

# Perancangan Interior Sentra Galeri dan *Workshop* Kerajinan Kayu di Blora, Jawa Tengah

Novia Christina, Sherly de Yong dan Lucky Basuki  
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

*E-mail:* noviachristina97@gmail.com; sherly\_de\_yong@petra.ac.id; basukilucky@gmail.com

**Abstrak**— Tempat / wadah yang tidak sempurna untuk melakukan aktivitas produksi maupun jual beli dapat menurunkan minat pembeli. *Furniture* kayu ini berasal dari akar limbah yang sudah tidak digunakan lagi dan banyak diolah maupun dijual dipinggiran jalan raya. Dengan adanya perancangan interior galeri dan *workshop* ini diharapkan mampu membantu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat khususnya para pengrajin. Manfaat lain yang diperoleh yaitu dapat meningkatkan potensi lokalitas, memperkenalkan *soft skill* maupun *hard skill* dari para pengrajin kayu, meningkatkan nilai edukatif, rekreatif, interaktif bagi masyarakat dan mengurangi permasalahan lingkungan. Pada perancangan ini menggunakan pendekatan *Human Centered Design* yang terlaksana dari perilaku tradisi masyarakat setempat dalam konteks natural. Proses perancangan ini mengangkat konsep desain “*Locana Wood*” yang terdiri dari dua arti yaitu *Localisme* dan *Naturalisme*. Implementasi *Localisme* diterapkan agar masyarakat merasakan tradisi kesetempatan berupa pemikiran, sistem, falsafah hidup dan nilai yang terkandung didalamnya. Dalam hal ini material lokal digunakan untuk perancangan desain dan sumber daya manusia yang digunakan dari pengrajin lokal. Sedangkan implementasi *Naturalisme* yaitu menerapkan elemen unsur alam dan menciptakan desain untuk melayani manusia.

**Kata Kunci**—Blora, Galeri, Interior, Kayu, *HCD*

**Abstract**— Places or area that are not perfect to do production or buy and sell activities may reduce buyer’s interest. This wooden furniture comes from the root of waste which is no longer used and is processed and sold on the edge of the highway. With the interior design project of the gallery and workshop, it is expected to be able to help improve the economy of local community, especially the craftsmen. Another benefit gained is to increase the potential of locality, introduce soft and hard skills from the wood craftsmen, improve educational, recreational, interactive values for the community and reduce environmental problems. This design project used the Human Centered Design approach carried out from the traditional behavior of the local community in a natural context. This design process raises the design concept “*Locana Wood*” which consists of two meanings namely *Localism* and *Naturalism*. *Localism* is applied so that people feel the tradition of localization in the form of thoughts, systems, life philosophy and the values contained in it. In this case the local material is used in the design and human resources from local craftsmen. While *Naturalism* implemented by applying elements of nature and create designs to serve humans.

**Keyword**— Blora, Galleries, Interior, Wood, *HCD*

## I. PENDAHULUAN

Sebagian besar wilayah Kabupaten Blora Provinsi Jawa Tengah adalah hutan. Dari luas wilayah 1.821,59 km<sup>2</sup> yang terdiri dari dataran rendah dan dataran tinggi, 49 persennya adalah hutan. Sentra kerajinan kayu jati di Kabupaten Blora berada di Desa Jepon, Blora, Jawa Tengah. Blora memang memiliki kekayaan alam berupa hutan jati yang luas. Jadi, tidak sulit bagi pengrajin untuk mendapatkan bahan baku. Hal tersebut yang membuat kerajinan tangan ini relatif lebih murah [1].

Pada era sekarang industri kreatif kayu sedang berkembang pesat. Pengolahan bahan kayu menjadi *furniture* banyak ditemukan di penjuru desa, karena sebagian besar para pengrajin adalah masyarakat / penduduk asli yang masih tinggal di pedesaan. Pengrajin kayu banyak ditemukan di daerah pedesaan Kabupaten Blora yaitu desa Genjahan jalan raya Blora Cepu KM 12. Perkembangan kerajinan akar kayu ini sangat pesat sekali, baik dari berbagai jenis kayu yang digunakan yaitu kayu jati, kayu trembesi atau suar dan kayu *tamarind*.

Seiring perkembangan waktu muncul berbagai kendala yang dapat menjadi permasalahan bagi perkembangan kerajinan akar kayu. Para pengrajin dan masyarakat awam belum memiliki tempat sebagai sarana untuk mendukung aktivitas mereka. Masyarakat mengetahui dan mengenal keberadaan tempat usaha skala mikro dan kecil, dimana hasil produksi dijual di depan rumah para pengrajin. Persoalan ini menyebabkan masyarakat dan para pengrajin merasa kesulitan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Para pembeli harus berpindah-pindah tempat untuk memilih hasil kerajinan yang diinginkan. Hal ini dapat menurunkan minat pembeli karena tidak ada tempat sebagai sarana atau wadah untuk melakukan aktivitas jual beli kerajinan dikarenakan keberadaan limbah akar kayu yang hanya ditumpuk ditepi jalan, sehingga tempat / bangunan yang representatif diperlukan beserta perancangan interior galeri dan *workshop* yang dapat mendukung aktivitas tersebut.

Salah satu hal yang menarik perhatian adalah kebutuhan ruang antara manusia dengan pengolahan dari berbagai jenis kerajinan akar pohon berbeda-beda. Maka dari itu, perancangan interior galeri dan *workshop* ini menggunakan pendekatan *Human Centered Design* yang terlaksana dari perilaku masyarakat dalam konteks *natural*. Penerapan ini

bertujuan untuk melihat peluang baru, menambahkan efektivitas dan mempermudah untuk mewujudkan solusi baru. Kemampuan berpikir lebih diutamakan untuk mengenal pola-pola tertentu seperti halnya melibatkan diri secara langsung, merumuskan kebutuhan serta melakukan berbagai pendekatan desain. Sehingga hal tersebut dapat membantu dalam merancang ide-ide secara fungsional maupun emosional dan mengekspresikan diri dengan cara yang inovatif.

