

PERANCANGAN PROYEK RESTORAN MELLACA EATERY DENGAN PENDALAMAN SENSE OF PLACE

Vieri Imanuel Lokito^a, Melania Rahadiyanti^b.

^{a/b} Arsitektur, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra

CitraLand CBD Boulevard, Made, Kec. Sambikerep, Kota Surabaya, Jawa Timur 60219

alamat email untuk surat menyurat : melania.rahadiyanti@ciputra.ac.id

How to Cite : Lokito, Vieri Imanuel, & Rahadiyanti, Melania (2022). PERANCANGAN PROYEK RESTORAN MELLACA EATERY DENGAN PENDALAMAN SENSE OF PLACE

. AKSEN: Journal of Design and Creative Industry, 6 (2), 57-72

<https://doi.org-10.37715/aksen.v6i2.2739>

ABSTRACT

Mellaca Eatery is a restaurant with a Malaysian specialty located in Malang. In this project, the owner wants a refresh and a new concept for the restaurant that will be built in Jl. Bukit Dieng Permai. The owner wants this new restaurant to reflect more about "Kota Melaka" but on the other hand it can still maintain the DNA of the old restaurant that was dominated by an Industrial Style. Therefore, in this project the Sense of Place design approach is the ideal approach. In the Sense of Place approach, the atmosphere in the restaurant can be formed from the images, forms, and activities. The design style applied as the main image / theme for this restaurant is a combination of Industrial and Peranakan Style which is authentic in Malaysia. This main theme is shown through the use of materials, furniture, color palette, and accessories in the interior spaces. Meanwhile from an architectural perspective, the effort made is to combine various types of Historicism Building and Elements such as the famous Christ Church in Melaka, the Shophouses, and the ambience of Jonker Street to give the impression of Sense of Place on the shape of the building. In this project, the building is also designed to encourage activities such as a demonstration area for "Roti Canai" & "The Tarik" and many instagrammable spots filled with murals depicting the sense of place of "Kota Melaka". Through a combination of images, forms and activities, a Sense of Place will be formed in Mellaca Eatery.

Keywords: Kota Melaka, Sense of Place, Image, Form, Activity

ABSTRAK

Mellaca Eatery merupakan restoran dengan kekhasan Malaysia yang berada di Malang. Dalam proyek ini, sang pemilik menginginkan adanya perubahan dan adanya konsep baru untuk restoran yang akan dibangun di Jl. Bukit Dieng Permai. Sang pemilik ingin restoran baru ini merefleksikan Kota Melaka, tetapi di sisi lain tetap dapat mempertahankan DNA dari restoran lamanya yang menggunakan konsep Industrial. Maka dari itu, dalam proyek ini pendekatan desain *Sense of Place* merupakan pendekatan yang ideal. Pada pendekatan *Sense of Place*, suasana di dalam restoran dapat terbentuk dengan adanya *image*, bentuk, & aktivitas. Gaya desain yang diterapkan sebagai *image* / tema utama untuk restoran ini adalah kombinasi dari Industrial dan Desain Peranakan yang otentik di Malaysia. Tema utama ini ditunjukkan melalui penggunaan material, furnitur, permainan warna, & aksesoris di dalam area interior. Sedangkan dalam perspektif arsitektur, usaha yang dilakukan yaitu mengombinasikan berbagai macam bangunan & elemen *historicism* seperti Gereja Christ Church yang terkenal di Melaka, Ruko-ruko, dan suasana jalanan *Jonker Street* untuk memberi kesan *Sense of Place* pada bentuk bangunan. Dalam proyek ini, bangunan ini juga didesain untuk mendorong aktivitas seperti area demo untuk Roti Canai & Teh Tarik, dan banyaknya *spot-spot instagrammable* yang dipenuhi dengan mural-mural yang menggambarkan suasana *Sense of Place* kota Melaka. Melalui kombinasi *image*, bentuk, & aktivitas maka akan terbentuk suatu *Sense of Place* di Mellaca Eatery.

Kata Kunci: Kota Melaka, Sense of Place, Image, Bentuk, Aktivitas

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dengan era yang semakin berkembang saat ini, dan tingkat konsumtif masyarakat yang tiap tahun makin meningkat, tentunya membuat *café* menjadi prospek yang luar biasa. Apalagi dengan tren kafe-kafe *instagramable* yang hadir dengan gaya-gaya desain yang *trendy* seperti *industrial* menjadi pilihan utama bagi banyak pemilik *café*. Pendekatan perilaku pada restoran dan *café* ini mempengaruhi desain yang diciptakan (Astuti & Hanan, 2016).

Mellaca *Eatery* sebagai salah satu di antaranya, mengusung tema restoran khas Malaysia yang berada di Jl. Villa Puncak Tidar Blok Komersial No 4, Malang. Jika dilihat dari konsepnya, Mellaca *Eatery* merupakan restoran yang berkonsep *café & dining* oleh karena makanan yang dijual berupa *dessert* seperti canai, roti tissue, dan makanan berat berupa nasi kare, mie susu, dst.

