

2. TINJAUAN DATA

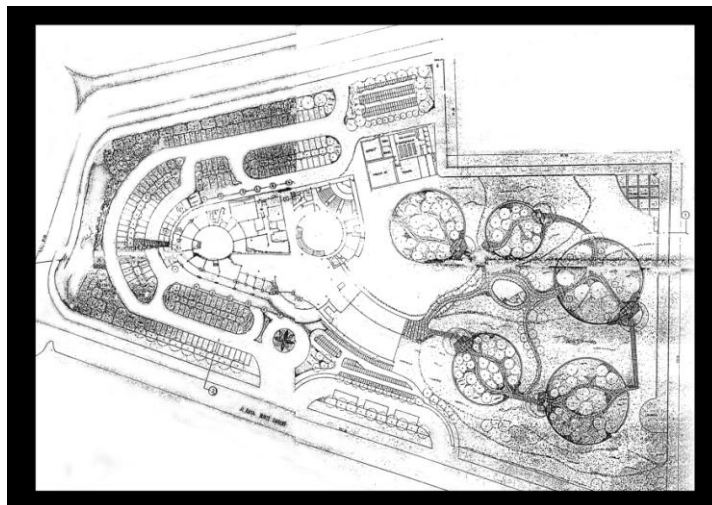
2.1. Data Fisik Tapak dan Bangunan

2.1.1. Data Fisik Luar Tapak

Denah dari Perancangan interior *House Of Wine* di Surabaya ini hanyalah bangunan fiktif yang terambil dari hasil karya Tugas Akhir Mahasiswa Jurusan Teknik Arsitektur Universitas Kristen Petra. Bangunan aslinya yaitu Pusat Promosi Buah Jawa Timur di Surabaya yang terletak di Jalan Raya Bukit Darmo. Bangunan ini terletak di Surabaya Barat yang merupakan lahan biasanya digunakan untuk fasilitas umum dan fasilitas komersial. Selain itu adanya kemudahan aksesibilitas dari segala arah, lokasi bangunan juga mudah dikenali oleh masyarakat luar Surabaya. Letak lokasi juga berdekatan dengan fasilitas-fasilitas lain seperti Supermall, Apartemen dan Hotel serta terdapat sarana dan prasarana infrastruktur yang sangat mendukung keberadaan *House Of Wine* di Surabaya.

Adapun batas lokasi perancangan adalah:

- Batas Utara : Jalan Raya Bukit Darmo.
- Batas Selatan : Gedung kantor pelayanan pajak pratama
- Batas Timur : Gedung Departemen pekerjaan umum.
- Batas Barat : Sekolah dasar Kristen masa depan cerah.



Gambar 2.1. Tapak Luar
Sumber: Nuryanto (1998, p.2)

2.1.2. Data Fisik Dalam Tapak

Bangunan terdiri dari 4 lantai, pembagiannya sebagai berikut:

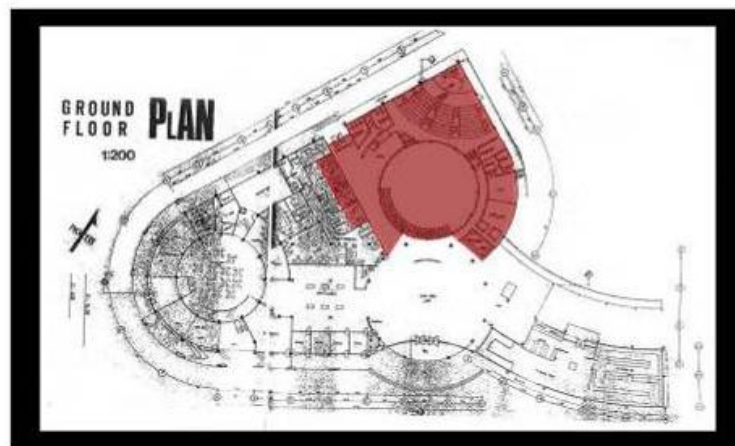
Ground floor : Ruang pameran temporer, auditorium, cafeteria, open market, ruang pameran foto dan kantor.

1st floor : Laboratorium, perpustakaan, restoran dan kantor.

2nd floor : Bursa bonsai dan retail.

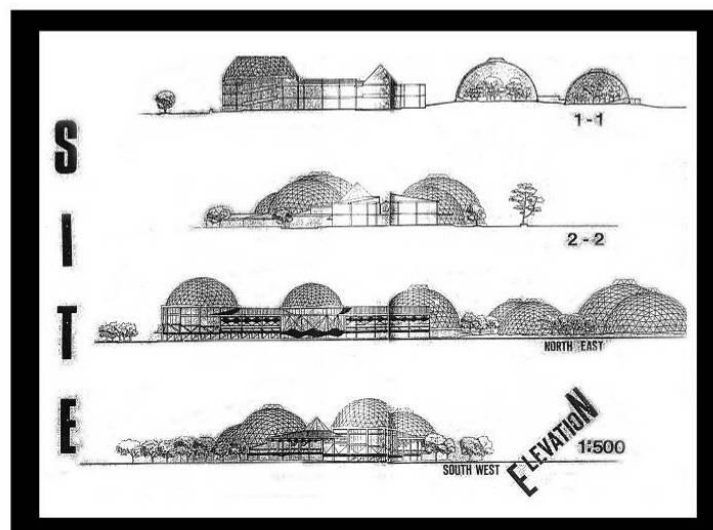
3rd floor : Bursa bonsai

House Of Wine ini terletak pada lantai ground floor dari keseluruhan gedung ini.



Gambar 2.2. Denah Bangunan

Sumber: Nuryanto (1998, p.4)

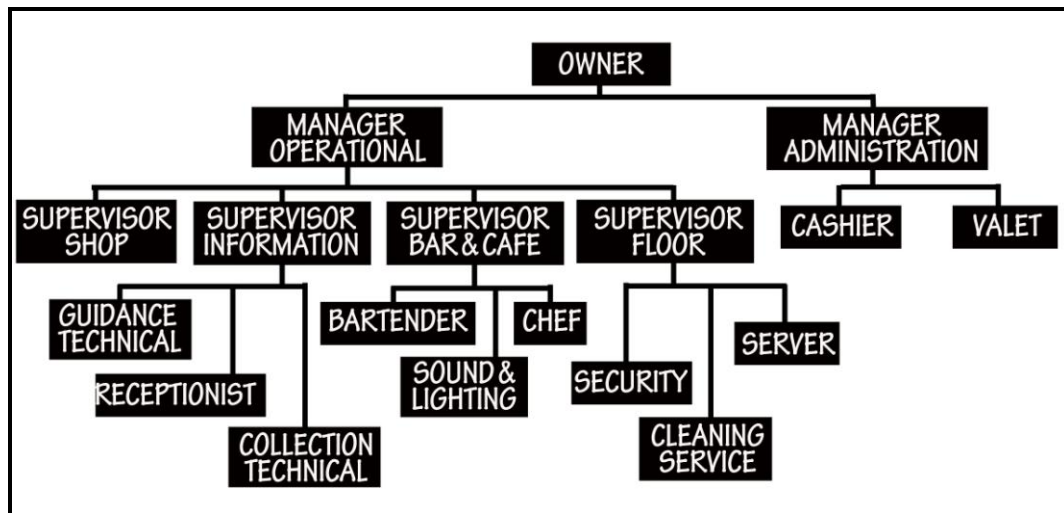


Gambar 2.3. Site

Sumber: Nuryanto (1998, p.7)

2.2. Data Pengguna

2.2.1. Struktur Organisasi Pengelola



Gambar 2.4. Stuktur Organisasi
Sumber: Novianti (2005, p.12)

2.2.2. Latar Belakang Perilaku Pengguna

Pengguna *House Of Wine* di Surabaya ini berasal dari latar belakang dan karakter yang berbeda-beda. Pengunjung kebanyakan exsekutif muda serta penggemar *wine* yang ingin mencari hiburan, menambah wawasan tentang *wine* dan bersosialisasi dengan sesama pencinta *wine*. Kelompok ini memiliki dua golongan yaitu golongan yang hanya ingin tau tentang *wine* dan menikmati hiburan yang tersedia sedangkan golongan kedua yaitu golongan yang antusias terhadap *wine* sekaligus membantu kesuksesan dari *House Of Wine* tersebut. Terakhir dari kelompok komunitas *wine* yang ingin melakukan sosialisasi dengan anggota lainnya.

2.3. Data Literatur

2.3.1. Sejarah *Wine*

Fosil anggur pertama kali ditemukan berumur 60 juta tahun. Fakta ini membuktikan bahwa anggur sudah ada sejak lama. Kebudayaan anggur pertama tercantum pada Alkitab Perjanjian Lama diceritakan didalamnya, Nuh yang mengembangkan sebuah taman anggur dan membuat minuman anggur (*wine*). Sebagai suatu tanaman yang dapat difermentasi, madu dan biji padi merupakan tanaman yang lebih tua daripada anggur.

- Sumber dari Timur Tengah

Suatu dongeng Persia menceritakan tentang seorang wanita kerajaan dengan penemuannya tentang *wine*. Dia adalah seorang putri yang sudah tidak disayangi oleh rajanya lagi berusaha untuk bunuh diri dengan memakan beberapa anggur yang telah rusak dalam sebuah kendi. Dia tiba-tiba menjadi pusing dan jatuh tidur. Dan ketika ia bangun, ia dapat melupakan semua stress yang telah ia alami. Maka ia kembali mencari tahu apa yang menyebabkan hilangnya perasaan stress itu. Keingintahuannya tentang hal itu menarik perhatian Raja kembali yang telah pernah hilang.

Secara pasti, *wine* merupakan hasil dari fase dimana anggur membusuk, ditemukan secara tidak sengaja dan bukan penemuan dari seorang laki-laki. Diketahui bahwa kebudayaan tanaman anggur dan minuman *wine* telah dimulai sejak abad 4.000 SM. Perkembangan pertama adalah disekitar Laut Kaspian dan Mesopotamia, yang sekarang berada di dekat Iran. Suatu tulisan yang terdapat pada suatu makam kuno di Mesir membuktikan anggur telah digunakan di sana sekitar abad 2.700 sampai 2.500 SM. Para pendeta dan orang-orang kaya mengkonsumsi *wine*, sedangkan bir dikonsumsi oleh para pekerja. Ilmu arkeologi mengadakan penggalian dan menemukan banyak tempat dengan kendi yang terkubur, sehingga efek *temperature* dari penyimpanan *wine* diketahui.

Wine adalah minuman yang sejarahnya bisa ditarik sampai sekitar tahun 6.000 SM. Berasal dari daerah Mesopotamia, *wine* kemudian menyebar ke seluruh dunia. Seperti banyak sejarah makanan dan minuman lainnya, konon *wine* dihasilkan secara tidak sengaja. Pada suatu hari seorang wanita Mesopotamia mengumpulkan anggur yang dipetikanya dari ladang, yang lalu disimpannya dalam sebuah tong besar. Buah anggur yang berada dibagian bawah tong pecah karena tergencet buah anggur di atasnya dan menghasilkan jus anggur yang menggenang dibawah wadah. Jus anggur ini kemudian tercampur dengan ragi alami yang biasanya menempel pada kulit fermentasi alami. Setelah beberapa hari, jadilah *wine* yang pertama dikenal manusia.

- Penyebaran ke Eropa

Wine pertama kali muncul di Eropa dibawa oleh orang Yunani yang menjajah pada abad 1.600 SM. *Wine* pada saat itu memegang peranan penting di dalam perdagangan Yunani dan juga bagi para dokter, termasuk Hipokrates. Mereka juga mencoba inovasi baru dengan menambahkan semacam tumbuhan herbal dan beberapa macam bumbu.

Dengan itu, maka kebudayaan tentang tanaman anggur di Eropa semakin berkembang, semua itu adalah akibat pengaruh dari bangsa Roma. Dimulai sekitar abad 1.000 SM, bangsa Roma mulai membuat beberapa klasifikasi jenis-jenis anggur dan warna-warnanya, juga meneliti tentang karakteristiknya, mengidentifikasi penyakit yang dapat merusak tanaman tersebut serta tanah yang cocok untuk mendukung pertumbuhannya. Mereka menjadi semakin terlatih dalam mengembangbiakkannya melalui teknik irigasi dan pemupukannya.

Selama penggalian untuk perkembangan sebuah rumah di sebuah bekas taman anggur disekat kota Speyer, Jerman. Didalamnya ditemukan dua buah batu sarkofagus peninggalan bangsa Roma yang tergali. Tanggal dari botol itu adalah berasal dari tahun 325 A.D dan ditemukan pada tahun 1876.

