

PERANCANGAN INTERIOR
FASHION LIFESTYLE RETAIL & OFFICE HOLYWINGS STORE
DI ATLAS BEACH CLUB BALI



PENCIPTAAN/PERANCANGAN

Disusun Oleh:

Bunga Rinjani Prameswari

NIM 2012364023

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2025

PERANCANGAN INTERIOR
FASHION LIFESTYLE RETAIL & OFFICE HOLYWINGS STORE
DI ATLAS BEACH CLUB BALI



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

2025

PERANCANGAN INTERIOR
FASHION LIFESTYLE RETAIL & OFFICE HOLYWINGS STORE
DI ATLAS BEACH CLUB BALI

ABSTRAK

Perancangan interior *fashion lifestyle retail* dan kantor *Holywings Store*, yang terletak di Atlas Beach Club, Bali, dirancang untuk menciptakan ruang yang memadukan fungsi, estetika, dan pengalaman emosional, sesuai dengan kebutuhan pengguna modern, khususnya generasi Z. Permasalahan utama yang diangkat adalah bagaimana menciptakan desain interior yang tidak hanya mendukung operasional bisnis secara fungsional tetapi juga memberikan pengalaman belanja yang imersif, menarik, dan berkesan. Dengan pendekatan konsep "*Fluid Dreamscape*," desain ini mengintegrasikan elemen-elemen visual yang dinamis, bentuk melengkung, dan fleksibilitas tata ruang untuk mencerminkan fluiditas, kreativitas, serta identitas brand. Area *retail* dirancang untuk menarik perhatian pelanggan melalui penggunaan elemen surrealistik, pencahayaan dramatik, dan display interaktif yang menonjolkan daya tarik visual dan keterlibatan emosional. Sementara itu, area kantor difokuskan pada tata ruang fleksibel dan estetika yang menginspirasi, mendukung produktivitas dan kreativitas karyawan. Proses perancangan melibatkan analisis mendalam terhadap kebutuhan pengguna, identitas brand, dan penerapan teknologi modern untuk menciptakan konektivitas yang mulus antara pengalaman pengguna dan operasional bisnis. Hasil akhir dari perancangan ini berhasil menciptakan ruang yang menggabungkan keindahan estetika dengan fungsi praktis, memperkuat identitas brand Holywings, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan inspiratif, sekaligus memberikan nilai tambah yang berkelanjutan bagi pertumbuhan bisnis.

Kata kunci: Gaya Hidup, Fleksibilitas, Pengalaman Imajinatif

PERANCANGAN INTERIOR
FASHION LIFESTYLE RETAIL & OFFICE HOLYWINGS STORE
DI ATLAS BEACH CLUB BALI

ABSTRACT

The interior design of the Holywings Store, a fashion lifestyle retail and office located at Atlas Beach Club, Bali, is envisioned to create a space that integrates functionality, aesthetics, and emotional experiences, catering to the needs of modern users, particularly Generation Z. The primary design challenge lies in creating an interior that not only supports business operations functionally but also delivers an immersive, engaging, and memorable shopping experience. By adopting the "Fluid Dreamscape" concept, the design incorporates dynamic visual elements, curvilinear forms, and flexible spatial layouts to reflect fluidity, creativity, and brand identity. The retail area is designed to captivate customers through surrealistic elements, dramatic lighting, and interactive displays that emphasize visual appeal and emotional connection. Meanwhile, the office area focuses on flexible layouts and inspiring aesthetics that enhance employee productivity and creativity. The design process involved an in-depth analysis of user needs, brand identity, and the integration of modern technology to create seamless connectivity between user experiences and business operations. The final design successfully combines aesthetic beauty with practical functionality, strengthens Holywings' brand identity, enhances customer engagement, and fosters a productive and inspiring work environment, while providing sustainable value for business growth.

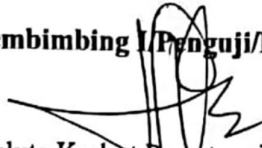
Keywords: Lifestyle, Flexibility, Imaginative Experience

Lembar Pengesahan

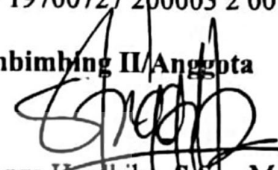
LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Perancangan berjudul: **Perancangan Interior Fashion Lifestyle Retail & Office Holywings Store di Atlas Beach Club Bali** diajukan oleh Bunga Rinjani Prameswari, NIM 2012364023, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 7 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.


