

# Perancangan Interior *Wedding House* di Surabaya dengan konsep “*Touch and Personal White*”

Adelia Irena, Martino Dwi Nugroho, Poppy F. Nilasari  
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: adeliatjioe@ymail.com ; martino.dwinugroho@yahoo.com

**Abstrak**—*Wedding House* merupakan sebuah karya desain yang dirancang sebagai pusat jasa pelayanan pernikahan yang terletak di Kota Surabaya. Dalam perancangan ini, seluruh fasilitas akan disediakan dalam satu area sehingga calon pengantin tidak membutuhkan banyak waktu untuk mencari kebutuhan pernikahannya. Fasilitas-fasilitas tersebut berupa area *wedding organizer*, area undangan dan souvenir, area *wedding cake*, area dekorasi dan *lighting*, fotografi, bridal dan salon, area aksesoris, dan *ballroom*. Area-area tersebut akan diterapkan seperti retail-retail yang melayani satu kebutuhan khusus untuk pernikahan. Dari perbedaan karakter setiap area, *Wedding House* akan menggabungkan ke dalam satu konsep yang akan menciptakan karakter dari *Wedding House* itu sendiri. *Wedding House* akan dirancang sesuai dengan perkembangan jaman, yang saat ini lebih sering menerapkan gaya pernikahan barat. Oleh karena itu pengaplikasian bentuk dan karakter ruangan akan cenderung ke arah modern. Dengan menerapkan sistem *one-stop wedding service*, *Wedding House* ini akan berfokus pada efisiensi dan produktifitas kerja sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat luas akan pernikahannya.

**Kata Kunci**—Desain Interior, *Wedding House*, *Wedding Service*

**Abstrac**—*Wedding House* which is located in Surabaya, is a wedding service design project. In this design, all of the facilities will be provided in one area so that the bride and groom do not need a lot of time for searching the wedding needs. These facilities are wedding organizer, invitation and souvenir area, tarts area, decoration and lighting area, documentation, bridal and salon, accessories area, and ballroom. These areas will be applied as retails and serving the special needs for the wedding. Of differences the character of each area, *Wedding House* will merge into a single concept that would create characters from *Wedding House* itself. *Wedding House* will be designed according the style of western wedding. Therefore, form application and interior's character will be design in modern style. By applying the one-stop wedding service system, *Wedding House* will focus on efficiency and productivity of work so that fulfill the wedding needs.

**Keyword**—Interior Design, *Wedding House*, *Wedding Service*

## I. PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan masyarakat khususnya di Kota Surabaya mengacu pada gaya hidup yang *modern*. Untuk melaksanakan pernikahan, banyak kebutuhan yang harus disiapkan, sehingga memakan waktu yang tidak sedikit dan biaya yang cukup besar.

Vendor - vendor yang menyediakan kebutuhan pesta memang banyak, namun tidak menyediakan semua kebutuhan dalam satu area. Sehingga pengantin membutuhkan waktu, tenaga, dan biaya yang lebih untuk menuju tempat-tempat yang berbeda untuk memenuhi seluruh kebutuhan pestanya.

Pada umumnya pemenuhan kebutuhan pernikahan oleh jasa pernikahan hanya mementingkan efisiensi jasa dan fasilitas yang dapat memuaskan konsumen sekaligus menguntungkan pemilik. Salah satu fungsi sebuah *retail* adalah untuk memperlihatkan perubahan gaya hidup, kebutuhan dan selera konsumen<sup>[1]</sup>. Kualitas penataan interior dalam suatu bangunan merupakan salah satu faktor penting untuk menarik konsumen secara visual. Dari sebuah *store* dapat menciptakan suatu suasana yang berbeda dari *store* lainnya, dapat menciptakan kesan sebuah ruangan<sup>[2]</sup>. Tanpa disadari faktor penting itu dapat menjadi nilai tambah perusahaan jasa pernikahan di mata konsumen maupun masyarakat sekitar dan dapat mempengaruhi target penjualan. Sebuah toko dengan penataan interior yang baik dan sesuai dengan karakter yang diinginkan mampu menarik pengunjung untuk datang dan membeli produk yang ditawarkan<sup>[3]</sup>. Perancangan interior juga mempunyai dampak dapat mengoptimalkan proses kerja dan hasil kerja orang yang berada di dalamnya. Oleh karena itu, perancangan interior *Wedding House* ini akan menyediakan seluruh kebutuhan pesta pernikahan mulai dari undangan, souvenir, dekorasi, *wedding cake*, dekorasi, *lighting*, salon, bridal, aksesoris, dan *ballroom* dengan interior yang sesuai dengan karakter dari masing-masing kebutuhan dan menjawab seluruh kebutuhan interior. Selain itu, waktu, tenaga, dan biaya dapat ditekan seminim mungkin.

