

PERANCANGAN KAFE PRINGGADANI DENGAN PENDALAMAN PSIKOLOGI LINGKUNGAN OLEH YIQI DESIGN STUDIO

Sharen Sanjaya^a, Astrid Kusumowidagdo^b

^{a/b}Departemen Arsitektur, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Ciputra UC Town, Citraland, Surabaya, Indonesia

alamat email untuk surat menyerat : astrid@ciputra.ac.id^b

ABSTRACT

Commercial business is a sector that is currently developing. The development of this sector shows and is directing us towards the progress of Indonesia's economic conditions, which are currently starting to stabilize as the pandemic is under control. In the commercial industry, customer satisfaction is an essential and primary factor in the sustainability of the business itself. We can fulfill customer satisfaction through many factors, one of which is place. Premises in commercial business are identified as areas, spaces, buildings, or structures used as shops, shopping centers, restaurants, cafes, and more. So, interior design plays a significant role in achieving customer satisfaction. Apart from interior design, the atmosphere of a place also has a substantial role in creating a unique feeling or attachment between building users and the place. Environmental psychology is the branch of science that studies the relationship between these three factors. This article is a written work that describes an interior architecture project by Yiqi Design Studio, which is designed by exploring the forms of attachment between humans, places, and their environment through deepening environmental psychology and how the form and relationship of these three factors can influence the interior design of a project. And how the author sees this as an attractive new opportunity in the creative industry business world.

Keywords: Atmosphere, Commercial, Creative Industry, Environmental Psychology, Interior Architecture

ABSTRAK

Bisnis komersil merupakan salah satu sektor yang sedang berkembang di masa kini. Perkembangan sektor ini menunjukkan dan mulai mengarahkan kita kepada kemajuan kondisi perekonomian negara Indonesia yang saat ini mulai stabil seiring dengan terkendalinya situasi pandemi. Dalam industri komersil, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dan utama dalam keberlangsungan bisnis itu sendiri. Kepuasan pelanggan ini dapat kita penuhi melalui banyak faktor, salah satunya adalah tempat. Tempat dalam bisnis komersil diidentifikasi sebagai area, ruang, gedung atau bangunan yang digunakan sebagai pertokoan, pusat perbelanjaan, restoran, kafe dan banyak lagi. Maka desain interior memiliki peran yang besar dalam usaha mencapai kepuasan pelanggan melalui tempatnya. Selain desain interior, atmosfer yang dimiliki oleh sebuah tempat juga memiliki peran yang besar dalam menciptakan perasaan khusus atau keterikatan antara pengguna bangunan dengan tempatnya. Cabang ilmu pengetahuan yang mendalami hubungan antara ketiga faktor tersebut disebut sebagai ilmu psikologi lingkungan. Artikel ini merupakan sebuah karya tulis yang menggambarkan sebuah proyek arsitektur interior oleh Yiqi Design Studio yang dirancang dengan mendalami bagaimana bentuk keterikatan antara manusia, tempat, dan lingkungannya melalui pendalaman psikologi lingkungan serta bagaimana bentuk dan hubungan dari ketiga faktor tersebut mampu mempengaruhi perancangan desain interior suatu proyek. Serta bagaimana penulis melihat hal ini sebagai sebuah peluang baru yang menarik dalam dunia bisnis industri kreatif.

Kata Kunci: Arsitektur Interior, Atmosfer, Industri Kreatif, Komersil, Psikologi Lingkungan

