

ABSTRAK

Leica Flagship Store di Kota Semarang ini adalah sebuah fasilitas umum yang berfungsi sebagai sarana pengembangan dunia fotografi khususnya fotografi jurnalistik dunia. Fasilitas ini menyediakan segala kepentingan fotografi yang berkaitan dengan merek Leica maupun pendukung gaya hidup masa kini seperti toko kamera beserta tempat servis terpadu, museum, kafe, studio dan ruang serbaguna. Perancangan bangunan ini memiliki fasilitas utama yakni toko ritel dan museum, yang kemudian didukung oleh fasilitas penunjang seperti kafe, studio dan tempat servis. Tujuan utama dari proyek ini adalah untuk memperkenalkan merek Leica ke masyarakat Indonesia dan memperluas jaringan komunitas pengguna Leica di Indonesia. Dalam merancang interior sebuah toko ritel khususnya toko yang memegang merek kelas atas perlu diperhatikan desainnya agar citra yang ditimbulkan sesuai dengan citra merek secara internasional.

Leica Flagship Store in City of Semarang is a public facility that serves as a developer in the world of photography, especially journalistic photography world. This facility provides all photographic interests relating to the Leica brand and support today's lifestyles as well as a camera shop where integrated services, museum, cafe, studio and a function room. Main function of this building are retail store and museum itself, which is further supported by facilities such as cafe, studio and servicing. The main objective of this project is to introduce the Leica brand to the people of Indonesia and expanding Leica user community in Indonesia. Designing the interior of a retail store that holds a premium brand should be noted that the store must generated in accordance with the brand image internationally.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....

ABSTRAK.....

PRAKATA.....

DAFTAR ISI.....

BAB I – PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ide / Gagasan Proyek	2
1.3 Rumusan Masalah	2
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	3
1.6 Batasan Perancangan	4
1.7 Sistematika Penulisan	4

BAB II – LANDASAN PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

2.1 RETAIL STORE	5
2.2 FOTOGRAFI & KAMERA	11
2.3 LEICA CAMERA	15
2.4 Perancangan Retail Store	20
2.5 Standar Ergonomi	28

BAB III – DESKRIPSI OBJEK STUDI

3.1 Fungsi Objek Studi	37
3.2 Penjelasan Konsep	40
3.3 Analisis Site	48
3.4 Analisis Fungsional	54
3.5 Zoning dan Blocking	62
3.6 Studi Banding	65

BAB IV – PERANCANGAN INTERIOR LEICA FLAGSHIP STORE DI KOTA SEMARANG

4.1 Penerapan Konsep Perancangan	67
4.2 Konsep dan Tema Perancangan	68
4.3 Implementasi Konsep	68
4.4 Perancangan	71

BAB V – SIMPULAN

5.1 Simpulan Proyek	84
5.2 Saran	85

DAFTAR GAMBAR & TABEL

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Tabel 2.3.1.1	Tabel produk Leica 2014	19
Gambar 2.4.1	Bagan flow aktifitas pada sebuah retail	20
Gambar 2.4.2	Hubungan dan proporsi ruang	21
Gambar 2.4.1.1	Standar ukuran display	22
Gambar 2.4.1.2	Jenis counter display	22
Gambar 2.4.2.1	Pencahayaan dan jarak window display	23
Gambar 2.4.2.2	Macam-macam downlight	24
Gambar 2.4.2.3	Macam-macam spotlight	24
Gambar 2.4.2.4	Pencahayaan display	25
Gambar 2.4.2.5	Pencahayaan sign system	25
Gambar 2.4.2.6	Aplikasi sistem keamanan	26
Gambar 2.4.2.7	Contoh sistem keamanan	26
Gambar 2.4.2.8	Bagan susunan sistem audio	27
Gambar 2.4.2.9	Tabel standar jumlah pintu keluar	27
Gambar 2.5.1	Bagan hubungan manusia, lingkungan dan mesin	28
Gambar 2.5.1.1	Ergonomi jarak pandang	29
Gambar 2.5.1.2	Ergonomi jarak sirkulasi	30
Gambar 2.5.1.3	Ergonomi area penjualan	30

Gambar 2.5.1.4	Ergonomi information desk	31
Gambar 2.5.1.5	Ergonomi meja customer care	31
Gambar 2.5.2.1	Ergonomi area cafe	32
Gambar 2.5.2.2	Ergonomi meja cafe	33
Gambar 3.2.1	WYSIWYG concept	41
Gambar 3.2.2	Studi image konsep	42
Gambar 3.2.3	Konsep bentuk	43
Gambar 3.2.4	Sirkulasi radial	43
Gambar 3.2.5	Konsep warna	44
Gambar 3.2.6	Aluminium	45
Gambar 3.2.7	Stainless steel	45
Gambar 3.2.8	Floor hardener	45
Gambar 3.2.9	Concrete tile	45
Gambar 3.2.10	Sandblast glass	46
Gambar 3.2.11	Perforated aluminium	46
Gambar 3.2.12	Vinyl	46
Gambar 3.2.13	Kulit imitasi	46
Gambar 3.2.14	Contoh aplikasi pencahayaan	47
Gambar 3.2.15	Contoh aplikasi mood kepada interior	48
Gambar 3.3.1.1	Peta lokasi	49

Gambar 3.3.2.1	Denah lantai 1	51
Gambar 3.3.2.2	Denah lantai 2	52
Tabel 3.3.3.1	Tabel analisis fisik	53
Gambar 3.4.1.1	Target user	55
Tabel 3.4.2.1	Tabel aktivitas user	56
Tabel 3.4.3.1	Tabel kebutuhan ruang	59
Gambar 3.4.4.1	Bagan flow of activity lantai 1 publik	60
Gambar 3.4.4.2	Bagan flow of activity lantai 2 publik	60
Gambar 3.4.4.3	Bagan flow of activity lantai 1 privat	60
Gambar 3.4.4.4	Bagan flow of activity lantai 2 privat	60
Gambar 3.4.5.1	Bagan kedekatan ruang lantai 1	61
Gambar 3.4.5.2	Bagan kedekatan ruang lantai 2	61
Gambar 3.5.1.1	Zoning lantai 1	62
Gambar 3.5.1.2	Zoning lantai 2	62
Gambar 3.5.2.1	Blocking lantai 1	63
Gambar 3.5.2.2	Blocking lantai 2	64
Gambar 3.6.1.1	Foto facade JPC Kemang	66
Gambar 3.6.1.2	Foto area asesoris JPC Kemang	66
Gambar 3.6.1.3	Foto area kamera profesional	66
Gambar 3.6.1.4	Foto area leica	66

Gambar 4.3.1	Tabel Konsep	69
Gambar 4.4.1.1	Site Plan	71
Gambar 4.4.2.1	Floor Plan 1	72
Gambar 4.4.2.2	Floor Plan 2	72
Gambar 4.4.3.1	Museum Special Layout	73
Gambar 4.4.3.2	Store Special Layout	74
Gambar 4.4.4.1	Interior Element	77
Gambar 4.4.5.1	Furniture Design	80
Gambar 4.4.6.1	Perspective	83