## II. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana merancang interior *Wedding House* yang dapat menunjang seluruh kebutuhan pernikahan?
2. Bagaimana merancang interior *Wedding House* yang nyaman dan dapat menunjukkan karakter setiap fasilitas yang disediakan?

## III. METODE PERANCANGAN

### A. Data yang Diperlukan

Data literatur, merupakan data yang berkaitan dengan

objek perancangan, yaitu tentang standar ukuran ruang, dimensi ruang dan manusia, sejarah pernikahan barat, dan perancangan ruang-ruang retail yang ada di dalam *wedding house* ini. Data lapangan, merupakan data hasil survey dan wawancara dengan *owner* jasa layanan pernikahan yang nantinya akan mengisi *vendor* dalam *wedding house* ini. Data berupa data pemakai baik pengelola maupun pengguna, yang merupakan kebiasaan pemakai, pola aktivitas pemakai dan pengguna, struktur organisasi yang diperlukan dalam penyusunan ruang. Data fisik bangunan, berupa data tapak dalam dan tapak luar yang diperlukan sebagai bukti bahwa kondisi bangunan nyata.

#### B. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data literatur didapat dari literatur-literatur yang telah dicari, sedangkan pengumpulan data lapangan dengan cara *survey* lapangan, serta wawancara langsung dengan pemilik dari tempat jasa layanan pernikahan.

#### C. Metode Pengolahan Data

Data yang diperlukan dikumpulkan terlebih dahulu, lalu dipilih untuk menentukan data yang diperlukan. Kemudian data dikelompokkan berdasarkan klasifikasi vendornya. Lalu data-data tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam penyusunan programming, pembuatan konsep, dan aplikasi konsep dalam perancangan interior.

#### D. Metode Analisis Data

Data dianalisis menggunakan metode komparatif dimana data lapangan yang ada dibandingkan dengan data literatur, dicari kelebihan dan kekurangannya. Kemudian ditarik kesimpulan dari hasil perbandingan itu yang nantinya akan dipergunakan untuk membuat *programming*, *zoning*, *grouping*, dan konsep perancangan. Dari konsep yang ada, maka dibuatlah alternatif desain, yang kemudian dikembangkan lagi menjadi desain akhir dari perancangan *wedding house* ini..

### IV. KONSEP

*Wedding house* di sini dimaksudkan dapat menjadi sebuah rumah yang khusus memberikan fasilitas yang saling melengkapi kebutuhan pernikahan dan kenyamanan pengguna. Perancangan interior *Wedding House* ini mengangkat sebuah konsep dengan judul “*Touch and Personal White*”. Konsep ini berdasarkan pada konsep pernikahan barat sendiri yang dominan menggunakan nuansa warna putih, dimana putih melambangkan kesucian dari pernikahan. Dengan sistem dari *wedding house* yang melayani pengunjung secara *personal*, sehingga pengunjung akan terarah untuk memilih dan memenuhi kebutuhan pernikahannya.

#### A. Karakter, Gaya, dan Suasana Ruang

Dari judul konsep “*Touch and Personal White*”, yang ingin menampilkan nuansa putih pada setiap ruangan gaya yang sesuai untuk digunakan *wedding house* ini adalah gaya Scandinavian, yang merupakan sebuah gaya yang berasal dari Eropa pada abad 20an dimana telah memasuki masa-masa modern. Perpaduan antara gaya Scandinavian dan unsur *modern* sesuai dengan perancangan interior *Wedding House* ini yang terletak di Kota Surabaya yang

mayarakatnya memiliki nilai *modern* yang tinggi. Gaya Scandinavian ini mempunyai ciri khas yaitu menampilkan sebuah ruangan dengan atmosfer yang terang, sehingga ruangan akan tampak lapang, rapi, dan bersih. Dengan desain yang ringan, pengunjung yang datang akan merasa nyaman dan betah di dalam *wedding house* ini.