Pembimbing I/Penguji/Ketua Sidang


Yulyta Kodrat Prasetyaningsih, ST., MT.
NIP 19700727 200003 2 001

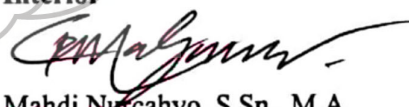
Pembimbing II/Anggota


Hangga Hardhika, S.Sn., M.Ds.
NIP 19791129 200604 1 003


Cognate/Penguji Ahli


Danang Febriyantoko, S.Sn., M.Ds.
NIP 19870209 201504 1 001

Ketua Program Studi S-1 Desain Interior

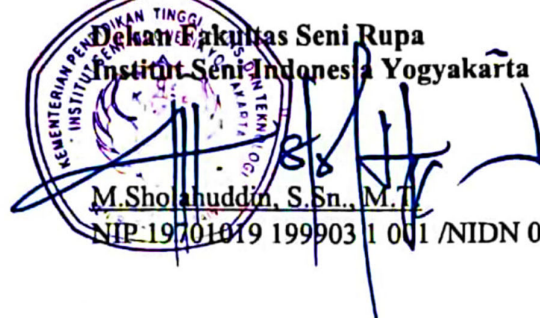

Mahdi Nurcahyo, S.Sn., M.A.
NIP 19910620 201903 014

Ketua Jurusan Desain/Ketua


Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.
NIP 19730129 200501 1 001

Mengetahui,

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


M. Sholahuddin, S.Sn., M.T.
NIP 19701019 199903 1 001 /NIDN 0019107005

Surat Pernyataan Keaslian

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Bunga Rinjani Prameswari

NIM : 2012364023

Tahun Lulus : 2025

Program Studi : Desain Interior

Jurusan : Desain

Fakultas : Seni Rupa dan Desain

Menyatakan bahwa dalam laporan pertanggungjawaban ilmiah ini yang diajukan untuk memperoleh gelar akademik dari ISI Yogyakarta, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dokumen ini. Sehingga laporan pertanggungjawaban ilmiah adalah benar karya saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi dan/atau sanksi hukuman yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Januari 2025



Bunga Rinjani Prameswari

NIM 2012364023

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul: **“Perancangan Interior Fashion Lifestyle Retail & Office Holywings Store di Atlas Beach Club Bali”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Desain Interior Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis menyadari keberhasilan dan selesainya penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, dorongan, dukungan dan bimbingan berbagai pihak, baik keluarga maupun kerabat. Sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunianya memberi kekuatan dan kesehatan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan ini.
2. Yth. Ibu Yulyta Kodrat P, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Hangga Hardhika, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan, saran, dan pengarahan dalam penyusunan Tugas Akhir.
3. Yth. Seluruh Dosen Program Studi Desain Interior yang telah memberikan ilmu yang berharga dan bermanfaat bagi penulis selama kuliah.
4. Bapak Agus dan Ibu Pipit yang sangat penulis sayangi terimakasih atas dukungan secara emosional maupun finansial. Semua kesuksesan dalam Perancangan Tugas Akhir ini tidak akan lancar tanpa doa-doa darimu.
5. Keluarga dekat penulis terutama Mbah Uti, Bulik Dyah, Bulik Risky, yang berperan penting dalam tersusunya projek ini. Bulik Asti, Bulik Iin, Om Arif, Bude Yoga, Pakde Bowo, Mas Yoga, Mbak Lita, Gray, dan Mimi atas bantuan dan dukungan selama proses penyusunan Projek TA.
6. Brian Gondokusumo dan Julia Lestari selaku head office serta rekan-rekan dari Gondo Jules Interior Design Studio sudah mengizinkan, memberikan data, serta dukungan dalam pengambilan objek proyek TA. Maupun ilmu yang berharga bagi penulis dalam mengolah proyek perancangan ini.
7. Sahabat seperjuangan di perkuliahan yaitu Devi Saharani, Zahra Salsabil, Larasati Ayu, Gabriela Ivvana, Aulia Windy, Grace Marris, Tiara Alfiyatun

yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penyusunan serta saling support untuk kelancaran projek TA.

8. Rekan-rekan vendor material Muka Surface, Amardeep, Himalaya Abadi, Venus Tiles, Moonjar Design, Edolia Solid Surface dan TACO yang telah memberikan bantuan mengirimkan sample dan berbagai ilmu material untuk projek TA ini.
 9. Sahabat sejak SMP yaitu Astrid C. N yang telah memberikan dukungan dan menemani saat suka dan duka selama menempuh masa pendidikan hingga masa depan penulis.
 10. YG Entertainment atas lagu-lagu dan juga hiburan yang mendukung emosional penulis dalam proses perancangan Tugas Akhir ini.
 11. Serta semua pihak yang turut membantu dan memberikan dukungan saat proses penyusunan Tugas Akhir Karya Desain ini yang tidak dapat penulis sebutkan.
- Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak untuk penyempurnaan tugas akhir ini kedepannya dan semoga Tugas Akhir Karya Desain ini bermanfaat.

