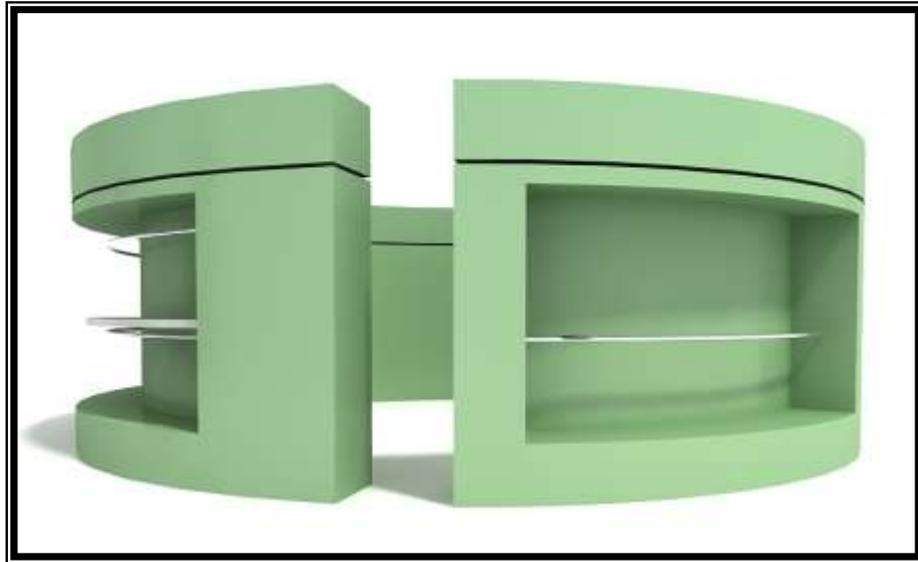
Pakaian display



Fasilitas Rak display *new produk*



Fasilitas display



Fasilitas display



Fasilitas display

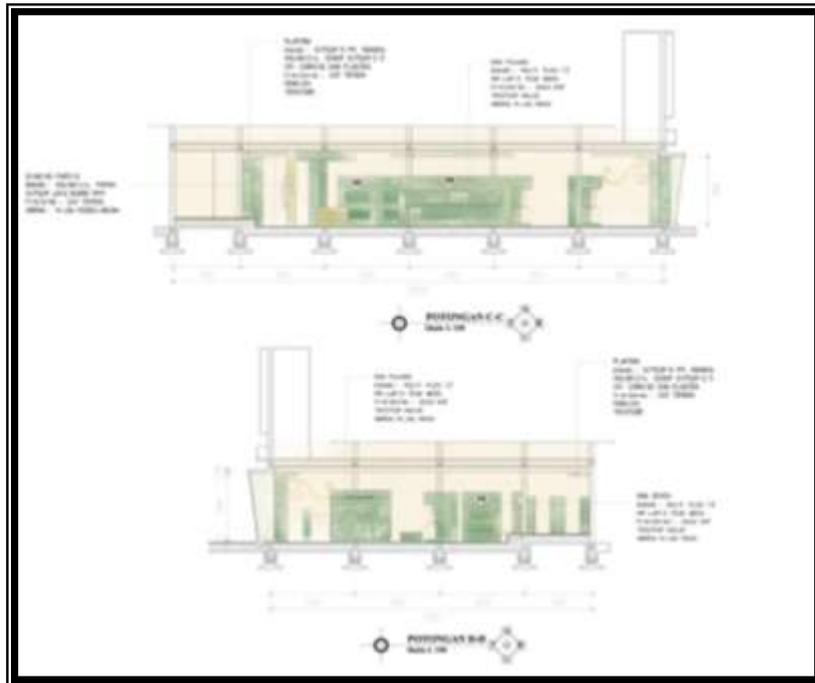
B. Konseptual Desain



DENAH

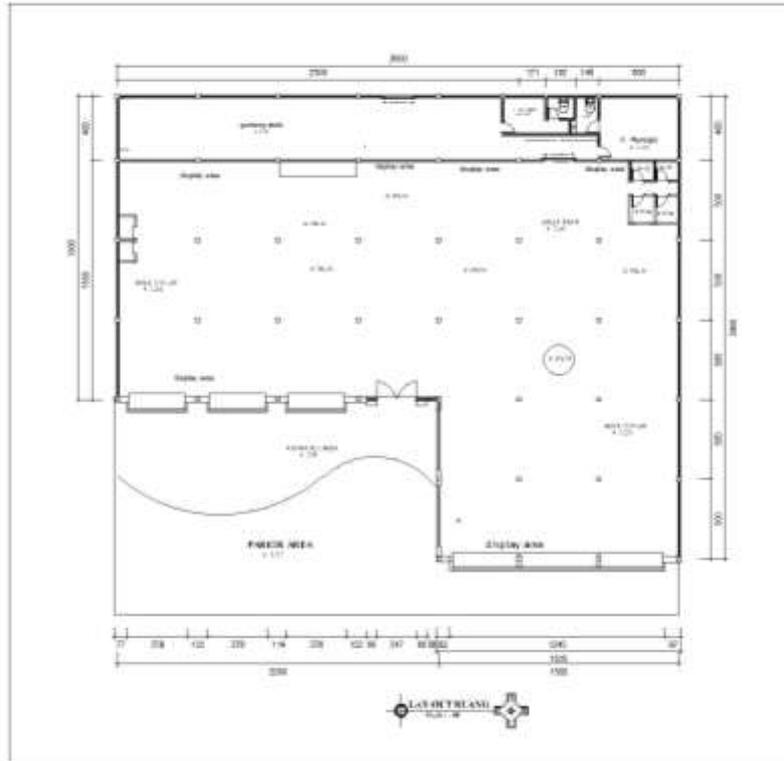


