

PERANCANGAN INTERIOR
BARBERSHOP, STORE DAN COFFEE SHOP,
BARBER POP DENPASAR
BALI



KARYA DESAIN

Oleh

Edward Reza Prima

NIM 1111 786 023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang Desain Interior

2016

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:

PERANCANGAN INTERIOR *BARBERSHOP, STORE DAN COFFEE SHOP, BARBER POP DENPASAR BALI* diajukan oleh Edward Reza Prima, NIM 1111 786 023, Program S-1 Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 29 Februari 2016.

Pembimbing I

M. Sholahuddin S.Sn., M. T.
NIP. 19701019 199903 1 001

Pembimbing II

Drs. Tata Tjandrasat A.
NIP. 19560604 198601 1 001

Cognate

Artbanu Wishnu Aji., S.Sn., M.Sn.
NIP. 19740713 200212 1 001

Ketua Program Studi Desain Interior

Martino Dwi Nugroho, S.Sn .M.A.
NIP. 19770315 200212 1 005

Ketua Jurusan Desain

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn
NIP. 19650522 199203 1 003

Mengetahui:
**Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta**

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002

KATA PENGANTAR

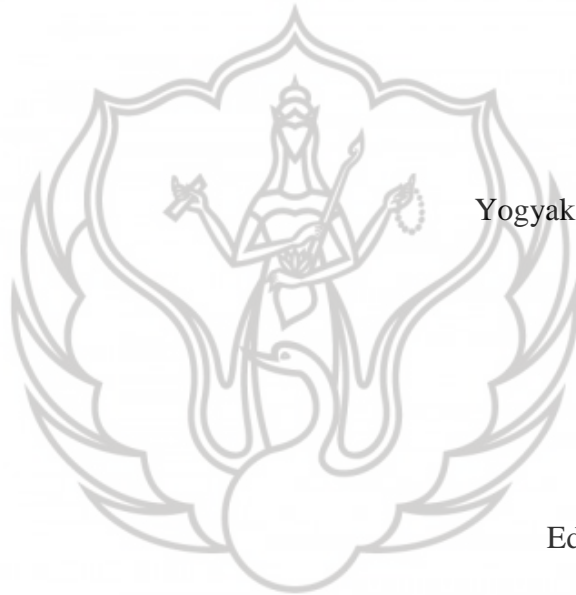
Segenap puji dan syukur atas rahmat dan karunia Tuhan yang Maha Esa, atas rahmat Nya-lah maka Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Setelah melalui proses, usaha dan do'a serta duka dan cita yang cukup panjang baik pada masa study dan sampai dengan ujung tugas akhir ini. Maka Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar strata S1 di Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Fakultas Seni Rupa, Jurusan Desain, Program Studi Desain Interior.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya sebagai penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Martino Dwi Nugroho, S.Sn.,MA selaku Ketua Program Studi Desain Interior.
3. Bapak M. Sholahuddin S.Sn., M. T selaku Dosen Wali.
4. Bapak M. Sholahuddin S.Sn., M. T dan Bapak Drs. Tata Tjandrasat A. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi arahan dan pengertian serta mendewasakan disiplin ilmu yang dipelajari.
5. Seluruh staf pengajar Program Studi Desain Interior, atas bimbingan yang pernah diberikan.
6. Bapak Christian selaku pemilik Barber Pop Denpasar Bali.
7. Bapak Yohanes Jon dan Ibu Damaris Randa Linggi Orang tua saya tercinta, Kakak saya Arnoldus Febri Restanto, Adek-adek saya Richard Trisno Saputra, Riezky Amelia Puspita Sari, dan si kecil Dira, keluarga besar saya di Flores, Toraja, Makassar beserta seluruh keluarga saya yang tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya, terima kasih atas semua kasih sayang dan jasa-jasa kalian.

8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2011 Desain Interior, FSR ISI Yogyakarta (GARIS 2011).
9. Dan pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis selama melaksanakan Tugas Akhir dan penyusunan laporan ini.

Saya menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan dan semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua.



