

Implementasi Konsep Galeri pada Interior *Wedding Centre* di Surabaya

Deviana Christyawan, Laksmi K. Wardani, Jean F. Poillot
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: devianach@yahoo.com; laksmi@petra.ac.id

Abstrak— Pernikahan perlu dipersiapkan secara matang karena hanya terjadi sekali dalam seumur hidup. Banyak kebutuhan pernikahan yang perlu dipersiapkan namun biasanya para calon pengantin tidak mempunyai waktu dalam mempersiapkan hal-hal tersebut. Untuk itu, sebuah wadah yang dapat memfasilitasi kebutuhan para calon pengantin diperlukan untuk lebih memudahkan mereka dalam mempersiapkan kebutuhannya. Perancangan interior *wedding centre* ini memenuhi kebutuhan utama dalam persiapan menjelang pernikahan seperti butik, salon, studio foto, ruang *event organizer*, dan kafeteria. Fasilitas-fasilitas ini dapat digunakan oleh calon pengantin dan juga pengunjung umum. Tema perancangan ini adalah "galeri" yang menampilkan kesan yang sederhana dengan mengaplikasikan warna-warna yang elegan. Jumlah perabot yang digunakan dalam perancangan inipun tidak terlalu banyak sehingga penampilan gaun pengantin yang dipajang akan semakin menonjol.

Kata Kunci— Interior, *Wedding Centre*, Pernikahan, *One Stop Shopping*

Abstract— Marriage needs to be prepared carefully because it only happens once in a lifetime. Many wedding needs that have to be prepared but usually the bride and groom do not have time in preparing these things. For that, a place that can facilitate the needs of the bride and groom is needed to make it easier for them in preparing their needs. The interior design of this *Wedding Centre* meets the main needs in preparation before the wedding such as boutique, salon, photo studio, event organizer room, and cafeteria. These facilities can be used by the prospective bride and groom and also general visitors. The theme of this design is the "gallery" that displays a simple impression by applying elegant colors. The amount of furniture used in this design is not that many so that the appearance of the wedding dress on display will be more prominent.

Keyword— Interior, *Wedding Centre*, Wedding, *One Stop Shopping*

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan jaman, Surabaya menjadi salah satu kota terbesar kedua di Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat banyak. Surabaya menjadi sebuah kota maju dan berkembang di Indonesia, terutama dalam bidang perdagangan. Selain dalam hal perdagangan, masyarakat Surabaya dikenal sebagai masyarakat yang modis dan tidak ketinggalan jaman dalam bidang busana dan teknologi. Seiring dengan perkembangan *trend* gaya busana yang ada di Surabaya, masyarakat juga mulai terjun ke dalam dunia desain busana, baik dalam busana formal maupun busana pengantin. Banyak desainer busana pengantin yang masih independen dalam mendirikan butiknya, seperti Tinara Bridal Boutique & Salon, Gester Bridal Boutique, Lominous Bridal, Arale feat Tex Saverio, Ivan Gunawan, Soiree Gown, Elle's Fashion Gallery, Imel David, Priska Henata, Elvira Brides, Surya Abduh, House of Goen, dan Nude Label by Sisca Tjong. Selain itu, banyak juga desainer yang menjualkan jasanya via online tanpa ada bentuk fisik toko. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah wadah yang dapat menampung karya desainer-desainer ternama sehingga lebih mudah untuk dikenal oleh masyarakat.

Setiap tahunnya akan selalu ada masyarakat yang mengadakan pesta pernikahan. Untuk itu diperlukan persiapan yang matang sebelum melaksanakan pesta pernikahan tersebut. Diperlukan sebuah fasilitas yang dapat mewadahi segala macam kebutuhan pernikahan, misalnya seperti gaun pengantin dan aksesoris lainnya. Desain busana dan aksesoris pengantin berbeda-beda setiap tahunnya. Para desainer terus berinovasi dan menghasilkan sebuah karya yang menarik dari waktu ke waktu.