2.3.2. Pengertian *Wine*

- *Wine* adalah minuman beralkohol yang terbuat dari sari buah anggur. Selama masa fermentasi, mikroorganisme satu sel yang disebut ragi, mencerna gula yang terdapat di dalam sari buah sehingga menghasilkan *alcohol* dan gas karbondioksida. Meskipun anggur adalah buah yang paling sering digunakan untuk membuat *wine*, *wine* juga bisa dibuat dari hasil fermentasi sari buah lain seperti pear, apel, beri dan bahkan bunga seperti gandelion. Pada umumnya *wine* mengandung 85-89% air, 10-14% *alcohol*, sisanya aroma dan rasa dalam jumlah yang sedikit sampai 100%. Karakteristik *wine* (rasa dan baunya) berasal dari banyak factor yaitu jenis buah anggur yang dipakai, dimana buah anggur tersebut tumbuh dan teknik produksi yang digunakan oleh produsen anggur atau enologist.

- *Wine* adalah sejenis minuman beralkohol dengan kadar *alcohol* antara 14% sampai 16%, rata-rata 15%, minuman bergensi yang didapatkan dengan cara peragian (fermentasi) sari buah anggur segar. Ragi dan gula yang terdapat di dalam buah anggur akan menghasilkan *alcohol* dan CO₂. Anggur (atau juga populer disebut dalam bahasa inggris *wine*) adalah minuman beralkohol yang dibuat dari sari anggur jenis *Vitis vinifera* yang biasanya hanya tumbuh di area 30 hingga 50° LU dan LS. Minuman beralkohol yang dibuat dari sari buah lain yang kadar alkoholnya berkisar diantara 8% hingga 15% biasanya disebut sebagai *wine* buah (*fruit wine*).
- *Wine* dibedakan berdasarkan warna dan rasanya. Karakter yang terbentuk sangat tergantung oleh perbedaan dimana anggur itu ditanam, tanahnya dan lingkungannya serta perawatan terhadap buah anggur saat dipanen juga metode dari finishing pembuatannya. Apabila proses fermentasi yang sedang berlangsung diberhentikan sebelum seluruh gula berubah maka yang akan dihasilkan adalah minuman anggur yang manis. Sedangkan proses fermentasi yang dilakukan secara keseluruhan maka akan dihasilkan *dry wine* dengan kandungan *alcohol* sebanyak 14%.
- Anggur dibuat melalui fermentasi gula yang ada di dalam buah anggur. Ada beberapa jenis minuman anggur yaitu *Red Wine*, *White Wine*, *Rose Wine*, *Sparkling Wine*, *Sweet Wine* dan *Fortified Wine*.
- *Wine* adalah sebuah obsesi umat manusia. Sejak jaman kekaisaran Romawi, *wine* sudah tercatat sebagai minuman yang enak, lambang pesta pora dan kenikmatan.

2.3.3. Beberapa Komponen Penting yang Tidak Bisa Lepas dari *Wine*:

- Gentong (wadah pembuatan *wine*)
Gentong untuk tempat pembuatan *wine* akan mempengaruhi rasa dan aroma *wine* saat dihasilkan. Yang perlu diperhatikan adalah usia dari kayu yang akan dipakai sebagai wadah *wine*, karena hal ini akan memberikan karakter tersendiri untuk setiap *wine*. Apabila tidak sesuai maka akan dihasilkan *wine* yang akan berasa kayu atau bahkan terlalu kering apabila diletakkan di dalam wadah kayu tersebut terlalu lama. Karena kualitas yang cocok, maka kayu oak

lebih sering digunakan dibandingkan jenis kayu yang lainnya. Untuk bentuknya sendiri mungkin dapat sama dengan kayu yang lain, namun yang membedakannya adalah volume yang bisa tertampung. Sebuah tempat yang terbuat dari kayu untuk memematangkan wine, hampir selalu terbuat dari kayu oak. Terdapat beberapa ukuran barrel yang berbeda, 225 L dan 300 L yang biasa digunakan di Australia. Jenis barrel yang berbeda memberikan rasa yang berbeda pula pada wine yang dimatangkan di dalamnya. Barrel yang masih baru akan memberikan rasa kayu oak yang lebih dibandingkan dengan barrel yang sudah lama, barrel yang lebih kecil memberikan karakter kayu oak yang lebih dibandingkan dengan barrel yang besar dan barrel buatan Amerika memberikan rasa kayu oak yang lebih dibandingkan barrel buatan Perancis.

- *Botol Wine*

Botol dari kaca memiliki keuntungan dibandingkan dengan material yang lain. Bahan dari kaca tidak menyerap cairan yang terdapat didalamnya, dapat mencegah agar *wine* tidak terkontaminasi dari udara luar dan yang terpenting adalah bahan ini bisa menjaga struktur yang terdapat dalam *wine*. Keuntungan lain adalah karena bahan yang transparan, maka memungkinkan untuk pengecekan warna dan kejernihan dari *wine* tersebut.

- *Penutup Botol*

Keunikan dari struktur penutup botol yang terbuat dari kayu membuatnya menjadi bahan yang ideal sebagai segel botol yang mendukung proses pematangan. Tutup botol *wine* biasanya juga terbuat dari kayu oak. Kualitas penutup botol tetap merupakan factor penting yang mempengaruhi kualitas *wine*. Tidak berbau, tidak berasa, kedap udara dan tahan terhadap tekanan dari luar merupakan pilihan terhadap penutup botol *wine* yang akan disimpan untuk waktu yang lama. Untuk *sparkling wine* sendiri, “cork” mempunyai peranan yang sangat penting yaitu untuk mencegah agar gas yang terdapat dalam *wine* tidak dapat keluar dari botolnya.

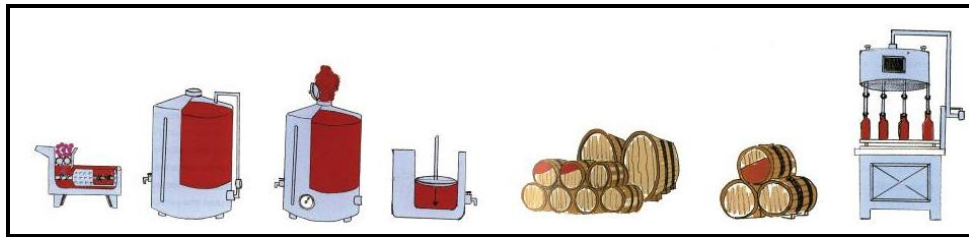
- *Label Botol*

Kebanyakan penikmat *wine* mengetahui paling tidak sedikit tentang *wine label*. Mereka sadar bahwa ini bukanlah sekedar kertas biasa dengan nama dan asal *wine* tersebut. Bahkan beberapa orang menyempatkan waktu untuk

membacanya dan memahami bahwa *label* dari sebuah *wine* seringkali merupakan kualitas dari *wine* tersebut sendiri. *Label wine* merupakan identitas dari *wine* itu sendiri dan dengan melihatnya kita bisa membedakannya dengan *wine* yang lain, sehingga kita dapat mengetahui *wine* yang mana berkualitas tinggi. Untuk percetakannya sendiri ada peraturan yang telah dikeluarkan dan tidak sembarang orang atau perusahaan yang dapat mencetak langsung tanpa ijin, bahkan setiap Negara mempunyai peraturannya sendiri.

2.3.4. Proses Pembuatan *Wine*

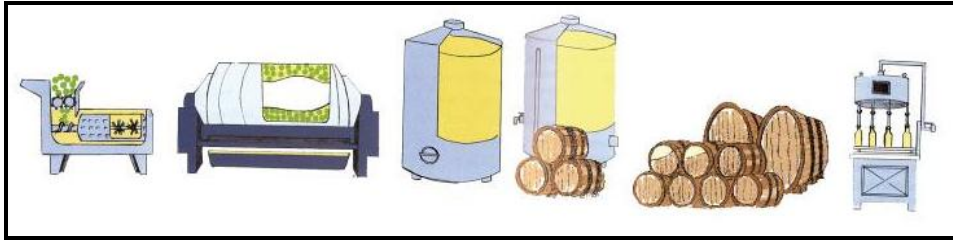
- *Red Wine* (Anggur Merah)



Gambar 2.5. Proses Pembuatan *Red Wine*

1. Anggur merah dimasukkan ke dalam alat yang disebut *mechanical destemmer- crusher*. Alat ini digunakan untuk memeras sari buah anggur dan membuang ranting-ranting yang masih melekat pada anggur.
2. Sari anggur beserta kulitnya (*must*) dimasukkan ke dalam tong untuk difermentasi selama ± 14 hari. Disini ragi akan mengubah rasa manis dari anggur menjadi *alcohol* dan gas karbondioksida.
3. Setelah mengalami proses fermentasi, sari anggur ini telah berubah menjadi *wine*. *Wine* disaring untuk memisahkan *wine* dari kulit dan bijinya.
4. Hasil saringan dimasukkan ke dalam barel yang terbuat dari kayu oak. Di sini *wine* tetap akan mengalami fermentasi untuk memisahkan sari dari residu (*list*). Residu akan mengendap di bagian bawah barel. Kemudian sari anggur diambil dipisahkan dari residu.
5. Sari anggur yang benar-benar dipindahkan lagi ke dalam barel kosong.
6. Setelah itu *wine* dimasukkan ke dalam botol-botol *wine* dan ditutup rapat menggunakan penutup kayu (Rahasia wine, 2007, p. 40).

- *White Wine* (Anggur Putih)



Gambar 2.6. Proses Pembuatan *White Wine*

1. Anggur kuning keemasan dimasukkan ke dalam alat yang disebut *mechanical destemmer- crusher*. Alat ini digunakan untuk memeras sari buah anggur dan membuang ranting-ranting yang masih melekat pada anggur.
2. Hasil dari *mechanical destemmer- crusher* dimasukkan ke dalam mesin pres untuk memisahkan anggur dari kulitnya. Setelah itu sari anggur yang benar-benar bersih dimasukkan ke dalam tong.
3. Sari anggur dimasukkan ke dalam tong untuk difermentasi selama ± 14 hari. Disini ragi akan mengubah rasa manis dari anggur menjadi *alcohol* dan gas karbondioksida.
4. Hasil saringan dimasukkan ke dalam barel yang terbuat dari kayu oak. Disini *wine* tetap akan mengalami fermentasi untuk memisahkan sari dari residu (*list*). Residu akan mengendap di bagian bawah barel. Kemudian sari anggur diambil dipisahkan dari residu.
5. Sari anggur yang benar-benar bersih dipindahkan lagi ke dalam barel kosong.
6. Setelah itu *wine* dimasukkan ke dalam botol-botol *wine* dan ditutup rapat menggunakan penutup kayu (Rahasia wine, 2007, p. 30).

2.3.5. Cara penyimpanan *wine*

Cara penyimpanan *wine* agar tetap berkualitas baik adalah sebagai berikut:

1. Suhu penyimpanan $\pm 16^{\circ}\text{C}$ (*red wine*) dan $\pm 4^{\circ}\text{C}$ - 10°C (*white wine*).
2. Tidak diperkenankan menggunakan cahaya yang sangat terang yang mengarah langsung ke *wine*.

3. Suhu ruangan tidak boleh berubah secara *drastic* dalam waktu yang singkat.
4. Botol *wine* tidak boleh mengalami guncangan (dikocok) (Rahasia wine, 2007, p.51).

2.3.6. Jenis-jenis *wine* yaitu:

- *Table wine (natural wine)*
 - Merupakan jenis *wine* yang terbanyak dipasaran.
 - Jenis ini diminum sebagai pelengkap makanan.
 - Kandungan *alcohol* 10%-14%.
 - Pada jenis ini gas karbondioksida hasil fermentasi dikeluarkan.
 - Contoh *wine*: *Chardonay, Carbenet Sauvignon, Merlot, Riesling*.
- *Sparkling wine*
 - Berasal dari jenis *table wine* yang difermentasi kembali dengan menambahkan gula dan ragi.
 - Pada *wine* ini gas karbondioksida tidak dikeluarkan untuk menghasilkan gelembung dan rasa yang renyah.
 - Contoh *wine*: *Champagnes*.
- *Fortified wine*
 - Diminum pada saat sebelum atau sesudah makan (tidak pada saat makan).
 - Kandungan *alcohol* lebih tinggi 5%-10% dari *table wine*.
 - Contoh *wine*: *Port, Cognac, Sherry, Brandy*.
- Cabernet Franc: dengan nama lain bouchet, salah satu dari dua jenis cabernet yang tumbuh di Bordeaux tapi dominant di Saint Emilion, Cabernet dari Loire, menghasilkan Chinon, Saumur dan lainnya dan rose. Digunakan sebagai campuran untuk cabernet sauvignon atau berdiri sendiri di California, Australia dan Chili.
- Carmenere: berasal dari Bordeaux, Perancis. Jenis terbaik dan melegenda ini pernah terserang phylloxera (sejenis hama tanaman anggur), hingga akhirnya punah. Sebelum terjangkit wabah phylloxera, tanaman anggur ini sempat dibawa ke Chili oleh viticulturist terbaik. Yang dikenal sebagai Grande Vidure, jenis carmenere memiliki kualitas terbaik: manis dengan

tanin yang halus dan rasa coklat yang ringan. Sekarang jenis carmenere hanya diproduksi di Chili dikembangkan di setiap perkebunan anggur dan menjadi bendera bagi wine Chili.