Berdasarkan latar belakang diatas maka perancangan interior sangat diperlukan sebagai wadah kreatif dan inovatif bagi para pengrajin berbasis limbah kayu *edu-tourism* dengan menonjolkan nilai edukasi, rekreatif dan interaktif. Adanya galeri dan *workshop* kerajinan kayu di Blora, Jawa Tengah bagi masyarakat bertujuan untuk meningkatkan nilai edukasi tentang *history eco* limbah kayu, serta memperkenalkan *soft skill* maupun *hard skill* dari para pengrajin kayu. Demikian halnya nilai rekreatif yang dapat meningkatkan *tourism*, sedangkan nilai interaktif diperoleh melalui *workshop* dimana pengunjung dapat memperoleh pengetahuan dan pengalaman baik dari segi pemanfaatan maupun perawatan pembudidayaan limbah akar kayu. Perancangan interior galeri dan *workshop* ini diharapkan mampu membantu meningkatkan perekonomian masyarakat setempat khususnya para pengrajin, melalui peningkatan aktivitas jual beli serta produksi, meningkatkan potensi lokalitas melalui *interior branding* serta dapat mendukung pemanfaatan limbah akar kayu menjadi produk yang beraneka ragam melalui pengembangan inovasi.

## II. METODE PERANCANGAN

Metode yang dilakukan selama proses perancangan interior galeri dan *workshop* terdiri dari sembilan tahapan meliputi:

### A. Tahap Observe / Survey Lapangan

Observasi secara langsung dilakukan dengan cara mengamati lokasi perancangan *showroom* industri kreatif sedangkan observasi tidak langsung dilakukan dengan cara menganalisa dan mengamati jenis objek maupun subjek terkait dengan perancangan. Metode yang digunakan pada tahap ini yaitu metode *interview* dan *emphaty map* (*see, hear, think and feel, say and do*). Hasil target yang akan dihasilkan pada metode ini adalah data lapangan fisik, data lapangan non fisik dan pemetaan *emphaty map*.

### B. Tahap Understanding

Tahap ini terdiri dari data literatur dan data tipologi dengan tujuan mendapatkan informasi untuk perancangan desain.

#### 1) Data Literatur

Data literatur diperoleh dari perpustakaan (buku) dan internet (*e-journal/e-book*) yang berkaitan dengan perancangan interior galeri dan *workshop* kayu. Hasil target yang akan dihasilkan pada metode ini adalah *literature review*.

#### 2) Data Tipologi

Data tipologi diperoleh dari hasil observasi terkait dengan objek sejenis. Hasil target dari metode ini menghasilkan

data perbandingan dari segi kelebihan, kekurangan dan kesamaan.

### C. Tahap Point Of View

*Programming* data yang telah didapatkan pada tahap ini akan disusun, diolah dan dianalisa. Pengolahan data menghasilkan kebutuhan, karakteristik, pola hubungan, besaran ruang, *zoning, grouping*, dan sebagainya. Ada beberapa metode umum yang digunakan pada tahapan ini yaitu *talk out loud protocol* dan *affinity diagram*. Hasil target dari metode *programming* ini adalah mendapatkan kesimpulan terkait kelebihan dan kekurangan dari hasil perancangan interior.

### D. Tahap Ideate

Pada tahap ini menghasilkan *brainstorming - programmatic concept* yaitu *design concept* melalui metode visualisasi sketsa atau *sketchup*. Berikut metode dari tahapan *ideate* yang akan dilaksanakan:

#### 1) Konsep desain

Pada tahap ini akan muncul setelah tahap *programming* awal berlangsung sehingga sebuah konsep desain dapat disimpulkan untuk menjawab permasalahan. Hasil target dari metode ini yaitu konsep perancangan yang akan menghasilkan ide-ide desain yang dapat diterapkan melalui sketsa pada skematik desain.

#### 2) Sketsa Desain

Sketsa awal desain mulai terbentuk sebagai hasil ide awal perancangan. Pada tahapan ini berawal dari pembuatan alternatif *layout* berdasarkan pertimbangan dari berbagai aspek. Suasana ruang diwujudkan melalui desain pada *layout*, elemen interior, elemen perabot dan sketsa prespektif. Maka dari itu hasil keluaran target dari metode ini yaitu dua *alternative layout* dan enam prespektif ruang.

### E. Tahap Prototype

Tahap *prototype* merupakan implementasi desain akhir baik secara 2D maupun 3D melalui gambar desain, *modelling* dan maket presentasi. Terdapat beberapa metode yang akan dilakukan yaitu:

#### 1) Gambar Desain 2D

Pada metode ini implementasi awal dilakukan melalui gambar desain 2D berupa gambar kerja, gambar *visual* dan gambar konstruksi menggunakan program autocad dan *sketchup*. Hasil target keluaran dari metode ini yaitu 1 lembar gabungan rencana *layout* + pola lantai, 1 lembar rencana lantai + material, 1 lembar rencana plafon, 1 lembar rencana atap, 2 lembar rencana mekanikal elektrik, 1 lembar *building service*, 5 jumlah potongan, 1 lembar *main entrance* serta 10 lembar spesifikasi elemen pembentuk dan pengisi interior.

#### 2) Gambar Desain 3D Modelling

Proses pemodelan ini dilakukan untuk menciptakan objek 3D dalam bentuk visualisasi melalui program komputer seperti *sketch up* dan autocad. Hasil target dari metode ini

berupa 14 *rendering* ruang dalam bentuk gambar dua dimensi yang biasa disebut dengan 3D *rendering*.

### 3) Maket Presentasi

Maket presentasi merupakan sebuah alat dalam tahap perancangan dan membantu mempresentasikan desain dalam bentuk visualisasi kepada *audience* dan desainer. Hasil target keluaran dari metode ini yaitu maket presentasi skala 1:50.

### F. Tahap Test

Tahap *testing* adalah sebuah tahapan dimana pengguna akan menguji dan menanggapi *prototype* yang telah dikerjakan untuk mendapatkan *feedback*. Metode yang dapat dilakukan adalah *exhibition method* dan *appreciator questionnaire*. Hasil target keluaran dari metode ini yaitu gabungan antara angket terbuka (memberikan pendapat sesuai dengan kehendak) dan angket tertutup (hanya menjawab centang pada kolom).