Calon pengantin juga membutuhkan vendor-vendor lain untuk kelangsungan pernikahannya, misalnya seperti vendor untuk *organizer*, vendor untuk foto pra-nikah, serta vendor untuk salon dan make-up. Untuk itu akan disediakan area untuk beberapa vendor yang berkompeten dalam bidangnya masing-masing, sehingga lebih memudahkan calon pengantin dalam proses pra-nikahnya.

Dengan tersedianya beberapa fasilitas dalam suatu bangunan sekaligus, dapat memudahkan pengunjung dan calon pengantin untuk mempersiapkan pernikahannya. Hal ini dapat menghemat waktu persiapan karena semua kebutuhan pernikahan seperti busana, aksesoris, vendor, dan lain-lain

sudah tersedia dalam satu tempat. Perancangan ini dibuat untuk menjawab kebutuhan-kebutuhan tersebut.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Surabaya ditemukan beberapa rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana interior *Wedding Centre* yang bersifat *one stop shopping and service* yang dapat menunjang seluruh kebutuhan pernikahan?
2. Bagaimana interior *Wedding Centre* yang nyaman dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dengan mengangkat suasana galeri?

B. Tujuan Perancangan

Tujuan dalam perancangan *wedding centre* ini dibagi menjadi tujuan umum dan tujuan khusus, yaitu sebagai berikut:

- a. Tujuan Umum
 - Memberikan fasilitas yang diperlukan calon pengantin dalam tahap pra-nikah.
 - Menyatukan para desainer dengan profesi yang saling berhubungan ke dalam satu wadah.
- b. Tujuan Khusus
 - Memudahkan calon pengantin dalam proses persiapan pernikahan.
 - Menjadi lahan bagi para desainer untuk saling berbagi informasi dan inovasi yang sedang berkembang dalam bidang busana dan aksesoris untuk pernikahan.

C. Manfaat Perancangan

1. Menjadi wadah berkumpulnya suatu profesi yang berhubungan dengan pernikahan, seperti desainer gaun pengantin dan desainer aksesoris pengantin.
2. Dapat menciptakan hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antar anggota seprofesi.
3. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang hal-hal yang berhubungan dengan proses pra-nikah.
4. Memudahkan calon pengantin untuk memenuhi kebutuhan pra-nikah.

D. Ruang Lingkup Perancangan

Fasilitas dan ruangan yang terdapat pada perancangan ini meliputi:

- a. Fasilitas Utama:
 1. Area Pameran Busana Pengantin Modern
 2. Butik / *Bridal House*
 3. Area Dokumentasi
 4. Area Salon dan *Make Up*
 5. Area *Event Organizer*
- b. Fasilitas Penunjang:
 1. Resepsionis / Lobi
 2. Kafetaria
 3. Ruang Staff
 4. Toilet

II. TAHAPAN PERANCANGAN

A. Tahap Pengumpulan Data

1. Data Literatur

Data literatur diperoleh melalui buku, jurnal, maupun internet untuk melengkapi data sebagai landasan teori perancangan, baik dalam bentuk artikel maupun gambar.

2. Data Lapangan

Perancang melakukan observasi ke lapangan untuk mendapatkan data lapangan fisik dan non-fisik. Data lapangan fisik diperoleh berdasarkan observasi langsung ke lapangan dan melakukan dokumentasi lokasi. Data lapangan non-fisik diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan para *vendor* yang berkaitan dengan persiapan pernikahan.

3. Data Tipologi

Data tipologi didapatkan berdasarkan penelitian langsung ke tempat sejenis atau berdasarkan informasi tempat sejenis melalui internet. Setelah itu dilakukan perbandingan antara beberapa tipologi sejenis yang sudah diambil sebagai sampel.

B. Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini data yang sudah dikumpulkan diolah dan dijabarkan sesuai dengan kriterianya masing-masing, sehingga dapat lebih memudahkan dalam melakukan analisis data pada tahap selanjutnya.

