

2. TINJAUAN DATA

2.1. Data Fisik dan Bangunan

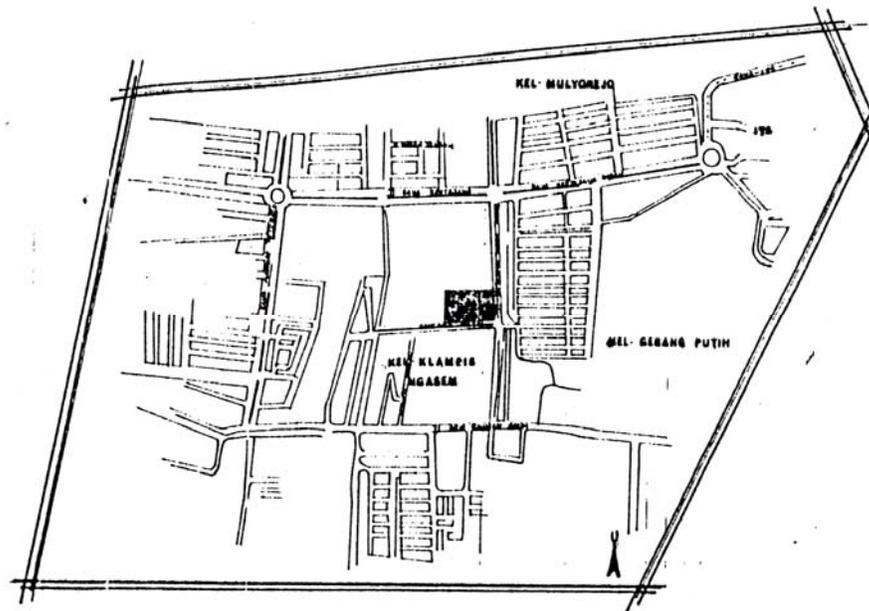
2.1.1. Kondisi Tapak



Gambar 2.1 Kawasan Surabaya

Kawasan	: Surabaya Timur
Lokasi	: Jln. Raya Kertajaya Indah Timur
Unit Pengembangan	: Wilayah Semolowaru
Kecamatan	: Sukolilo
Kelurahan	: Klampis Ngasem
Batas Site	:
- Utara	: Jln. Manyar Kertoadi
- Timur	: Jln. Raya Kertajaya Indah Timur
- Selatan	: Jln. Arief Rahman Hakim
- Barat	: Jln. Menur
Kedalaman air tanah	: 5 m
Topografi	: 3,20 m di atas permukaan laut
Temperature	: 26°C – 34°C
Kelembaban	: 80%
Peraturan bangunan	:

- KDB : 60%
- KLB : 150%
- GSB depan dan samping : 10 m
- GSB belakang : 6 m
- Tinggi bangunan maximum : 4 lantai
- Status : Lahan kosong
- Tata guna lahan : Fasilitas perdagangan



Gambar 2.2 Batas-Batas Site

2.1.2. Kondisi Lingkungan Sekitar Tapak

Merupakan lokasi yang strategis karena dekat dengan pusat perbelanjaan Galaxy Mal, kantor pemerintahan, pusat pendidikan (Kampus ITS, YPPI, dsb.), KONI dan GOR Kertajaya, Asrama Haji,



Gambar 2.3 Batas RS Haji



Gambar 2.4 Batas Fasilitas Umum

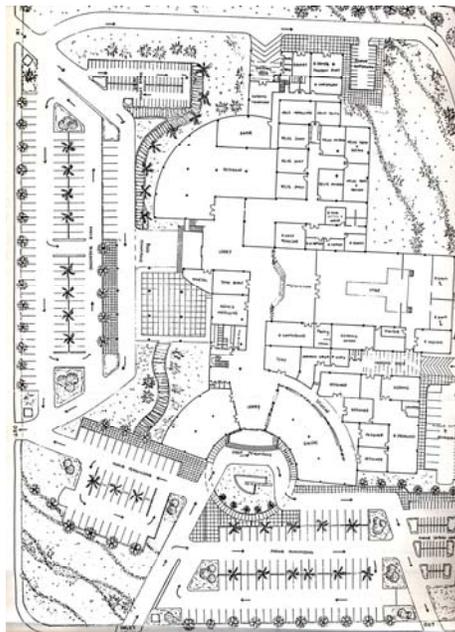
Perumahan-perumahan elit (Dharmahusada, Kertajaya, dsb.), dan pusat perdagangan. Aktivitas koridor Jl. Raya Kertajaya Indah Timur rata-rata 07.00 – 22.00.

Lokasi menghadap ke timur yang berseberangan dengan jalan raya utama, sedangkan bagian barat terdapat bangunan sebuah asrama haji. Keuntungan pencahayaan cukup baik karena mendapat sinar matahari pagi.



Gambar 2.5 Lokasi Rencana Perancangan Gambar 2.6 Pusat Perbelanjaan

Kebisingan tertinggi di Jln. Kertajaya Indah Timur (lalu lintas utama). Bangunan berada di tengah-tengah sehingga area yang ramai digunakan sebagai area public/parkir dan penghijauan. Maka bangunan terhindar dari polusi.

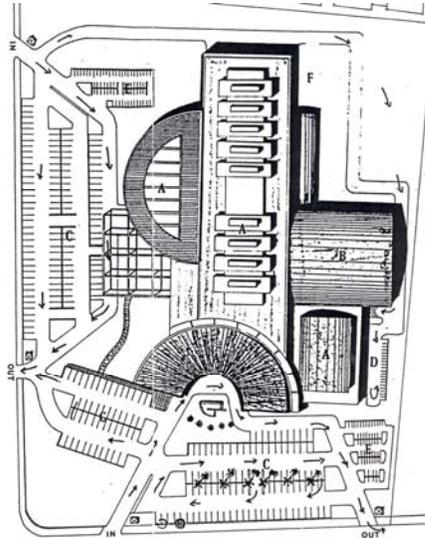


Gambar 2.7 Lingkungan Sekitar Tapak

2.1.3. Pencapaian Tapak

Pencapaian ke tapak melalui 2 jalur masuk:

- Jalan utamanya yaitu Jln. Raya Kertajaya Indah Indah Timur yang padat lalu lintas.
- Jalan masuk *service* yaitu Jln. Klampis Jaya juga berfungsi sebagai jalan masuk samping (*side entrance*).



Gambar 2.8 Sirkulasi Pencapaian Ke Tapak

2.1.4. Sistem Sirkulasi Dalam Tapak

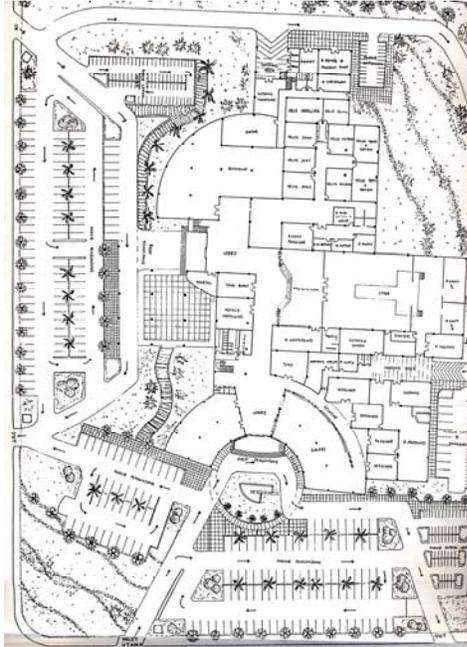
Bangunan yang digunakan adalah bangunan pusat mode Susan Budihardjo di Surabaya. Bangunan terdiri dari 4 lantai, proyek perancangan galeri dekorasi pernikahan Barat Modern ini menggunakan lantai dasar.

Luas lantai yang digunakan untuk proyek perancangan ini $\pm 1300\text{m}^2$. Ketinggian plafond 4m memiliki 2 macam kolom structural yaitu kolom persegi (60cm x 60cm) dan kolom bulat (diameter 60cm).

Pencahayaan matahari alami dapat diperoleh melalui dinding dan jendela kaca pada bangunan bagian depan. Obyek perancangan berada di sebelah kanan main entrance sehingga mudah dijangkau dan terlihat dari luar. Meskipun demikian proyek perancangan ini tidak mengganggu aktivitas yang lain dalam gedung tersebut,

- letak ME di sebelah timur dan selatan bangunan,

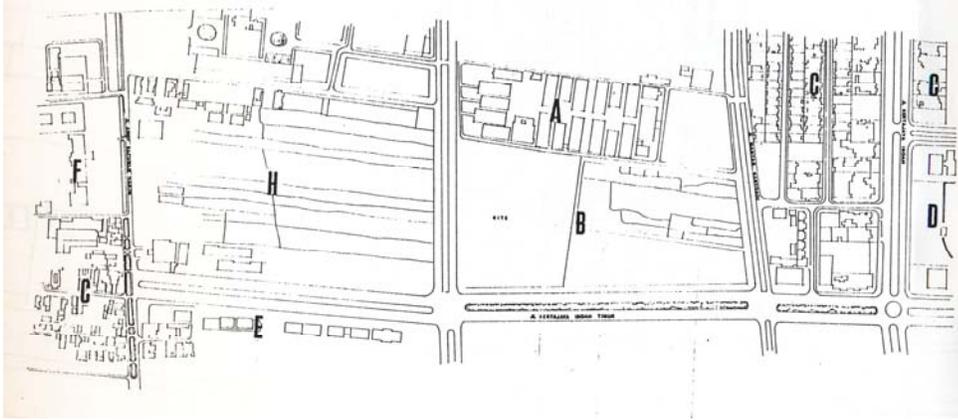
- proyek perancangan dekat dengan ME di sebelah timur tetapi proyek ini menghadap selatan sehingga jika diberikan material kaca pada bagian depan gedung tidak akan terkena cahaya matahari yang terik,
- berdekatan dengan area parkir.



Gambar 2.9 Sirkulasi Dalam Tapak

2.1.5. Lanskap

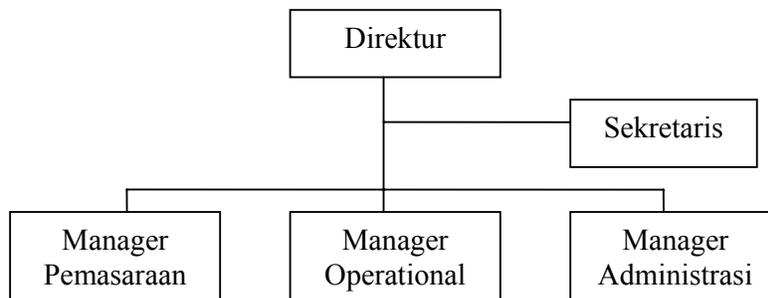
Jenis tanaman yang dipakai pada proyek ini terdiri dari pohon palem, cemara, dan tanaman perdu sebagai pagar sekitar tapak. Lampu-lampu penerangan direncanakan pada area parkir dan di sekitar bangunan. Lampu taman direncanakan pada taman terbuka di sebelah barat, utara, dan timur dari tapak. Pada depan jalur utama terdapat sebuah kolam air mancur sebagai pusat sirkulasi kendaraan dan pusat orientasi pada saat pengunjung akan menuju ke pintu utama bangunan dari tempat parkir.



Gambar 2.10 Site Perancangan

2.2. Data Non Fisik

2.2.1. Struktur Organisasi



2.2.2. Pembagian dan Jumlah Pekerja

Tugas dan Tanggung Jawab Pengelola (*Job Description*)

- **Direktur**

Tugas dan tanggung jawab direktur adalah sebagai berikut:

- Memimpin galeri secara keseluruhan.
- Menentukan keputusan-keputusan vital.
- Memeriksa hasil laporan kegiatan operasional serta kinerja galeri.
- Bertanggung jawab atas perkembangan dan kemajuan galeri.
- Membuat perencanaan yang berkaitan dengan visi dan tujuan serta target galeri.