### G. Tahap Visual Story Telling

Tahap *visual story telling* adalah sebuah cara untuk menyampaikan suatu cerita kepada *audience* menggunakan metode media *visual* seperti foto ataupun gambar. Hasil target keluaran dari metode ini yaitu buku *portfolio* desain ukuran A3, brosur, maket presentasi, laporan, material *board*, *presentation board* dan *x banner*.

### H. Tahap Pilot Study

Tahap ini merupakan tahap evaluasi untuk memprediksi ukuran sampel yang tepat dan memperbaiki perancangan desain sebelumnya. Beberapa faktor juga diuji seperti pertimbangan waktu, kelayakan, biaya, dan dampak bagi masyarakat maupun lingkungan. Hasil target keluaran dari metode ini yaitu 1 lembar hasil RAB dan 1 lembar jadwal perancangan.

### I. Tahap Business Model

Artikel Business Model adalah model bisnis yang memiliki tujuan memetakan strategi untuk membangun bisnis yang kuat, dapat memenangkan persaingan dan sukses dalam jangka panjang. Pada perancangan ini akan menerapkan metode bisnis model canvas untuk menjawab *customers segment*, *value proposition*, *customer relationship*, *channel*, *revenue stream*, *resource*, *key activities*, *key partnership* dan *cost-structure*. Hasil target keluaran dari metode ini yaitu 1 lembar pemetaan bisnis model canvas.

## III. KAJIAN PUSTAKA

### A. Organisasi Ruang Galeri

Organisasi ruang pada galeri terbagi menjadi lima jenis yaitu (Wilkening 60) [2]:

- 1) Organisasi ruang terpusat: sebuah ruang yang besar dan menjadi dominan sebagai pusat ruangan disekitarnya.
- 2) Organisasi ruang linier: beberapa deretan ruang yang terhubung dengan sifat memanjang dimana mempunyai bentuk dan ukuran yang berbeda.

- 3) Organisasi ruang secara radikal: kombinasi dari organisasi terpusat dan linier.
- 4) Organisasi ruang mengelompok: susunan organisasi dengan pengulangan fungsi ruang yang sama namun komposisi ruang berbeda antara bentuk, ukuran dan fungsi.
- 5) Organisasi ruang secara *grid*: organisasi ruang yang terhubung satu sama lain dari seluruh sirkulasi dan fungsi posisi ruang.

### B. Sirkulasi Ruang Pamer

Jenis-jenis sirkulasi pada ruang pamer antara lain (Chiara, Callender 369-371) [3]:

- 1) Organisasi ruang terpusat: sebuah ruang yang besar dan menjadi dominan sebagai pusat ruangan disekitarnya.
- 2) *Sequential circulation*: berdasarkan ruang yang telah dilalui oleh benda seni yang dipamerkan satu per satu menurut ruang pamer yang berbentuk ulir maupun memutar sampai akhirnya menuju *entrance* area galeri.
- 3) *Random circulation*: memilih jalan sendiri tanpa adanya batasan pemisah.
- 4) *Ring circulation*: sirkulasi memiliki dua rute untuk keluar sehingga aman.
- 5) *Radial circulation* (menyebarkan): pengunjung bebas melihat barang tanpa diarahkan untuk menuju ruang tertentu.
- 6) Linier bercabang: sirkulasi pengunjung tidak terganggu, pembagian koleksi jelas dan pengunjung bebas melihat koleksi.

### C. Display Galeri

*Display* pada galeri diklasifikasikan menurut benda yang dipamerkan antara lain (Neufert 90) [4]:

- 1) *In show case*: benda yang dipamerkan termasuk kecil, diperlukan wadah atau kotak yang tembus pandang.
- 2) *Free standing on the floor or plinth or support*: benda yang di *display* cukup besar, diperlukan panggung atau ketinggian lantai.
- 3) *On walls or panels*: benda karya seni ditempatkan pada dinding ruangan atau dinding partisi yang dibentuk untuk membatasi ruangan.
- 4) Posisi gantungan yang baik untuk gambar kecil titik berat penentuannya adalah garis horizontal pada ketinggian mata.

### D. Pencahayaan Galeri

Persyaratan pencahayaan pada ruang pamer antara lain (Neufert 156) [4]:

- 1) Pencahayaan → Terdapat 4 sistem: pencahayaan langsung, tidak langsung, setempat, dan membias. Jenis pencahayaan buatan terdiri dari lampu pijar, halogen, berpendar (Fluorescent / neon / TL).
- 2) Arah pencahayaan → *downlight*, *uplight*, *backlight*, *frontlight* dan *sidelight*.
- 3) Menggunakan sistem *luminair track* → harus ditempatkan paralel untuk seluruh permukaan benda yang dipamerkan dan pada jarak yang cukup jauh untuk memungkinkan perubahan arah cahaya pada sudut 30 derajat dari garis *vertical* yang digantung pada ketinggian

pandangan mata. *Luminair track* → harus menggunakan lampu halogen, untuk meminimalkan risiko *photodegradasi* benda seni.

- 4) Pencahayaan pada objek sebagai *focal point* dapat menggunakan 2 buah lampu sorot yang diletakkan di plafon, masing-masing dengan sudut 30 derajat. Pencahayaan pada benda koleksi yang berada di dinding seperti lukisan dan foto dengan sudut 30-40 derajat.

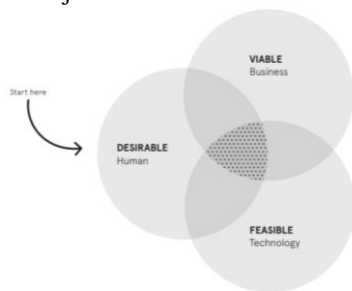
**E. Pendekatan Human Centered Design**

Perancangan ini menggunakan pendekatan *Human Centered Design* dengan tujuan melakukan pendekatan yang terpusat pada manusia dan dapat meningkatkan taraf hidup. Pada akhirnya pendekatan ini akan menghasilkan kreativitas dengan inovasi tinggi dan kepercayaan diri untuk menjawab solusi permasalahan. Fase *Human Centered Design* terdiri dari tiga bagian yaitu inspirasi, ide dan implementasi (Ideo 11) [5].



