

PERANCANGAN PROYEK BUTIK LA BELLE DI SURABAYA DENGAN PENDEKATAN *SENSE OF PLACE* OLEH NOOVEAU INTERIOR ARCHITECTURE CONSULTANT

Michelle Soeharto^{a/}, Maureen Nuradhi^{b/}, Melania Rahadiyanti^{c/}
^{a/b.c/}Arsitektur Interior, Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia
Alamat email untuk surat menyurat: msoeharto@student.ciputra.ac.id^{a/},
maureen.nuradhi@ciputra.ac.id^{b/}, melania.rahadiyanti@ciputra.ac.id^{c/}

ABSTRACT

The development in the economic sector led to an increase in the development sector, both commercial, residential and other areas. Architecture interior design in commercial areas is one of the important factors that can form a positive image for visitors. With a positive image, it will provide benefits for the company where the image will be related to the level of visitors that make commercial areas have high selling points. Seeing this opportunity, the author decided to open an business in architecture interior design consultant that was needed on commercial projects, that focused on the psychological conditions of the people supported. With that, the concept of "sense of place" that the writer wants to be designed will be made by making the element interior architectural design as a visual sign of the dressing room will be transferred into a form that can stimulate or get attention and comfort of visitors. The first project taken by Nooveau Interior Architecture Consultant, soon became the final project, a boutique named Galilea in Surabaya. Problems that are answered with the Diamond concept that are oriented to the sense of place of buildings and spaces. The design concept answers several problems that exist with proper spatial planning and circulation and elegant exterior and interior design with a sense of place.

Keywords: *Architecture, Commercial, Interior, Psychology, Sense of Place*

ABSTRAK

Perkembangan yang terjadi pada sektor ekonomi menyebabkan peningkatan pada sektor pembangunan, baik area komersial, residensial, dan lainnya. Desain interior arsitektur pada area komersial merupakan salah satu faktor penting yang dapat membentuk citra positif bagi orang di dalamnya. Dengan citra yang positif, maka akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dimana citra berkaitan erat dengan sikap pengunjung yang tentunya membuat area komersial tersebut memiliki nilai jual yang tinggi. Melihat peluang ini penulis memutuskan untuk membuka usaha jasa konsultan desain interior arsitektur yang berfokus pada proyek komersial yang mempengaruhi kondisi psikologis manusia di dalamnya. Dengan itu, konsep "*sense of place*" yang ingin dirancang oleh penulis akan diungkapkan melalui cara penyusunan unsur-unsur desain interior arsitektur sebagai tanda visual ungkapan ruang yang akan ditransfer menjadi wujud yang dapat menstimuli atau merangsang perhatian dan kepribadian pengunjung. Proyek pertama yang diambil oleh Nooveau Interior Architecture Consultant sekaligus menjadi proyek tugas akhir yaitu sebuah butik bernama Galilea Fashion di Kota Surabaya.. Permasalahan yang ada dijawab dengan konsep *Diamond* yang beraspek kepada *sense of place* bangunan dan ruang. Konsep desain ini menjawab beberapa permasalahan yang ada yaitu dengan penataan ruang dan sirkulasi yang tepat serta desain eksterior maupun interior yang elegan dengan pendekatan *sense of place*.

Kata Kunci: *Komersial, Interior, Arsitektur, Psikologis, Sense of Place*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Galilea Fashion merupakan sebuah toko baju yang berlokasi di kota Surabaya tepatnya di Jalan Raya Mulyosari nomor 208, 208A, 208B, Jawa Timur. Toko baju ini berdiri pada 3 bangunan ruko 2 lantai dengan total lebar 29 m dengan panjang 47 m termasuk lahan parkir. Bangunan ini memiliki tampilan yang kurang menarik mulai dari fasad bangunan hingga interior ruangan. Hal ini dirasakan oleh pemilik, staff maupun pengunjung karena sekat yang membagi ketiga bangunan tersebut, sehingga apabila Galilea Fashion ingin melakukan *rebranding* terhadap usaha sebelumnya menjadi butik, maka akan berdampak pada kenyamanan dan tata letak *display* karena bentuk ruangan yang memanjang dan sempit. Karena itulah, toko baju Galilea Fashion yang akan diganti menjadi butik La Belle memerlukan pembaruan desain terhadap bidang eksterior maupun interior agar memiliki penampilan dan tata ruang yang lebih baik. *Display* barang yang kurang terorganisir dan sesak membuat pengunjung kurang nyaman dan area sirkulasi antara karyawan dan pengunjung masih menjadi satu sehingga mengganggu aktivitas dan kenyamanan. Berikut terdapat beberapa keinginan pemilik butik La Belle untuk redesain yang akan dirancang antara lain :

1. Menggabungkan ketiga ruko menjadi satu untuk didesain menjadi butik pada lantai 1, lantai 2 digunakan sebagai privasi dan tidak termasuk dalam perancangan
2. Area tangga ingin dihilangkan dan hanya

satu saja akses naik ke lantai 2 pada bagian kiri belakang bangunan.

