

Implementasi Konsep Galeri Pada Interior LKP (Lembaga Kursus Pelatihan) Lelly Tata Rias Pengantin

Implementation of the Gallery Concept in Interior LKP (Training Course Institute) Lelly Bridal Makeup

Rani Hermita^{1*}, Juli Atika², Muslida Murti²

^{1,2,3} Universitas Potensi Utama, Medan

* ranihermita88@gmail.com¹, Juliatika4@gmail.com²

Article History:

Received: 25 Oktober 2022

Revised: 30 November 2022

Accepted: 22 Desember 2022

Keywords: LKP Lely, clothing, buildings.

Abstract: Along with the development of fashion trends in Medan, people are also starting to get involved in the world of fashion design, both in formal attire and wedding attire. Many wedding fashion designers are still independent in establishing their establishments, such as LKP Lelly. In addition, there are also many designers who sell their services online without having a physical store. Therefore we need a container that can accommodate the work of famous designers so that it is easier to be recognized by the public. Wedding dress designs and accessories vary each year. The designers continue to innovate and produce interesting works from time to time. The bride and groom also need other vendors for the continuity of their marriage, such as vendors for organizers, vendors for pre-wedding photos, and vendors for salons and make-up. For this reason, an area will be provided for several vendors who are competent in their respective fields, making it easier for the bride and groom in their pre-wedding process. With the availability of several facilities in a building at once, it can make it easier for visitors and bride and groom to prepare for their wedding.

Abstrak

Seiring dengan perkembangan trend gaya busana yang ada di Medan, masyarakat juga mulai terjun ke dalam dunia desain busana, baik dalam busana formal maupun busana pengantin. Banyak desainer busana pengantin yang masih independen dalam mendirikan tempatnya, seperti LKP Lelly. Selain itu, banyak juga desainer yang menjualkan jasanya via online tanpa ada bentuk fisik toko. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah wadah yang dapat menampung karya desainer-desainer ternama sehingga lebih mudah untuk dikenal oleh masyarakat. Desain busana dan aksesoris pengantin berbeda-beda setiap tahunnya. Para desainer terus berinovasi dan menghasilkan sebuah karya yang menarik dari waktu ke waktu. Calon pengantin juga membutuhkan vendor-vendor lain untuk kelangsungan pernikahannya, misalnya seperti vendor untuk organizer, vendor untuk foto pra-nikah, serta vendor untuk salon dan make-up. Untuk itu akan disediakan area untuk beberapa vendor yang berkompeten dalam bidangnya masing-masing, sehingga lebih memudahkan calon pengantin dalam proses pra-nikahnya. Dengan tersedianya beberapa fasilitas dalam suatu bangunan sekaligus, dapat memudahkan pengunjung dan calon pengantin untuk mempersiapkan pernikahannya.

Kata Kunci: LKP Lely, busana, bangunan.

* Rani Hermita, 20042010068@student.upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan jaman, Medan menjadi salah satu kota terbesar di Indonesia dengan jumlah penduduk yang sangat banyak. Medan menjadi sebuah kota maju dan berkembang di Indonesia, terutama dalam bidang perdagangan. Selain dalam hal perdagangan, masyarakat Medan dikenal sebagai masyarakat yang modis dan tidak ketinggalan jaman dalam bidang busana dan teknologi. Seiring dengan perkembangan trend gaya busana yang ada di Medan, masyarakat juga mulai terjun ke dalam dunia desain busana, baik dalam busana formal maupun busana pengantin. Banyak desainer busana pengantin yang masih independen dalam mendirikan tempatnya, seperti LKP Lelly. Selain itu, banyak juga desainer yang menjualkan jasanya via online tanpa ada bentuk fisik toko. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah wadah yang dapat menampung karya desainer-desainer ternama sehingga lebih mudah untuk dikenal oleh masyarakat.

Setiap tahunnya akan selalu ada masyarakat yang mengadakan pesta pernikahan. Untuk itu diperlukan persiapan yang matang sebelum melaksanakan pesta pernikahan tersebut. Diperlukan sebuah fasilitas yang dapat mawadahi segala macam kebutuhan pernikahan, misalnya seperti gaun pengantin dan aksesoris lainnya. Desain busana dan aksesoris pengantin berbeda-beda setiap tahunnya. Para desainer terus berinovasi dan menghasilkan sebuah karya yang menarik dari waktu ke waktu.

Calon pengantin juga membutuhkan vendor-vendor lain untuk kelangsungan pernikahannya, misalnya seperti vendor untuk organizer, vendor untuk foto pra-nikah, serta vendor untuk salon dan make-up. Untuk itu akan disediakan area untuk beberapa vendor yang berkompeten dalam bidangnya masing-masing, sehingga lebih memudahkan calon pengantin dalam proses pra-nikahnya.