- **Sekretaris**

Tugas dan tanggung jawab sekretaris adalah:

- Mengatur korespondensi dan kegiatan sekretariat galeri.

- Membantu kegiatan pimpinan yang bersifat rutin.
- Mengatur jadwal rapat untuk pihak internal pengelola galeri, ataupun pihak pengelola dan pihak luar.
- Mengatur korespondensi dalam perusahaan.
- Mencatat semua hasil rapat.
- Bertanggung jawab kepada pimpinan.
- Manager pemasaran

Tugas dan tanggung jawab manager pemasaran adalah:

- Mengkoordinasi kegiatan pemasaran dan promosi perusahaan.
- Mengatur dan menyusun rencana kegiatan promosi dan pameran produk dan jasa galeri.
- Memberi laporan dan bertanggung jawab kepada atasan.
- Manager operational

Tugas dan tanggung jawab manager operational adalah:

- Mengatur pengeluaran operasional galeri.
- Membuat dan menyusun laporan keuangan untuk diserahkan kepada atasan.
- Bertanggung jawab kepada atasan.
- Manager administrasi

Tugas dan tanggung jawab manager administrasi adalah:

- Mengatur dan memberikan gaji karyawan galeri.
- Mengatur sistem keuangan perusahaan.
- Membuat dan menyusun laporan keuangan untuk diserahkan kepada atasan.
- Bertanggung jawab kepada atasan.

Jumlah Pekerja

Pengelola Galeri	Jumlah
Direktur	1 orang
Sekretaris	1 orang
Manager Pemasaran	1 orang
Manager Operational	1 orang
Manager Administrasi	1 orang

Staf lainnya: - Kabag Pemasaran & Promosi - Kabag Pemasaran Rental - Kabag Rumah Tangga - Kabag Mekanikal Elektrikal - Kabag Tata Usaha - Kabag Keuangan - Kabag Food & Beverage	1 orang 4 orang 4 orang 4 orang 3 orang 3 orang 5 orang
Jumlah:	29 orang

Tabel 2.1 Jumlah Pekerja

2.2.3. Pembagian Ruang

- Fasilitas Utama:

- Galeri

Suatu area yang digunakan untuk memamerkan produk-produk vendor untuk resepsi pernikahan. Area ini difungsikan sebagai showroom ataupun kantor marketing dari masing-masing vendor.

- Cafeteria

Suatu area dimana pengunjung maupun pengelola dapat istirahat maupun memesan/menikmati makanan dan minuman ringan dengan suasana yang nyaman. Area ini juga dapat difungsikan sebagai area duduk-duduk, ngobrol dan proses dealing yang lebih santai.

- Fasilitas Pengelola:

- Kantor

Tempat bekerja karyawan, pengelola dan pemilik, tempat mengatur segala sesuatu yang berkepentingan mengenai penyewaan galeri.

2.3.Data Tipologi

2.3.1. Steve's Decor

Hasil Survei dan Wawancara dengan Steve's Decor

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Steve's decor terletak di daerah jalan Basuki Rachmat yaitu pusat kota Surabaya yang langsung bertepatan dengan hotel Hyatt. Showroom ini berada di lantai dasar dekat dengan showroom lain misalnya *bussiness area* dan *The Tavern Pub*. Alasan mengapa Steve's decor berada di dalam lingkungan hotel adalah untuk mengejar target market dikalangan masyarakat selain itu agar terkesan lebih elegant dan berkelas.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Bentuk sirkulasinya linier. *Cross circulation* tidak terlalu terlihat sebab arealnya cukup luas.

- Bentuk perabot:

Perabot yang digunakan merupakan produk massal yang siap beli di toko, selain itu juga merupakan desain secara khusus untuk ruangan tersebut. Dapat dilihat dari bentuk, ukuran, dan warna perabot. Perabot massal yang digunakan yaitu berupa kursi untuk konsultasi yang digunakan oleh s\asisten dan karyawan Steve's decor. Kursi untuk tamu juga produk massal tetapi berbahan rotan dengan bantalan yang empuk.

- Elemen interior:

Lantai secara umum menggunakan karpet warna coklat untuk memberi kesan hangat dan nyaman pada ruangan.

Dinding menggunakan finishing cat warna ungu muda dan di area konsultasi diberi lapisan kayu warna coklat tua. Suasana yang diciptakan selain hangat juga kreatif sesuai dengan filosofi warnanya.

Plafond berasal dari *gypsum board* dengan finishing cat warna putih untuk kesan bersih dan luas.

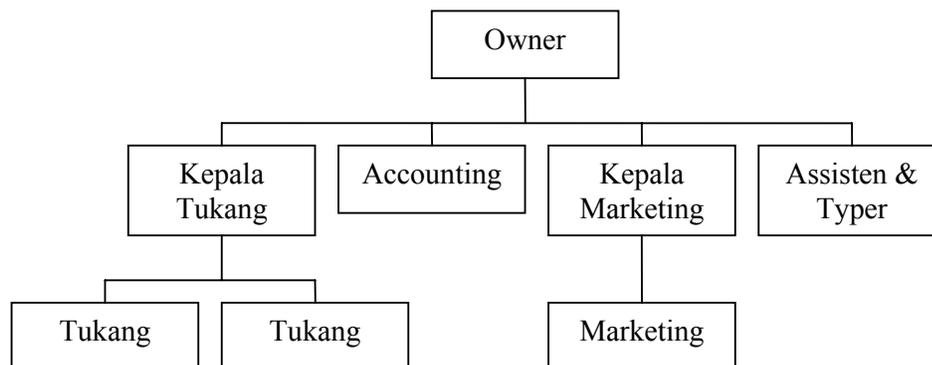
- Penggunaan jenis lampu:

Menggunakan lampu down light merata di seluruh ruangan. Fungsinya untuk memunculkan kesan yang elegant.

- Sistem pelayanan:

Client datang → wawancara tanggal, tempat pesta, tipe dekor yang diinginkan, serta kebutuhan yang lain → ditunjukkan contoh-contoh gambar dekor → client pulang → dikirim surat penawaran dan harga → *follow up* untuk pembayaran → tanda tangan kontrak (*down payment*) → dekor.

- Jam operasional:
Senin sampai Jumat buka pukul 10.00 – 19.00, Sabtu buka mulai 10.00 – 16.00. Waktu ramai dikunjungi adalah pukul 14.00 – 16.00 atau 17.00 – 19.00.
- Jumlah pengunjung:
Kapasitas maksimum jumlah pengunjung dapat mencapai 3 pasang.
- Jumlah pegawai:
Di dalam showroom terdapat 2 orang marketing dan seorang asisten sekaligus sebagai *typer*.
- Fasilitas yang tersedia:
Fasilitas pendukung dalam ruang antara lain televisi, komputer, fax, printer, telpon, dan laptop.
- Perkiraan harga:
Tergantung dari tempat yang akan didekorasi, dekorasi kecil dengan perkiraan harga 8 – 15 juta, sedangkan dekorasi besar sampai 150 juta. Produk yang diberikan antara lain dekor panggung, dekor kamar pengantin 2 kamar, hand bouquet pengantin, hand boequet pengapit , dekor mobil pengantin dengan *artificial flower*, stand jalan 6 buah, gapura, hias reception table, hias meja VIP, sewa tempat angpao (uang), dan tempat souvenir.
- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:
Kelebihan yang dimiliki yaitu dekor dengan karakter yang khas yaitu bermain dengan warna dan desain yang dimiliki tidak pernah diulang.
Kekurangannya hanya dari sistem kerja. Pembagian kerja belum jelas tetapi selama ini dapat teratasi dengan kerja sama yang baik.
- Struktur organisasi perusahaan:





Gambar 2.11 Area Marketing



Gambar 2.12 Area Main Entrance

2.3.2. Grand Orchid *Wedding Decoration*

Hasil Survei dan Wawancara dengan Grand Orchid *Wedding Decoration*

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Grand Orchid terletak di jalan Mayjend Sungkono 33 Surabaya. Yang merupakan jalur padat kendaraan yang kanan kirinya berdekatan dengan pertokoan-pertokoan besar.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Bentuk sirkulasinya linier dan *cross circulation* sering terjadi di area display dan area marketing.

- Bentuk perabot:

Sebagian kecil perabotnya menggunakan produk massal, yang dimaksud dengan menggunakan produk massal yaitu yang sudah siap dibeli di toko maka kurang memperhatikan anatomi tubuh pengguna. Sebagian besar perabotnya merupakan desain yang khusus sebab letak Grand Orchid di dalam showroom interior, dimana menjual perabot-perabot dengan desain khusus.

- Elemen interior:

Lantainya dilapisi dengan karpet, tujuannya selain untuk menambah estetika ruang juga berperan sebagai peredam suara.

Dindingnya secara keseluruhan dilapisi dengan *wallpaper*. Sedangkan plafondnya juga dilapisi dengan *wallpaper* agar memberikan kesan yang hangat dan menyatu pada ruang.

- Penggunaan jenis lampu:

Lampu yang digunakan yaitu lampu TL warna putih. Tujuannya sebagai penerang ruang secara keseluruhan. Lampu *spot light* sebagai pemberi aksen dekoratif dan penekanan pada benda tertentu.

- Sistem pelayanan:

Client datang → diarahkan untuk naik ke lantai dua → konsultasi tanggal, tempat, konsep dekorasi yang diinginkan → negosiasi → tanda tangan kontrak (*down payment*) → *client* pulang → dekor
- Jam operasional:

Buka setiap hari kecuali hari besar dan hari libur nasional. Buka mulai pukul 09.00 – 17.00. Waktu yang paling sering dikunjungi adalah setelah makan siang.
- Jumlah pengunjung:

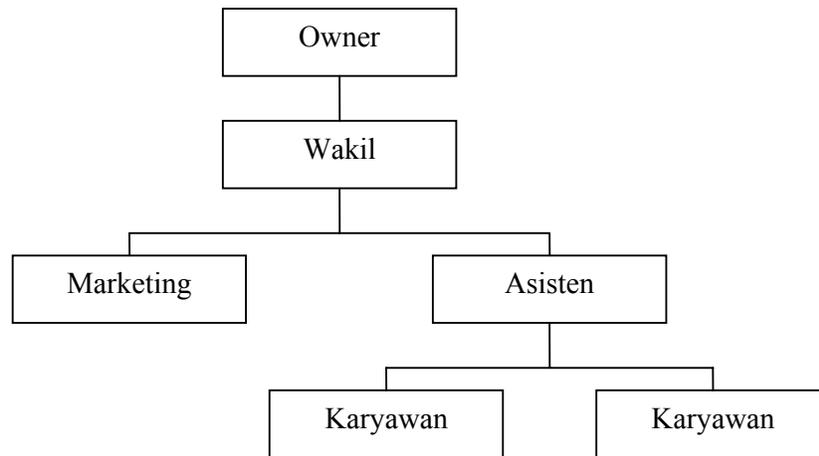
Kapasitas maksimum jumlah pengunjung adalah 2 orang. Agar dapat berkonsultasi dengan nyaman.
- Jumlah pegawai:

Jumlah pegawai yang ada dalam showroom 4 orang. Antara lain berprofesi sebagai *marketing*, karyawan dan *office boy*.
- Fasilitas yang tersedia:

Barang-barang yang dapat mendukung dalam proses konsultasi antara lain televisi, foto-foto dekor, majalah-majalah, fax, telepon, meja gambar, display-display aksesoris.
- Perkiraan harga:

Harga paket yang ditawarkan sekitar 5 – 10 juta tergantung permintaan dan lokasi panggung untuk dekorasi. Produk yang diberikan meliputi dekorasi panggung, dekor kamar, roti tart, dekor mobil, gapura, pilar jalan, *hand bouguet*, *corsages*, dan sebagainya.
- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:

Kelebihan yang ditonjolkan dalam dekorasi ini adalah karakter bangunan dengan berbagai tema/konsep.
- Struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.13 Area Konsultasi



Gambar 2.14 Area Direktur & Desainer

2.3.3. Eden *Wedding Decoration*

Hasil Survei dan Wawancara dengan Eden *Wedding Decoration*

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Berada di area menuju perumahan Darmo Permai dan Kupang Indah. Tepatnya di jalan Raya Kupang Jaya 119A. Showroom ini berada di dekat ruko-ruko perdagangan dan berhadapan dengan cafe kampung steak. Walaupun tempatnya berada jauh dari pusat kota Surabaya, tetapi kawasan ini juga merupakan kawasan yang ramai karena dekat dengan perumahan elit.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Sirkulasi yang terjadi dalam ruang adalah sirkulasi linier. Terjadi *cross circulation* di lorong antara lobby dan *marketing* karena jaraknya terlalu sempit, selain itu juga digunakan untuk rak barang dekor misalnya bunga rangkaian.