3. Tampilan toko yang elegan, menarik serta memiliki kesan yang melekat dengan pengunjung maupun penghuni.
4. Menginginkan pengaturan sirkulasi keluar masuk gudang yang tepat agar tidak mengganggu area *display*.
5. Memiliki akses masuk yang lebar sehingga memberikan kesan mewah.
6. Menginginkan penataan *display* yang menarik
7. Menginginkan pembagian area *display* dan area kerja agar lebih tertata.
8. Ruang yang dibutuhkan adalah *fitting room*, ruang tukang permak dan pasang monte, ruang pemilik, toilet *staff* dan toilet pengunjung, kamar *office boy*, *storage* dan *pantry*.

Oleh karena itu perancangan butik La Belle perlu diadakan untuk mengatasi permasalahan dan kebutuhan yang ada.

Rumusan Masalah

Permasalahan yang diambil dari latar belakang butik ini yaitu bagaimana redesain sebuah butik agar penataan ruang dan sirkulasi yang tepat serta desain eksterior maupun interior yang elegan dengan pendekatan *sense of place*.

Tujuan Perancangan

Tujuan yang ingin dicapai dalam proses perancangan yaitu menghasilkan gaya karakter desain yang memiliki tampilan eksterior maupun

interior yang menarik serta penataan ruang dan sirkulasi yang tepat agar dapat meningkatkan kenyamanan berbelanja pada calon pengantin/pengunjung.

Data Proyek

Nama Pemilik : Wenny Panto
Nama Perusahaan : La Belle
Jenis Proyek : Komersial
Bidang usaha : Toko ritel (butik gaun pengantin dan baju pesta)
Alamat Proyek : Jalan Raya Mulyosari no 208, 208A, 208B, Surabaya
Spesifikasi lahan proyek :
Luas Tanah : 1300 m²
Luas Bangunan : 670 m²

Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan butik La Belle akan dibahas oleh penulis mulai dari tahap observasi, analisa tapak luar dan dalam, pembuatan alternatif konsep hingga pembuatan konsep final disertai dengan presentasi dan gambar teknik. Perancangan butik La Belle ini hanya akan dilakukan pada lantai 1 dari ketiga bangunan ruko Galilea Fashion. Pada lantai 2 merupakan area privasi pemilik yang ditinggali oleh pemilik beserta keluarganya.

Tata Cara dan Ketentuan Kebutuhan isi Ruang serta keinginan Ambience Ruang

a. Area kantor yang disesuaikan dengan

kondisi tapak dan standar literatur dengan suasana yang nyaman dan mendukung produktivitas kerja.

- b. Area *display* yang dengan *ambience* yang menarik dan elegan dengan penataan produk yang rapi.
- c. Perbedaan sirkulasi antara pengunjung dengan karyawan dan area *loading*.
- d. Keterikatan yang dirasakan penghuni dan tempat dengan konsep *sense of place*.

Data Pengguna

Berikut adalah pengguna dari butik La Belle yang termasuk dalam proses perancangan agar disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi yang ada :

1. Pekerja butik La Belle, terdiri dari :
 - Pemilik
 - *Staff* penjaga butik
 - Tukang permak
 - Tukang pasang monte
 - Satpam
 - *Office boy*
- 2.. *Customer* butik La Belle

LITERATUR

Pengertian Butik

Menurut istilah mode, butik adalah busana eksklusif yang dijahit halus dan tidak diproduksi massal.

Organisasi Ruang

Menurut Ching (2007) terdapat 5 tipe organisasi ruang antara lain sebagai berikut :

1. *Centralized* (Terpusat) : Komposisi terpusat

dan stabil yang terdiri dari sejumlah ruang sekunder, dikelompokkan mengelilingi sebuah ruang pusat yang luas dan dominan.