GAMBAR POTONGAN A-A Dan B-B

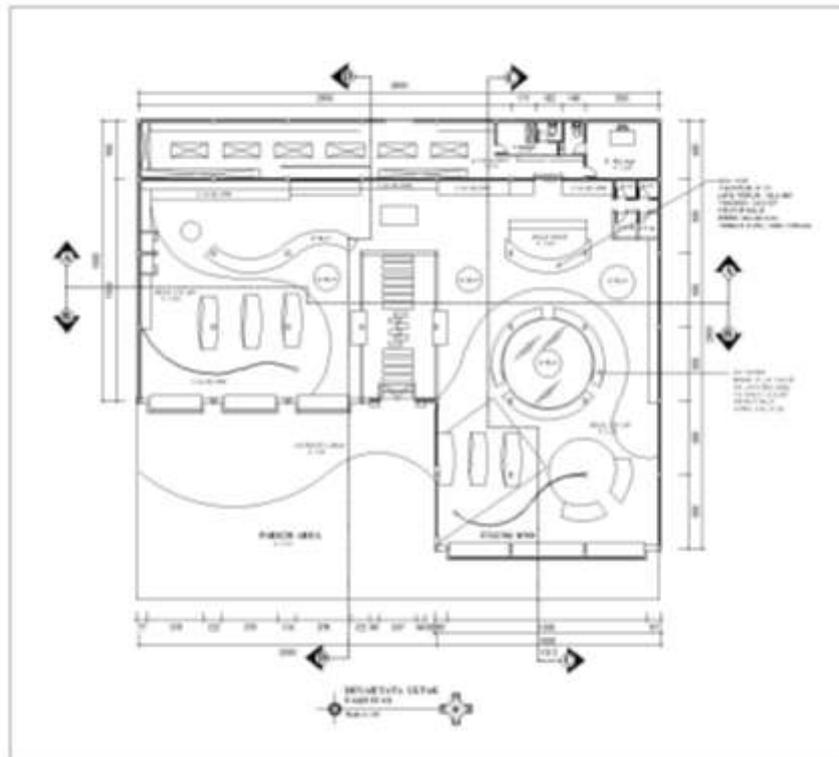


GAMBAR POTONGAN C-C Dan D-D

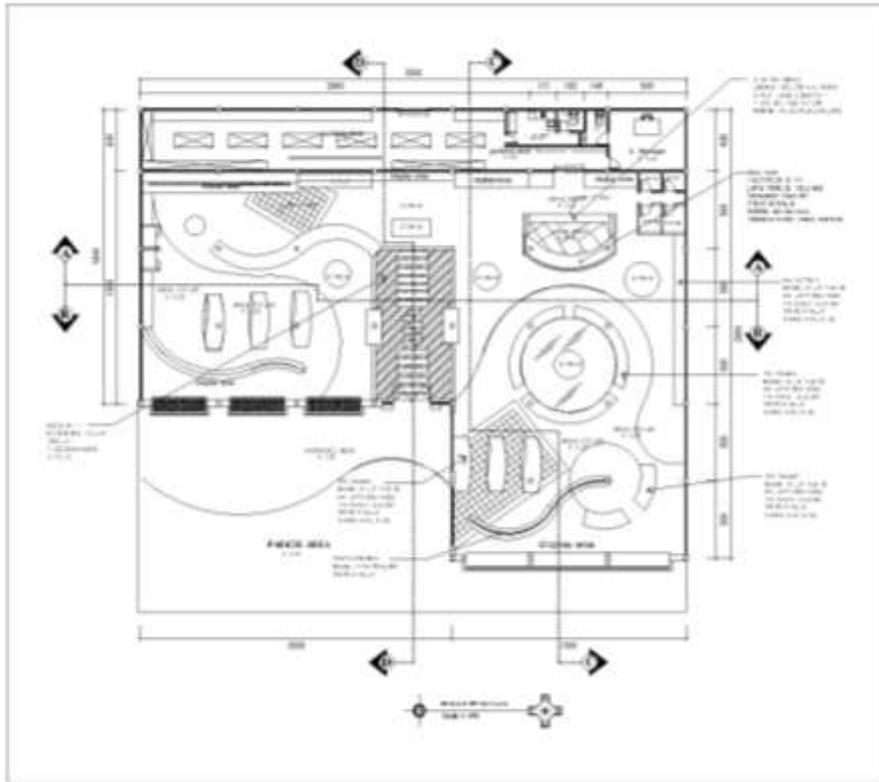
Gambar Kerja



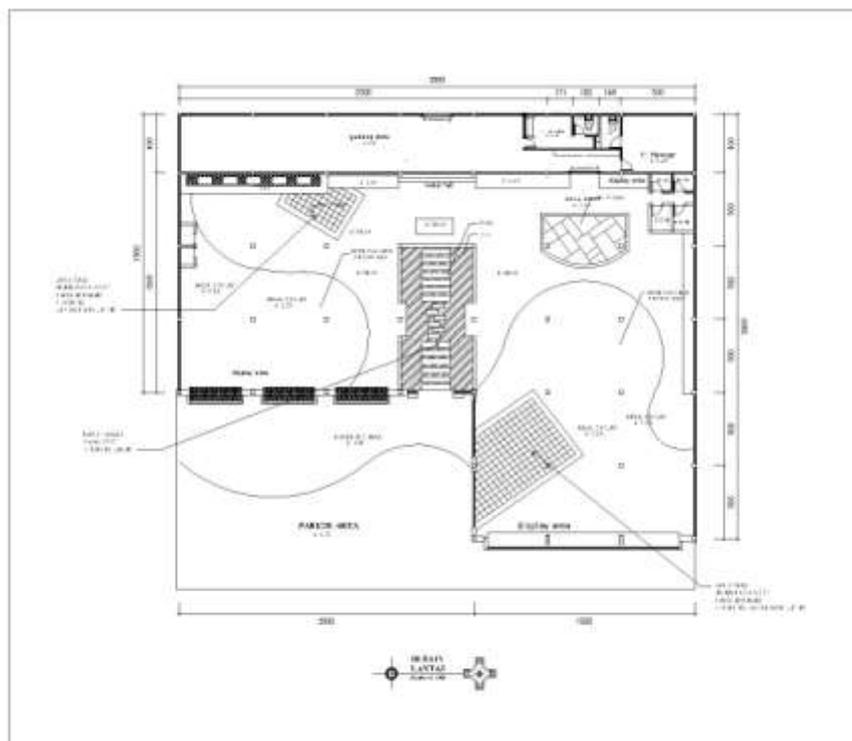
Gambar 24. Lay out  
Sumber . Karya Mahasiswa



