

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang paling terkenal dan dibanggakan. Penggunaan batik secara umum dimungkinkan dengan metode produksi yang biayanya minim sehingga harganya terjangkau, kemampuan artistik masyarakat Indonesia dan kemauan masyarakat untuk memakainya sebagai kain yang sesuai dalam segala acara.

Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir ini batik mulai ditinggalkan dan kurang dihargai oleh masyarakat Indonesia. Beberapa alasan batik mulai dilupakan adalah generasi muda mulai tidak tertarik meneruskan usaha pembuatan batik yang dilakukan secara tradisional. Semenjak tahun 1981 popularitas batik menurun, terutama batik yang digunakan sebagai pakaian tradisional karena dianggap tidak praktis dan kuno. Walaupun begitu, pada era ini masih dapat dijumpai pembatik yang sukses sehingga dapat disimpulkan batik tidak akan pernah hilang sama sekali dari Indonesia karena batik merupakan bagian dari gaya hidup dan budaya masyarakat Indonesia. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan untuk membuat batik juga dianggap sebagai faktor kemunduran dari batik (Samsi 15).

Salah satu *brand* batik populer di Indonesia adalah Batik Semar. Perusahaan ini sudah cukup lama berdiri dan mewarnai industri batik Indonesia. Batik Semar yang memiliki *head office* di Jalan Laksda. Adi Sucipto No. 101 Solo serta beberapa *showroom* yang tersebar di beberapa kota lainnya di Indonesia adalah toko batik yang ramai dikunjungi baik masyarakat dan turis karena banyak pilihan koleksi batiknya yang berkualitas. Tetapi di toko Batik Semar yang sekarang ini masih dirasa kurang lengkap fasilitasnya dan kurang menarik untuk beberapa kalangan masyarakat seperti remaja dan anak muda. Maka dari itu diperlukan sebuah tempat yang lebih modern, menarik, dan berfasilitas lengkap untuk lebih menjangkau masyarakat luas dari segala kalangan.

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesiadan salah satu kota tujuan wisata di Indonesia, baik oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

Maka diharapkan kota ini dapat menampilkan kebudayaan Indonesia dalam kehidupan masyarakatnya. Namun pada kenyataannya masyarakat Surabaya masih kurang kesadarannya untuk menampilkan budaya tersebut serta fasilitas apresiasi untuk budaya di kota ini dirasa masih kurang. Padahal fasilitas ini diperlukan untuk mendukung aspek wisata Surabaya. Beberapa fasilitas yang sudah ada jarang dikunjungi karena kurang menarik dan kurang memadai untuk tempat wisata. Dalam perancangan ini diharapkan menghasilkan sebuah galeri yang dapat menjadi tempat mendapatkan informasi tentang batik dengan fasilitas yang lebih lengkap dan memadai sehingga dapat lebih dinikmati pengunjung yang ingin mendapatkan informasi tentang batik sekaligus mengapresiasi dan mendapatkan produk batik. Dengan perancangan galeri batik ini diharapkan masyarakat Indonesia terutama warga Surabaya lebih tertarik untuk mengenal dan memakai batik Indonesia.

Pada perancangan galeri batik sebelumnya, masih belum terdapat fasilitas yang lengkap. Misalnya terdapat fasilitas untuk *workshop*, namun tidak ada fasilitas untuk peragaan busana batik (*fashion show*). Maka dari itu dalam perancangan galeri batik yang akan dibuat ini akan mendesain sebuah galeri dengan fasilitas yang lebih lengkap dengan area *workshop* dan area untuk *fashion show*.

1.2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana merancang interior galeri batik agar berbagai macam kain batik yang dipamerkan tetap terjaga kualitasnya (terhindar dari debu, kotoran, dan sinar ultraviolet secara langsung).
- b. Bagaimana merancang interior galeri batik yang dapat dijadikan sumber informasi tentang batik produksi PT Batik Semar bagi masyarakat kota Surabaya.

1.3. Ruang Lingkup Perancangan

Ruang lingkup perancangan interior Galeri Batik Semar di Surabaya adalah sebagai berikut:

- a. Denah yang diambil adalah denah riil dari Gedung Gramedia Expo di Jalan Basuki Rahmat 93-105 Surabaya
- b. Luasan area yang akan dirancang $\pm 1.170 \text{ m}^2$.

1.4. Tujuan, Manfaat, dan Target

- a. Menghadirkan sebuah galeri batik yang berkesan modern dan eksklusif serta elegan, dan secara khusus memamerkan karya batik khususnya produksi dari PT Batik Semar, lengkap dengan fasilitas penunjang aktivitasnya seperti area toko, area *workshop*, area konsultasi desain, dan juga *lobby*. Dengan perancangan ini diharapkan masyarakat terutama kalangan muda akan lebih tertarik dengan batik Indonesia dan menghargai serta melestarikan budaya Indonesia.
- b. Manfaat perancangan:
Menyediakan sebuah tempat untuk mengenalkan dan memamerkan hasil produk PT Batik Semar kepada masyarakat Indonesia terutama warga Surabaya.

