

ABSTRACT

Perfume or fragrance is something that is very close to our daily lives. The application is varied and is connected to its function which is not only to create nicer aroma but for something more specific. The function of perfume has also shifted; perfume used to only be used by royalties and for important ceremonies, but now common people use it regardless of the situations. Indonesia is well-known to have a large potential for the commodity of fragrances from the plants; unfortunately, people do not pay attention to get the most of it. As a result of the lack of understanding of the potentials, public do not give enough appreciation to fragrances so that there are very few facilities which provide information and knowledge about perfumery.

An interactive museum with communicative, educative and recreation elements in it may be a good choice for educational and recreational purposes. The theme “Get in Touch with Scent” is applied as a “wrapping” of the perfume storyline concept. It is intended to communicate the origins and characteristics of perfume so that it may be more familiar in public’s eyes through the story or the broadening of its function.

Keywords: Interactive, Perfume, Aroma, Storyline, Museum

ABSTRAK

Parfum atau wewangian merupakan aroma yang akrab dalam kehidupan kita sehari-hari. Aplikasinya pun beragam, hal ini terkait dengan fungsi parfum yang memang tak hanya diciptakan untuk membuat aroma lebih sedap, tapi untuk tujuan spesifik. Pergeseran fungsi parfum pun yang tadinya hanya dapat dipakai oleh kaum kerajaan dan untuk upacara penting, saat ini dapat dipakai oleh siapa saja dan tidak terkait dengan situasi apapun. Indonesia terkenal akan potensi komoditas wewangian dari tumbuhannya, sayangnya belum ada perhatian khusus dan dimaksimalkan. Akibat kurang memahami maksud dari potensi tersebut, bentuk apresiasi terhadap wewangian oleh masyarakat dirasa kurang, sehingga sedikit sekali fasilitas yang menyediakan dan memberi informasi serta pengetahuan tentang parfum.

Museum interaktif yang terkandung unsur komunikatif, edukatif, dan rekreatif dapat menjadi pilihan selain sebagai tempat edukasi, juga sekaligus mendapat manfaat wisata. Tema “*Get in Touch with Scent*” diaplikasikan sebagai “pembungkus” dari konsep *storyline* parfum, dengan cara mengkomunikasikan asal-usul dan karakter parfum agar menjadi lebih *familiar* di kalangan masyarakat melalui cerita dibalik terciptanya atau perluasan fungsinya.

Kata Kunci: Interaktif, Parfum, Aroma, *Storyline*, Museum

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS PRIBADI	ii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ide atau Gagasan Perancangan.....	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Perancangan	4
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.6 Ruang Lingkup Perancangan	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II MUSEUM PARFUM	
2.1 Museum.....	9
2.1.1 Pengertian Museum	9
2.1.2 Sejarah Museum	10
2.1.3 Fungsi Museum.....	13
2.1.4 Klasifikasi Museum	14
2.1.5 Kegiatan Museum	16
2.1.6 Elemen Desain Interior Pada Museum	19
2.1.7 Akses Publik Museum	21
2.2 Parfum	28
2.2.1 Pengertian Parfum dan Asal-Usulnya.....	28
2.2.2 Perkembangan Parfum.....	29
2.2.3 Kategori Aroma Dasar Parfum (<i>Notes</i>)	34
2.2.4 Bahan Baku Pembuatan Parfum	39