Yogyakarta, 22 Februari 2016

Penulis

Edward Reza Prima

ABSTRAK

PERANCANGAN INTERIOR BARBERSHOP, STORE DAN COFFEE SHOP, BARBER POP DENPASAR BALI

Edward Reza Prima

Usaha bisnis franchise yang pertama kali didirikan di Bandung yaitu tahun 2011, dan sekarang sudah tersebar hampir di setiap kota besar di Indonesia, setelah di Bandung kini Barber Pop punya sembilan cabang yaitu Jakarta, Medan, Makassar, Sukabumi, Batam, Manado, Palembang, Solo dan paling baru sekarang di Denpasar Bali. Barber Pop adalah tempat cukur khusus pria, difokuskan pada selera maskulin pria, didedikasi untuk menyediakan layanan premium dan telah jelas menetapkan diri sebagai barbershop premier pria. Tujuan perancangan interior pada Barber Pop Denpasar Bali, adalah merancang interior Barber Pop Denpasar Bali yang dapat menciptakan kembali kesan dan atmosfer 1950an pada interiornya dengan perpaduan desain yang modern, serta dapat menciptakan interior yang bisa mempresentasikan Bali, sehingga Barber Pop Bali menjadi beda dari desain Barber Pop yang sudah ada sebelumnya. Maka terpilihlah gaya *Vintage* dengan tema Tipologi Kain Poleng Bali. Karya desain ini menggunakan metode perancangan proses desain yang terdiri dari analisa dan sintesa yang mengumpulkan keseluruhan data-data lalu mengolahnya menjadi alternatif desain yang dapat memberikan hasil solusi optimal. Penerapan tema Kain Poleng yang diwujudkan melalui bentuk dan warna pada lantai, dinding dan plafon Barber Pop Bali. Serta elemen estetis dan desain furniture bergaya *Vintage* yang dapat menunjang fasilitas bagi pengunjung dan memberikan nilai lebih pada Barber Pop Bali.

Kata Kunci : interior, barber pop, bali, vintage, tipologi kain poleng

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Judul	1
B. Latar Belakang	1
BAB II. LANDASAN PERANCANGAN	4
A. Deskripsi Proyek	4
1. Tujuan dan Sasaran Perancangan.....	4
2. Data Lapangan	5
B. Program Perancangan.....	25
1. Pola Pikir Perancangan	25
2. Keinginan Klien	26
3. Standarisasi Perancangan	26
BAB III. PERMASALAHAN PERANCANGAN	48
BAB IV. KONSEP DESAIN	49
A. Konsep Program Perancangan	49
1. Tema dan Gaya Perancangan	49
2. Area Barbershop.....	54
3. Area Store	58
4. Area Lounge	61
5. Area Coffee Shop	64
B. Konsep Perancangan Fisik	67

BAB V. PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71

LAMPIRAN

Rencana Anggaran Biaya

Poster Pameran

Katalog Pameran

Konsep Grafis

Gambar Perspektif

Gambar Kerja



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Letak Lokasi Barber Pop Denpasar, Bali	5
Gambar 2.2. Denah Lantai I (425m2)	6
Gambar 2.3. Denah Lantai II (261m2).....	7
Gambar 2.4. Tampak Depan Bangunan	8
Gambar 2.5 Interior Store, Lounge, Barbershop, Kitchen & Bar Lantai I.....	9
Gambar 2.6. Area Open Space Coffee Shop Lantai I	10
Gambar 2.7. Interior Coffe Shop, Office, dan Break Room Lantai II	11
Gambar 2.8. Area Store, Lounge, & Barbershop Lantai I	12
Gambar 2.9. Area Kitchen & Bar Lantai I.....	12
Gambar 2.10. Area Kitchen & Coffe Shop Indoor Lantai I.....	13
Gambar 2.11. Barber Pop Bandung Jl. Aria Jipang No. 1 Dago	14
Gambar 2.12. Barber Pop Batam Ruko Nagoya Hill A. 7	15
Gambar 2.13. Barber Pop Jakarta Jl. Bangka Raya No. 3A Kemang Jaksel	16
Gambar 2.14. <i>Barber Pop Makassar Jl. Serigala No. 72</i>	17
Gambar 2.15. Barber Pop Manado Ruko Magasmart 9 No. 12	18
Gambar 2.16. Barber Pop Medan Jl. Zainul Arifin No. 129a	19
Gambar 2.17. Barber Pop Palembang Ruko PTC MALL Block G-5.....	20
Gambar 2.18. Barber Pop Sukabumi Jl. R.A Kosasih Ciaul.....	20
Gambar 2.19. Logo Perusahaan	21
Gambar 2.20. Pola Pikir Perancangan.....	25
Gambar 2.21. Gambar Standard sirkulasi aktifitas dalam toko	27
Gambar 2.22. Gambar Standard sirkulasi aktifitas dalam toko	28
Gambar 2.23. Standarisasi kursi cukur	29
Gambar 2.24. Standarisasi kursi cukur	30
Gambar 2.25. Standarisasi sirkulasi dan area tunggu	30
Gambar 2.26. Standarisasi pencucian rambut	31