Gaya Scandinavian mengutamakan bentuk-bentuk sederhana pada perabotnya, selain itu penggunaan ornamen yang minim dan warna-warna netral seperti *white*, *off-white*, *soft dove grey*, dan *pastels* sehingga desain akan nampak ringan untuk dipandang. Perpaduan berbagai macam *furniture* dan warna akan dimainkan dalam penataan interior *Wedding House* ini. Penggunaan warna-warna pastel dan warna-warna yang menjadi aksentuasi dari sebuah ruangan akan memberikan kesan yang cantik pada area tersebut. Putih akan mempertegas dan membuat ruangan terlihat besar dan terang<sup>[4]</sup>.

Karakter yang dimunculkan dalam Perancangan interior *Wedding House* ini adalah elegan, anggun, bersih, teratur, dan sederhana. Dengan perpaduan gaya Scandinavian dan karakter yang dimunculkan dari masing-masing area *retail*, pengunjung dapat merasakan kesan yang berbeda dengan pelayanan pernikahan lainnya yang sudah ada.

#### B. Sistem Interior

Jenis penghawaan yang digunakan pada *wedding house* ini adalah penghawaan alami untuk area *outdoor* dan penghawaan buatan dengan menggunakan AC *central* dengan pembagian ducting di setiap area *retail*. Jenis AC *central* ini yaitu jenis AC yang memiliki pengontrolan dan Pengendalian yang dilakukan dari satu tempat saja<sup>[5]</sup>.

Sistem pencahayaan pada area perancangan ini adalah pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pada area *lobby* dan *bridal* pencahayaan alami berperan penting untuk melaksanakan aktifitas di dalamnya. Untuk memanfaatkan pencahayaan alami, area *lobby* dan *bridal* menggunakan material kaca sebagai *window display* dan memasukkan cahaya matahari ke dalam area *display*. Untuk pencahayaan buatan menggunakan *general lighting* untuk menerangi seluruh ruang dan *decorative / accent lighting* untuk estetika. Cahaya lampu dapat menciptakan nuansa dan karakter ruang. Efek cahaya juga bisa menimbulkan kesan ruang paling luas, atau memberi kesan tertentu yang berpengaruh pada jiwa penghuninya<sup>[3]</sup>.

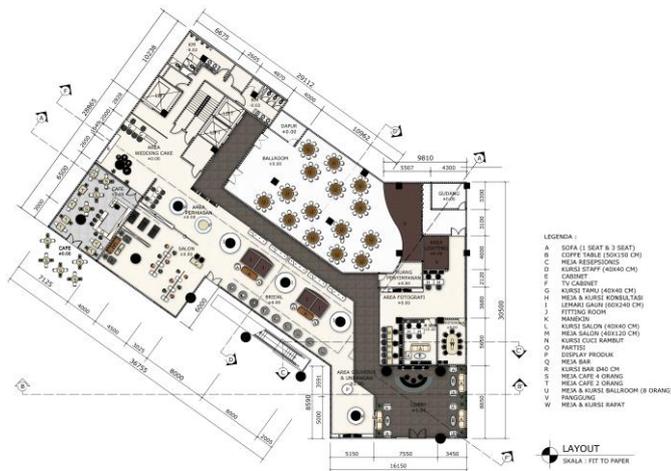
### V. DESAIN AKHIR

#### A. Layout

Pada perancangan *Wedding House* ini terdapat area *retail* seperti area konsultasi, area souvenir dan undangan, area fotografi, area *lighting*, *bridal*, *salon*, area aksesoris, dan area *wedding cake*. Selain itu terdapat area penunjang seperti *lobby*, ruang pertemuan, ruang penyimpanan, *cafe* dan *ballroom*. *Ballroom* diletakkan dekat dengan *lift* sehingga mudah dijangkau pengunjung dari arah *basement*. Untuk area *retail* dijadikan menjadi satu area sehingga memudahkan sirkulasi pengunjung.

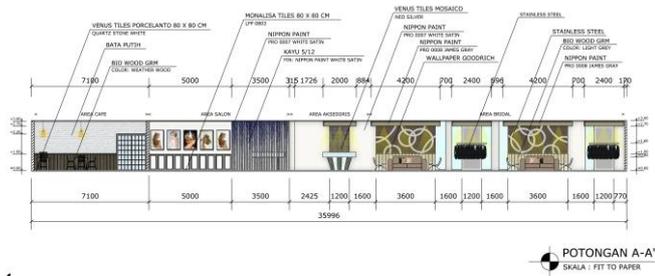
Pola penataan ruangan terkesan rapi dan tertata sesuai dengan gaya Scandinavian yang mengutamakan keteraturan

sehingga ruangan tampak lapang dan bersih. Dengan menggunakan perbedaan material lantai, sirkulasi pengunjung akan lebih terarah dan batas suatu area akan terlihat lebih jelas.