Dalam *project* ini klien menginginkan untuk mencoba mendesain restoran Mellaca *Eatery* pada lahan yang dimiliki klien dengan nuansa Malaysia / Melaka yang lebih mengena. Maka dari itu proyek desain restoran ini akan menggunakan pendekatan *sense of place* yang menggambarkan nuansa Melaka pada desainnya.

Dalam hal ini, desain arsitektur dan interior Mellaca *Eatery* menerapkan desain Industrial yang terlihat dari penggunaan material yang didominasi besi, lampu edison, kaca, dan penggunaan banyak material *exposed*. Namun

sayangnya, dengan adanya desain tersebut, restoran secara tidak langsung telah melupakan tema utama dari *branding*-nya yang cukup erat dengan kota Melaka dan Malaysia. Kurangnya identitas yang tercermin dari bangunan tentunya menjadi masalah yang harus diselesaikan.

Menurut Steele (1981) (dalam Hashemnezhad, Heidari, & Hoseini, 2013) suatu tempat yang memiliki identitas dan mudah dikenali menciptakan suasana *sense of place*. Dengan adanya *sense of place* yang terbentuk maka kenyamanan suatu tempat dapat meningkat secara psikologikal (Rogan, O'Connor, & Horwitz, 2005).

Berdasarkan teori yang ada terdapat 4 tingkat *sense of place* yaitu *Lack of Sense of Place*, *Belonging to a Place*, *Attachment to a Place*, dan *Sacrifice for a Place* (Shamai, 1991). Dalam hal ini, Mellaca *Eatery* saat ini berada di tingkatan paling rendah yaitu *Lack of Sense of Place*, di mana para pengunjung dapat mengidentifikasi simbol-simbol yang ada seperti mural orang-orangan Malaysia di Mellaca *Eatery*, namun tidak dapat merasakan ikatan emosional pada tempat tersebut. Dalam hal ini adanya perubahan tingkat *sense of place* Mellaca *Eatery* ke tingkat ke 3 yaitu *Attachment to a Place* tentunya akan memberikan perubahan yang signifikan melalui ikatan emosional, memberikan identitas, dan karakter yang unik. Di samping dari itu identitas / *sense of place* dari Mellaca *Eatery* yang lama harus dapat dipertahankan atau di-*blend in* dengan lokasi yang baru ini.

Melalui *brief* proyek ini, pendekatan desain *sense of place* untuk memunculkan nuansa kota Melaka di Desain Restoran *Mellaca Eatery* merupakan solusi yang tepat.

LITERATUR/STUDI PUSTAKA

Definisi Restoran

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014), Restoran merupakan tempat penyedia jasa makanan dan minuman yang memiliki perlengkapan dan peralatan yang lengkap untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajian dengan tujuan untuk memperoleh laba.

Standar & Kebutuhan Ruang Restoran Menurut Hidayat & Setiawan (Hidayat & Setiawan, 2015) berikut adalah persyaratan-persyaratan yang perlu dipenuhi untuk membuat suatu kafe / restoran:

- Ruang Depan:
Ruang Depan adalah ruangan yang berfungsi bagi pelanggan. Syarat-syarat yang perlu dilihat ketika membuat area ruang depan adalah:
 - o Penyekat antara kafe / resto dengan dapur harus tahan api
 - o Tersedia pintu keluar darurat atau tangga darurat
 - o Pintu keluar-masuk pelanggan & pegawai terpisah
 - o Sirkulasi pegawai dan pengunjung terjaga dengan baik
 - o Perawatan Mudah

- Ruang Belakang
Ruang belakang adalah ruang yang berfungsi sebagai area penyimpanan, persiapan makanan & minuman, dan aktivitas karyawan. Syarat-syarat yang perlu diperhatikan adalah:
 - o Penerangan yang cukup untuk aktivitas
 - o Pembuangan air yang baik
 - o Adanya *exhaust* / pengisap asap pada dapur.
 - o Tata udara harus diatur
 - o Restoran harus dilengkapi dengan toilet umum yang terpisah antara pria dan wanita
 - o Lantai restoran harus mudah dibersihkan
- Pedoman Dimensi Restoran
Menurut buku manajemen *Food and Beverage Service Hotel*, pedoman luas restoran adalah:
 - o Luas restoran (tidak termasuk dapur) adalah 1.6 m² per orang
 - o Luas dapur termasuk penyimpanan makanan, cuci, dan *chief office* adalah 40% dari luas restoran
 - o Luas Service bar (tidak tergantung dengan jumlah pelanggan) adalah 50 m²
- Persyaratan Restoran
Menurut buku pengantar Akomodasi dan Restoran, berikut adalah persyaratan dalam membangun restoran:
 - o Jumlah tempat duduk harus sebanding dengan luas restoran. Ketentuan restoran adalah 1.5 m² per tempat duduk