- Cabernet Sauvignon: jenis anggur dengan karakter yang bagus, tajam, herby, tannic, dengan cirri khas aroma blackcurrant. Jenis anggur pertama dari Medoc dan menghasilkan jenis red wine terbaik dari California, Amerika Selatan, Eropa dan bersaing dengan jenis shiraz di Australia. Jenis wine dari anggur ini selalu membutuhkan pengumuran sehingga biasanya bermanfaat dalam pencampurannya dengan merlot, cabernet franc, syrah dan sangiovese. Menghasilkan wine yang beraroma rose.
- Merlot: jenis anggur yang mudah beradaptasi yang dapat menghasilkan aroma wangi dan rasa plum dari wine Pomerol di Saint emilion. Jenis wine ini dianggap sebagai adik dari Cabernet Sauvignon karena merupakan wine yang mirip tapi taninnya kurang dari Cabernet Sauvignon karenanya lebih halus, lebih lembut dan matang lebih awal.
- Malbec: berasal dari Perancis Tenggara dikenal juga dengan sebutan Cot. Menghasilkan wine dengan hasil yang baik, memiliki kepekatan dan elegan dengan jumlah kandungan tannin yang cukup sehingga baik untuk disimpan.
- Pinot Noir: berasal dari Bordeaux, Perancis. Merupakan jenis tanaman anggur yang baik yang dapat menghasilkan anggur dengan kualitas yang sangat bagus namun jenis tanaman ini sangat sulit untuk dikembangkan. Jenis anggur ini memiliki keharuman yang memikat, tekstur dan kepekatan yang bagus, dengan tannin yang kurang dari Cabernet Sauvignon dan aroma buah yang kuat pada saat anggur ini masih muda. Ketika mulai matang jenis anggur ini menghasilkan bouquet yang lembut. Warnanya lebih terang dari Cabernet Sauvignon dan Merlot.
- Syrah: dikenal juga dengan sebutan shiraz, jenis terbaik dari anggur Roma, tannicnya wine purple peppery (merah tua) yang matang secara bagus.
- Sangiovese: anggur merah dari Chianti dan banyak terdapat di Itali bagian Tengah. Kualitas yang paling berpotensi sekarang terdapat di California.

- Sauvignon Blanc: berasal dari Bordeaux, Perancis.
Sangat asam dengan aroma tumbuh-tumbuhan dari rumput segar. Termasuk juga aroma mineral dan rasa sayuran, beberapa diantaranya bahkan beraroma binatang yang mana sangat populer. Hal ini menghasilkan dry wine dengan rasa yang ringan.
- Chardonnay: berasal dari Bordeaux, Perancis.
Jenis anggur ini menghasilkan wine putih yang sangat elegan di duniah dan dalam waktu yang bersamaan menjadi wine champagne yang penting anggur ini dapat ditemukan dalam gaya yang berbeda-beda dengan rasa buah-buahan mulai dari apel di iklim yang dingin hingga rasa buah-buahan tropis yang berkarakter di iklim yang lebih hangat.
- Semillon: buah anggur ini adalah tiang utama dari semua white wine yang baik dari Bordeaux, baik jenis dry maupun jenis sauterne. Keasamannya *relative* rendah dengan aroma tumbuhan yang atraktif dan lembut, lanolin, semanis madu dan matang. Buah anggur ini menghasilkan wine yang berkualitas, selaras dan segar.
- Riesling: berasal dari lembah Rhine di Jerman. Menghasilkan wine dengan karakter yang baik, keasaman yang kuat, ringan dan menyegarkan, umumnya jenis anggur ini tidak dibuat dengan campuran kayu oak. Aroma dan rasa mereka beragam dari buah-buahan seperti apel hijau dan jeruk hingga buah atau mineral. Di Jerman Riesling terdiri dari beragam jenis dengan kekesatan dan aroma yang berbeda bahkan ada yang memiliki potensi penyimpangan yang tinggi.
- Viognier: terdapat di sebelah selatan lembah Roma, Viognier menghasilkan white wine yang paling menyenangkan dengan aroma dari apricot masak dan kacang da rempah-rempah panggang dan mengandung rasa lain yang terasa kuat di mulut dan terkadang menggairahkan dan terasa berminyak.

2.3.7. Gelas *Wine*

Wine merupakan jenis minuman yang diminum dengan menggunakan gelas khusus. Gelas *wine* berbeda untuk setiap *wine*. Jenis gelas yang ada adalah:

1. Gelas ini dikenal dengan nama *white wine glass*.
 - Digunakan untuk menyajikan *white wine* (anggur putih).
 - Ukurannya lebih kecil dibandingkan untuk *red wine* karena biasanya *white wine* disajikan dingin. Dengan ukuran gelas yang lebih kecil maka suhu dingin akan bertahan lebih lama.



Gambar 2.7. *White Wine Glass*

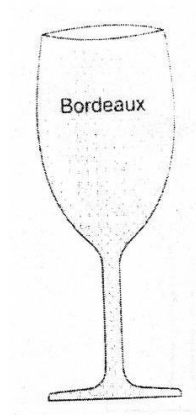
2. Gelas ini dikenal dengan nama *snifter*.
 - Gelas ini digunakan untuk menyajikan *wine* jenis *brandy* atau *cognac*.
 - Bentuknya menyerupai balon agar pas saat dipegang seperti akan membantu menghangatkan cairan yang ada didalamnya. Cara ini digunakan untuk meningkatkan karakteristik dari *wine* yang diminum.



Gambar 2.8. *Snifter Wine Glass*

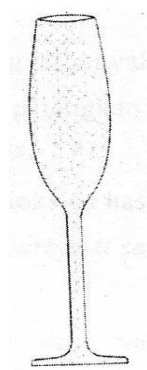
3. Gelas ini dikenal dengan nama *Bordeaux wine glass*.
 - Gelas ini digunakan untuk menyajikan *wine* jenis *cabernet sauvignon* (*red wine*).

- Bentuknya digunakan untuk meminimalkan rasa pahit yang disebabkan adanya kandungan yang terdapat dalam *red wine* jenis ini.
- Bagian bawah gelas dibuat lebar untuk menonjolkan kompleksitas aroma dari *wine*.



Gambar 2.9. *Bordeaux Wine Glass*

4. Gelas ini dikenal dengan nama *champagnes flute*.
 - Gelas ini digunakan untuk menyajikan *sparkling wine*.
 - Bentuknya yang ramping dan tinggi digunakan untuk menunjukkan gelembung-gelembung yang naik ke permukaan.
 - Bagian bibir gelas dibuat sempit untuk memperlambat pengeluaran gelembung sehingga pada saat wine diminum rasanya masih renyah



Gambar 2.10. *Champagnes Flute*

2.3.8. Jenis- Jenis Lampu yang Baik untuk Penyimpanan *Wine*

Pencahayaan secara tidak langsung akan mempengaruhi umur dari *wine* tersebut. Secara alami, botol dengan kaca yang bening adalah yang paling peka terhadap cahaya, namun cahaya ultraviolet akan dapat menembus bahkan botol yang berasal dari bahan kaca dengan warna gelap. Yang paling ideal adalah:

- *Incandescent Light*

Beberapa tipe dari lampu ini, seperti yang berwarna putih dan “*reader*” (*matte finishing* pada lampu) mengurangi timbulnya cahaya yang berwarna merah. Dan pada dasarnya *system* kerja yang ada pada lampu ini menfilter sinar ultraviolet yang ada pada lampu. Telah diteliti bahwa lampu ini mempunyai elemen Neodymium yang mempunyai kemampuan menyaring cahaya berwarna orange.

- *Sodium Vapor Light*

Merupakan sebuah lampu elektrik yang mengandung sejumlah kecil gas sodium dan neon, yang digunakan untuk menghasilkan sebuah cahaya berwarna kuning, biasanya digunakan untuk penerangan jalanan.

2.4. Teori-teori yang Berhubungan Dengan Desain

2.4.1. *Lobby*

Teori-teori yang berhubungan dengan *lobby* yaitu:

- a. *Lobby* merupakan ruang teras di dekat pintu masuk hotel (biskop dan sebagainya) yang dilengkapi dengan beberapa perangkat meja dan kursi, yang berfungsi sebagai ruang duduk atau ruang tunggu (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1991).
- b. *Lobby* artinya ruang masuk pada suatu bangunan. Kata *lobby* pada umumnya dipakai sebagai kata ganti ruang tamu. Fungsi dasar *lobby* hampir sama dengan ruang tamu rumah, hanya saja fungsi *lobby* menyangkut citra (*image*) yang ingin mempengaruhi tamu yang datang (“Desain transparan interior kantor modern”, 219/023, 2001, p.20-21).
- c. *Lobby* adalah bagian dari *public space* yang mempunyai fungsi sebagai ruang tamu, ruang depan dan kamar tunggu untuk tamu (biasanya merupakan ruang

terbuka yang mempunyai hubungan langsung dengan bagian *front office*, *reception*, *cashier*, *information* dan sebagainya) (H.Kodhyat, 1992, p.55).

- d. Kantor depan adalah salah satu departemen di hotel yang secara operasional berhubungan langsung dengan tamu. Kantor depan terletak pada bagian depan hotel. Ini dimaksudkan agar mudah diketahui umum. Umumnya kantor depan disebut *lobby* (Darsono, 1992, p.9).
- e. Kantor depan merupakan tempat berlangsungnya penyambutan tamu, pemindahan barang, pembayaran, memberikan informasi kepada tamu dan pengunjung, pelayanan pengiriman surat-surat, dokumen dan lain-lain, pelayanan jasa kesekretisan, pelayanan jasa komunikasi telepon (Tormoezi & Manurung, 2000, p.18-27).
- f. Menurut tinjauan dari beberapa pustaka, maka dapat diperoleh bahwa pengertian dan fungsi *lobby* dewasa saat ini antara lain:
 - Sebagai *symbol* akan situasi dan pandangan terhadap hotel tersebut (Saito, 1992, p.55).
 - Memberi kesan pertama pada tamu terhadap hotel secara keseluruhan (Hoyt, 1981, p.80).

Lobby difungsikan sebagai tempat bertemunya orang dalam suatu gedung maka letaknyapun mudah diakses, karena didalamnya juga terdapat beberapa ruang, antara lain:

- *Resepsionis*
Ruangan untuk menanyakan informasi, letaknya harus mudah dijangkau orang waktu pertama kali masuk dalam sebuah gedung, terlihat jelas dan menandakan bahwa ruangan resepsionis ini berbeda dengan ruangan yang lain, sehingga membuat orang pertama kali melihat adalah ingin menuju ruangan tersebut.
- Ruang Tunggu
Tempat dimana orang duduk menunggu, bertemu orang lain dalam suatu gedung. Letaknya di dalam *lobby* agar mudah dilihat orang, berisikan tempat duduk ataupun sofa. Ruangan ini sangat luas, karena harus bisa menampung orang-orang yang menjadi sasaran pengunjung pada konsep perancangan gedung tersebut.

- Ruang penerima tamu.
- Ruang perantara (*foyer*).
- Tempat penyimpanan barang.

Faktor-faktor yang harus diperhatikan adalah:

- Mudah dilihat dan dicapai.
- Desain ruang dapat mencerminkan identitas atau citra suatu perusahaan.
- Penentuan desain *lobby* hendaknya memperhitungkan kenyamanan pengguna yang disesuaikan dengan konsep desain.
- Penerangan harus dapat memberikan kesan luas.

Masalah *lobby* umumnya masalah sirkulasi pada lantai karena dengan banyaknya aktifitas yang berbeda dari tiap pemakai dan tidak hanya area yang luas, tetapi juga mengutamakan keterbukaan (Gordon, 1972, p.44).

2.4.2. Gallery

Gallery merupakan ruang yang biasanya digunakan untuk memamerkan barang-barang seni, sebagian besar memiliki skala ruang yang lebih kecil dari museum dan tidak disiapkan untuk menerima pengunjung dalam jumlah yang besar (Pile, 2003, p.22).

A room, series of rooms or building devoted to the exhibition and often the sale of work of art/ ruangan, rangkaian ruangan atau bangunan yang disediakan untuk memamerkan dan juga menjual karya seni (Stein&Urdang, 1967, p.173).

Ruang atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni dan sebagainya (Poerwodarminto, 2000, p.328).