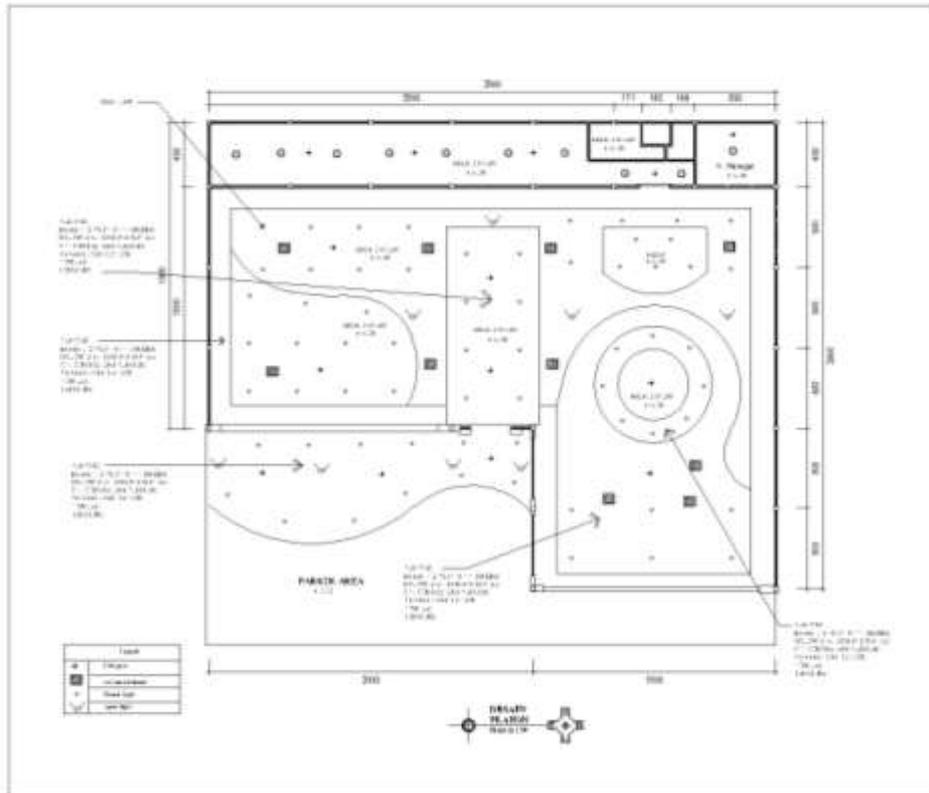
Gambar 25. Denah tata letak  
Sumber . Karya Mahasiswa



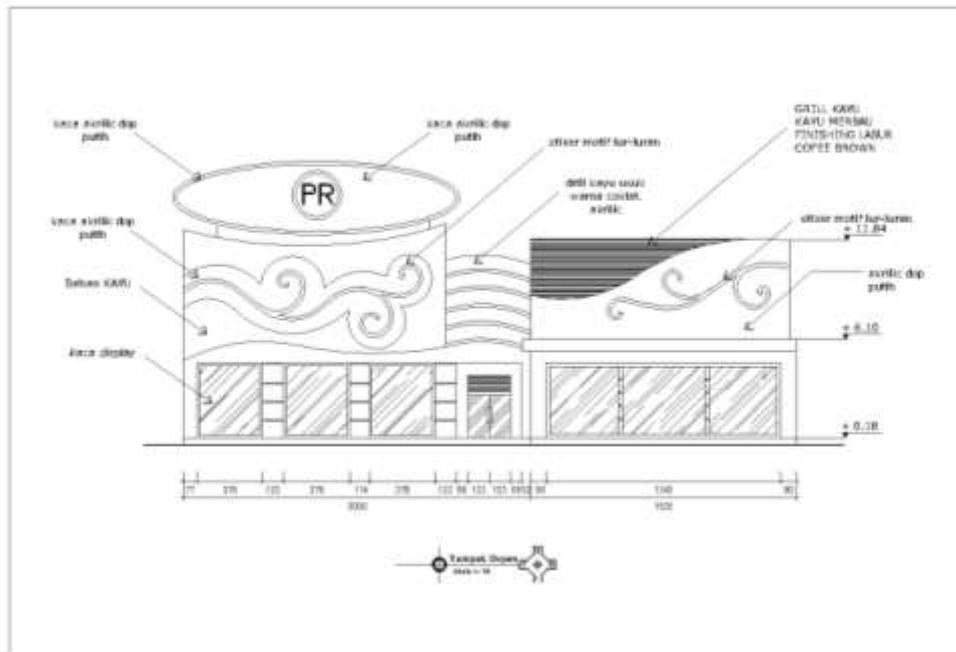
Gambar 26. Denah Penataan  
Sumber .Karya Mahasiswa