C. Tahap Analisis Data

Setelah mendapatkan dan memahami beberapa data terkait, dilakukan pengolahan terhadap masing-masing data sehingga dapat ditemukan kelebihan dan kekurangannya. Data-data tersebut dapat digunakan sebagai pedoman dalam perancangan desain selanjutnya. Kemudian dilanjutkan dengan mencari solusi-solusi dari permasalahan yang ada di lapangan. Setelah menemukan solusinya, perancang membuat konsep desain yang sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan di lapangan. Setelah mendapatkan konsep yang sesuai dengan permasalahan, konsep akan digunakan sebagai pedoman dalam melakukan perancangan.

III. KAJIAN PUSTAKA

Desain pada fasilitas retail bergantung pada kemampuan desainer untuk mengerti tentang bisnis retail dan bisnis klien sendiri. Desainer interior tidak seharusnya menentukan pilihan dan rekomendasi tentang retail yang akan didesain tanpa informasi dari klien. Tujuan dari desain retail adalah untuk membantu menambah pendapatan dan pembelian barang. Masing-masing pemilik retail mempunyai kepentingan yang spesifik mengenai areanya sendiri yang berfokus pada kecukupan area untuk memajang *merchandise*, mencegah pencurian internal maupun eksternal, kewajiban, standar fasilitas, alokasi ruang, dan perkembangan bisnisnya.[1]

Ada 2 macam retail pada umumnya yaitu *speciality stores* dan *general merchandise stores*. *Speciality stores* menjual satu jenis barang dengan jenis barang lain yang masih bersangkutan, misalnya butik, optik, toko bunga, apotik, dan lain-lain. Sedangkan *general merchandise stores* memiliki variasi dalam produk jualnya seperti *department stores*. [1]

Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam perancangan retail [2]:

1. Mengetahui lingkungan sekitar retail
2. Mengontrol keuangan, organisasi, manusia, dan sumber fisik.
3. Mengidentifikasi dan memilih lokasi
4. Mengembangkan dan mengatur produk yang akan dijual
5. Membuat dan mengimplementasi strategi promosi

Tata letak toko biasanya diatur berdasarkan empat klasifikasi [3]:

1. Penataan barang-barang diatur secara fungsional. Sebagai contoh, toko perlengkapan baju pria dapat dibagi menjadi kaos, dasi, penjepit dasi, pembersih sepatu, jaket, dan celana panjang.
2. Penataan barang-barang berdasarkan motivasi pembelian. Sebagai contoh pada toko swalayan, lantai terbawah biasanya dialokasikan untuk produk-produk yang membutuhkan keputusan pembelian yang cepat. Sementara di lantai yang lebih tinggi dipajang barang-barang yang membutuhkan waktu pengambilan keputusan pembelian lebih lama.
3. *Market segment grouping*, yaitu pengaturan grup produk berdasarkan segmentasi. Misalnya baju anak terpisah dengan baju wanita pada pengaturan tata letak toko swalayan.
4. *Storability product groupings*, yaitu tempat penyimpanan berdasarkan kebutuhan. Misalnya pada tata letak supermarket terdapat pemisahan area untuk bahan makanan yang membutuhkan lemari pendingin dan barang-barang yang dapat disimpan pada suhu normal.

Suasana atau atmosfer dalam gerai berperan penting untuk memikat pembeli, membuat nyaman mereka dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang perlu dimiliki baik untuk keperluan pribadi maupun untuk keperluan rumah tangga. Suasana yang dimaksud adalah arti atmosfer dan *ambience* yang tercipta dari gabungan unsur-unsur desain toko/gerai, perencanaan toko, komunikasi visual, dan *merchandising*. [4]

Dalam industri retail, konsep baru yang muncul adalah *one stop shopping*, yaitu suatu tempat berbelanja yang memenuhi semua kebutuhan individu dan keluarga [3]. Untuk memenuhi tujuan tersebut maka dibuatlah sebuah toko dengan ukuran superbesar sehingga mampu menampung puluhan ribu jenis barang dari berbagai jenis kategori [5].