Dalam “*Encyclopedia of American Architectural*”, dikatakan bahwa perancangan galeri menunjuk pada perancangan museum dan sebaliknya. Perbedaan antara galeri dan museum adalah bahwa museum secara umum diartikan sebagai suatu bangunan atau ruang di dalam bangunan yang digunakan sebagai tempat untuk mengoleksi objek pengetahuan atau karya seni langka, sedangkan di galeri barang-barang yang dikoleksi sengaja untuk dipamerkan dan dijual (*Encyclopedia of American Architectural*, 1994, p.222).

Kegiatan penjualan tidak dapat dipisahkan dari galeri, berbeda dengan museum yang bersifat *social*, galeri bersifat komersial di mana objek pameran memang sengaja untuk dipamerkan dan dijual (Hunt, 1980, p.375).

Sebuah atau serangkaian ruangan atau bangunan yang disediakan untuk pameran dan menjual karya-karya seni (Stein, 1976, p.278).

Ada beberapa jenis *gallery*:

- **Galeri seni**
Berupa ruangan yang memiliki finishing yang bagus dimana benda dipamerkan sebagai keindahan dengan bahan sederhana yang sesuai. Koleksi seni termasuk lukisan, pahatan furniture, seni dekorasi, mural, miniature arsitek, rekonstruksi, cetakan, gambar dan foto.
- **Galeri interpretif**
Arsitektur yang sederhana, tetapi lingkungannya didominasi oleh bahan interpretatif (rekonstruksi bersejarah, foto mural, grafik, teks dll). Pameran interpretatif menampilkan benda-benda seperti sejarah dan sejarah nasional dan menggunakan teknik seperti diorama, ruang periodik dan banyangan gelap.
- **Galeri pusat sains**
Tidak memiliki barang yang dipamerkan sama sekali, tetapi mungkin menampilkan peralatan edukasi interaktif yang menggambarkan konsep-konsep sains. Ruangan ini dapat berupa ruang kelas atau bahkan tempat bermain daripada galeri yang tradisional.
- **Galeri tempat penyimpanan**
Terdiri dari banyak sekali benda museum dari koleksi dengan sedikit interpretasi tetapi dengan bahan referensi yang tersedia untuk dipelajari.
- **Galeri pameran**
Galeri yang fleksibel dimana dapat digunakan untuk berbagai macam pameran, masing-masing dipasang untuk periode terbatas.
- **Galeri gabungan**
Menggabungkan beberapa jenis galeri. Kebanyakan galeri mampu diubah dan digunakan untuk pameran special dari waktu ke waktu.

Adapun beberapa fungsi dari galeri:

- Fungsi *Komunikatif*
Merupakan media penyampaian secara tidak langsung kepada komitmen atau pengunjung galeri mengenai produk-produknya.
- Fungsi *Apresiasi*
Merupakan tempat berapresiasi para seniman dalam menuangkan ide-idenya dan karyanya.
- Fungsi *Estetis*
Sebagai tempat untuk mengemas produk-produk yang akan dijual.

Di bawah ini beberapa fasilitas yang didapatkan dari sebuah galeri:

- Memajang dan memamerkan benda-benda.
- *Display* (sementara atau pameran).
- Mengatur dan mencatat keluar masuk barang.
- Administrasi dan dokumentasi.
- Menerima pengunjung galeri dan berupa pelayanan informasi.
- *Visitor guide service* atau *information*.

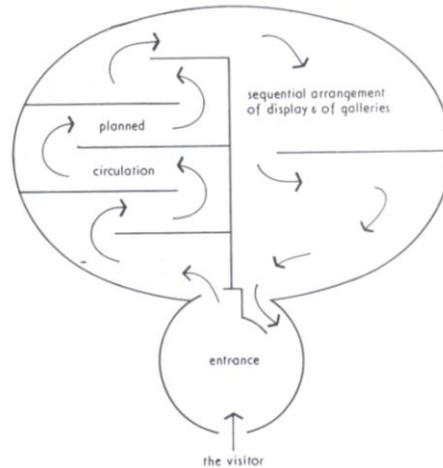
Untuk merancang sebuah galeri ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi antara lain:

- Terlindung dari kerusakan, pencurian, kebakaran, kelembaban, kekeringan, cahaya matahari langsung, dan debu.
- Penampilan *display* harus menarik dan dapat dilihat tanpa kesulitan.
- Pencahayaan yang cukup.
- Penghawaan yang baik, dan nyaman.
- Memperhatikan jarak pandang dan batas pandang

Selain hal-hal diatas yang harus diperhatikan dalam merancang galeri, kita juga harus mengatur sirkulasi karena sirkulasi merupakan hal yang sangat penting dalam membuat sebuah galeri. Pengaturan sirkulasi yang baik akan membuat pengunjung merasa nyaman dalam mengamati benda-benda yang dipamerkan. Ada empat macam pengaturan sirkulasi, yaitu :

1. *Sequential Circulation (linier)*

Sirkulasi yang terbentuk berdasarkan ruang yang telah dilalui dan objek pameran diperkenalkan satu per satu menurut urutan ruang pameran yang berbentuk ulir maupun memutar hingga kembali menuju pintu masuk galeri

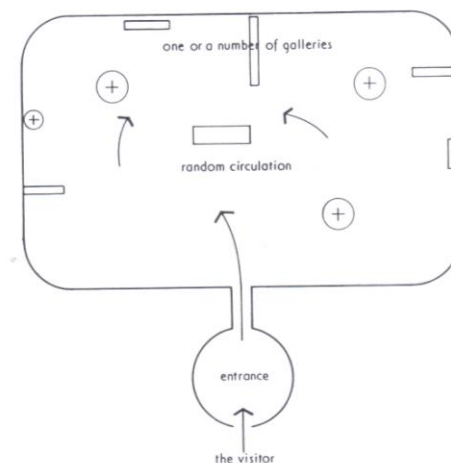


Gambar 2.11. *Sequential Circulation*

Sumber : Tutt, Patricia dan David Adler, 288

2. *Random Circulation*

Sirkulasi yang memungkinkan pengunjung untuk memilih sendiri arah jalannya. Penataan sirkulasi semacam ini dapat dibentuk tanpa adanya batasan-batasan dinding pemisah ruang

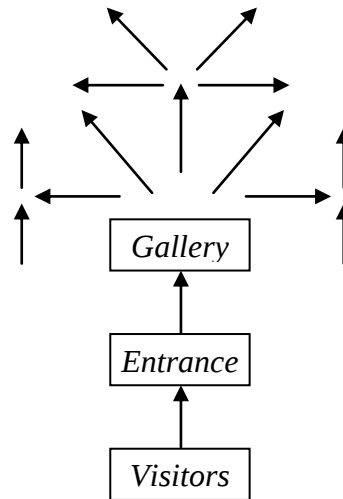


Gambar 2.12. *Random Circulation*

Sumber : Tutt, Patricia dan David Adler, 288

3. *Radial Circulation*

Pada sirkulasi ini pengunjung tidak diarahkan untuk menuju arah tertentu, sehingga dapat dengan bebas mendatangi informasi yang diinginkan.

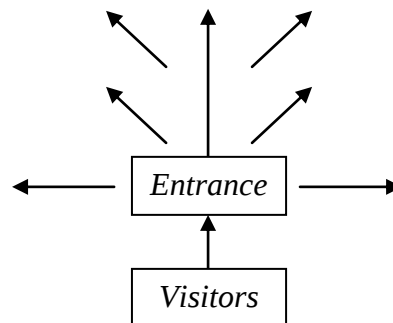


Gambar 2.13. Sirkulasi Radial

Sumber : Tutt, Patricia dan David Adler, 288

4. *Linier Bercabang*

Sirkulasi pengunjung tidak terganggu, dengan pembagian koleksi yang jelas dan pengunjung bebas melihat benda yang dipamerkan.



Gambar 2.14. Sirkulasi Linier Bercabang

Sumber : Tutt, Patricia dan David Adler, 288

Untuk membantu pengunjung ketika melihat dan memandangi objek secara detail, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam menata sirkulasi:

- Pengunjung diharapkan dapat bergerak terus tanpa harus berbalik kembali untuk melihat objek yang telah dilihat.

- Harus memenuhi syarat jarak bagi pengunjung untuk berjalan dengan kecepatan yang berbeda. Beberapa pengunjung akan berjalan terus sedangkan ada beberapa pengunjung yang berhenti untuk mengamati objek lebih *detail*.
- Pengunjung cenderung bergerak ke arah kanan ketika memasuki main entrance untuk menjelajahi museum.
- Mengamati area galeri dalam satu bentangan atau alur membantu pengunjung untuk mengerti apa yang *display*.

Sistem pelayanan galeri bertujuan untuk memberikan kenyamanan dan kelancaran bagi pengunjung dan pengelola. Dua macam sistem pelayanan dalam galeri, yaitu:

- Sistem Terbuka (*Open Access*), yaitu pengunjung dapat melihat-lihat objek pameran tanpa didampingi petugas atau karyawan.
- Sistem Tertutup (*Close Access*), yaitu sistem pelayanan di mana pengunjung dalam melihat-lihat objek pameran didampingi petugas atau karyawan.

Macam-macam penataan objek pameran, yaitu:

- *In showcase*
Benda yang dipamerkan termasuk kecil, karenanya diperlukan wadah atau kotak tembus pandang (kaca), yang kadang juga memperkuat kesan tema dari benda yang dipamerkan.
- *Free standing on the floor, on plinth or support*
Benda yang dipamerkan memiliki dimensi yang cukup besar, sehingga memerlukan panggung atau ketinggian lantai untuk batas dari objek pameran.
- *On walls or panel*
Benda yang dipamerkan ditempatkan di dinding, ruang atau partisi pembatas ruangan (Tutt&Allen, 1979, p.286-292).

Penataan display untuk benda-benda koleksi yang berharga, sebaliknya memanfaatkan lemari kaca yang penempatannya masuk ke dalam dinding, yang mana dilengkapi dengan perlengkapan pengunci, pengaman, pencahayaan dari dalam dan ruangan dibuat agak gelap (De Chiara&Callandar, 1973, p.369).

2.4.3. *Café* dan *Bar*

2.4.3.1. *Café*

Teori-teori yang berhubungan dengan *café* secara umum:

- *Café* merupakan tempat yang mirip dengan restoran tetapi *café* lebih memiliki batasan khusus daripada restoran itu sendiri dilihat dari cara menyajikan dan juga minuman.
- Restoran murah yang menyediakan makanan yang mudah dimasak/dihidangkan kembali (William T, 1978, p.47).
- Restoran kecil yang melayani/menjual makanan ringan dan minuman, *café* biasanya digunakan untuk rileks (Longman, 2001, p.199).
- Jam buka *café* biasanya dimulai pagi hingga malam hari (10.00-22.00) atau ada pula *café* yang dibuka mulai sore hingga malam hari (18.00-02.00).
- Tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik atau tempat yang menyajikan makanan dan minuman ringan (Lawson, 1973, p.73).
- Tempat yang biasanya dipakai untuk membuka *café* adalah sebuah rumah yang didekorasi dan ditata dengan baik dan terkadang *shopping mall* juga cocok untuk sebuah *café*. Tempat seperti ini biasanya lebih ramai dibandingkan dengan restoran, karena banyak tamu yang keluar masuk. Harganyapun juga terjangkau (Eugene, 2000, p.24).
- Tempat makan dan minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik atau tempat informasi yang menyajikan makanan dan minuman ringan (Lawson, 1973, p.76)
- Menurut *The News Collins Dictionary & Theosaurus* adalah restoran murah yang menyediakan makanan yang mudah dimasak atau makanan yang mudah dihidangkan kembali.
- Suatu tempat dimana kita bisa menikmati waktu luang kita dengan santai tanpa berbuat apa - apa di tempat public (www.media.mit.edu/groups/gn/projects/salon/obedcafe).
- Tempat makan atau minum yang pengunjungnya dihibur. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001, p.578)
- Tempat yang biasanya dipakai untuk bertemu dengan teman, relasi atau kolega. Kafe adalah jenis restoran yang paling sederhana dengan menu yang

sangat sederhana pula. Tempat untuk sebuah kafe adalah rumah yang didekorasi dan ditata dengan baik, dan terkadang shopping mall juga merupakan tempat yang cocok untuk sebuah kafe. (*Eugene Chan-director of return*, 2000)

(<http://www.capturesto.com>:akses:06/03/2002)

Dengan adanya perkembangan jaman, *café* ini semakin luas. Artinya tidak hanya menjadi tempat menikmati makanan dan minuman tetapi juga menjadi tempat bersosialisasi dan mencari teman baru (Barban, 1991).

Sebuah *café* juga memiliki beberapa persyaratan ruang yang dilihat dari segi keamanan, keselamatan, kenikmatan dan kesehatan. Suatu hal yang prinsip pada ruang *café* yang menyangkut persyaratannya adalah persyaratan tentang kenikmatan manusia yang dititik beratkan pada kebutuhan ruang gerak atau individu. Kebutuhan ruang gerak bagi manusia atau individu adalah 1,4-1,7 m² (Neufert, 1990, p.206).

