

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN INTERIOR
TOKO BUKU SOCIAL AGENCY 3
YOGYAKARTA**



KARYA DESAIN

M. Azhis Aryadhi

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN INTERIOR
TOKO BUKU SOCIAL AGENCY 3
YOGYAKARTA**



KARYA DESAIN

M. Azhis Aryadhi

UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta

Perencanaan dan Perancangan In...



KT20222525

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2008**

**PERENCANAAN DAN PERANCANGAN INTERIOR
TOKO BUKU SOCIAL AGENCY 3
YOGYAKARTA**



**M. Azhis Aryadhi
NIM 0111255023**

**Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Karya Desain
2008**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Karya Desain berjudul :

PERENCANAAN DAN PERANCANGAN INTERIOR TOKO BUKU SOCIAL AGENCY 3 YOGYAKARTA, diajukan oleh **M. Azhis Aryadhi**, NIM 011 1255 023, Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui oleh Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 29 Juli 2008.

Pembimbing I / Anggota


Rahmawan DP., S.Sn., MSi
NIP. 131 230 377

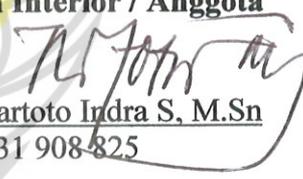
Pembimbing II / Anggota


Drs. Tata Tjandrasat A
NIP. 131 567 128

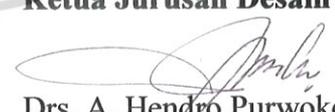
Cognate / Anggota / Ketua


Drs. A. Hendro Purwoko
NIP. 131 284 654

**Ketua Program Studi
Desain Interior / Anggota**


Drs. Hartoto Indra S. M.Sn
NIP. 131 908 825

Ketua Jurusan Desain / Ketua


Drs. A. Hendro Purwoko
NIP. 131 284 654



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir Karya Desain ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana S-1 pada Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Sejak awal penyusunan hingga selesainya penyusunan Karya Desain ini, banyak sekali pihak yang telah membantu penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Rahmawan DP.,S.Sn.,MSi. selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bapak Drs.Tata Tjandrasat selaku Dosen Pembimbing II, dan dosen wali.
3. Bapak Drs. A. Hendro Purwoko, selaku Cognate sekaligus Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Hartoto Indra S.,M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Dr. M. Agus Burhan.,M.Hum. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Drs. Soeprpto, MFA., Ph.D, selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Seluruh keluarga terutama Ibu dan Bapak yang telah banyak berkorban dalam memberikan moril serta materiil,.
8. Special for my Mom, trima kasih atas doa dan kasih sayangnya.
9. Adhimen & Julendra. Truly best friend dan sahabat sejatiku!

10. Anak-anak 'Lali Djiwo' foundation : Yusmin, Dean, Mila, Pongky, Nonik, Rivan,. makasih untuk semangatnya dan semuanya.
11. UE enterprise dan Adit, Adi. trima kasih atas kerja samanya.
12. Semua rekan TA dan anak interior angkatan 2001 pokoknya terus kita jaga tali Sillaturahmi!
13. Mas Gun yang siap membantu dengan waktu yang tidak terduga.
14. Semua teman dan sahabatku yang tak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas kebersamaan kita selama ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dengan apa yang penulis persembahkan, semoga dapat memberikan manfaat untuk kemajuan bersama.

Yogyakarta, 29 Agustus 2008



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN.....	
A. Judul.....	1
B. Latar Belakang.....	1
C. Deskripsi Projek.....	3
1. Identitas Proyek.....	4
2. Tujuan Perancangan.....	4
3. Sasaran Perancangan.....	4
D. Keinginan Klien.....	4
E. Rumusan Masalah dan Lingkup Desain.....	5
F. Sasaran Perancangan.....	5
G. Sistematika Pendekatan Dan Pemecahan Masalah.....	5
H. Data Lapangan.....	7
1. Data fisik.....	7
2. Data Non Fisik.....	7
I. Data Literatur.....	15
BAB II. PROGRAMING PERENCANAN DAN PERANCANGAN	28
A. Programing Perencanaan.....	28
1. Pemakai Ruang.....	28
2. Gerak Aktifitas Pemakai Ruang.....	28

3. Zoning	28
4. Sirkulasi.....	30
5. Lay Out	30
6. Tata Kondisional	31
a. Pencahayaan	31
b. Penghawaan.....	33
c. Akustik	33
B. Programing Perancangan.....	34
1. Image	34
2. Elemen Pembentuk Ruang	35
3. Furniture	35
4. Aksesoris	37
BAB III. KONSEP PERANCANGAN	38
A. Konsep Dasar	38
1. Citra Ruang.....	38
2. Penerapan Bentuk.....	38
3. Penerapan Material.....	40
4. Penerapan Warna.....	40
BAB IV. KESIMPULAN DAN SASARAN	41
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN :	
▪ RAB	
▪ Surat Pengantar	
▪ Lembar Asistensi	
▪ Poster Pameran.....	
▪ Katalog Pameran.....	
▪ Foto Stand Pameran	
▪ Perspektif Ruang.....	
▪ Perspektif Perabot	

- Maket Studi.....
- Skema Bahan dan Warna
- Konsep Grafis
- Gambar Perspektif
- Gambar Kerja.....



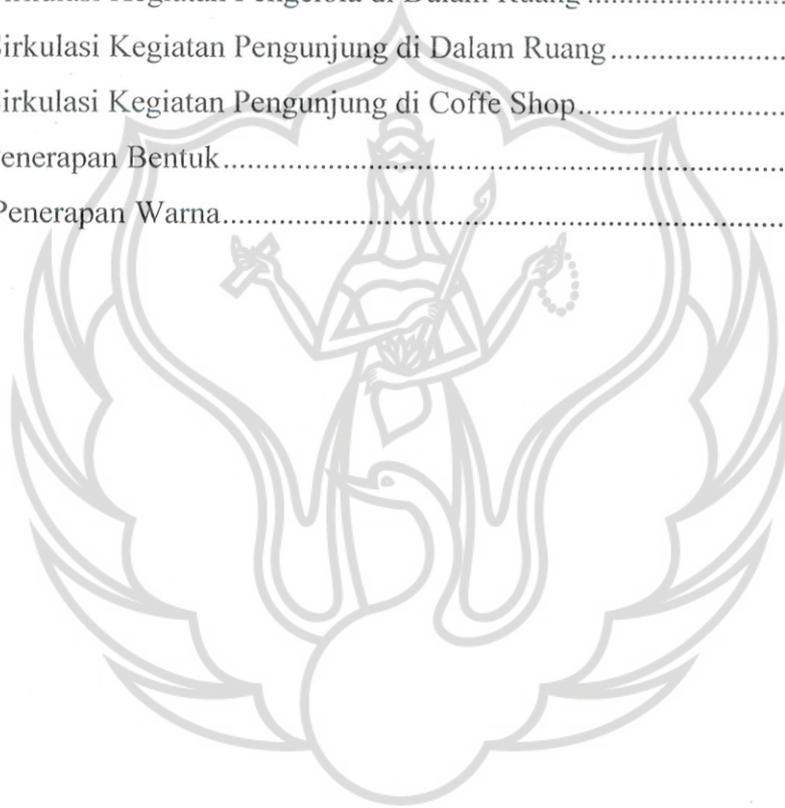
DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Tabel Pemakai Ruang.....	12
1.2 Tabel Klasifikasi dan Display Buku.....	14
1.3 Tabel Panduan Dimensi Buku	16
1.4 Tabel Standar Pencahayaan.....	24
1.5 Tabel Penerapan Display Buku	27
2.2 Analisis Kalkulasi Jumlah Titik lampu	32



