

Perancangan Interior *Fashion Lounge & Bar* Di Surabaya

Hilda Jiemesha dan Grace Mulyono
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: hildajiemesha@hotmail.com ; gracem@petra.ac.id

Abstrak— Gaya hidup yang bertumbuh sangat pesat sehingga membutuhkan wadah khusus seperti *lounge & bar* bagi para eksekutif muda yang bersifat sangat konsumtif, mengikuti tren mode serta gemar bersosialisasi dengan konsep desain interior yang ditata senyaman mungkin, nuansa khusus serta sebuah wadah untuk peragaan busana. Perancangan *lounge & bar* untuk eksekutif muda yang fashionable, mempunyai karakter khusus dan menghasilkan suatu perancangan interior yang mengakomodasi kelengkapan ruang yang ada dengan fasilitas yang mendukung antara lain *stage, bar area, lounge area* serta ruang partisi. Dengan mengangkat konsep perancangan yaitu “*Crystallize*” yang eksklusif untuk menciptakan suasana glamour dari gaya *fashion* saat ini yang mewah, eksklusif dan *one of a kind*.

Kata Kunci— fashion, fashion lounge, unsur desain, interior, bar lounge.

Abstract— The rapid growth of lifestyle in big city especially Surabaya encourage the needs of good places, like Lounge & Bar for young executives and entrepreneurs who seek a well-organized yet trendy place to build a social relation. They love places which offer a well design interior space as well as great ambiance for doing business with pleasure. The design of Lounge & Bar also stress on the importance of fashion trends, hence it is suitable as a place to held fashion runway. The design of Lounge and Bar for young fashionable executive has to have a unique character and contribute to the creation of the interior which accommodates complete services as requested, such as stage, bar area, lounge area, and also divider arrangement. In order to emerge glamour ambiances in luxurious fashion, exclusive and unique as a “one of a kind”, Lounge and Bar uses the exclusive concept of “*Crystallize*”.

Keyword— fashion, fashion lounge, design elements, interior, bar lounge.

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang sangat strategis dalam pemasaran produk luar, mengingat akan sifat masyarakat yang sangat konsumtif dan gemar bersosialisasi. Oleh karena itu tempat-tempat yang menjadi wadah untuk sosialisasi seperti *café, lounge* dan *bar*.

Kegiatan bersosialisasi sudah menjadi kebutuhan primer sejak manusia diciptakan. Perkembangan berbagai macam kegiatan dan kebutuhan hidup manusia dengan pola dan gaya hidup yang bertumbuh sangat pesat sehingga membutuhkan wadah khusus untuk bersosialisasi.

Lounge & bar menjadi sasaran bagi kalangan anak muda sampai orang tua yang selalu disibukkan dengan pekerjaan, cenderung mencari tempat-tempat yang bisa menghilangkan kebosanan dan penat, persaingan di dunia bisnis yang ketat sehingga dituntut untuk bekerja lebih ekstra keras, terutama bagi para eksekutif muda yang pada umumnya menjadi tombak muda bagi perkembangan di perusahaan serta era yang semakin maju ini. Oleh karena itu, tak lepas oleh waktu dapat mengakibatkan tingkat stress yang lebih tinggi dan apabila dibiarkan akan sangat mengganggu bagi psikologi serta kesehatan mental dan fisik yang menurunkan produktivitas kerja.

Banyak yang beranggapan bahwa *lounge* yang biasa ditemui identik dengan diskotek dan hiburan malam. Namun, pada kenyataannya Lounge itu memiliki konsep desain interior yang ditata senyaman mungkin, bisa menjadi sarana diskusi, sarana karaoke yang di iringi mini band atau elektone, sambil menikmati makanan ringan dan aneka jenis minuman, menghilangkan kepenatan dan stress saat siang hari. Tidak sedikit pengunjung datang bersama rekan-rekan kerjanya, janji dengan teman, atau memang berniat melakukan diskusi kecil bahkan jika datang berpasangan.

Dimana perkembangan peradaban manusia pula sangat berpengaruh besar bagi pola pikir dalam semua segi kehidupan. Pemikiran manusia terhadap *fashion* pun tidak lagi dipandang secara fungsional namun diarahkan kepada pola pikir manusia dalam mengekspresikan dirinya pribadi untuk menunjukkan eksistensinya secara pribadi atau kelompok.