Dengan tersedianya beberapa fasilitas dalam suatu bangunan sekaligus, dapat memudahkan pengunjung dan calon pengantin untuk mempersiapkan pernikahannya. Hal ini dapat menghemat waktu persiapan karena semua kebutuhan pernikahan seperti busana, aksesoris, vendor, dan lain-lain sudah tersedia dalam satu tempat. Perancangan ini dibuat untuk menjawab kebutuhan-kebutuhan tersebut. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Potensi Utama bertanggung jawab mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan teknologi dan mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan ketrampilan masyarakat dalam pengetahuan teknologi tersebut.

METODE

Sebelum kegiatan dilaksanakan maka dilakukan persiapan-persiapan pengabdian masyarakat sebagai berikut:

- Melakukan studi pustaka tentang Implementasi terhadap Konsep Galeri Pada Interior LKP (Lembaga Kursus Pelatihan) Lelly Tata Ria Pengantin.
- Melakukan persiapan seperti bahan ajar dan slide presentasi dalam implementasi terhadap konsep galeri.
- Melakukan pengenalan tentang desain interior ruangan.
- Menentukan waktu pelaksanaan dan lamanya kegiatan pengabdian bersama-sama tim pelaksana.
- Menentukan dan mempersiapkan materi yang akan disampaikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

Sasaran yang dipilih adalah pada pengabdian masyarakat ini adalah para pegawai dan pemilik LKP Lelly, Dari hasil pengajaran didapatkan pengetahuan, pemahaman peserta pelatihan bisa lebih baik dari sebelum pengajaran yang dilakukan. Para peserta pelatihan mampu menerapkan ilmu yang telah diberikan. Sehingga dengan pelatihan ini para peserta pelatihan mampu mengembangkan interior ruangan. Dan dari berdasarkan wawancara, tanya jawab dan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut:

HASIL

Desain pada fasilitas retail bergantung pada kemampuan desainer untuk mengerti tentang bisnis retail dan bisnis klien sendiri. Desainer interior tidak seharusnya menentukan pilihan dan rekomendasi tentang retail yang akan didesain tanpa informasi dari klien. Tujuan dari desain retail adalah untuk membantu menambah pendapatan dan pembelian barang. Masing-masing pemilik retail mempunyai kepentingan yang spesifik mengenai areanya sendiri yang berfokus pada kecukupan area untuk memajang merchandise, mencegah pencurian internal maupun eksternal, kewajiban, standar fasilitas, alokasi ruang, dan perkembangan bisnisnya. Ada 2 macam retail pada umumnya yaitu speciality stores dan general merchandise stores. Speciality stores menjual satu

jenis barang dengan jenis barang lain yang masih bersangkutan, misalnya butik, optik, toko bunga, apotik, dan lain-lain. Sedangkan general merchandise stores memiliki variasi dalam produk jualnya seperti department stores. Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam perancangan retail:

1. Mengetahui lingkungan sekitar retail
2. Mengontrol keuangan, organisasi, manusia, dan sumber fisik.
3. Mengidentifikasi dan memilih lokasi

Mengembangkan dan mengatur produk yang akan dijual

Membuat dan mengimplementasi strategi promosi Tata letak toko biasanya diatur berdasarkan empat klasifikasi:

1. Penataan barang-barang diatur secara fungsional. Sebagai contoh, toko perlengkapan baju pria dapat dibagi menjadi kaos, dasi, penjepit dasi, pembersih sepatu, jaket, dan celana panjang.
2. Penataan barang-barang berdasarkan motivasi pembelian. Sebagai contoh pada toko swalayan, lantai terbawah biasanya dialokasikan untuk produk-produk yang membutuhkan keputusan pembelian yang cepat. Sementara di lantai yang lebih tinggi dipajang barang-barang yang membutuhkan waktu pengambilan keputusan pembelian lebih lama.
3. Market segment grouping, yaitu pengaturan grup produk berdasarkan segmentasi.
Misalnya baju anak terpisah dengan baju wanita pada pengaturan tata letak toko swalayan.
4. Storability product groupings, yaitu tempat penyimpanan berdasarkan kebutuhan.

Misalnya pada tata letak supermarket terdapat pemisahan area untuk bahan makanan yang membutuhkan lemari pendingin dan barang-barang yang dapat disimpan pada suhu normal.

Suasana atau atmosfer dalam gerai berperan penting untuk memikat pembeli, membuat nyaman mereka dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka produk apa yang perlu dimiliki baik untuk keperluan pribadi maupun untuk keperluan rumah tangga. Suasana yang dimaksud adalah arti atmosfer dan ambience yang tercipta dari gabungan unsur-unsur desain toko/gerai, perencanaan toko, komunikasi visual, dan merchandising.