- Bentuk perabot:

Perabotnya ada yang menggunakan produk massal seperti kursi untuk konsultasi, juga meja kerja dan rak untuk majalah-majalah. Perabot yang menggunakan desain khusus yaitu meja kerja pemilik dan sofa untuk ruang tamu.

- Elemen interior:

Lantai menggunakan lantai keramik secara keseluruhan dengan ukuran 30cm x 30cm, warna putih. Terlihat sangat standart.

Dinding menggunakan finishing wallpaper dan dekoratif gabus dibentuk motif batu, sisi lainnya menggunakan jendela kaca warna hitam dengan lis *stainless steel* warna gelap.

Plafond menggunakan gypsum warna putih, yaitu warna netral.

- Penggunaan jenis lampu:

Jenis lampu yang digunakan adalah lampu TL warna putih. Alasan pemilik menggunakan jenis lampu TL dan neon adalah harganya yang tidak terlalu mahal. Jangka waktu penggunaan cukup lama dan cahaya yang dihasilkan terang.

- Sistem pelayanan:

Setelah pengunjung masuk langsung diarahkan untuk menuju ruang marketing. Disini terjadi konsultasi, tanya jawab dan negosiasi serta pembayaran. Jika belum terjadi kesepakatan biasanya pemilik akan datang kerumah calon pengantin untuk mendapatkan kata sepakat.

- Jam operasional:

Hari kerja Senin sampai Minggu untuk hari besar khusus yang membuat perjanjian terlebih dahulu. Waktu buka pukul 10.00 – 21.00. disamping waktu buka dalam showroom juga ada waktu khusus untuk berkunjung ke rumah-rumah calon pengantin yaitu pukul 17.00 – 21.00 biasanya disebut dengan *peak hour*.

- Jumlah pengunjung:

Kapasitas maksimum jumlah pengunjung dalam sehari mencapai 4 pasang pengantin.

- Jumlah pegawai:

Banyaknya pegawai yang ada di showroom 4 orang marketing, seorang reseptionis, seorang *office boy*.

- Fasilitas yang tersedia:

Fasilitas yang mendukung antara lain fax, telpon, sofa/*meeting table*, TV/DVD, laptop, album yang dilengkapi dengan rak buku dan *filling cabinet*.

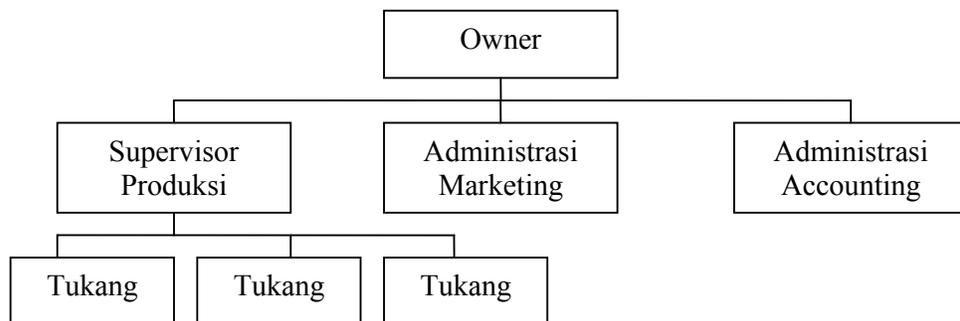
- Perkiraan harga:

Paket yang ditawarkan berkisar antara 10 juta rupiah dengan fasilitas dekorasi panggung, gapura 1 buah, stand jalan 6 buah, hias meja keluarga, hias meja reseptionis, *hand bouquet* pengantin, *hand bouquet* pengapit, *corsage* 25 buah, hias kamar pengantin 2 buah, hias mobil 1 buah, tempat angpao (uang) 2 buah, tempat souvenir 2 buah.

- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:

Kelebihan perusahaan dalam *service*, fleksibel, kualitas, ide. Kekurangan pengetahuan produk terhadap tiap-tiap marketing dan fasilitas yang disediakan.

- Struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.15 Ruang Direktur



Gambar 2.16 Ruang Administrasi

2.3.4. Sion *Wedding Decoration*

Hasil Survei dan Wawancara dengan Sion *Wedding Decoration*

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Berada di ruku-ruko perdagangan yang mulai ramai. Kawasan ruko ini merupakan ruko elit di daerah Mayjend Sungkono bernama Ruko Rich Palace. Sion *wedding decoration* ini menjadi satu dengan *wedding galery*.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Jalurnya berbentuk linier. *Cross circulation* terjadi di lorong yang menghubungkan antar showroom karena jaraknya cukup sempit.

- Bentuk perabot:

Perabot yang digunakan adalah produk massal yang memiliki desain terbaru atau desain modern disesuaikan dengan bentuk ruang. Ada juga yang menggunakan desain khusus yaitu pada display produk. Dilihat dari ukuran, bentuk, dan ukuran yang telah disesuaikan dengan ruangan.

- Elemen interior:

Lantainya menggunakan keramik warna krem tua/coklat muda dengan ukuran 40cm x 40cm. Terdapat plint lantai warna hitam.

Dinding secara umum menggunakan cat warna krem muda dan krem tua selain itu sebagai partisi digunakan kaca dengan rangka stainless steel. Ada salah satu sisi dinding yang dipasang wallpaper untuk aksen.

Plafond dihiasi dengan *cover* kain dan bunga yang sekaligus menjadi daya tarik ruang sehingga ruang terlihat lebih indah.

- Penggunaan jenis lampu:

Lampu yang digunakan adalah *down light* warna putih hangat sehingga kesan yang hadir dalam ruangan itu adalah elegant sekaligus hangat.

- Sistem pelayanan:

Setelah pengunjung masuk menuju reseptionis dan langsung diarahkan menuju pihak/vendor yang bersangkutan. Kemudian ada tanya jawab singkat mengenai acara yang akan dilangsungkan dan diadakan perjanjian untuk bertemu dengan pemilik. Biasanya 2-4 kali pertemuan sampai terwujudnya segala keinginan calon pengantin berserta tanda tangan kontrak dan pembayaran.

- Jam operasional:

Wedding galerry buka mulai pukul 09.00 – 17.00 setiap hari Senin – Sabtu. Hari Minggu dan hari besar tutup. Waktu paling padat Selasa, Rabu, Kamis pukul 10.00.

- Jumlah pengunjung:

Kapasitas maksimum pengunjung hanya sepasang.

- Jumlah pegawai:

Pegawai sekaligus sebagai SPG hanya ada 1 orang.

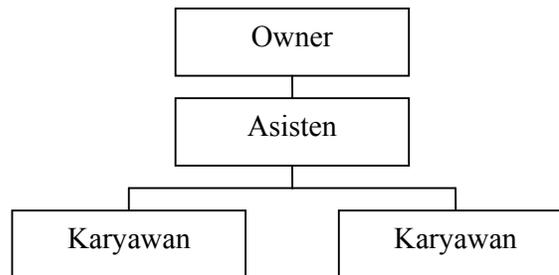
- Fasilitas yang tersedia:

Fasilitas yang digunakan antara lain foto-foto, majalah.

- Perkiraan harga:

Harga paket digunakan sekitar 40 juta rupiah. Berhubungan dengan dekor, slayer, *wall covering*, *hand bouquet*, *corsages* (orang tua 4 buah + keluarga 30 buah), hias mobil pengantin, hias kamar pengantin, dan sebagainya.

- Struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.17 Area Receptionis



Gambar 2.18 Area Marketing

- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:

Kelebihan dalam perusahaan konsep dekorasi berkarakter Chinese dengan banyak bangunan.

2.3.5. Timothy Cake

Hasil Survei dan Wawancara dengan Timothy Cake

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Berada di kawasan perumahan Dharmahusada Indah Utara VI No. 7 Blok U-304. Kawasan perumahan ini dekat dengan perumahan elit di daerah Dharmahusada.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Jalurnya berbentuk linier. *Cross circulation* terjadi di area marketing dan pintu masuk karena showroom ini sangat sempit.

- Bentuk perabot:

Perabot yang digunakan adalah produk khusus yaitu pada kursi pengunjung. Ada juga yang menggunakan produk massal yaitu pada display produk.

- Elemen interior:

Lantainya menggunakan keramik warna putih dengan motif kebiruan dengan ukuran 40cm x 40cm. Terdapat *plint* lantai warna hitam.

Dinding secara umum menggunakan wall paper. Selain itu partisi digunakan kaca cermin dengan rangka kayu.

Plafond berbentuk cekung kotak-kotak warna putih.

- Penggunaan jenis lampu:

Lampu yang digunakan adalah *down light* warna putih hangat sehingga kesan yang hadir dalam ruangan itu adalah elegant sekaligus hangat.

- Sistem pelayanan:

Setelah pengunjung masuk menuju reseptionis dan langsung ada tanya jawab singkat mengenai acara yang akan dilangsungkan dan diadakan perjanjian untuk bertemu dengan pemilik. Biasanya 2-3 kali pertemuan sampai terwujudnya segala keinginan calon pengantin beserta tanda tangan kontrak dan pembayaran.

- Jam operasional:

Wedding galerry buka mulai pukul 09.00 – 17.00 setiap hari Senin – Sabtu. Hari Minggu dan hari besar tutup. Waktu paling padat setelah makan siang.

- Jumlah pengunjung:

Kapasitas maksimum pengunjung hanya sepasang.

- Jumlah pegawai:

Pegawai sekaligus sebagai SPG (*Sales Promotion Girl*) ada 2 orang.

- Fasilitas yang tersedia:

Fasilitas yang digunakan antara lain foto-foto, majalah, manekin tart dari bahan *clay*. Juga terdapat lemari es untuk menyimpan tester *cake*.

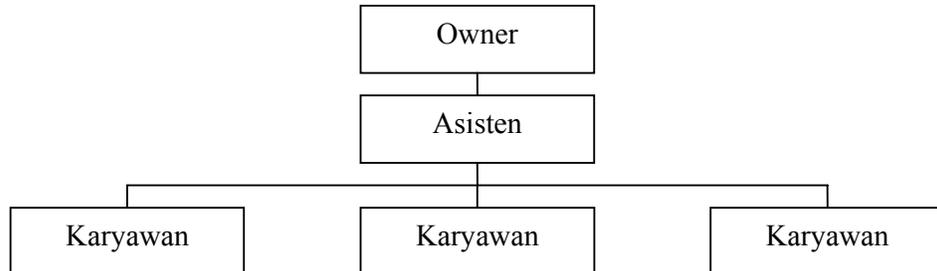
- Perkiraan harga:

Harga *standart* digunakan sekitar Rp 1.000.000,- sampai dengan Rp 5.000.000,- rupiah.

- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:

Kelebihan dalam memberikan service pada pengunjung dengan pelayanan terbaik. Rasa kue terjamin enak.

- Struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.19 Area Marketing



Gambar 2.20 Miniatur Tart

2.3.6. Elly's Cake Art Boutique

Hasil Survei dan Wawancara dengan Elly's Cake Art Boutique

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Berada di ruku-ruko perdagangan yang mulai ramai. Kawasan ruko ini merupakan ruko elit di daerah Mayjend Sungkono bernama Ruko *Rich Palace*. Elly's *Cake Art Boutique* ini menjadi satu dengan *wedding galery*.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Jalurnya berbentuk linier. *Cross circulation* terjadi di lorong yang menghubungkan antar showroom karena jaraknya cukup sempit.

- Bentuk perabot:

Perabot yang digunakan adalah produk massal yang memiliki desain terbaru atau desain modern disesuaikan dengan bentuk ruang. Ada juga yang menggunakan desain khusus yaitu pada display produk. Dilihat dari ukuran, bentuk, dan ukuran yang telah disesuaikan dengan ruangan.

- Elemen interior:

Lantainya menggunakan keramik warna krem tua/coklat muda dengan ukuran 40cm x 40cm. Terdapat plint lantai warna hitam.

Dinding secara umum menggunakan cat warna krem muda dan krem tua selain itu sebagai partisi digunakan kaca dengan rangka stainless steel. Ada salah satu sisi dinding yang dipasang wallpaper untuk aksen.

Plafond berwarna coklat kehitaman.

- Penggunaan jenis lampu:

Lampu yang digunakan adalah *down light* warna putih hangat sehingga kesan yang hadir dalam ruangan itu adalah elegant sekaligus hangat.

- Sistem pelayanan:

Setelah pengunjung masuk menuju reseptionis dan langsung diarahkan menuju pihak/vendor yang bersangkutan. Kemudian ada tanya jawab singkat mengenai acara yang akan dilangsungkan dan diadakan perjanjian untuk bertemu dengan pemilik. Biasanya 1-3 kali pertemuan sampai terwujudnya segala keinginan calon pengantin berserta tanda tangan kontrak dan pembayaran.

- Jam operasional:

Wedding galerry buka mulai pukul 08.00 – 17.00 setiap hari Senin – Sabtu. Hari Minggu dan hari besar tutup. Waktu paling padat Selasa, Rabu, Kamis pukul 10.00.

- Jumlah pengunjung:

Kapasitas maksimum pengunjung 10 orang per hari.

- Jumlah pegawai:

Pegawai sekaligus sebagai SPG hanya ada 1 orang. Team produksi ada 8 orang.

- Fasilitas yang tersedia:

Fasilitas yang digunakan antara lain foto-foto, majalah, tester *cake*.

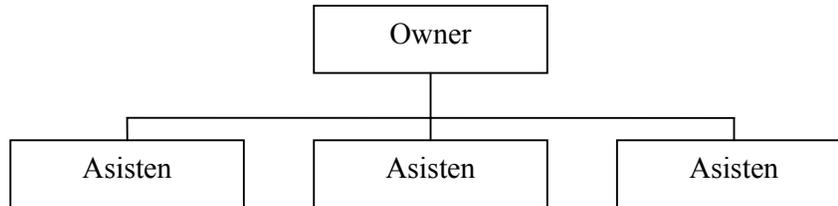
- Perkiraan harga:

Harga standart digunakan sekitar 1.5 juta – 5 juta rupiah. Fasilitas produk yang diberikan kue *wedding* dan paket kue-kue asli.

- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:

Kelebihan dalam perusahaan kuenya enak, eksklusif, *elegant*, dan *excellent*.

- Struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.21 Area Marketing



Gambar 2.22 Area Brosur

2.3.7. Laksika *Production*

Hasil Survei dan Wawancara dengan Laksika *Production*

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Berada di area perumahan. Kawasan perumahan ini dekat dengan jalan raya utama dan padat lalu lintas.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Jalurnya berbentuk linier.

- Bentuk perabot:

Perabot yang digunakan adalah produk massal yang memiliki desain modern disesuaikan dengan bentuk ruang. Ada juga yang menggunakan desain khusus yaitu pada display produk. Dilihat dari ukuran, bentuk, dan ukuran yang telah disesuaikan dengan ruangan.

- Elemen interior:

Lantainya menggunakan keramik warna krem tua/coklat muda dengan ukuran 40cm x 40cm. Terdapat plint lantai warna hitam.

Dinding secara umum menggunakan cat warna krem muda selain itu sebagai partisi digunakan kaca mirror dengan rangka stainless steel. Plafond berwarna putih.

- Penggunaan jenis lampu:

Lampu yang digunakan adalah TL warna putih sehingga kesan yang hadir dalam ruangan itu adalah formal dan netral.

- Sistem pelayanan:

Setelah pengunjung masuk menuju reseptionis dan langsung diarahkan menuju pihak/sales/marketing yang bersangkutan. Kemudian ada tanya jawab singkat mengenai acara yang akan dilangsungkan dan terjadi proses dealing. Sistem pelayanannya bersifat tidak langsung sebab pelayannya terjadi melalui telepon.

- Jam operasional:

Buka mulai pukul 08.00 – 17.00 setiap hari Senin – Sabtu. Hari Minggu tetap buka pukul 11.00 – 16.00 dan hari besar tutup. Waktu paling padat Selasa, Rabu, Kamis setelah makan siang.

- Jumlah pengunjung:

Kapasitas maksimum pengunjung 10 orang per hari.

- Jumlah pegawai:

Pegawai sekaligus sebagai staf ada 12 orang. Tim produksi/pekerja ada 60 orang.

- Fasilitas yang tersedia:

Fasilitas yang digunakan antara lain TV plasma, VCD/DVD, laptop, dan brosur.

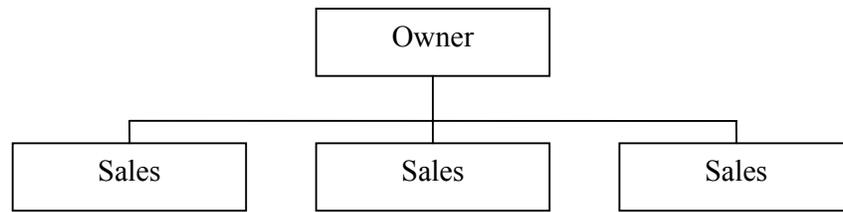
- Perkiraan harga:

Harga standart digunakan sekitar 1 juta – 150 juta rupiah atau lebih. Fasilitas produk yang diberikan efek *lighting* dan *sound system*

- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:

Kelebihan dalam perusahaan memiliki *service* yang disesuaikan biaya yang disepakati bersama.

- Struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.23 Area *Marketing/Sales* Gambar 2.24 Area Penerimaan Tamu

2.3.8. Vincent Maestro

Hasil Survei dan Wawancara dengan Vincent Maestro

- Keadaan lingkungan sekitar perusahaan:

Berada di area perumahan di daerah Barata Jaya yang dekat dengan muara pembuangan sungai.

- Bentuk jalur sirkulasi di dalam perusahaan:

Jalurnya berbentuk linier. *Cross circulation* terjadi di lorong yang menghubungkan antar meja kerja karena jaraknya cukup sempit.

- Bentuk perabot:

Perabot yang digunakan adalah produk massal yang memiliki desain modern disesuaikan dengan bentuk ruang.

- Elemen interior:

Lantainya menggunakan keramik putih dengan motif kehijauan dengan ukuran 30cm x 30cm.

Dinding secara umum menggunakan batu bata plester dengan finishing warna putih.

Plafond menggunakan kayu tripleks dengan finishing cat warna putih yang diberi *sky light* dekoratif kaca.

- Penggunaan jenis lampu:

Lampu yang digunakan adalah TL warna putih bersih sehingga kesan yang hadir dalam ruangan itu adalah netral.

- Sistem pelayanan:

Setelah pengunjung masuk langsung diarahkan menuju pihak *marketing* yang bersangkutan. Kemudian ada tanya jawab singkat mengenai acara/keperluan. Sistem pelayanannya bersifat tidak langsung sebab pelayannya terjadi melalui telepon.

- Jam operasional:

Buka mulai pukul 08.00 – 16.00 setiap hari Senin – Jumat, hari Sabtu pukul 08.00 – 13.00. Hari Minggu dan hari besar tutup.

- Jumlah pengunjung:

Kapasitas maksimum pengunjung 10 orang per hari.

- Jumlah pegawai:

Pegawai sekaligus sebagai staf hanya ada 10 orang.

- Fasilitas yang tersedia:

Fasilitas yang digunakan antara lain brosur, komputer.

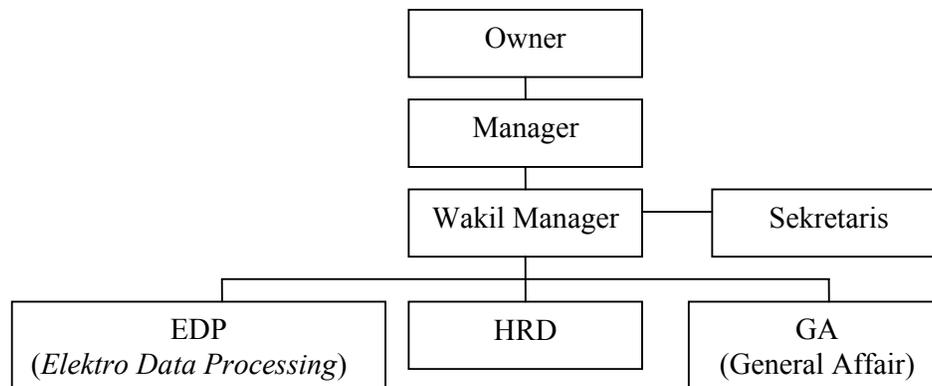
- Perkiraan harga:

Harga standart digunakan sekitar 1.5 juta – 150 juta lebih. Fasilitas produk yang diberikan efek *lighting* dan *sound system*.

- Kelebihan dan kekurangan perusahaan:

Kelebihan dalam perusahaan *computerize*, teknisi berseragam. Kekurangan pelayanan standart harga ”premium”.

- Struktur organisasi perusahaan:





Gambar 2.25 Area Marketing Lt.1 Gambar 2.26 Area Marketing Lt.2

2.4. Data Literatur

Perancangan interior galeri dekorasi pernikahan modern yang gaya Eropa diangkat sebagai tema desain berawal dari pernyataan-pernyataan sebagai berikut:

“Dekorasi pernikahan selalu mencuri perhatian.” (The Wedding, edisi 20)

Dekorasi pelaminan memegang peranan penting dalam sebuah pesta pernikahan karena dekorasi pelaminan menjadi suatu hal yang diperlukan tatkala sepasang pengantin duduk bersanding untuk menerima ucapan dari para tamu. Pesta pernikahan bertema khusus sangat menentukan gaya dekorasinya, untuk itu seluruh area ruangan pesta harus ditata sedemikian rupa agar tampil menarik sehingga memperlihatkan kesan yang ditampilkan. Karenanya ciptakan keindahan dan kenyamanan suasana pesta pernikahan anda dengan penataan dekorasi yang mewah dan elegant yang disesuaikan dengan tema pesta dan keinginan pasangan pengantin sehingga akan memberi kesan indah yang tak terlupakan sepanjang hidup. (Mahkota, No. 307)

Pernyataan ini menunjukkan bahwa dekorasi menjadi faktor utama dan penting disuatu resepsi pernikahan. Dekorasi pernikahan saat ini telah memiliki banyak sekali karakteristik serta mode tersendiri dalam masyarakat Surabaya. Dekorasi itu sendiri memiliki banyak sekali tema yang mendukung suatu resepsi pernikahan menjadi indah dan menarik serta menjadi suatu moment penting yang tak akan terlupakan.



