

2. TINJAUAN DATA

2.1. Data Literatur

Data literatur ini berfungsi sebagai acuan dalam menganalisa data lapangan yang didapatkan melalui survey lokasi secara langsung.

2.1.1. Kreatifitas

Kreativitas adalah suatu proses konstruksi ide orisinal, bermanfaat, variatif (bernilai seni) dan inovatif (berbeda/lebih baik). Perkembangan kreativitas juga sangat tergantung pada lingkungan kerja, keyakinan dan intelektual. Semua orang memiliki jiwa kreatif yang dapat dikembangkan dan dapat menjadi sesuatu yang sangat berguna bagi kehidupannya, baik dalam pekerjaan, pendidikan, kehidupan sosial serta dalam kehidupan sehari-hari. Karena setiap orang memiliki 8 kecerdasan yang dapat dikembangkan sesuai bakatnya, yaitu: fisik, linguistik, matematis / logis, visual / spatial, musikal, naturalis, interpersonal, dan intrapersonal.

Proses kreativitas:

- *Inventing / breaking rules*, untuk mencari sebuah penemuan yang kreatif haruslah keluar dari aturan yang ada. Agar dapat menemukan sesuatu yang berbeda dan bisa menjadi sesuatu yang sangat membantu.
- *Eksperimenting / making mistakes*, setelah menemukan beberapa ide wajibnya mencoba ide-ide yang ada dan kekeliruan pasti terjadi. Karena tidak ada yang sempurna di dunia.
- *Growing / taking risks*, terakhir bila sudah melakukan kedua hal diatas maka secara tidak langsung pemikiran kita akan berkembang terus untuk menjadi yang terbaik. Dan pilihan ada dalam tangan masing-masing orang untuk berani mengambil resiko dalam menjalankan ide-idenya.

Proses kreativitas mengalir melalui 5 tahap:

Persiapan → Mendefinisikan masalah, tujuan atau tantangan

Inkubasi → Mencerna fakta-fakta dan mengolahnya dalam pikiran

Iluminasi → Mendesak kepermukaan, gagasan-gagasan muncul

Verifikasi → Memastikan apakah solusi itu benar-benar memecahkan masalah

Aplikasi → Mengambil langkah-langkah untuk menindak lanjuti solusi tersebut

Yang menyebabkan rendah dan lemahnya kreativitas:

- Terlalu menekankan pada cara berpikir konvergen
 - *“He had only one idea, and that was wrong.” Disraeli, British prime minister.*
- Kurang wawasan sehingga menyebabkan cara berpikir kurang lentur
 - *Diversity of perspectives, knowledge, etc. is the fuel of creativity*
- Terbelenggu dengan pekerjaan rutin
- Takut berbuat salah dan ditertawakan
- Tidak memiliki rasa humor

Dalam kreativitas ada 3 hal yang harus diselaraskan yaitu:

- kemampuan sintesis-membuat hubungan yg tak lazim
- kemampuan analitis- penilaian kritis untuk menghasilkan ide-ide yang lebih baik
- kemampuan praktis- mengubah ide menjadi kenyataan

Sebagai contoh Kreativitas timbul melalui:

- Melihat sesuatu yg berbeda
- Melihat sesuatu dari cara berbeda
- Menghasilkan pilihan majemuk
- Melanggar aturan
- Berpikir dan menghubungkan
- Menunjukkan Kesadaran tinggi

- Tahu apa yg anda pikirkan
- Bermain dengan kata kunci “Seandainya...”
- Mencoba sesuatu permainan

2.1.2. Pentingnya Industri Kreatif

Industri kreatif dapat didefinisikan sebagai berikut, “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplotasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut “. Perancangan Surabaya *Creativity Distro Center* di Bali juga tergolong dalam kelompok industri kreatif.

Berikut beberapa intisari pidato Presiden Komisaris Kompas Gramedia, Jakob Oetama, pada acara Studium Generale Universitas Multimedia Nusantara (UMN) di Kampus UMN, Summarecon-Serpong, Tangerang.

Alasan pengembangan industri kreatif di Indonesia:

- Industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan.
- Industri kreatif menciptakan iklim bisnis yang positif dan membangun citra serta identitas bangsa.
- Industri kreatif berbasis pada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif.

Untuk menggerakkan industri kreatif diperlukan beberapa faktor pendukung:

- arahan edukatif
- penghargaan terhadap insan kreatif
- menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Fenomena global

- Saat ini ekonomi industrial telah beralih ke ekonomi kreatif dan korporasi berada di persimpangan jalan.
- Daya yang paling penting saat ini adalah tumbuhnya kekuatan ide, di mana sebagian besar tenaga kerja berada pada sektor jasa atau menghasilkan

produk abstrak, seperti data, software, berita, hiburan, periklanan, dan lain-lain.

- Belanja modal di AS untuk teknologi informasi berlipat lebih dari tiga kali sejak 1960, dari hanya 10 persen menjadi 35 persen.
- Potensi untuk sukses pada perusahaan IT, seperti Yahoo, Google, jauh lebih besar karena ide bersifat menular, dapat menyebar ke populasi yang sangat besar dalam waktu cepat.
- Dalam era ekonomi kreatif, tersedia modal yang sangat banyak, namun justru ide bagus yang sangat kurang, sehingga pemilik modal seperti kehilangan kekuatan, dan wirausahawan serta pemilik ide yang memegang peranan.

Rata-rata kontribusi PDB industri kreatif Indonesia tahun 2002-2006 sebesar 6,3% dari total PDB Nasional dengan nilai Rp 104,6 triliun. Nilai ekspor industri kreatif mencapai Rp 81,4 triliun dan berkontribusi sebesar 9,13 persen terhadap total nilai ekspor nasional dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 5,4 juta pekerja. PDB industri kreatif menduduki peringkat ke-7 dari 10 lapangan usaha utama yang ada di Indonesia. PDB industri kreatif saat ini masih didominasi oleh kelompok fesyen, kerajinan, periklanan, dan desain.

Pemerintah telah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 14 subsektor, antara lain, industri perangkat lunak (software), pasar barang seni, industri kerajinan, fesyen, advertising, desain, animasi, film, video dan fotografi, musik, serta permainan interaktif. Indonesia memiliki potensi kekayaan seni budaya yang beragam sebagai fondasi tumbuhnya industri kreatif. Keragaman budaya itu sendiri sebagai bahan baku industri kreatif, munculnya aneka ragam kerajinan dan berbagai produk Indonesia, memunculkan juga berbagai bakat (talent) dari masyarakat Indonesia di bidang industri kreatif.

Pada tanggal 2 April 2008, Inkubator Industri dan Bisnis ITB menyelenggarakan seminar nasional industri kreatif untuk kesejahteraan bangsa. Menteri Perdagangan RI Dr. Mari Elka Pangestu di undang sebagai *keynote speaker* dan dimoderatori oleh rektor ITB Prof. Dr. Ir. Djoko Santoso, Msc. Didalam acara tersebut Inkubator Industri dan Bisnis ITB juga mengumumkan pemenang "Call for Industry Proposal" yang merupakan upaya Inkubator

Industri dan Bisnis ITB dalam menjaring generasi entrepreneur muda kampus untuk dibina dan dikembangkan menjadi entrepreneur dibidang industri kreatif yang tangguh dimasa depan. Industri kreatif merupakan pilar utama dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif yang memberikan dampak yang positif bagi kehidupan berbangsa dan bernegara.

Pembahasan dalam seminar tersebut adalah tentang studi pemetaan industri Kreatif Indonesia dan kontribusinya terhadap perekonomian dalam retang waktu 2002-2006. Studi ini adalah studi Data Sekunder, diolah berdasarkan data KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) yang dikeluarkan BPS dan juga informasi-informasi yang terkait dengan sektor jasa dari sumber-sumber lain. Studi ini dilakukan untuk memotret kondisi industri-industri kreatif di Indonesia, sehingga dalam menetapkan kebijakan dan strategi akan lebih terfokus.