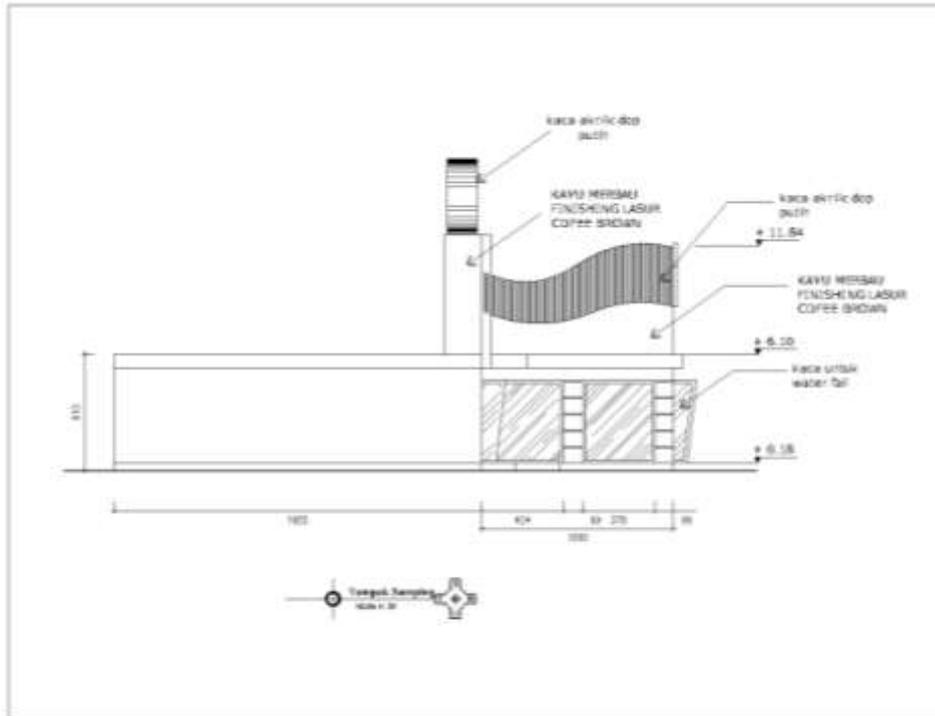
Gambar 27. Desain Lantai  
Sumber .Karya Mahasiswa



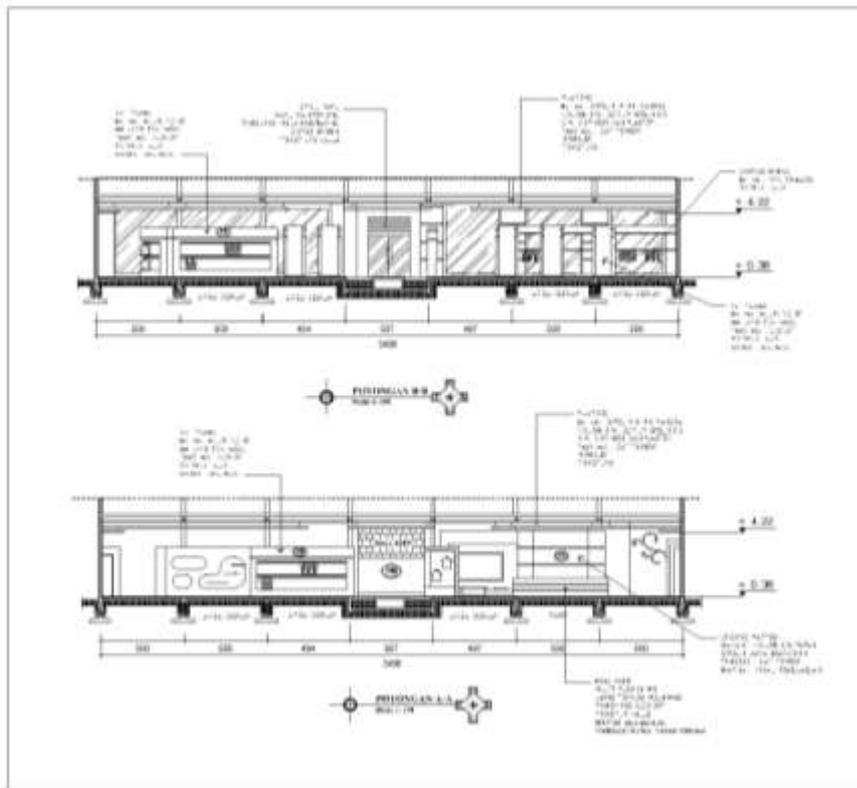
Gambar 28. Denah Plafon  
Sumber .Karya Mahasiswa