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Pola Pikir Perancangan.....	6
1.2 Denah Lokasi Proyek	7
1.3 Foto Eksterior Social Agency.....	7
1.4 Denah Ruang Social Agency.....	8
1.5 Bagan Stuktur Organisasi Social Agency	12
1.6 Sirkulasi Kegiatan Pengelola di Dalam Ruang	13
1.7 Sirkulasi Kegiatan Pengunjung di Dalam Ruang.....	13
1.8 Sirkulasi Kegiatan Pengunjung di Coffe Shop.....	14
3.1 Penerapan Bentuk.....	40
3. 2 Penerapan Warna.....	40



BAB I

PENDAHULUAN

A. PERANCANGAN DAN PERENCANAAN INTERIOR PADA BANGUNAN TOKO BUKU SOCIAL AGENCY 3 YOGYAKARTA

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Tuntutan adanya dunia pendidikan sangat besar peranannya bagi kehidupan bermasyarakat, hal ini merupakan reaksi dari tuntutan perkembangan zaman yang begitu cepat di masa ini, dengan sendirinya dituntut pula sebuah system pendidikan yang mampu semakin lebih memperkaya ilmu pengetahuan, teoritis maupun praktis. Salah satu langkah efektif untuk mendukung aspek pendidikan adalah mengetahui segala sesuatu informasi tentang ilmu pengetahuan lewat buku. Peranan buku sendiri sangatlah penting bagi kehidupan kita, kita dapat tahu segala informasi dengan membaca buku. Terlebih saat ini di jogja karta berdiri ratusan lembaga pendidikan, dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi. buku menjadi bagian yang amat signifikan untuk perkembangan pendidikan bagi masyarakat Jogjakarta pada khususnya. Akan tetapi kehidupan yang makin dinamis dari masyarakat Jogja saat ini menuntut kebutuhan lain dari hal-hal biasanya. Mereka lebih senang membaca buku dengan suasana rileks dan santai dengan ditemani secangkir kopi.

Akhir-akhir ini kita mulai banyak menemukan sebuah konsep baru bagi toko buku. Selain menjual buku, mereka mereka juga menyediakan tempat atau sebuah fasilitas sebagai tempat nongkrong, bersantai sambil membaca buku atau mencari inspirasi untuk pekerjaan mereka.

Toko buku Social Agecny merupakan salah satu bentuk media pendidikan berbasis komersial agent di Jogjakarta ini yang bergerak dalam bidang pemasaran buku-buku pelajaran maupun buku-buku umum lainnya.

Nilai plus toko buku Social Agency salah satunya adalah harga yang di berikan relative lebih murah di bandig toko buku lainnya. Selain itu system penjualan yang memberi kebebasan kepada konsumen untuk dapat melihat terlebih dahulu buku-buku yang hendak dibeli. Konsumen maupun pengunjung toko buku juga bebas membaca semua jenis buku yang ada.

Toko buku Social Agency yang berada di daerah jalan kaliurang km.8 Yogyakarta ini memiliki gedung 2 tingkat yang digunakan sebagai toko, luas tanah sekitar 1500 meter persegi, dengan komposisi bangunan yang ber ukuran 20 X 30 meter persegi. Fasilitas yang ada bada bangunan tersebut adalah Kantor menejemen, ruang utama yang berfungsi sebagai toko buku, lavatory, mushola, pantry area.

Toko buku Social Agency merupakan salah satu tempat favorit bagi mereka yang gemar membaca dan mereka yang membutuhkan buku bagi kehidupan mereka. Akan tetapi kompleksitas kebutuhan masyarakat Jogja dewasa ini menuntut sebuah fasilitas yang tidak hanya memiliki satu sarana saja. Oleh karena itu, selain sebagai toko buku, Social Agecny juga harus mamapu memberikan sarana bagi kegiatan lain, selain hanya sebagai sebuah toko buku. Yaitu dengan mengembangkan serta memperbaharui fasilitas yang ada terlebih dalam hal aspek desain inteiornya.

Sebagai toko buku yang bercitra modern, maka diperlukan adanya ciri khusus untuk toko buku Social Agency lainnya, untuk menunjang pemasaran produk - pruduk yang dijual. Salah satunya dengan mengembangkan serta memperbaharui fasilitas dan terlebih aspek desain interiornya serta menyediakan area khusus bagi kalangan tertentuagar mampu mengakomodasi kebutuhanya. Dengan demikian Interior dari toko Buku Sosial Agensi mampu memberikan dan menunjang fungsi serta kebutuhan untuk aktifitas penggunanya. Selain itu juga dapat memberikan nuansa tanpa mengurangi image toko buku diskon.

C. LANDASAN PERANCANGAN

1. Deskripsi Proyek

a. Data lapangan

1) Identitas bangunan

Nama proyek : Perencanaan dan perancangan interior pada Toko
Buku Social Agency 3 Jalan Kaliurang.

Lokasi proyek : Jalan Kaliurang Km.8 Jogjakarta.

2) Identitas kepemilikan : Bpk Hj. Mas'ud

3) Nama Perusahaan : UD. **Social Agency**

Dibawah CV. Pustaka Pelajar

b. Fasilitas Bangunan

1) Kantor Manajemen

Yang meliputi:

- Ruang staff
- Ruang administrasi
- Ruang kantor staff

2) Publik Area lantai 1 & 2

Yang meliputi :

- *area display*
- *chasier area*
- *storage area*

3) Gudang

4) *Lavatory*

5) *Basement*

6) mushola

7) *parking area*

c. Lingkup Perancangan

2) Kantor Manajemen

Yang meliputi:

- Ruang staff

- Ruang administrasi
 - Ruang kantor
- 3) Publik Area lantai 1 & 2
- Yang meliputi :
- *area display*
 - *chasier area*
 - *storage area*
- 4) *Lavatory.*

2. Tujuan Perancangan

- a. Meredisain interior toko buku dengan image modern.
- b. Merancang ruang toko dengan suasana interior yang menarik dan nyaman didukung dengan tata kondisional untuk menunjang pemasaran produk-produk yang dijual.
- c. Menghadirkan tatanan interior yang komersial sesuai dengan tuntutan klien untuk memanjakan pelanggan dalam memilih barang-barang yang dibutuhkan..

3. Sasaran Perancangan

- a. Bertujuan untuk menarik, mengundang, dan meyakinkan calon pembeli.
- b. Memperkuat image / citra dari Social Agecny sebagai toko buku yang mampu memanjakan pelanggan dalam memilih barang-barang yang dibutuhkan.

D. KEINGINAN KLIEN

Manager Social Agecny sebagai klien, menginginkan sebuah toko buku dengan image modern yang diharapkan mampu memberikan pelayanan dan kenyamanan terbaik kepada seluruh pelanggan melalui pemasaran produk-produk yang dijual.

E. RUMUSAN MASALAH DAN LINGKUP DESAIN

1. Rumusan Masalah

Bagaimanakah meredesain interior toko buku Social Agency agar menjadi sebuah toko buku dengan image modern yang mampu memberikan pelayanan dan kenyamanan terbaik kepada seluruh pelanggan melalui pemasaran produk-produk yang di jual?