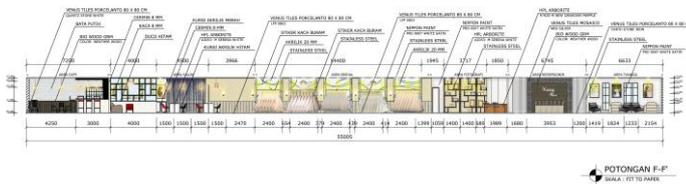
Gambar 1. Layout

B. Potongan



Gambar 2. Potongan

Potongan A-A' memotong area duduk cafe, partisi pembatas antara area cuci rambut di salon dengan area aksesoris yang difungsikan untuk display dan lemari penyimpanan, display aksesoris yang melekat pada kolom dan area bridal yang menunjukkan area duduk di belakang fitting room dan beberapa display gantungan untuk tuxedo.



Gambar 3. Potongan spesifik

Potongan spesifik memotong area bar pada cafe, area tunggu dengan partisi yang difungsikan sebagai display, membatasi antara area tunggu salon dengan area cuci rambut, area perawatan (make-up dan hair-do) dengan balok-balok kayu yang digunakan sebagai partisi antara area salon dengan area aksesoris, area display gaun pengantin pada bridal, area display fotografi, area resepsionis dan area tunggu pada lobby.

C. Perspektif



Gambar 4. Lobby

Pengunjung pertama kali masuk menuju ke area lobby yang terdiri dari resepsionis dan area tunggu. Area tunggu didesain senyaman mungkin layaknya sebuah ruang keluarga yang terdiri dari 3 seat sofa, 2 buah kursi santai, dan sebuah coffe table. Dengan display foto-foto pernikahan sebagai dekorasi dinding. Area resepsionis didesain menggunakan mosaic berwarna gelap dengan permainan spotlight untuk menarik perhatian pengunjung. Bentuk meja resepsionis didesain dengan pola melingkar menyesuaikan dengan drop-ceiling yang dibuat dengan pola melingkar pula. Penggunaan lampu gantung gaya Scandinavian akan memberikan kesan tersendiri pada pengunjung yang datang.



Gambar 5. Area tunggu lobby

Perbatasan antara area tunggu dengan area display souvenir dan undangan menggunakan partisi cutting laser berwarna putih dengan perpaduan balok-balok kayu yang disusun secara vertikal sehingga kesan yang diberikan tidak terlalu privasi.



Gambar 6. Area konsultasi

Area konsultasi terdiri dari 3 *counter*, yang digunakan untuk konsultasi dengan klien mengenai souvenir, undangan, dekorasi, dokumentasi, dan *bridal*. Desain pada area konsultasi terkesan sederhana dengan permainan bentuk dan partisi yang geometris. Warna-warna yang digunakan adalah warna-warna monokrom, sehingga lebih dominan menggunakan warna putih dan hitam sebagai aksentuasi area tersebut. *Service area* biasanya didesain untuk memaksimalkan tingkat efisiensi, kelancaran atau keberlangsungan untuk menjaga area privasi *store* dan staff [2]



Gambar 7. Area *display* souvenir dan undangan

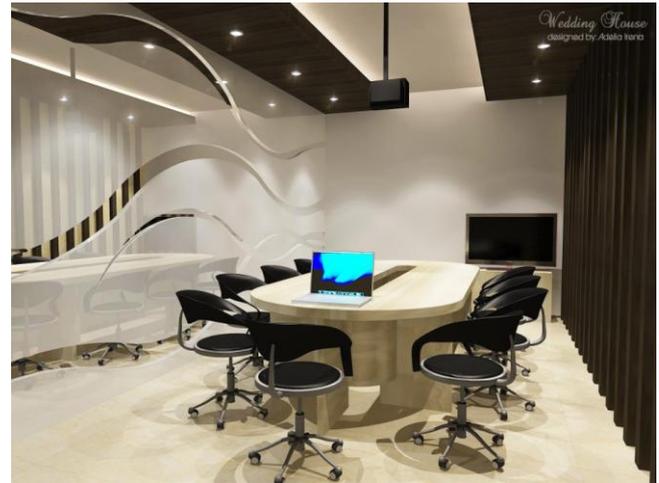
Area *display* terdiri atas *display* foto dan *display* souvenir dan undangan, menggunakan rak dan kabinet yang disusun sedemikian rupa. Rak *display* didesain agar dapat digunakan untuk *display* yang memiliki berbagai macam ukuran. Untuk *cabinet* digunakan untuk menyimpan barang dan kebutuhan setiap area. Pemanfaatan kolom pada area souvenir dan undangan juga dimanfaatkan sebagai *display* sehingga pemanfaatan ruang dapat berfungsi secara maksimal.