PENDAHULUAN

Sektor Unggulan Kabupaten Sidoarjo

Pada masa kolonialisme Hindia Belanda, daerah Sidoarjo yang pada saat itu lebih akrab dikenal dengan nama Sidokare, merupakan bagian dari Kota Surabaya. Namun pada tahun 1859, wilayah ini dibagi menjadi dua yaitu Kabupaten Sidokare dan Surabaya. Kabupaten Sidokare memiliki konotasi nama yang kurang baik, sehingga kemudian diubah menjadi Sidoarjo. Saat ini, Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu kabupaten dengan perkembangan pesat yang terletak di Provinsi Jawa Timur, yang dikenal sebagai Kota Petis. Sebutan tersebut didasarkan pada perkembangan sektor perikanan wilayah ini sebagai komoditi utamanya. Selain itu, Kabupaten Sidoarjo juga dikenal dengan sebutan kota "Delta", sebutan ini muncul berdasarkan posisi wilayahnya yang berada di antara dua sungai besar pecahan Kali Brantas, yakni Kali Surabaya di sebelah utara dan Kali Porong di sebelah selatan. Berdasarkan sektor ekonomi dan industrinya, Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu daerah penyangga Kota Surabaya. Potensi unggulan adalah potensi yang dapat dikembangkan dan dinilai memiliki daya saing, baik karena ciri khasnya, kualitasnya, maupun nilai ekonominya yang kompetitif. Potensi unggulan juga berasal dari pengolahan dan pemanfaatan potensi yang berasal dari Sumber Daya Alam (SDA) dan kekayaan budaya lokal suatu wilayah yang potensial untuk ditumbuhkembangkan. Potensi unggulan utama yang dimiliki oleh kawasan Kabupaten Sidoarjo

terletak pada sektor industri pengolahan dan sektor perdagangan. Kemudian terdapat pula potensi unggulan utama lainnya, yaitu sektor pariwisata (penyediaan akomodasi makan dan minum) yang pada tiap tahunnya selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Tabel1. Laju Pertumbuhan Indeks Harga Implisit Usaha Kabupaten Sidoarjo Tahun 2017-2021

Lapangan Usaha	2017 (1)	2018 (2)	2019 (3)	2020* (5)	2021** (6)
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	4,22	5,28	2,48	2,28	1,15
Pertambangan dan Penggalian	9,41	15,72	-1,50	-6,85	18,04
Industri Pengolahan	3,22	2,78	1,51	2,26	3,40
Pengadaan Listrik dan Gas	1,85	2,58	1,81	0,09	1,14
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	1,54	0,87	-1,72	1,47	1,71
Konstruksi	2,19	0,91	-2,28	2,41	0,74
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	2,89	3,69	2,14	4,03	2,39
Transportasi dan Pergudangan	2,50	2,07	13,07	-4,37	-0,17
Penyediaan Akomodasi, Makan dan Minum	2,13	1,00	1,67	1,8	4,88
Informasi dan Komunikasi	1,87	0,08	1,57	0,25	0,07
Jasa Keuangan dan Asuransi	3,28	2,70	1,00	0,52	3,36
Real Estat	3,06	4,14	2,24	1,72	0,34
Jasa Perusahaan Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Wajib Sosial	3,19	4,16	2,51	2,42	1,71
Jasa Pendidikan	3,43	6,05	4,27	4,21	-0,29
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,50	1,68	1,64	1,68	-0,15
	3,26	0,23	2,13	1,89	2,65

Sumber: Badan Pusat Statistik
Kabupaten Sidoarjo, 2022

Karakteristik Generasi Z dan Y

Pengguna bangunan yang utama tidak lain adalah konsumen/pelanggan tetap Rumah Makan Pringgadani. Mayoritas penggunanya adalah generasi Y yang merupakan pegawai dan pemerintahan dengan usia berkisar antara 25-39 tahun. Berdasarkan hasil penelitian, aplikasi warna bersih dan menenangkan, tersedianya area restoratif, ruang privasi dengan koneksi terhadap alam, aplikasi bentuk sederhana, fleksibel dan fungsional, merupakan kriteria

ruangan yang disukai oleh generasi ini (Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A., 2021).