2. Lingkup Desain

Perencanaan dan perancangan interior toko buku Social Agency dengan keluasan bangunan 1230 m² ini difokuskan pada beberapa area, diantaranya :

- a. *Cassettes, Sport and hobby).*
- b. *Cashier area (Cashier)*
- c. *Office area (Manajer, Supervisor, Operator, Finance, Security).*
- d. *Storage.*
- e. *Wrapping & Deposit.*

F. SASARAN PERANCANGAN

Sasaran perencanaan dan perancangan ini meliputi :

1. Konsep Desain

a. Analisis

Analisis bertujuan mengumpulkan informasi yang akan membantu memahami sifat dasar permasalahan dan jawabannya.

b. Sistesis

Sintesis berguna untuk menyatukan jawaban persoalan melalui pengetahuan dan pemahaman baik dari ilmu pengetahuan, pengalaman, dan intuisi imajinasi.

c. Evaluasi

Evaluasi merupakan tahap penalaran terhadap kelebihan dan kekurangan suatu usulan (alternatif) untuk menghasilkan keputusan desain akhir.

2. Desain

a. Gambar Perencanaan

- 1) Denah skala 1 : 50
- 2) Potongan skala 1 : 50

b. Gambar Kerja

- 1) Denah dan Lay out skala 1 : 50
- 2) Rencana lantai skala 1: 50
- 3) Rencana plafond skala 1 : 50
- 4) Rencana dinding skala 1 : 10/5
- 5) Potongan skala 1 : 50
- 6) *Furniture* skala 1 : 20/10/5