Gambar 8. Area *display* fotografi

Pada area *display* fotografi, beberapa foto menggunakan pigura yang digantung pada dinding di atas kabinet, sedangkan pada rak, *display* foto menggunakan pigura yang disusun dengan berbagai macam ukuran. *Display* vertikal sangat menguntungkan, karena penyusunan rak-rak secara vertikal mampu menampung cukup banyak produk-produk *store* dan juga dapat dipresentasikan dengan nyaman dan jelas

kepada pengunjung tanpa menghalangi pemandangan seluruh interior *store* [2].



Gambar 9. Ruang pertemuan

Ruang pertemuan dengan kapasitas 8 orang digunakan untuk rapat bagian *wedding organizer* dan mengadakan pertemuan dengan klien ataupun dengan vendor-vendor lainnya. Pada salah satu sisi dinding menggunakan perpaduan material cermin *standart* dan cermin berwarna putih susu untuk memberikan kesan yang luas pada ruangan tersebut. Sedangkan pada sisi yang berseberangan menggunakan balok-balok kayu yang disusun secara vertikal. Untuk dinding yang digunakan sebagai layar LCD menggunakan *finishing* cat dinding berwarna putih.



Gambar 10. Ruang *wedding organizer*

Untuk ruang *Wedding Organizer* desain yang digunakan sama dengan desain ruang pertemuan. Pada bagian belakang area konsultasi, lapisan dinding menggunakan lapisan *cutting laser* yang disorot dengan lampu *spotlight* sehingga dapat memunculkan karakter bentuk dari *cutting laser* tersebut.



Gambar 11. *Bridal*

*Fitting Room* menggunakan karpet sebagai penutup lantai dengan penutup tirai agar terlihat lebih elegan. Sekeliling *fitting room* menggunakan material cermin sehingga pengunjung dapat langsung melihat di cermin. Untuk bagian depan *fitting room* digunakan sebagai area tunggu pengunjung. Untuk tipe denah yang digunakan adalah *geometric plan*, tipe denah ini sangat baik untuk yang

membutuhkan fasilitas *fitting room* [7]. Banyaknya bukaan-bukaan dan penyusunan *display* produk yang rendah mendukung *store* terlihat lebih luas dengan memberikan efek transparan [2].



Gambar 12. Salon

Untuk area salon dibagi menjadi 3 area yaitu area salon, area tunggu, dan area cuci rambut. Kapasitas untuk area salon memenuhi untuk 12 orang dan area cuci rambut 3 orang. Untuk kursi area salon menggunakan perpaduan warna hitam dan merah dengan material akrilik sebagai aksesoris dari area salon. Sebagai pembatas setiap area menggunakan partisi yang difungsikan pula sebagai lemari penyimpanan dan *display*.



Gambar 13. Area aksesoris

Toko perhiasan eksklusif dapat menggunakan tata ruang dengan "*island showcase*" (tata ruang yang menempatkan perhiasan di dalam lemari kaca sesuai kelompoknya) dimana para pelanggan akan tertarik untuk berjalan berkeliling dan ke area khusus dimana pelanggan duduk dan memeriksa barang yang dibawakan oleh karyawan pada klien [3]. *Display* untuk cincin pengantin memanfaatkan kolom yang dilapisi *mosaic* hitam yang disorot *spotlight* sehingga memberikan kesan mewah. Untuk rak dan *display cabinet* dominan menggunakan warna gelap sehingga dapat menonjolkan karakter dari aksesoris yang ditampilkan.