1.5. Metode Perancangan

1.5.1. Tahap Pengambilan dan Pengumpulan Data

Data-data yang diperlukan dalam Perancangan Interior Galeri Batik Semar di Surabaya adalah:

- a. Data literatur: berbagai teori yang digunakan sebagai acuan bagi Perancangan Interior Galeri Batik Semar di Surabaya, antara lain yaitu teori mengenai pengertian batik, jenis, cara pembuatan dan penyimpanan batik, serta sejarah dan perkembangan batik dari PT Batik Semar. Di samping itu juga dibutuhkan literatur tentang galeri dan retail, serta teori-teori persyaratan ruang dan fasilitas untuk perancangan ini.
- b. Data lapangan: data lapangan ini terdiri dari data fisik dan data non fisik yaitu tapak luar dan tapak dalam site yang akan digunakan, analisis sinar matahari,

analisis akustik, analisis pencahayaan dan penghawaan bangunan, serta profil perusahaan, struktur organisasi, dan pola aktivitas pengelola dan pengunjung dari *showroom* Batik Semar di Solo.

- c. Data tipologi/ pembandingan: data tipologi diperoleh melalui studi banding perancangan interior sejenis untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan serta menganalisis kemungkinan permasalahan dalam perancangan. Beberapa objek yang dijadikan pembandingan yaitu Museum Batik Danar Hadi, Museum Ullen Sentalu Yogyakarta, dan *Showroom* Batik Keris.

1.5.2. Tahap Perencanaan (*Programming*)

Tahap perencanaan dimulai dengan melakukan *survey* lapangan untuk mendapatkan data yang lebih spesifik tentang kebutuhan pengguna. Dilakukan wawancara untuk mengetahui kebiasaan dan kebutuhan pengguna serta pola aktivitas pengguna, juga data-data non fisik lainnya. Dalam tahap ini dihasilkan:

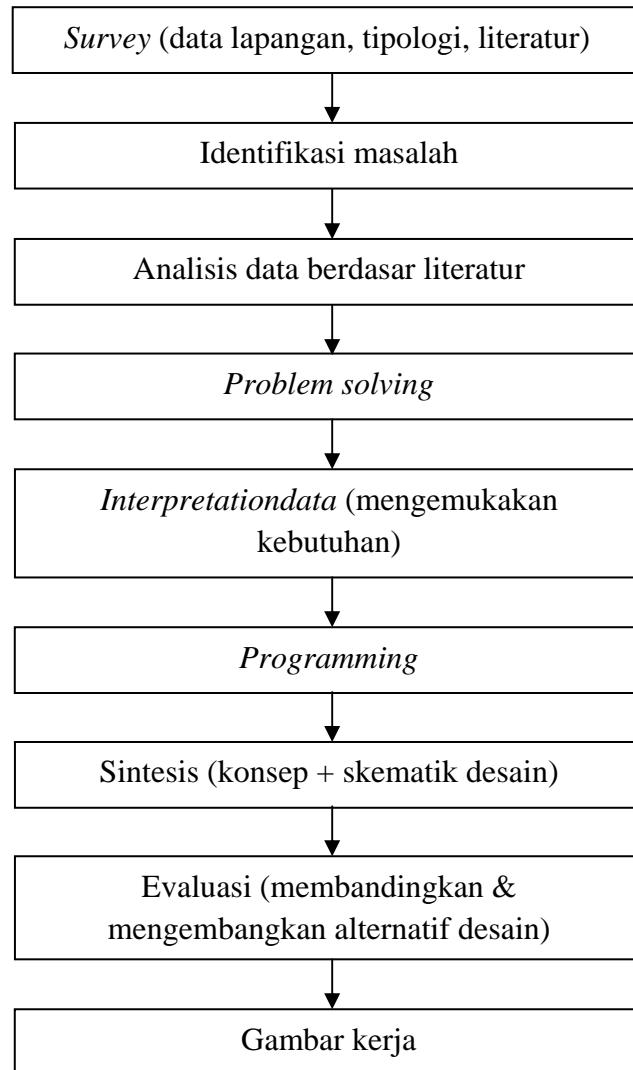
- a. Kebutuhan dan jenis area dalam perancangan dengan didasarkan analisis dari aktivitas dalam galeri.
- b. Pola hubungan antar ruang dalam galeri berdasarkan pola aktivitas pengguna galeri.
- c. Kebutuhan besaran ruang setelah dilakukan penghitungan dengan mempertimbangkan kapasitas pengguna dan kebutuhan perabot.
- d. *Zoning* dan *grouping* dalam galeri.

1.5.3. Tahap Skematik Desain

- a. Konsep desain: setelah mendapatkan hasil dari *programming*, sebuah konsep desain dapat ditarik. Konsep ini diharapkan dapat menjawab permasalahan sehingga dapat muncul desain sebagai solusi permasalahan tersebut.
- b. Sketsa skematik desain: dalam tahap ini desain dan sketsa awal mulai terbentuk sebagai ide awal perancangan. Sketsa-sketsa awal ini selanjutnya dikembangkan terus-menerus hingga didapat desain akhir.

1.5.4. Tahap Pelaksanaan Desain (Desain Akhir)

Setelah melalui beberapa proses transformasi, dihasilkan desain akhir yang akan diterapkan dalam perancangan. Dalam tahap ini dihasilkan gambar kerja yang telah diberi spesifikasi warna, bahan dan finishing, serta perspektif interior. Maket dan skema bahan juga dihasilkan dalam tahapan ini.



Bagan 1.1. Metodologi desain

Sumber: Kubba (2003, p.70)