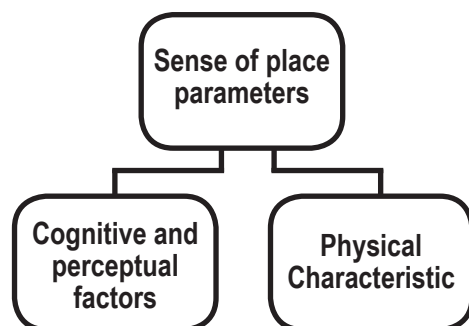
- o Tinggi restoran tidak boleh lebih rendah dari 2.6m
- o Letak Restoran harus berhubungan dengan dapur dan harus dilengkapi pintu-masuk keluar yang berbeda

Definisi Sense of Place

Menurut Hashemnezhad, Yazdanfar, Heidari, & Behdadfar (Hashemnezhad et al., 2013), *Sense of Place* merupakan perasaan / pengalaman (kenangan, tradisi, sejarah, budaya, dan masyarakat) seseorang terhadap suatu tempat. Melalui *Sense of Place* yang baik maka secara psikologikal, kenyamanan dan kesenangan penghuni dapat terbentuk terhadap suatu tempat (Cross, 2001).

Faktor Pembentuk Sense of Place

Menurut Hashemnezhad, Yazdanfar, Heidari, & Behdadfar (Hashemnezhad et al., 2013), terdapat 3 faktor pembentuk *Sense of Place*, faktor-faktor pembentuk *Sense of Place* adalah karakter fisik dan faktor kognitif & persepsi.



Bagan 1. Faktor *Sense of Place*
Sumber: Hashemnezhad, dkk, 2013

Faktor Kognitif & Persepsi

Faktor kognitif adalah persepsi dari penghuni terhadap suatu tempat. Setiap tempat akan memberi makna yang berbeda terhadap setiap orang (Najafi & Shariff, 2011). Hal ini bisa dilihat dari pengalaman, motivasi, latar belakang, dan karakter fisik lingkungan (Schulz, 1980).

Karakter Fisik

Secara fisik, parameter yang memberikan pengaruh *sense of place* adalah ukuran, skala, komponen, tekstur, keragaman, dekorasi, warna, bau, kebisingan, dan temperatur (Boo, 2017; Kusumowidagdo, Sachari, & Widodo, 2012; Zacharias, 2016). Selain itu adanya elemen identitas, sejarah, keamanan, kemisteriusan, kenyamanan, vitalitas, dan kenangan memberi pengaruh terhadap perasaan pengguna (Kusumowidagdo & Wardhani, 2017; Rahadiyanti, Kusumowidagdo, Wardhani, Kaihatu, & Swari, 2019; Wardhani, Kusumowidagdo, Kaihatu, & Rahadiyanti, 2019).

Menurut Arsianti (Arsianti, 2016), *sense* terhadap ruang bergantung pada struktur tata ruang, kualitas budaya, dan tujuan dari pengamat. Hubungan antara lingkungan fisik dan kognisi dapat dibagi menjadi 5 elemen yaitu:

o Identitas

Identitas adalah karakter dan atribut spasial dari suatu obyek yang dapat memperkuat kemampuan dalam mengenali suatu lingkungan

o Struktur

Struktur merupakan pola hubungan antar obyek dengan pengamat dan obyek dengan obyek lainnya dalam suatu tempat.

o Kesesuaian (*Congruence*)

Congruence merupakan hubungan antar bentuk dengan fungsi.

o Transparansi

Transparansi merupakan tingkat keterlihatan seseorang untuk mengetahui apa yang ada di suatu tempat

o Mudah dibaca (*Legibility*)

Legibility merupakan kemudahan mengenali suatu tempat. Dengan adanya *legibility* maka identitas, struktur dan makna pada suatu lokasi akan diperkuat

• *Belonging to a place*

Belonging to a place merupakan tingkatan di mana pengguna sudah merasa familiar terhadap suatu tempat. Pada tahap ini ikatan emosional sudah terbentuk.

• *Attachment to a place*

Attachment to a place merupakan tingkatan di mana sudah ada ikatan emosional yang terbentuk dan karakter-karakter unik yang dapat dilihat melalui simbol, dst.

• *Sacrifice for a place*

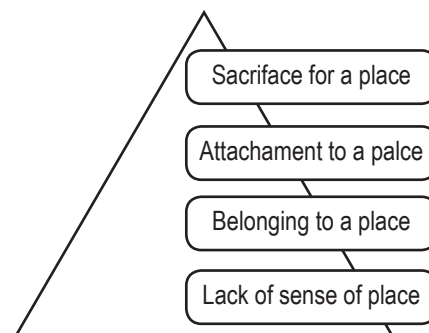
Sacrifice for a place merupakan tingkatan *sense of place* tertinggi di mana seseorang merasakan komitmen yang mendalam terhadap suatu tempat. Pada tahap ini pengguna akan rela untuk datang ke lokasi demi atribut dan nilai-nilai yang ada.