4. Maket Studi

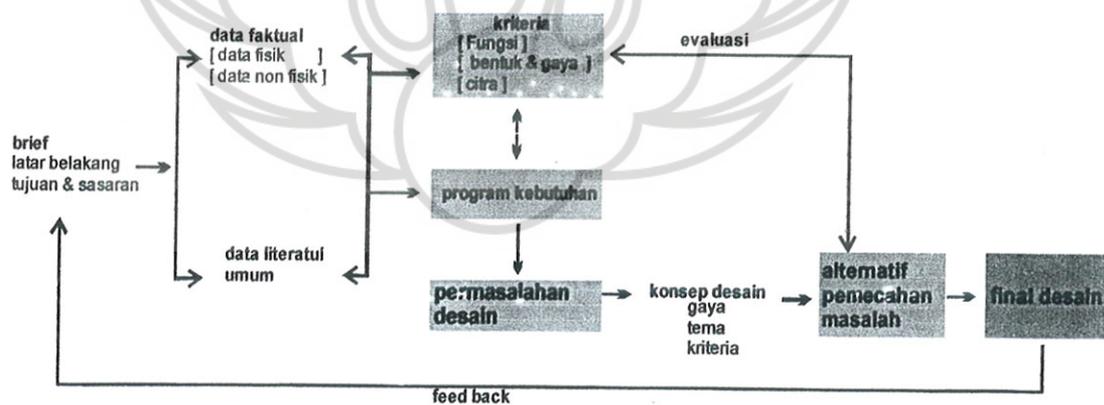
5. Colour Scheme dan Material

6. Rencana Anggaran Biaya (RAB)

7. Pameran

- a. Display Pameran
- b. Banner Pameran
- c. Katalog Pameran

G. SISTEMATIKA PENDEKATAN DAN PEMECAHAN MASALAH

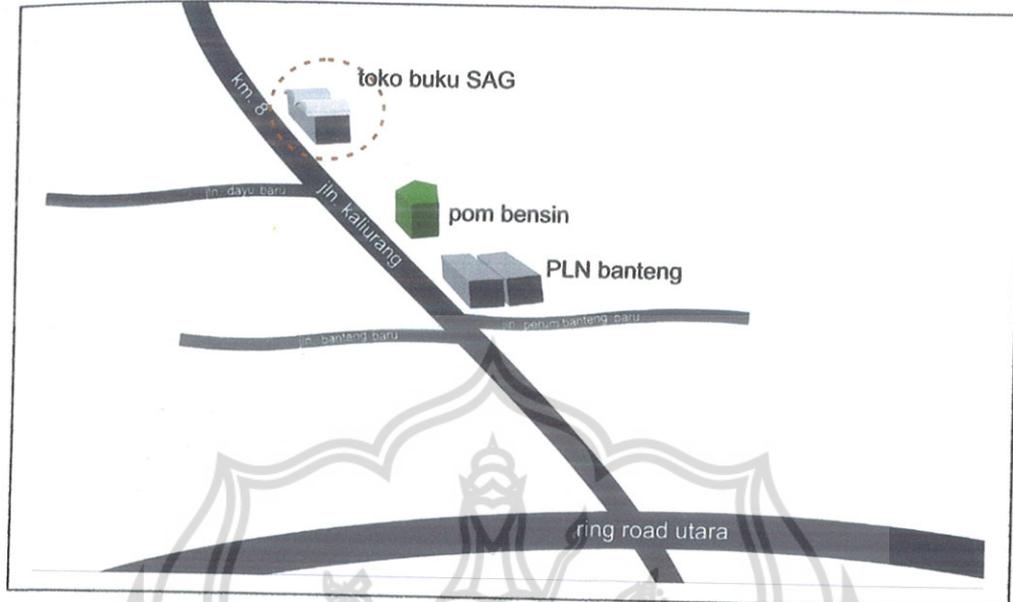


Gambar I.1 Pola Pikir Perancangan

H. DATA LAPANGAN

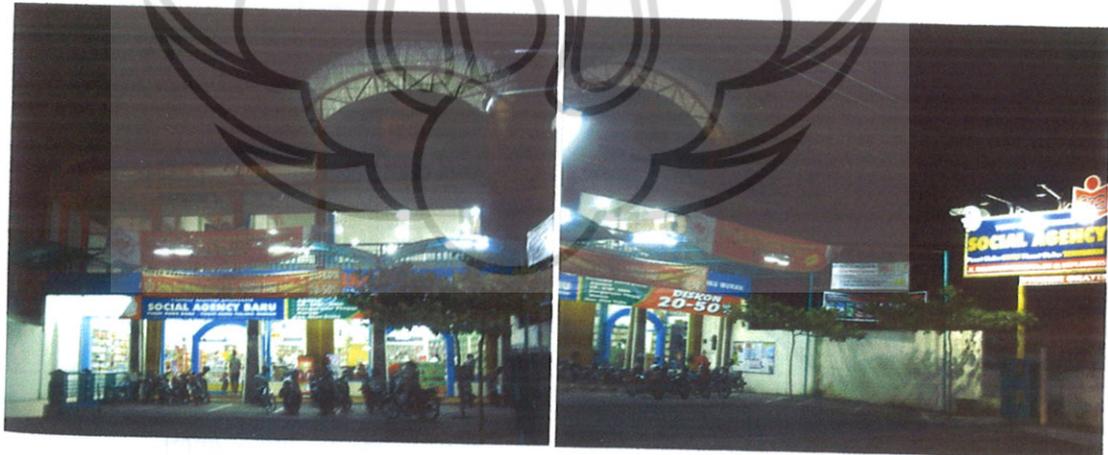
1. Data Fisik

a. Site Plan



Gambar I.2 Denah Lokasi Proyek

b. Tampak Eksterior



Gambar I.3 Foto Eksterior

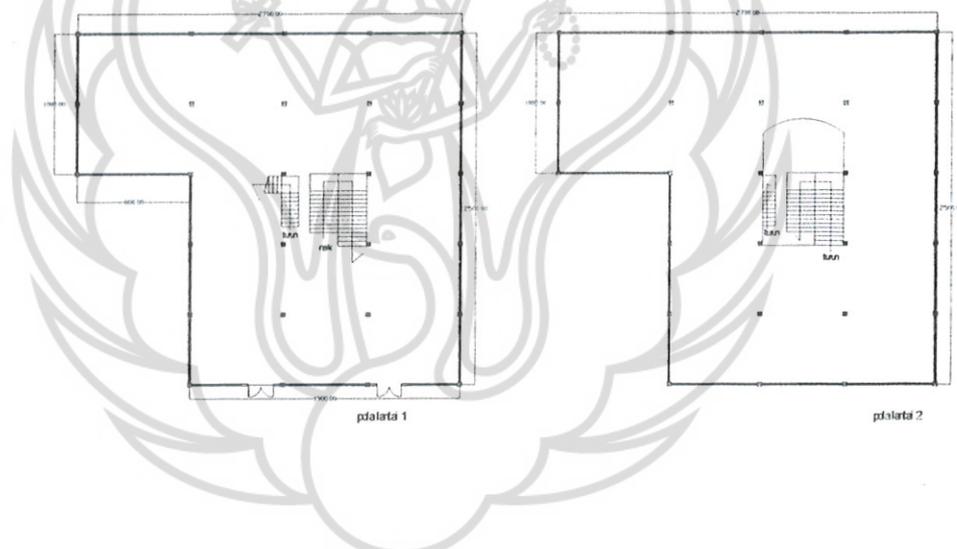
Bangunan toko buku Social Agensi ini menerapkan gaya *modern kontemporer* yang mampu mendukung image dinamis yang ingin ditonjolkan. Secara *structural*, bangunan ini terdiri dari 2 lantai primer dan 2 lantai sekunder. Dimana

lantai primer berfungsi sebagai ruang utama dari bangunan tersebut. Sedangkan 2 lantai primer lainnya digunakan sebagai ruang pendukung untuk kebutuhan yang lain-lain. Bila dilihat system pencahayaan dan penghawaannya alaminya sangat optimal dengan penggunaan kaca berukuran besar pada bagian depannya serta pengaplikasian kontruksi system terbuka yang berfungsi ganda sebagai bukaan pada elemen dinding serta *plafond*.

Sedangkan pencahayaan buatan, seperti lampu masih digunakn pada malam hari.

Toko buku Sosial Agensi memiliki, keluasan bangunan total sekitar 1230 m², dengan komposisi bangunan yang ber ukuran 20 X 25 meter persegi. Fasilitas yang ada bada bangunan tersebut adalah Kantor menejemen, ruang utama yang berfungsi sebagai toko buku, *lavatory*, mushola, *pantry area*.

c. Denah Ruang



Gambar I.4 Denah Ruang

2. PROGRAM PERANCANGAN

Pada latar belakan telah di paparka. bahwasanya pada masa kini, masyarakat Jogjakarta pada khususnya sebagian besar berprofesi sebagai pelajar / mahasiswa, yang sangat membutuhkan informasi yang salah satunya lewat buku. Akan tetapi pada saat ini berkunjung ke toko buku bukan semata-mata hanya untuk membeli buku, akan tetapi toko buku bukan saja

hanya sebagai tempat untuk menjual buku tetapi juga sebagai tempat melepas penat sambil melihat-lihat buku yang tidak harus dibeli. Dan hal itu sudah menjadi salah satu gaya hidup masyarakat muda di Yogyakarta dewasa ini. Oleh karena itu pada perencanaan dan perancangan pada Toko buku SAG ini, perancang ingin menghadirkan sebuah konsep yang menggabungkan antara toko buku yang memeberikan fasilitas pendukungnya, seperti sebuah coffe shop.

d. Pemakai Ruang

- 1) *Manager*
- 2) *Supervisor*
- 3) *Finance*
- 4) *Cashier*
- 5) *Operator*
- 6) *Pramuniaga*
- 7) *Pembungkus Barang*
- 8) *Deposit*
- 9) *Security*

e. Jenis Produk Yang Ditawarkan :

- | | |
|----------------------------|-----|
| 1) <i>Magazines</i> | 10% |
| 2) <i>Imported Books</i> | 15% |
| 3) <i>Local Books</i> | 20% |
| 4) <i>Novel</i> | 15% |
| 5) <i>Office Equipment</i> | 5% |
| 6) <i>School Station</i> | 5% |
| 7) <i>Music</i> | 5% |

2. Data Non Fisik

a. Aktifitas pemakai ruang utama : Pengelola

- 1) *Manager*

a) Aktifitas kegiatan : Merencanakan dan mengawasi kegiatan usaha, membaca, menulis, bekerja dengan computer, mengakses internet, mengadakan rapat, presentasi, menerima dan memeriksa laporan, menerima telepon dan facsimile.

b) Lama aktifitas : 6 – 8 jam

c) Tempat : *Office*

2) *Supervisor*

a) Aktifitas kegiatan : Mengawasi staff, membantu tugas-tugas staff, monitoring penjualan.

b) Lama aktifitas : 6 – 8 jam

c) Tempat : *Office, Sales area*

4) *Finance*

a) Aktifitas kegiatan : Memeriksa pembukuan, memeriksa nota-nota penjualan, membantu kegiatan kasir, monitoring akuntansi, manajemen keuangan.

b) Lama aktifitas : 6 jam

c) Tempat : *Office*

5) *Cashier*

a) Aktifitas kegiatan : Menangani kegiatan pembayaran

b) Lama aktifitas : 6 jam

c) Tempat : *Cashier area*

6) *Operator*

a) Aktifitas : Membantu kelancaran informasi

b) Lama aktifitas : 6 jam

c) Tempat : *Office*

7) *Pramuniaga*

a) Aktifitas kegiatan : Membantu memberi informasi, membantu memilih, menulis nota, menyerahkan barang, menata *display*.

b) Lama aktifitas : 6 jam

c) Tempat : *Sales area, Storage*

8) *Pembungkus Barang*

- a) Aktifitas kegiatan : Membungkus barang, mengepak barang
- b) Lama aktifitas : 6 jam
- c) Tempat : *Deposit and Wrapping*

9) Deposit

- a) Aktifitas kegiatan : Menerima, menjaga, dan menyerahkan barang titipan
- b) Lama aktifitas : 6 jam
- c) Tempat : *Deposit and Wrapping*

10) Security

- a) Aktifitas kegiatan : Mengawasi, menjaga, dan mengendalikan keadaan
 - b) Lama aktifitas : 6 jam
 - c) Tempat : *Office, Sales Area*
- b. Aktifitas pemakai ruang temporer / *Visitor* (pengunjung) :
- Perorangan, kelompok
- 1) Usia : 5 - 60 tahun
 - 2) Tingkatan usia : Anak-anak, remaja, dewasa
 - 3) Aktifitas di dalam ruang : mencari informasi, melihat produk, membaca, mencoba produk, membayar.

c. Pemakai Ruang dan Sifat Ruang

NO	RUANG	PEMAKAI RUANG	JUMLAH	SIFAT
1	<i>Office</i>	<i>Manager</i>	1 orang	Privat
		<i>Supervisor</i>	1 orang	Privat
		<i>Finance</i>	1 orang	Privat
		<i>Security</i>	2 orang	Privat
2	<i>Sales area</i>	Pramuniaga	10 orang	Publik
		Penitipan barang	2 orang	Pubik
3	<i>Cashier area</i>	Kasir	4 orang	Publik
		Pembungkus Barang	2 orang	Publik
4	<i>Storage</i>	Pramuniaga	-	Privat