Gambar 1. Pemahaman proses *Human Centered Design*  
Sumber: Ideo (2015, p. 11)

Pendekatan ini berawal dari *human (desirable)* yang berdampak pada *viable (business)* dan *feasible (technology)*. Oleh karena itu sangat penting untuk merancang solusi yang sukses dan berkelanjutan.



Gambar 2. Dampak nyata *Human Centered Design*  
Sumber: Ideo (2015, p. 14)

*Human Centered Design* memiliki 5 aspek dalam *empathy map* yaitu *see, hear, think and feel, customer pains, say and do*. *See* artinya menciptakan persona berdasarkan apa yang dirasakan oleh indra pengelihat. *Hear* artinya berhubungan dengan konten audio untuk menginggalkan kesan. *Think and feel* artinya mengetahui bagaimana pelanggan merespon produk atau layanan tersebut. *Say and do* artinya berhubungan dengan tingkat kenyamanan untuk terus mendengarkan dan meningkatkan hasil. *Customer pains* artinya mengacu pada kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi [6].

**F. Interior Branding**

Bentuk *brand identity* yang utama adalah logo beserta GSM (*Graphic Standard Manual*) yang terdiri dari [7]:

- 1) **Warna**  
Warna disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan. Biasanya menggunakan gabungan antara warna netral dan *focal point* agar dapat menarik secara *visual*.
- 2) **Font**  
Penerapan font bisa menggunakan 2 jenis *font*. Pemilihan jenis *font* disesuaikan dengan kebutuhan dan pertimbangan lainnya karena dapat memberikan kesan tersendiri.
- 3) **Image Style**  
*Image style* berguna untuk menimbulkan kesan *parametric design* sehingga lebih fokus pada *main object* yang akan digunakan disemua desain sebagai *focal point*.
- 4) **Pattern**  
*Pattern* ini berasal dari objek yang telah di *edit* dan di *blend* dengan *pattern* kayu sehingga menghasilkan objek baru yang lebih menarik secara *focal point*. Penggunaan *pattern* kayu disesuaikan dengan *identity* perusahaan yaitu kayu.

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Konsep Locana Wood**

Konsep pada perancangan ini berfokus untuk menjawab permasalahan *function, form, economy* dan *time* melalui pendekatan *Human Centered Design*. Pendekatan ini berbasis manusia berdasarkan aktivitas pengguna dengan memperhatikan beberapa aspek melalui metode *emphaty map* yaitu *see, hear, think and feel, say and do*. Oleh karena itu konsep perancangan ini berjudul "*Locana Wood*" yang terdiri dari dua pengertian yaitu *Localism* dan *Naturalism*. Berikut deskripsi penjelasan dari masing-masing makna konsep dan teori dalam hal *function, form, economy* dan *time*.

Tabel 6.1. Tabel Konsep Desain

Function	
Localism	Naturalism
<p><i>User</i> Masyarakat merasakan tradisi kesetempatan berupa pemikiran, sistem, falsafah hidup dan nilai yang terkandung didalamnya. Pemikiran dasar masyarakat bahwa limbah akar kayu memiliki "added value", lokalitas unsur alam, keberlanjutan material dan dampak hubungan sesama.</p>	<p><i>User</i> Pengguna dapat <i>homy</i>, terbuka dan dapat bersosialisasi dengan semua orang sehingga dapat meningkatkan interaksi sosial.</p>
<p>Aktivitas Memberikan pengetahuan dan potensi lokalitas setempat sesuai dengan kearifan lokal masyarakat setempat. Contohnya: Bentuk mengakomodasi ciri khas dari bangunan <i>existing</i> pada area kerja (<i>workshop</i>) para pengrajin yang memiliki karakteristik atap pendapa.</p>	<p>Aktivitas  <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Memanusiasiakan Manusia" adalah membentuk arsitektur untuk manusia atau melayani manusia. Misalnya mengoptimalkan unsur pendukung alam sebagai elemen desain seperti air, udara, suara dan sebagainya.</li> <li>• Mengajarkan potensi <i>soft skill</i> dan <i>hard skill</i> kepada</li> </ul> </p>

	masyarakat → secara interaktif, edukatif dan komunikatif.
<i>Form</i>	
<p><i>Space</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Material alami dan ekspos untuk meningkatkan lokalitas nusantara.</li> <li>Adanya kombinasi material buatan (fabrikasi) pada beberapa elemen pembentuk ruang.</li> <li>Memperhatikan konstruksi dan struktur masa lalu untuk menciptakan kreasi baru.</li> <li>Berkesinambungan antar energi-ruang sedangkan berkelanjutan adalah antargenerasi → dari segi nilai, sosial, ekonomi, lingkungan dan budaya (<i>culturally sustainable</i>).</li> </ul>	<p><i>Space</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengoptimalkan pencahayaan dan penghawaan alami melalui bukaan / ventilasi → mempertimbangkan arah edar matahari dan udara.</li> <li>Mengutamakan kesederhanaan dalam fungsionalitas (<i>form-follow-fuction</i>).</li> <li>Menyelaraskan desain dengan hukum alam → teknik penyambungan dan pemakaian bahan.</li> <li>Adanya keselarasan dan keserasian ruang dengan menerima alam sebagai faktor utama (warna natural).</li> </ul>
<p><b>Produk</b></p> <p>Menggunakan lokalitas produk baik dari segi material maupun teknologi → adanya keselarasan / ikatan antara bentuk dan nilai produk dengan desain yang akan dibuat.</p>	<p><b>Produk</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><i>Zero waste</i> → limbah akar kayu diolah kembali menjadi produk interior sehingga memiliki “<i>added value</i>”.</li> <li>Jenis Kayu → kayu jati, trembesi, suar</li> <li>Warna → <i>warm</i> dan natural</li> <li>Kualitas → kuat, awet dan estetis.</li> </ul> <p>“Desain interior disesuaikan dengan bentuk produk yang lebih fungsional dan memperhatikan desain <i>custome</i>.”</p>
<i>Economy</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Meminimalkan <i>budget</i> dan menggunakan material terjangkau.</li> <li><i>Maintenance</i> mudah.</li> <li>Desain menggunakan material aman, ramah lingkungan, terjangkau dan tahan lama.</li> </ul>	
<i>Time</i>	
Desain yang <i>universal</i> , inovatif, kreatif dan <i>sustainable</i> .	