Tingkat *Sense of Place*

Setiap ruang atau lokasi selalu memiliki *sense of place* yang berbeda-beda. Dengan adanya ikatan emosional yang kuat pada suatu tempat, maka akan menghasilkan rasa nyaman bagi pengguna untuk berada lama di tempat tersebut dan bersosialisasi dengan elemen-elemen *sense of place* yang ada. Menurut Hashemnezhad, Yazdanfar, Heidari, & Behdadfar (Hashemnezhad et al., 2013), terdapat 4 tingkat *sense of place*, yaitu:

• *Lack of Sense of Place*

Lack of Sense of Place merupakan tingkatan di mana adanya rasa familiar terhadap suatu tempat dan kemampuan untuk mengidentifikasi simbol-simbol yang ada pada pengguna. Namun tidak ada ikatan emosional



Bagan 2. Tingkatan *Sense of Place*

Sumber: Hashemnezhad, dkk, 2013

Kota Melaka

Secara singkat, Melaka merupakan kota kecil bersejarah di Malaysia. Lokasinya yang sempat diduduki oleh Portugis, Belanda, Inggris, dan

Jepang membuat kota ini dinyatakan sebagai *World Heritage* oleh UNESCO oleh karena percampuran budaya dan sejarah yang menarik (Kumparan.com, 2019). Selain itu keberadaan bangunan-bangunan bersejarah yang dipertahankan menjadikan kota ini menjadi salah satu destinasi para turis.

Melihat dari rata-rata lokasi bangunan terkenal yang saling berdekatan. Membuat banyaknya turis yang berjalan kaki oleh karena jarak antar tempat yang cukup dekat. Jika dilihat dari lokasi yang terkenal salah satunya adalah pasar malam Jonker yang merupakan wilayah Chinatown di Melaka yang menawarkan banyak barang *souvenir* dan kuliner *street food* asal Melaka.

Selain itu adanya lokasi yang terkenal lainnya yaitu Stadthuys Red Square yang merupakan museum dan kompleks bangunan berwarna merah yang berada di tengah kota menjadi *spot-spot* wajib bagi para turis. Bersebelahan dengan Stadthuys, terdapat Christ Church yang merupakan gereja berwarna merah yang telah dibangun sejak 1741 dan dipenuhi dengan pangkalan becak hias.

Adanya perpaduan budaya dari Portugis, Belanda, Inggris, dan Jepang pada bangunan menjadi daya Tarik dari kota ini. Selain itu areanya yang berdekatan dengan sungai Melaka, lampion, dan mural-mural yang dapat ditemukan di sepanjang jalan menjadi *Sense of Place* dari Melaka. Hal ini tercermin juga pada bangunan-

bangunan *heritage* lainnya seperti Menara Taming Sari, Benteng A Famosa, Gereja St. Paul, dan seterusnya.



Gambar 1. Jonker Street, Melaka River Walk, Becak Melaka, & Christ Church
Sumber: Pinterest.com, 2020

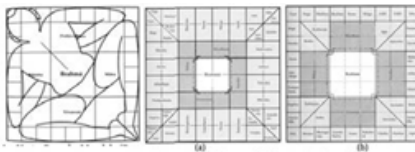
Arsitektur Kota Melaka

Bangunan Vernakular Kota Melaka mengikuti tradisi dari Asia Tenggara, di mana mereka menerapkan prinsip bangunan *vernacular Austronesian* (Lee, 2016). Ciri- ciri bangunan *Austronesian* adalah: *Steep Pitch Roof*, *Wide Eaves*, *Raised floor*, *Breathing Roof*, & *Porous Wall*.



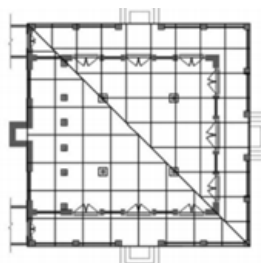
Gambar 2. Bangunan Austronesian
Sumber: Lee, 2016

Orang Asia Tenggara mempelajari filsafat dan kosmologi India sejak abad pertama dan menerapkannya pada prinsip tata ruang dan formal yang dikenal sebagai Mandala pada Tipologi Arsitektural dan Morfologi Pemukiman.



Gambar 3. Prinsip Mandala
Sumber: Lee, 2016

Mandala dapat dipahami sebagai divisi tri-artit dari kosmos di makro, meso, dan tingkat mikro. Pembagian atau hierarki kosmologis tri-partit ini sesuai dengan metafora manusia tubuh (kepala, batang tubuh, dan kaki), dan metafora alam semesta: langit tempat roh-roh ilahi memerintah, tanah tempat tinggal manusia, dan dunia bawah tempat roh-roh jahat tinggal. Ini dapat dilihat di bidang dua dimensi atau diterapkan pada ruang dan bentuk tiga dimensi. Penerapan Denah Persegi dalam Arsitektur Islam di Asia Tenggara juga didorong dari Mandala. Dalam Ikonografi denah Arsitektur, Mandala Mengacu pada rangkaian angka yang berurutan dalam bentuk persegi, di mana jumlah deretan angka ke segala arah adalah sama.