Trend fashion menjadi salah satu acuan dalam hal berbusana, baik untuk busana formal maupun non formal. Setiap saat dunia *fashion* berubah *style* dan menjadi *trend fashion* untuk beberapa waktu tetapi selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan mode. Majunya teknologi dan arus informasi membuat masyarakat Indonesia lebih terbuka pada pengetahuan global. Tidak bisa dipungkiri juga trend fashion di Indonesia banyak dipengaruhi oleh gaya barat. Jaman ini dunia *fashion* sangat berkembang dengan cepat, yang pada dasarnya semua orang ingin memiliki sebuah penampilan yang elegan dan anggun. Bahkan rela membayar harga yang mahal hanya untuk membeli sebuah *luxury* produk dari merek-merek terkenal, karena sebuah merek menunjukkan kelas dan status dari seseorang di dalam masyarakat.

Keterkaitan antara dunia mode dan dunia fashion sangat berkaitan erat satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan. Begitu pula seorang artis yang menjadi *public figure* serta

seorang model yang menampilkan trend fashion yang terbaru yang nantinya akan muncul di dalam dunia *entertainment* yang akan dilihat oleh seluruh masyarakat. Banyak pula para artis yang berkecimpung di dunia bisnis tersebut, yang awalnya sebagai suatu kegiatan untuk mengisi waktu luang menjadi suatu bisnis dengan penghasilan yang cukup besar. Dikarenakan luasnya peminat mode khususnya di kota Surabaya daerah Barat yang umumnya kalangan menengah ke atas, sehingga membuka peluang usaha dalam bisnis dan industri mode sangat cocok, khususnya dikalangan pebisnis.

Sebagai sebuah pusat hiburan dan bersantai yang pada umumnya golongan menengah keatas, sehingga sering dikunjungi oleh para eksekutif muda yang tak lepas dari tren mode dan *fashion style*, seiring berkembangnya fashion di dunia dengan pesat, didukung oleh fasilitas pada *lounge & bar* yang cenderung dinamis, royal dan *luxury*. Oleh karena itu Perancangan *Fashion Lounge* dan *Bar* ini diharapkan dapat memberi suasana baru yang dinamis dan eksklusif dalam dunia hiburan.

II. METODE PERANCANGAN

A. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Sebelum melakukan perancangan, data-data yang diperlukan bersifat informasi dan memberikan masukan dalam perancangan, antara lain berupa:

1. Data Lapangan

- Survey lapangan eksisting untuk menyesuaikan bentuk denah dan dapat mengetahui keadaan sekitar baik arah matahari, lokasi, kepadatan area, akses masuk keluar, elemen interior, sistem utilitas dan lain-lain.
- Survey tipologi ke beberapa tempat yang berhubungan dengan perancangan seperti *lounge* dan *bar* yang memiliki kesamaan aktivitas maupun fungsi.
- Data wawancara dari hasil survey yang dilakukan dengan pihak-pihak yang sekiranya dapat memberikan data yang diperlukan seperti *owner* atau pengurus, sehubungan dengan perancangan *lounge* dan *bar*.
- Dokumenter, melakukan dokumentasi keadaan ruang dalam dengan cara memotret dan mencatat kebutuhan yang diperlukan sebagai data tipologi selama melakukan observasi di lapangan.

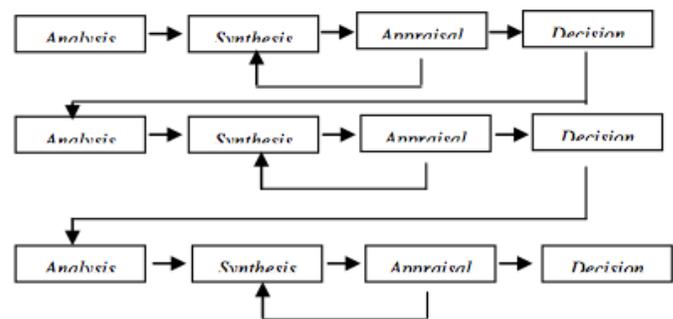
2. Data Literatur

Data yang didapat dari studi pustaka di perpustakaan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perancangan. Data yang diperoleh dapat berupa buku maupun jurnal.

3. Data Perbandingan

Data yang diperoleh dari obyek lain yang ada kaitannya dengan perancangan, kemudian dibandingkan dan diambil kelebihan yang dapat mendukung perancangan yang akan dirancang.