**B. Tema dan Karakter Perancangan**

Bentuk bangunan terdiri dari 4 bangunan utama dan 2 bangunan penunjang. Bentuk interior dan arsitek bangunan memaksimalkan tapak sirkulasi yang ada dengan material *unfinished* / ekspos sesuai gaya desain *form, follow, function*. Selain itu karakter lokalitas dapat dilihat dari hasil akomodasi ciri khas dari bangunan *existing* pada area kerja (*workshop*) para pengrajin yang memiliki karakteristik pendapa.



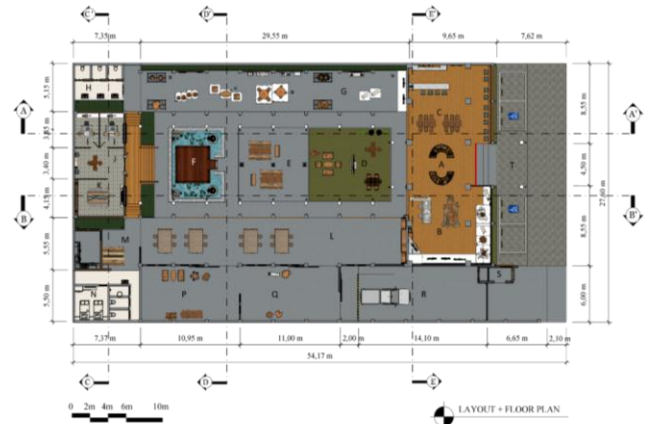
Gambar 3. *Workshop existing* para pengrajin

**C. Implementasi Gambar Kerja**

1) *Layout + Pola Lantai*

*Layout* pada perancangan ini dibuat dengan bentuk geometris yang dapat memberikan keteraturan pada organisasi ruang sehingga lebih terfokus pada penjualan

produk. Penambahan elemen interior bentuk lengkung pada area *foyer* digunakan sebagai aksentuasi bentuk dari produk jual. Selain itu penggunaan material *finishing* pada lantai menggunakan bahan *waterbase eco-friendly* sehingga aman untuk kesehatan dalam jangka waktu yang lama.



Gambar 4. Rencana desain akhir *layout + pola lantai*

2) *Sirkulasi*

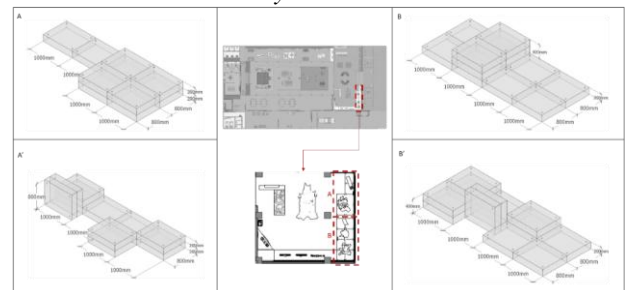
Alur sirkulasi yang diterapkan disesuaikan dengan pola aktivitas kerja agar tetap terarah. Pada perancangan terbagi menjadi empat bagian yaitu sirkulasi pengunjung, karyawan, pengrajin dan produksi barang.



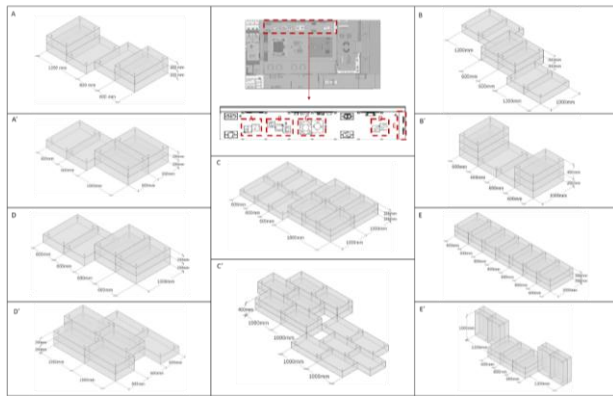
Gambar 5. Rencana desain akhir sirkulasi

3) *Adjustable Modular Product*

*Adjustable Modular Product* merupakan sebuah sistem *moveable* digunakan untuk alas produk jual. Dimensi *modular* terbagi menjadi dua jenis untuk area galeri 1000 x 1200 cm dan area *lobby* 1000 x 1000 cm.



Gambar 6. Rencana *adjustable modular* pada *Lobby Area*



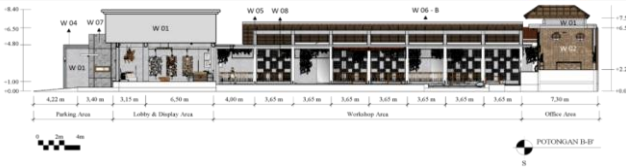
Gambar 7. Rencana *adjustable modular* pada Galeri Furniture Indoor

4) Potongan

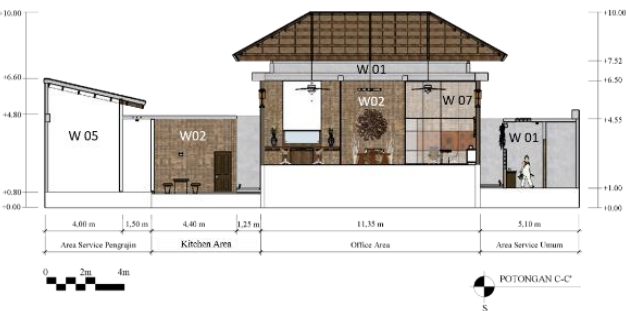
Tampak potongan perancangan bersifat *open* dengan memaksimalkan pencahayaan dan penghawaan alami seperti penggunaan material *wiremesh* dan *rooster wall* berbentuk kawung. Tanaman gantung sirih gading juga digunakan untuk mengurangi bahaya polutan sehingga debu tidak tertahan dalam ruangan.