Gambar 4. Mandala dalam Arsitektur Islam
Sumber: Lee, 2016



Gambar 5. Arsitektur Islam Kota Melaka
Sumber: Lee, 2016

Pada awal mulanya Kota Melaka merupakan kota yang tidak dibatasi dengan dinding / pembatas. Namun dengan adanya serangan dari Portugis, pembuatan dinding sebagai benteng dibentuk di sekeliling kota sejak Portugis menjajah Melaka.

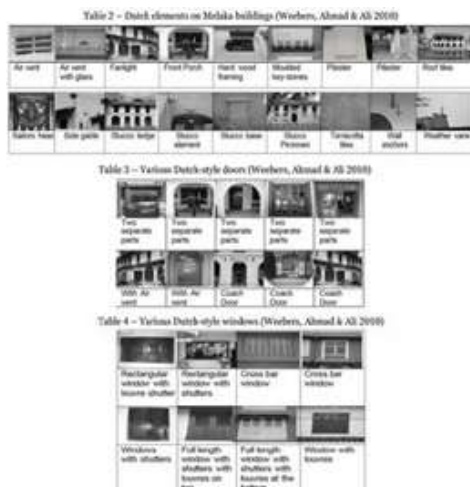


Gambar 6. Benteng Kota Melaka
Sumber: Lee, 2016

Pada Era ini, Portugis menarik pedagang Cina untuk berdagang di Kota Melaka. Hal ini menimbulkan munculnya Kampong Cina di Kota Melaka.

Pada masa penjajahan Belanda regulasi bangunan ditetapkan pada kota Melaka. Hal ini menimbulkan banyaknya variasi pada area seperti Benteng, *Watchtowers*, Gedung Pemerintahan, *ShopHouse*, *Townhouses*, *Country Houses*, & *Storage Depots* & dekorasi ornamen Khas Belanda. Rumah-rumah pada zaman tersebut

memiliki *gables*, *iron-clamps*, *cross-bar* atau *sash window*, *shutters* & balok untuk menyupport lantai bangunan. Hal ini secara tidak langsung membentuk Kota Melaka menjadi perkotaan Belanda di Asia.



Gambar 7. Elemen Belanda Kota Melaka
Sumber: Lee, 2016

Public Building di Melaka banyak di influensikan dari Wide Hall House dari Netherlands. Beberapa bangunan di Melaka menunjukkan beberapa fitur arsitektur Belanda. Bangunan ini terlihat jelas dari ciri khas bangunan Belanda yang menunjukkan *exactitude & symmetry* dalam *design*.

Rata-rata bangunan dalam bentuk persegi panjang dan seimbang dari segi ukuran. Kebanyakan fasad rumah menghadap ke arah jalan dan bangunan-bangunan ini memiliki *bays*, pintu, dan jendela yang diletakkan secara simetris. Seluruh *bays*, jendela, dan pintu memiliki ukuran yang sama.



Gambar 8. The Wide Hall House
Sumber: Lee, 2016

Kurangnya pengrajin dan tenaga kerja yang terampil pada masa itu membuat VOC untuk membangun tempat tinggal bagi para pengrajin asal Cina, Tukang, Penjaga Toko, dan Petani. Apalagi dengan terbangunnya *Chinese Temple* pertama di Melaka mendorong para pekerja untuk membangun bangunan ikonik yang unik dengan mengombinasikan arsitektur Belanda dan Cina.



Gambar 9. *Chinese Temple* Pertama Kota Melaka
Sumber: Lee, 2016

Seiring berjalannya waktu ketika adanya penjajahan dari Inggris ada transisi perubahan gaya arsitektur dari The Early Straits *Eclectic Style* yang terinfluensi

dari budaya Belanda menjadi ke arah *British* dan elemen Arsitektural Barat sehingga menghasilkan *Eclectic Styles* yang lebih indah. Hal ini sangat tercermin di bangunan-bangunan *shop-house* yang sangat populer pada saat itu.



Gambar 10. *Early Straits Eclectic Style & First Transitional Style*
Sumber: Lee, 2016

Ciri Khas perubahan arsitektur ini pada awalnya berada dari Melaka lalu menyebar ke seluruh Malaysia dan Singapore.



Gambar 12. *Shophouse Melaka Features*
Sumber: Lee, 2016



Gambar 11. *Shophouse Melaka*
Sumber: Lee, 2016

Setelah itu Kota Melaka sempat dijajah oleh Jepang di mana kebanyakan fasilitas umum seperti sekolah, *hall* dan bangunan dijadikan sebagai penjara, *torture area*, dan area militer.

Tak lama setelah perang dunia ke 2 selesai Melaka kembali membangun ulang kota. Meskipun dengan banyaknya kemiskinan yang muncul berkat penjajahan ini.