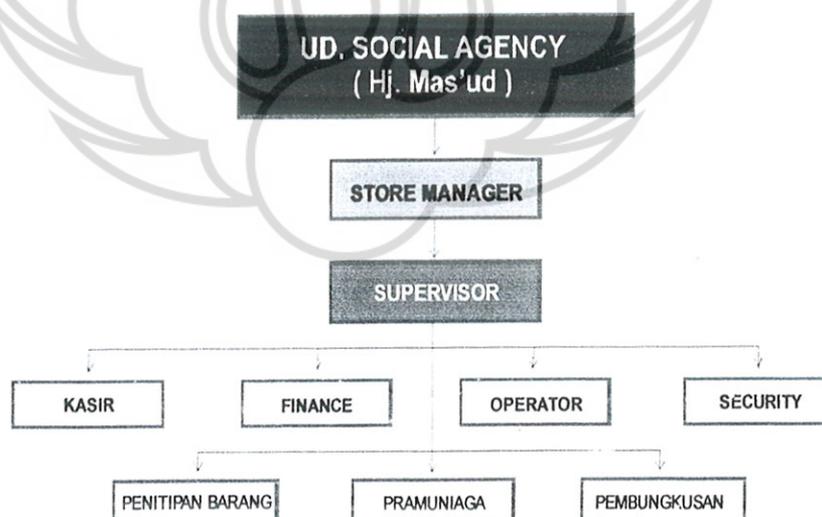
(Sumber : Informasi Hasil Survey Lapangan)

Tabel I.1 Pemakai Ruang

d. Sistem Pelayanan

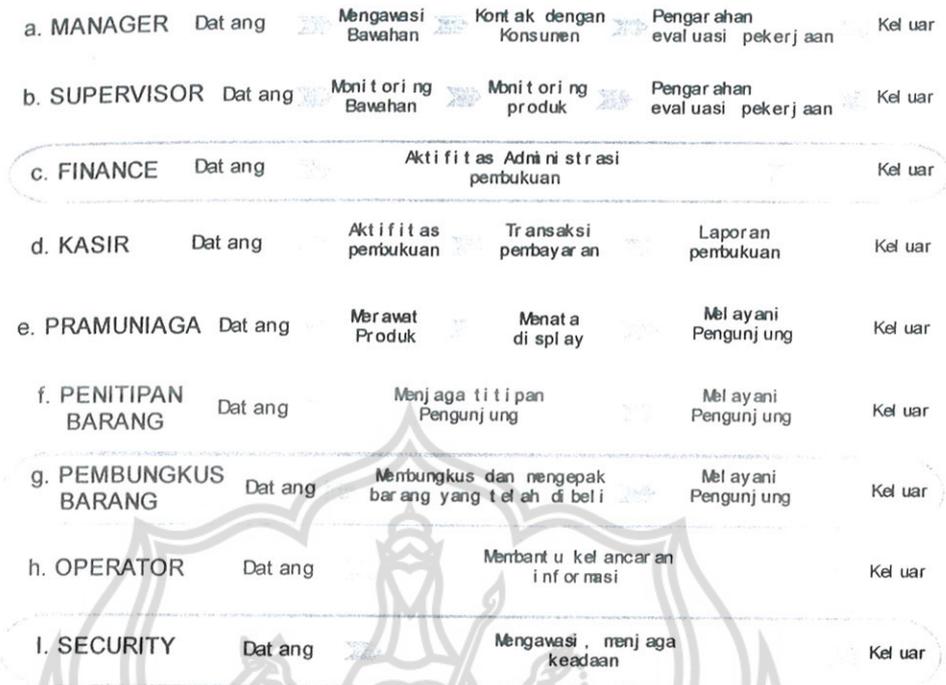
Sistem pelayanan yang digunakan adalah sistem swalayan dimana calon pembeli biasa memilih dan mengambil sendiri barang-barang yang dibutuhkan dengan dibantu pramuniaga, selanjutnya pembeli membayar kepada kasir.

e. Struktur Organisasi



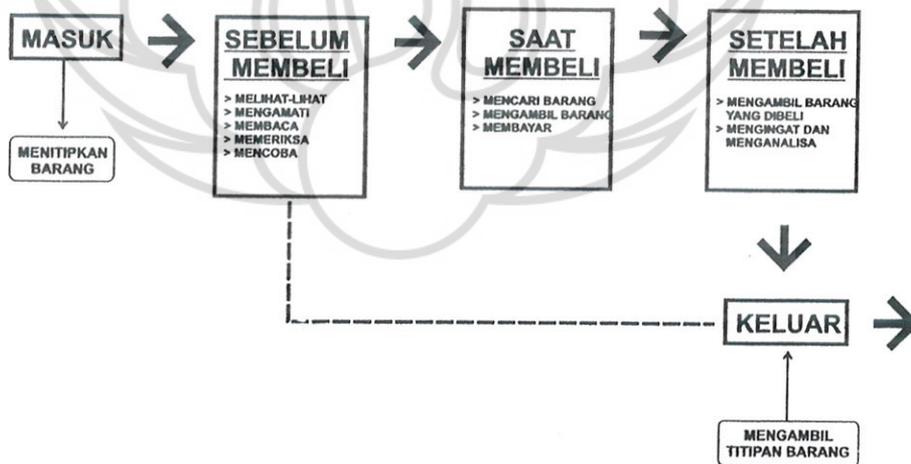
Gambar I.5 Bagan Struktur Organisas

f. Sirkulasi Kegiatan Pengelola



Gambar 1.6 Arah Sirkulasi Pengelola di Dalam Ruang

g. Sirkulasi Kegiatan Pengunjung



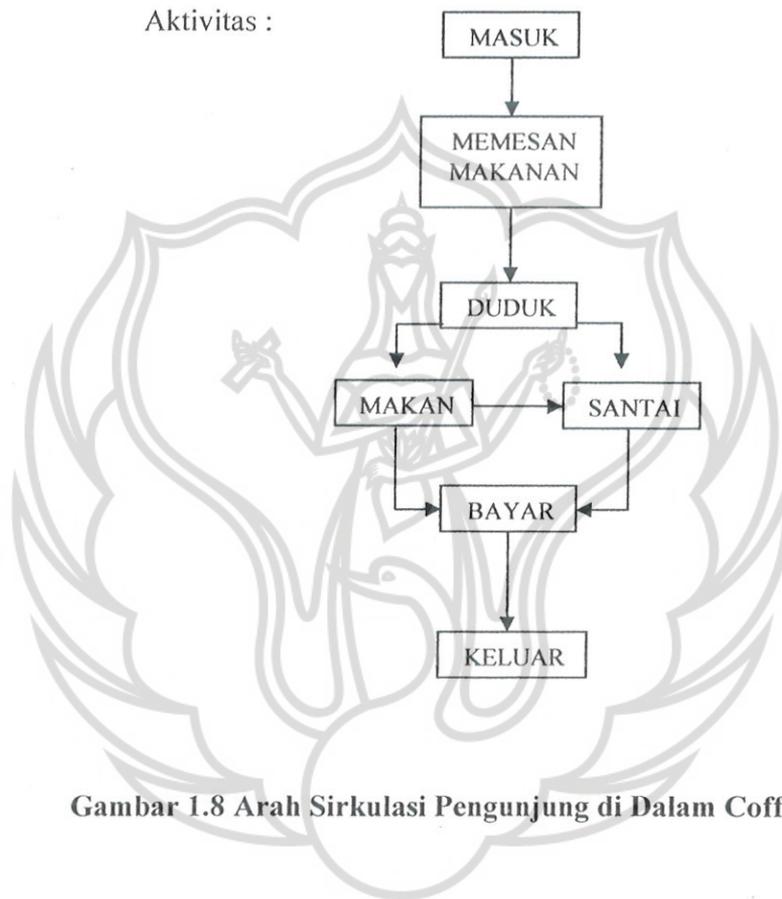
Gambar 1.7 Arah Sirkulasi Pengunjung di Dalam Ruang

h. Keinginan Klien

Manager Toko Buku Social Agency sebagai klien, menginginkan sebuah toko buku dengan tema modern yang diharapkan mampu memberikan pelayanan dan kenyamanan terbaik kepada seluruh pelanggan melalui pemasaran produk-produk yang dijual.