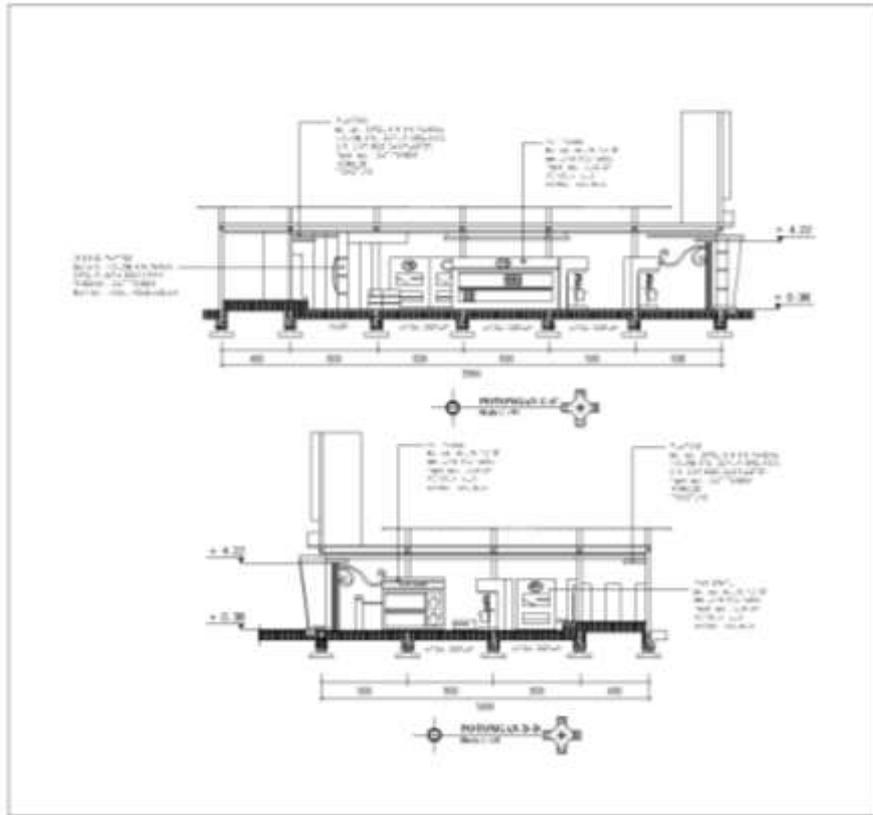
Gambar 29. Tampak Depan  
Sumber .Karya Mahasiswa



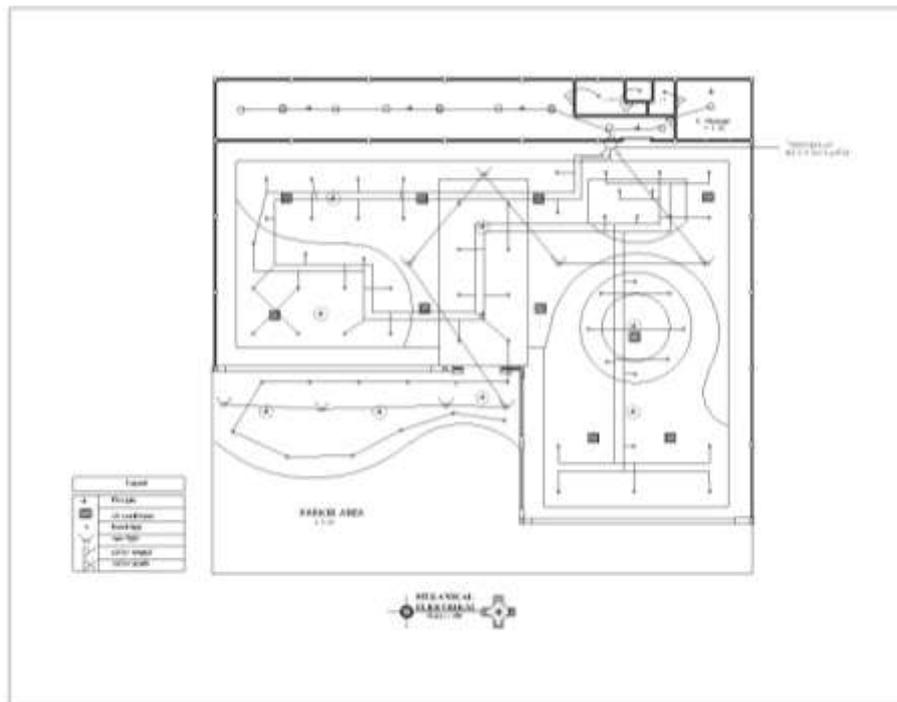
Gambar 30. Tampak Samping  
Sumber .Karya Mahasiswa