Gambar 2.1. Industri Kreatif Indonesia versi Departemen Perdagangan RI (sumber: <http://mybusinessblogging.com/entrepreneur/2008/10/27/peluang-industri-kreatif/>)



Gambar 2.2. Foto pameran industri kreatif
(sumber: <http://mybusinessblogging.com/entrepreneur/2008/10/27/peluang-industri-kreatif/>)

Tujuan Studi

- Melakukan pemetaan industri kreatif berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI).
- Membuat profil kontribusi ekonomi industri kreatif di Indonesia berdasarkan 4 dasar pengukuran, yaitu berbasis nilai produk domestik bruto, berbasis ketenagakerjaan, berbasis kepada aktivitas perusahaan, dan dampak terhadap sektor-sektor lain.
- Membuat profil kontribusi ekonomi kelompok industri kreatif di Indonesia berdasarkan berdasarkan 3 dasar pengukuran, yaitu berbasis nilai produk domestik bruto, berbasis ketenagakerjaan, dan berbasis kepada aktivitas perusahaan

Manfaat Studi

- Memetakan industri di Indonesia yang merupakan kelompok industri kreatif berdasarkan standar KBLI.
- Membuat profile Kontribusi Industri Kreatif di Indonesia berdasarkan indikator dampak ekonomi yang diidentifikasi.
- Mengetahui profil perbandingan sektor industri pada industri kreatif di Indonesia untuk masing-masing indikator utama.

2.1.3. Sejarah *Distro*

Saat ini *distro/distribution outlet* sudah sangat banyak diberbagai kota di Indonesia dan sangat banyak pula muda-mudi menggemarnya. Berawal dari sebuah hobi dan akhirnya menjadi sebuah *distro*, yang merupakan suatu bisnis *clothing* yang menjanjikan. Dari sebuah skatepark kecil di salah satu sudut taman lalu lintas Bandung (taman ade irma suyani), di awal tahun 1990-an, menjadi tempat bersejarah yang melatar belakangi perkembangan fashion anak muda Bandung dalam satu dekade terakhir ini. Skateboard kemudian menjadi benang merah yang menjadi ciri dan eksplorasi fashion dan lifestyle yang dielaborasi oleh para pelakunya dan membentuk gaya anak muda Bandung hingga saat ini. Pertemuan di Taman Lalu Lintas membuat Didit atau dikenal dengan nama Dxxxxt, Helvi dan Richard Mutter (mantan drummer Pas Band), kemudian bersepakat mengelola sebuah ruang bersama di Jalan Sukasenang Bandung. Ruang ini kemudian dikenal sebagai cikal bakal munculnya bisnis *clothing* lokal untuk anak muda di Bandung, yang akhirnya diberi nama Reverse.

Tahun 1994, mereka membangun studio musik dan toko yang menjual CD, kaset poster, *t-shirt*, majalah, poster dan aksesoris band yang diimport langsung dari luar negeri. Pilihan yang spesifik, membuat barang yang dijual di Reverse tak bisa didapatkan di toko-toko lain di Bandung pada saat itu. Reverse pada saat itu menjadi tempat berkumpulnya komunitas-komunitas dari scene yang berbeda, baik punk, hardcore, pop, surf, bmx, skateboard, rock, grunge, semua bisa bertemu di tempat itu. PAS dan Puppen adalah beberapa band yang sempat dibesarkan oleh komunitas Reverse. Richard sendiri sempat membentuk record label independen 40.1.2.4, yang rilisan pertamanya berupa album kompilasi “masa indah banget sekali pisan”. Pada tahun 1997 band-band yang ikut dalam rilisan itu diantaranya Burger Kill, Puppen, Papi, Rotten To The Core, Full of Hate dan Waiting Room sebagai band satu-satunya dari Jakarta yang masuk dalam kompilasi ini.

Saat krisis ekonomi terjadi pada tahun 1998, bisnis yang dijalani Reverse mengalami masa sulit sampai akhirnya tutup. Mereka tak mampu lagi membeli barang-barang dari luar negeri kerana nilai dolar terhadap rupiah melambung

tinggi dan tak terjangkau. Namun kondisi sulit ini justru melahirkan fase baru dalam perkembangan industri *clothing* Bandung. Helvi veteran Reverse, kemudian membangun *clothing* label bernama Airplane yang memulai usahanya pada tahun 1997. Bukan hanya itu, bersama Dxxxt dan Marin, Helvi membangun record label bernama Fast Forward pada tahun 1999. Airplane yang didirikannya bersama dua rekannya yang lain yaitu Fiki dan Colay, resmi berdiri pada tanggal 8 Februari 1998. Pada awalnya mereka sudah tidak mampu lagi membeli barang-barang impor karena mahal dan krisis moneter, akhirnya mereka membuat *t-shirt* sendiri dengan *background* masing-masing. Semua desain *t-shirt* dipengaruhi oleh kehidupan sehari-hari yang mereka senangi. Biasanya desain tercipta dari skateboard dan musik yang mempengaruhi ke grafis desain *clothing* itu sendiri. Yang akhirnya menjadi berbagai macam bentuk dan gaya.

Transformasi Reverse sebagai clothing company, dimotori oleh Dxxxt pada bulan Februari 2004. Didukung oleh Marin, Wendi Suherman dan Indra Gatot sebagai mitra usahanya. Reverse kemudian menjelma menjadi label yang memfokuskan dirinya pada *fashion* untuk pria. Urban culture yang menjadi keseharian tim kreatifnya, menjadi inspirasi dalam desain produk-produk Reverse.

Sementara kegemaran skateboard, bmx dan surfing yang ditekuni Dandhy dan teman-temannya, justru memotivasi mereka untuk membuat produk-produk yang mendukung hobi yang mereka cintai. Bukan hal yang mudah untuk menemukan fashion penunjang kegiatan surfing di Bandung pada saat itu. Maka tahun 1996 dari rumah di dago 347 Bandung, mereka mulai memproduksi barang-barang yang menunjang hobi mereka untuk digunakan sendiri. Ternyata apa yang mereka pakai, menarik perhatian teman-teman mereka. Seperti halnya Airplane, dengan modal patungan seadanya mereka mulai memproduksi barang-barang yang mereka desain untuk kebutuhan hobi mereka itu, untuk dijual di kalangan teman-teman mereka sendiri dengan label “347 boardrider co”.

Toko pertamanya dibuka pada tahun 1999 dan diberi nama “347 Shophouse” di jalan Trunojoyo Bandung. Demikian pula Ouval yang muncul di tahun 1998. Awalnya juga dibentuk dengan semangat untuk mengelaborasi hobi

skateboard para pendirinya. Hobi dan semangat kolektivisme terasa sangat kuat mewarnai kemunculan *clothing* label dan *clothing* store pada masa itu.

Di tahun 1996, Dadan Ketu bersama delapan orang temannya yang lain membentuk sebuah kolektif yang diberi nama Riotic. Terbentuk karena Dadan dan teman-temannya memiliki kesamaan minat akan ideologi punk yang akhirnya membuat mereka bersatu membentuk Riotic. Riotic menjadi label kolektif yang memproduksi sendiri rilisan musik-musik yang dimainkan oleh komunitas mereka, menerbitkan zines, dan membuka sebuah toko kecil yang menjadi distribusi outlet produk kolektif yang mereka hasilkan. Riotic juga dikenal konsisten dalam mendukung pertunjukan-pertunjukan musik punk rock dan underground yang saat itu kerap diselenggarakan di Gelora Saperua Bandung.

Dari sejarah *distro* diatas dapat disimpulkan bahwa munculnya *distro* sangatlah baik bagi kreatifitas dan perkembangan muda-mudi jaman sekarang, agar tidak berbuat vandalisme yang merugikan masyarakat umum. Dengan itu haruslah ada sebuah wadah yang menampung bakat minat mereka.

[\(http://anakostco.wordpress.com/2007/11/09/sejarah-clothing-dan-distribution-store-distro/\)](http://anakostco.wordpress.com/2007/11/09/sejarah-clothing-dan-distribution-store-distro/)

2.1..4. *Distro* Masa Kini

Saat ini *distro* menjadi tempat yang digemari para muda-mudi dan menjadi fashion kebanyakan muda-mudi sekarang ini. *Distro* bermunculan seiring berkembangnya tren belanja. Tidak hanya di kota Surabaya di berbagai kota pun banyak bermunculan *distro-distro*. Kini orang tak cukup berburu barang di *factory outlet* atau *boutique outlet*, namun *distro (distribution outlet)* mulai jadi sasaran kaum muda. Karena barang-barang yang ditawarkan berkategori eksklusif dan harganya pun terjangkau. Barang-barangnya diproduksi dalam parik kecil atau rumahan. Sebab itu barang-barangnya terbatas dan karena keterbatasan itu menjadi suatu barang yang eksklusif.