Faktor-faktor munculnya strategi *One Stop Shopping*:

1. Kebutuhan: muncul dari kebutuhan masyarakat akibat adanya gaya hidup dan keadaan lingkungan sekitar yang mendukung munculnya suatu kebutuhan.
2. Keinginan: keinginan ini akan muncul untuk memuaskan kebutuhan ketika seseorang telah memiliki kebutuhan tersebut.
3. Permintaan: merupakan keinginan akan sesuatu yang dibutuhkan dan didukung oleh kemampuan seseorang untuk membayar.

Interior ruang pajang bertujuan untuk memberikan informasi kepada konsumen yang berbelanja atau sebagai

alat promosi. Ada beberapa tipe interior ruang pajang, yaitu [3]:

- a. *Assortment Display*, pajangan yang berisi beragam produk barang.
- b. *The Theme Setting Display*, pajangan yang menggunakan tema khusus untuk menciptakan nuansa tertentu.
- c. *Ensemble Display*, yang memberikan rangkaian lengkap berbagai produk seperti pemasangan produk baju dan aksesorisnya pada manekin.
- d. *Rack Display*, yang merupakan pajangan fungsional.
- e. *Cut Case Display*, bentuk pajangan pada karton, biasanya digunakan di supermarket dan toko diskon.

Dalam sebuah butik yang menjual produk *ready to wear* serta menerima pesanan khusus konsumen, ada beberapa *alternative display* yang umumnya digunakan, diantaranya:

- a. *Live Model*
Penggunaan model yang profesional dibidangnya, untuk memamerkan produk yang dijual. Biasanya diselenggarakan pada acara-acara tertentu.
- b. *Mannequin*
Sejenis patung yang memiliki dimensi tubuh yang sama dengan manusia pada umumnya.
- c. Rak Gantungan
Railing yang dilengkapi dengan rak-rak panjang untuk *men-display* produk yang *ready stock*.
- d. Kabinet

Pertimbangan khusus pada perancangan toko, berhubungan dengan klasifikasi produk yang dipasarkan. *Wedding Centre* merupakan *one stop wedding information*. Pengunjung bisa menemukan vendor-vendor yang berkaitan dengan kegiatan pernikahan didalam satu area yang sama. Pengguna area *wedding centre* dapat dibedakan menjadi beberapa klasifikasi sebagai berikut [6]:

- a. Pemakai ruang pertemuan
- b. Tamu undangan
- c. Penyelenggara yaitu penyelenggaraan pesta perkawinan atau acara lainnya yang memakai gedung pertemuan
- d. Pemilik jasa *wedding centre*
- e. Pemakai *retail shop*
- f. Pengunjung
- g. Pemilik *retail shop*
- h. Pegawai

IV. KONSEP DESAIN

Konsep perancangan ini yaitu *one stop shopping* dengan suasana galeri. Konsep ini diambil dengan tujuan dapat memudahkan para pengunjung untuk memenuhi segala kebutuhan pernikahannya sekaligus. Konsep ini akan diterapkan pada fasilitas-fasilitas yang disediakan. Fasilitas yang ada tentunya sesuai dengan kebutuhan para calon pengantin pada masa pra-pernikahan.

A. Tema Perancangan

Tema pada perancangan ini adalah galeri. Tujuan pemilihan tema ini yaitu karena dengan adanya tema galeri, produk-produk yang dipajang dapat lebih menonjol dan ruangan menjadi lebih luas sehingga pengunjung dapat bergerak

leluasa. Selain itu dengan suasana galeri pengunjung dapat lebih menikmati dan merasa nyaman ketika berada di dalam ruangan. Sesuai dengan konsep galeri, perabot dan elemen interiornya tidak terlalu banyak dan dibuat dalam bentuk yang sederhana tetapi tetap dapat menarik perhatian masyarakat.

B. Suasana Ruang

Suasana pada perancangan ini ingin menimbulkan sesuatu yang nyaman, sederhana, tetapi tetap terkesan elegan. Interior dengan suasana galeri harus dirancang senyaman mungkin supaya dapat lebih menarik perhatian pengunjung yang ditargetkan berkisar antara usia 17 tahun hingga 30 tahun.