Gambar 2.27. Standarisasi Tempat Duduk Sofa dan Lounge	33
Gambar 2.28. Standarisasi Resepsionis	34
Gambar 2.29. Standarisasi Meja Makan Persegi	35
Gambar 2.30. Standarisasi Meja Makan Bundar	36
Gambar 2.31. Standardisasi Jarak Bersih Kursi Area Makan	37
Gambar 2.32. Standardisasi Kedalaman Meja Makan	38
Gambar 2.33. Standardisasi Jarak antar Kursi Jalur pelayanan	39
Gambar 2.34. Standardisasi Jarak Sirkulasi dan Tempat Duduk Makan.....	40
Gambar 2.35. Standardisasi Bar.....	41
Gambar 2.36. Standardisasi Kepadatan Meja Bar	42
Gambar 2.37. Standardisasi Jarak Bersih dan Meja Cocktail	43
Gambar 3.1 AC	54
Gambar 3.2 Lampu Led Downlight, Led Batangan, dan Hanging Lamp	55
Gambar 3.3 Contoh penerapan foto klasik pada dinding Barbershop	55
Gambar 3.4 Dinding tegel putih glossy dan dinding panel kota-kotak.....	56
Gambar 3.5 barber pole/lampu barber	56
Gambar 3.6 Kursi tukang cukur/barber chair.....	57
Gambar 3.7 Papan kayu pada plafon.....	57
Gambar 3.8 CCTV	58
Gambar 3.9 AC	58
Gambar 3.10 Lampu Led Downlight, dan Hanging Lamp	59
Gambar 3.11 bata ekspos dan panel besi holo main enterance	59
Gambar 3.12 Papan kayu pada plafon.....	60
Gambar 3.13 CCTV	60
Gambar 3.14 AC	61
Gambar 3.15 Lampu Led Downlight, dan Hanging Lamp	61
Gambar 3.16 Sarung Poleng Bali.....	62

Gambar 3.17 Dinding tegel berwarna putih dan hitam glossy.....	62
Gambar 3.18 Papan kayu pada plafon.....	63
Gambar 3.19 Gramophone/vinyl record	63
Gambar 3.20 Coffee shop indoor area	65
Gambar 3.21 Bar dan kitchen area	65
Gambar 3.22 Coffee shop outdoor area	66
Gambar 3.23 Coffee shop vip area.....	66



BAB I

PENDAHULUAN

A. JUDUL

PERANCANGAN INTERIOR *BARBERSHOP, STORE* DAN *COFFEE SHOP* BARBER POP DENPASAR, BALI.

B. LATAR BELAKANG

Di zaman Mesir kuno, tukang cukur adalah orang yang sangat dihormati . Mereka menjadi pemuka masyarakat dan ahli kesehatan karena alat yang digunakan untuk mencukur saat itu masih berupa benda mirip pisau dan bisa malukai kepala jika tidak benar dalam menggunakannya.