g. COFFE SHOP

Aktivitas :



Gambar 1.8 Arah Sirkulasi Pengunjung di Dalam Coffe Shop

Fasilitas :

Kebutuhan ruang dan perabot

Pengguna Ruang	Aktifitas	Cara Aktifitas	Kebutuhan ruang/perabot	Dimensi
Pengunjung	Masuk/keluar	berjalan	Area bebas	± 100-150 cm
	Memesan	-	Meja counter	
	Ngobrol, menikmati pesanan, membaca	duduk	Kursi, meja	
	Membayar	Membayar di kasir	Meja kasir	
Staff	Menerima pengunjung	Duduk/berdiri	Kursi	
			Meja kasir	

I. DATA LITERATUR**1. Pengertian Umum Desain Interior**

Interior menurut Pamudji Suptandar, Interior secara umum adalah perancangan yang menyangkut bagian dalam dari suatu bagian.

Menurut Yoshinabu Ashihara, Interior adalah ruang yang dibatasi oleh lantai, dinding, dan langit-langit

Ruang adalah wadah dari obyek-obyek yang adanya dapat dirasakan secara obyektif, dibatasi oleh elemen-elemen buatan seperti garis dan bidang maupun elemen-elemen alam, langit dan horizon

(Pamudji Suptandar, 1982 : 57)

Desain interior adalah suatu profesi menyangkut solusi teknis dan kreatif yang diterapkan ke dalam suatu struktur untuk mencapai suatu bagian di dalam lingkungan yang sedang dibangun. Solusi ini menyangkut fungsi, kultur penghuni, dan estetika yang menarik (www.wikipedia.org).

(Trisno 1997 : 3) menambahkan desain Interior harus mempunyai karakter yang jelas mengenai fungsi ruang, kenyamanan, keselamatan, kemudahan, keindahan, dan sebagai simbol kedudukan status si pemilik dalam kehidupan sosialnya.

2. Tinjauan Tentang Toko

Toko/*store* berasal dari kata *estore*. Toko/*store* adalah tempat yang menyediakan barang-barang untuk dijual (Parnes, L, 1984 : 71). Tujuan dari toko sendiri adalah melakukan semua kegiatan yang langsung berhubungan dengan penjualan barang dan pelayanan konsumen. Selain itu toko merupakan bangunan atau bagian dari suatu bangunan dimana barang-barang dapat di pajang dan dijual.

Mendesain ruang penjualan adalah seperti membuat satu set panggung, berbelanja adalah suatu pengalaman yang mana seseorang berperan di dalamnya dengan memerankan harapan-harapan yang paling dalam.

Metode Pelayanan penjualan pada toko menurut Mun (1981 : 69) adalah sebagai berikut :

a. Pelayanan Personal

Pelayanan ini termasuk pelayanan dimana pembeli dilayani di konter dengan barang dagangan yang dipajang. Tipe-tipe toko untuk jenis ini antara lain toko perhiasan, toko-toko khusus yang kecil, toko yang menjual barang-barang eksklusif.

b. Pelayanan asistensi

Pembeli dalam memilih dan menganbil barang yang dipajang, dibantu oleh pelayanan untuk mendapatkan informasi.

c. Swalayan

Pembeli memilih dan mengambil sendiri barang untuk kemudian diserahkan kepada pelayan untuk kemudian dibungkus.

3. Tinjauan Tentang Buku

Menurut Mun (1981 : 44) buku dapat dikelompokkan berdasarkan subyek, sifat dan jenis perabot pajangnya.

SUBYEK LEADING	CLASSIFICATION	DISPLAY
<i>Fiction : Adventures, Classical, Crime, Horror, Humour, Romance, Science, Sex, War, Westerners</i>	<i>Impulse/Demand</i>	<i>Shelves</i>
<i>Non Fiction (general): Antiques, Animal, Art, Biography, Crafts, Cinema, Cookery, Do it Yourself, Gardening, Games, Hobbies, Horoscope, Military, Sport.</i>	<i>Demand</i>	<i>Tables, Cabinet or Shelving</i>
<i>Non Fiction (Specialist): Archeology, Architectur, Law, Literatur, Medical, Music, Plays, Poetry, Politic, Religion.</i>	<i>Demand</i>	<i>Shelving or Cabinet</i>
<i>New title and Best Sellers</i>	<i>Impulse/Demand</i>	<i>Tables, stands</i>
<i>Other : Children Book, Discount, Maps, and Atlases</i>	<i>Impulse/Demand</i>	<i>Shelves, Tables, Cabinet, Shelves</i>

TABEL I.2 Klasifikasi dan Display Buku

TYPE OF BOOK	SPACING PER ARTICLE (MM)	NUMBER OF BOOKS PER METRE RUN	RECOMENDED (MM)
<i>Papebacks</i>	<i>20-25</i>	<i>40</i>	<i>175</i>
<i>Children books</i>	<i>10-30</i>	<i>40</i>	<i>200-300</i>
<i>General Fiction</i>	<i>30-45</i>	<i>24</i>	<i>200</i>
<i>Non-fiction</i>	<i>30-50</i>	<i>22</i>	<i>250</i>
<i>Technical Books</i>	<i>45-60</i>	<i>18</i>	<i>250</i>

TABEL I.3 Panduan Dimensi Buku

Ukuran Buku :

Traditional book size are :

Folio : 300 mm deep x over 300 mm high

Quarto : 250 mm deep x 250 - 300 mm high

Octavo : 200 mm deep x 150 - 250 mm high

Book based on traditional A series

A4 : 210 mm deep x over 297 mm high

A5 : 148 mm deep x 210 mm high

A6 : 105 mm deep x 148 mm high

4. Tinjauan Tentang Coffe shop

Coffe shop atau brasserie adalah suatu restoran yang pada umumnya berhubungan dengan hotel, suatu tempat dimana tamu bisa mendapatkan makan pagi, makan siang dan makan malam secara cepat dengan harga yang cukup ringan. Pada umumnya sistem pelayanannya American Service, artinya makanan sudah diatur dan disiapkan diatas

piring. Kadang-kadang penyajiannya dilakukan dengan cara Buffet atau Prasmanan. (Gialio Carlo Argan 1963 : 45)

5. Citra Ruang (Tema Desain)

Mangunwijaya (1997 : 11) menyatakan, ada dua lingkup yang perlu diperhatikan dalam rumah atau bangunan lain, yaitu lingkungan masalah guna (*use*) dan lingkungan masalah Citra (*image*).

Perkataan guna menunjuk pada keuntungan dan pemanfaatan yang diperoleh, sedangkan citra menunjukkan suatu gambaran/ *image* suatu kesan penghayatan yang mencakup arti bagi seseorang.

Dikatakan The Liang Gie (1983:47), dominasi yaitu dua diantara prinsip-prinsip desain, kesatupaduan (*unity*), keseimbangan (*balance*), irama dan proporsi. Keseimbangan adalah kesamaan dari unsur-unsur yang berlawanan atau bertentangan. Unsur-unsur yang saling berlawanan itu tidak perlu hal yang sama karena lalu menjadi kesetangkupan, melainkan yang utama adalah kesamaan dalam nilai. Dengan kesamaan dari nilai-nilai yang saling bertentangan terdapatlah keseimbangan secara estetis.

a. Modern

Kosep dan kunci dari aliran modern menurut Banham (1985 : 14) adalah :

- 1) *Form Follow Function* / bentuk mengikuti fungsi
- 2) *Less is More* / minimalis
- 3) *A Machine for Living in* / penggunaan bahan-bahan industrial.

c. Warna

Warna merupakan pelengkap yang membantu pencapaian hasil yang diinginkan dalam desain dan tujuannya, warna dalam interior memberi kegunaan estetik dan fisik, karena warna mengubah dimensi visual dari ruang (Hepler, 1983 : 8).