Penggunaan warna yang diterapkan dalam perancangan menggunakan warna-warna yang tidak teralu mencolok, sehingga dapat lebih menonjolkan isi dari galeri itu sendiri. Warna-warna yang digunakan dapat membantu untuk menambah kesan elegan yang ingin ditampilkan. Bentuk yang diterapkan pada interior perancangan adalah dinamis karena disesuaikan dengan bentuk arsitektur bangunan itu sendiri. Selain itu bentuk dinamis juga dapat menimbulkan kesan bebas dan santai. Terdapat berbagai macam material yang diterapkan pada perancangan, diantaranya yaitu granit dan parket kayu untuk lantai, gypsum pada plafon, dan 3d wall art sebagai ornamen pada dinding.

Selain hal-hal diatas, pencahayaan juga berpengaruh dalam meningkatkan suasana dalam ruangan. Untuk itu digunakan spotlight dengan warna yang hangat supaya dapat lebih menimbulkan kesan elegan didalam ruang.

C. Sistem Interior

1. Sistem Pencahayaan

Pencahayaan pada wedding centre ini menggunakan 2 jenis pencahayaan, yaitu pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami hanya digunakan pada beberapa spot tertentu saja, misalnya seperti area resepsionis dan lobi, serta cafeteria. Untuk area pameran lebih didominasi oleh pencahayaan buatan berupa lampu spotlight dan lampu general. Lampu spotlight banyak digunakan pada setiap manekin atau baju yang dipamerkan, hal ini dilakukan supaya pengunjung dapat lebih tertarik untuk melihat area pameran. Sedangkan general lamp digunakan hampir disetiap ruangan sebagai bantuan pencahayaan. Pada beberapa titik juga menggunakan hidden lamp yang dapat meningkatkan ambience dalam ruangan.

2. Sistem Penghawaan

Penghawaan yang digunakan dalam perancangan yaitu menggunakan penghawaan buatan yang berasal dari Air Conditioner Ceiling Cassete yang diletakkan pada beberapa titik AC, sehingga sirkulasi udara dalam ruangan dapat berjalan dengan lancar.

3. Sistem Kebakaran

Sistem proteksi kebakaran menggunakan sprinkler yang diletakkan pada beberapa titik di dalam ruangan. Penggunaan sprinkler lebih efisien dan aman bagi ruangan melihat banyaknya barang yang dipamerkan merupakan barang yang mudah terbakar.

4. Sistem Keamanan

Terdapat sistem keamanan aktif dan pasif dimana ruangan akan diberikan CCTV pada beberapa sudut dan untuk sistem keamanan aktif akan ada satpam pada titik tertentu.

5. Sistem Komunikasi

Sistem komunikasi menggunakan sistem telepon PABX yang merupakan suatu perangkat keras elektronik telekomunikasi yang berfungsi sebagai pembagi atau pengatur antara bagian internal (extension to extension) dengan eksternal (outgoing dan incoming).

V. APLIKASI KONSEP DESAIN

A. Layout

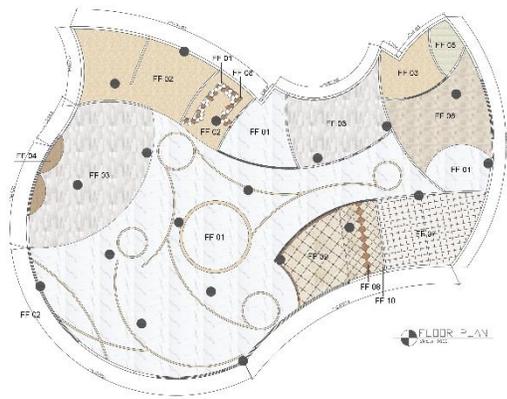
Pada perancangan kali ini tiap ruang disusun berdasarkan analisis pola aktivitas pengunjung. Kebanyakan tujuan utama pengunjung datang adalah untuk melihat pameran di galeri atau hanya sekedar pergi ke salon dan butik, sehingga pada perancangan kali ini tersedia dua jalur untuk menuju ke area yang menjadi favorit pengunjung, yaitu ke menuju area butik dan galeri. Sebelum memasuki kedua area tersebut pengunjung akan melewati area resepsionis terlebih dahulu. Area galeri dikelilingi oleh beberapa area lain, seperti butik, salon, ruang event organizer, studio foto, kantor, toilet, dan kafetaria.