Gambar 2.27 Dekorasi 1



Gambar 2.28 Dekorasi 2

“Menciptakan keindahan melalui dekorasi. Dibalik sukses sebuah pesta, ada satu komponen yang menentukannya. Ya, dekorasi menjadi sangat penting buat pengantin masa kini.” (Nefianto Setiono, Juli-Desember 2006)

Dekorasi pelaminan yang indah dan bagus, bukan hanya menjadi kebanggaan pengantin, tetapi juga menjadi pemandangan yang menarik dan membuat tamu undangan kerasan berdiam di dalamnya. (Mahkota, No. 307, 2007)

“Tujuh besar keperluan pernikahan dilihat dari penyediaan dana atau *budgeting* yaitu makanan 60%, dekorasi dan bunga 15%, acara termasuk didalamnya musik dan *master of ceremony* 9%, fotografi dan videografi 9%, *bridal attire* atau baju dan perlengkapannya 9%, undangan 9%, dan lain-lain termasuk didalamnya kue, *wedding organizer*, transportasi 9%.” (The Wedding, Agustus-September 2006)



Gambar Dekorasi 3



Gambar Dekorasi 4

Pernyataan ini menegaskan sekali lagi bahwa pentingnya dekorasi untuk resepsi pernikahan. Dilihat dari dana yang seharusnya dikeluarkan untuk dekorasi suatu gedung resepsi pernikahan menduduki presentase terbesar kedua setelah makanan.

Bouquet merupakan aksesori yang sangat krusial bagi mempelai wanita untuk melengkapi warna serta gaya busana yang dikenakan. (Dewi, Inspirasi Pernikahan Edisi II/2006)

Ungkapan cinta memang tiada batasnya, sejuta bahasa seakan tak mampu untuk mewakili perasaan hati yang tersirat. Melalui kehadiran bunga tangan yang indah. Anda dapat mengungkapkan sejuta makna yang terpendam, karena dengan *hand bouquet* ibarat cinta yang terserang dalam kumpulan rangkaian bunga-bunga cantik. (Mahkota, No.307)

Kalimat di atas menunjukkan pentingnya keberadaan bunga-bunga di hari pernikahan. Didukung pula dengan pernyataan: “Bunga dan dekorasi yang dipajang di pesta pernikahan adalah hal yang penting diperhatikan. Bunga-bunga tersebut menjadikan sebuah perayaan yang berarti. Mereka memperkaya dan menjadikan sebuah ruangan menjadi sebuah lokasi yang indah dan enak dilihat. Bayangkan kalau semua orang dengan dandan yang lengkap dan pergi keluar tanpa alas kaki! Sebuah pernikahan tanpa bunga dan dekorasi akan seperti sesuatu yang kosong dan kurang berarti. Coba bayangkan foto-foto anda, akan seperti apakah kalau tanpa dekorasi bunga? Anda akan memiliki sebuah gambar dari sebuah kue biasa dan sebuah meja kue yang biasa juga. Gereja akan kelihatan kosong seperti itu setiap minggunya, dan tamu-tamu anda yang duduk di kepala meja akan kelihatan hanya makan saja.” (www.hennyflorist.com)

Dekorasi juga memiliki tren tersendiri, seperti mode pakaian yang selalu berganti-ganti. Dari waktu ke waktu model dan gaya dekorasi pelaminan terus berubah seiring jaman. Yang menjadi trend 2007 mengarah pada konsep modern minimalis dan klasik.

Style dekorasi modern minimalis mengarah ke model simple dan banyak main di lampu dan kain dengan rangkaian bunga yang sedikit tetapi elegant. Sedangkan model klasik misalnya seperti English garden, bangunan Romawi seperti Athena yang lebih grand, mewah, dan megah. Gaya tematik juga masih diminati misalnya pertemuan di Paris dengan menara Eiffelnya atau New York City. Selain itu sekeliling ruangan juga dicover sehingga tampak indah dan elegant. (Mahkota, No. 307)

Sedangkan warna yang menjadi trend adalah warna pastel, pink, merah, merah, orange, coklat, gold, dan biru. Sementara jenis bunga yang banyak diminati antara lain tulip, hydrangea, simbidium, rose, snap dragon, lily, cassablanca. (Mahkota, No. 307)

Dengan adanya semua pernyataan tersebut, maka didesain sebuah galeri dekorasi pernikahan sebagai suatu wadah untuk memberi pengetahuan mengenai dekorasi pernikahan itu sendiri dan menawarkannya kepada pengunjung.

2.4.1. Pernikahan Secara Umum

Pernikahan merupakan suatu peristiwa yang terindah dan terpenting dalam hidup manusia. Pernikahan juga merupakan suatu hal yang sakral atau suci, wajar bagi tiap calon pengantin yang ingin menjadikan peristiwa tersebut menjadi istimewa agar dapat selalu dikenang. Pernikahan merupakan suatu perjanjian dan ikatan batin antara laki-laki dan perempuan untuk bersuami istri secara sah dan membentuk suatu rumah tangga yang bahagia dan kekal.

2.4.2. Istilah 'modern' dalam Pernikahan

Tanpa sadar istilah 'modern' ini diartikan sebagai hal-hal yang berbaur barat misalnya saja dekorasi dengan bentuk rumah adat dari suku atau budaya tertentu dapat disebut sebagai dekorasi tradisional sedangkan dekorasi dengan berbagai bentuk dan jenis yang digunakan diluar unsure budaya maka dapat disebut dengan dekorasi modern. Arti kata 'modern' itu sendiri yaitu sikap dan cara berpikir serta bertindak sesuai dengan tuntutan zaman.

Kendati zaman sudah demikian maju, tetapi sebagian besar masyarakat masih menganggap prosesi pernikahan merupakan sesuatu yang sakral walaupun terdapat sedikit pembaruan. Mulai dari upacara, jenis, dan bentuk dekorasi yang menyertai prosesi pernikahan itu sendiri masih saja berkaitan erat dengan aturan-aturan yang ada. Sedangkan pembaruan yang dimaksud yaitu adanya modifikasi dan inovasi di beberapa bagian untuk dapat ditampilkan dan disajikan menjadi lebih baik. Hal tersebut tergantung dari pemakai dan penggunaannya sendiri.

2.4.3. Teori Tentang Dekorasi Secara Umum

Dekorasi merupakan suatu ekspresi konsep dari pernikahan. Pasangan pengantin menganggap dekorasi adalah sebuah impian dan fantasi yang dapat memperindah moment pernikahan mereka. Atrikata dekorasi sendiri yaitu sebuah hiasan di sebuah gedung. Hiasan atau gambar hias yang sangat bagus dan beraneka ragam yang digunakan untuk menghias rumah atau gedung yang akan digunakan sebagai tempat pesta, resepsi, dan acara-acara yang lain.

Dekorasi selalu berkaitan erat dengan bunga-bunga dan variasi penggunaan warna. Dengan demikian suasana dan perasaan saat pesta akan berbeda. Dengan dekorasi akan menjadikan suatu pesta menjadi lebih bermakna dan lebih meriah. Bandingkan jika saat pesta diselenggarakan tidak terdapat hiasan-hiasan ataupun bunga yang menyertainya.

Karena dekorasi juga merupakan simbol dari kebahagiaan pasangan pengantin dan juga keluarganya. Entah dekorasi yang diberikan di tempat-tempat ibadah saat pengikraran janji pernikahan, tempat resepsi sampai di rumah pasangan pengantin dan keluarga, dekorasi sangat berperan penting dan membuat suatu pesta tersebut menjadi memorable.

2.4.4. Teori Tentang Tart Secara Umum

Sama halnya dengan dekorasi tart/kue pernikahan merupakan unsur penunjang dalam perayaan pernikahan dengan gaya modern. Bukan hanya sebagai dekorasi saja, bahkan bagi mereka yang masih memegang tradisi, kue tart merupakan simbol dari kebahagiaan pengantin di masa mendatang. Sampai saat sekarang kue tart masih digunakan bahkan memiliki ketinggian yang melebihi tinggi dari mempelai itu sendiri dengan bentuk yang bermacam-macam tetapi selalu meruncing di sudut yang teratas.

Pada saat pernikahan prosesi yang penting yaitu prosesi potong kue tart yang memiliki makna kebahagiaan dan rasa syukur dari pasangan pengantin, yang kemudian kue tersebut akan dibagi-bagikan kepada keluarga maupun pada para undangan yang hadir. Disamping itu kue memiliki rasa yang manis simbolisme dalam pernikahan yaitu agar masa depan pernikahan pengantin itu menjadi semanis gula.

2.4.5. Teori Tentang Lighting Secara Umum

Tata cahaya mendapatkan porsi perhatian yang sepadan dalam dekorasi pernikahan yaitu pencahayaan panggung. Karena panggung merupakan focus utama saat pernikahan. Pencahayaan yang berlebihan terkadang membuat silau dan mengganggu penglihatan pasangan pengantin terhadap tamu sementara area lain tidak ditangani sehingga suasana *drop* seketika.

Saat ini masalah pencahayaan dapat dikendalikan dengan baik dengan bantuan teknisi-teknisi yang ahli di bidangnya. Sehingga untuk menciptakan suatu suasana pesta yang indah dan menarik tidak akan mendapatkan kesulitan.

2.4.6. Teori Tentang Galeri Secara Umum

Kegiatan penjualan tidak dapat dipisahkan dari galeri. Galeri bersifat komersial dimana obyek pameran memang sengaja dipamerkan dan dijual. (Hunt, 375)

Galeri memiliki tiga fungsi, yaitu:

- Fungsi komunikatif yaitu galeri sebagai media penyampaian produk atau obyek pameran kepada pengunjung secara tidak langsung.
- Fungsi apresiatif yaitu galeri sebagai sarana apresiasi para seniman untuk bereksperimen dalam karya-karyanya.
- Fungsi estetis yaitu sebagai tempat mengemas produk yang dipamerkan dan dijual agar tampak lebih menarik.

Galeri dirancang untuk memberikan pengalaman visual yang berkesan bagi pengunjung dan mampu menampilkan keunggulan obyek yang dipamerkan. Area pintu masuk dan lobby sebaiknya menjadi area perkenalan bagi pengunjung untuk dapat mengenal ruang secara global dan menentukan arah yang hendak dituju. Area ini juga diperlukan untuk menciptakan suasana yang lebih santai dan dapat disediakan kursi, meja, tempat brosur, dan sebagainya. Pengunjung galeri memiliki ruang gerak yang cukup untuk dapat melihat-lihat dengan santai, terlepas dari jalur sirkulasi pengunjung lain. (De Chiara & Calladar, 377)

Sebagai ruang untuk memamerkan karya seni ada persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu:

- Terlindung dari kerusakan, pencurian, kebakaran, kelembaban, kekeringan, cahaya matahari langsung, dan debu.
- Penampilan display dengan cara yang paling menarik dan dapat dilihat tanpa kesulitan.
- Pencahayaan yang cukup.
- Penghawaan yang baik dan kondisi ruang yang konstan.