2. *Linear* : Terdiri dari sederetan ruang. Ruang-ruang ini dapat berhubungan secara langsung satu dengan lainnya atau dihubungkan melalui ruang linier yang berbeda dan terpisah.
3. *Radial* : Memadukan unsur organisasi terpusat dan linier. Organisasi ini terdiri dari ruang pusat yang dominan di mana sejumlah organisasi linier berkembang menurut arah jari-jarinya.
4. *Clustered* : Mempertimbangkan bentuk fisik dalam menghubungkan satu ruang terhadap ruang lainnya. Biasanya terdiri dari sederet ruang yang berulang dan memiliki fungsi sejenis.
5. *Grid* : Terdiri dari bentuk-bentuk dan ruang-ruang yang posisinya diatur oleh pola *grid* tiga dimensi. Sebuah *grid* diciptakan oleh dua pasang garis sejajar yang tegak lurus yang membentuk sebuah pola teratur pada titik pertemuannya.

Sense of place

Najafi dan Mina (2011) menjelaskan bahwa *sense of place* memiliki karakter fisik dan sosialnya. Najafi (2014) menyebutkan karakter fisik dari suatu lingkungan tidak hanya membentuk setting fisik atau *layout* sebuah ruang tetapi juga berkontribusi dalam memberikan makna pada tempat. Dengan kondisi suatu tempat mudah dikenali dan memiliki karakteristik khusus

beserta kepuasan pengunjung dapat menjadi faktor yang berpengaruh terutama dalam membentuk hubungan antara pengunjung dengan suatu tempat. (Hashemneshad,etal., 2013).

Berikut ada beberapa faktor pembentuk *sense of place* (Jorgensen dan Stedman, 2001), yakni:

1. Identitas : Identitas disini dibagi menjadi 2 pengertian, yang pertama identitas dari pengguna ruang yaitu latar belakang dan juga sebab dari penghuni di dalam ruang menghuni tempat tersebut memiliki apa tujuan dari pengguna ruang. Selain itu bagaimana ia dapat menghuni atau berkunjung ke tempat tersebut. Hal lain yang ada dalam faktor ini adalah termasuk di kalangan mereka berasal, termasuk ras dan agama. Yang kedua adalah identitas dari tempat itu sendiri.
2. Kesenangan dan Kenyamanan : Seseorang yang merasa senang dan nyaman dalam ruang sangat berpotensi untuk lebih lama di dalam ruang. Dalam hal ini sangat berpengaruh positif terutama pada area komersial karena akan meningkatkan daya jual.
3. Keindahan : Indah yang dimaksud yaitu memiliki suasana dan pengaplikasian elemen yang sesuai dan tidak berlebihan. Selain itu, keindahan ini juga tidak mengganggu berjalannya aktivitas di dalam ruang.
4. Memori dan Fantasi : Dengan menciptakan memori tersendiri di dalam ruang dengan desain yang dibuat, maka secara tidak langsung pengguna akan lebih mudah

mengingat suatu tempat tanpa harus berpikir panjang.

Menurut J.J. Boerebach (2012) beberapa komponen yang mempengaruhi kelima indera manusia :

1. Indera Penglihatan : Merupakan tampilan visual yang dikarenakan adanya nilai estetika menurut seseorang.

a. Ukuran : Dari dimensi ruang serta ukuran penggunaan furnitur dan segala aspek yang digunakan dalam ruang sangat mempengaruhi pengguna didalamnya.

b. Keberagaman : Macam-macam barang yang akan ditempatkan dalam suatu ruang sangat berpengaruh terhadap ruangan sebab tekstur serta pewarnaan juga mempengaruhi *ambience* dalam ruang.

c. Dekorasi : Penambahan dekorasi dalam ruang memberikan kesan yang dapat membedakan ciri khas dari suatu ruang.

d. Warna : Warna memiliki pengaruh yang besar bagi kesan yang ditimbulkan sebuah toko ritel (H. Bastow dkk, 1991). Pengaruh yang ditimbulkan oleh pemilihan warna berupa terbentuknya suasana dalam ruang yang diaplikasikan melalui elemen dinding. Pada toko ritel kombinasi warna yang tidak tepat akan mempengaruhi berjalannya toko ritel tersebut.

2. Indera Pendengaran

a. Suara : Pemutaran musik pada ruang

yang disesuaikan dengan kebutuhan serta alunan musik yang mendukung. Musik juga dapat meningkatkan dopamine untuk penghuni di dalamnya.

3. Indera Penciuman

a. Aroma : Citra dari sebuah tempat memiliki aroma yang berbeda-beda dan dapat membuat seseorang ingin berada di tempat tersebut. Aroma yang nyaman dapat berasal dari wewangian alami maupun buatan yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan ruang maupun bangunan. Bisa juga didefinisikan sebagai suatu aroma atau odor yang khas dapat membangkitkan emosi dan juga memori pada seseorang.