Dalam perancangan interior desain mebel juga harus dipikirkan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Dimensi mebel juga bisa mempengaruhi pengunjung untuk berlama-lama duduk (Neufert, 1996, p.77).

Menurut Fred Lawson (Van Nostrand Reinhold, 1973, p.48) berdasarkan cara penyajian makanan dan minuman restoran dibagi dalam beberapa jenis yaitu:

- Restoran dengan sistem *snack bar*
Restoran ini biasanya menjual makanan yang sudah jadi (tinggal menghangatkan kembali) dan makanan tersebut dapat dimakan pada meja *counter* ataupun pada meja makan yang disediakan. Titik berat restoran ini adalah ruang yang ekonomis, jumlah karyawan yang terbatas dan jumlah makanan yang terbatas pula.
- Restoran dengan sistem *café*
Biasanya hanya menjual 2 atau 3 jenis makanan saja, namun juga menyediakan kue. Modal dan tenaga yang dipergunakan biasanya dalam jumlah kecil.
- Restoran dengan sistem *coffee shop*
Restoran ini menyediakan makanan ringan atau yang sudah jadi serta kue-kue, selain itu restoran jenis ini biasanya menyediakan banyak pelayan.

- *Coffee shop* merupakan salah satu jenis restoran dimana yang ditawarkan adalah makanan dan minuman ringan, termasuk kopi. Dalam pelayanannya, para pelayan *coffee shop* datang ke meja dan membeli menu. Pemesanan sangat cepat sehingga tidak perlu menunggu lama.
- Dalam perancangan *coffee shop* perlu diperhatikan suasana yang tenang, tidak *formal*, juga harus menyediakan tempat *display* makanan jadi untuk menarik perhatian.

Dilihat dari sistem pelayanan restoran dapat dibagi dalam beberapa jenis sistem yaitu:

- Sistem papan menu
Sering juga disebut *swalayan*, pada sistem ini pengunjung dapat memilih jenis makanan dan daftar makanan yang terdapat pada papan menu dan langsung membayar.
- Sistem kartu menu
Pengunjung duduk, melihat menu, memesan makanan yang ditawarkan pelayan dan pembayaran dilakukan melalui pelayan atau dapat langsung dilakukan di kasir.

Beberapa teori menurut *Successful Restaurant Planning* tentang sirkulasi dalam *café* antara lain:

- Sirkulasi antara pengunjung dan karyawan tidak boleh terjadi bersilangan. Bersilangan ialah jika sirkulasi antara pelayan dan pengunjung saling bertemu tanpa adanya sirkulasi *alternative* yang lain. Sehingga bisa terjadi peristiwa saling menunggu atau bertabrakan antara pengguna. *Waitres* sebaiknya mempunyai sirkulasi sendiri sehingga ketika sekali melayani suatu tempat dapat sekaligus melayani tempat-tempat lain.
- Sirkulasi dalam *café* dapat melewati pengunjung, kereta makanan dan *waitres* ketika melayani. Kebutuhan akan meja dan tempat duduk yang ideal untuk aktivitas makanan dan minuman di area makanan.

Beberapa teori menurut buku *Successful Restaurant Planning* dan John F. Pile (2003) dalam bukunya *Interior Design 3rd Edition* tentang pencahayaan dalam *café* antara lain:

- Pencahayaan yang terlalu/kurang terang dapat mengakibatkan mata menjadi sakit. Hal tersebut berkaitan dengan waktu penggunaan yang cukup lama, misalnya pengunjung yang sedang bersantai sambil berbincang-bincang dan pelayan yang kurang lebih bertugas selama enam jam.
- Pencahayaan yang seragam menyebabkan atmosfer terasa membosankan.
- Pencahayaan yang terlalu tajam menyebabkan makanan kelihatan tidak nikmat untuk dimakan. Pencahayaan yang tidak tepat dapat mengubah warna makanan menjadi kurang memancing selera pengunjung untuk memakannya.
- Untuk tingkat aktifitas tinggi seperti dapur, gudang dan kasir pembayaran harus menggunakan pencahayaan yang terang.
- Pencahayaan mencerminkan tingkat harga, kualitas dan kecepatan pelayanan.

Pencahayaan di daerah layanan makanan memerlukan cahaya yang cukup, khususnya sekitar meja kasir. Dalam layanan penyajian memerlukan 400 lux, counter dan meja kasir memerlukan 600 lux.

Pencahayaan yang bagus juga perlu disediakan pada area sirkulasi dan terutama di atas anak tangga. Ada beberapa tingkat penerangan berdasarkan kode penerangan sebagai berikut:

- Meja *reception* memerlukan 400 lux.
- Kantor *hall* memerlukan 200 lux.
- Anak tangga memerlukan 200 lux.
- *Bar* memerlukan 100 lux (Lawson, 1973).

Beberapa teori mengenai buku *Successful Restaurant Planning* tentang penghawaan dalam *café* antara lain:

- Menggunakan *air control unit*.
- Pemakaian *heating and cooling* dan untuk daerah panas seperti Surabaya cenderung menggunakan *cooling*.
- *Exhaust fan* yang lebih banyak digunakan pada area dapur.
- *Smoke control*.

2.4.3.2. Bar

Bar merupakan suatu tempat untuk minum. Biasanya menjual minuman-minuman yang mengandung alcohol.

Menurut Fred Lawson (1980) dalam bukunya *Restaurant, Club and Bars Planning Design*. *Bar* adalah:

- a. Tempat mencari hiburan, sehingga suasana yang diciptakan adalah suasana yang dapat meningkatkan sosialisasi.
- b. Tempat yang didirikan dengan kepentingan komersial, sehingga lokasi harus strategis dan akses yang mudah dicapai. Seperti di pusat kota, jalan-jalan utama dan di daerah sub urban.

Persyaratan *bar* berdasarkan Direktorat Jendral Pariwisata no. 14/U/1988, 25 Februari 1988:

- a. Jumlah tempat duduk sebanding dengan luas *bar* dengan ketentuan 1,1 m²/tempat duduk.
- b. Lebar ruang kerja *bartender* minimal 1 m.
- c. Untuk ruang *bar* yang tertutup harus dilengkapi AC dan ventilasi dengan temperatur ruangan 24°C dan kelembapan *relative* 60%.
- d. Perlengkapan dan perabotan minimal:
 - Tersedia *bar counter* dan *bar stool* (kursi bar).
 - Meja untuk para pengunjung.
 - *Sofa* untuk bersantai sambil bercakap-cakap.
 - Rak penyimpanan minuman dan makanan.
 - Lemari es dan perlengkapan membuat minuman.
 - Berbagai jenis gelas dengan jumlah dua kali kapasitas bar minimal (*cocktail glass, tumber glass, gelas bir, cognac glass, brandy glass*).

Menurut Gail Bellamy (1995) cerita yang harus dimiliki dalam perancangan *bar* adalah:

- Seorang desainer harus mampu menangkap dan menarik perhatian pengunjung dengan merangsang indra penglihatan sama kuatnya dengan makanan yang disajikan.

- *Bar* harus lebih lagi dari segi *entertainment* dengan mengangkat tema-tema tertentu, misalnya olah raga, *televise*, musik, *memorabilia*, *games* dan lain-lain.
- Interior *bar* harus lebih *welcome* bagi wanita dan membuat mereka nyaman masuk di dalamnya.
- Selain *dance floor*, *bar* biasanya dilengkapi dengan ruangan kecil untuk percakapan yang lebih intim dan area aktivitas-aktivitas lainnya (seperti *billiard*).
- Cara yang sukses menarik pengunjung adalah melalui permainan *lighting* yang menarik.
- *Lighting* dan *sound system* membantu mengubah suasana dengan memasukkan kesan dramatis, misteri dan mengundang rasa ingin tahu.
- Penggunaan material alami dan tidak mahal merupakan salah satu cara yang cukup penting untuk dapat mengakomodasikan klien dengan *budget* terbatas.
- Agar dapat bersaing, para pemilik mengizinkan para desainernya untuk lebih berani dalam memberikan sentuhan pribadi pada setiap ruangan.

Sistem pelayanan yang digunakan pada sebuah *bar* menurut Fred Lawson (1973) adalah:

- *Self Service*

Pengunjung memesan makanan dan minuman tanpa dilayani pelayan kemudian menuju kasir untuk melakukan transaksi pembayaran. Setelah itu pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman yang mereka pesan.

- *Waiter Waitress to Table*

Pengunjung hanya duduk dan menikmati makanan yang dipesan. Karena semua pemesanan makanan dilayani sepenuhnya oleh pelayan.

- *Counter Service*

Pengunjung bebas memilih makanan yang tersedia. Karena makanan dan minuman terdapat di area khusus. Biasanya system ini digunakan untuk pelayanan cepat dan servis yang tidak formal.

Dalam mendesain *display* untuk sebuah *bar*, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan:

- Obyek yang dipertunjukkan.

- Fungsi dan maksud yang ingin disampaikan kepada penngunjung.
- Besaran area yang tersedia.
- Efek yang timbul.
- Cara perawatannya.

2.4.4. *Retail and Gift Shop*

Area untuk berjualan ini berperan penting sebagai sumber pendapatan. Area ini seharusnya terletak di daerah ruang tunggu atau setidaknya dapat terlihat dari ruang tunggu sehingga menarik pembeli.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah *retail* dan *gift shop* adalah:

- Peletakan bagian depan *retail* dan perancangan desain *retail* harus menarik, sehingga menarik minat pembeli serta terlihat dari area lainnya.
- Penggunaan warna-warna yang menarik, lampu-lampu dan logo-logo yang sesuai.
- *Display* mendapat perhatian pertama sehingga penataan *display* harus memberikan sugesti kepada pembeli.
- Sirkulasi untuk membeli dan menjual harus diperhatikan.

Ada beberapa teknik pencahayaan pada retail, antara lain :

- *Highlighting* dan *silhouetting*

Umumnya digunakan pada merchandise. *Highlighting* membuat kuat cahaya obyek 5 kali lebih terang dibanding latar belakangnya. *Silhouetting* menekankan fitur khusus obyek sekaligus menghilangkan *glare*. Pada manekin, misalnya, satu spotlight yang diinstal agak rendah mendekat ke model menciptakan kontras cahaya sangat kuat, yakni sebagian sisi begitu terang dan sebagian lain berbayang gelap. Sisi *high brightness* biasa pada sebagian wajah dan bahu model, agar tercipta karakter dominan. Permainan kontras sejalan tujuan atraktif area *window* sebagai zona letak manekin pada umumnya.

- *Backlighting*

Meletakkan sumber cahaya di belakang obyek untuk performa berkas cahaya impresif dari depan. Teknik ini umumnya digunakan untuk produk-produk kristal. Lain bila cahaya diletakkan dari arah lain, misalnya *direct lighting*

dengan lampu *halogen spots* atau *fluorescents* dari depan. Arah ini lebih menghasilkan efek refleksi dan ekspos kilap. Kilap (*sparkle*) lebih keluar dengan *halogen spots* ketimbang *fluorescents*. Dengan *halogen*, bayangan (*shadow play*) pada latarbelakang pun lebih elegan.

- *Sparkle*

Menunjuk pada teknik menciptakan kontras terang pada suatu tempat gelap. Pada area *staircase*/tangga misalnya. Tangga merupakan elemen arsitektur yang khas, terlebih dengan konsep mobilitas gerak dari perubahan tinggi dan cepatnya. Dengan permainan lampu pada bagian tangga seperti anak tangga, pengalaman itu lebih atraktif.

- *Structural lighting*

Menerapkan *indirect lighting* pada elemen struktural ekspos, seperti pada rangkaian balok baja di suatu bangunan *hi-tech*. Cara ini menguatkan fungsi komponen struktur sekaligus elemen arsitektur artistik.

- *Down lighting*

Umumnya berupa teknik pencahayaan 180° dari langit-langit yang baik untuk penerangan area sirkulasi.

- *Up lighting*

Pencahayaan mengarah ke bidang atas, untuk menonjolkan *ceiling* atau menguatkan kesan ketinggian.

- *Wall washing*

Kegunaannya menonjolkan obyek di dinding, memperjelas karakter fisik dinding sendiri (wujud, tekstur, warna dan semacamnya), dan menciptakan kesan “ruang”.

Ada lima elemen di dalam desain ruang retail yang penting untuk dikelola agar lingkungan belanja yang berkesan. Kelimanya adalah:

- *display*
- *signage*
- *graphics*
- *merchandising*
- *point of sale*

Elemen pertama adalah *display*. Sebuah *display* diharapkan dapat memicu resapan emosional tertentu dalam sekilas pandang. *Display* produk yang tertangkap langsung dari arah luar, dapat membangun kesan pertama yang memancing orang untuk masuk ke toko, merasa nyaman di dalamnya, dan membeli produk.