Gambar 2.3. Salah satu *distro* di Bandung
(sumber: www.suarapembaruan.com/.../05/20/Urban/ur01.htm)

Dengan banyak munculnya *distro* menjadi sumber inspirasi *fashion* bagi kebanyakan para pemain band. Karena selain barangnya eksklusif (tidak ada yang menyamai), *fashion* di *distro* juga tidak ketinggalan mode. Dengan menjadi tren *fashion*, sebuah *distro* memerlukan orang-orang yang dapat menuangkan ide-ide kreativitasnya. Agar peminat barang-barang *distro* makin banyak.

(sumber: www.suarapembaruan.com/.../05/20/Urban/ur01.htm)

2.1.5. Jenis-jenis *Distro*

Distro adalah tempat / suatu usaha untuk menjual barang-barang lokal atau barang-barang yang diproduksi sendiri. Merupakan suatu usaha yang berdiri di bidang produk *fashion* dengan cara retail dan wholesale, dengan karakter produk yang unik, tumbuh di wilayah urban culture. Target utama pasar anak muda dan kelas ekonomi menengah ke atas. Usaha tersebut banyak dibangun oleh pengusaha muda yang bersemangat mandiri atau independen dan selalu mengedepankan kreatifitas dan energitas yang tinggi.

Sekarang ini banyak anak muda di Bandung yang mulai melirik dan menjadikan *distro* sebagai usaha sampingan dengan tujuan bisnis. Dengan itu pro dan kontra yang timbul mengenai keberadaan *distro*, antara idealisme dengan komersialisme menjadi sebuah masalah yang kompleks, sama seperti pergerakan komunitas perintis *distro* itu sendiri. Karena itu *distro* dibedakan menjadi dua, yaitu:

Distro Mayor / komersil:

Merupakan suatu *distro* yang 90% mencari keuntungan dari barang-barang yang dijual untuk membesarkan namanya atau merknya. Sehingga makin banyak orang tahu dan makin banyak pula peminatnya untuk membeli barang dari satu *distro* tersebut.

Distro Minor / idealis:

Merupakan suatu *distro* yang lebih mementingkan idealis yang tinggi daripada sebuah nama. Biasanya *distro* seperti ini banyak yang tidak bertahan lama, dikarenakan ke idealisan itu sendiri.

Dari semua penjelasan diatas bagaimana pun macam *distro*, barang-barang yang dijual di *distro* kebanyakan adalah barang-barang lokal. Dan tergantung dari pemilik usaha *distro* tersebut, akan membuat *distro* yang komersil atau idealis. Keduanya tetap mensupport moto DIY (Do It Yourself).

2.1.6. Barang-barang *Distro*

Barang-barang *distro* meliputi kaos / t-shirt, sepatu, celana, tas, jaket, asesories, CD / kaset indie, dan banyak lagi yang lainnya. Umumnya tulisan yang tertera pada barang-barang *distro* berupa tulisan-tulisan nama *distro* itu sendiri, nama / gambar band-band terkenal dan tulisan-tulisan unik. Biasanya juga barang-barang yang dijual melambangkan identitas *distro* itu sendiri, menganut aliran musik apa / menganut *style* tertentu.



Gambar 2.4. Macam-macam t-shirt untuk pria

(sumber: <http://hardnheavymusic.com/syarat.htm>)



Gambar 2.5. Macam-macam t-shirt untuk wanita

(sumber: <http://hardnheavymusic.com/syarat.htm>)



Gambar 2.6. Macam-macam sepatu sneaker

(sumber: <http://freemagz.com/freewill/sneaker-hunter>)



Gambar 2.7. Macam-macam jaket pria dan wanita

(sumber: <http://www.google.com>)



Gambar 2.8. Macam-macam assesories

(sumber: <http://www.google.com>)



Gambar 2.9. Macam-macam celana untuk pria dan wanita

(sumber: <http://www.google.com>)



Gambar 2.10. Macam-macam CD indie

(sumber: www.myspace.com/balladsofthecliches)



Gambar 2.11. Macam-macam tas

(sumber: <http://www.google.com>)

2.1.7. Jenis-jenis Bahan Kaos



Gambar 2.12. Patokan kaos

(sumber: cannizaro.wordpress.com/)

KAOS POLOS					
	S	M (JUNKIE)	M (STANDARD)	L	XL
PANJANG	57	63	66	70	72
LEBAR A	38	41	44	49	54
LEBAR B	39	42	45	50	55

KAOS POLOS BUILT UP'	
	ALL SIZE
PANJANG	69
LEBAR A	45
LEBAR B	49

KAOS POLOS BAYI			
	S	1	2
PANJANG	39	45	51
LEBAR A	31	33	36
LEBAR B	33	35	38

Tabel 2.1. Ukuran dari gambar patokan kaos di atas

(sumber: cannizaro.wordpress.com/)

- Kaos Cotton ada 2 macam berdasarkan spesifikasi benang:
 - A. Cotton Combed, serat benang lebih halus, hasil rajutan dan penampilan lebih rata.

KAOS POLOS COMBED					
UKURAN	LENGAN PENDEK			LENGAN PANJANG	
	HITAM	PUTIH	WARNA	PUTIH	HITAM
S	Rp 18.000	Rp 17.500	Rp 20.000		
M (JUNKIE)	Rp 20.000	Rp 19.000	Rp 21.000	Rp 22.000	Rp 22.500
M (STANDARD)	Rp 21.000	Rp 20.000	Rp 22.500		Rp 25.000
L	Rp 23.000	Rp 22.000	Rp 25.500	Rp 25.500	Rp 27.000
XL	Rp 24.500	Rp 24.000	Rp 26.500		Rp 29.000
XXL	Rp 26.500	Rp 25.500	Rp 29.000		
BUIL UP (TANPA JAHITAN SAMPING) ALL SIZE @ 26000					
WARNA COMBED : MERAH CABAI, COKLAT PRAMUKA, MISTY					

Tabel 2.2. Harga kaos combed

(sumber: cannizaro.wordpress.com/)

- B. Cotton Cardet, Serat benang kurang halus, hasil rajutan dan penampilan bahan kurang rata.

KAOS POLOS CARDET					
UKURAN	LENGAN PENDEK			LENGAN PANJANG	
	HITAM	PUTIH	WARNA	PUTIH	HITAM
S	Rp 17.000	Rp 16.500	Rp 18.000		Rp 21.000
M (JUNKIE)	Rp 18.000	Rp 17.500	Rp 19.000	Rp 21.000	Rp 21.500
M (STANDARD)	Rp 19.000	Rp 18.500	Rp 20.000	Rp 22.000	Rp 22.000
L	Rp 20.500	Rp 19.500	Rp 21.000	Rp 22.500	Rp 23.000
XL	Rp 21.500	Rp 20.500	Rp 22.000	Rp 24.000	Rp 24.500
XXL	Rp 25.000	Rp 23.000	Rp 22.500		
WARNA CARDET: ORANGE, BIRU BENHUR, HIJAU FUJI, BIRU MUDA, MERAH CABAI,					

Tabel 2.3. Harga kaos cardet

(sumber: cannizaro.wordpress.com/)

Sifat kedua jenis bahan tersebut bisa menyerap keringat dan tidak panas, karena bahan baku dasarnya adalah serat kapas.

- TC (Teterton Cotton)

Jenis bahan ini adalah campuran dari Cotton Combed 35 % dan Polyester (Teteron) 65%. Dibanding bahan Cotton, bahan TC kurang bisa menyerap keringat dan agak panas di badan. Kelebihannya jenis bahan TC lebih tahan 'shrinkage' (tidak susut atau melar) meskipun sudah dicuci berkali-kali.