Warna juga mempunyai fungsi sebagai berikut :

- 1) Menciptakan suasana
- 2) Memberi sugesti kesatuan

- 3) Memberi karakter pada bahan
- 4) Memberi proporsi
- 5) Menghasilkan skala ruang
- 6) Memberi bobot pada ruang

Mun (1981 : 48) menambahkan penggunaan warna-warna yang cenderung lembut agar tidak bersaing dengan sampul buku yang dipajang. Selain itu warna yang digunakan hendaknya warna yang memberikan kelas tersendiri pada toko tersebut. Terutama yang berkaitan dengan produk yang akan dijual sehingga keserasiannya dapat terjaga (Trisno 1997 : 2).

d. Bahan

Weale, J (1982 : 28 – 29) menyebutkan reaksi yang ditimbulkan oleh bahan yang kita pilih sama pentingnya dengan reaksi garis, bidang, perbandingan ukuran serta tua atau mudanya warna dalam ruang. Bahan murni seperti kayu, kaca, batu alam, atau tekstil dari dasarnya menimbulkan reaksi tersendiri. Pemilihan bahan secara tidak langsung akan mempengaruhi kesan pada penampilan ruang. Kesan tersebut akan menonjol jika bahan tersebut diletakkan pada tempat yang sesuai dan ditunjang oleh bahan pembantu yang cocok.

6. Unsur Pembentuk Ruang

a. Lantai

Lantai adalah datar, bidang-bidang dasar dari suatu ruang interior, sebagai dasaran yang mendukung kegiatan dan perlengkapan interior kita, maka harus distrukturkan untuk menahan beban dengan aman, dan permukaannya harus cukup awet untuk menahan pemakaian dan penggunaan yang terus-menerus (Ching, 1980 : 341).

b. Dinding

Ching (1980 : 40) menyatakan selain ditinjau dari segi fungsionalnya, dinding juga harus memperhatikan segi estetis, karena

akan berpengaruh pada suasana secara keseluruhan. Hal tersebut dapat dicapai melalui pemakaian bahan, warna dan tekstur yang sesuai. Adapun hal-hal yang diperhatikan antara lain :

- 1) Faktor Berat
- 2) Faktor Aman dan Kuat
- 3) Faktor Bongkar Pasang
- 4) Ekonomis
- 5) Fleksibilita.

c. Plafond

Plafond adalah elemen peneduh pada desain interior, memberikan perlindungan secara fisik maupun psikologis kepada mereka yang di bawah penutupnya Ching (1980 : 421).

Ching (1980 : 432) menambahkan pada ruang-ruang komersial, sistem langit-langit gantung modular sering dipakai untuk menyatukan dan memberikan keluwesan dan penataan fixtur-fixtur lampu dan lubang-lubang distribusi udara.

7. Zoning

Satuan-satuan tugas yang pekerjaannya khusus menangani publik hendaknya ditempatkan di tempat yang mudah ditangani orang-orang tanpa mengganggu satuan lainnya (Gie, 1983 : 165).

8. Sirkulasi

Sirkulasi adalah pengarah dan bimbingan tapak yang terjadi dalam ruang yang berfungsi untuk menampung kegiatan yang bergerak (De Chiara, 1973 : 597).

Agar tercapai pola sirkulasi yang memenuhi syarat maka perlu diperhatikan kebutuhan-kebutuhannya dalam bidang horizontal dibutuhkan daya sirkulasi langsung dan aman, sedikit mungkin belokan dan jarak pendek seperti ketentuan perencanaan. (Francis DK. Cihng, 1987:132)

Sistem sirkulasi di dalam interior umum harus mencukupi dan ditentukan dengan pertimbangan bentuk dan kapasitas ruang sekitarnya (Suptandar, 1982 : 1)

Hollander (1981 : 15) menjelaskan pengunjung menghendaki tempat yang nyaman dalam berbelanja, penempatan barang yang mudah dicapai dengan gang-gang yang cukup besar sehingga tidak terjadi kemacetan.

Trisno (1997 : 6) menambahkan agar memperhatikan sirkulasi jalan, sebab besar dan kecilnya sirkulasi tergantung dari kelas toko itu sendiri. Permainan lantai / plafond dapat berfungsi untuk membedakan ruang. Pada plafond juga diperhatikan perletakan titik lampu, *diffuser*, *springkler*, dan *smoke detektor*.

9. Tata Letak

Tata letak perabot tergantung dari : sirkulasi, view dan kepadatan ruang. Dengan memperhatikan fungsi ruang , dapat ditunjukkan aktifitas pemakai ruang dan selanjutnya dapat ditentukan kebutuhan fasilitas perabotnya. Kepadatan ruang sama dengan luas perabot dibagi luas ruang. Bila kepadatan ruang $> 40\%$, beberapa fasilitas digabung agar lebih efisien (Suptandar 1982 : 11).

Khusus untuk tata letak area penjualan buku, Mun (1981 : 48) menjelaskan pola *lay out* dalam ruang penjualan buku di desain agar memudahkan pengunjung dalam melihat/membaca, yaitu dengan lay out yang tidak berliku-liku. Dengan *lay out* tersebut sekaligus memberi kemudahan kepada pengunjung untuk dapat melintas dengan lancar tanpa hambatan.

Mun (1981 : 71) menjelaskan masalah yang diperhatikan dalam perencanaan tata letak ruang penjualan adalah sebagai berikut :

- a. Pengunjung sebaiknya diajak/diarahkan untuk melintasi semua bagian toko.
- b. Sirkulasi tertutup/buntu yang disebabkan oleh penataan perabot seharusnya dihindari.

- c. Area yang berada di bagian paling belakang memerlukan pencahayaan khusus atau display, agar dapat menarik perhatian pengunjung.
- d. Barang-barang yang dipajang sebaiknya diklasifikasikan secara jelas dimana pengunjung dapat mengambilnya.
- e. Barang-barang yang serupa/sejenis yang bertalian diletakkan menjadi satu atau saling berdekatan.
- f. Barang-barang produk yang tidak menyatu dan mengganggu/merusak kesan dengan produk yang lain harus disendirikan.
- g. Barang-barang kecil dan agak mahal sebaiknya diletakkan dekat counter pembayaran dimana barang-barang tersebut dapat dibawah pengawasan tetap.
- h. Fleksibilas di dalam tata letak harus dipenuhi untuk merubah dan mengganti suasana.

Untuk ruang penjualan, barang-barang yang dipajangkan dan perlengkapan ruang umumnya membutuhkan keluasaan 30 – 50% dari area keseluruhan, sedangkan sisanya 50 – 70% dimanfaatkan sebagai gang-gang uama dan sekunder (Parnes, 1984 : 43).

10. Tata Kondisional

a. Pencahayaan

Cahaya adalah faktor utama yang menghidupkan ruang interior, tanpa cahaya tidak akan ada bentuk, warna, dan tekstur, tidak juga penampakan interior itu sendiri. Oleh karena itu fungsi utama desain pencahayaan adalah untuk menyinari bangunan dan ruang suatu lingkungan interior serta memungkinkan pemakainya melakukan aktifitas dan menjalankan tugasnya dengan kecepatan dan akurasi, dan kenyamanan yang tepat (Ching, 1987 : 126).