Sedangkan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) generasi Z yang sedang mendominasi sebesar 27,94% jumlah masyarakat Indonesia saat ini. Generasi Z yang mendominasi jumlah masyarakat Indonesia masa kini adalah merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2010. Hal ini kemudian mendasari keinginan klien untuk memperluas target bisnisnya dengan cara menyesuaikan desain bangunan dengan selera dari generasi Z. Sebagaimana telah dijelaskan dalam sebuah penelitian yang berjudul "Urgensi Rasa Nasionalisme Pada Generasi Z di Tengah Era Globalisasi" (Wulandari, W., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A., 2021). Generasi Z menunjukkan dampak negatif dari era globalisasi melalui sikap yang cenderung apatis, lebih menyukai budaya asing, menggeser nilai budaya ketimur-timuran menjadi kebarat-baratan dan banyak lagi. Generasi Z umumnya tidak dapat memberikan attensi mereka terhadap suatu hal dalam waktu yang lama, sehingga generasi ini lebih menyukai sesuatu dengan karakter visual yang *to the point* dan apa adanya. Generasi Z juga menyukai tampilan yang cenderung memberikan kesan provokatif dan spektakuler (Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A., 2021). Hal ini juga menjadi salah satu kekhawatiran klien, mengingat bangunan proyek merupakan bangunan semi-tradisional yang cenderung terkesan kuno, sehingga dirasa kurang mampu memberikan daya tarik yang memikat generasi masa kini.

Identitas Bisnis dan Bangunan

Rumah Makan Pringgadani merupakan merk sebuah usaha dagang yang bergerak di bidang penyediaan akomodasi makan dan minum. Rumah Makan Pringgadani terletak di Jalan Raya Bandara Juanda, Sidoarjo, Jawa Timur dan telah berdiri sejak tahun 2003. Rumah Makan Pringgadani merupakan sebuah restoran yang terkenal akan berbagai olahan makanan tradisional khas Nusantara seperti soto ayam, rawon, dan sejenisnya. Begitu pula dengan gaya bangunan eksistingnya yang kental dan erat dengan karakteristik rumah khas Joglo. Hal ini dapat kita kenali melalui bentuk bangunannya.

Melihat potensi perkembangan bisnis di bidang ini, serta setelah mengamati selera masyarakat di sekitar lokasi bisnis, Rumah Makan Pringgadani kemudian ingin melakukan ekspansi dan perombakan pada bangunannya. Rumah Makan Pringgadani ingin menambah area kafe pada bangunannya, yang diharapkan akan menambah potensi penjualannya serta meningkatkan kualitas *brand experience* penggunanya dengan menyediakan berbagai fasilitas yang diminati oleh masyarakat sekitar dan generasi muda masa kini.

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang permasalahan di atas, maka masalah perancangan yang ditemui oleh perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana desain yang direncanakan dapat memberikan solusi dan

- mengadaptasi desain lama menjadi lebih modern tanpa menghilangkan ciri khas lokalitasnya sesuai dengan fungsi bangunannya yaitu restoran & kafe?
2. Bagaimana desain yang direncanakan dapat menambahkan *value* pada *brand* perusahaan dan menarik minat generasi muda tanpa meninggalkan *customer* lamanya yaitu pegawai dan pemerintahan, dengan tetap menjaga identitas bisnis yang lekat dengan budaya jawa, disesuaikan dengan preferensi, karakteristik, dan pola perilakunya?
 3. Bagaimana elemen desain yang dirancang mampu menstimulus perilaku positif penggunanya serta meningkatkan penjualan retail melalui pendalaman psikologi lingkungan?

Sedangkan tujuan perancangan yang hendak dicapai oleh perusahaan melalui perancangan arsitektur interior Kafe Rumah Makan Pringgadani dapat dijabarkan diantaranya memperbarui desain arsitektur interior bangunan menjadi lebih menarik dengan mengadaptasi nilai-nilai budaya lokal yang menjadi ciri khas bisnis dengan tetap mempertahankan ciri khas utama bangunan, merencanakan perancangan desain arsitektur interior Kafe Rumah Makan Pringgadani dengan menggunakan metode pendalaman psikologi lingkungan serta memanfaatkan strategi stimuli dan sensorial untuk menyampaikan nilai *brand* kepada konsumen

melalui *brand experience* berdasarkan panca indra manusia, merencanakan perancangan desain arsitektur interior Kafe Rumah Makan Pringgadani berdasarkan analisa mendalam terhadap keterkaitan antara desain, bangunan, lingkungan dan penggunanya serta menjadikan parameter stimulus berdasarkan teori psikologi lingkungan pada restoran dan kafe sesuai literatur sebagai dasar kegiatan mendesain.