- CVC (Cotton Viscose)

Jenis bahan ini adalah campuran dari 55% Cotton Combed dan 45% Viscose. Kelebihan dari bahan ini adalah tingkat shrinkage-nya (susut pola) lebih kecil dari bahan Cotton. Jenis bahan ini juga bersifat menyerap keringat.

- Polyester dan PE

Jenis bahan ini terbuat dari serat sintetis atau buatan dari hasil minyak bumi untuk dibuat bahan berupa serat fiber poly dan yang untuk produk plastik berupa biji plastik. Karena sifat bahan dasarnya, maka jenis bahan ini tidak bisa menyerap keringat dan panas dipakainya.

2.1.8. Jenis-jenis Benang

Pentingnya mengetahui tentang benang atas bahan kaos yang kita kehendaki adalah berkaitan dengan ketebalan atau gramasi bahan kaos itu sendiri.

- Benang 20S

Biasanya dipakai apabila kita menghendaki ketebalan atau gramasi bahan kaos antara 180 sampai dengan 220 Gram / Meter persegi untuk jenis rajutan Single Knitt.

- Benang 24S

Biasa dipakai apabila kita menghendaki ketebalan atau gramasi bahan kaos antara 170 sampai dengan 210 Gram / meter persegi untuk jenis rajutan Single Knitt.

- Benang 30S

Biasa dipakai apabila kita menghendaki ketebalan atau gramasi bahan kaos antara 140 sampai dengan 160 Gram / meter persegi untuk jenis rajutan Single Knitt atau Gramasi 210 sampai dengan 230 Gram / meter persegi untuk jenis rajutan Double Knitt.

- Benang 40S

Biasa dipakai apabila kita menghendaki ketebalan atau gramasi bahan kaos antara 110 sampai dengan 120 Gram / meter persegi untuk jenis rajutan Single Knitt atau Gramasi 180 sampai dengan 200 Gram / meter persegi untuk jenis rajutan Double Knitt.

2.1.9. Jenis-jenis Rajutan

- SINGLE KNITT (Contoh. Combed 20'S, S nya adalah single knitt)

Pengertian teknisnya adalah rajutan jarum single, Penggunaan hanya satu permukaan atau tidak bisa dibolak-balik (2 permukaan),

Jenis rajutan rapat, bahan padat, kurang lentur (stratching), Sebagian besar produk kaos yang ada di pasaran adalah memakai jenis rajutan Single Knitt.

- **DOUBLE KNITT** (Contoh. Combed 20'D, D nya adalah double knitt)
Pengertian teknisnya adalah rajutan Jarum Double, Sehingga penggunaannya bisa dibolak-balik (atas bawah tidak masalah), Jenis rajutan tidak rapat, bahan kenyal, lembut, dan lentur, Produk kaos yang biasa memakai rajutan jenis ini adalah pakaian untuk bayi (baby) dan anak-anak (Kid's). Ada sebagian orang menyebut bahan ini dengan sebutan Interlock.
- **LACOSTE**
Pengertian teknisnya adalah rajutan texture / corak, Penggunaan tidak bisa dibolak-balik, Jenis rajutan bertexture, bulat, kotak, atau menyerupai segitiga kecil-kecil, Sebagian orang ada yang menyebut bahan ini Pique atau Cuti, dan hanya lazim digunakan untuk Polo Shirt atau Kaos Merah.
- **STRIPER / YARN DYE**
Pengertian teknisnya adalah rajutan kombinasi benang warna (Yarn Dye), Penggunaan tidak bisa di bolak-balik, Jenisnya bisa Single Knitt maupun Double Knitt, Finishing harus openset / belah, Orang awam menyebut bahan ini dengan sebutan bahan salur / warna-warni. Biasa digunakan untuk produk kaos dewasa (Pria, Wanita, T-Shirt, maupun Polo Shirt).
- **DROP NEEDLE**
Pengertian teknisnya adalah rajutan dengan variasi cabut jarum, Penggunaannya bisa di bolak-balik, Jenis rajutan texture garis lurus vertikal, lembut, dan lentur, Produk kaos ini banyak digunakan untuk Rib Leher (T-Shirt), Ladies T-Shirt Body Fit, dan kaos singlet.

2.1.10. Jenis-jenis Finishing

Jenis finishing bahan kaos disini berkaitan dengan lebar bahan kaos yang dikehendaki yang berkaitan dengan kebutuhan efisiensi pola / marker. Finishing juga berkaitan dengan kebutuhan akan handfeel / pegangan bahan kaos.

- TUBULAR/BULAT

Bentuk bahan kaos disini adalah bulat melingkar (seperti sarung) untuk bahan Cotton disebut Callendar, sedangkan untuk Non-Cotton disebut Setting. Jenis bentuk finishing bahan kaos seperti ini yang paling banyak dipakai oleh para produsen garment / Clothing Company.

- OPENSET/FINISH BELAH

Bentuk bahan kaos yang di opensest adalah sudah dibelah melebar / horizontal. Kelebihan dari finishing ini adalah serat bahan jadi lebih lurus dan shrinkage (susut kain) lebih halus. Jenis finishing ini banyak digunakan untuk produk kaos yang mengutamakan mutu, merk branded / ternama, dan kualitas export.

- MERCERIZED/NON MERCERIZED

Mercerized, jenis finishing yang membuat serat bahan kaos jadi lebih rapat, warna lebih cerah, shrinkage lebih bagus, dan handfeel lebih keras. Contoh untuk jenis bahan ini banyak dipaai oleh produsen kaos lokal seperti: Metalizer, Cressida, IE-BIE, Dadung, Dagadu, Sinergy, BE-HOT, dan lainnya.

Non Mercerized, adalah jenis finishing yang mengutamakan handfeel atau pegangan yang soft dan lentur. Contoh produk kaos yang memakai bahan jenis ini: Billabong, Quicksilver, Giordano, dan sebagian besar produk pakaian anak-anak dan bayi.

- BIO ENZYM dan BIO COMPACT

Jenis finishing ini merupakan inovasi dari Non Mercerized. Sebenarnya kedua jenis finishing ini secara teknis bersifat merapuhkan permukaan bahan kaos dengan semacam bakteri. Yang didapatkan adalah penampilan bahan jadi super lembut, bulunya jadi halus dan warna lebih cerah. Kelemahan bahan ini adalah tidak awet. Tetapi konsumen produk kaos jenis ini tidak mengutamakan keawetan kaos melainkan gengsi, karena produk ini

umumnya merek terkenal dan mahal seperti : Billabong, Rusty, Ocean Pasific, Rip Curl, No Fear, dan lainnya.

- ROTARY PRINT

Jenis finishing bahan kaos ini yang dimaksud adalah bahan kaos yang sudah dalam bentuk printing / sablon sebelum di cutting. Proses printingnya memakai mesin rotary sehingga dinamakan rotary print. Jenis bahan kaos ini banyak dipakai oleh produsen garment anak-anak dan wanita.

2.1.11. Jenis-Jenis Label dan Hagtag



Gambar 2.13. contoh label tas

(sumber: cannizaro.wordpress.com/)



Gambar 2.14. contoh woven badge

(sumber: cannizaro.wordpress.com/)



Gambar 2.15. contoh woven sebelah kiri, contoh satin kanan
(sumber: cannizaro.wordpress.com/)



Gambar 2.16. contoh label woven
(sumber: cannizaro.wordpress.com/)

2.1.12. Mesin-mesin Pembuat Barang-barang *Distro*



Gambar 2.17. Mesin pembuat pin
(sumber: bintang-media.blogspot.com/)



Gambar 2.18. Mesin 5 in 1 print untuk kaos hingga souvenir
(sumber: bintang-media.blogspot.com/)



Gambar 2.19. Mesin bordir
(sumber: www.bordirplus.com/alat_kerja_bordir.htm)

2.1.13. Organisasi di dalam *Distro*

Struktur organisasi pada umumnya dapat digambarkan dalam suatu sketsa yang disebut bagan organisasi. Bagan organisasi adalah suatu gambar struktur organisasi, yang didalamnya memuat garis-garis yang menghubungkan kotak-kotak dan disusun menurut kedudukan atau fungsi tertentu sebagai garis penegasan, wewenang atau hirarki. (Ayub, Muchsin, dan Mardjoned, 1996:44)



Gambar 2.20. Struktur Organisasi Surabaya KICK

(sumber: www.kick.com)

Sebenarnya ada beberapa organisasi di bidang *distro* yang hingga saat ini tetap eksis di dunia, namun pada pembahasan kali ini akan diangkat satu organisasi yang akan menjadi acuan perancangan nantinya, yaitu organisasi *Kreative Independen Clothing Community* (KICK).