Yogyakarta, 14 Januari 2025



Bunga Rinjani Prameswari

NIM 2012364023


DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Proses dan Metode Desain.....	2
1. Proses Desain	2
2. Metode Desain	6
a. Metode Pengumpulan Data.....	6
b. Metode Pengembangan Ide.....	7
c. Metode Evaluasi dan Pemilihan Alternatif.....	8
BAB II	10
PRA DESAIN	10
A. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Landasan Teori Umum.....	10
2. Landasan Teori Khusus.....	24
B. Progaming Desain	37
1. Tujuan Desain	37
2. Sasaran Desain	38
3. Data	39
a. Deskripsi Umum	39
b. Data Non Fisik	43
c. Data Fisik	46
d. Data Elemen Pembentuk Ruang.....	53
e. Data Tata Kondisional Ruang.....	55
f. Data Estetika Ruang.....	56
g. Data Literatur	57

4. Daftar Kebutuhan dan Kriteria	74
BAB III	76
PERMASALAHAN & IDE SOLUSI DESAIN	76
A. Perumusan Masalah (<i>Problem Statement</i>).....	76
B. Ide Solusi Desain (<i>Ideation</i>)	82
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	92
A. Alternatif Desain.....	92
1. Alternatif Estetika Ruang.....	92
2. Alternatif Penataan Ruang	101
3. Alternatif Elemen Pembentuk Ruang.....	106
4. Alternatif Penggisi Ruang.....	108
5. Alternatif Tata Kondisi Ruang.....	114
B. Evaluasi Pemilihan Desain	122
C. Hasil Desain.....	122
1. Layout	122
2. Rendering Perspektif.....	123
3. Aksonometri.....	129
4. Detail Khusus.....	130
BAB V PENUTUP	131
A. Kesimpulan	131
B. Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proses Desain Rosemary Killmer.....	3
Gambar 1. 2 Brain Storming System	9
Gambar 2. 1 Surrealistic Interior Design	27
Gambar 2. 2 Surrealistic Interior Perspective	28
Gambar 2. 3 Dreamscape Interior Concept.....	29
Gambar 2. 4 Fluid Architectural Elemen	31
Gambar 2. 5 Logo <i>Holywings Store</i>	41
Gambar 2. 6 HW Group Logo.....	41
Gambar 2. 7 Titik Lokasi Maps Projek.....	43
Gambar 2. 8 Atlas Beach Club Earth View	47
Gambar 2. 9 General Plan Atlas Beach Club.....	47
Gambar 2. 10 Layout Existing Lantai 1.....	48
Gambar 2. 11 Layout Existing Lantai 2.....	48
Gambar 2. 12 Existing Interior <i>Holywings Store</i>	49
Gambar 2. 13 Existing Fasad Bangunan	50
Gambar 2. 14 Existing Interior Lantai 2	50
Gambar 2. 15 Existing Toilet.....	51
Gambar 2. 16 Zoning Area Lantai 1	51
Gambar 2. 17 Zoning Area Lantai 2	51
Gambar 2. 18 Sirkulasi Staff <i>Retail</i> Lantai 1	52
Gambar 2. 19 Sirkulasi Pengunjung <i>Retail</i> Lantai 1	52
Gambar 2. 20 Sirkulasi Staff Kantor Lantai 2.....	52
Gambar 2. 21 Section <i>Retail</i> Lantai 1	53
Gambar 2. 22 Section <i>Retail</i> 2nd Floor.....	53
Gambar 2. 23 Existing Finishes Lantai.....	54
Gambar 2. 24 Existing Finishes Dinding	54
Gambar 2. 25 Existing Finishes Plafond.....	55
Gambar 2. 26 AC Casstte Semi Central Daikin.....	55
Gambar 2. 27 Analisa Sudut Matahari.....	56
Gambar 2. 28 Window Viewing Plane Dimension.....	62

Gambar 2. 29 Display Dimension.....	62
Gambar 2. 30 Aisle Widths.....	63
Gambar 2. 31 Shelf & Island Display Circulation.....	64
Gambar 2. 32 Aisle Clearances.....	65
Gambar 2. 33 Receptionist.....	66
Gambar 2. 34 Receptionist Seating.....	67
Gambar 2. 35 Basic Workstation.....	68
Gambar 2. 36 Desk User Male & Female.....	68
Gambar 2. 37 Basic Workstation Behind.....	69
Gambar 2. 38 Workstation With Visitor Circulaton.....	70
Gambar 2. 39 Work Stations Row & Ushape.....	71
Gambar 2. 40 Workstation Verticals.....	72
Gambar 2. 41 Storage Circulation.....	73
	