4. Indera Peraba

a. Tekstur : Tekstur memiliki peranan besar terhadap rancangan interior yang dapat mempengaruhi tampilan visual dan juga pola atau alur yang dapat dirasakan oleh kulit.

b. Temperatur : Kenyamanan seseorang dalam bangunan juga dipengaruhi oleh temperatur dalam ruang, semakin banyak aktivitas dan juga barang yang ada dalam ruang maka akan membuat tekanan udara dalam ruang berkurang.

5. Indera Perasa

a. Makanan dan Minuman : Salah satu hal yang mendukung kenyamanan seseorang dalam ruang yaitu adanya dukungan pemanis lidah yang dapat memiliki nilai plus dalam sebuah ruangan.

METODE

1. Observasi

Penulis melakukan kegiatan survey pada lokasi proyek yang akan didesain untuk mendapatkan data proyek dan juga mulai mencari beberapa referensi tentang proyek yang akan dirancang. Kegiatan pengamatan proyek telah dilakukan penulis pada akhir tahun 2018 disusul dengan data-data tambahan pada saat fase observasi dilakukan.

2. Wawancara

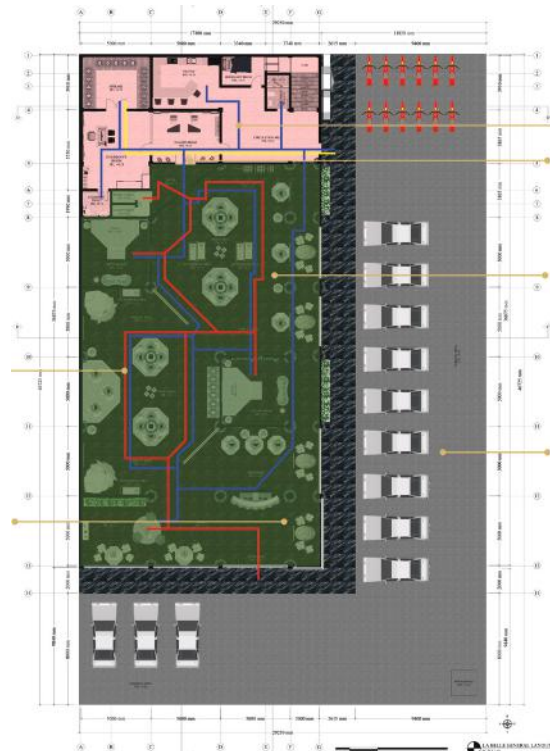
Penulis melakukan wawancara baik lisan maupun tulisan yang terkait dengan proyek yang akan dirancang. Wawancara yang dilakukan menghasilkan informasi non fisik tentang kebutuhan dan keinginan pemilik, sejarah butik, karakteristik, *activity schedule*, dan lain-lain. Dari hasil data non fisik yang didapat, penulis melakukan pengolahan data dan konsep yang akan diaplikasikan pada rancangan proyek.

3. Studi Pustaka

Penulis melakukan studi literatur dan standar tentang toko ritel khususnya butik sebagai acuan penulis mendesain butik La Belle.

of place. Solusi dari permasalahan ini adalah dengan menerapkan konsep yang berfokus dalam penataan ruang dan sirkulasi yang tepat serta desain eksterior dan interior yang elegan melalui pendekatan *sense of place*. *Sense of place* yang dirancang tidak hanya berupa faktor visual yang berhubungan dengan kelima indera manusia, melainkan juga seluruh aspek hubungan manusia butik La Belle baik pengunjung maupun karyawan.

Konsep Zoning, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi



Gambar 1. Konsep Zoning, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi

Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Perancangan

Berdasarkan hasil survey dan wawancara dari problem yang dimiliki oleh butik La Belle yaitu bagaimana meredesain sebuah butik agar memiliki penataan ruang dan sirkulasi yang tepat serta desain eksterior maupun interior yang elegan dengan pendekatan *sense*

Konsep *zoning*, organisasi ruang dan pola sirkulasi yang diterapkan dalam desain butik La Belle merupakan pengembangan dari hasil analisa tapak luar dan tapak dalam serta keinginan dan kebutuhan klien dengan penerapan penataan ruang dan sirkulasi yang tepat. Berikut merupakan denah hasil desain butik La Belle.