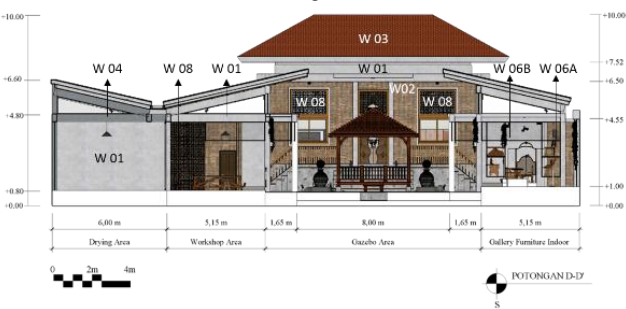
Gambar 8. Potongan desain akhir A



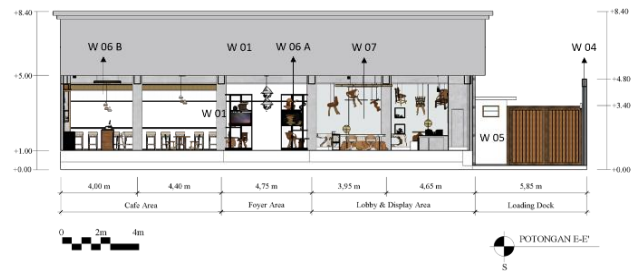
Gambar 9. Potongan desain akhir B



Gambar 10. Potongan desain akhir C



Gambar 11. Potongan desain akhir D



Gambar 12. Potongan desain akhir E

5) Rencana Plafon

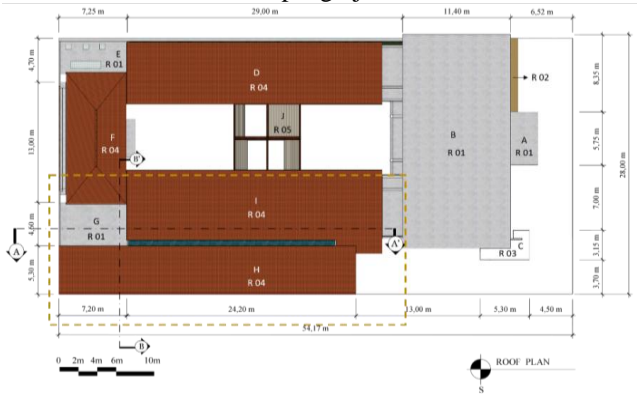
Pemakaian material ekspos rangka atap kayu diterapkan pada area kantor, gazebo, *workshop* pengrajin, *warehouse area* dan *drying area*. Sedangkan pada area galeri dan *lobby display* menggunakan material beton *unfinish* agar konstruksi pada plafon tetap kuat untuk menggantung beberapa *furniture*. Selain itu material *glass block* juga diterapkan pada plafon area *service* sehingga pencahayaan alami dapat masuk kedalam ruangan.



Gambar 13. Rencana desain akhir plafon

6) Rencana Atap

Perancangan desain atap terdiri dari empat bangunan utama dan dua bangunan penunjang. Bangunan utama terdiri dari area *lobby-display*, galeri, *workshop* pengrajin dan kantor sedangkan bangunan penunjang yaitu area *service* untuk umum dan pengrajin.

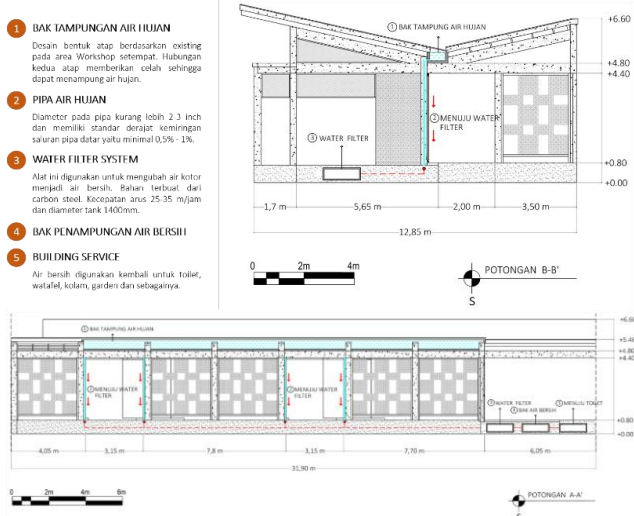


Gambar 14. Rencana desain akhir atap

7) *Building Service*

Pada permukaan atap area *workshop* pengrajin memiliki sistem *rainwater harvesting* untuk menampung air hujan dan keberlanjutan *sustainability*. *Rainwater harvesting*

yang terdiri dari tiga komponen dasar yaitu *catchment* (penangkap air hujan diantara permukaan atap *workshop* dan *warehouse / drying area*), *delivery system* (saluran pipa menuju *water filter*), dan *storage reservoir* (bak / kolam). Diameter pada pipa kurang lebih 2-3 inch dan memiliki standar derajat kemiringan saluran pipa datar yaitu minimal 0,5% - 1%. Sedangkan *Water filter* ini digunakan untuk mengubah air kotor menjadi air bersih dengan bahan yang terbuat dari *carbon steel*.



Gambar 15. Rencana desain akhir *building service*

8) *Main Entrance*

*Window display* pada *main entrance* menggunakan material kaca transparan dan *signage* menggunakan material limbah akar kayu dengan penulisan *gold metall* sehingga *eye catching*.



Gambar 16. Rencana desain akhir *main entrance*



Gambar 17. Prespektif akhir *main entrance*

D. Implementasi Prespektif

1) *Area Lobby Display dan Foyer*

Penataan produk *display* pada area *lobby* ini dikategorikan sesuai dengan jenisnya. Produk kursi dipamerkan dengan cara digantung, produk partisi dipamerkan dengan sistem *revolve* dan *hanging* serta produk meja dipamerkan pada alas *adjustable modular product*. Sedangkan elemen interior pada area *foyer* berbentuk lengkung seperti rak susun guna memamerkan *display product*. Bahan yang digunakan terbuat dari pipa besi *hollow* sehingga memiliki konstruksi yang kuat untuk menahan beban *furniture*.