Gambar 3. 1 Visual Diagram.....	77
Gambar 3. 2 Konektivitas Masalah.....	82
Gambar 3. 3 Mind Map Hubungan Brand & Konsep.....	83
Gambar 3. 4 Concept Breakdown.....	83
Gambar 3. 5 Mind Map Design Concept to Output.....	84
Gambar 3. 6 Gaya Desain Fluid Dreamscape.....	85
Gambar 3. 7 Komposisi Warna Dreamscape.....	86
Gambar 3. 8 Komposisi Furniture.....	86
Gambar 3. 9 Kompoasisi Elemen Decorative.....	87
Gambar 3. 10 Sketsa Ideasi.....	91
Gambar 3. 11 Sketsa Ideasi warna.....	91
Gambar 4. 1 Moodboard Reference.....	92
Gambar 4. 2 Ruangan Konsep Fluid.....	93
Gambar 4. 3 Penerapan Material Lantai.....	94
Gambar 4. 4 Penerapan Pada Dinding.....	95
Gambar 4. 5 Peneerapan Pada Plafond.....	96
Gambar 4. 6 Penerapan Elemen Dekoratif.....	96

Gambar 4. 7 Referensi Kolaborasi Seniman.....	97
Gambar 4. 8 Komposisi Warna.....	98
Gambar 4. 9 Komposisi Bentuk.....	98
Gambar 4. 10 Modul Komposisi Bentuk.....	99
Gambar 4. 11 Referensi Komposisi Bentuk.....	99
Gambar 4. 12 Material Reference.....	100
Gambar 4. 13 Material Scheme.....	100
Gambar 4. 14 Diagram Matrix <i>Retail</i>	101
Gambar 4. 15 Diagram Matrix Office.....	101
Gambar 4. 16 Bubble Diagram <i>Retail</i>	102
Gambar 4. 17 Bubble Diagram Office.....	102
Gambar 4. 18 Alternatif Zoning Reatil 1.....	102
Gambar 4. 19 Alternatif Zoning Reatil 2.....	103
Gambar 4. 20 Alternatif Zoning Office 1.....	103
Gambar 4. 21 Alternatif Zoning Office 2.....	103
Gambar 4. 22 Pola Sirkulasi <i>Retail</i>	103
Gambar 4. 23 Pola Sirkulasi Office.....	104
Gambar 4. 24 Sketsa Ideasi Layout <i>Retail</i>	104
Gambar 4. 25 Sketsa Ideasi Layout Office.....	105
Gambar 4. 26 Sketsa Layout Terpilih <i>Retail</i>	105
Gambar 4. 27 Sketsa Layout Terpilih Office.....	105
Gambar 4. 28 Alternatif Reencana Lantai <i>Retail</i>	106
Gambar 4. 29 Alternatif Rencana Lantai Office.....	106
Gambar 4. 30 Sketsa Rencana Dinding.....	107
Gambar 4. 31 Sketsa Rencana Plafond.....	107
Gambar 4. 32 Sketsa Rencana Plafond Office.....	108
Gambar 4. 33 Komposisi Furniture <i>Retail</i>	109
Gambar 4. 34 Komposisi Furniture Office.....	109
Gambar 4. 35 Sketsa Furniture Costume <i>Retail</i>	109
Gambar 4. 36 Sketsa Furniture Costume <i>Retail</i>	110
Gambar 4. 37 Sketsa Furniture Costume Office.....	110
Gambar 4. 38 Furniture Costume Office.....	110

Gambar 4. 39 Layout <i>Retail</i>	122
Gambar 4. 40 Layout Office	123
Gambar 4. 41 Perspektif Render Coffee Bar Area.....	123
Gambar 4. 42 Perspektif Render Merchandise Area.....	124
Gambar 4. 43 Perspektif Render Special Collection Area.....	124
Gambar 4. 44 Perspektif Render Main Store Area	125
Gambar 4. 45 Perspektif Render Fronter Area.....	126
Gambar 4. 46 Perspektif Render Open Workspace	127
Gambar 4. 47 Perspektif Render RnD Area.....	128
Gambar 4. 48 Perspektif Render Rest Area	129
Gambar 4. 49 Aksonometri <i>Retail</i>	129
Gambar 4. 50 Aksonometri Office.....	130
Gambar 4. 51 Special Furniture Costume	130



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Problem Formulation	78
Tabel 3. 2 Permasalahan Ide Solusi	88
Tabel 4. 1 Equipment Table	111
Tabel 4. 2 Spesifikasi Jenis Lampu.....	114
Tabel 4. 3 Table Perhitungan Pencahayaan	115
Tabel 4. 4 Spesifikasi HVAC.....	118
Tabel 4. 5 Perhitungan HVAC	118
Tabel 4. 6 Evaluasi Pemilihan Desain.....	122



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tingkat konsumtif masyarakat yang meningkat seiring berjalannya waktu mencerminkan perubahan dalam pola hidup dan kebutuhan konsumen modern. Faktor-faktor seperti peningkatan pendapatan, kemudahan akses terhadap informasi, dan gaya hidup yang lebih mewah telah mendorong masyarakat untuk lebih sering melakukan pembelian barang dan jasa. Dalam konteks ini, industri ritel menghadapi tantangan dan peluang untuk menarik perhatian konsumen yang semakin selektif dan menuntut. Desain interior *retail* dan display produk menjadi kunci utama dalam menciptakan pengalaman belanja yang memikat dan mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Menurut *Paco Underhill* dalam bukunya "*Why We Buy: The Science of Shopping*," "desain toko yang baik dapat memperbaiki pengalaman berbelanja, meningkatkan waktu yang dihabiskan di dalam toko, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.