Organisasi ini didirikan pada 14 tahun yang lalu merupakan sebuah asosiasi yang menaungi lokal *clothing* di seluruh tanah air. Yang menampung semua kreativitas para muda-mudi untuk dapat menarik masyarakat umum untuk dapat membelinya dengan harga yang terjangkau. Beberapa *distro* di seluruh Indonesia telah tergabung di dalamnya dan telah diakui. Salah satu tugas KICK adalah memberikan kesempatan pada semua local *clothing* di seluruh Indonesia untuk berkompetisi di berbagai kota.



Gambar 2.21. Logo KICK

(sumber : www.kick.com)

Dewan Pembina	4 orang
<i>Señor Advisor Borrad</i> / Dewan Penasehat	9 orang
Ketua	1 orang
Sekretaris	1 orang
Bendahara	1 orang
Korbid 1 legal	1 orang
Korbid 2 <i>Business Development</i>	3 orang
Korbid 3 Event	3 orang
Korbid 4 Marketing Campaign & Partnership	3 orang
Anggota	28 orang

Tabel 2.4. Jumlah Pengelola Asosiasi *Distro*

(sumber: www.kick.com)

Kreative Independent Clothing Kommunity (KICK) memiliki berbagai tujuan, yaitu:

- Sebagai wadah dan forum komunikasi-koordinasi bagi para pengusaha clothing lokal untuk berkomunikasi dalam rangka memajukan usahanya.
- Sebagai perwakilan resmi para anggotanya dalam berhubungan dengan pemerintah / instansi swasta lainnya secara kelembagaan
- Memperkuat posisi tawar organisasi ketika harus menjalin hubungan dengan lembaga yang terkait dengan industri yang digeluti oleh anggotanya.
- Memberikan edukasi umum kepada para anggotanya dalam menjalankan usahanya.
- Memberikan edukasi umum kepada konsumen / pasar tentang produk dari perusahaan clothing lokal.
- Membangun suatu industri yang mapan, dengan kolaborasi dan pembentukan jaringan bisnis bagi para anggotanya.
- Membangun hal-hal positif yang dapat dimanfaatkan konsumen secara khusus dan masyarakat pada umumnya.
- Memberdayakan ekonomi di tingkat lokal dengan program-program pembangunan & pemberdayaan SDM.

2.1.14. Teori Mengenai Ruang Kreasi

Teori mengenai Ruang Kreasi ini dapat membantu pada saat proses perancangan, karena kegiatan penjualan barang lokal / *distro* juga memasukkan unsur kreatifitas di dalamnya. Dari literatur yang ada, saat ini cara berkreativitas sangat beragam bentuknya, seperti menyablon tanpa mesin, menggambar tangan dengan menggunakan berbagai media, membuat kerajinan dan lain sebagainya. Bentuk ruang kreatifitas yang ada kebanyakan hampir sama, hanya saja permainan material pada lantai, dinding, plafon dan perabot-perabot yang biasanya membedakan jenis kreatifitas apa yang dilakukan didalamnya. Menyablon manual adalah jenis kreatifitas yang membutuhkan ruangan dengan sirkulasi yang baik dan lantai yang mudah dibersihkan, karena dalam menyablon manual akan ada percampuran dan permainan cat untuk menghasilkan warna cat yang diinginkan dan bau-bau cat yang mengganggu. Sedangkan untuk ruang kreatifitas sablon yang menggunakan mesin, tidak harus menggunakan material lantai yang mudah dibersihkan karena tidak perlu mencampur cat secara manual. Namun sangat membutuhkan penataan sirkulasi kabel agar tidak mengganggu jalannya proses menyablon dan bisa berjalan lancar. Setiap ruang harus di desain senyaman mungkin agar peminat desain lokal dapat berkreasi secara maksimal.

Area kreasi pada umumnya disediakan dengan tujuan utama untuk melayani segala aktivitas peminat desain lokal. Dengan adanya fasilitas ini maka akan memberikan kesempatan kepada para peminat lokal *clothing* untuk meningkatkan keahliannya dalam berkreatifitas. Beberapa area kreatifitas ini harus spesifik atau khusus sehingga mengakibatkan permainan bentuk ruang yang terbatas untuk menunjang aktivitas di dalamnya. Pada bangunan dengan luasan ruang yang besar, biasanya ruang kreasi ini terbagi berdasarkan jenis-jenis.

1. Teori Mengenai Ruang Spasial

Seperti yang telah dijelaskan pada pembahasan mengenai *distro* di awal, bahwa hampir semua *distro* lokal bisa dideskripsikan juga sebagai tim kreatif. Oleh karena itu, ada beberapa fasilitas yang dibutuhkan untuk mendirikan sebuah *distro* yang disamakan dengan kebutuhan untuk berkreatifitas.

Beberapa area untuk mengakomodasi kebutuhan tersebut harus spesifik sehingga mengakibatkan permainan bentuk ruang yang terbatas. Namun pada bangunan dengan luasan ruang yang besar, biasanya ruang kreatifitas terbagi berdasarkan jenis-jenisnya .

Ruang kreatif manual :

- Ruang menggambar tangan

Studio menggambar memiliki ukuran standar perorangan kurang lebih 2 x 2 meter/orang. Dengan ukuran standar tersebut sebuah studio gambar dapat menjadi sebuah kelas yang dapat menampung dua belas orang. Studio sebaiknya memiliki perabot untuk menyimpan alat-alat gambar.

- Ruang sablon manual

Ruang ini sebaiknya menggunakan material lantai yang mudah dibersihkan dan berada dekat dengan ruang toilet / kamar mandi untuk mempermudah pembersihan alat-alat yang telah digunakan. Perlunya disediakan juga perabot yang dapat digunakan untuk menyimpan alat-alat sablon, cat, campuran cat dan yang lainnya.

- Ruang Pengering sablon manual

Ruang ini tidak membutuhkan luasan yang besar namun dapat dipergunakan secara fungsional untuk pengeringan kertas kassa sablon. Sama halnya dengan ruang sablon di atas, ruangan ini memerlukan tempat yang bersih dan sirkulasi khusus untuk membuang limbah udara keluar.

Ruang kreatif digital :

- Ruang menggambar digital

Ruang ini sebaiknya dilengkapi dengan alat-alat komputer yang memadai untuk menggambar digital. Sebaiknya dilengkapi juga dengan fasilitas internet agar dapat mencari referensi untuk menggambar.

- Ruang Sablon Digital

Ruang ini sebaiknya dilengkapi dengan mesin-mesin digital pencetak gambar dan perabot untuk menyimpan sementara barang-barang yang sudah jadi. Ruang sablon manual dan digital ini sebaiknya dekat dengan ruang penjualan bahan mentah untuk mempermudah membeli barang mentah bila memerlukannya lagi.

Ruang Penunjang :

- Service Area pada ruang Digital

Dalam merencanakan pembuatan service area di dalam sebuah studio gambar digital ada beberapa elemen yang harus dipertimbangkan sejak awal. Service area harus dapat menampung ± 2 orang untuk memperhatikan aktivitas pengunjung yang menggunakan fasilitas tersebut. Service area ada untuk membantu pengunjung yang tidak mengerti cara penggunaan komputer dalam studio gambar digital maupun dalam ruang sablon digital. Akses service area menggunakan ruangan semi tertutup, dengan pembatas lemari etalase. Selain sebagai ruang service area, juga dapat menjual makanan serta minuman ringan.

- Ruang multifungsi (Perpustakaan/Ruang Tunggu)

Ruangan ini sebaiknya menggunakan material karpet pada lantai agar pengunjung bisa duduk dengan santai di bawah sambil membaca buku yang disediakan. Sebaiknya ruang ini menyediakan rak sepatu dan rak buku. Ruang ini disediakan agar saat ruang kreasi penuh, para pengunjung yang lain dapat beristirahat sejenak dan secara tidak langsung juga dapat menambah wawasan dengan disediakannya buku. Pencahayaan sebaiknya menggunakan cahaya langsung agar dapat membaca buku dengan baik.

