Analisis Pencahayaan Buatan pada Perancangan Interior Toko Yanti *Jewellery* di Mall Plaza Indonesia

Tania Saputra[1], Fivanda[2]
[1,2] Prodi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara, Jakarta
tania.615180121@stu.untar.ac.id, fivanda@fsrd.untar.ac.id

Abstrak *— Toko perhiasan menjadi salah satu toko yang sering dikunjungi oleh pengunjung laki-laki maupun perempuan , oleh karena itu setiap toko harus bersaing untuk dapat menarik perhatian pengunjung, salah satu cara adalah dengan menerapkan pencahayaan yang tepat dan optimal. Pencahayaan buatan pada suatu perancangan interior merupakan salah satu aspek yang sangat penting karena pencahayaan tidak hanya memberi penerangan tetapi juga dapat mengoptimalkan suatu ruang yang sudah di rancang dan juga dapat menunjukan nilai jual suatu objek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jenis dan tipe pencahayaan buatan yang digunakan di toko Yanti jewellery di Mall Plaza Indonesia. Metode penelitian yang di gunakan adalah metode kualitatif dengan melakukan observasi secara langsung dan juga studi pustaka yang diambil dari e-book dan website terpercaya. Pembahasaan dari analisis ini menunjukan tipe dan jenis lampu yang dipakai beserta spesifikasinya. Hasil dan kesimpulan yang di tunjukan berupa gambar ilustrasi 3D dari toko Yanti jewellery untuk menunjukan titik lampu yang di gunakan di dalam toko dan juga penjelasan secara detail jenis dan tipe pencahayaan dari segi jenis cahaya, penempatan, sumber cahaya dan fungsinya.*

Kata kunci: *Mall, Pencahayaan, Perancangan, Perhiasan, Toko*

I. PENDAHULUAN

Mall merupakan suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat selain berfungsi untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli juga berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi (*Beddington, Design for Shopping Centre*). Untuk mendukung kegiatan tersebut, dalam sebuah mall terdapat banyak restoran, café dan toko dengan fungsi yang berbeda, salah satunya adalah toko perhiasan/*jewellery*. Toko perhiasan adalah Pada dasarnya toko perhiasan adalah toko yang menjual segala perhiasan seperti gelang, cincin, kalung, anting dan juga perhiasan jenis lainnya yang mayoritasnya digemari oleh kaum wanita. Menurut artikel yang ditulis oleh PT *Gold*

Martindo, perhiasan memiliki kepentingan tersendiri untuk kehidupan wanita maupun pria karena perhiasan mendukung penampilan, memberikan rasa percaya diri, memiliki beragam variasi dan model, dan juga perhiasan merupakan barang yang tidak lekang oleh waktu sehingga perhiasan menjadi salah satu objek yang diminati dan seringkali dibeli baik di kalangan laki-laki maupun perempuan. Oleh karena itu, banyak toko perhiasan di Jakarta, khususnya Mall Plaza Indonesia yang berdiri dan bersaing untuk menjual produknya. Salah satunya adalah Toko Yanti *Jewellery.*

Yanti *Jewellery* adalah toko perhiasan yang berasal dari Medan yang kemudian pemilik Toko Yanti Jewellery memutuskan untuk membuka cabang di Jakarta yaitu di Pondok Indah Mall 2 lantai 1 dan Mall Plaza Indonesia lantai 4. Banyaknya toko perhiasan yang ada di Mall Plaza Indonesia seperti BENTENG *Jewellery,* Primagold, Kesawan, Frank & Co, Tamar *Gold Shop* dan beberapa toko perhiasan lainnya, membuat Yanti *Jewellery* harus bisa bersaing baik dari segi kualitas barang, harga, dan juga desain toko yang membantu menarik perhatian pengunjung/pembeli. Beberapa hal yang mendukung dari segi desain toko tersebut adalah permainan warna, penerapan material, pemilihan *furniture* dan juga pencahayaan toko.