2.2.5 Teknik Pembuatan Parfum.....	42
2.2.6 Komposisi Parfum dan Perbedaannya	47
2.2.7 Manfaat Parfum dan Wewangian Sedap.....	48
2.3 <i>Studi Banding</i>	48
2.3.1 <i>Fragrance Museum in Farina House, Köln, Jerman</i>	48
2.3.2 “ <i>The Art of Scent</i> ” di <i>Museum of Art & Design</i>	52
2.3.3 <i>C&F Perfumery, Mall Taman Anggrek, Jakarta</i>	55
2.3.4 <i>Collector Parfum, Pasir Kaliki, Bandung</i>	55
2.4 <i>Standard Teori dan Ergonomi Fasilitas Utama Pada Museum</i>	56
2.4.1 <i>Area Pameran dan Display</i>	56
2.4.2 <i>Laboratorium</i>	65
2.4.3 <i>Auditorium</i>	67
2.4.4 <i>Atrium (Lobby)</i>	67
BAB III DESKRIPSI OBYEK STUDI	70
3.1 <i>Deskripsi Proyek</i>	70
3.2 <i>Analisa Fisik</i>	71
3.2.1 <i>Analisa Site</i>	71
3.2.2 <i>Analisa Makro</i>	72
3.2.3 <i>Analisa Mikro</i>	76
3.3 <i>Analisa Fungsional</i>	77
3.4 <i>Identifikasi User</i>	81
3.5 <i>Struktur Organisasi</i>	82
3.6 <i>Flow Activity User</i>	83
3.7 <i>Kebutuhan Ruang User</i>	86
3.7.1 <i>Tabel Kebutuhan Ruang</i>	86
3.7.2 <i>Hubungan Kedekatan Ruang</i>	93
3.7.3 <i>Zoning-Blocking</i>	94
3.8 <i>Ide Implementasi Konsep Pada Obyek Studi</i>	96
3.8.1 <i>Penjelasan Konsep dan Tema</i>	96
3.8.2 <i>Mind Mapping</i>	97
3.8.3 <i>Implementasi Konsep dan Tema</i>	97
BAB IV PERANCANGAN MUSEUM PARFUM	110
4.1 <i>Penerapan Konsep Perancangan</i>	110
4.2 <i>Perancangan General</i>	111

4.3 Perancangan Area Khusus.....	114
4.3.1 <i>Ground Floor</i>	114
4.3.2 <i>First Floor</i>	129
BAB V PENUTUP	132
5.1 Simpulan	132
5.2 Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN : LEMBAR KERJA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Perbandingan Kelebihan dan Kekurangan <i>Fragrance Museum</i> in <i>Farina House</i> , Köln, Jerman	51
Tabel 2.2	Tabel Perbandingan Kelebihan dan Kekurangan “ <i>The Art of Scent</i> ” di <i>Museum of Art and Design</i> , New York	54
Tabel 2.3	Tabel Perbandingan Kelebihan dan Kekurangan <i>C&F Perfumery</i> , Mall Taman Anggrek, Jakarta	55
Tabel 2.4	Tabel Perbandingan Kelebihan dan Kekurangan <i>Collector Parfum</i> , Pasir Kaliki, Bandung	56
Tabel 3.1	Tabel <i>Analisa Site</i> Makro Museum Geologi	75
Tabel 3.2	Tabel <i>Analisa Site</i> Mikro Museum Geologi	77
Tabel 3.3	Tabel Sarana, Aktivitas, dan Prasarana Museum Parfum.....	81
Tabel 3.4	Tabel Kebutuhan Ruang	93
Tabel 3.5	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Ruang.....	98
Tabel 3.6	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Sirkulasi.....	99
Tabel 3.7	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep <i>Layout</i>	100
Tabel 3.8	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Bentuk dan Pola	100
Tabel 3.9	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Warna	102
Tabel 3.10	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Pencahayaan	103
Tabel 3.11	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Penghawaan	104
Tabel 3.12	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Akustik	105
Tabel 3.13	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Skala	105
Tabel 3.14	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Keamanan	106
Tabel 3.15	Tabel Perbandingan Sifat Parfum dengan Konsep Material.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Struktur Organisasi Menurut <i>Department</i> , Fungsi, dan Pengarahan Kerja.....	23
Gambar 2.2	Skema Arus dan Sirkulasi Pengunjung didalam Museum.....	25
Gambar 2.3	Skema Arus dan Sirkulasi Koleksi didalam Museum.....	26
Gambar 2.4	Contoh <i>Wayfinding System</i> pada <i>Lift</i> dan Lantai pada Museum.....	27
Gambar 2.5	Contoh <i>Wayfinding System</i> pada Museum.....	27
Gambar 2.6	Contoh Brosur " <i>The Treacherous Treis</i> " di <i>Museum of Art and Design</i>	27
Gambar 2.7	Contoh <i>Story Telling</i> pada Museum	28
Gambar 2.8	<i>Storyline</i> Perkembangan Parfum dari Beberapa Masa (Khususnya Eropa).....	29
Gambar 2.9	<i>Fragrance Wheel</i>	34
Gambar 2.10	Diagram Distilasi Parfum	42
Gambar 2.11	Tabung Distilasi Parfum	43
Gambar 2.12	Teknik Absorpsi.....	44
Gambar 2.13	Proses Absorpsi.....	44
Gambar 2.14	Alat untuk Proses Ekstraksi	45
Gambar 2.15	Proses Ekstraksi (<i>Enfleurage</i>).....	45
Gambar 2.16	<i>Supercritical Extraction</i>	46
Gambar 2.17	Proses <i>Headspace</i>	47
Gambar 2.18	Replika Penyulingan dan Penyegelan Botol ; Barel Kayu Penyimpanan Parfum.....	49
Gambar 2.19	Beberapa Koleksi Museum Farina ; <i>Presentation Board</i> ; <i>Bel Étage</i> ; Sampel Parfum.....	50
Gambar 2.20	<i>Display</i> Meja Kerja Giovanni Marina ; Ruang Arsip Catatan Museum ; <i>Display</i> Rak Flacon Parfum.....	51
Gambar 2.21	<i>Display</i> Tempat Pengunjung Dapat Mencium 12 Aroma Parfum ; Area Pengunjung Dapat Mencoba Meracik Aroma Parfum.....	52
Gambar 2.22	Cerukan Dimana Aroma Keluar Melalui Sensor ; Slot Kartu	53