DISKUSI

A. Tema Perancangan

Tema pada perancangan ini adalah galeri. Tujuan pemilihan tema ini yaitu karena dengan adanya tema galeri, produk-produk yang dipajang dapat lebih menonjol dan ruangan menjadi lebih luas sehingga pengunjung dapat bergerak leluasa. Selain itu dengan suasana galeri pengunjung dapat lebih menikmati dan merasa nyaman ketika berada di dalam ruangan. Sesuai dengan konsep galeri, perabot dan elemen interiornya tidak terlalu banyak dan dibuat dalam bentuk yang sederhana tetapi tetap dapat menarik perhatian masyarakat.

B. Interior

Desain interior terdiri dari dua kata, yaitu “desain” dan “interior”. Dalam KBBI desain berarti “kerangka bentuk; rancangan”, jadi desain adalah kegiatan merancang suatu rancangan. Namun arti dari kata desain tidak dapat dijabarkan sesederhana itu. Desain adalah kata yang berasal dari bahasa Inggris, yaitu “design”. Pengertian design sendiri dalam Kamus Oxford adalah Rencana atau gambar yang dibuat untuk memperlihatkan tampilan dan fungsi dari bangunan, pakaian, atau objek lainnya sebelum benar-benar dibuat. Dapat disimpulkan desain adalah kegiatan untuk merancang sesuatu sebelum benar-benar dibuat, agar nantinya sesuatu yang telah dirancang itu berfungsi dengan baik dan berpenampilan menarik.

C. Suasana Ruang

pada perancangan ini ingin menimbulkan sesuatu yang nyaman, sederhana, tetapi tetap terkesan elegan. Interior dengan suasana galeri harus dirancang senyaman mungkin supaya dapat lebih menarik perhatian pengunjung yang ditargetkan berkisar antara usia 17 tahun hingga 30 tahun.

Penggunaan warna yang diterapkan dalam perancangan menggunakan warna-warna yang tidak terlalu mencolok, sehingga dapat lebih menonjolkan isi dari galeri itu sendiri. Warna-warna yang digunakan dapat membantu untuk menambah kesan elegan yang ingin ditampilkan. Bentuk yang diterapkan pada interior perancangan adalah dinamis karena disesuaikan dengan bentuk arsitektur bangunan itu sendiri. Selain itu bentuk dinamis juga dapat menimbulkan kesan bebas dan santai. Terdapat berbagai macam material yang diterapkan pada perancangan, diantaranya

yaitu granit dan parket kayu untuk lantai, gypsum pada plafon, dan 3d wall art sebagai ornamen pada dinding.

Selain hal-hal diatas, pencayahaan juga berpengaruh dalam meningkatkan suasana dalam ruangan. Untuk itu digunakan spotlight dengan warna yang hangat supaya dapat lebih menimbulkan kesan elegan didalam ruang.

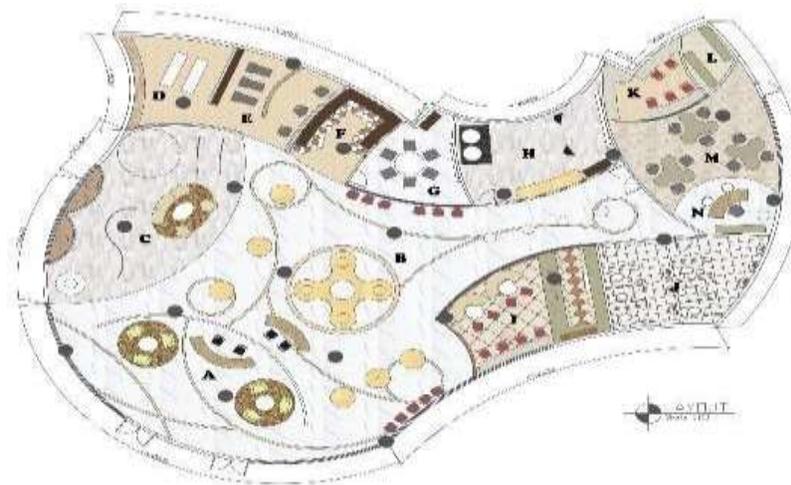
D. Sistem Interior

1. Sistem Pencahayaan

Pencahayaan pada wedding centre ini menggunakan 2 jenis pencahayaan, yaitu pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami hanya digunakan pada beberapa spot tertentu saja, misalnya seperti area resepsionis dan lobi, serta cafeteria. Untuk area pameran lebih didominasi oleh pencahayaan buatan berupa lampu spotlight dan lampu general. Lampu spotlight banyak digunakan pada setiap manekin atau baju yang dipamerkan, hal ini dilakukan supaya pengunjung dapat lebih tertarik untuk melihat area pameran. Sedangkan general lamp digunakan hampir disetiap ruangan sebagai bantuan pencahayaan. Pada beberapa titik juga menggunakan hidden lamp yang dapat meningkatkan ambience dalam ruangan.