Pada Perancangan Desain Interior *Retail* dan kantor *Holywings Store* perlu meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap suatu produk, desain interior *retail* harus dirancang sedemikian rupa sehingga menciptakan lingkungan yang menarik dan nyaman. Penggunaan elemen-elemen desain yang inovatif, seperti tata letak yang intuitif, pencahayaan yang strategis, dan warna-warna yang menggugah selera, dapat menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan mengundang. Selain itu, display produk yang kreatif dan menarik perhatian dapat meningkatkan visibilitas produk dan mendorong interaksi konsumen. Karakteristik gaya interior yang cocok untuk membuat produk menarik termasuk penggunaan bentuk-bentuk yang tidak konvensional, tekstur yang kaya, dan material yang bervariasi untuk memberikan daya tarik visual yang kuat. Misalnya, rak display yang dirancang dengan bentuk organik atau geometris yang mencolok dapat menonjolkan produk dengan cara yang unik. Pencahayaan yang difokuskan pada produk, seperti spotlight atau backlighting, dapat menyoroti fitur-fitur penting dari produk tersebut,

membuatnya lebih menarik bagi mata konsumen. Penempatan produk yang strategis, penggunaan signage yang informatif, dan penyajian produk dalam konteks yang relevan dengan kebutuhan konsumen adalah beberapa cara efektif untuk meningkatkan ketertarikan konsumen. Desain interior yang memperhatikan detail ini tidak hanya berfungsi sebagai alat dekoratif, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang kuat, yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan meningkatkan daya tarik produk secara keseluruhan.

Gaya hidup dan ketertarikan masyarakat masa kini, terutama generasi Z, terhadap seni dan gaya sangat mempengaruhi desain sebuah *retail*. Generasi ini dikenal sangat visual dan menghargai estetika yang menarik serta pengalaman yang unik. Mereka lebih cenderung tertarik pada merek yang tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan dan memikat. Oleh karena itu, desain *retail Holywings Store* yang mengintegrasikan elemen seni dan kreativitas dapat menarik perhatian terkait hal ini. Karakteristik desain surealistik sangat cocok dalam konteks ini, karena desain tersebut menawarkan elemen kejutan, keanehan, dan fantasi yang dapat memikat imajinasi dan perhatian. Ruang yang dirancang dengan sentuhan artistik, instalasi seni interaktif, dan tema yang menarik dapat membuat mereka lebih terlibat dan loyal terhadap merek tersebut. Desain interior yang memperhitungkan preferensi estetika dan gaya hidup manusia masa kini bukan hanya menarik bagi mereka, tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang holistik dan memuaskan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat konsumsi masyarakat. Selain itu dari sisi positif bagi perusahaan *retail*, desain yang inovatif ini tidak hanya mendukung penjualan jangka pendek tetapi juga membangun citra merek yang kuat dan menciptakan basis pelanggan yang loyal, menghasilkan keuntungan berkelanjutan dalam jangka panjang.

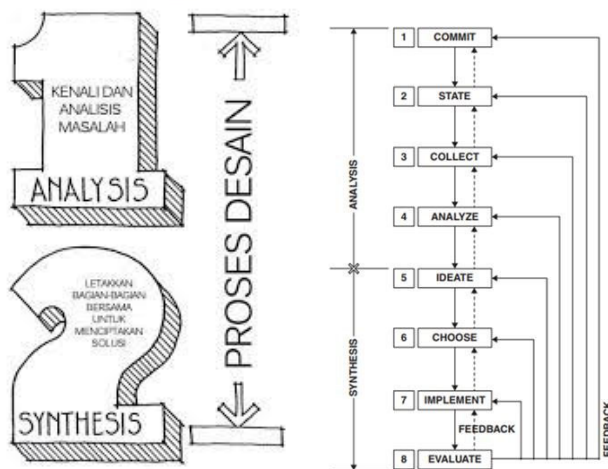
B. Proses dan Metode Desain

1. Proses Desain

Pada perancangan *Holywings Store*, penulis menerapkan pola pikir dan proses desain yang dikembangkan oleh Rosemary Killmer. Menurut

Killmer Proses perancangan interior melibatkan pendefinisian masalah dalam lingkungan interior, menghasilkan dan mengevaluasi alternatif, dan menerapkan solusi. Desain dapat dipandang sebagai strategi pemecahan masalah dimana kemampuan kreatif memanfaatkan seni dan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan solusi atas masalah. Desain interior yang baik membutuhkan proses yang direncanakan untuk menghasilkan interior yang fungsional dan menyenangkan secara estetika. Hasil desain yang baik adalah ketika desainer, klien, konsultan, dan pembangun bergabung dalam pemecahan masalah yang terorganisir dan kreatif (Killmer, 2013).