Gambar 18. Prespektif *Lobby Display Area*



Gambar 19. Prespektif *Foyer Area*

2) *Area Café*

Area kafe bersifat *open* sehingga pencahayaan dan penghawaan secara alami dapat maksimal masuk kedalam ruangan. Penambahan *spot light* dan *decoration lighting* digunakan untuk menambahkan suasana ruang.



Gambar 20. Prespektif *Cafe Area*

3) *Galeri Furniture Indoor dan Outdoor*

Pada galeri *furniture indoor* pemasangan *product display* dilakukan dengan tiga cara yaitu digantung / *hanging* pada plafon, diletakkan pada alas dengan sistem *adjustable modular* dan dikaitkan pada dinding besi *wiremesh*. *Signage* pada dinding besi *wiremesh*

menggunakan papan kayu dengan sistem modular agar memudahkan pergantian nama. Besi *wiremesh* bersifat *adjustable* sehingga produk dapat dikaitkan dan disesuaikan berdasarkan dimensinya. Tipe *wiremesh* yang digunakan yaitu M10 yang dapat menahan beban hingga 97 kg sedangkan rangka menggunakan pipa *hollow* besi berwarna hitam dengan ukuran 40x40 mm. Pencahayaan pada area ini menggunakan *track lighting* dengan sistem *wireless* yang dapat diputar 360° dan memiliki sudut penyinaran antara 12-60° sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan arah pencahayaan. Pencahayaan dan penghawaan alami juga dapat masuk secara optimal kedalam ruangan karena bersifat *open*.



Gambar 21. Prespektif Galeri Furniture Indoor



Gambar 22. Prespektif Galeri Furniture Outdoor

Pada galeri *furniture outdoor* penataan *product display* dikategorikan dalam satu *set furniture* seperti *dining set / work set*. Pencahayaan buatan yang digunakan menggunakan *spot light wireless - waterproof technology* untuk menerangi kolom struktural bangunan dan *product display* serta *wall lamp* untuk menerangi area koridor.

#### 4) Area Gazebo

Kegunaan gazebo ini sebagai tempat beristirahat, bersantai, bercengkrama dan menghabiskan waktu bersama. Rangka atap kayu juga terekspos dengan penambahan lampu gantung model jawa dibagian tengah sebagai unsur lokalitas.



Gambar 23. Prespektif Office Main Entrance

#### 5) Office Area

Pada area ini terdiri dari tiga ruangan yaitu ruang kerja, ruang tunggu dan ruang konsultasi. Ruangan ini dipisahkan menggunakan *tempered glass* dengan penambahan *sticker* bermotif kayu dibagian tengah. Hal ini mampu membatasi visual luar namun menciptakan privasi. Pencahayaan buatan menggunakan *hidden lamp LED warm white* untuk menyinari rangka atap kayu dan *decoration lighting* multitinggung untuk pencahayaan sekaligus penghawaan. Pada bagian rangka atap dan dak beton terdapat celah agar udara alami dapat masuk kedalam ruangan. Selain itu penggunaan material *rooster wall* berbentuk kawung juga dapat membantu masuknya pencahayaan dan penghawaan alami.



Gambar 24. Prespektif Office Area

#### 6) Area Kerja Pengrajin

Pada area ini terdiri dari *workshop, drying, warehouse, loading dock* dan *service area*. Pada *Workshop* ini terbagi menjadi lima bagian zona dengan pendekatan *Human Centered Design* untuk mempermudah pekerjaan. Rangka atap kayu pada area *workshop, drying, warehouse* diekspos secara keseluruhan menggunakan lampu *spotlight*. Penggunaan material *rooster wall* dan besi *wiremesh* berguna untuk sirkulasi udara sehingga debu tidak terperangkap dalam ruangan.



Gambar 25. Prespektif Area *Workshop* (a), *Drying* dan *Warehouse* (b)

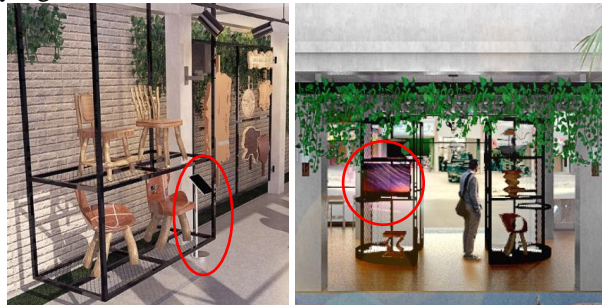


Gambar 26. Prespektif *Service Area* (A) dan *Loading Dock* (B)

E. Penerapan Interior Branding pada Desain

1) Digital Branding

Penerapan ini memanfaatkan teknologi informasi sebagai media utama melalui *website* dan *sosial media*. Penggunaan media *touchscreen* juga digunakan untuk menjelaskan *history* visi dan misi perusahaan. Selain itu, pengunjung dapat memilih dan mencari produk secara langsung sehingga memperoleh informasi dan penjelasan yang dibutuhkan.



Gambar 27. Penerapan *digital branding*

2) Logo Brand Identity

Penempatan logo *brand identity* terdapat pada area *main entrance* dan *office area*. Logo dengan huruf “*LW*” merupakan singkatan dari konsep desain yaitu *Localisme Wood*.



Gambar 28. Logo *brand identity* perusahaan

3) Tampilan Visual Desain pada Ruang

Bentuk ruang secara keseluruhan memiliki bentuk geometris. Sedangkan bentuk atap pada beberapa area mengakomodasi ciri khas dari bangunan *existing* pada area *workshop* pengrajin yang memiliki karakteristik model atap pendapa. Penggunaan warna dan material alam memberikan kesan hangat dalam ruang. Selain itu material limbah kayu lokal juga diterapkan pada bahan interior bangunan untuk meningkatkan lokalitas.



Gambar 29. Tampilan *interior branding* pada ruangan

F. Penerapan Human Centered Design pada Desain

1) Perancangan Area Workshop untuk Para Pengrajin

- *Workshop* ini terbagi lima bagian zona kerja dengan pendekatan *Human Centered Design* untuk mempermudah pekerjaan.
- Alur ruang proses produksi barang disesuaikan dengan pola aktivitas para pengrajin.
- Suasana interior dari segi pencahayaan, penghawaan, penggunaan rangka atap kayu dan unsur pendukung lainnya berdasarkan *existing* bangunan.