Data-data yang telah dikumpulkan, diolah lalu dipilah terlebih dahulu. Kemudian ditarik kesimpulan dari hasil tipologi data untuk dikaji ulang berdasarkan literatur yang ada sebagai material untuk perumusan masalah.



Gambar 1.1. Sistematika Metodologi Perancangan

Sumber: Lawson (1980, p.26)

B. Programming

Programming berisi mengenai data-data lapangan (lokasi perancangan) secara fisik maupun non-fisik, data yang berkaitan dengan perancangan, analisa data serta interpretasi data. Dari data-data yang telah ada, dianalisa untuk menghasilkan standar perancangan yang baik sebagaimana mestinya untuk diterapkan di dalam perancangan.

Perlu diperhatikan pula dalam penyusunan programming ialah dari segi fungsi, bentuk, ekonomi dan waktu.

C. Konsep Perancangan

Konsep perancangan dirumuskan secara matang melalui tahapan-tahapan perancangan yang akan dilakukan. Sebelumnya perlu diperhatikan karena perancangan interior pada umumnya memiliki kompleksitas permasalahan yang tinggi. Dimulai dari proses pemecahan masalah dalam pendataan hasil lapangan kemudian membuat ide perancangan yang akan di desain dalam bentuk gambar sesuai dengan kebutuhan serta berdasarkan pada penyelesaian bentuk masalah yang sudah ada.

D. Skematik Desain

Tahap skematik desain dimulai dari penataan denah ruang yang akan dibuat berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan mengacu pada kebutuhan ruang dan pengguna yang nantinya akan menghasilkan solusi interior yang memiliki nilai-nilai bagi pengguna. Selain itu, juga terdapat rencana pola lantai, pola plafon hingga perspektif untuk menunjukkan suasana ruang.

E. Tahap Pengembangan

Tahap ini merupakan tahap sebelum desain dan seluruh detail gambar, warna, bentuk dan spesifikasi lain yang ditetapkan. Tahap ini bertujuan agar desain lebih dimatangkan untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

F. Gambar Kerja

Tahap ini, produk yang dihasilkan berupa gambar kerja yang sudah rinci, detail dan lengkap dengan keterangan ukuran, material, serta sesuai dengan standar gambar kerja yang dapat dibaca oleh pekerja interior seperti desain interior, mandor dan tukang.

III. KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Perancangan

Konsep perancangan fashion lounge & bar ini mengambil tema *Crystallize*. Tema ini diambil dari gaya *fashion* jaman sekarang yang mewah dan mahal seperti *fashion* para selebriti dan *socialite* dimana merupakan *fashionable* yang “*Glamorous*” (berkilau / bersinar). Sebagian besar *fashion* yang dikenakan oleh para selebriti ialah *haute couture* yang *high class*, eksklusif dan “*One of a Kind*”.

Dilatarbelakangi oleh karakteristik para eksekutif muda yang bergaya hidup mewah, berwawasan luas, kehormatan dan martabat yang tinggi serta sangat aktif bersosialisasi dengan mengutamakan *quality* daripada *quantity*.

B. Karakter, Gaya dan Suasana Ruang

Karakter suasana yang ingin dimunculkan pada perancangan ini adalah *glamour* dan *stylish* sebagai gambaran akan pengaruh *fashion* jaman sekarang yang bersifat mewah disesuaikan dengan target market golongan menengah ke atas. Suasananya didukung pula dengan adanya pertunjukan *live music* dan peragaan busana.

Hal utama yang ingin ditonjolkan adalah area *bar* yang terletak di depan area panggung oleh karena itu digunakanlah gaya desain modern futuristic untuk memperkuat pada area *bar* namun tidak keluar dari gaya desain jaman sekarang yang bersifat sederhana.

C. Sistem Interior

• Tata Udara

Sistem penghawaan yang digunakan menggunakan penghawaan buatan dikarenakan pada area perancangan ini tertutup tanpa adanya ventilasi agar mengurangi timbulnya perasaan sumpek atau sesak [1]. Penghawaan buatan yang digunakan pada perancangan ini adalah AC (*Air Conditioner*) central dikarenakan ruangan dengan populasi yang cukup besar dan tingkat polusi yang tinggi selain itu dibutuhkan kesejukan serta nyaman bagi yang berada di ruangan. Serta AC split digunakan pada ruang tertutup seperti ruang kantor. Adapun penggunaan *exhaust fan* sebagai penyedot asap ke udara luar pada area *lounge & bar*, toilet dan dapur, yang dapat memicu timbulnya polusi udara dan bau tak sedap.