Pencahayaan merupakan salah satu faktor terpenting dalam segi desain suatu toko karena tanpa pencahayaan yang baik/cukup, ruang yang telah didesain sedemikian rupa tidak bisa memenuhi fungsinya dengan baik. Selain itu pencahayaan dapat mempermudah pengunjung/pembeli di dalam toko maupun diluar toko untuk melihat produk yang dipajang, karena menurut Cayless (2012), pencahayaan pada toko hendaknya membuat benda secara bentuk, warna dan ukuran mudah dikenali. Menurut Manurung (2009), desain pencahayaan *artifisial* tidak berbeda dengan tata rias wajah atau *make-up* yang digunakan untuk memperindah penampilan dan citra visual dengan penonjolan pada satu bagian dan penyimpanan pada bagian lainnya dengan bayangan. Oleh karena itu, permainan pencahayaan dapat membuat objek yang dipajangnya terlihat lebih menarik dan menonjolkan harga jual produk. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut hal yang perlu diperhatikan adalah tempat peletakan lampu dan juga jenis lampu yang digunakan seperti *spotlight, downlight, wall washer*, dan sebagainya.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dimana data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa metode, yaitu:

1. Observasi

   Menurut W. Gulo (2004:116), observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat hasil informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Pada metode ini, penulis melakukan langsung observasi di Mall Plaza Indonesia dan melihat beberapa toko sebagai referensi dan perbandingan.

2. Studi Pustaka

   Studi pustaka dilakukan dengan mencari referensi yang sesuai dengan topik dan tema yang diambil (pencahayaan) yang digunakan untuk menunjang kelengkapan

data dalam penelitian dengan menggunakan sumber-sumber dari kepustakaan yang relevan.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan mencari segala data yang relevan dengan topik pembahasan yang pada akhirnya dapat menimbulkan sebuah perseps/pembuktian dengan hal terkait.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Luigina de Grands (2015), berdasarkan sumber cahayanya, sumber cahaya dibagi menjadi tiga, yaitu cahaya lampu pijar *(incandescent)*, cahaya listrik neon dan cahaya yang mengandung fosfor (*fluorescent*) (De Grands, Luigin. Harry N. Abrams, 2015). Menurut intensitasnya, cahaya buatan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu penyinaran penuh (*full light*), penyinaran sedang (*medium light*), dan penyinaran rendah atau temaram (*low light)* Berdasarkan penempatannya, pencahayaan buatan dibagi menjadi lima, yaitu pada langit-langit (*ceiling lamp*), bergantung dari langit-langit (*pendant lamp*), menempel pada dinding (*wall lamp*), diatas meja (*table lamp)* dan berdiri dengan kaki (*standing lamp*). Berdasarkan arah cahaya, pencahayaan buatan dibagi menjadi tiga, yaitu Chaya yang mengarah ke atas (*uplights*), cahaya yang mengarah ke bawah (*downlights*) dan sorot (*spotlight*). Berdasarkan fungsi atau kebutuhannya, pencahayaan buatan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu pencahayaan umum (*general lighting*), pencahayaan khusus (*task lighting)* dan pencahayaan aksen. (*accent lighting*). Berdasarkan penampakannya, pencahayaan buatan dibagi menjadi dua, yaitu pencahayaan langsung (*direct lighting*) dan pencahayaan tidak langsung (*indirect lighting*).

Pencahayaan didalam suatu toko memiliki 2 fungsi yaitu sebagai aspek fungsional dan aspek estetika. Aspek fungsional sebagai penerangan ruangan sedangkan aspek estetika untuk keindahan ruangan dari segi bentuk, material, dan sebagainya. Menurut John F. Pile (2005), aspek estetika dalam pencahayaan buatan terbagi menjadi:

1. *Visual perception*, estetika yang berkaitan dengan unsur-unsur visual yang dapat memberikan impuls untuk diolah dalam pemikiran penerima sehingga menghasilkan penilaian tertentu
2. *Visual impression,* unsur visual yang diterima akan meninggalkan kesan yang dalam (Impresi) kepada penerima impuls
3. *Visual imaginary*, unsur visual yang dapat memberikan kemungkinan untuk berkembangnya pemikiran lain yang lebih

jauh dasrripada apa yang sekedar diterima melalui impuls.

Jika dilihat dari jenis pencahayaannya, jenis pencahayaan yang paling sering digunakan adalah pencahayaan kualitatif. Pencahayaan kualitatif merupakan desain pencahayaan yang ditemukan oleh Richard Kelly. Kelly membagi pencahayaan kualitatif kedalam tiga fungsi dasar (*World of Shopping, 2008*):

1. *Ambient Luminescence*

   Ambient luminescence berperan sebagai latar belakang atau kanvas dari suatu ruangan yang akan diisi oleh beberapa teknik pencahayaan lainnya. Fungsi utamanya adalah untuk memenuhi visualisasi umum dalam ruangan yang mendukung terjadinya aktivitas sesuai dengan jenis/konteks ruangan. Pada Toko Yanti *Jewellery, ambient light* diaplikasikan dalam penggunaan lampu *downlight* pada *ceiling* sehingga menciptakan tingkat pencahayaan yang merata (lihat Gambar 1 & 3).