(Neufert, 135-137)

Fungsi ruangan ditentukan oleh kegiatan manusia yang terjadi didalamnya yaitu mempengaruhi dimensi ruang, organisasi ruang, ukuran, sirkulasi, letak serta bukaan jendela, dan pintu. Ruang-ruang yang ada memiliki hubungan antara satu dengan yang lainnya. Dimensi ruangan dalam ditentukan oleh aktivitas dan proporsi manusia itu sendiri. Hubungan atau organisasi ruang-ruang tersebut dipengaruhi oleh pengelompokan fungsi, hierarki ruang, kebutuhan pencapaian, pencahayaan, dan arah pandangan.

Dalam menata produk ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu:

- Menganalisa karakteristik barang dagangan sebelum menatanya dalam rak display.
- Produk yang didisplay pada akhirnya menjadi pusat perhatian pembeli, karena itu perhatikan lingkungan sekitar area sebelum mendisplay produk.
- Membuat alternatif display produk.
- Membuat tingkat display secara geometris dan sigurat.
- Sistem display dibuat sefleksibel mungkin untuk menghindari penataan diluar jangkauan mata pengunjung.

(*Designing to sell*, 55-58)

Penataan layout ruang pameran terbagi dua, yaitu:

- *Sequential circulation* yaitu sirkulasi yang terbentuk berdasarkan ruang yang telah dilalui dan benda seni diperkenalkan satu persatu, menurut ruang pameran berbentuk ulir atau memutar hingga akhirnya menuju entrance area pertama kali masuk galeri.
- *Random circulation*, disini pengunjung merasa lebih nyaman dengan memilih jalan sendiri, ruang atau jalur mana yang ingin dikunjungi, untuk melihat dan menikmati karya seni dari ruang galeri yang dibentuk tanpa batasan-batasan dinding pemisah ruang.

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

- Sistem terbuka (*open access*), yaitu pengunjung dapat melihat-lihat obyek pameran tanpa didampingi petugas atau karyawan.

- Sistem tertutup (*close access*), yaitu sistem pelayanan dimana pengunjung dalam melihat-lihat obyek pameran didampingi petugas atau karyawan.

Penataan area display ditujukan untuk mempromosikan produk galeri, karena itu pertimbangan yang harus diperhitungkan adalah:

- bagaimana tampilan display yang menarik perhatian pengunjung,
- bagaimana menampilkan sisi yang terbaik dari produk tersebut,
- berapa besar area yang dibutuhkan,
- berapa jenis produk yang akan ditampilkan,
- perlukah perlindungan dari jamahan konsumen atau sebaliknya.

Pembuatan tempat display dapat mencerminkan identitas galeri. Tempat display sebaiknya didesain sesimpel mungkin agar fleksibel dalam mengikuti perkembangan perubahan produk yang dipromosikan, pasar, dan sebagainya.

Pertimbangan apakah produk display tertutup atau terbuka dari jamahan konsumen didasarkan pada:

- jenis produk
- ukuran produk
- harga produk
- berbahaya atau tidak
- kesan yang ingin ditampilkan.

Area display yang tertutup dari jamahan konsumen memberi kesan eksklusif atau 'yang diinginkan'. Bagi area display yang tertutup, akses kontrol pada produk perlu dipertimbangkan. Ketinggian area display serta dapat dipindahkan tidaknya tempat display perlu direncanakan secara hati-hati, terutama untuk konsumen yang menggunakan kursi roda.

Cara peletakkan produk pada area display disesuaikan dengan desain tempat display itu sendiri, berikut beberapa elemen pendukungnya: pengait, balok, pin, klip, rak, kotak, plat, dan sebagainya.

Pencahayaan penting untuk membantu penampilan serta penonjolan produk pada display, dan ventilasi mencegah resiko kebakaran, menjaga suhu normal produk, dan sebagainya.

Berikut adalah beberapa tipe tempat display:

- *slatwalls*, yaitu unit vertikal yang menempel pada dinding toko dimana rak-rak barang ditata pada sisinya, agar desain tidak monoton bisa dibuat variasi warna maupun tekstur pada desainnya,
- *Poles* dan *slotted channels*,
- *Shelfing*, paling umum digunakan sebagai tempat display produk, cocok untuk produk; buku, grosir, dan produk kemasan, serta bisa juga untuk produk fashion dan dekorasi interior.

Didalam galeri, biasanya terdapat beberapa fasilitas antara lain:

- *Visitor guide service* atau information untuk menerima pengunjung dan memberikan pelayanan informasi.
- Administrasi dan dokumentasi untuk mengatur dan mencatat keluar masuk barang.
- Display sementara atau permanen untuk memajang dan memamerkan benda-benda.

2.4.7. Teori Tentang Café Secara Umum

Pengertian café adalah:

- tempat makan dan minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik atau tempat informasi yang menyajikan makanan dan minuman ringan (Lawson, 76).
- Menurut dictionary of English and Culture oleh Longman adalah restaurant kecil yang melayani dan menjual makanan dan minuman ringan.
- Menurut The Collins Dictionary & Theosaurus adalah restaurant murah yang menyediakan 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 Bahasa Indonesia, 353)
- Tempat yang biasanya dipakai untuk bertemu dengan teman, relasi, atau kolega. Kafe adalah jenis restaurant yang paling sederhana dengan menu yang sangat sederhana pula. Tempat untuk sebuah café adalah dirumah yang didekorasi dan ditatata dengan baik, kadang shopping mall juga merupakan

tempat yang cocok untuk sebuah café. (Eugene Chan-Director Of Return, Restaurant <http://www/capuresto.com>:akses:06/03/2002)

- Restaurant mempunyai berbagai segmen pasar yaitu *fast food, coffee shop, hotel dining, dan family restaurant*. Café termasuk dalam kategori *coffee shop* yaitu restaurant kecil yang melayani dan menjual makanan dan minuman ringan. (Durocher, 2)

Ruang makan dalam café/restaurant seharusnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Penataan layout dipengaruhi sistem makanan. Sistem *service* makanan mempengaruhi sirkulasi, dan material yang dipakai. (Durocher, 108)
- 1,2 – 1,4 meter persegi perorang dilayani oleh pelayan.
- 0,83 meter persegi perorang makanan yang disajikan terbatas, dirancang menurut pola yang ada.
- Peletakkan suatu kelompok meja makan sebaiknya dibuat dekat dengan tiang kolom, jika berada di tengah ruangan.
- Pintu masuk dapat bersilangan dengan jalur pelayanan.
- Tempat duduk pelayan tidak terletak pada tempat yang mengganggu pengunjung. (Lawson, 58)
- Untuk dapat makan dengan nyaman, seseorang membutuhkan meja dengan lebar rata-rata 60cm dengan ketinggian 75cm. meja bundar 8 dan 6 siku dengan diameter 90 – 120cm sangat ideal bagi 4 orang dan mampu menampung 1 atau 2 orang lagi dengan jarak antara meja makan dengan dinding >75cm → karena 1 kursi saja membutuhkan 50cm untuk ruang gerak, pengaturan ruangan antara meja dengan dinding dijaga sebagai jalan kecil, jarak ini seharusnya sebesar >100cm. meja bundar membutuhkan ruang gerak yang lebih banyak dengan perbedaan sampai dengan 50cm.

Peletakkan Kasir dalam café yaitu terletak dekat dengan bar atau pintu keluar karena letaknya mudah dijangkau oleh pelayan, sehingga mudah dalam pencapaiannya.

Cara penyajian makanan pada café ada beberapa macam cara yaitu:

- *self service*

dimana pengunjung melakukan pelayanan bagi dirinya sendiri. pengunjung datang kemudian mengambil makanan dan minuman yang mereka inginkan kemudian menuju ke kasir dan membayar makanan mereka lalu duduk di tempat yang disediakan. cara ini terkesan familiar dan bersahabat.

- *waiter or waiters service to tables*
pengunjung datang dan duduk pada kursi yang disediakan, kemudian pramusaji akan melayani mereka dan mengantar menu dan makanan hingga membayar ke kasir, sehingga orang tidak perlu beranjak dari kursinya. cara ini kesannya formal.
- *counter service*
dimana terdapat area khusus yang terdapat display makanan yang ada, biasanya digunakan untuk pelayanan yang cepat dan service yang tidak formal.
- *automatic vending*
menggunakan mesin otomatis. pengunjung memasukkan koin lalu dari mesin keluar makanan yang dipilihnya. (De chiara, 58)

Teori tentang dapur pada café yaitu:

- *accoustic ceiling* dan bahan isolasi dipakai untuk mencegah suara gaduh di dapur agar tidak terdengar dari ruang makan.
- kegiatan dapur perlu general lighting, display makanan, pencahayaan bisa divariasasi. (Durocher, 133)
- dapur dibagi menjadi empat yaitu *straight line*, *L-shape*, *U-shape*, *corridor type*, dan *island type*. selain itu dapur dibagi menjadi tiga bagian yaitu bagian penyimpanan bahan mentah, bagian persiapan dan bagian memasak. (Pile, 510)

2.4.8. Teori Tentang Pencahayaan Secara Umum

Menurut J. Pamudji Suptandar, pencahayaan dibagi menjadi pencahayaan alam dan pencahayaan buatan. Pencahayaan buatan memiliki arti sangat penting dalam sebuah interior ruang yang mempunyai hubungan yang sangat erat dengan pencahayaan.

Dua peran cahaya bagi arsitektur dan interior adalah:

- Pertama, secara fungsional untuk mengenali bangunan. Pada malam hari kehadiran lampu akan membantu indera penglihatan kita untuk mengidentifikasi benda-benda. Tanpa cahaya, keunikan suatu arsitektur bangunan, unsur dekoratif pada elemen fasad, detail, tekstur, ornamen, dan warna bangunan akan hilang atau tidak tampak.
- Kedua, cahaya dapat meningkatkan kualitas estetika bangunan dan ruang. Detail dan elemen arsitektur serta ruang yang spesifik bisa ditonjolkan dengan jenis pencahayaan tertentu sehingga obyek tersebut menjadi dominan dan lebih indah. Cahaya lampu dapat menciptakan nuansa dan karakter ruang yang diinginkan. Efek cahaya juga bisa menimbulkan kesan ruang paling luas, atau memberi kesan tertentu yang berpengaruh pada jiwa penghuninya

Secara fungsional, pencahayaan dibedakan menjadi 3 yaitu:

- *General lighting* atau penerangan merata adalah penerangan yang mutlak harus ada untuk menerangi seluruh ruang. Fungsi penerangan ini adalah untuk membantu kita melihat dengan jelas dan melakukan aktivitas.
- *Task lighting* (pencahayaan setempat), untuk mendukung kegiatan tertentu yang butuh cahaya lebih terang seperti membaca atau menulis.
- *Decorative/accent lighting* yang merupakan penerangan tambahan yang lebih berperan dalam segi estetika.

Penggunaan ketiga jenis pencahayaan ini bisa dikombinasikan dalam satu ruang atau dapat digunakan masing-masing sesuai kebutuhan ruang. Pencahayaan mempunyai tiga aspek utama, yaitu fungsi, estetika, dan kesehatan. Pembagian pencahayaan yang tepat dapat memberikan efek-efek eksklusif, nyaman, dan menarik.

Tujuan utama yang harus dipenuhi oleh pencahayaan ruang dalam galeri dekorasi pernikahan barat modern ini adalah:

- Dapat menunjukkan barang yang didisplay sejelas dan semenarik mungkin untuk menarik perhatian konsumen.
- Dapat sefleksibel mungkin dalam pengaturan dan pergantian display atau penataan ruang.
- Dapat menggunakan level iluminasi yang benar untuk setiap tugas-tugasnya dengan menggunakan listrik secara hemat.