• Tata Suara

Sebagian besar ruang pada area perancangan ini menggunakan akustik board di dinding dan plafon untuk meredam suara serta keluarnya suara dari *lounge & bar*. Penggunaan mini speaker yang ditanam di atas plafon dengan jarak 4 meter antar *speaker* dipasang untuk mengurangi tingkat kebisingan sehingga pengunjung dapat lebih nyaman dan rileks.

• Tata Cahaya

Sistem pencahayaan yang digunakan menggunakan pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pencahayaan alami pada area ini tidak terlalu banyak hanya terdapat pada lobby, dressing room dan pada salah satu dinding.

Pencahayaan buatan menggunakan sistem downlight

(*direct*), sistem gantung (*indirect*) dan sistem penyembunyian pada plafond dan dinding (*hidden lamp*). Pencahayaan buatan sangat dominan pada perancangan ini dengan menggunakan lampu downlight berwarna *warm light* sehingga memberikan kesan hangat dan akrab dengan tingkat medium intensity. Selain itu terdapat penggunaan *spot light* pada area yang memerlukan aksentuasi dan perhatian seperti pada area *bar*.

Pada area *office* dan dapur, lampu yang digunakan *general lighting daylight* dikarenakan ruangan-ruangan ini membutuhkan tingkat ketelitian dan konsentrasi yang tinggi serta memberikan kesan bersih, cerah dan memberi kesan luas. Hanya pada director room menggunakan *hidden lamp warm light*.

• Sistem Komunikasi

Sistem komunikasi yang digunakan pada *lounge & bar* ini adalah *intercom* sebagai sistem komunikasi internal, dimana setiap ruang terdapat *intercom* yang terhubung langsung pada area kantor sehingga memudahkan kepala bagian untuk mengontrol kegiatan yang dilakukan di dalam *lounge & bar* ini.

• Sistem Proteksi Kebakaran

Sistem proteksi kebakaran yang digunakan pada perancangan ini adalah sistem *sprinkler*, *apar* dan *hydran box* dimana sistem *sprinkler* ini dipasang pada setiap ruang yang ada di dalam gedung dengan jarak antar *sprinkler* 4m serta *hydran box* yang diletakkan di tengah-tengah ruang. Selain itu, dipasang *smoke detector* untuk mengantisipasi apabila terjadi kebakaran.

• Sistem Keamanan

Sistem keamanan yang digunakan berupa CCTV yang dipasang pada area public dengan pusat control berada pada kantor dan ruang direktur sehingga memudahkan kepala bagian dan pengelola mengawasi kinerja karyawan tanpa harus berkeliling dan mengontrol segala aktifitas pada seluruh area *lounge & bar*. Selain itu juga dilengkapi dengan satpam yang berjaga-jaga dan *emergency light*.

IV. DESAIN AKHIR

A. Layout Fashion Lounge & Bar



Gambar 1.2. Layout Fashion Lounge & Bar

Layout Fashion Lounge & Bar terdiri atas area *lounge*, *bar*, *backstage* dan *stage*, dengan pola sirkulasi linear.

B. Perspektif Fashion Lounge & Bar



Gambar 1.3. Lounge Area

Lounge merupakan suatu tempat dengan fungsi sebagai ruang non-formal yang menyajikan live music serta menjual berbagai macam makanan ringan dan minuman, didukung dengan sofa panjang [2]. Dengan menggunakan material seperti *stainless steel*, *fabric*, serta kristal-kristal menambahkan kesan glamour dan elegant pada perancangan ini.

Lounge pun terbagi menjadi area VIP, sofa dalam ruang (partisi) dan area *lounge* biasa. Suasana yang ditampilkan dengan menggunakan lampu LED warna ungu dan pink memberi kesan hangat, eksklusif dan meningkatkan mood manusia pada ruang [1].

Tiap perabot pada area lounge diberi pelindung kaki untuk mengurangi kerusakan pada lantai [3] dikarenakan biaya pemasangan lantai marmer yang tinggi.