2. *Focal glow*

   Teknik pencahayaan langsung yang dipakai untuk menekankan suatu objek, area dan zona spesifik dari suatu ruang serta menciptakan hirarki persepsi seorang. Area yang ingin ditekankan dalam suatu ruangan akan disinari dengan intensitas cahaya tertentu yang membuat hirarki fokus seseorang akan lebih tertuju pada area tersebut dibandingkan area lain yang dijadikan sebagai latar belakang. Konsep *focal glow* pada Toko Yanti *Jewellery* diterapkan pada lampu tracklight yang berfungsi untuk menerangi produk pada *window display*, lampu *mini spotlight* yang bergungsi untuk menerangi produk yang berada didalam *display cabinet*, dan lampu halogen yang berfungsi untuk menerangi produk yang berada didalam *wall display* (lihat Gambar 2 & 4).

3. *Play of brilliants*

   Merupakan efek pencahayaan dekoratif dengan menggunakan permain warna, pola dan perubahan dinamis cahaya sehingga menciptakan suasana dan pengalaman berbeda dari suatu ruangan. Konsep *Play of brilliants* diterapkan didalam Toko Yanti *Jewellery* pada *decorative ceiling* area *wall display* dengan menggunakan *hidden light* dibeberapa titik (lihat gambar 1 & 3).

Pencahayaan didalam toko Yanti *Jewellery* dibagi menjadi 3 area, yaitu *window display*, area *counter* dan juga area *display*.

A. Tabel Klasifikasi Pencahayaan Buatan

Tabel 1: Pencahayaan buatan

No	Gambar	Keterangan
1	Sumber gambar: www.diffusioneshop.com	**Window Display** Philips LED *Track light* 20W COB 220V *Aluminum track rail fixture* *Finishing : Brushed nickel* Ukuran : 80mm x 110mm *Cool Daylight* 6500K *Task lighting*: menerangi produk yang dipajang didepan *window display* toko *Ceiling lamp*
2	Sumber gambar: www.eaglelighting.co.za	**Area *Counter*** *Downlight fixed cnc* *Anti-glare* MAN313 Watt : 50W *Voltage* : 220V Diameter : 70MM Material : Aluminium *Cool daylight* 6500K *General lighting* *Ceiling lamp*
3	Sumber gambar: www.bhineka.com Sumber: ww.archiproducts.com Sumber gambar: www.indotrading.com	**Area Display** *Fluorescent lamp* Philips TL5 Essential 28W Watt: 28W *Cool daylight* 6500K *Accent lighting* *Hidden ceiling lamp* Panjang : 120cm *Mini spotlight lamp* (LED) *Housing cap* : Black Watt: 1W Diameter: 20MM Warna lampu : *cool daylight* Osram halogen *light* Watt: 4.6W Warna Lampu: *Cool daylight* Lampu : LED Volt: 12V

Sumber mengacu: Ismanto, Adi. (2017). Perbedaan Kontras Luminasi Sebagai Pembentuk Karakter Bidang/Modeling pada Pencahayaan Fasade Bangunan *Edutaiment.* Jurnal Lintas Ruang.

B. Analisis Pencahayaan Buatan

Berikut ini adalah beberapa view dari dalam toko dan luar toko Yanti *Jewellery* di Mall Plaza Indonesia:

Gambar 1: *Perspective 1* dilihat dari sisi sebelah kiri (Sumber: Tania, 2021)

Gambar ilustrasi memperlihatkan area *counter* dan juga area *wall display*, yang pada *wall cabinet* terdapat lampu halogen dan *hidden ceiling lamp*. Lalu pada area *counter* menggunakan *downlight* yang terpasang pada *drop ceiling*. Pada gambar diatas dapat kita lihat penerapan-penerapan konsep dari teori Richard Kelly yang terdapat pada pemilihan lampu *downlight* sebagai penerang utama (*ambient light*), penggunakan lampu halogen pada *wall display* (*focal glow)* dan juga penempatan *hidden light* pada *ceiling area wall display (play of* brilliants) (Sumber: Tania, 2021)

Gambar 2: *Perspective* 2 dilihat dari sisi sebelah kanan.

Gambar ilustrasi memperlihatkan area *counter* dan juga area *cabinet display*, yang pada *wall cabinet* terdapat lampu spotlight pada masing-masing kotak cabinet. Lalu pada area *counter* menggunakan *downlight* yang terpasang pada *drop ceiling* (Sumber: Tania, 2021).