(David Munm, 122)

2.4.9. Teori Tentang Penghawaan Secara Umum

Menurut J. Pamudji Suptandar, kenyamanan fisik dapat dicapai pada kondisi temperatur rata-rata 23°C pencapaian kondisi kenyamanan ini tergantung dari banyaknya bukaan jendela, jenis kegiatan, cara berpakaian, banyaknya radiasi penyinaran matahari, kondisi lingkungan, jumlah manusia, dan dimensi ruang. Untuk mengatasinya dapat dicapai dengan banyaknya bukaan jendela atau menggunakan sistem penghawaan seperti AC dan “fan”.

Untuk mengatur kesejukan udara ruangan, digunakan *air conditioning/AC* adapun unsur-unsur udara diatur dengan AC yaitu kecepatan aliran udara, penggantian dan pembersihan udara, pengaturan suhu, kelembaban dan pendistribusian aliran udara pada tingkat atau kondisi yang diinginkan secara teratur dan konstan. Penentuan kondisi udara yang nyaman dan sejuk dalam interior memiliki acuan sebagai berikut:

- Temperatur 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.
- Temperatur bola kering dan basah di udara.
- Segi-segi ekonomis dalam harga dan perawatan.
- Pertimbangan estetis dari bentuk AC itu sendiri.

Ada beberapa jenis AC menurut peletakannya:

- *Mounted type* : ditanam dalam dinding atau dalam plafon.
- *Ceiling type* : ditanam atau dipasang diatas langit-langit.
- *Costum type* : diletakkan diatas lantai tanpa ada pemasangan khusus.
- *Wall mounted type*: ditanam dalam dinding.

Jenis AC central yaitu jenis AC yang memiliki pengontrolan dan pengendalian yang dilakukan dari satu tempat saja. (J. Pamudji Suptandar, 275)

2.4.10. Teori Tentang Sistem Akustik Secara Umum

Menurut J. Pamudji Suptandar, pengurangan kebisingan pada bangunan publik seperti kantor dikawasan industri, dapat dimanupulasi dengan memperdengarkan musik-musik yang mengalun lembut lewat “*sound system*” tertentu. Penggunaan musik ini akan memberikan kenyamanan secara psikologis dan emosional, serta dapat mengurangi suasana dan keadaan yang monoton. Akustik juga merupakan unsur penunjang terhadap keberhasilan desain yang baik. Pengaruh akustik dapat menimbulkan efek-efek psikis dan emosional dalam ruang. Desain yang optimal bagi *sound system* yang baik untuk mencapai kesan kesatuan (*unity gain*).

Untuk ruang showroom dan ruang tunggu menggunakan speaker yang memutar musik sehingga memberikan suasana rileks. *Speaker* yang digunakan adalah *speaker indoor (box speaker/highclass and wall speaker)*. Untuk ruangan yang menggunakan *speaker*, materialnya menggunakan bahan yang dapat menyerap bunyi seperti karpet, kayu, gypsum akustik, dan sebagainya.

2.4.11. Teori Tentang View Secara Umum

Dalam melakukan pekerjaan membutuhkan view yg bagus sehingga dapat mendukung pekerjaan, kebutuhan aktivitas ditentukan oleh pemandangan lingkungan sekitar. (Mosley Hc.B., Office in C. Space, 143)

Bagi pengunjung akan tertari dengan adanya biew yang bagus. Sudut pandang jendela, misalnya: dapat memberikan rasa istirahat dari konsentrasi, perubahan dalam foks mata dan memperbarui hubungan dengan dunia nyata diluar sana.

2.4.12. Teori Tentang Sistem Proteksi Kebakaran Secara Umum

Mnggunakan alat pendukung seperti *springkler system/heat system/heat detector* yang diletakkan setiap 75m yang diletakkan di plafond serta tabung pemadam kebakaran atau *fire hydrant* berwarna merah. *Detector* panas/asap, adanya sensor apabila ada panas/asap. Tabung pemadam kebakaran, diletakkan pada tempat yang rawan kebakaran.

2.4.13. Teori Tentang Sistem Security Secara Umum

- Lampu darurat sebaiknya diletakkan di daerah yang banyak pengunjungnya seperti meja receptionis.

- Harus dilengkapi dengan fasilitas buat orang cacat, seperti misalnya telepon umum yang menyesuaikan standard orang berkursi roda, jalur untuk kursi roda, dll.
- Penjagaan khusus oleh 2 orang satpam dengan system ganti shift
- Sistem kamera CCTV, dapat mengawasi lokasi selama 24 jam. Kamera memiliki kabel yang langsung menuju monitor alat VCR perekam yang ada pada ruang securiti umum

2.4.14. Teori Tentang Elemen Pembentuk Ruang Secara Umum

- Lantai

Penutup lantai dapat memberikan kesan ketika digunakan dalam sebuah ruangan. Berikut ini bermacam penutup lantai dengan karakteristiknya yang ditimbulkan.

- Lantai tegel, warna lantai yang ada di pasaran beragam. Dapat memberikan kesan sejuk pada ruangan. Kelebihannya yaitu harganya yang lumayan murah dan pemasangannya yang mudah. Kekurangannya yaitu jika terkena asam (cuka) akan membekas/bernoda yang sangat sulit untuk dibersihkan.
- Lantai keramik, pengerjaan lantai keramik relatif mudah, sama seperti pemasangan lantai tegel. Perawatan lantai keramik relatif mudah, juga tidak mudah tergores dan jika terkena cairan atau kotoran tidak membekas.
- Lantai marmer, kesan yang ditampilkan dari lantai marmer sangat indah dan mewah, tapi harganya mahal. Kelebihan lantai marmer yang istimewa adalah tahan api dan lebih mampu menahan beban yang berat dibandingkan dengan jenis lantai yang lain. Hanya saja kekurangan marmer yaitu jika terkena cairan berwarna (air kopi, air teh, atau tinta) akan meresap dan tidak mudah hilang. Juga, jika tanpa perawatan khusus, marmer bisa berlumut karena terkena cahaya matahari secara terus menerus dan warna bisa berubah.
- Lantai granit, sifat dari lantai granit adalah tahan api dan dapat menahan beban yang berat. Jika terkena cairan yang berwarna akan meresap dan tidak mudah hilang. Harga lantai granit lebih mahal dibandingkan dengan lantai marmer. Lantai granit juga mudah berlumut jika terkena cahaya matahari terus menerus.

- Lantai kayu, memberi kesan alami dan hangat. Dalam memilih lantai kayu yang perlu diperhatikan adalah warna dan seratnya. Sedangkan untuk pilihan jenis kayu sebaiknya dipertimbangkan tempat penggunaannya. Untuk ruang dengan mobilitas rendah sebaiknya dipilih kayu lunak, misalnya kayu kamper, dengan serat agak halus. Sedangkan pada ruang dengan tingkat mobilitas tinggi dipilih kayu yang bersifat keras seperti kayu jati dan sejenisnya yang biasanya dilapisi coating sebagai pelindung.

Lantai kayu dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- Lantai kayu alami yang tidak memerlukan pengolahan dan pemasangan secara khusus, biasanya berbentuk balok atau papan, dan lantai kayu alami yang diolah dahulu untuk dapat lebih menimbulkan kesan estetika, misalnya parket.
- *Laminated floor/three layer*. Jenis ini terbuat dari beberapa lembaran kayu yang dijadikan satu. Bahkan ada juga yang menggunakan multipleks dilapisi *veneer*. Maka dengan kombinasi tersebut harga *laminated floor* menjadi lebih murah di bandingkan dengan lantai kayu parket dan kayu solid.
- Parket yang terbuat dari bahan HDF (*High Density Fiber*). HDF berasal dari serbuk kayu yang dipres sehingga menjadi lembaran dan dilapisi *veneer* kayu.

Kekurangan dari lantai kayu adalah mudah terbakar dan mudah tergores, juga akan menyusut dan memuai terhadap cuaca. Harga lantai kayu cukup mahal dan pemasangannya sulit. (Aditya Wardana, 33)

- Vinil: permukaannya bertekstur, pilihan warna banyak, perawatan mudah, pemasangan cukup dilem, cocok untuk area sirkulasi tinggi.
- Karpet: murah, mudah dipasang, tersedia dengan berbagai jenis warna, tekstur, dan desain, nyaman diinjak, meredam suara, tidak menyilaukan, pemeliharaan mudah dengan pembersihan berkala menggunakan alat penyedot debu.

Menurut J. Pamudji Suptandar, lantai pada bangunan publik sebaiknya secara langsung maupun tidak langsung dapat menjadi petunjuk arah bagi pemakainya. Selain itu material yang digunakan sebaiknya memiliki koefisien gesek yang cukup tinggi sehingga tidak membuat orang terpeleset. Salah satu syarat material penutup lantai haruslah kuat menahan beban dan mudah dalam hal perawatannya. Pada ruangan besar maupun memanjang, penutup lantai biasa

dibuat bervariasi dengan perbedaan warna, material-material, atau tekstur yang berbeda. Hal tersebut dibuat untuk mengurangi kesan monoton.

- Dinding

Menurut J. Pamudji Suptandar, dinding merupakan unsur terpenting dalam pembentukan ruang, baik sebagai unsur penyekat atau pembagi dinding ataupun sebagai unsur dekorasi. Dalam perkembangannya dinding juga merupakan elemen penahan struktur dari bangunan selain kolom, karena itu dinding harus direncanakan sebaik mungkin terhadap eksteriornya, sebagai akibat langsung dari interior yang diubah.

Untuk membagi ruangan pada sebuah galeri digunakan tiga macam dinding, yaitu:

- Dinding *permanent*: dinding yang memiliki struktur atau kolom.
- Partisi yang berdiri dari lantai sampai plafond dapat berfungsi untuk membagi area-area servis dan area privat dan untuk membentuk ruang privat.
- Partisi *feestanding* dapat berfungsi untuk membagi dan memisahkan dua ruang tanpa membatasi *view* (pandangan) penunjang serta mudah dipindahkan.

- Plafond

Plafond adalah pembentuk ruang yang merupakan penutup bagian atas. Kesan utama adalah adanya tinggi rendah ruang. Berfungsi juga sebagai bidang penempatan lampu, peletakan AC, *sprinkler head*, audio *loudspeaker*, dan sebagai peredam suara akustik.

“Aktivitas yang terjadi pada suatu ruang akan menentukan fungsi ruang tersebut akan menentukan bentuk plafon serta material-material yang digunakan.”. Selain sebagai pelindung dari cuaca dan pemberi efek bentuk bangunan seutuhnya, plafond juga mencerminkan karakter dari suatu bangunan atau suatu ruangan. (J. Pamudji Suptandar, 27)

Menurut penggunaan material, plafon dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

- *Accountical ceiling* berfungsi sebagai isolator suara dan mengurangi tingkat kebisingan suara.
- *Lominous ceiling* berfungsi untuk memendarkan cahaya dan memberi efek cahaya khusus pada ruangan.

- *Baffle ceiling* berfungsi meredam suara dan memberikan suasana tertentu pada ruangan.