Rosemary Killmer membagi proses menjadi dua tahap. Dalam tahap analisis masalah diidentifikasi, diteliti, dibedah, dan dianalisis. Proses ini berusaha untuk memecah masalah yang kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih dapat dikelola untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang situasinya. Dari fase ini, desainer menghasilkan ide atau proposal tentang bagaimana melanjutkan dalam memecahkan masalah atau mengubah situasi. Tahap kedua dalam proses tersebut dapat diberi label sebagai tahap sintesis, Bagian-bagian tersebut digabung untuk membentuk solusi yang kemudian diimplementasikan. Tahap sintesis berupaya membentuk ide dengan menciptakan sesuatu yang baru atau mencari solusi dari masalah tersebut.



Gambar 1. 1 Proses Desain Rosemary Killmer

(Sumber: Killmer, 1992)

a. *Commit* (Menerima Masalah)

Tahap *Commit* dapat didefinisikan menentukan keputusan penting untuk berkomitmen pada proyek ini. Dalam kasus nyata tahap ini sangat penting dalam desainer dapat sepakat dengan klien untuk selanjutnya mengerjakan proyek ini hingga final. Contohnya adalah pembuatan kontrak kerja antara klien dan desainer sebelum akhirnya menuju langkah selanjutnya. Namun pada proyek ini berbeda dengan kasus pada umumnya. Proyek ini merupakan perancangan untuk tujuan edukasi ataupun penelitian maka penulis sebagai perancang tidak berkomitmen pada klien, tetapi berkomitmen pada diri sendiri. Penulis bertanggung jawab menentukan arah desain sesuai dengan tujuan akademis, dan harus yakin bahwa desain yang diajukan mencerminkan ide dan konsep yang ingin dicapai.

b. *State* (Merumuskan Masalah)

Tahap *State* merupakan fase di mana perancang menyusun dan menyatakan secara jelas bagaimana ide-ide dan solusi yang sudah dikomitmenkan akan diimplementasikan. Pada Tahap ini penulis sudah mulai menentukan arah dan konsep dari perancangan *retail* dan kantor ini. Seperti gambaran umum konsep yang akan digunakan yaitu konsep surreal yang dirasa cocok untuk perancangan ini. Namun penggambarannya belum jelas, masih berupa konsep dasar.

c. *Collect* (Mengumpulkan Fakta)

Tahap *Collect* bisa dikatakan adalah tahap mengumpulkan data eksisting dari proyek perancangan ini. Penulis mendapatkan data-data proyek dari tempat magang penulis yaitu di Gondojules yaitu konsultan Interior yang berada di Jakarta Selatan. Saat Magang penulis mengerjakan proyek *Holywings Store* dengan beberapa team desainer yang lain. Proses pengambilan data eksisting dilakukan bersama dengan 1 tim anggota desainer lainnya. Data-data diambil langsung di Bali oleh sesama tim desainer dari

Gondojules, dan juga data yang diambil dari beberapa dokumen internal pihak *Holywings Group* yang diberikan langsung kepada tim kita.

d. *Analyze* (Menganalisa)

Tahap analisa penulis lakukan saat menyusun Pra-Tugas Akhir dengan melihat langsung data yang tersedia. Saat melakukan proses analisa ini penulis masih melaksanakan program magang di Gondoljules Design Interior Studio, maka dari itu penulis dapat langsung mengerti dan menganalisa dengan tepat dan dapat mengambil data kembali sesuai apa yang diperlukan. Sehingga penulis tidak mengalami kesulitan dalam menganalisa dan mengambil data untuk proyek ini. Analisa yang penulis lakukan berupa membuat analisa brand serta pengunjung dan eksisting. Membuat beberapa bubble brainstorming yang terdiri dari kata kunci yang mewakili brand yang akan dirancang.

e. *Ideate* (Mengolah Ide)

Langkah ideasi mungkin merupakan segmen yang paling menarik dan kreatif dari proses desain. Konsep ide, seperti yang digunakan dalam buku tersebut *Wisatawan Universal*, 1 berarti menghasilkan sebanyak mungkin ide atau alternatif untuk mencapai tujuan proyek. Pada Tahap ini penulis hanya mengembangkan konsep yang sudah dipikirkan sejak proses *state*. Konsep yang sudah dirumuskan penulis kaitkan dengan masalah yang sudah dianalisa sebelumnya. Maka masalah dan konsep dapat lebih terarah dan masih sejalur. Selain itu pada tahap ini penulis juga membuat alternatif yang terdiri dari alternatif pembentuk ruang, furniture dan penataan ruang yang berupa *zoning area* dan *layouting*.