Gambar 1. Layout
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

B. Rencana Lantai

Lantai yang digunakan pada perancangan kali ini adalah granit, parket, dan keramik. Lantai granit digunakan pada beberapa area seperti galeri, ruang meeting event organizer, dan area manager. Pada area butik dan studio foto menggunakan lantai dari parket kayu berwarna putih. Untuk area toilet baik pada area toilet pria maupun wanita, keduanya menggunakan lantai dari keramik.

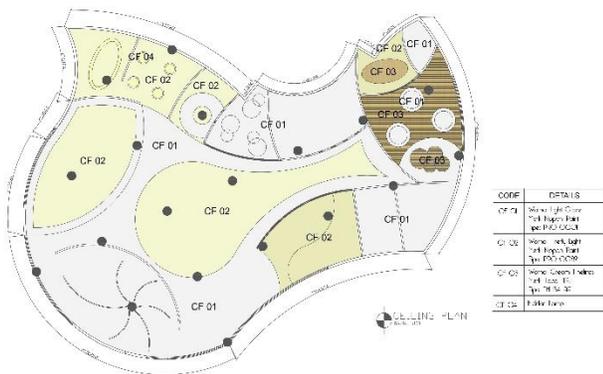


CODE	DETAILS	CODE	DETAILS
FF 01	MATERIAL: Granite Produk: Titanium Granite Tipe: Slaton Grey	FF 06	MATERIAL: Keramik Produk: Palsium Ceramics Tipe: Aliso Crown F: sh. Matte Dimensi: 62x60cm
FF 02	MATERIAL: Granite Produk: Salsidina Tipe: Riverside	FF 07	MATERIAL: Keramik Produk: Palsium Ceramics Tipe: Liso Crown F: sh. Glossy Dimensi: 62x60cm
FF 03	MATERIAL: Kayu Parket Produk: Larkberry Tipe: Highland - Sunny White Dimensi: 18x25x2000mm	FF 08	MATERIAL: Marmor Produk: Kammer Tipe: Rosa Porzellan
FF 04	MATERIAL: Kayu Parket Produk: Larkberry Tipe: Cocora 145 - Oak Natural Dimensi: 18x25x2000mm	FF 09	MATERIAL: Keramik Produk: Palsium Ceramics Tipe: Mariana Cream Finish: Gloss Dimensi: 48x40cm
FF 05	MATERIAL: Keramik Produk: Asia Tile Tipe: Zigma Grey F: sh. Gloss Dimensi: 48x40cm	FF 10	MATERIAL: Keramik Produk: Palsium Ceramics Tipe: Mariana Cream Finish: Gloss Dimensi: 48x40cm

Gambar 2. Rencana Lantai
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

C. Rencana Plafon

Plafon yang digunakan dalam perancangan ini didominasi oleh gypsum board yang difinishing dengan cat warna. Pada area kantor, levelling plafon menggunakan multiplek yang dilapisi oleh HPL. Pada area lobi, terdapat plafon cabang yang melengkung dan menyambung dengan lantai.

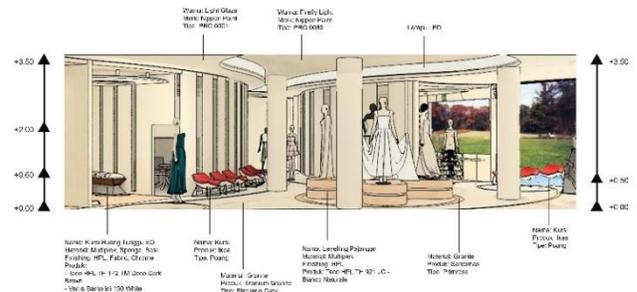


Gambar 3. Rencana Plafon
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

D. Potongan

Potongan A-A' ini merupakan potongan dari area galeri. Pada sisi sebelah kiri merupakan area event organizer, pada

sisi sebelah kanan merupakan area dari cafeteria, sedangkan bagian tengah merupakan area pameran yang menjadi ruang utama dalam perancangan wedding centre ini.