- Kafe

Kafe disediakan agar lebih rileks untuk pengunjung yang ingin berkelompok dan berdiskusi. Pada lantai kafe sebaiknya diberi material parket agar terkesan hangat (kekeluargaan). Sebaiknya sebuah kafe harus memiliki bar dan dapur untuk membuat makanan dan minuman. Sirkulasi udara sebaiknya juga khusus karena terbuka bagi pengunjung yang merokok.

- Stage

Sebaiknya lantai menggunakan material karpet dan sebaiknya disediakan juga untuk tempat pengatur suara saat pertunjukan musik sedang berlangsung.

- Bar

Bar sebaiknya memiliki dua buah sink untuk mencuci gelas, satu single sink satu double sink. Sebaiknya letak bar tidak dekat dengan dapur, karena ruangan bar seharusnya tidak berbau.

- Dapur

Ruang pembuatan makanan ini sebaiknya tidak berdekatan dengan bar. Dapur sebaiknya memiliki sirkulasi udara khusus untuk membuang limbah udara keluar. Sebaiknya memiliki kitchen set yang lengkap untuk memasak, menyimpan bumbu-bumbu masak, menyimpan alat-alat masak, mencuci alat-alat masak dan lainnya. Lantai dan dinding sebaiknya berwarna putih, agar saat kotor mudah terlihat dan segera dibersihkan.

2. Teori Mengenai *Floor*

Pada beberapa *distro* penggabungan material sangatlah banyak, untuk menarik minat pembeli atau pengunjung umum. Sebaiknya juga harus memperhatikan ketentuan dalam menggunakan bahan pada lantai. Karena ini juga berkaitan erat dengan elemen interior lainnya. Kunci dari pemilihan bahan untuk lantai tari berhubungan juga dengan konstruksi lantai dari bangunan itu sendiri dan sistem yang seharusnya digunakan untuk memasang lantai tersebut. Lantai yang paling dasar harus padat (*solid*) atau dibuat *paten* dan kemudian dipasang lantai kayu dengan karpet. Dalam memilih material lantai, spesifikasi yang terpenting adalah melihat permukaan lantai tersebut.

- Material kayu dengan berbagai macam bentuk dan pelapis akhirnya (*finishing*) biasanya berupa lapisan lilin, vernis dengan bahan kimia urethane, atau hanya diampelas saja. Bahan ini yang dikenal dengan sebutan parket, MDF, HDF. Bahan inilah yang saat ini banyak ditemukan sebagai bahan yang memiliki permukaan dengan beragam *finishing* untuk digunakan sesuai kebutuhan yang diinginkan dalam penggunaan fungsi ruang kafe dan *distro*.

3. Teori Mengenai Sistem Interior

a. Sistem Pencahayaan

- Kuat penerangan untuk interior gedung ruang kreasi, khususnya untuk ruang menggambar sebaiknya menggunakan metode penerangan tersebar merata secara menyeluruh dengan kuat cahaya 300-600 lux.

(Bahan Kuliah Fisika Bangunan: Tata Suara (Bagian 1), DI 4231, Semester Gasal 2005/2006, Jurusan Desain Interior Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Ir. Nugroho)

- Ada lima posisi dasar untuk lampu, yaitu *front lighting*, *side lighting*, *back lighting*, *down lighting*, dan *background lighting*. Peralatan yang digunakan untuk *stage lighting* di antaranya adalah *fresnel*, *PC/Plano*, *Convex*, *Profile*, *CYC/Asymetric*, *flood*, *scoop*, *borderlight*, *blinder*, *PAR 64*, *follow spot*, *intelligent scan*, *moving head*, *smoke machine*, *double sun light*, *mirror ball*, *strobo*, *laser*, *lighting console/mixer*.

(www.vincentmaestro.com)

b. Sistem Tata Suara

- Suara-suara yang tidak dikehendaki yang timbul dari luar ruang dapat dikendalikan dengan tiga cara. Pertama, dikendalikan dengan mengisolasi suara tersebut pada sumbernya. Kedua, dengan mengatur denah bangunan sedemikian rupa sehingga daerah yang menimbulkan suara bising diletakkan sejauh mungkin dari daerah yang tenang. Ketiga, dengan menghilangkan kemungkinan jalur rambatan suaranya melalui udara atau melalui struktur bangunan dimana suara bising dapat bergerak dari sumbernya ke dalam ruang.

(*Ilustrasi Desain Interior*, Jakarta: Erlangga, 1996, hlm.309)

- Sistem tata suara berdasarkan susunan *speaker* yang sesuai untuk pagelaran musik:

- Sistem *steriophonic*, yaitu sistem tata suara yang menggunakan lebih dari satu *microphone* yang ditempatkan di depan penyaji *live music* dan dengan *speaker* yang susunannya sesuai dengan penempatan *microphone* tadi, sehingga akan diperoleh kesan suara datang dari komposisi susunan penyaji musik seperti aslinya. *Channel speaker* yang jamak akan lebih memberikan kesan "wajar".

- Sistem *surround*, yaitu sistem tata suara yang menciptakan *sound effect* yang menyebabkan orang bisa menjiwai suatu sajian musik sehingga bisa merasa seolah-olah terlibat atau sedang berada di tengah-tengah suasana yang tercipta.

(Bahan Kuliah Fisika Bangunan: Tata Suara (Bagian 1), DI 4231, Semester Gasal 2005/2006, Jurusan Desain Interior Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Ir. Nugroho)

c. Sistem Penghawaan

Dilihat dari cuaca kota Bali, maka kondisi nyaman sangat mudah untuk dialami. Namun Ventilasi silang alami dan penggunaan *forced ventilation* (dengan menggunakan bantuan kipas angin) juga tetap kurang efektif, karena itulah dibutuhkan *Air Conditioner* (AC).

(Bahan Kuliah Fisika Bangunan: Beberapa Prinsip Pengkondisian Udara dan Penerapannya, DI 4231, Semester Gasal 2005/2006, Jurusan Desain Interior Fakultas Seni dan Desain Universitas Kristen Petra, Ir. Nugroho)

4. Teori Bahan Fisik Ruang

Permukaan lantai yang keras akan memantulkan rambatan gelombang suara yang berasal dari dalam ruang. Permukaan lantai yang lentur dapat menyerap suara-suara benturan yang terjadi. Material lantai yang lunak, empuk, dan berpori dapat mengurangi bunyi-bunyi yang timbul akibat benturan dan juga membantu meredam suara-suara yang merambat melalui udara dan membentur permukaan-permukaan tersebut.

(*Ilustrasi Desain Interior*, Jakarta: Erlangga, 1996, hlm.165)

Dalam pembentukan ruang interior, dinding merupakan elemen utama yang sangat penting. Bersama dengan bidang lantai dan plafon dapat mengendalikan ukuran dan bentuk ruang. Dinding juga dapat dilihat sebagai penghalang yang merupakan batas sirkulasi manusia, memisahkan satu ruang dengan ruang lainnya, dan menyediakan privasi visual maupun akustik bagi pemakainya.

(*Ilustrasi Desain Interior*, Jakarta: Erlangga, 1996, hlm.180)

Permukaan dinding yang halus dan keras lebih banyak memantulkan suara ke dalam ruang daripada dinding-dinding yang berpori dan bertekstur lembut. Selain faktor estetika seperti warna, tekstur, dan pola, pertimbangan fungsi dalam memilih material dinding dan penyelesaiannya mencakup hal-hal berikut: jenis dasar atau pemikul yang diperlukan, jenis bahan akhir, pelapis atau

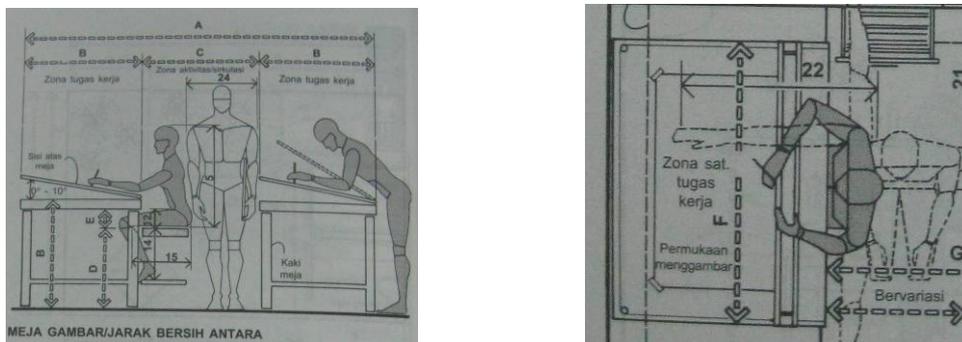
pembungkusnya, kekuatan material untuk penyelesaian akhir, kemudahan dalam perawatan, tingkat penyerapan suara, pemantulan cahaya, dan ketahanan api.