Ruang-ruang diletakkan berdasarkan beberapa pertimbangan yaitu :

- (1) Ruang yang memiliki privasi tinggi diletakkan pada bagian belakang yang juga memiliki akses pada bagian belakang agar tidak mengganggu pengguna ketika bereksplorasi di butik
- (2) Ruang yang memiliki privasi tidak terlalu tinggi diletakkan pada bagian depan seperti area *reception*, *lobby*, *waiting area* dan area *display*

Berikut merupakan skema sirkulasi yang terjadi pada butik La Belle :

- (1) Jalur yang berwarna merah merupakan jalur pengunjung dimana pengunjung dapat masuk melalui pintu depan bangunan kemudian menuju area *reception/lobby*, menuju ke dalam butik untuk eksplorasi, mencoba gaun di *fitting room*
- (2) Jalur yang berwarna biru adalah jalur *staff*, dimana *staff* memiliki akses yang bebas untuk masuk dari pintu depan dan belakang dimana pembagian area tergantung dari *job desk* masing-masing *staff*
- (3) Area *loading* pada bagian belakang dimak-

sudkan agar akses keluar masuknya mudah dan langsung menuju ke ruang *storage*. Dapat dilihat pada gambar jalur warna kuning.

Zoning pada area butik dibagi menjadi 2 yaitu :

- (1) Publik : Area ritel
- (2) Privat : Area kantor

Organisasi ruang : terbagi menjadi 2 kelompok besar dimana kotak merah adalah area kantor dan kotak hijau adalah area pengunjung.

Berdasarkan gambar, area ritel dibagi lagi menjadi beberapa kelompok yaitu *reception*, *lobby*, *waiting room*, area *display* gaun pengantin, area *heels*, area *display* baju pesta, dan area aksesoris serta *fitting room*. Pola sirkulasi yang terbentuk adalah gabungan dari pola sirkulasi *linear* dan *radial* pada area *display* yang bertujuan agar pengunjung dapat bereksplorasi lebih lama di dalam area butik. Sedangkan pola sirkulasi kantor dirancang secara *linear* sehingga lebih mudah dan terarah yang diantara lain adalah ruang pemilik, ruang penjahit dan *storage*. Perbedaan sirkulasi pengunjung, *staff*, dan *loading*. Hal ini memberikan beberapa keunggulan bagi butik La Belle antara lain :

- Pengunjung merasa nyaman tanpa ada gangguan saat bereksplorasi di area butik
- Keluar masuknya barang dari *storage* lebih terarah tanpa perlu melewati area *display*

Bagian depan dan kiri area butik dipajang *display* gaun pengantin dengan kaca yang lebar yang ber-

guna untuk menarik perhatian masyarakat yang lewat di sekitar area butik. Area *storage* diletakkan di dalam ruang pemilik dengan tujuan agar mempermudah pemilik dalam mengawasi keluar masuknya barang, dinding pembatas antara ruang pemilik dengan ruang penjahit dirancang menggunakan kaca dengan tujuan mempermudah komunikasi dan pengawasan yang lebih intensif. Ruang penjahit diberi akses pintu yang dapat berhubungan langsung dengan area butik agar mempermudah berjalannya proses pengukuran di *fitting room*. Disediakan area parkir mobil di bagian depan dengan jumlah sebanyak 3 buah dan pada bagian kiri bangunan sebanyak 10 mobil dan 12 sepeda motor. *Loading dock* diletakkan di area belakang kiri bangunan agar truk yang ingin mengambil atau menurunkan barang tidak mengganggu tampilan dari bangunan.

Konsep *Sense of Place* dan Definisi Diamond

Penerapan konsep *sense of place* ini dilatarbelakangi oleh penulis yang ingin benar-benar merancang desain butik yang memiliki kesan tersendiri bagi penghuni di dalamnya. Penghuni didalamnya tidak hanya pengunjung melainkan juga para *staff* yang bekerja di butik La Belle. Konsep ini menyangkut kelima indera manusia yaitu indera penglihatan, indera penciuman, indera pendengaran, indera peraba dan yang terakhir adalah indera pengecap. Selain itu, konsep *sense of place* juga dicapai dari bentukan dan juga hubungan antar manusia di dalam butik La Belle. Pendekatan konsep *sense of place* pada bagian indera penglihatan dan peraba akan diba-

has pada karakter gaya dan suasana ruang, dan bagian yang lain akan dibahas pada bentuk ruang dan aspek pendukung *sense of place*. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk melakukan strategi desain berupa survey yang dilakukan kepada wanita yang belum menikah, ingin menikah dan sudah menikah. Hasil survey yang didapatkan, hal yang paling diharapkan oleh calon pengantin adalah sesuatu yang terbaik untuk pernikahannya. Hal terbaik ini salah satunya adalah perhiasan yang ingin dikenakan pengantin wanita ketika melangsungkan acara pernikahan. Sehingga penulis memutuskan untuk mengambil konsep *Diamond* sebagai konsep desain butik La Belle. Untuk penjelasan yang lebih lengkap akan dijabarkan dibawah ini.