A. Layout

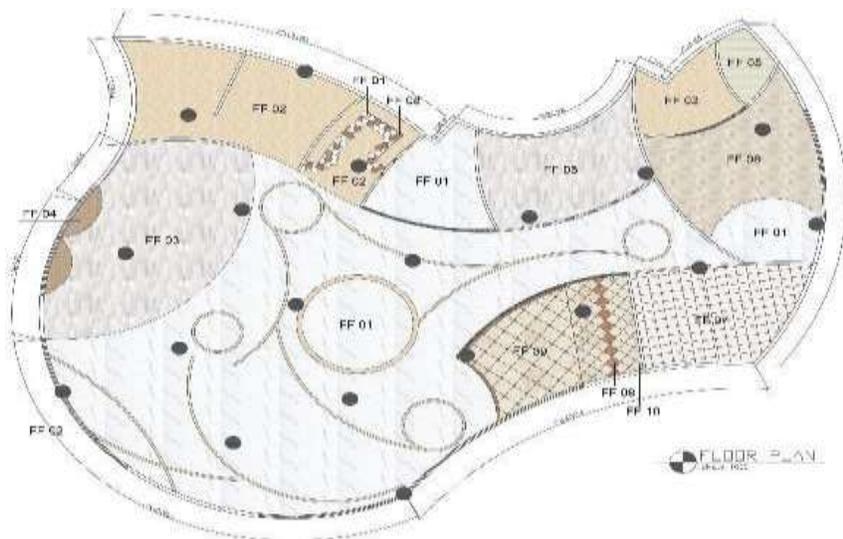
Pada perancangan kali ini tiap ruang disusun berdasarkan analisis pola aktivitas pengunjung. Kebanyakan tujuan utama pengunjung datang adalah untuk melihat pameran di galeri atau hanya sekedar pergi ke salon dan butik, sehingga pada perancangan kali ini tersedia dua jalur



untuk menuju ke area yang menjadi favorit pengunjung, yaitu ke menuju area butik dan galeri. Sebelum memasuki kedua area tersebut pengunjung akan melewati area resepsionis terlebih dahulu. Area galeri dikelilingi oleh beberapa area lain, seperti butik, salon, ruang event organizer, studio foto, kantor, toilet, dan kafetaria.

B. Rencana Lantai

Lantai yang digunakan pada perancangan kali ini adalah granit, parket, dan keramik. Lantai granit digunakan pada beberapa area seperti galeri, ruang meeting event organizer, dan area manager. Pada area butik dan studio foto menggunakan lantai dari parket kayu berwarna putih. Untuk area toilet baik pada area toilet pria maupun wanita, keduanya menggunakan lantai dari keramik.



B. Area Resepsionis dan Lobi



B. Area Gaun Pengantin



C. Area Salon



D. Area Event Organizer



E. Area Studio Foto



F. Area Office



KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Para peserta pelatihan dapat berkreasi secara mandiri didalam mengembangkan Kemampuan dalam desain interior ruangan.
2. Kegiatan ini menambah pengetahuan orang yang minim pentahuan terhadap interior ruangan karena tidak pada bidangnya.

Adapun saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan ini adalah:

1. Perlu pelaksanaan yang lebih konkrit untuk dapat mengembangkan pengetahuan yang lebih luas lagi tentang desain interior ruangan.
2. Diperlukan pelatihan lanjutan untuk menambah pengetahuan dan wawasan para peserta pelatihan dalam desain interior.

DAFTAR REFERENSI

Piotrowski, Christine M and Elizabeth A. Rogers. *Designing Commercial Interiors* (2nd ed.). USA: Wiley, 2007.

Ferguson. *Career in Focus: Retail* (3rd ed). USA: Infobase, 2007.

Kusumowidadgo, Astrid. *Desain Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.

Ma'ruf, Hendri. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Guswai, Christian F. *What I Learned from Hypermarket Business*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.

Melinda, Debora. *Tinjauan Kesesuaian Fungsi Dengan Gaya Desain The Empire Palace Surabaya*. TA No. 00010806/DIN/2010. Unpublished undergraduate thesis. Universitas Kristen Petra. 2010.

Deviana Christyawan, Laksmi K.Wardani, Jean F. Poillot

Konsep Galeri pada Interior Wedding Centre di Surabaya

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra jurnal intra vol. 5, no 2, (2017) 929-936