f. *Choose* (Memutuskan Ide)

Setelah mengolah ide sesuai dengan hasil analisa yang dilakukan, selanjutnya adalah memutuskan ide. pada tahap ini penulis memilih dari beberapa alternatif yang sudah dibuat

sebelumnya. Tahap ini didasari atas beberapa pertimbangan dari penulis maupun dosen pembimbing di tahap konsultasi. Selain itu alternatif yang dipilih belum tentu sudah sempurna, maka dari itu adanya pengembangan kembali dari beberapa alternatif yang diajukan. mungkin bisa terjadi penggabungan dari alternatif yang dibuat.

g. *Implement* (Melaksanakan Ide Desain)

Implementasi mengacu pada melaksanakan atau mengambil tindakan atas ide yang dipilih dan memberikannya dalam bentuk fisik Langkah ini mengkomunikasikan ide melalui gambar akhir, rencana, *rendering*, dan bentuk presentasi lainnya kepada klien. Proses desain tidak berhenti pada ide atau solusi kreatif tetapi berlanjut pada tahap aksi ini untuk mewujudkan ide-ide tersebut menjadi kenyataan.

h. *Evaluate* (Mengoreksi Desain)

Tahap Evaluasi dilakukan tidak hanya diakhir setelah tahap implementasi, namun evaluasi dilakukan setiap tahap dilakukan. Bisa melalui konsultasi dengan dosen pembimbing atau evaluasi mandiri untuk mengolah desain menjadi lebih baik. Tahapan ini juga merupakan bagian dari perbaikan diri desainer dan proses desain yang digunakan dan dimaksudkan untuk mencapai penutupan suatu masalah.

2. Metode Desain

a. Metode Pengumpulan Data

Mengumpulkan dan meneliti latar belakang dan informasi terkait pada proyek besar dapat menghasilkan dokumen dan input grafis dalam jumlah besar. Berbagai teknik digunakan untuk mengkategorikan informasi dan mengaturnya secara hierarkis untuk membedakan dengan jelas antara prioritas dan faktor yang diinginkan. Sebuah pendekatan yang dilakukan para desainer yang diambil untuk mencapai kualitas penelitian tertinggi, yang mengarah pada solusi desain terbaik, disebut desain berbasis bukti (EBD). EBD adalah

proses mengumpulkan bukti terbaik dari penelitian dan praktik untuk mengambil keputusan penting tentang desain masing-masing proyek individu. EBD melibatkan penelitian kuantitatif dan kualitatif. Desainer harus mengumpulkan dan mengelompokkan hanya fakta-fakta yang berkaitan dengan tujuan masalah tertentu.

Setelah meneliti dan mengumpulkan fakta-fakta yang diperlukan, desainer dapat menerapkan temuannya pada solusi desain. Penelitian yang sistematis tidak hanya menciptakan pengetahuan tetapi juga memberikan solusi terhadap permasalahan desain. **1) Wawancara Pengguna**, Untuk memperoleh informasi yang mungkin hanya diketahui secara mendalam oleh pengguna suatu ruang, produk, atau sistem, pemrogram mungkin merasa perlu untuk mewawancarai orang-orang tersebut. **2) Survei Pengguna**, Alat lain yang berguna dalam mengumpulkan data untuk mendukung desain berbasis bukti adalah survei pengguna atau tertulis kuesioner untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka yang akan menempati atau menggunakan ruang tersebut. **3) Penelitian Situasi** Pemrogram mungkin berkonsultasi dengan publikasi yang tersedia dan profesional lainnya, termasuk ahli yang pernah menangani masalah serupa untuk mengetahui bagaimana masalah tersebut diselesaikan. Sumber seperti itu karena majalah, buku, dan bahan penelitian lainnya dapat memberikan banyak data, termasuk gambar, tentang hal serupa