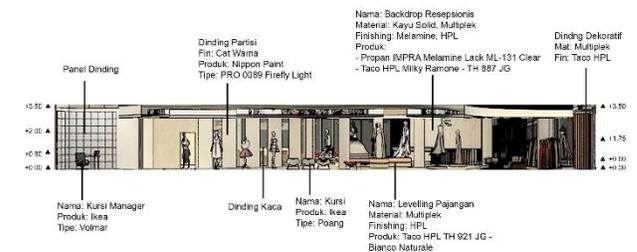
Gambar 4. Potongan A-A'
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Potongan B-B' merupakan potongan dari area event organizer dan area pameran.



Gambar 5. Potongan B-B'
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Potongan C-C' merupakan potongan dari beberapa ruangan, yaitu pada sisi sebelah kiri terdapat potongan dari ruang kantor dan toilet, sedangkan pada sisi sebelah kanan terdapat potongan dari area pameran, kafeteria, dan juga butik.



Gambar 6. Potongan C-C'
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Potongan D-D' merupakan potongan dari ruangan butik, salon, area event organizer, area studio foto, dan area kantor.



Gambar 7. Potongan D-D'
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

E. Perspektif

Terdapat dua pintu utama yang dapat digunakan sebagai akses pengunjung untuk keluar masuk area *wedding centre*. Kedua pintu terletak pada bagian depan, persis di depan area resepsionis dan lobi. Area ini terdiri dari meja resepsionis, kursi resepsionis, sofa dan meja lobi.

Pada kolom dihias oleh dekorasi yang dapat membantu mengarahkan sirkulasi pengunjung untuk memasuki area galeri, serta *hidden lamp* untuk memperindah dekorasi. Lantai pada area ini menggunakan material granit, sedangkan pada plafon menggunakan material gypsum board. Pada bagian *backdrop* menggunakan material multiplek yang kemudian dilapisi oleh HPL untuk menambah warna dan suasana dalam ruangan.



Gambar 8. Area Resepsionis dan Lobi
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Setelah melewati area lobi, pengunjung akan melihat area galeri yang terdapat persis dibelakang area lobi. Pada area galeri terdapat beberapa manekin yang dipajang untuk memamerkan gaun-gaun pengantin karya para desainer. Sama dengan area lobi, lantai galeri menggunakan lantai granit, sedangkan plafonnya menggunakan gypsum board yang dilengkapi dengan *hidden lamp* sebagai tambahan variasi.



Gambar 9. Area Galeri
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Setelah melewati area lobi dan galeri, pengunjung akan melewati area butik dimana terdapat banyak gaun-gaun pengantin yang dijual maupun disewakan. Pada area butik, pengunjung juga dapat berkonsultasi dengan desainer secara langsung. Material yang digunakan dalam perancangan butik ini yaitu lantainya menggunakan parket kayu, sedangkan untuk plafon menggunakan gypsum board dan diberi *hidden lamp*.



Gambar 10. Butik
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Tepat disebelah area butik, terdapat area salon. Area ini dibagi menjadi 3 bagian, yaitu area potong rambut, area keramas, dan area perawatan. Untuk area potong rambut dan area keramas menggunakan pencahayaan yang lebih terang dari area perawatan. Hal ini dilakukan supaya pengunjung yang sedang melakukan perawatan dapat lebih rileks dan tenang.





Gambar 11. Area Salon
 Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017



Gambar 12. Area Perawatan
 Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Setelah melewati area salon, pengunjung akan melewati area *event organizer*. Pada area ini terdapat beberapa portfolio hasil karya dari *event organizer* yang bersangkutan, dan juga terdapat area *meeting* bagi calon pengantin yang ingin mendiskusikan acara pernikahan mereka nanti. Material yang digunakan dalam area ini adalah lantai granit, dinding wallpaper disertai dengan *spotlight* untuk pencahayaan foto, dan juga plafon dari *gypsum board*.