Menurut KBBI arti kata berlian adalah intan yang diasah baik-baik hingga indah kemilau cahayanya. Berlian dikenal dengan kekuatannya yang tidak mudah hancur, kelangkaannya dan juga memiliki arti yang mendalam karena berlian bersifat sepanjang masa. *Diamond* sendiri ditemukan dari batu yang bernama *Kimberlite* yang merupakan hasil dari karbon yang mengkristal. Seperti batuan beku lainnya, *diamond* telah terbentuk selama ribuan tahun oleh pembentukan kerak bumi. *Kimberlite* terletak dalam bidang aktivitas gunung berapi, pada poros vertikal yang membentang jauh di dalam bumi. Di dalam *Kimberlite* terdapat endapan yang terpisah-pisah, namun tidak semua *Kimberlite* mengandung berlian. Oleh karena itulah berlian memiliki nilai yang sangat tinggi karena kelangkaannya.

Konsep Fasad Bangunan

Desain fasad bangunan butik La Belle di desain agar memiliki tampilan yang menarik dan juga memudahkan masyarakat secara tanggap mengetahui produk yang dijual oleh butik La Belle. Bentuk fasad mengadopsi dari studi literatur yaitu *metaphor* yang mengambil bentuk berlian. Bentuk fasad memiliki model pengulangan komposisi bentuk *diamond* dengan material yang reflektif dengan tujuan untuk memperjelas konsep berlian yang berkilauan. Material yang digunakan adalah *silver alucobond aluminium composite finishing doff* yang pada pagi hari akan terlihat memantulkan cahaya yang reflektif namun cahaya akibat pantulan tidak membahayakan area sekitar karena menggunakan *finishing doff* dan pada malam hari akan tetap menarik dengan dukungan *hidden lamp* pada bagian belakangnya. Desain yang diaplikasikan pada fasad bangunan juga menggunakan kaca lebar pada bagian depan dan samping agar penampilan produk dapat terlihat secara jelas tanpa ada halangan apapun. *Secondary skin* berbentuk *diamond* yang juga diaplikasikan pada fasad menambah dekorasi pada fasad sehingga tidak terkesan monoton.

Penciptaan bentuk fasad *diamond* yang dirancang ini akan terlihat sangat menonjol pada area Jalan Mulyosari, hal ini memang merupakan tujuan oleh penulis untuk menciptakan bangunan yang terbaik diantara bangunan lainnya. Sesuai dengan keinginan klien juga, fasad ingin dirancang memiliki tampilan yang *eyecatching* sehingga orang mudah untuk menemukan atau memperhatikan butik La Belle. Fasad bangunan yang terkesan mewah juga mendukung kemauan target pasar butik yang tinggal di perumahan sekitarnya.

Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang

Suasana ruang yang diperoleh didapat dari pengaturan pencahayaan, material dan *finishing* serta warna yang digunakan. Pencahayaan yang ada di butik La Belle terdiri dari 2 pencahayaan yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pencahayaan alami yang banyak didapatkan pada butik La Belle antara lain adalah area *lobby*, *reception* dan ruang tunggu yang menggunakan material kaca sebagai *window display*. Masuknya cahaya matahari akan membuat ruangan terasa



Gambar 2. Hasil Desain Fasad Bangunan yang Mengaplikasikan Bentuk *Diamond*
Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019

lebih nyaman. Selain pencahayaan alami, pencahayaan buatan pada area butik menggunakan hidden lamp berwarna *warm white* dan juga *spot-light* agar membuat tampilan *display* produk gaun pengantin lebih menarik. Warna yang diterapkan pada desain butik La Belle ini bersifat netral yang menggunakan perpaduan warna putih, hitam, silver dan emas. Penggunaan warna netral ini dimaksudkan agar suasana ruang lebih terkesan elegan sesuai dengan konsep yang dirancang pada butik. Berikut merupakan beberapa gambar perspektif dari hasil desain butik La Belle :



Gambar 3. Reception Area
Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019



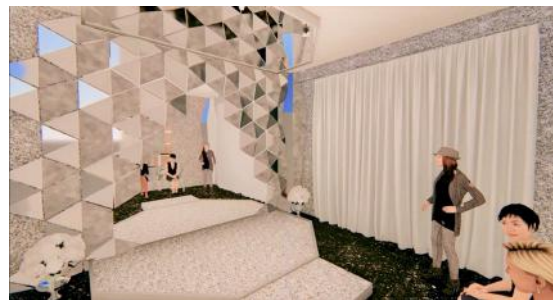
Gambar 4. Waiting Area
Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019