Gambar 3: *Perspective 3* dilihat dari depan pintu masuk toko.

Gambar ilustrasi memperlihatkan isi toko secara keseluruhan sehingga terlihat jelas area *counter* dan juga area *display* (Sumber: Tania, 2021).

Gambar 4: Gambar ilustrasi *store front* Yanti *Jewellery* (Sumber: Tania, 2021)

Pada gambar *store front* Yanti *Jewellery* dapat terlihat segala macam aspek dari teori Richard Kelly yang terdapat pada lampu *tracklight* untuk *window display* dan halogen pada *wall display* (*focal glow*), penerangan utama yang membuat penerangan tersebar rata yaitu lampu downlight (*ambient light*) dan juga terlihat *hidden light* pada plafond yang merupakan konsep *play of brilliants.*

Gambar 5: Gambar ilustrasi foto Yanti *Jewellery* disandingkan dengan toko-toko *jewellery* lain yang ada disebelah kanan dan kirinya (Sumber: Tania, 2021).

IV. SIMPULAN

Hasil analisis pencahayaan buatan pada Toko Yanti *Jewellery* di Mall Plaza Indonesia menunjukkan berbagai macam pilihan lampu yang digunakan dimulai dari d*ownlight* yang berfungsi sebagai general lighting dari toko tersebut, *spotlight* yang berfungsi sebagai *task lighting,* dan juga *hidden light* yang berfungsi sebagai *accent lighting.* Berdasarkan persepsi penulis dan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa Toko *Yanti Jewellery* memiliki 3 aspek yaitu *ambient luminescence*, *focal glow* dan juga *play of brilliants* yang dimana jika jijabarkan dapat mencapai beberapa kesimpulan:

1. Toko Yanti *Jewellery* sudah memiliki aspek ambient lighting yang baik. Hal tersebut dilihat dari penggunaan lampu *downlight* sebagai penerang utama yang menerangi ruangan secara menyeluruh dan dapat meningkatkan kenyamanan pengunjung (tidak membuat mata menjadi sakit).
2. Toko Yanti *Jewellery* menerapkan sistem *window display* yang dilengkapi dengan lampu *tracklight* untuk menonjolkan perhiasan yang ingin dijual. Penggunaan lampu *tracklight* mendukung konsep *focal glow* yang dimana dapat menarik perhatian pengunjung yang berada diluar toko.
3. Toko Yanti *Jewellery* menggunakan konsep *play of brilliants* dengan menerapkan *hidden light* pada *ceiling area wall display*. Hal tersebut membuat pencahayaan didalam Toko Yanti *Jewellery* memiliki permainan cahaya yang memberikan sedikit kesan dinamis dan tidak membosankan.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada PT Target Teguh Perkasa Mandiri yang sudah membantu penulis menyelesaikan jurnal ini dengan memberikan kesempatan untuk memegang proyek toko Yanti Jewellery di Mall Plaza Indonesia. Penulis juga ingin berterima kasih kepada pihak Yanti *Jewellery* yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan pengamatan, memberikan informasi dan segala hal yang berguna bagi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Cayless, Marsden. (2012). *Lamp & Lighting* (3rd.ed). London: McGraw-Hill.

Flynn, John E., T.J.Spencer, O. Martynuk, and C. Hendrick. 1975. *Interior Report: The Effect of Light on Human Judgement and Behavior*. Di dalam: Smith, Fran Kellog and Bertolone, Fred J. (ed). *Bringing Interiors to Light, The Principles and Practices of Lightning Design*. New York: New York Billboard Publications.

Gulo, W. 2004. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.

Ismanto, Adi. (2017). Perbedaan Kontras Luminasi Sebagai Pembentuk Karakter Bidang/Modeling pada Pencahayaan Fasade Bangunan *Edutaiment*. Jurnal Lintas Ruang. Volume 5, No.2.

Manurung, Parmonangan. *Desain Pencahayaan Arsitektural*. Yogyakarta: ANDI, 2009.

Pile, John F. 2005. *Interior Design.* New York: Harry N. Abrams Inc. Publisher.

Kelly, Richard. 2008. *World of Shopping*. New York.

Theory and Use of Color, by Luigina De Grands, Harry N. Abrams, New York, 2015 (4th edition).

Hadianto, Jocelyn. (2013). Pengaruh Pencahayaan Buatan Terhadap Kenyamanan Visual Pengunjung pada Interior *Boutique Banana Republic* di Surabaya. Jurnal Intra. Volume 1, No. 1.