Gambar 2.23	Lantai <i>Exhibition</i> Berfungsi sebagai Pengenalan Museum dengan Menggunakan Proyektor	53
Gambar 2.24	<i>Retail C&F Perfumery</i> di Mall Taman Anggrek, Jakarta.....	55
Gambar 2.25	<i>Collector Parfum</i> , Pasir Kaliki, Bandung	55
Gambar 2.26	Ruang Peragaan dan Pencahayaan yang Baik Berdasarkan Percobaan di Boston	57
Gambar 2.27	Jenis <i>Display</i> dengan <i>Lighting Configuration</i>	57
Gambar 2.28	<i>Standard</i> Jarak Pandang.....	58
Gambar 2.29	<i>Standard</i> Jarak dan Sudut Pandang <i>Display</i>	58
Gambar 2.30	<i>Display Case – Type of Access</i>	59
Gambar 2.31	Skema <i>Display</i> Aroma pada <i>Museum of Art and Design</i> , New York.....	60
Gambar 2.32	Skema <i>Standing Diffuser</i> pada <i>Sephora Sensorium</i> , New York.....	61
Gambar 2.33	Mesin <i>Diffuser</i> Parfum (<i>Scentair 5020</i>).....	61
Gambar 2.34	Sirkulasi Ruang Pameran	62
Gambar 2.35	Sirkulasi Horisontal – Jarak Bersih Rentang Tubuh dengan Barang Bawaan	63
Gambar 2.36	Ruang Sirkulasi Horisontal – Kepadatan yang Diperbandingkan	63
Gambar 2.37	<i>Comfortable Reach</i> di dalam Laboratorium	65
Gambar 2.38	Ruang Perawatan Kesehatan – Sarana Pembacaan Hasil <i>Rontgen</i> ; Pertimbangan Kabinet Peralatan.....	66
Gambar 2.39	<i>Standard</i> Jarak <i>Display</i> untuk Pengamat Berkelompok – Tempat Duduk Berselingan	67
Gambar 2.40	<i>Standard</i> Area Penerima Tamu.....	68
Gambar 2.41	<i>Standard</i> Tempat Duduk Bangket	69
Gambar 2.42	Ruang Duduk di Kursi di Sudut dan Dengan Sirkulasi	69
Gambar 3.1	Peta Lokasi Museum Geologi, Bandung	71
Gambar 3.2	Struktur Organisasi dalam Museum Parfum.....	82
Gambar 3.3	<i>Flow Activity</i> Pengunjung Berdasarkan Profesi Masing-masing.....	83
Gambar 3.4	<i>Flow Activity</i> Pengunjung Berdasarkan <i>Job Description</i> Masing-masing.....	86
Gambar 3.5	Matriks Kedekatan Ruang Lantai Dasar	93
Gambar 3.6	Matriks Kedekatan Ruang Lantai Satu	93
Gambar 3.7	<i>Zoning-Blocking</i> Lantai Dasar	94