(*Ilustrasi Desain Interior*, Jakarta: Erlangga, 1996, hlm.185)

Material plafon dapat langsung dipasang pada struktur rangka atau digantung pada rangka tersebut. Dalam beberapa kasus, struktur yang berada di atas kepala dapat dibiarkan terlihat dan berfungsi sebagai plafon. Bidang plafon dapat digunakan sebagai pemantul cahaya yang efisien jika plafon tersebut halus dan berwarna terang. Jika disinari langsung dari bawah atau samping, permukaan plafon itu sendiri dapat menjadi permukaan yang luas dan bersinar lembut.

Plafon merupakan permukaan terbesar dalam ruang yang tidak dimanfaatkan, bentuk dan teksturnya memiliki pengaruh yang besar pada akustik ruang. Permukaan plafon yang umumnya halus dan terbuat dari material yang keras, akan memantulkan bunyi yang merambat di udara dalam ruang. Penanggulangan kebisingan dapat dilakukan dengan menambah permukaan-permukaan yang dapat meredam suara atau dengan memiringkan bidang plafon atau menggunakan permukaan plafon yang berbentuk seperti akordeon.

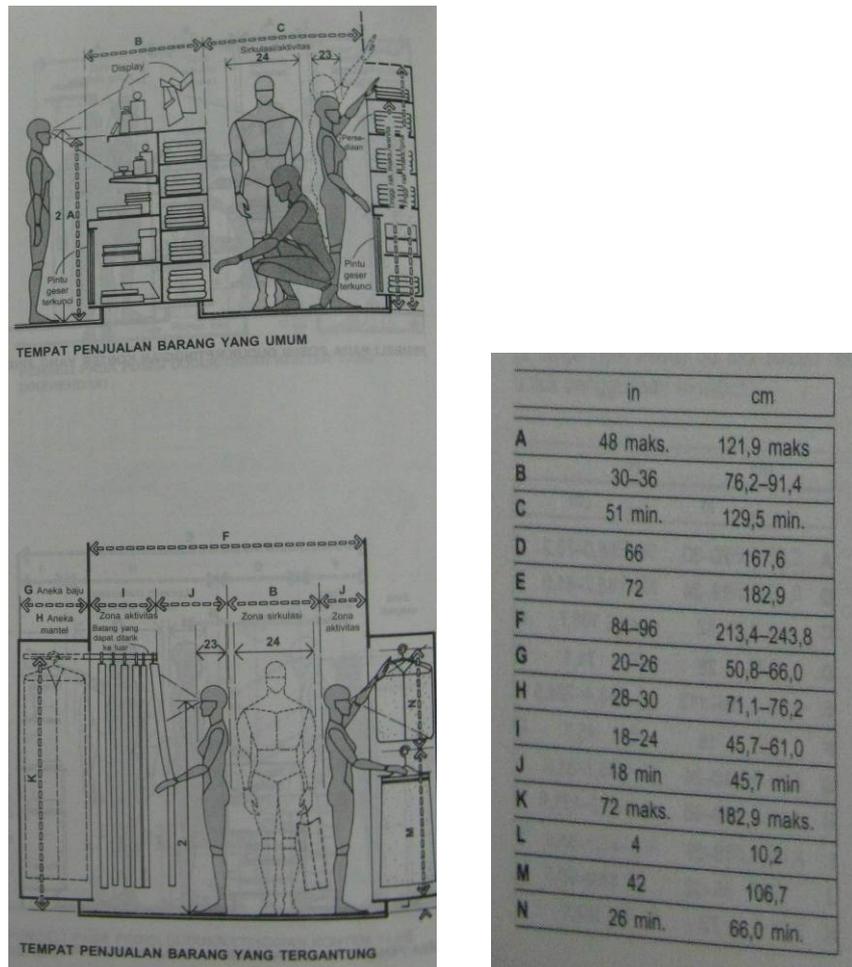
(*Ilustrasi Desain Interior*, Jakarta: Erlangga, 1996, hlm.200)



	in	cm
A	108-120	274,3-304,8
B	36	91,4
C	36-48	91,4-121,9
D	21-27,5	53,3-69,9
E	7,5	19,1
F	48-60	121,9-152,4
G	36-60	91,4-152,4
H	30	76,2
I	12	30,5
J	54-60	137,2-152,4
K	27-30	68,6-76,2

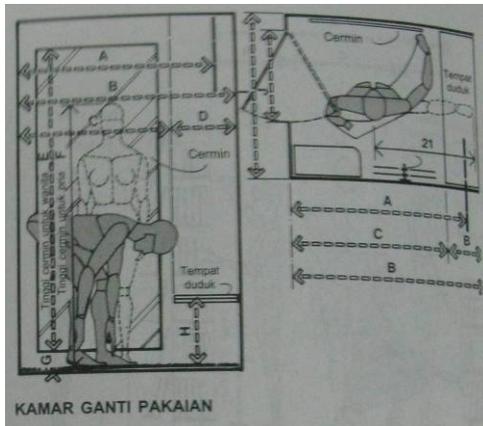
Gambar 2.22. Antropometri Saat Melakukan kegiatan menggambar
(sumber: Panero. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. 2003)

Pada gambar di atas terlihat jarak bersih yang diperlukan oleh manusia saat menggambar, tinggi maksimal meja 89 cm. Sedangkan jarak bersih antara meja satu dengan yang lain umumnya adalah 121,9 cm, namun bisa juga bervariasi jaraknya.



Gambar 2.23. Jarak Orang melihat *display* kaos dan asesoris (sumber: Panero. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. 2003)

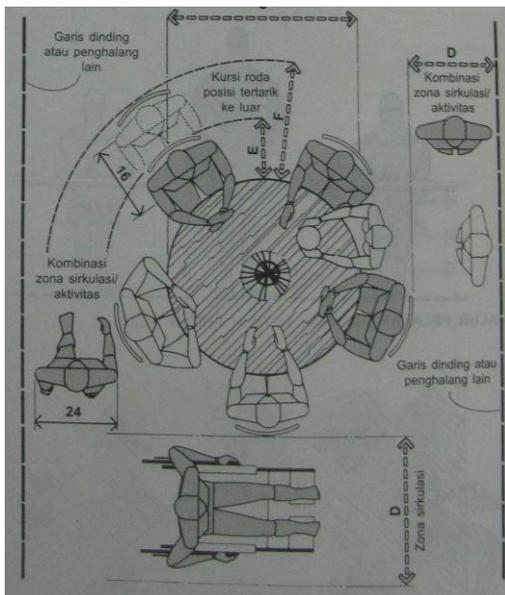
Gambar di atas menjelaskan tentang ukuran gerak manusia yang diperlukan untuk menentukan jarak antar *display*. Pada saat posisi merentangkan kedua tangan ke depan, jarak bersih yang dibutuhkan untuk perorang adalah 45,7 cm. Lebar pada saat orang melewati *display* maksimal 91,4 cm.



	in	cm
A	48 min.	121,9 min.
B	54-58	137,2-147,3
C	42	106,7
D	12-16	30,5-40,6
E	68 min.	172,7 min.
F	75 min.	190,5 min.
G	4	10,2
H	16	40,6
I	36 min.	91,4 min.
J	24	61,0
K	29-32	73,7-81,3
L	48	121,9
M	26	66,0
N	18	45,7
O	30	76,2
P	18-24	45,7-61,0
Q	6-10	15,2-25,4
R	35-36	88,9-91,4
S	35	88,9