Gambar 31. Potongan A-A dan B-B  
Sumber .Karya Mahasiswa

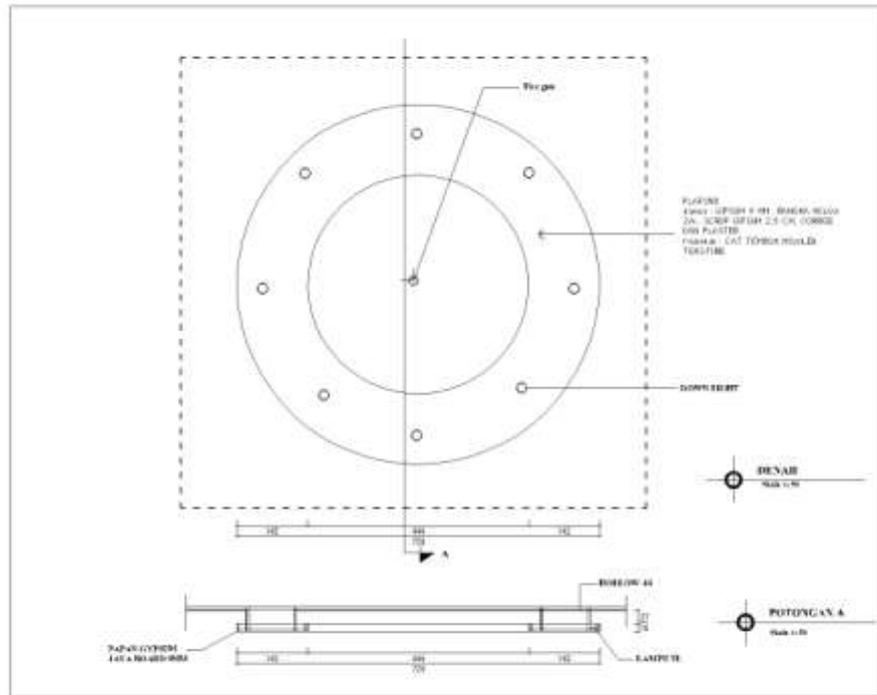


Gambar 32. Potongan C-C Dan D-D  
Sumber .Karya Mahasiswa

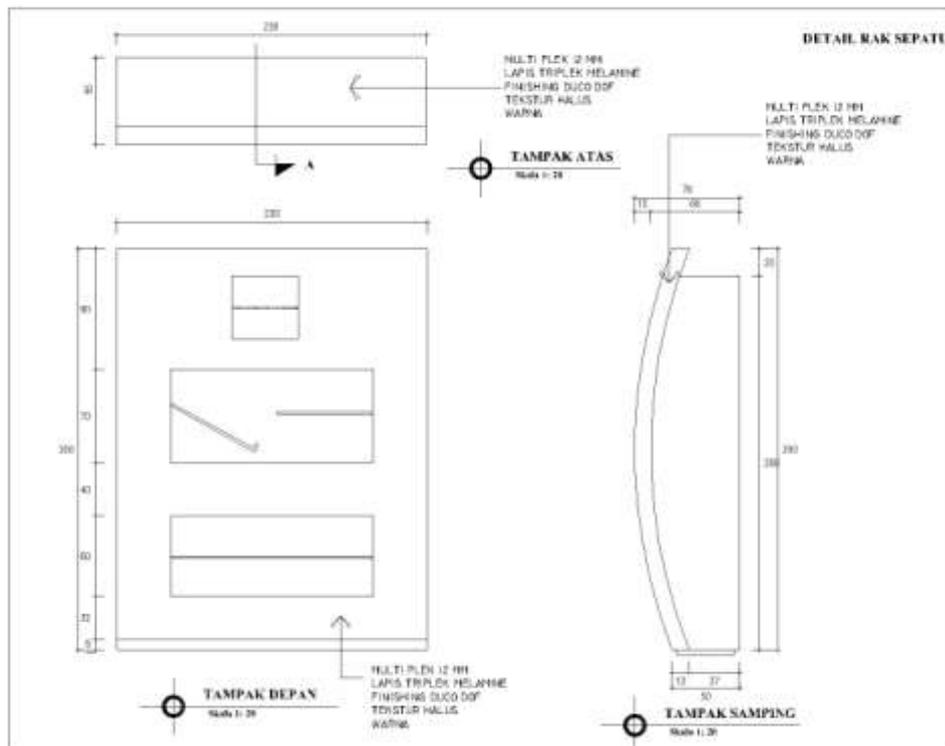


Gambar 33. Denah Lantai  
Sumber .Karya Mahasiswa

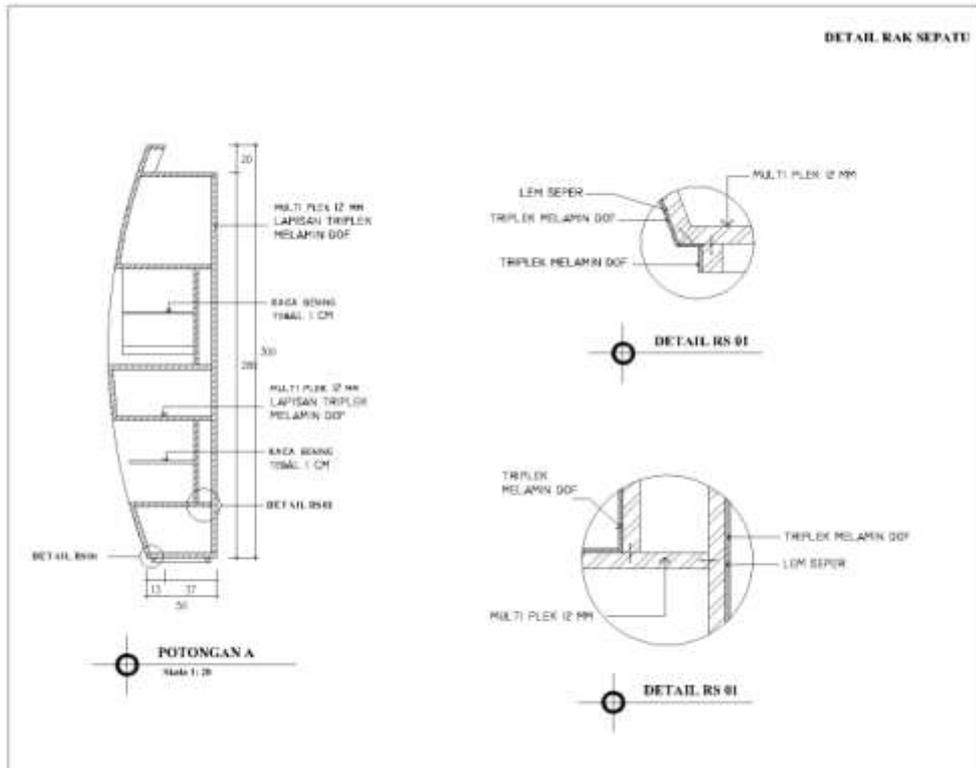




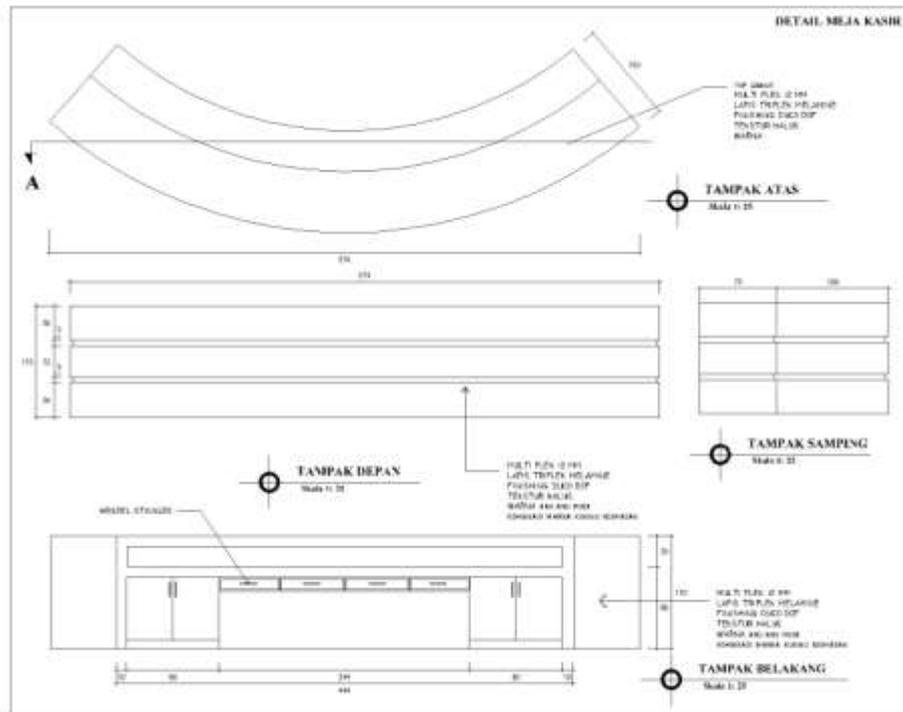
Gambar 36. Detail Plafon  
Sumber .Karya Mahasiswa