Untuk itu, *display* sebaiknya menghindari penampilan yang berlebihan, melainkan fokus pada item-item produk seperti item *best seller* yang diyakini paling memancing keinginan untuk membeli. Sebagai alat informasi, maka konsep *display* sebaiknya menyertakan program promosi yang sedang dijalani. Dan, tampilkan pula elemen *display* yang bergerak atau bersuara sebagai bagian atraksi komunikasi fungsional yang boleh jadi berkesan menghibur.

Elemen kedua *signage*. Elemen ini terkait dengan tampilan gambar/logo, warna, tulisan, dan pencahayaan. Kita biasa melihatnya sebagai media di bagian luar toko yang menampilkan nama perusahaan atau *brand* produk yang dijual di dalam toko tersebut. Untuk *brand* besar yang telah memiliki nama, terkadang cukup dengan penonjolan *signage brand*-nya yang identik di bagian luar, orang yang melihat pun akan terpancing masuk ke dalam.

Memperhatikan unsur grafis sebagai elemen ketiga bermanfaat agar suatu *brand* lebih mudah dan cepat diingat. Karenanya, pihak desainer harus bekerjasama dengan pihak *advertising* atau desain grafis untuk menciptakan tampilan grafis di suatu toko sebagai kekuatan visual yang memikat sekaligus tetap informatif terhadap produk. Penonjolan produk-produk utama sebagai materi grafis diyakini akan semakin menagaskan daya tarik produk sebagai fokus setiap *shop environment*.

Untuk menampilkan *display* yang langsung berkesan (*first impression*) dari sisi luar, menurut *Lighting Designer*, Benno Salinas F. terutama perhatikan desain *shop window* (jendela toko) sebagai perantara visualnya. Beberapa ritel memunculkan jendela yang memperlihatkan secuplik produk sebagai bagian dari isi yang ingin dikedepankan. Sebagian lagi malah memunculkan keseluruhan isi *merchandise* yang *display*. Namun jendela juga semestinya memunculkan tema-tema tertentu, ide atau gaya tertentu dari ritel dan *brand* yang disandangnya. Untuk itu, bisa memalui desain jendela yang memperlihatkan paduan *signage*

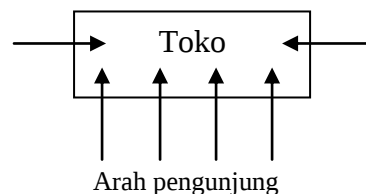
dengan olahan grafis, dan tata pencahayaan yang membangun impresi visual tertentu. Tanpa menenggelamkan produk dibalik jendela, tentunya.

Elemen keempat pada desain ruang retail adalah *merchandising*, pengelolaan barang dagangan. Keputusan *retailer* untuk menjual barang tertentu, unik, khusus, atau bahkan barang umum di dalam tokonya akan amat berpengaruh pada konsep desain toko. Elemen Terakhir, pentingnya keberadaan sistem *point of sale* (POS) sebagai satu sistem perangkat teknologi yang merespons tuntutan praktis dari setiap transaksi. Elemen yang berada di area kasir ini terdiri dari layar *monitor*, *keyboard*, *scanner*, *cash drawer*, tempat menggesekkan kartu kredit dan debit, dan lain-lain.

Retail dalam kamus bahasa Inggris memiliki arti penjual eceran. Menurut perkembangannya retail memiliki berbagai macam tipe, pada umumnya terdapat tiga jenis toko;

a. *Open space shop*, dengan ciri-ciri;

- Tanpa pintu
- Pengunjung bebas masuk dari arah manapun
- Membuat pengunjung lebih tertarik untuk masuk ke dalam toko.

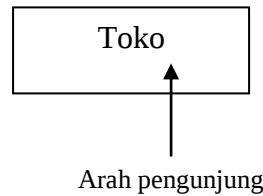


Gambar 2.15. Jenis Toko Terbuka

Sumber: *Time Saver Standards for Building Types 3rd*, 594

b. *Close-non massif space*, dengan ciri-ciri;

- Bagian depan toko tertutup kaca secara keseluruhan
- Pintu juga menggunakan bahan dari kaca
- Pengunjung hanya bisa masuk dan keluar dari arah pintu
- Pengunjung yang berada di dalam toko menjadi merasa lebih eksklusif dan memiliki privasi.

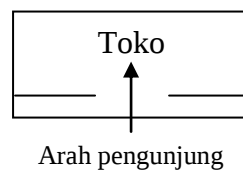


Gambar 2.16. Jenis Toko Tertutup Kaca

Sumber: *Time Saver Standards for Building Types 3rd*, 594

c. *Semi closed non-massif space*, dengan ciri-ciri;

- Bagian depan tokoyang tertutup kaca hanya sebagian saja, yaitu bagian pintu toko
- Bagian depan toko yang lain tertutup oleh bidang masif secara menyeluruh.



Gambar 2.17. Jenis Toko Terutup Bidang Masif

Sumber: *Time Saver Standards for Building Types 3rd*, 594

2.4.5. Tempat Informasi

Tujuan dari tempat informasi sendiri yaitu:

- Tersedianya sarana dan prasarana informasi serta koleksi dalam subjek tertentu untuk memenuhi kebutuhan kalangan atau komunitas tertentu baik itu ilmu pengetahuan, teknologi maupun kebudayaan.
- Menciptakan kondisi dan mendorong masyarakat komunitas tertentu untuk mengembangkan dan memanfaatkan jasa layanan informasi dalam rangka untuk memajukan komunitas itu sendiri.

Peletakan perabotan dan perlengkapan pada ruang informasi:

- Rak buku

Penempatan rak buku harus memperhatikan keadaan cahaya dan pertukaraan udara. Rak buku sebaiknya tidak diletakkan di daerah yang berudara lembab.

- Meja baca
Meja baca harus ditempatkan di tempat yang terang dan berudara sejuk dan segar. Masing-masing meja baca dilengkapi dengan kursi baca.
- Meja sirkulasi
Meja sirkulasi diletakkan di tempat yang dapat mengawasi secara menyeluruh orang-orang yang keluar masuk perpustakaan.
- Lemari loker/ titipan barang
Lemari loker/ titipan barang diletakkan di dekat pintu masuk atau keluar sebelum meja sirkulasi.
- Lemari *catalog*
Penempatan lemari catalog di daerah jalur masuk ke area koleksi.
- Papan pengumuman
Papan pengumuman harus dapat dipindah-pindahkan dan dapat diletakkan di ruang manapun khususnya di dekat pintu masuk sehingga mudah untuk dilihat oleh pengunjung.

2.5. Elemen-elemen Interior

2.5.1. Lantai

Lantai adalah bidang ruang interior yang datar dan mempunyai dasar yang rata. Sebagian bidang dasar yang menyangga aktivitas interior dan perabot kita, lantai harus berstruktur sehingga mampu mamikul beban tersebut dengan aman dan permukaannya harus cukup kuat untuk menahan penggunaan dan yang terus menerus (Ching, 1996, p.162).

Lantai harus tahan terhadap kelembapan, terhadap beberapa keadaan dan tahan terhadap perembesan air terutama pada lapisan atas (permukaan) misalnya kamar mandi, WC atau dapur dimana sering terjadi tumpahan air. Pada koridor-koridor di mana pengunjung akan menuju ke ruang-ruang lain diusahakan untuk mengurangi pandangan monoton dengan melewati lantai dari material yang berlain-lainan baik tekstur, warna maupun motif-motifnya. (Suptandar, 1999, p.123).

Lantai harus fungsional, pemilihan mempengaruhi pembersihan dan dekoratif (Lawson, 1937, p.443).

Agar lantai dapat menyerap suara pada frekuensi tinggi maka penggunaan material lunak sangat dianjurkan. Bahan lunak itu antara lain karpet dengan koefisien yang tepat pada penggunaannya. Beberapa jenis karpet contract loop-cut pile yang berkesan elegan karena ketebalan dan kelembutannya.

Finishing lantai harus tahan lama dan membutuhkan perawatan secara terus menerus. Selain itu material yang digunakan harus tahan lama terhadap gesekan sehingga tidak membuat orang terpeleset.

Lantai dapat menunjang fungsi atau kegiatan yang terjadi dalam ruang, dapat memberi karakter dan dapat memperjelas sifat ruang misalnya dengan memberikan permainan pada permukaan lantai itu sendiri.

Material lantai yang digunakan pada retail pada umumnya tidak memiliki aturan tertentu, namun yang perlu diperhatikan di dalam penggunaan materialnya adalah sisi maintenance yang mudah, selain itu corak dari material yang dipakai tidak sampai menghilangkan fokus pada objek yang akan dipamerkan. Material lantai yang dapat digunakan pada fasilitas ruang retail dapat berupa *hard flooring* seperti granit, marmer dan juga rubber flooring seperti karpet.

Pada daerah pertokoan lantai dipasang pada jalur lintas orang berjalan (hall) dengan motif yang berbeda-beda agar memberi kesan adanya perbedaan antar ruang-ruang yang ada di dalam kompleks tersebut.

Penutup lantai di atas beton dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Penutup lantai yang hangat terhadap kaki, misalnya: karpet, parket, gabus, jalur kayu, serat kayu.
2. Penutup lantai yang lain, digolongkan sebagai penghantar dingin terhadap kaki, marmer, lantai kepala basah dan lain-lain.

Tabel 2.1. Tabel Bahan Penutup Lantai

Bahan	Karakteristik	Keuntungan	Kerugian	Pemeliharaan
Granit	- Permanen - Kesan elegance - Mewah	- Tahan lama - Kuat - Indah - Banyak corak	Mahal	Banyak air
Karpet	- Nyaman - Pemasangan mudah - Kedap suara	- Tidak licin - Banyak corak - Kedap suara	Mudah kotor	- Cuci - Vacum cleaner
Marmer	- Permanen - Kaku - Mewah	Indah	Tidak tahan noda	Digosok Jika kena noda sulit dihilangkan
Kayu	Alamiah	- Tahan lama - Melentur - Kedap suara	Tidak tahan terhadap insekta	- Pemeliharaan mudah - Jika kena rokok atau noda dibersihkan dengan lilin
<i>Ceramic Tile</i>	- Tahan goresan - Kaya akan bentuk dan corak	- Tahan lama - Indah - Tidak kotor	Kurang mewah	Pemeliharaan mudah dengan air hangat dan sabun

(J. Pamudji Suptandar, 1999, hal. 133,134)

Daftar berikut ini menunjukkan jenis-jenis material yang berfungsi baik untuk bagian ruang-ruang tertentu:

Kelenturan & ketenangan : tegel dari gabus, tegel karpet, tegel gabus dengan lapisan vinil, lembaran vinil.

Tahan terhadap benturan/lekuk : tegel dan lembaran vinil, tegel gabus dengan lapisan vinil, tegel-tegel gabus dan karet.

Noda warna : tegel dan lembaran vinil, tegel asbestos vinil, linoleum.

Minyak : tegel dan lembaran vinil, tegel gabus dengan lapisan vinil, linoleum, tegel asbestos vinil.

Terbakar puntung rokok : tegel gabus, tegel karet, tegel gabus dengan lapisan vinil, tegel vinil.

Perawatan mudah : tegel dan lembaran vinil, tegel asbestos vinil, tegel gabus dengan lapisan vinil. (Francis D.K. Ching, 1996, hal. 171)

2.5.2. Dinding

Dinding adalah elemen arsitektur yang penting untuk setiap bangunan. Secara tradisional, dinding telah berfungsi sebagai struktur pemikul lantai di atas permukaan tanah, langit-langit dan atap. Menjadi muka bangunan, memberi proteksi dan privasi pada ruang interior yang dibentuknya (Ching, 1996, p.389).

Dinding juga berfungsi sebagai media pemantul, pengarah dan penyerap suara, tetapi dengan cara pemilihan bahan tertentu untuk dinding dengan bentuk yang khusus serta penetapan yang tepat (Pamudji, 1999, p.50).

Pada ruang yang luas sebaiknya dihindarkan dari bentuk dinding yang rata atau datar karena bunyi yang dipantulkan tidak akan maksimal menjangkau sudut-sudut ruangan terdalam.

2.5.3. Plafon

Plafon adalah salah satu unsur terpenting dalam unsur interior sebagai pembentuk space. Pada ruang-ruang yang membutuhkan konsentrasi, diusahakan agar plafonnya berbentuk sederhana, tidak menyolok karena akan mengganggu konsentrasi. Plafon merupakan unsur pelindung dari cuaca dan pemberi efek bentuk bangunan seutuhnya, plafon juga mencerminkan karakter dari suatu bangunan atau ruang. Fungsi lainnya adalah sebagai penutup perlengkapan *engineering* dan sistem utilitas lainnya (Pamudji, 1999, p.59).