LITERATUR/STUDI PUSTAKA

Definisi Kafe

Sebuah tempat yang menyajikan olahan biji kopi beserta kudapan kecil disebut dengan kafe atau *coffee shop*. Seiring berkembangnya tren dan berjalannya waktu, kafe atau *coffee shop* masa kini mulai turut menyediakan beragam jenis makanan kecil dan makanan berat. Dalam laporan yang berjudul “Fungsi *Coffee Shop* Bagi Masyarakat Surabaya” menyebutkan bahwa *coffee shop* kini secara tidak langsung dirasa sebagai tempat dimana seseorang dapat memperoleh kebanggaan dan kepuasan karena merasa tidak tertinggal oleh perkembangan zaman (Putri, G. J. E., 2013). Kenyamanan yang dirasakan oleh seseorang saat sedang berada pada sebuah kafe merupakan suatu kondisi psikologis seseorang yang menimbulkan perasaan nyaman, senang, dan puas dengan segala suasana dan fasilitas yang tersedia, sehingga tanpa sadar membuat seseorang menghabiskan banyak waktunya pada kafe tersebut (Farasa, N., & Kusuma, H. E., 2015).

Definisi Psikologi Lingkungan

- a. Psikologi lingkungan didefinisikan sebagai cabang ilmu psikologi yang mempelajari bentuk transaksi antara individu dan lingkungan buatan dan alami mereka. Cabang ilmu ini turut menyelidiki bagaimana perilaku individu dapat menghambat atau mendorong pemikiran dan pilihan yang berkelanjutan, baik bagi iklim dan meningkatkan hubungannya dengan alam untuk meningkatkan perilaku pro lingkungan. Psikologi lingkungan juga mencakup transaksi dimana alam memberikan rasa pemulihian stres dan transaksi timbal balik seperti pengembangan keterikatan antara individu dan identitas suatu tempat melalui pengaturan fisiknya (Gifford, R., 2014).
- b. Psikologi lingkungan didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari interaksi yang terjadi antara individu dan lingkungan buatan maupun alami. Psikologi lingkungan meneliti bagaimana bentuk pengaruh lingkungan terhadap pengalaman, perilaku, dan kesejahteraan individu penggunanya. Begitu pula sebaliknya, bagaimana pengaruh yang diberikan oleh perilaku individu terhadap lingkungan sekitarnya (Steg, L., & de Groot, J. I., 2019).

Definisi *Stimulus, Organism, Response* (SOR)

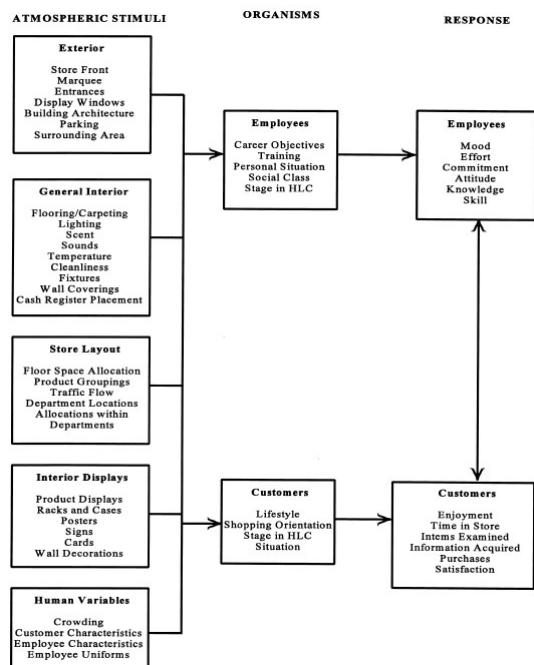
- a. SOR merupakan teori yang mendasari berbagai pemikiran dalam pengembangan psikologi lingkungan khususnya pada hubungan antara lingkungan retail dengan konsumennya (Kopec, D. 2012).