Hingga abad ke-5 sebelum masehi, tukang cukur di era Yunani kuno juga sangat disegani. Saat itu, kewibawaan seseorang diukur dari kerapiannya memelihara jenggot. Ini yang sangat menentukan adalah tukang cukur. Dari sini pula istilah *barber* yang kemudian dijadikan istilah dalam bahasa Inggris *barbershop* yang berarti tukang cukur.

Kata '*barber*' berasal dari istilah latin '*barba*' yang berarti jenggot dan *barber* ini lebih cenderung ke kaum pria. Di masa Yunani kuno memang tukang cukur lebih banyak berurusan dengan kerapian jenggot. Merekalah yang sangat menentukan status kewibawaan setiap orang.

Sedangkan potong rambut mulai mendapatkan pengaturannya di Indonesia sejak berakhirnya masa kerajaan karena di jaman kerajaan

dahulu kehormatan seseorang bisa dilihat jika ia berambut panjang, dan hal itu mulai bergeser setelah masuknya pengaruh Barat, seperti agama Islam dan Kristen dan Budha. Bila sebelumnya rambut panjang dikaitkan dengan kedewasaan serta kekuatan spiritual seseorang, masuknya pengaruh tersebut, menjadikan rambut sebagai penanda seksualitas seseorang. Artinya, terjadi pergeseran pandangan pada persoalan seksualitas yang menekankan pada persoalan seksualitas yang menekankan pada pengekangan seksual dan perbedaan antara perempuan dan laki-laki.

Rockabilly atau *Rock 'n' Roll* bukan saja mempengaruhi gaya bermusik, melainkan juga gaya hidup, busana, tingkah laku, dan bahasa. Aliran yang awalnya datang dari Amerika ini begitu sangat berpengaruh saat itu, awal munculnya diperkirakan tahun 1940an dan mencapai puncak kepopulerannya di tahun 1950an. Semenjak Elvis dan berakhirnya era 50-an, satu-satunya skena yg loyal mempertahankan *pomade* (*Pomade* adalah produk *hair styling*/minyak rambut yang nge-tren tahun 1900-an, berbahan dasar minyak kelapa, *lanolin*, *wax* dan parfum atau *fragrance*) sebagai identitas mereka adalah skena *rockabilly* dan *kustom-kulture*.

Sejak dulu, mereka para *greasers* dan *hot-rodders* menjadikan *pomade* dan *slick-look* sebagai identitas yg sangat mereka banggakan. Di era 80-an perlahan *culture rockabilly/kustom-kulture* memasuki ranah *punkrock*, mulailah beberapa *punkrockers* memakai pomade dan berambut klimis.

Lalu diawal 2000-an, di California mulai dibuka beberapa *tattoo shop* dengan konsep *barber shop* yg merupakan perpaduan dari kultur *rockabilly*, *kustom-kulture* dan *punkrock*. Rupanya, konsep baru (*barber and tattoo shop*) ini menjadi fenomena hingga akhirnya menjamur di negara-negara lain seperti Eropa, Jepang dan terakhir Asia. Dari sana muncullah akhirnya trend baru dimana semua orang mulai menganggap *pomade*, *barber shop* dan *getleman's look* adalah *the 'new cool'*. Di

Indonesia sendiri komunitas *Rockabilly* terbesar ada di Bali dan budaya *Rockabilly* ini di bawa dan dimulai diperkenalkan di Bali oleh sebuah band *Rockabilly* pertama di Indonesia yang berasal dari Bali yang bernama *Superman Is Dead* dan *Suicidal Sinatra*, dari merekalah gaya hidup, busana, tingkah laku, dan bahasa *Rockabilly* menyebar di seluruh Indonesia.

Dewasa ini, Dunia properti bisnis, sandang, pangan, barbershop, salon dan spa dapat dikatakan berkembang cukup pesat. Bali khususnya sebagai kota pariwisata di Indonesia ini mengalami perkembangan terus menerus dengan sangat cepatnya, khususnya di bidang bisnis.

Dari berbagai hal tersebutlah akhirnya usaha bernama BARBER POP ini mulai akan didirikan, dan nantinya menjadi Barbershop terbesar pertama di Bali, dengan memadukan Barbershop, Store, dan Coffee Shop di dalamnya.