Bentuk plafon terbaik adalah bentuk *clamp shell*, yang menyerupakan bentuk kerang yang mengarah ke bagian penonton. Bentuk ini dapat membantu memantulkan suara lebih jauh daripada bentuk plafon yang rata. Dengan demikian penonton yang berada dibelakang dapat lebih jelas mendengar suara yang dihasilkan, meskipun tanpa alat sound pembantu. Untuk material plafon, digunakan material yang keras, seperti kayu, dsb. Lebih baik memakai material keras yang berpori (*perforated panel*), yang di atas panel tersebut terdapat panel

akustik yang sifatnya lebih keras, dengan cara kerja seperti pada analisis dinding ruang konser.

Plafon dapat diolah dengan suatu dimensi perancangan. Plafon adalah permukaan dimana atasnya terdapat sistem pencahayaan dan sistem suara. Perancang dapat mengaplikasikan berbagai material, tekstur dan perbedaan ketinggian untuk menciptakan efek-efek tertentu. Plafon tidak perlu berwarna putih tetapi yang penting permukaannya dapat memantulkan cahaya lebih dari 50%. Dianjurkan pula diberi peralatan dengan sistem akustik agar pengunjung dapat mendengar semua informasi dari ruang audio visual sehingga pengunjung tidak merasa jenuh (Sleeper H.R.,1955, p.324).

2.5.4. Warna

Menurut John F. Pile (1995) warna memiliki kekuatan untuk mengubah sesuatu menjadi daya tarik karena warna sebagai aspek pendukung dalam hal penampilan visual suatu ruangan. Warna juga mempunyai kekuatan untuk memiliki keindahan. Hal ini berhubungan dengan harmonisasi dimana kita menjumpai efek yang menyenangkan oleh paduan dua warna atau lebih. Pengaruh warna pada rasa keindahan ini tersebut sebagai fungsi estetis dari warna. Ruangan yang sempit dapat terlihat lebih lebar, benda yang kurang baik dapat terlihat lebih baik. Warna juga dapat digunakan sebagai media komunikasi, memberikan efek psikologis bagi pengguna. Warna digunakan untuk menambah semarak tata letak barang. Warna-warna cerah dapat menimbulkan daya tarik tertentu, warna ringan/pastel dapat menimbulkan daya tarik yang lebih baik. Sedangkan warna gelap tidak baik jika digunakan pada area display karena akan memperkecil daya tarik dari benda.

Menurut John Omsbe Simonds (2006) warna membantu segi visualitas dan kesan psikologi untuk penampilan karakteristik suatu ruang, sehingga menimbulkan respon emosi yang diinginkan, antara lain:

- Istirahat → lembut, putih, abu-abu, biru, ungu.
- Keriangan → tenang, hangat, riang, ringan.
- Gerakan → warna berpindah seperti krem-oranye.
- Kemesraan → lunak.

- Kesenangan → tenang, hangat.

Menurut John Wiley (1987) efek-efek yang diciptakan oleh warna yaitu:

- Merah: merupakan daya tarik perhatian yang sempurna, warna yang terkuat dan menarik perhatian, bersifat agresif dan lambing primitive. Warna ini diasosiasikan sebagai darah, marah, berani, seks, berbahaya, kekuatan, kejantanan dan kebahagiaan.
- Ungu: merupakan campuran warna merah dan biru yang merupakan warna yang paling kontradiktif. Tetapi dalam variasinya ungu dapat membangkitkan kesan senang dan kaya atau tidak tenang atau mengalami penurunan atau degenerasi. Berkarakter sejuk, hampir sama dengan biru, tapi lebih tenggelam dan kikmat. Melambangkan duka cita, kontemplatif, suci dan agamis.
- Biru: merupakan antithesis dari merah. Berkarakter sejuk, pasif, tenang, damai dan anggun. Warna yang mempesona, spiritual, monotheis, kesepian. Biru melambangkan kesucian, harapan dan kedamaian.
- Hijau: merupakan warna yang menyejukkan dan mengistirahatkan mata. Lebih bersifat netral dan pengaruh terhadap emosi hampir mendekati pasif, lebih bersifat istirahat. Warna hijau sering terjadi kontradiksi, secara simbolis atau imej, warna hijau melambangkan kekuatan alam, hidup, kesegaran, sesuatu yang muda, belum dewasa, pertumbuhan kehidupan, kesuburan dan harapan, kelahiran kembali.
- Oranye: oranye lebih lembut dan tidak primitive jika dibandingkan dengan warna merah. Tidak ada asosiasi emosional maupun *cultural* yang *negative*. Secara estetis, oranye yang murni tampak murah dan tidak bertenaga.
- Coklat: menimbulkan perasaan kesejukan dan kehangatan pada waktu bersamaan. Sebagai fungsi *fabrics* (kain penutup perabot) warna coklat cocok dipadu dengan warna mewah seperti ungu dan emas.
- Kuning: secara murni, kuning merupakan warna paling ringan. Kumpulan dua fenomena yaitu matahari sebagai sumber kehidupan dan emas sebagai kekayaan alam mulia. Kuning melambangkan kesenangan dan kelincahan juga intelektual. Sering kali disamakan dengan warna cerah, kecerahannya akan hilang ketika dimodifikasi dan berhenti menjadi warna kuning.

- Putih: berkarakter positif, merangsang, cemerlang, ringan dan sederhana. Putih melambangkan kesucian, polos, jujur dan murni.
- Hitam: melambangkan kegelapan, misteri, warna mati yang merupakan kebalikkan dari putih. Namun, hitam bersifat tegas, kukuh, formal dan berkesan berstruktur kuat.

2.5.5. Pencahayaan

Pencahayaan dibagi menjadi dua, pencahayaan alami dan pencahayaan buatan atau keduanya sekaligus. Pencahayaan alami pada umumnya menggunakan cahaya matahari. Pencahayaan buatan memiliki arti yang sangat penting dalam interior mempunyai hubungan yang sangat erat dengan pencahayaan.

Metode-metode penerangan yang dapat digunakan sendiri atau digabungkan:

- *General Lighting*: menyediakan keseragaman dan seringnya penerangan menyebar ke seluruh ruangan.
- *Local or Functional Lighting*: penerangan yang memiliki intensitas yang lebih besar pada area yang kecil yang digunakan untuk suatu aktivitas, misalnya membaca buku, menulis atau menjalankan sebuah alat.
- *Accent Lighting*: suatu bentuk dari penerangan setempat, tapi memiliki tujuan untuk menciptakan suatu aksen bagi yang melihat dan untuk memberikan penekanan pada suatu display. Sesuai digunakan untuk area galeri.
- *Decorative Lighting*: memiliki warna dan pola pada lampu dan bayangan untuk menarik perhatian, menimbulkan ketertarikan, menghasilkan kenikmatan visual atau suasana yang nyaman atau untuk menciptakan sebuah efek estetis. Dapat digunakan pada semua ruang yang perlu atau membutuhkan suatu dekorasi.

Ada beberapa hal yang berhubungan dengan kontrol pencahayaan (*Lighting Control*) antara lain:

- *Ultraviolet*.
- *Infrared* (panas).
- *Intensitas*.
- *Illuminance/contrast*.

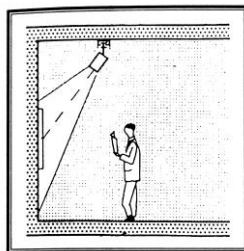
- *Glare/veiling reflection.*
- *Color rendering.*

Menurut Ir. Nugroho (2003) pencahayaan yang diberikan pada gambar membutuhkan suatu jarak. Makin dekat jarak pencahayaan terhadap benda berakibat pengunjung yang melihat benda pameran akan silau. Karena itu sudut pandang mata perlu diperhatikan dengan baik.

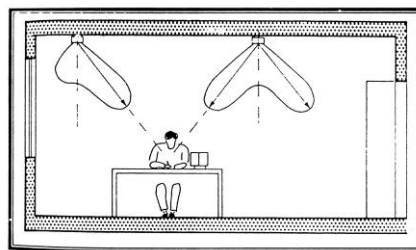
Terdapat 3 hal penting yang perlu diperhatikan menyangkut pencahayaan ruang pameran, antara lain:

- *Pleasing, comfort* (pengunjung merasa nyaman dalam melihat benda pameran).
- *Free from distraction.*
- *Easy viewing and well illuminated* (pengunjung mudah untuk melihat ukuran benda pameran karena diberi penyinaran yang cukup).

Lampu sorot rel aliran mempunyai sudut penyinaran yaitu 10° (bintik), 30° (banjir), 90° (lampu sorot). Perubahan spectrum oleh filter pelindung IR dan UV maka digunakan untuk daerah ruang pameran.



Gambar 2.18. Lampu sorot pada rel aliran listrik (Neufert 63)



Gambar 2.19. Susunan lampu dari arah dua sisi (Neufert 64)

2.5.6. Penghawaan

Dalam mengatur kesejukan udara ada dua system yang dikenal yaitu sistem alami (*cross ventilation*) dan mekanis (kipas angin dan AC). Untuk mendapatkan system pengkondisian udara yang sejuk, bersih dan nyaman ada beberapa parameter yang dapat digunakan sebagai acuan:

- Temperature radiasi rata-rata konstan.
- Kecepatan aliran udara yang diinginkan.
- Kebersihan udara dari polusi.
- Partikel udara yang menimbulkan bau.
- Kualitas ventilasi.
- Tingkat kebisingan yang ditimbulkan oleh suara dari luar.
- Temperature bola kering dan basah dari udara.
- Segi-segi ekonomi dalam harga dan perawatan.
- Pertimbangan estetis dari bentuk AC itu sendiri.

Sebagai penghawaan yang baik ventilasi harus cukup memadai dan harus diperhatikan dengan baik. Sirkulasi penghawaan dipengaruhi oleh beberapa faktor:

- Pemanasan baik eksternal maupun internal.
- Pengontrolan temperatur atau kelembapan.
- Perbedaan temperatur antara ruang dan pengadaan ruang.

Untuk pendistribusian udara yang baik, sebaiknya membuat lubang di langit-langit. Untuk area penyimpanan harus mendistribusikan udara dengan baik. Dengan tingkat kelembapan yang rendah untuk mencegah dari kelapukan (David Mun, 1981:40).

2.5.7. Akustik

Dalam merancang ruang yang sangat peka secara akustik, seperti ruang konser atau studio rekaman, harus memperhatikan frekuensi satu oktaf di bawah (63 atau 64 Hz) dan satu oktaf di atas (8.000 atau 8.192 Hz) jangkauan frekuensi standar. Panjang gelombang dengan jangkauan frekuensi antara 20-10.000 Hz adalah 56 ft (17 m) sampai sekitar 1 in (25mm). Ruang yang menyerap bunyi atau memantulkan bunyi atau membaurkan (difusi) harus dirancang sedemikian rupa

sehingga ukuran-ukuran cukup besar dibanding masing-masing panjang gelombang bunyi yang harus diserap, dipantulkan atau difungsikan.

Daya akustik yang harus dihasilkan pengeras suara dalam ruang agar dapat didengar dengan baik bervariasi antara 10 dan 50 mikrowatt, tergantung pada ukuran ruang, karena itu tekanan bunyi yang dihasilkan sangat kecil. Suara nyanyian atau instrument musik memancarkan beberapa ratus atau bahkan ribuan microwatt daya tenaga akustik. Hal ini menjelaskan bagaimana mudahnya seorang penyanyi atau pemusik mengisi volume suatu auditorium yang terlampau besar untuk pembicaraan yang tidak diperkuat. Pemakaian tembok pemantul dan langit-langit pemantul sangat penting untuk mengimbangi hilangnya komponen-komponen frekuensi tinggi. Namun pengalaman menunjukkan bahwa dalam pola pemancaran suara manusia perbedaan frekuensi sepanjang sudut total 90° dalam arah depan dapat diabaikan.

Ada beberapa prinsip dasar perancangan akustik dalam ruang yang perlu diperhatikan antara lain adalah isolasi bunyi dan gangguan bising seperti:

Transmisi bising dari dan keluar ruangan. Pemilihan material dan struktur konstruksi kuli ruangan menjadi penting dengan memperhatikan *mass-law* dalam kaitan dengan tingkat isolasi bahan.

Making noise/noise perfume dari kebisingan/pengganggu yang hadir dengan memperhatikan prinsip-prinsip penjumlahan bunyi untuk menilai tingkat dominasinya (Nugroho, 2003, p.74).

Teori desain tentang pengendalian rambatan bunyi:

Bentuk dinding ruang dibuat tidak teratur, dipasang penyerap, pemantul suara dan dikomposisikan sedemikian rupa secara silih berganti. Dinding bagian belakang sebagai penghasil gema potensial, diberi lapisan yang berfungsi sebagai penyerap, bisa berupa permukaan yang difusir atau dengan memiringkan bagian atasnya.