Gambar 37. Detail Rak Sepatu  
Sumber .Karya Mahasiswa

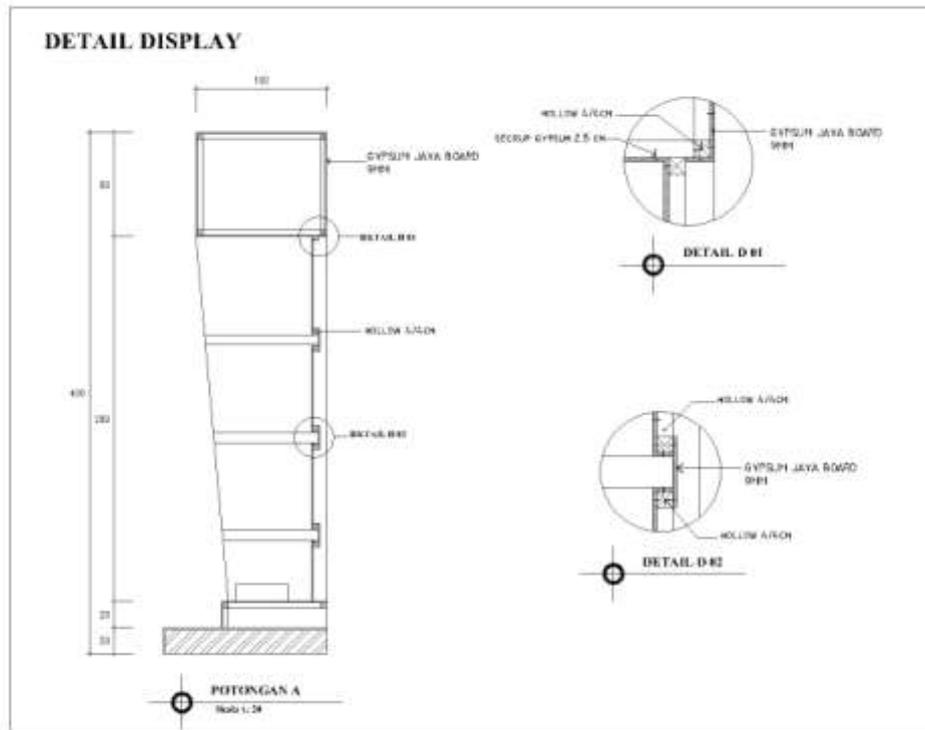


Gambar 38. Detail Rak Sepatu  
Sumber .Karya Mahasiswa

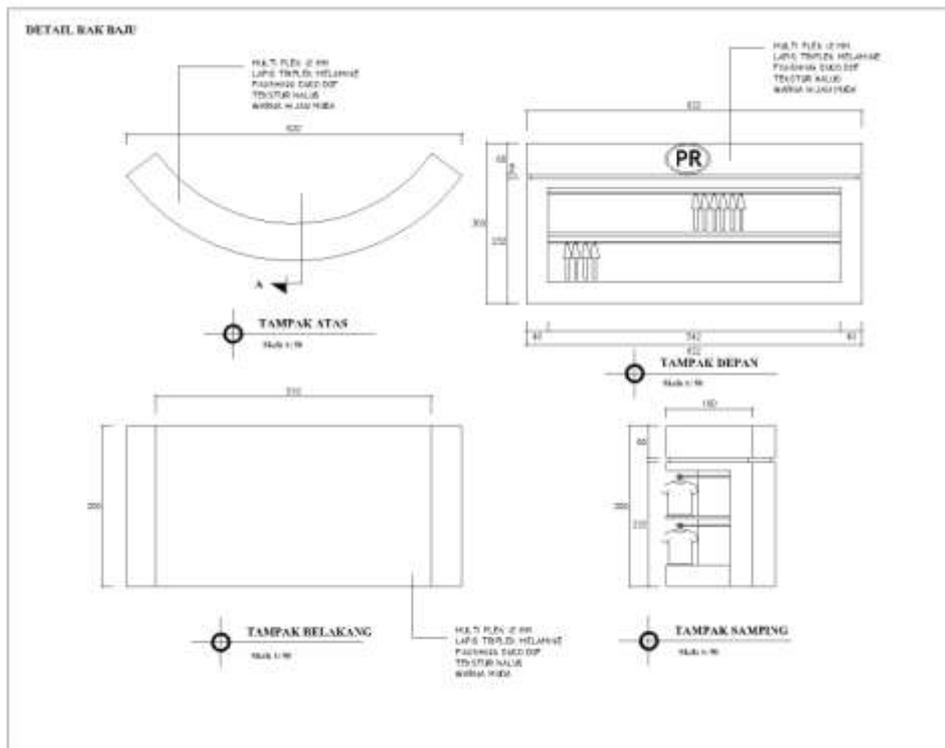


Gambar 39. Detail Meja Kasir  
Sumber .Karya Mahasiswa

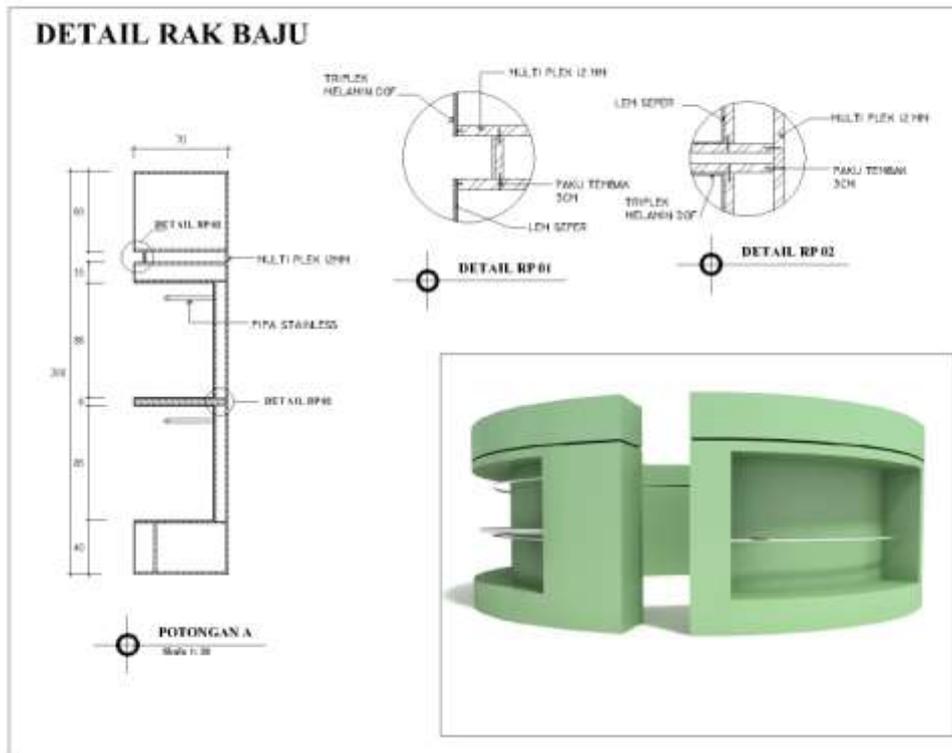