- b. Atmosfer adalah stimulus (S) yang mempengaruhi evaluasi konsumen (O) dan menyebabkan beberapa respon perilaku (R).



Gambar 1. Stimulus Organism Response Model
Sumber : Mehrabian, A., & Russell, J. A., 1974

Respon yang dihasilkan oleh pengguna bangunan dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu pendekatan (*approach behavior*) atau penghindaran (*avoidance behavior*) (Mehrabian, A., & Russell, J. A., 1974), dimana secara umum respon pendekatan dilihat sebagai respon positif yang diharapkan oleh pemilik bisnis retail, seperti munculnya keinginan konsumen untuk tinggal lebih lama dan menjelajah area retail tersebut dan sejenisnya. Rangsangan atmosfer dianggap sebagai salah satu elemen terukur dalam studi retail dan dapat diberi pengaturan atau dimanipulasi dalam skala besar melalui penggunaan warna, musik, dan keramaian, kemudian mencatat pengaruhnya terhadap objek evaluasi (misalnya kepuasan dan citra toko) dan pada berbagai respons perilaku seperti waktu yang dihabiskan di lingkungan, penjualan, dan pembelian impulsif. Melalui perencanaan arsitektur dan interior suatu bangunan, seorang desainer mampu menciptakan sebuah ruang yang dapat mempengaruhi perasaan dan perilaku penggunanya, yang dapat dikatakan penting terutama dalam bisnis retail.



Gambar 2. Pengaruh Atmosfer Retail
Sumber : Turley, L. W., & Milliman, R. E.,2000

Definisi Locality-Pringgadani

Pringgadani dirujuk pada sebuah tempat untuk memulihkan, merefleksikan, dan memperbaiki diri yang cenderung identik dengan keasrian, udara segar, ketenangan, dan area yang tenang. Pringgadani juga mengacu pada kerajaan Pringgadani sebagaimana diceritakan dalam cerita wayang kulit Mahabarata sebagai salah satu ikon budaya Jawa (Musadad, A. A., 2009).

Definisi Kontemporer

Gaya kontemporer juga disebut sebagai “*The Revival Of Tradition*” (Pile, J. F., 2005). Gaya Kontemporer juga identik dengan beberapa karakteristik dalam elemen desainnya seperti penggunaan material natural, material metal/besi, penerapan *open plan*, garis tegas, bentukan yang ramping, bentukan sederhana, bersifat dekoratif,

fungsi, serta perpaduan tekstur yang berbeda-beda. Gaya Kontemporer itu sendiri didefinisikan sebagai desain yang diproduksi pada masa kini, gaya desain interior kontemporer mengacu pada tren desain saat ini sambil memberi penghormatan pada masa lalu (Jamaludin, J., Widia, E., & Primayudha, N., 2019).

METODE

Karya tulis ini disusun dengan menggunakan metode penelitian deskriptif-kualitatif. Metode ini dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah deskripsi yang menggambarkan fenomena-fenomena ilmiah maupun buatan/rekayasa yang terjadi. Metode ini mengutamakan dan difokuskan pada karakteristik, kualitas, serta keterkaitan antara satu kegiatan dengan kegiatan lainnya. Hasil dari penelitian ini disajikan dengan apa adanya tanpa tambahan perlakuan tertentu. Proses penelitian ini dapat dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara, serta pengumpulan dokumentasi (Sukmadinata, N. S., 2011).

Beberapa tahapan yang telah dilakukan dalam proses pengumpulan data adalah wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik bisnis selaku klien proyek perancangan yaitu Ibu Syenni pada tanggal 22 Desember 2022 pukul 14.30 WIB. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendata dan memahami keinginan, permasalahan, juga tujuan dari pemilik bisnis Rumah Makan Pringgadani.