Hendaknya dihindari efek pemusatan bunyi pada permukaan cekung dengan jalan meletakkan elemen penyerap bukan pemantul (Pamudji, 2004, p.86).

2.5.8. Pola Sirkulasi

Ada beberapa pola sirkulasi ruang yang ditentukan berdasarkan tuntutan program bangunan dengan memperhatikan pengelompokan fungsi, kriteria ruang,

kebutuhan pencapaian, pencahayaan dan arah pandang. Faktor-faktor yang harus diperhatikan antara lain:

- Kejelasan dan kelancaran.
- Keamanan terutama dalam keadaan darurat.
- Besaran jalur sirkulasi dalam bangunan.

Menurut Suptandar (1999), pengarah atau pembibingan jalan dapat diperkuat dengan peletakan pintu-pintu, permainan plafon, lantai, dinding, lampu-lampu, gambar-gambar dan benda-benda di dalam ruang. Kelancaran sirkulasi ditentukan oleh pengelompokkan atau organisasi ruang yang benar secara structural.

Kebutuhan ruang gerak bagi manusia/individu minimum $1,5 \text{ m}^2$. Pada area sirkulasi publik yang dibutuhkan minimal 1.676 m^2 . Karakteristik aliran sirkulasi interior berdasarkan segi psikologi para pengunjung bergerak dalam ruangan dan alur jalan yang mereka ikuti ke berbagai bagian ruangan. Pola yang diaplikasikan adalah *enterance to exit* (Barr Vilma & Broudy, 1986, p.487). Sirkulasi berdasarkan arahnya dibagi menjadi:

- Sirkulasi langsung
Suatu pendekatan yang mengarah langsung ke suatu tempat masuk, melalui sebuah jalan lurus segaris dengan alur sumbu bangunan. Tujuan visual yang mengakhiri pencapaian ini jelas, dapat merupakan fasad muka seluruhnya dari sebuah bangunan atau suatu perluasan tempat masuk di dalam bidang.
- Sirkulasi tersamar
Pendekatan yang samara-samar meningkatkan efek perspektif pada fasad depan dan bentuk suatu bangunan. Jalur dapat diubah arahnya satu atau beberapa kali untuk menghambat dan memperpanjang urutan pencapaian. Jika sebuah bangunan didekati pada sudut yang ekstrim, jalan masuknya dapat memproyeksikan apa yang ada di luar fasad sehingga dapat terlihat lebih jelas.
- Sirkulasi berputar
Sebuah jalur berputar memperpanjang urutan pencapaian dan mempertegas bentuk tiga dimensi suatu bangunan sewaktu bergerak mengelilingi tepi bangunan. Jalan masuk bangunan mungkin dapat dilihat terputus-putus selama

waktu pendekatan untuk memperjelas posisinya atau dapat tersembunyi sampai di tempat kedatangan (Ching,1996, p.198).

2.5.9. *Main Entrance*

Main entrance dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- Rata
Pintu masuk yang rata mempertahankan kontinuitas permukaan dindingnya dan jika diinginkan dapat juga sengaja dibuat tersamar.
- Menjorok ke luar
Menunjukkan fungsinya sebagian dibuat tersamar.
- Menjorok ke dalam
Memberikan pernaungan dan menerima sebagian ruang luar menjadi bagian dari bangunan.

Bentuk jalan masuk dapat serupa dengan ruang yang sedang dimasuki dan berfungsi sebagai awalan atau dapat juga berbeda dengan bentuk ruangan untuk memperkuat batas-batas dan menekan karkaternya sebagai suatu tempat.

Dalam hal lokasi, sebuah pintu masuk dapat dipusatkan di dalam bidang depan sebuah bangunan atau dapat ditempatkan di luar pusat bangunan dan menciptakan keadaan simetrisnya sendiri di sekitar bukaan. Letak sebuah pintu masuk, erat hubungannya dengan bentuk ruang yang dimasuki, akan menemukan konfigurasi jalur dan pola aktivitas di dalam ruang.

Faktor penunjang yang terdapat pada *main entrance* yaitu:

Dibuat lebih rendah, lebih lebar atau lebih sempit daripada yang seharusnya.
Dibuat sangat curam atau berliku-liku. Bukaan diperindah dengan ornament atau tambahan-tambahan dekoratif.

2.5.10. Sistem Proteksi Kebakaran

Menurut Ir. Nugroho syarat-syarat dari proteksi kebakaran yaitu:

- Benda pameran yang disimpan nilainya tinggi dan langka maka proteksi kebakaran harus baik, tergantung kemungkinan bakar benda pamernya.
- Perlu ruang yang kokoh dan tidak mudah terbakar.
- Pendeteksi kebakaran (panas, asap).

- Sistem pemadam yang baik (hidran, dll).
- Untuk benda pameran yang mudah rusak oleh air (kertas, kain, dll) maka jangan diatasi dengan *springkler* otomatis. Tapi sebaiknya dengan menggunakan pemadam jenis gas (*portable/central*).

2.5.11. Sistem Keamanan

Menurut Ir. Nugroho (2003) system keamanan yang baik yaitu:

- Lokasi pengawas/ penjaga dan benda pameran (penataan ruang) terdiri dari penyekat ruang, panel pameran, tempat duduk pengawas.
- Dengan perlengkapan CCTV (Closed Circuit Television) di tempat/ sudut yang strategis. Dilengkapi dengan emergency paging system untuk pengumuman bahaya/ peringatan.

Menurut Vilma Barr (1986) dalam bukunya *Designing to Sell*, system keamanan dalam ruang komersial sangatlah penting. Karena hal ini akan mempengaruhi ketenangan dan kenyamanan para pengunjung terhadap para pencuri. Perlengkapan sistem keamanan dapat berupa kamera CCTV, alarm di pintu masuk dan pintu keluar.

2.6. Data Tipologi

2.6.1. Vintage International

Lokasi : Jl. Dharma Husada Indah Timur 37 Surabaya.

Ruangan : Toko Wine (*Display*).

Keadaan Sekitar Ruangan

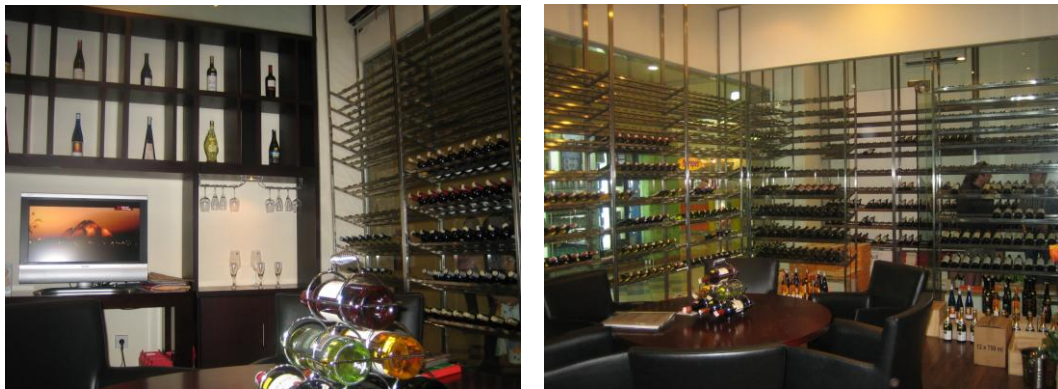
Lantai : Seluruh lantai menggunakan lantai Parket.

Dinding : Dinding menggunakan kaca agar dapat dilihat oleh orang atau tembus pandang.

Plafon : Plafon tertutup dengan mengespos saluran sprinkler, AC dan letak lampu.

Pencahayaan : Menggunakan lampu down light pada semua area.

Penghawaan : Penghawaan menggunakan AC central dan AC split.



Gambar 2.20. Foto Area Display Toko Wine

2.6.2. Surabaya Wine Society

Lokasi : www.subws.com

Ruangan : Restoran.

Keadaan Sekitar Ruangan

Lantai : Seluruh lantai menggunakan lantai Parket.

Dinding : Dinding menggunakan granit dan didominasi warna krem.

Plafon : Plafon tertutup dengan mengespos saluran sprinkler, AC dan letak lampu.

Pencahayaan : Menggunakan lampu down light dan lampu gantung dekoratif.

Penghawaan : Penghawaan menggunakan AC central.



Gambar 2.21. Foto Area Wine Tester



Gambar 2.22. Foto Area *Dinner*

2.6.3. Drago La Brasserie

Lokasi : MEX Building, Ground F1 Jl. Pregolan 1-5 Surabaya.

Ruangan : *Cafe*.

Keadaan Sekitar Ruangan

Lantai : Keramik berwarna krem berukuran 30x30 cm.

Dinding : Menggunakan bata di finishing wallpaper.

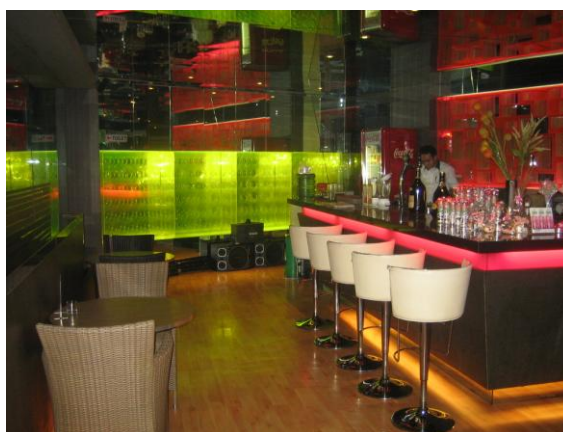
Plafon : Keramik berwarna hitam berukuran 60x60 cm.

Pencahayaan : Lampu downlight, spotlight dan sinar matahari.

Penghawaan : AC sentral dan AC split.



Gambar 2.23. Foto *Main Entrance Cafe Drago*



Gambar 2.24. Foto *Area Bar*



Gambar 2.25. Foto *Area Cafe Drago*

2.6.4. House Of Sampoerna

Lokasi : Jl. Taman Sampoerna no. 06.

Ruangan : Ruang Galeri.

Keadaan Sekitar Ruangan

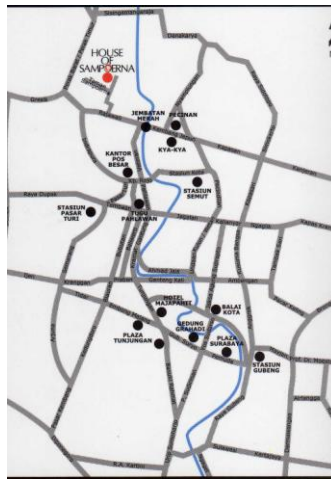
Lantai : Marmer berwarna krem berukuran 60x60 cm.

Dinding : Menggunakan bata difinishing cat warna krem.

Plafon : Gypsum board difinishing cat warna krem.

Pencahayaan : Lampu downlight dan spotlight.

Penghawaan : AC sentral.



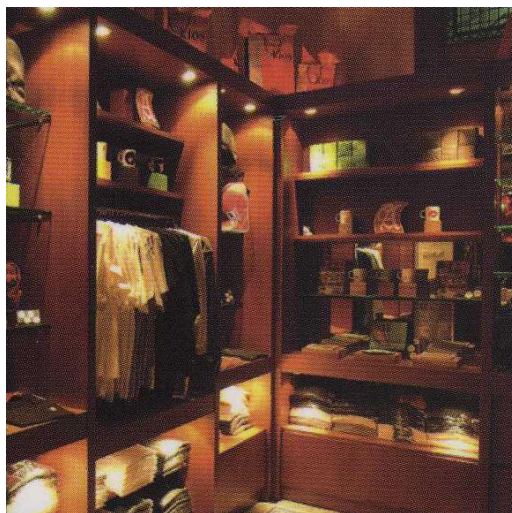
Gambar 2.26. Peta Lokasi *House of* Sampoerna



Gambar 2.27. Foto Area Museum *House of* Sampoerna



Gambar 2.28. Foto Area Pamer *House of Sampoerna*



Gambar 2.29. Foto Area *Souvenir House of Sampoerna*

2.6.4. Orasis Art Gallery

Lokasi : 94 HR Muhammad St.

Ruangan : Ruang Galeri.

Keadaan Sekitar Ruangan

Lantai : Pada lantai menggunakan terrazzo berwarna coklat, krem dan orange ukuran 20x20 cm.

Dinding : Dinding terbuat dari beton dan di dominasi oleh warna krem.

Plafon : Plafon menggunakan gypsum board difinishing cat berwarna krem dan orange.

Pencahayaan : Menggunakan lampu spot light berwarna kuning yang mengarah ke lukisan.

Penghawaan : Penghawaan menggunakan AC split dan kipas angin.



Gambar 2.30. Foto *Main Entrance* Orasis



Gambar 2.31. Foto Area Pamer