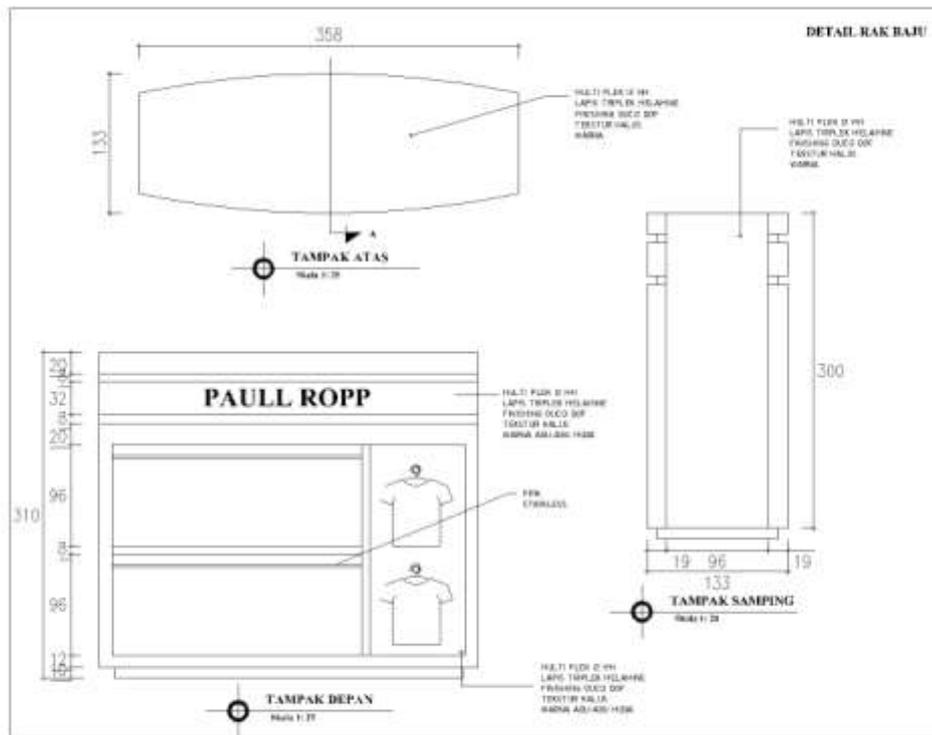
Gambar 42. Detail Display  
Sumber .Karya Mahasiswa



Gambar 43. Detail Display  
Sumber .Karya Mahasiswa



Gambar 44. Detail Rak Baju  
Sumber .Karya Mahasiswa



Gambar 45. Detail Rak Baju  
Sumber .Karya Mahasiswa