Gambar 5. Display Area 1
Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019



Gambar 6. Display Area 2
Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019



Gambar 7. Fitting Room
Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019



Gambar 8. Chairman's Room
Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019

Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup

Sense of place yang dibentuk melalui aspek visual yang meliputi indera penglihatan dan indera peraba :

1. Lantai : *Sense of place* yang diciptakan pada butik La Belle menggunakan granit, dan untuk pelingkup lantai. Lantai granit digunakan

untuk area *lobby*, *reception*, dan *area display* agar dapat memberikan kesan yang elegan dan mahal, sedangkan area kantor menggunakan lantai keramik berwarna putih yang dapat memberikan kesan bersih dan luas.

2. Dinding : Dinding pada butik La Belle mayoritas menggunakan cat glitter berwarna silver dipadukan dengan dekorasi kristal dan cermin pada ruang agar memberikan kesan mewah dan elegan. Penciptaan *sense of place* berasal dari tampilan dinding yang juga berkilauan sehingga suasana ruang sangat menonjol.
3. Plafon : Secara keseluruhan plafon menggunakan cat finishing warna putih serta pencahayaan menggunakan *downlight* dan *spotlight* juga *chandelier*. Untuk area butik digunakan *spotlight* untuk menerangi display produk. *Chandelier* digunakan sebagai dekorasi serta penerang ruangan, *downlight* diaplikasikan pada ruangan lainnya termasuk area sirkulasi sebagai *general lighting*. Pada area *display* menggunakan lampu berwarna *warm white* dengan tujuan memberikan kesan elegan sedangkan pada area kantor menggunakan lampu berwarna *cool white* agar pekerja lebih produktif.

Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior

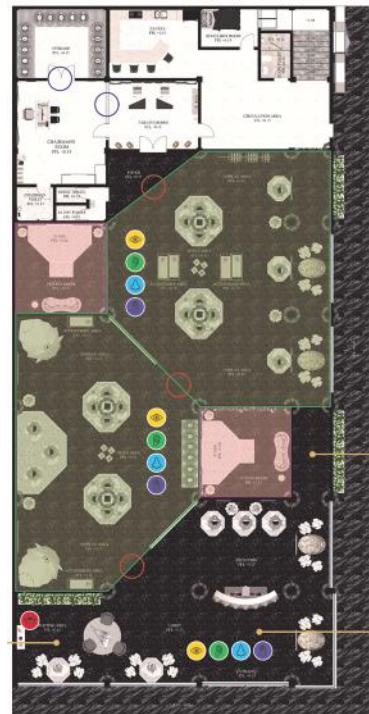
Furnitur yang mengadaptasi bentuk *diamond* sehingga kebanyakan memiliki bentuk yang terdiri dari potongan segitiga, segiempat, segilima, dll. Furnitur lainnya juga memiliki material yang transparan serta reflektif. Dengan penerapan

aplikasi furnitur seperti ini, pengunjung maupun *staff* akan benar-benar merasakan aplikasi konsep *diamond* pada setiap aspek di dalam ruang.

Konsep Aplikasi Finishing pada Interior

Bagian dalam ruangan pada butik La Belle akan menggunakan warna putih, hitam dan abu-abu. *Finishing* yang digunakan adalah cat duco dan akrilik. Cat duco diaplikasikan pada sebagai *finishing* furnitur ruang karena tekniknya yang cenderung mudah dan memberikan kesan yang mewah, cerah dan bersih.

Konsep Aplikasi *Sense of Place* yang Dibentuk dari Bentuk Ruang



Gambar 9. Konsep Aplikasi *Sense of Place* dari Bentuk Ruang

Sumber : Dokumen Olahan Pribadi, 2019

Area yang berwarna hijau adalah bentukan ruang yang juga diadopsi dari bentukan *diamond* sehingga unsur berlian sangat kental di dalam butik. Untuk area yang bersudut akan difungsikan sebagai area *storage* sehingga kesan ruangan tidak sempit. Bagian yang ditandai dengan kotak merah adalah area *fitting room*, area *fitting room* dirancang dengan privasi tinggi dan saling berjauhan dikarenakan calon wanita merasa kurang nyaman apabila letaknya saling berdekatan. Tanda lingkaran merah memiliki arti *connecting*, yaitu area *display* hanya menggunakan sekat kaca transparan yang bertujuan untuk mempermudah pengunjung saat bereksplorasi di dalam area butik dan ruangan terkesan luas. Lingkaran biru menunjukkan bahwa area kantor menggunakan kaca transparan sehingga pengawasan mudah dilakukan. Dengan begitu, maka akan menghindari adanya kecurangan dan kemalasan pekerja saat jam kerja.