Gambar 14. Area Wedding Cake

Pengaturan penyusunan display pada area *wedding cake* ditata menurut perbedaan ukuran, warna, dan bentuk sehingga membuat lebih efektif untuk mempresentasikan produk<sup>[2]</sup>. *Display* kue pengantin yang ditampilkan hanya *icing*, sehingga memudahkan penyimpanan dan peletakkannya. Selain itu pada area *wedding cake* juga terdapat area konsultasi dan menyediakan beberapa contoh kue yang dijual sehingga pengunjung dapat langsung mencobanya. Untuk memberikan batas pada area *wedding cake* dengan sirkulasi pengunjung dari *lift* menggunakan partisi *cutting laser*.



Gambar 15. Cafe

Simbol yang diambil sebagai logo cafe ini adalah simbol kupu-kupu. Dalam pernikahan dilambangkan sebagai sebuah pernikahan yang berarti transformasi menuju ke kehidupan yang baru, layaknya sebuah kupu-kupu yang berasal dari ulat

menjadi sesuatu yang indah. Dimana proses untuk menuju sesuatu yang indah ini diibaratkan proses menuju ke jenjang pernikahan.. Warna yang ditampilkan pada cafe ini dominan warna-warna monokrom, yaitu warna putih dan hitam. Peletakkan kasir dalam kafe yaitu terletak dekat dengan bar atau pintu keluar karena letaknya mudah dijangkau oleh pelayan, sehingga mudah dalam pencapaiannya<sup>[6]</sup>.



Gambar 16. Ballroom

Area *ballroom* tersedia dengan kapasitas maksimal 120 orang, dengan penataan 1 set meja berisi 8 kursi. Total kebutuhan perabot yang dibutuhkan adalah 15 set meja. Pada area *ballroom* tersedia gudang sebagai tempat penyimpanan menyimpan dan dapur untuk mempersiapkan konsumsi.

## VI. KESIMPULAN

Dengan adanya perancangan *Wedding House* yang memfasilitasi kebutuhan pernikahan dalam satu area, kebutuhan pernikahan akan lebih mudah dicapai oleh calon pengantin dan waktu dan biaya yang dikeluarkan dapat ditekan. Dalam *Wedding House* ini akan menyediakan fasilitas seperti *wedding organizer*, area dekorasi, souvenir, undangan, aksesoris, dokumentasi, *lighting*, *bridal*, salon, *wedding cake*, *ballroom*, dan area penunjang seperti lobby, ruang rapat/pertemuan, gudang, dan *cafe*. Dengan mengadopsi *Scandinavian style* nuansa yang diberikan pada *Wedding House* ini adalah nuansa putih yang identik dengan sebuah pernikahan ala Eropa sehingga karakter ruangan yang akan dihasilkan akan berbeda dengan jasa layanan pernikahan yang berdiri sendiri.

Beberapa fasilitas pernikahan yang dimasukkan dalam perancangan *Wedding House* ini memiliki karakter yang berbeda, dengan menggabungkan beberapa perbedaan tersebut ke dalam satu konsep maka akan dihasilkan sebuah desain yang memiliki kesatuan dalam area tersebut.

Perancangan interior *Wedding House* ini diharapkan dapat menjawab kebutuhan masyarakat tentang layanan-layanan pernikahan yang sudah ada sekarang ini. Dengan kebutuhan pernikahan yang ada diharapkan dapat menjadi sebuah alternatif layanan pernikahan yang menawarkan sistem *one-stop-service* di Kota Surabaya. Dengan luasan yang lebih besar mungkin dapat mencakup kebutuhan pernikahan lainnya sehingga dapat menciptakan *Wedding House* lebih

maksimal.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Kristen Petra Surabaya, Jurusan Desain Interior, Martino Dwi Nugroho S.Sn, M.A., dan Poppy F. Nilasari, S.T. yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ferguson. *Careers in Focus: Retail*. USA: Infobase. 2007
- [2] Green, Wiliam R. *The Retail Store: Design and Construction*. iUniverse. 2000
- [3] Mun, David. *Shop a Manual of Planning and Design*. London. The Architectural Press Ltd. 1981
- [4] [www.interiordesignipedia.com](http://www.interiordesignipedia.com)
- [5] Suptandar, J. Pamudji, *Desain Interior*. Jakarta: Djambatan. 1999
- [6] Chiara, Joseph De, and John Hancock Calladar. *Time-Saver Standarts for Building Types, 3rd ed.* USA: McGraw-Hill, 1973
- [7] Barr, Vilma. *Designing To Sell: A Complete Guide to Retail Store Planning and Design*. McGraw-Hill Ryerson. New York. 1990