Gambar 2.24. Jarak Bersih untuk ruang ganti
(sumber: Panero. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. 2003)

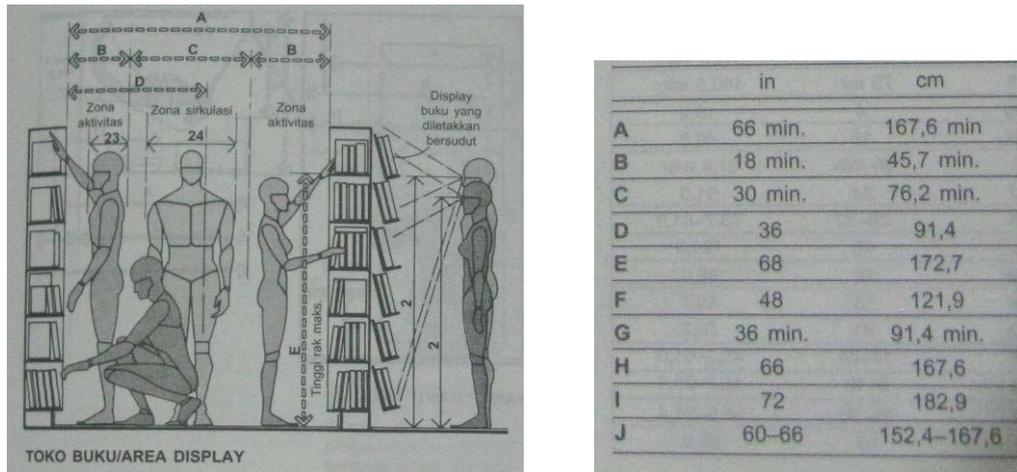
Gambar di atas merupakan data antropometri untuk menentukan ukuran ruang minimal untuk ruang ganti mencoba pakaian atau celana. Jarak bersih antara badan pada saat posisi berdiri/jongkok adalah 106,7 cm dan jarak lebar pintu minimal 61 cm.



	in	cm
A	48-54	121,9-137,2
B	24-30	61,0-76,2
C	48	121,9
D	36	91,4
E	18-24	45,7-61,0
F	30-36	76,2-91,4

Gambar 2.25. Jarak bersih meja kafe dan sirkulasi jalannya orang
(sumber: Panero. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. 2003)

Pada kafe diletakkan meja bulat yang minimal lebar meja adalah 121 cm, dengan ukuran tersebut dapat menampung maksimal 5 orang. Sedangkan minimal jarak orang lewat adalah 91,4 cm, sama dengan jarak pelayan saat melayani pengunjung yang memesan makanan atau minuman.



Gambar 2.26. Dimensi untuk Rak buku

(sumber: Panero. *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*. 2003)

Gambar di atas merupakan gambar potongan dari sebuah ruang rak buku pada umumnya. Zona sirkulasi terbatas yang ditunjukkan di sebelah kiri (gambar 4 orang) akan memaksa salah satu dari mereka yang sedang duduk atau berdiri untuk menyingkir dari jalan sebagai upaya menghindari kontak fisik.

2.1.15. Teori Mengenai Pencahayaan Panggung

Pencahayaan umum sebuah *stage* harus terang di semua titik, sehingga penonton dapat dengan mudah mencari tempat duduk yang sudah ditentukan. Namun hal ini berlaku pada saat pertunjukkan belum dimulai. Pencahayaan yang berada di atas *stage* biasanya selalu menggunakan lampu-lampu jenis khusus untuk menambahkan kesan karakter yang diinginkan atau disampaikan.

Lampu PAR biasanya digunakan untuk menyorot sebuah *spot*, namun sinar yang dihasilkan kurang fokus. Lampu *Freshnel* digunakan untuk menyorot

sebuah *spot* dan memiliki sinar yang fokus. Lampu profil digunakan untuk menghasilkan sinar berbentuk khusus, seperti bulan, bintang, dan lain-lain. Lampu ini digunakan untuk menambah kesan dramatis dalam sebuah pertunjukan.

Selain lampu-lampu khusus yang digunakan untuk menyorot, terdapat beberapa jenis lampu khusus lain yang memiliki kelebihan tertentu. *Moving light* merupakan lampu yang dapat digerakkan secara elektrik saat pertunjukan sedang berlangsung. Sedangkan lampu laser dapat menghasilkan sinar yang fokus namun tipis dengan arah sinar yang dapat digerakkan.

Untuk menambahkan warna pada lampu biasanya digunakan *filter* dari plastik mika berwarna (sesuai warna yang diinginkan), jadi tidak perlu merubah lampu yang ada. Pemasangan lampu-lampu tersebut harus dapat diletakkan sefleksibel mungkin di atas *stage*. Hal ini dilakukan agar dapat menyorot semua titik di atas *stage* dengan sudut yang diinginkan. Oleh karena itu, ada dua teknik pemasangan lampu-lampu di atas *stage* yang memungkinkan agar lampu tersebut fleksibel dalam sebuah pertunjukan. Dua teknik pemasangan tersebut adalah:

- *Light Bridge*

Lampu dipasang di atas *stage* dengan digantungkan di atas jembatan yang dibuat melintang di atas *stage*. Agar lampu dipasang pada tempat yang sesuai (seperti yang diinginkan) di sepanjang jembatan. Jembatan ini dibangun tiap 1.5 meter di sepanjang *stage* supaya bisa sampai di semua titik di atas *stage*.

- *Iron Grid*

Teknik pemasangan lampu ini menggunakan tiang besi yang dipasang secara elektrik di atas *stage*, sehingga bisa di naik-turunkan (dikontrol) dari bawah panggung. Lampu dipasang ketika *iron grid* berada di bawah *stage*, setelah dipasang baru dinaikkan. Sehingga *view* lampu yang didapat sesuai dengan *view* penonton saat pertunjukan berlangsung. Baru setelah semua penyetingan selesai dilakukan, alat-alat kontrol cahaya yang ada (*mixer*) dibawa ke ruang kontrol cahaya. Di ruang inilah cahaya dari lampu-lampu tersebut dikontrol oleh *staff* dari *performer* selama pertunjukan berlangsung. Ruang ini hendaknya berada di belakang panggung, sehingga tidak terlihat oleh penonton.

Pemasangan instalasi lampu-lampu untuk kebutuhan panggung sangat berbeda dengan cara pemasangan lampu-lampu konvensional. Hal ini dikarenakan lampu-lampu tersebut yang pemasangannya harus fleksibel dan dapat dipindah-pindahkan. Lampu-lampu tersebut harus diatur terlebih dahulu oleh *dimmer* yang berfungsi untuk menstabilkan daya lampu sekaligus untuk mengatur kuat dan lemahnya lampu. Setelah *dimmer*, pencahayaan ini dihubungkan pada *mixer* yang bertujuan untuk membagi-bagi lampu ke dalam beberapa *channel* sehingga dapat dikontrol bersama-sama secara *computerize*. (Lasika Studio, 2006)

2.1.16. Teori Mengenai Gaya Dekonstruksi

Pengambilan gaya ini didasarkan pada alasan kesamaan ciri-ciri pada gaya dekonstruksi dengan filosofi pada konsep perancangan. Misalnya, pada gaya dekonstruksi terdapat kejelasan bahwa esensi bentuk bukan indikator utama, melainkan esensi makna dan simbol. Bentuk-bentuk yang kontras satu sama lain, pada rancangan Frank Gehry. Bentuk tersebut terbentuk berdasarkan filosofi yang ada dari sebuah bangunan yang sudah ada sebelumnya, sehingga saat digabungkan menjadi bentuk yang benar-benar beda / kontras namun tetap dalam satu filosofi. Memadukan unsur-unsur yang berkesan mungkin dan tidak mungkin dapat disamakan untuk menunjukkan kekompakan dan kerjasama antar komunitas / tim.



Gambar 2.27. Rancangan Frank Gehry

(sumber : www.essential-architecture.com/STYLE/STY-M13.htm)



Gambar 2.28. Rancangan Frank Gehry
(sumber : www.essential-architecture.com/STYLE/STY-M13.htm)