Jenis-jenis bahan plafond yang biasanya digunakan adalah:

- Plafond gypsum: Selain berbentuk lembaran, gypsum juga berbentuk list dengan panjang maksimum 2,7 m. Gypsum memiliki ukuran dan bentuk yang berbeda sesuai dengan karakteristiknya. Untuk plafond akustik biasanya berbentuk lembaran yang berlubang-lubang kecil agar kedap suara dan untuk plafond *wet area* bersifat anti air. Ukuran standard plafond gypsum tebal 6,5mm, lebar 1,2m, panjang 2,4m. Cat tembok atau cat khusus plafond biasanya digunakan untuk finishing akhir plafond gypsum. Keunggulan adalah tidak terbakar dan tidak menyebarkan api, tidak dimakan rayap dan binatang kecil lainnya, sangat stabil bahkan tidak mengalami muai susut, tidak mengandung asbestos, tidak lapuk dan tidak membusuk, dan mudah dipotong dengan pisau *cutter*.
- Plafond kayu: macam plafond kayu yaitu lumber sering, triplek, multiplek, *teakwood*, MDF, dan partikel *board*. Plafond dari kayu tidak menyerap panas sehingga membuat ruangan di bawahnya terasa sejuk. Plafond dari kayu memberi kesan hangat dan estetis jika diberi finishing akhir dengan pelitur atau pernis. Keunggulannya adalah bobot ringan, mudah dipotong dan dibentuk sesuai dengan desain, dan tidak mudah patah atau pecah. Kekurangannya adalah mengalami muai susut, melapuk jika sering terkena air, mudah terbakar, dan dapat dimakan rayap atau binatang hama kecil lainnya. (Aditya Wardana, 39)

2.4.15. Teori Tentang Warna Secara Umum

Menurut John F. Pile, Warna merupakan aspek yang dapat mempengaruhi penampilan visual suatu ruang. Warna juga dapat mengakumulasikan sesuatu, misalnya ruang yang sempit dapat kelihatan lebih luas dan sesuatu yang mempunyai proporsi kurang bagus menjadi bagus.

Setiap warna memiliki asosiasi tertentu. Warna juga menciptakan kesan dari ruang.

- Biru

Menimbulkan suasana dingin, tenang, dan tentram. Di ruang terang memberi kesan segar, di ruang yang gelap akan mengakibatkan kesan dingin dan kaku.

- Kuning

Diasosiasikan dengan matahari. Kesannya gembira, penuh energi, dan menghangatkan suasana. Kuning muda adalah warna yang paling aman diterapkan di dalam ruang.

- Hijau

Memberi kesan dalam, kaya, dan tradisional. Di dalam ruang duduk warna ini menciptakan kesan redup dan dramatis.

- Pink

Berkesan romantis dan hangat, namun warna pink muda dan terang memberi kesan kekanak-kanakan, sedangkan pink muda membuat ruang menjadi segar.

- Ungu

Elegan, kaya, mewah dan dalam. Berkesan formal sekaligus misterius. Namun seperti warna biru, ungu muda akan memberi kesan dingin, tenang dan menentramkan.

- Merah

Merah adalah warna utama dalam warna primer, warna ini membangkitkan gairah namun juga panas. Warna ini banyak diasosiasikan dengan segala hal yang modern.

- Oranye

Seperti warna merah, oranye adalah warna hangat yang menggairahkan dan modern, namun kesannya lebih dramatis dan lebih dingin dibandingkan warna merah.

- Putih

Merupakan warna yang efektif bila dikombinasikan dengan warna-warna yang lain. Warna putih cocok digunakan sebagai latar belakang, tetapi tidak cocok digunakan sebagai tembok karena warnanya yang terlalu menyilaukan mata. Warna putih memberikan kesan bersih tetapi warna ini tidak cocok digunakan untuk warna taplak meja karena mudah terlihat kotor jika terkena noda. Warna ini banyak digunakan pada interior bergaya minimalis.

- Hitam

Berkesan bersahaja, misterius, maskulin, memiliki potensi, *power full*, namun juga memberikan kesan krisis identitas.

- Coklat

Dikaitkan dengan warna-warna tanah. Warna ini memiliki kesan yang paling ‘membumi’ sehingga membuat kita merasa dekat dengan alam. Warna coklat dapat menjadi sumber energi yang konstan, serta membuat kita merasa kuat. Warna ini mewakili kesan hangat dan nyaman.

- Abu-abu

Percaya, berkesan bebas, stabil, konsentrasi, namun kaku, kritis, tidak komunikatif, dan menekan.

- Peach

Hangat, perhatian, lembut, kreatif, sportif, royal, matang, sentimental, kurang percaya diri. (Imelda Sanjaya, 67)

Warna adalah bagian penting dalam penglihatan, tetapi terlalu sering diabaikan, mempengaruhi motivasi, dan kerja. Warna digunakan dengan daya pengetahuan dapat mengubah sebuah ruang biasa menjadi suatu tempat yang luar biasa dan membuat sebuah ruang yang ekonomis terasa mewah. Warna dapat mempengaruhi cara bagaimana orang memandang sebuah ruang dan bereaksi padanya.

Cara atau metoda yang berdasarkan pengalaman dan praktek:

- Warna cerah: memantulkan cahaya, memperbesar ruang, membuatnya terasa lebih dingin dan dinding-dinding menjauh
- Warna gelap: menyerap cahaya, membuat ruang-ruang nampak lebih kecil dan lebih intim. Ini membuat dinding terasa lebih dekat, serta dianggap maskulin dan sederhana.
- Warna hangat: merah dan kuning dalam seluruh coraknya membawa kehangatan visual pada sebuah ruang
- Warna sejuk: biru dan hijau dapat membuat pengguna percaya sebuah ruang adalah dingin
- Warna primer: merah, kuning dan biru dalah cerah, sederhana, menarik perhatian pada warna-warna itu sendiri dan dapat efektif dimana digunakan dengan kelulasaan.

- Warna alami: bahan-bahan berwarna alami cenderung bertahan secara baik
- Warna netral: warna netral hitam, putih, dan corak diantaranya kadang nampak steril, tetapi digabungkan dengan warna-warna lain ini menjadi efektif dan tidak mengenal batas waktu.

Menggunakan warna secara kreatif membutuhkan keberanian yang disiplin, tetapi ini merupakan sebuah cara yang murah dan efektif untuk meningkatkan ruang, memberikan gaya, mengangkat semangat para pekerja dan menunjukkan citra sebuah perusahaan.

2.4.16. Teori Yang Berhubungan Dengan Desain

- Organisasi Ruang

Menurut J. Pamudji Suptandar, ada beberapa jenis organisasi ruang, yang penentuannya tergantung pada tuntutan program bangunan. Dengan memperhatikan faktor-faktor seperti pengelompokan fungsi ruang, hirarki ruang, kebutuhan pencapaian, pencahayaan, dan arah pandangan.

- Sirkulasi

Menurut DK. Ching, pola sirkulasi terutama ditentukan oleh jalan masuk utama atau main entrance. Fungsi sirkulasi secara umum untuk memberikan kelancaran bagi arus barang maupun manusia. Kelancaran sirkulasi ditentukan oleh pengelompokan atau organisasi ruang yang benar secara struktural. Sirkulasi diumpamakan sebagai tali yang menghubungkan ruang-ruang pada suatu wadah kegiatan.

Penataan dan sirkulasi galeri harus:

- dapat terlihat oleh pengunjung,
- memudahkan pengunjung melihat seluruh produk yang ditawarkan,
- menuntun dan memudahkan konsumen 'menjelajahi' galeri secara natural,
- mendukung pengoperasian galeri.

Penataan dan layout sebuah galeri dipengaruhi oleh berbagai macam faktor antara lain ukuran, tipe, macam produk yang ditawarkan, banyak pekerja, dan 'aliran' gerak konsumen yang diharapkan.

Pola pikir sederhana yang dapat digunakan untuk memulai penataan sebuah ruang adalah penggunaan area secara efektif dan efisien. Ada enam prinsip penataan galeri yang harus diingat:

- pengaturan sirkulasi,
- peletakkan produk,
- penataan produk dan area display,
- pencahayaan,
- pengamanan,
- penyimpanan.

Pengaturan sirkulasi hendaklah memperhatikan tingkah laku konsumen dan ditujukan untuk pengarahan konsumen pada display produk. Berikut adalah beberapa alternatif penataan sirkulasi untuk denah galeri pada umumnya:

- Denah lurus, digunakan pada galeri yang arah aksesnya dari depan ke belakang galeri. Pada dinding kiri-kanan ruang didirikan unit penyimpanan atau unit display. Sedang ketertarikan visual berupa tanda atau promosi produk dapat diciptakan pada bagian belakang galeri untuk menarik minat pengunjung menelusuri galeri sampai ke area belakang tidak hanya menjelajang di area depan galeri saja.
- Denah berkelok, umumnya dimiliki oleh galeri yang besar. Pembagian area dilakukan dengan pembedaan penggunaan material lantai, perubahan perlakuan pada plafon, atau penataan unit display. Biasanya konsumen galeri dengan denah demikian akan mengitari galeri mengikuti pola arah sirkulasi yang dibentuk hingga menemukan produk yang menarik perhatian mereka.
- Denah diagonal, penciptaan sirkulasinya mengikuti kediagonalan ruang, penempatan vokal poin pada tengah ruang dapat mengurangi kemonotonan layout denah ini
- Denah kurva, menarik namun mahal dalam penciptaan konstruksinya.

Entrance sebuah galeri harus memudahkan pengunjung masuk ke dalam galeri, entrance juga harus mampu menciptakan transisi suasana galeri dari 'dunia luar'. Entrance dapat didesain dengan atau tanpa pintu. Pendesainan dengan pintu dapat menunjukkan keekklusifan maupun keamanan. Berikut adalah beberapa pilihan penggunaan pintu:

- Pintu dorong, biasanya bahan yang digunakan dipilih yang ringan seperti kaca,

- Pintu geser, biasanya dirancang membuka secara otomatis. Kerugiannya adalah adanya *space* yang terbuang untuk tempat penggeseran pintu ketika membuka,
- Pintu putar, keunggulannya adalah melindungi dari cuaca, namun pintu ini mahal, serta akan menyulitkan pengunjung berkursi roda. Pintu putar juga tidak memenuhi syarat sebagai pintu keluar jika terjadi kebakaran sehingga galeri harus membuat pintu manual sebagai pintu darurat selain pintu putar tersebut, dsb.

Pertimbangan yang harus diingat juga selain pilihan jenis pintu adalah peletakkan gagang/area dorong, serta tipenya, mengingat konsumen datang dan pergi membawa barang-barang keperluannya.

- Suasana

Seperti yang telah kita ketahui bahwa suasana di dalam sebuah galeri sangat mendukung dalam psikologis orang selama bekerja. Tempat kerja nampaknya mempengaruhi kepuasan dan kinerja individu. Ini nampaknya juga memiliki sebuah perandalan komunikasi dan dalam pembentukan kelompok-kelompok.

Suasana mendorong kerja yang lebih baik. Dengan kata lain, ini merupakan penyatuan apa yang disampaikan indera kita kepada kita ketika kita bergerak sekeliling, dan bagaimana perasaan merespon.

Tujuan suasana adalah memberikan sebuah lingkungan yang menimbulkan dorongan tetapi tidak menimbulkan tekanan dimana orang-orang dapat berkinerja secara maksimal. Kreativitas sangat penting untuk perusahaan kompetitif. Disini menjadi peran vital seorang desainer interior, dimana dia dapat menciptakan sebuah ruang yang dapat memberikan suasana pas.

Tempat kerja kreatif seharusnya membuat pekerja dan pengunjung merasa:

- di rumah/nyaman
- percaya diri
- aman
- mengendalikan nasib mereka
- bertanggung jawab terhadap kebaikan mereka sendiri

- kreatif dan inovatif.

Dimungkinkan bahwa pesan-pesan lazim dalam beberapa dasawarsa yang lalu.

- Citra

Estetika tempat kerja dalam interior galeri dekorasi pernikahan gaya Eropa menjadi sebuah alat hubungan masyarakat yang kuat. Ini dirancang untuk menimbulkan pesan dengan kemewahan, penghematan atau efisiensi atau hanya dengan membuat orang-orang merasa nyaman.

Perusahaan yang efisien nampak efisien, dan setiap ruang dirancang untuk berfungsi secara baik dalam hal psikologi maupun fisik. Perusahaan yang ramah membuat setiap orang merasa di rumah.