Gambar 13. Area Event Organizer
 Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Disamping area *event organizer*, terdapat area semiprivate yaitu studio foto. Area ini dikhususkan bagi mereka yang akan melakukan foto *pre-wedding* ataupun foto lainnya. Area ini didesain sesederhana mungkin sehingga tidak mengganggu pengambilan gambar ketika berada dalam ruangan.



Gambar 14. Area Studio Foto
 Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Setelah melewati area semiprivate, terdapat area *private* yang hanya dikhususkan untuk para pegawai dan *staff* dari Wedding Centre ini. Area ini merupakan ruangan *staff* dan ruangan *manager*. Didalamnya terdapat *pantry* dan ruang penyimpanan bagi para karyawan. Akses menuju ruangan ini cukup mudah, para karyawan tidak perlu melewati area galeri terlebih dahulu untuk sampai keruangannya, karena terdapat pintu kecil pada bagian belakang kantor yang langsung tembus dengan area luar. Material yang digunakan dalam kantor ini adalah lantai keramik, sedangkan granit digunakan khusus untuk area *manager* saja. *Levelling* pada plafon dibuat dinamis sehingga ruang kantor dapat menciptakan suasana santai dan tidak kaku bagi para karyawan. Jendela-jendela besar dipasang pada dinding bagian luar untuk dapat membantu mengurangi biaya pemakaian listrik galeri.





Gambar. 15 Area Kantor
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

Disamping area kantor terdapat area toilet yang dapat digunakan baik bagi pengunjung umum maupun bagi karyawan dari *wedding centre* itu sendiri. Setelah itu terdapat area kafeteria yang dapat digunakan oleh pengunjung ketika ingin beristirahat sejenak setelah berjalan-jalan memutar galeri atau bisa juga digunakan sebagai tempat untuk menunggu teman dan pasangan. Area kafeteria menyediakan berbagai macam makanan jenis *fastfood*, sehingga mudah dan cepat dalam penyajiannya. Material yang digunakan dalam perancangan area ini adalah lantai keramik dan marmer, dinding *wallpaper* dan kaca dengan view menghadap keluar ruangan, dan plafon dengan *levelling* dinamis yang dapat menciptakan suasana santai.



Gambar 16. Area Kafeteria
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2017

VI. KESIMPULAN

Pernikahan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang utama. Dalam mempersiapkan pernikahan membutuhkan waktu yang cukup panjang dan tak jarang akan mengganggu kesibukan calon pengantin itu sendiri. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah wadah yang dapat memfasilitasi berbagai macam kebutuhan calon pengantin, seperti butik, salon, fotografer, dan *event organizer*. Dengan adanya perancangan interior *wedding centre* ini dapat membantu para calon pengantin dalam mempersiapkan kebutuhan pernikahan mereka tanpa perlu membuang waktu terlalu banyak. Selain itu perancangan *wedding centre* dengan suasana galeri dapat lebih menonjolkan gaun-gaun yang dipajang sehingga perhatian pengunjung dapat berpusat pada gaun tersebut. Perancangan ini menggunakan warna-warna yang elegan tetapi tetap terlihat sederhana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Program Studi Desain Interior Universitas Kristen Petra Surabaya, Dr. Laksmi K. Wardani, S.Sn., M.Ds dan Bapak Jean F. Poillot, S.T yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan arahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Piotrowski, Christine M and Elizabeth A. Rogers. *Designing Commercial Interiors (2nd ed.)*. USA: Wiley, 2007.
- [2] Ferguson. *Career in Focus: Retail (3rd ed.)*. USA: Infobase, 2007.
- [3] Kusumowidadgo, Astrid. *Desain Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- [4] Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [5] Guswai, Christian F. *What I Learned from Hypermarket Business*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.
- [6] Melinda, Debora. *Tinjauan Kesesuaian Fungsi Dengan Gaya Desain The Empire Palace Surabaya*. TA No. 00010806/DIN/2010. Unpublished undergraduate thesis. Universitas Kristen Petra. 2010.