Gambar 1.4. Lounge Area (Sudut) & Sofa Dalam Ruang

Dinding pada area *lounge* (sudut) merupakan dinding akustik untuk menyerap bunyi dengan bentuk melengkung agar tidak monoton, bermaterial fabric [4]. Sofa tiga-seater

berwarna burgundy ini memberi kesan mewah pada ruangan dengan tekstur yang unik dipadukan dengan sofa persegi berwarna putih gading.

Tidak hanya berupa sofa-sofa seperti biasanya namun terdapat 4 buah ruang partisi memberikan perbedaan pada area lounge ini. Memberikan suasana *semi-private* dengan bentuk yang tidak sepenuhnya tertutup, asimetris namun tetap unity dengan ruangan.



Gambar 1.5. Stool & Corridor

Sebagai pembatas antara area *lounge* dan *corridor* diberi partisi berupa glassblock dengan lis *stainless* dengan 3 bukaan area sirkulasi untuk ke belakang agar tidak terkesan sempit dan juga sirkulasi pegawai menjadi lebih nyaman dan pengunjung yang datang tidak terganggu dengan pegawai yang mengantarkan makanan.

Lounge & bar ini tidak hanya menyediakan *furniture coffee table* yang rendah namun juga terdapat *stool* dengan dudukan yang tinggi sehingga walau terdapat pada ujung ruang tetap dapat melihat seluruh isi ruangan dengan baik.



Gambar 1.6. VIP Area

Terdapat area VIP di bagian samping ruangan dengan perbedaan leveling dengan area *lounge*. Penggunaan material marmer dan bentuk setengah crystal yang bermaterial cermin memberi kesan mewah dan glamour serta chandelier yang menambah kesan mewah pada ruangan. Dimana pencahayaan akan mempengaruhi proporsi, warna, menciptakan keintiman dan kenyamanan.



Gambar 1.7. Bar Area

Dalam area lounge, akan terdapat area bar yang menjual berbagai minuman alkoholik dan juga non-alkoholik [5]. Terletak di tengah ruangan. Yang paling ingin ditonjolkan pada perancangan ini ialah pada area bar dengan style modern futuristic.

Material yang digunakan pada kursi bar yaitu stainless steel dengan bentuk yang memutar ke atas. Meja bar dengan bentuk segitiga sembarang yang maju mundur memberi kesan abstrak dan kaku dengan counter meja dilapisi dengan marmer. Pencahayaan juga sangat diperlukan pada area bar dikarenakan jika redup dapat menghancurkan seluruh efek bar [6].

Dibagian belakang area bar terdapat bar display dengan liquor yang dipajang sebagai display dengan area stage (panggung) [7] yang akan dijadikan sebagai fasilitas untuk peragaan busana (fashion show) untuk memperkenalkan gaya fashion masa kini.



Gambar 1.8. Sofa Dalam Ruang & Main Entrance

Pada saat memasuki lounge & bar ini langsung disambut dengan kemewahan akan sebuah ruang komersial. Chandelier berwarna hitam yang terdapat di lobby memberi kesan megah dipadukan dengan hidden lamp berwarna ungu.

Dinding pembatas berupa cermin dengan lis stainless steel grey ditata dan dibentuk menjadi bentuk-bentuk crystal sehingga tidak polos dan monoton.

Terdapat partisi berupa rantai-rantai crystal yang digantung di plafon menjadi pembatas secara tidak langsung antara lobby dengan area lounge.



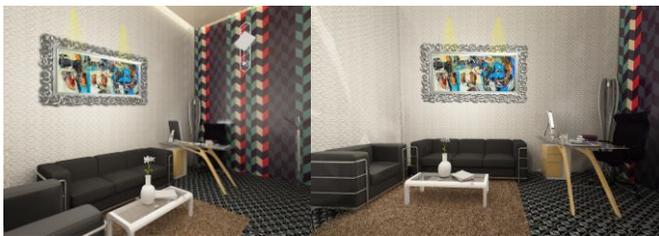
Gambar 1.9. Dressing Room (Backstage)

Dressing Room sebagian besar bermaterial duco dengan perpaduan warna hitam dan pink. Terkesan glamour dan menawan dengan peletakan lighting yang terletak di tengah ruangan.