Gambar 13. Kota Melaka
Sumber: Lee, 2016



Gambar 14. Bentuk Nasionalisme Kota Melaka
Sumber: Lee, 2016

Setelah sekitar 2-3 dekade sejak 1945, beberapa negara di Asia Tenggara mulai kesusahan untuk melampaui banyaknya peninggalan sejak masa Kolonial seperti pembagian, kemiskinan, membangun politik Negara, bersosialisasi, ekonomi, dan secara fisik, Hal inilah yang mendorong munculnya *International Style* dan *Modernism* untuk mengekspresikan kebebasan

dari masa kolonial dan untuk membangun rasa nasionalisme yang baru.

Rumusan Masalah

Melalui berbagai data yang telah diperoleh melalui survey dan analisis, rumusan masalah untuk perancangan ini yaitu bagaimana wujud rancangan Mellaca Eatery yang dapat menciptakan ikatan emosional dan *sense of place* Kota Melaka bagi para pengunjung di dalamnya?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan wujud rancangan Mellaca Eatery yang dapat menciptakan ikatan emosional dan *sense of place* Kota Melaka bagi para pengunjung di dalamnya.

METODE

Data Collection & Observation

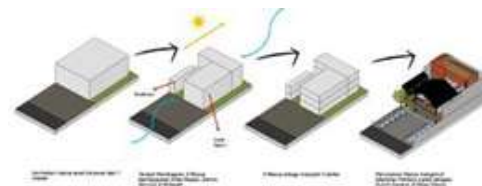
Pada tahap *data collection*, dilakukan observasi *site* dan pencarian data-data pendukung bagi *project*. Melalui tahap ini, terdapat adanya komunikasi dengan klien mengenai *constrain* yang ada pada *site* dan memberikan referensi-referensi tambahan terhadap desain.



Gambar 15. Analisis Site
Sumber: Analisis Penulis, 2021

Design Development 1

Pada tahap *Design Development 1*, mulai adanya proses mendesain sebatas pada denah peletakan dan visualisasi sederhana terhadap 3 alternatif. Pada tahap ini, klien akan memilih 1 alternatif yang dapat dikembangkan lebih lanjut.



Gambar 16. *Design Development 1*
Sumber: Analisis Penulis, 2021

Design Development 2



Gambar 17. *Design Development 2*
Sumber: Analisis Penulis, 2021

Pada tahap *Design Development 2*, mulai adanya proses mendesain berdasarkan alternatif yang terpilih dengan pertimbangan dari klien. Pada *Design Development 2* akan ada gambar visualisasi dan gambar kerja secara garis besar kepada klien.

Final Design Development

Pada tahap Final Design Development, dilakukan pengerjaan gambar kerja secara mendetail terhadap konsep desain yang telah final.

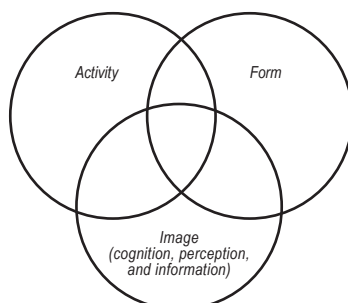


Gambar 18. *Final Design Development*
Sumber: Analisis Penulis, 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *Sense of Place*

Menurut Hashemnezhad, Yazdanfar, Heidari, & Behdadfar (2013), *Sense of Place* merupakan perasaan/pengalaman (kenangan, tradisi, sejarah, budaya, & masyarakat) seseorang terhadap suatu tempat. Melalui *Sense of Place* yang baik maka secara psikologikal, kenyamanan dan kesenangan penghuni dapat terbentuk terhadap suatu tempat. Konsep yang diterapkan dalam Restoran *Mellaca Eatery* ini adalah 3 pilar utama dari *Sense of Place* yaitu *Activity*, *Form*, & *Image*.

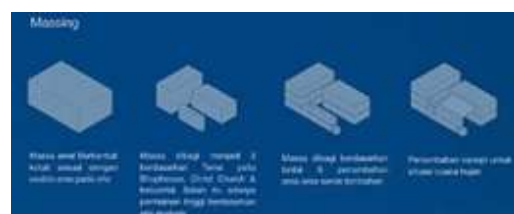


Bagan 3. 3 Pilar *Sense of Place*
Sumber: Hashemnezhad, 2013

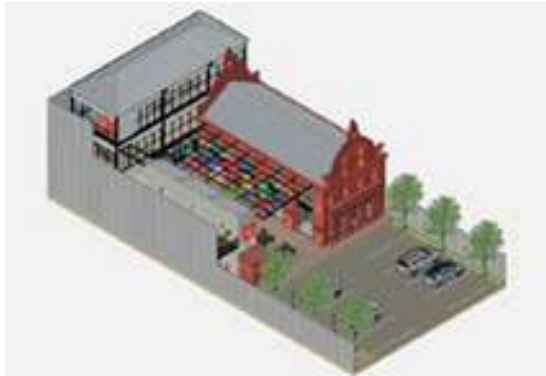
Melalui konsep restoran dirancang untuk menonjolkan suasana *activity* pada area resto seperti penyediaan area demo dan area untuk meng-*explore*. Melalui *Form* yang terbentuk melalui bangunan-bangunan yang sudah ada di kota Melaka dengan pendekatan *historicism* akan memberi kesan *uniqueness* dan historis. Melalui *Image* yang terpapar dari elemen pendukung seperti lukisan dan detail-detail khusus kota Melaka dan Negara Malaysia tentunya akan membentuk suatu kesan yang ditangkap oleh individu terhadap tempat yaitu hasil persepsi, termasuk pengetahuan, individu terhadap tempat tersebut.