Pengaplikasian teknologi modern pada area *fitting room* juga salah satu aspek pendukung *sense of place* pada butik La Belle. Teknologi yang dimaksud adalah penggunaan proyektor pada *fitting room* yang dapat menampilkan secara virtual katalog gaun yang dijual butik La Belle ke tubuh calon pengantin wanita sehingga calon pengantin wanita tidak perlu repot untuk mencoba gaun pengantin satu per satu. Ketika calon pengantin telah memilih beberapa model gaun pengantin yang cocok, maka *staff* akan mengambil beberapa gaun yang telah dipilih sesuai dengan keinginan

calon pengantin dan akan dibawa menuju *fitting room*. Dengan menciptakan konsep teknologi ini, butik La Belle memberikan kemudahan bagi pengunjung maupun *staff* di dalam bangunan yang dapat menciptakan keunggulan serta *sense of place* di dalamnya. Karena, di jaman sekarang, semuanya telah serba canggih dan waktu sangat dihargai oleh masyarakat. Dengan penerapan teknologi ini butik La Belle akan dengan mudah diingat oleh masyarakat dimana butik yang menjual gaun pengantin dan baju pesta menggunakan teknologi canggih dalam mencoba gaun-gaun yang dijual.

Konsep Aplikasi Pendukung *Sense of Place*

Dari beberapa hal yang telah dibahas diatas, ada beberapa faktor penentu *sense of place* yang juga diaplikasikan ke dalam bangunan, diantaranya :

1. Indera penciuman : Dengan menggunakan *floral scents* dan *fragrance* dalam ruangan agar aroma dapat memberikan kesan bunga buatan yang ada di dalam butik seperti bunga asli yang bertujuan menyegarkan *mood*.
2. Indera Pendengaran : Melalui teknologi *speaker* yang dirancang pada butik, butik La Belle akan memutar instrumen lagu pernikahan yang dapat membuat calon pengantin terbawa ke suasana pernikahan yang sesungguhnya.
3. Indera Pengecap : Pada area *waiting*, disediakan *corner* yang menyediakan hidangan pemanis mulut sehingga pengunjung tidak merasa bosan ketika menunggu.

Demikianlah konsep aplikasi perancangan butik La Belle yang mampu mengatasi permasalahan yang diangkat penulis dalam mendesain butik La Belle.

KESIMPULAN

Dari perancangan yang telah dibuat merupakan solusi dari permasalahan yang ada dengan konsep desain *Diamond* melalui pendekatan *sense of place* pada butik dengan mengatur *zoning* yang disesuaikan dengan kebutuhan privasi ruang, kemudian pembedaan pola sirkulasi antara pengunjung, karyawan dan jalur *loading* demi mendukung kenyamanan di dalam ruang, organisasi ruang yang dibedakan dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu area publik dan privat, aplikasi karakter dan suasana ruang, bentuk bahan pelingkup, aplikasi material dan *finishing* mencerminkan karakter *diamond* yang dapat mendukung *sense of place* pada butik La Belle yang sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan keterikatan kepada pengguna.

REFERENSI

- Ching, Francis D.K. (2007). *Arsitektur Bentuk, Ruang, dan Tata*. Jakarta : Erlangga.
- KBBI, 2018. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Diakses dari <https://kbbi.web.id/> butik pada tanggal 4 Februari 2019 pada jam 19.35 WIB
- Kusumowidagdo, A. (2005). Peran Penting Perancangan Interior Pada Store Based Retail. *Dimensi Interior*, 3(1).
- Kusumowidagdo, A. (2011). *Desain Ritel, Game-*

dia Pustaka Utama : Jakarta.

- Wardhani, D., Kusumowidagdo, A., Kaihatu, T., & Rahadiyanti, M. (2019). *Sense of place* Pasar Barang Antik Triwindu: Eksplorasi Faktor Fisik Dan Sosial Pada Kompleks Arsitektur Komersial Di Surakarta. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(1), 136-145.
- Wahyudi, Michelle Chientania. (2018), *Perancangan Showroom Maestro Musik di Surabaya*, Tesis/Disertasi Tidak Dipublikasikan. Universitas Ciputra
- Nugroho, Felicia Yoanita. (2015), *Perancangan Arsitektur Interior Butik La Signature De Felicia dengan Konsep Tradisional Modern di Semarang*. Tesis/Disertasi Tidak Dipublikasikan. Universitas Ciputra