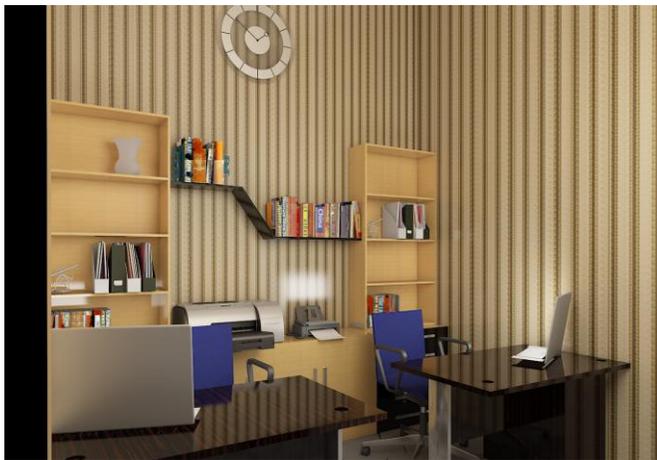
Gambar 1.10. *Woman's Restroom*

Tidak hanya area *lounge* yang didesain namun toilet wanita pun didesain sedemikian rupa dimana *fashion lounge & bar* ini diidentik dengan pengunjung yang datang dengan *fashion* yang stylish. Oleh karena itu disesuaikan dengan area *lounge*, menggunakan dinding marmer, mozaik black – glossy dan wallpaper di bagian dinding meja rias.

Sofa berbentuk lingkaran dengan material fabric warna pink menjadi *focal point* pada toilet wanita ini dengan *chandelier* yang terdapat di atasnya memberi kesan eksotis dan *glamour*.

Gambar 1.11. *Director Room*

Penggunaan material woven flooring sehingga mudah dibersihkan. Dinding menggunakan wallpaper sehingga memberikan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi agar dapat fokus dalam bekerja.

Gambar 1.12. *Office*

Penggunaan warna dominan krem memberikan kesan hangat dan cozy sehingga pegawai dapat terus bekerja dengan nyaman dan tidak mudah capai. Perabot cenderung menggunakan material alam memberi kesan natural dalam ruang.

V. KESIMPULAN

Perancangan *Fashion Lounge & Bar* ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan hidup manusia dengan pola dan gaya hidup yang tinggi membutuhkan kenyamanan dan tempat untuk menghilangkan kebosanan dan penat serta bersosialisasi. Dengan adanya fasilitas stage dengan fungsi sebagai peragaan busana (*fashion show*), bertujuan memberikan hiburan bagi pengunjung serta adanya nilai jual – beli.

Fashion Lounge & Bar ini tidak hanya menyediakan tempat yang nyaman untuk melepas penat dan kebosanan tetapi juga sekaligus sebagai tempat peragaan busana (*fashion show*) yang menampilkan busana yang *up-to-date* yang *high-class* yang dapat dibeli oleh pengunjung.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Hilda Jiemsha pertama-tama mengucapkan terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menyertai penulis selama mengerjakan jurnal ini. Atas segala berkat dan karunia-Nya maka jurnal ini mampu terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tidak terlepas dari bantuan banyak pihak maka pada kesempatan kali ini penulis ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak tersebut, yaitu:

1. Drs. Cok Gde Rai Padmanaba, M.Erg. dan Grace Mulyono, S.Sn, M.T., selaku pembimbing utama dan pendamping.
2. Keluarga yang telah memberikan semangat dan dukungan baik moral maupun material.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Baraban, Regina.S., Josph F. Durocher. *Successful Restaurant Design*. 2nd ed. Canada: Wiley, 2001.
- [2] Emmiati, Andini. *Sanitasi & Higiene*. Surabaya: Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra, 2013.
- [3] Chiara, Joseph De & John Hancock. *Time Saver For Bulding Yypes*. NewYork: Mc. Graw Hill Book Company, 1973.
- [4] Lawson, Fred. *Restaurant Planning and Design*. London: Van Nostrand Reinhold, 1973.
- [5] Sarwadi, Dicky. *Bartending : Minuman internasional dan permasalahannya*. Yogyakarta: Liberty, 1987.
- [6] Alonzo, Roy.S. *The Upstart Guide To Owning and Managing A Bar Or Tavern*. 2nd ed. Chicago: Kaplan AEC Education, 2006.
- [7] Soekresno. *Manajemen Food & Beverage Service Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.