2) Penerapan Nilai Edukatif, Rekreatif, Interaktif untuk Para Pengunjung

- Nilai edukasi melalui fasilitas area *workshop*. Pengunjung mendapatkan pengetahuan dan pengalaman secara langsung.
- Nilai kreatif melalui perancangan desain interior yang menarik dan unik dengan cara penataan *product display*, penggunaan *adjustable modular* pada alas, dan *adjustable display* pada elemen dinding *wiremesh*.
- Nilai interaktif dapat memberikan pengalaman melalui *experiment* serta adanya penambahan teknologi untuk menyampaikan berberapa informasi.

G. Implementasi Akhir

Pada perancangan ini menghasilkan implementasi akhir diantaranya sebagai berikut:

- 1) Laporan Perancangan
- 2) Jurnal Perancangan
- 3) Buku *portfolio*

Dokumentasi buku ini berukuran A3 yang meliputi perkembangan suatu proses perancangan berupa hasil karya yang lebih menarik.



Gambar 30. Buku *portfolio* desain

4) *Presentation Board*

*Presentation Board* merupakan salah satu alat presentasi sebagai media aplikasi desain berisi konsep desain, lokasi perancangan, permasalahan dan solusi hingga hasil aplikasi desain pada tahap akhir.



Gambar 31. *Presentation Board*

5) *Maket Presentasi*

Maket 3D yang telah dibuat memiliki skala 1:50. Maket ini digunakan untuk mempresentasikan rancangan *final* yang ditujukan bagi klien guna menarik perhatian.



Gambar 32. Maket presentasi

6) *Material Presentasi*

Material presentasi bertujuan untuk menjelaskan beberapa jenis material yang akan digunakan pada perancangan desain.



Gambar 33. Material presentasi

7) *Brosur*

Brosur dibuat sebagai alat untuk promosi yang berisi beberapa informasi terkait dengan perancangan desain dan produk yang akan dijual.



Gambar 34. Media brosur

8) *X Banner*

Tujuan dari *x banner* adalah untuk menarik perhatian dan memamerkan hasil produk dari perancangan desain. *X banner* ini memiliki ukuran 1600 x 600 mm.



Gambar 35. Media *x banner*

V. KESIMPULAN

Melalui Perancangan Interior Sentra Galeri dan *Workshop* Kerajinan Kayu di Blora, Jawa Tengah diharapkan mampu menjawab persoalan yang ada yaitu:

- 1) Perancangan Interior Sentra Galeri dan *Workshop* berdasarkan kebutuhan aktivitas produksi maupun pengunjung dapat terpenuhi dengan pendekatan *Human Centered Design* dan terwujud melalui fasilitas ruang yang disediakan. Pendekatan berbasis manusia ini berdasarkan aktivitas pengguna dengan memperhatikan beberapa aspek melalui metode *emphaty map* yaitu *see, hear, think and feel, say and do*.

- 2) Perancangan ini dapat memberikan nilai edukasi, rekreatif dan interaktif bagi masyarakat.
- 3) Perancangan Interior Sentra Galeri dan *Workshop* menerapkan konsep *Locana Wood* yang terdiri dari dua makna yaitu *Localism* dan *Naturalism*. Konsep *Localisme* diaplikasikan melalui penggunaan material limbah kayu lokal pada bahan interior bangunan (objek) dan sumber daya manusia yang digunakan berasal dari pengrajin lokal (subjek). Material lokalitas berupa kayu limbah diwujudkan terhadap perancangan *interior branding* menjadi desain pada *signage*, warna, material, logo, bentuk, *layout* dan elemen desain ruang lainnya untuk membentuk suasana ruang. Sedangkan konsep *Naturalism* yaitu mengoptimalkan unsur alam (air, udara, tanah dan logam). Air dihadirkan melalui adanya kolam dan udara melalui pencahayaan serta penghawaan secara optimal. Unsur tanah melalui adanya penggunaan tanaman, beton dan batu. Sedangkan unsur logam diwujudkan dengan penggunaan besi *wiremesh*.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih atas berkat Tuhan Yesus Kristus sehingga dapat menyelesaikan jurnal dengan baik. Penulis juga berterimakasih kepada para pengrajin perusahaan limbah akar kayu di kawasan Blora Jawa Tengah, khususnya kepada Perusahaan UD Purba Jati Furniture, CV. Kampung Jati – Village Teak dan CV Mustika Tambakjaya, yang telah memberikan berbagai informasi tentang proses produksi limbah akar kayu menjadi barang yang memiliki nilai lebih. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Sherly de Yong, S.Sn., M.T., selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Lucky Basuki S.E., M.H., HDII., selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membimbing, memberikan saran dan pengetahuan selama proses pembuatan tugas akhir dengan judul Perancangan Interior Sentra Galeri dan *Workshop* Kerajinan Kayu di Blora, Jawa Tengah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] “Melihat Pusat Kerajinan Bonggol Jati di Blora”. *Berita Bojonegoro*. 2017. 20 September 2017. <<https://beritabojonegoro.com/read/12682-melihat-pusat-kerajinan-bonggol-jati-di-blora.html>>
- [2] Wilkening, Fritz. *Tata Ruang*. Yogyakarta: Kanisius, 1990.
- [3] Chiara, Joseph De, and John Handcock Callender. *Time Server Standards for Building Types*. USA: McGraw-Hill Companies Inc, 1973.
- [4] Neufert, Ernst. *Data Arsitek Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- [5] Ideo.org. *The Field Guide to Human-Centered Design 1 st Edition*. Canada: Design Kit, 2015.
- [6] “Customer Profiling Using the Emphaty Map”. *Cleverism Website*. 2019. 19 Maret 2015. <<https://www.cleverism.com/customer-profiling-using-empathy-map/>>
- [7] Bryan, Christopher, I Nengah Sudika dan Hendro Aryanto. “Perancangan Branding Perusahaan 7coffeeday”. *Jurnal DKV*: p. 4. 27 Juni 2019.