Dalam merencanakan instalasi pencahayaan, Darmasetiawan (1991 : 3) ada 5 kriteria yang perlu diperhatikan untuk mendapatkan pencahayaan yang baik, yaitu yang memenuhi fungsi supaya mata kita dapat melihat dengan jelas dan nyaman, yaitu:

- 1) Kualitas atau jumlah cahaya pada permukaan tertentu (*lighting level*) atau tingkat kuat penerangan.
- 2) Distribusi kepadatan cahaya (*luminance distribution*).
- 3) Pembatasan agar cahaya tidak menyilaukan mata (*limitation of glare*).
- 4) Arah pencahayaan dan pembentukan bayangan (*light directionality and shadows*).
- 5) Warna cahaya dan refleksi warnanya (*light colour and colour rendering*).
- 6) Disamping itu, ada kriteria keenam yang juga cukup mempengaruhi tercapainya pencahayaan yang optimal, yaitu kondisi dan iklim ruangan.

Pencahayaan buatan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, diantaranya :

- 1) Pencahayaan Umum
- 2) Pencahayaan Setempat
- 3) Pencahayaan Umum dan Campuran

Mengenai jenis pencahayaan dapat diterapkan menjadi empat pencahayaan :

- 1) Pencahayaan Langsung
- 2) Pencahayaan Setengah
- 3) Pencahayaan Semi Langsung
- 4) Pencahayaan Tidak langsung

Rumus untuk perhitungan jumlah lampu menurut Darmasetiawan, C (1991 : 15) adalah sebagai berikut :

$$\text{Jumlah lampu (N)} = \frac{\text{Kuat penerangan (E)} \times \text{Luas bidang kerja (A)}}{\text{Lumen lampu} \times \text{LLF} \times \text{CU}}$$

$$\text{atau :} \quad (n) = \frac{E \times A}{\text{lumen lampu} \times \text{LLF} \times \text{CU}}$$

di mana, untuk sistem penerangan langsung dengan warna plafon dan dinding terang.

$$\text{Coefisien of utilization (CU)} = (50-65) \%$$

$$\text{Light loss factor (LLF)} = 0,7 - 0,8$$

Standar Pencahayaan pada Toko menurut Mun (1981 : 125) adalah sebagai berikut :

NO	AREA	ILUMINASI
1	Sirkulasi area	200
2	<i>Merchandising</i>	
	<i>Service store</i>	200
	<i>Self service store</i>	200
3	<i>Show and Wall case</i>	
	<i>Service store</i>	200
	<i>Self service store</i>	500
4	<i>Features Display</i>	
	<i>Service store</i>	500
	<i>Self service store</i>	1000
5	<i>Stockrooms</i>	300

TABEL I.4 Standar Pencahayaan

b. Penghawaan

Air Conditioning adalah teknik mengatur kondisi udara untuk mendapatkan lingkungan yang nyaman bagi penghuninya. Pengaturan tersebut biasanya meliputi empat sifat udara yaitu ; temperatur, kelembaban, pergerakan atau sirkulasi dan partikel debu yang terkandung dalam udara (Suptandar, 1982 : 144).

c. Akustik

Akustik ruang tidak hanya membicarakan perlindungan terhadap bunyi, tetapi juga mengatur kualitas bunyi, keindahan bunyi, keindahan hasil suara, dan lain-lain (Mangunwijaya, 1994 : 162).

11. Perabot

Secara umum persyaratan perabot adalah fungsional, nyaman di pakai, ketahanan yang baik, memiliki karakter dan skala yang tepat, sesuai dengan keadaan tertentu, tapi setiap keadaan memiliki perbedaan – perbedaan yang halus (Arnold Friedmann 1997 : 215).

Perabot harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Ringan tapi kuat
- b. Bagian-bagian kaki harus dilengkapi dengan pelindung (untuk mengurangi kerusakan pada lantai)
- c. Mudah diganti
- d. Mudah digabung untuk membentuk deretan.
- e. Tahan lama, tahan gesekan dan benturan

De Chiara, J & John H. C (1973 : 597)

Beberapa jenis display ada di bawah ini :

a. *Window Display*

Window display berfungsi untuk menarik para pejalan kaki serta orang yang lewat, suatu toko biasanya dilengkapi dengan serambi pameran.

b. *Interior Display*

Interior display merupakan satu-satunya metode yang praktis dalam promosi penjualan di samping serambi pameran. Interior display terbagi menjadi beberapa jenis :

- 1) Display terbuka merupakan bentuk display yang dapat memberikan kemungkinan kepada pembeli untuk mengamati barang dagangan tanpa bantuan pelayan toko.

Variasi dari bentuk display ini meliputi :

- a) *Shelf display, misalnya toko-toko swalayan.*

b) *Counter top display*

c) *Table top display*

- 2) *Display* tertutup berbentuk barang-barang yang dipajang dalam almari dinding (*wall case*) atau almari pajang (*show case*).
- 3) *Vendor display*, atau lebih dikenal sebagai display untuk memperkenalkan produk-produk tertentu melalui media spanduk, tulisan, rak pajang, dan alat pajang lainnya.

Parnes (1984 : 50) menambahkan *Interior display* adalah kombinasi semi display dan penyajian barang dagangan yang didesain untuk membuat dan menjual sebuah image kepada konsumen.

Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan memamerkan barang-barang secara terbuka di tempat yang dapat dilihat. Pada prinsipnya yaitu memberikan sugesti pada pengunjung sehingga dapat menolong bertambahnya pembelian barang setelah melihatnya.

c. *Store sign and Decoration*

Istilah *store design* berarti-tanda/symbol yang secara grafis untuk membantu memberi petunjuk kepada pengunjung. Tanda-tanda tersebut misalnya nama toko, tempat kassa, spanduk harga khusus, poster dan sebagainya.

Menurut Parnes (1984 : 43) beberapa perabot utama dikategorikan dalam beberapa jenis :

- 1). *Stock Carries Equipment (wall fixtures, back fixtures, counter)*
- 2). *Selling Equipment (counters, tables, etc)*
- 3). *Service Equipment (wrapping, cash, tube station)*
- 4). *Display Equipment (display counter)*

Penerapan Display Pajang (Mun, 1981 : 44) :

<i>TYPE</i>	<i>DISPLAY</i>	<i>COMMENT</i>
<i>Newspaper</i>	<i>Rack Lower Shelf Platform, or Counter Shop</i>	<i>On rakes newspaper are arranged vertically otherwise they are laid horizontally. Allow enough shelf space for the complete copy to be displayed without overlapping.</i>
<i>Magazines</i>	<i>Racks, shelves</i>	<i>Arranged on overlapping vertical display, shelves are inclined 15° to 25° and have foot lip.</i>
<i>Stationary</i>	<i>Shelves</i>	<i>Standard solves as for supermarket dry goods</i>
<i>Gifis</i>	<i>Shelves</i>	<i>Standard solves as for supermarket dry goods</i>
<i>Cards</i>	<i>Cabinet or Wired Stands</i>	<i>Usual in two section, top section consist of display trays lower section of drawer for storage</i>
<i>Poster</i>	<i>Stand or hinged hanging rail for display, cabinet for storage</i>	<i>Poster are kept in clear cellophane envelopes for protection against damage by browsing customer on selection the assist collect a new poster from the story cabinet.</i>
<i>Records and Cassettes</i>	<i>Cabinet</i>	<i>Records are kept with their inner sleeves in a storage cabinet behind the record counter.</i>

TABEL 1.5 Penerapan Display Buku