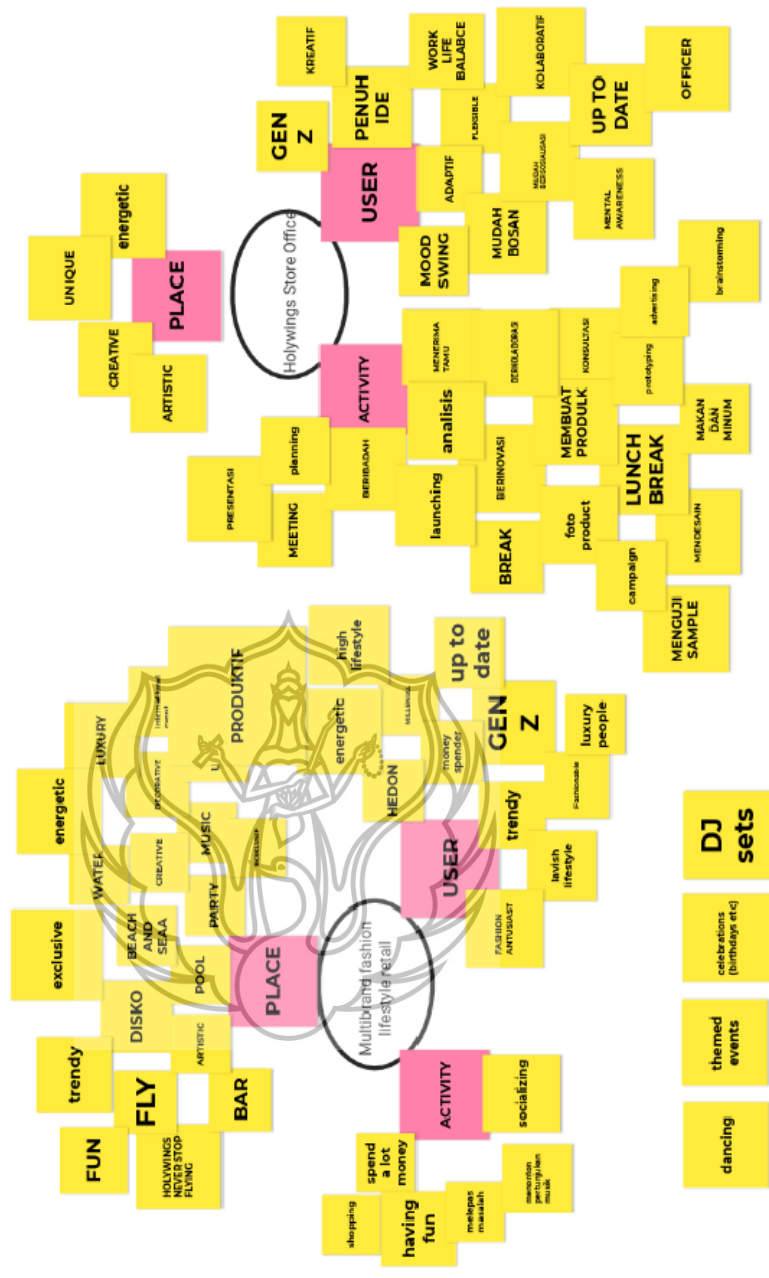
b. Metode Pengembangan Ide

Pengembangan Ide menurut Killmer yang digunakan pada perancangan *Holywings Store* dibagi menjadi 2 tahap: **1) Drawing Phase**, Dapat berupa *bubble* diagram yang secara umum menggambarkan proporsi ukuran area, sirkulasi, dan batas-batas yang ada. **2) Concept Statement Perancang** melakukan beberapa langkah untuk mencari ide, seperti *brainstorming* dan *discussion groups*. Kemudian ide yang sudah didapat dituangkan dalam kalimat. Kalimat tersebut mendeskripsikan ide-ide pokok dengan mempertimbangkan aspek keamanan, kenyamanan dan estetika.

c. Metode Evaluasi dan Pemilihan Alternatif

Metode Pemilihan Alternatif dibagi menjadi 2 yaitu **1) Penilaian Pribadi**, Kebanyakan desainer membuat keputusan berdasarkan penilaian pribadi. Mereka dengan hati-hati membandingkan setiap pilihan dengan yang lain dan memutuskan pilihan mana yang memenuhi tujuan masalah. **2) Analisis Perbandingan**, Meskipun metode penilaian pribadi efektif, pengambilan keputusan dapat ditingkatkan dengan memerinci secara cermat, memberi peringkat, dan menimbang pilihan secara hierarkis untuk menentukan mengapa satu solusi lebih baik daripada yang lain. Kriteria dicantumkan dengan cermat untuk setiap ide dan dibandingkan dengan opsi lain. Penghakiman kemudian dapat dibuat, berdasarkan

Tahap evaluasi juga merupakan tinjauan untuk melihat apa yang dipelajari atau diperoleh dari pengalaman dan apa pengaruh atau hasil dari kegiatan desain tersebut. Tahapan ini juga merupakan bagian dari perbaikan diri desainer dan proses desain yang digunakan dan dimaksudkan untuk mencapai penutupan suatu masalah. Teknik Evaluasi memiliki beberapa bentuk cara mengukur kualitas Keputusan desain dengan berbagai cara yaitu **1) Analisis Diri**, Desainer sering kali mengukur pencapaian mereka dibandingkan dengan tujuan awal. **2) Pendapat Yang Diketahui**, Metode lain melibatkan evaluasi oleh sumber luar yang independen. **3) Kritik Studio**, Di kelas, bentuk evaluasi yang umum adalah kritik studio, atau "kritik". Ini adalah evaluasi proyek.



Gambar 1. 2 Brain Storming System
 (Sumber: Analisis Penulis, 2024)