Konsep Zoning & Organisasi Ruang

Penerapan Konsep *Zoning*, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi terbentuk melalui analisa *site* terhadap lingkungan, perilaku, dan preferensi klien terhadap sirkulasi. Pada awalnya *zoning* diatur menjadi 3 area yang masing-masing membentuk massa sendiri. Massa pertama adalah area *shophouse* yang menonjolkan area demo. Massa kedua menonjolkan bangunan yang mirip dengan *Christ Church* sebagai *focal point*. Massa ketiga berbentuk bangunan *industrial* biasa dengan nuansa interior Peranakan yang berperan juga untuk menghubungkan kedua *style* bangunan *historicism* dari *Christ Church* dan *shophouse*.



Gambar 19. Massing
Sumber: Analisis Penulis, 2021



Gambar 20. Isometri
Sumber: Analisis Penulis, 2021



Gambar 21. Denah
Sumber: Analisis Penulis, 2021

Konsep Karakter Gaya dan Suasana

Karakter yang ingin ditonjolkan pada suasana ruang adalah *Sense of Place* dari Kota Melaka. Salah satu penerapannya adalah dengan adanya bangunan-bangunan *historicism* dan penerapan interior Peranakan yang bervariasi pada setiap area. Selain itu adanya interaksi baik melalui aktivitas maupun terhadap suatu media atau gambar pada bangunan mampu menambah karakter *Sense of Place* dari Kota Melaka. Gaya yang diterapkan pada Restoran Mellaca Eatery adalah Peranakan dan Industrial.



Gambar 22. Interior Lantai 1
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Konsep Bentuk & Pelingkup

Bentuk yang diaplikasikan pada bangunan tentunya berdasarkan aspek arsitektur *historicism* sehingga suasana *sense of place* Kota Melaka benar-benar terbentuk melalui bangunan yang sudah ada. Selain itu dengan adanya pelingkup/kanopi yang menghubungkan bangunan *shophouse* dan *Christ Church* terbentuklah suatu area semi *outdoor* yang mampu menonjolkan setiap *view* dari masing-masing massa bangunan. Bahan-bahan pelingkup yang digunakan pada eksterior pada umumnya adalah material ekspos seperti bata ringan, dinding yang telah di cat, alderon, dan solarflat.



Gambar 23. Semi Outdoor Area
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Konsep Furniture & Aksesoris

Pemilihan Furnitur yang tentunya kekinian dan menambah kesan *sense of place* pada area tentunya menjadi faktor utama yang perlu dipertimbangkan. Hal ini dilakukan dengan pencarian bentuk-bentuk furnitur kolonial dan penerapan warna-warna peranakan pada berbagai elemen interior. Dalam aksesoris interior diutamakan material-material yang sering kali ditemukan di Jonker Street Melaka seperti sandal jepit, kurungan burung, mural, *cement tile*, poster, dan kipas.



Gambar 24. Area Makan Lantai 2
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Konsep Finishing Interior

Finishing Interior dipilih berdasarkan *color palette* dari peranakan dan lebih menonjolkan material-material yang ekspose. Dengan ini konsep interior juga dapat lebih mengarah ke desain Industrial yang sebelumnya telah diterapkan pada Restoran yang lama. Namun tentunya dengan penambahan rasa-rasa baru terhadap konsep Peranakan.



Gambar 24. Material Board Lantai 1
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Konsep Finishing Dinding

Dalam aplikasi *finishing* dinding, cenderung lebih menonjolkan dinding plesteran saja dan berbagai variasi seperti adanya *tile mozaic*, mural, dan *wallpaper* khas Peranakan yang mampu menonjolkan rasa *Sense of Place* dari Kota Melaka. Rata-rata dinding yang dicat akan menonjolkan tekstur dan tidak halus untuk menambah kesan *industrial* dan kota lama sekaligus.



Gambar 25. Outdoor Area
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

Konsep Finishing Plafon

Pada area plafon *finishing* cenderung sama dengan dinding yang menonjolkan material ekspose dan bertekstur. Namun rata-rata plafon menggunakan warna gelap untuk memberi kesan *depth* pada area. Adanya warna gelap juga tentunya mampu memberi bayangan-bayangan yang dapat menonjolkan suatu tekstur, aksesoris, ataupun mural pada bangunan.