Gambar 3.8	<i>Zoning-Blocking Lantai Satu</i>	95
Gambar 3.9	<i>Mind Mapping Tema Museum Parfum</i>	97
Gambar 3.10	<i>Studi Image Konsep Ruang</i>	98
Gambar 3.11	<i>Studi Image Konsep Ruang (Museum Louvre)</i>	99
Gambar 3.12	<i>Pola Sirkulasi Linear</i>	99
Gambar 3.13	<i>Bentuk Kompleks</i>	101
Gambar 3.14	<i>Studi Image Bentuk Ruang</i>	101
Gambar 3.15	<i>Skema Warna Emas dan Abu-abu</i>	102
Gambar 3.16	<i>Contoh Warna Pencahayaan</i>	103
Gambar 3.17	<i>LED Stripe (Selang)</i>	103
Gambar 3.18	<i>AC Casette (Sentral)</i>	104
Gambar 3.19	<i>Air Freshner</i>	104
Gambar 3.20	<i>Contoh Kamera CCTV, Sprinkler, dan Smoke Detector</i>	106
Gambar 3.21	<i>Contoh Skema Material dan Warna</i>	107
Gambar 3.22	<i>Sketsa Ruang Perfume Making dan Greece Era</i>	108
Gambar 4.1	<i>Site Plan</i>	111
Gambar 4.2	<i>General Layout Ground Floor</i>	111
Gambar 4.3	<i>General Layout First Floor</i>	112
Gambar 4.4	<i>General Section A-A' & B-B'</i>	113
Gambar 4.5	<i>Base Perfume Display – Ceiling Plan</i>	114
Gambar 4.6	<i>Base Perfume Display – Furniture Plan</i>	114
Gambar 4.7	<i>Base Perfume Display – Tampak Potongan A-A' ; Tampak Potongan B-B'</i>	115
Gambar 4.8	<i>Pre-Display</i>	115
Gambar 4.9	<i>Pre-Historic Display ; Blow Up ; Standing Diffuser ; Varian Diffuser Lainnya & Peragaan Api Unggun</i>	116
Gambar 4.10	<i>Egypt Era Display; Raw Material Display; Blow Up Interactive Wall; Blow Up Egypt. Wall ; Egypt. Illustration Wall..</i>	117
Gambar 4.11	<i>Greek and Roman Era Display</i>	118
Gambar 4.12	<i>Ceiling Diffuser & Jangkauan Orang ; Greece Bird Diffuser & Jangkauan Orang</i>	119
Gambar 4.13	<i>Renaissance Era – Princess Boudoir (Wardrobe)</i>	120
Gambar 4.14	<i>Perfume Making Process Area (Middle Ages)</i>	121
Gambar 4.15	<i>19th Century Laboratory Display ; Holding Diffuser</i>	122

Gambar 4.16	<i>Base Perfume Wall Display; Interactive Table; Raw Material Flooring; Wall Perfume Display; Diffuser Shelves; Coffee Beans Dispenser; Fun Learning Display</i>	123
Gambar 4.17	<i>Furniture-furniture pada Base Perfume Display</i>	124
Gambar 4.18	<i>Lobby Ceiling Plan</i>	125
Gambar 4.19	<i>Lobby Furniture Plan</i>	125
Gambar 4.20	<i>Lobby – Tampak Potongan A-A’; Tampak Potongan B-B’</i>	126
Gambar 4.21	<i>Lobby</i>	126
Gambar 4.22	<i>Reception Desk ; Suspended Ring Ceiling; Blow Up; Material</i>	127
Gambar 4.23	<i>Furniture-furniture pada Lobby</i>	128
Gambar 4.24	<i>Perfume Blending Experience Ceiling Plan</i>	129
Gambar 4.25	<i>Perfume Blending Experience Furniture Plan</i>	129
Gambar 4.26	<i>Perfume Blending Experience – Tampak Potongan A-A’ ; Tampak Potongan B-B’</i>	130
Gambar 4.27	<i>Education Hall</i>	130
Gambar 4.28	<i>Blending Laboratory; Meja Blending; Potongan Meja Blending; Meja Blending untuk Staff & Template Alat</i>	131
Gambar 4.29	<i>Furniture-furniture pada Perfume Blending Experience</i>	132