Gambar 26. Area Makan Shophouse
Sumber: Dokumen Penulis, 2021

Konsep Finishing Lantai

Finishing lantai pada bangunan rata-rata menggunakan *cement tile* dengan motif yang beragam. Hal ini dikarenakan ciri khas dari desain Peranakan yang sering kali bermain dengan

kekayaan motif *cement tile*. Selain itu, dari sisi historis pada zaman dulu orang akan sangat mengapresiasi interior dengan motif *cement* yang beragam. Di Kota Melaka banyaknya ragam *cement tile* berkaitan erat dengan status kesuksesan.



Gambar 27. Area Makan VIP
Sumber: Dokumentasi Penulis (2021)

KESIMPULAN

Proyek perancangan ini menerapkan penerapan *Sense of Place* sebagai dasar dalam mendesain bangunan agar dapat memunculkan suasana lingkungan dari Kota Melaka.

Penerapan *Sense of Place* ini diterapkan melalui aktivitas yang dibangun dalam area, bentukan bangunan *historicism* dari Kota Melaka, & *Image* yang dicerminkan melalui aksesoris, lukisan, kepercayaan kota Melaka, dan barang-barang historis. Dengan penerapan konsep ini, diharapkan dapat menjadi referensi yang baru bagi calon arsitek dan *interior designer* dalam penerapan *Sense of Place*.



Gambar 28. Facade Mellaca Eatery yang menampilkan suasana Kota Melaka
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021

REFERENSI

- Arsianti, D. (2016). *Pengaruh Karakter Visual Dan Aktivitas Pendukung Terhadap Sense of Place*. 212.
- Astuti, S., & Hanan, H. (2016). The Behaviour of Consumer Society in Consuming Food at Restaurants and Cafes. *Journal of ASIAN Behavioural Studies*, 1(1), 71. <https://doi.org/10.21834/jabs.v1i1.173>
- Boo, H. V. (2017). Service Environment of Restaurants: Findings from the youth customers. *Journal of ASIAN Behavioural Studies*, 2(2), 67. <https://doi.org/10.21834/jabs.v2i2.183>
- Cross, J. (2001). *What is Sense of Place?*
- Hashemnezhad, H., Heidari, A. A., & Hoseini, P. M. (2013). "Sense of place" and "Place Attachment." *International Journal of Architecture and Urban Development*, 3(1), 5–12.
- Hidayat, D. W., & Setiawan, A. P. (2015). Perancangan Interior Cafe dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya. *Jurnal Intra*, 3(2), 92–101.
- Kusumowidagdo, A., Sachari, A., & Widodo, P. (2012). Shoppers' Perception on Physical Condition of Shopping Centers' Atmosphere at Different Lifecycle. *International Research Journal of Business Studies*, 5(2), 87–100. <https://doi.org/10.21632/irjbs.5.2.87-100>
- Kusumowidagdo, A., & Wardhani, D. K. (2017). *Authenticity of physical environment that influence sense of place: A qualitative study at ampel corridor, Surabaya, Indonesia*.
- Lee, W. H. (2016). The History of Melaka's Urban Morphology. *Urban Morphology*, 8(2), 71–89. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1719.3367>
- Najafi, M., & Shariff, M. K. B. M. (2011). The Concept of Place and Sense of Place in Architectural Studies. *International Journal of Human and Social Sciences*, 6(3), 187–193.
- Rahadiyanti, M., Kusumowidagdo, A., Wardhani, D. K., Kaihatu, T. S., & Swari, I. A. I. (2019). Sense of Place Kawasan Wisata Pasar Ubud. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 6(2), 123. <https://doi.org/10.24252/nature.v6i2a3>
- Rogan, R., O'Connor, M., & Horwitz, P. (2005). Nowhere to hide: Awareness and

- perceptions of environmental change and their influence on relationships with place. *Journal of Environmental Psychology*, 25(2), 147–158. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2005.03.001>
- Schulz, C. N. (1980). *Genius loci: Towards a phenomenology of architecture*. Academy Editions, London.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: an empirical measurement. *Geoforum*, 22(3), 347–358. [https://doi.org/10.1016/0016-7185\(91\)90017-K](https://doi.org/10.1016/0016-7185(91)90017-K)
- Wardhani, D., Kusumowidagdo, A., Kaihatu, T., & Rahadiyanti, M. (2019). *Sense of Place Pasar Barang Antik Triwindu: Eksplorasi Faktor Fisik dan Sosial Pada Kompleks Arsitektur Komersial di Surakarta*. 34, 1–10.
- Zacharias, J. (2016). Choosing a Path in the Underground: Visual Information and Preference. *ACUUS 2002 International Conference URBAN UNDERGROUND SPACE: A RESOURCE FOR CITIES*, (January 2002), 10. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/237560221_CHOOSING_A_PATH_IN_THE_UNDERGROUND_VISUAL_INFORMATION_AND_PREFERENCE?enrichId=rgreq-263cb4fe-d276-4067-b9e0-9fb2e220fb40&enrichSource=Y292ZXJQYWdlOzIzNzU2MDIyMTtBUzoxMDY1NjEwODcyMTM1NjIAMTQwMjQxNzU1MTE2NA