Tahapan selanjutnya adalah dengan melakukan observasi terhadap kondisi bangunan, perilaku, kebiasaan pengguna bangunan, kondisi lingkungan sekitar bangunan, dan banyak lagi.

Hal ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan bangunan serta bangunan dan lingkungannya guna menghasilkan desain yang optimal. Selain itu, dilakukan pula studi literatur melalui jurnal penelitian, buku, dan artikel ilmiah sebagai validasi serta landasan teori perancangan.

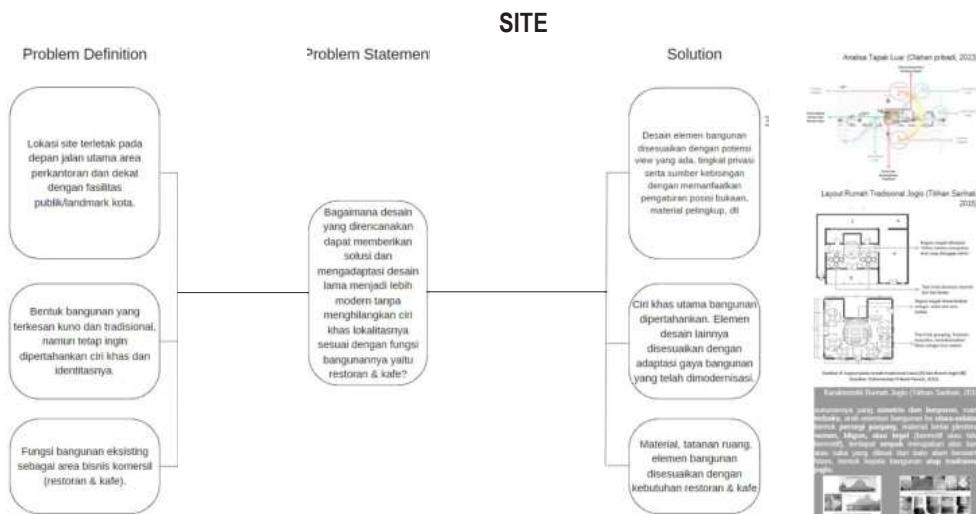
Seluruh data yang telah dikumpulkan kemudian diolah lebih lanjut dan dianalisis untuk meninjau pola aktivitas pemakai bangunan, jadwal aktivitas pengguna bangunan, pola sirkulasi ruang, karakteristik kebutuhan ruang, hubungan antar ruang, besaran ruang, *grouping* ruang, analisa tapak luar, dan analisa tapak dalam. Pembahasan juga dilanjutkan dengan menganalisa elemen-elemen pembentuk ruang yang sesuai untuk proyek perancangan, serta elemen-elemen yang mampu memberikan efek psikologis positif bagi pengguna bangunan yang diharapkan dapat

membawa dampak baik bagi bisnis Rumah Makan Pringgadani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Solusi Berdasarkan Site Bangunan

Berdasarkan posisi dan kondisi *site*, desain arsitektur interior bangunan disesuaikan dengan potensi *view* yang ada, tingkat privasi, serta sumber kebisingan dengan memanfaatkan pengaturan posisi bukaan, material pelingkup, posisi penggunaan *sun shading*, vegetasi, dan lainnya. Ciri khas utama bangunan yang erat dengan karakteristik rumah Joglo seperti arah hadap bangunan Utara-Selatan serta bentuk atap, tatanan ruang yang simetris, serta penggunaan material yang identik dengan karakteristik rumah Joglo seperti lantai semen ekspos, tegel dan bligon tetap dipertahankan (Sarihati, T., Widodo, P., & Widihardjo, W., 2015). Material, tatanan ruang, elemen bangunan juga kemudian akan disesuaikan dengan kebutuhan dan standar restoran & kafe.



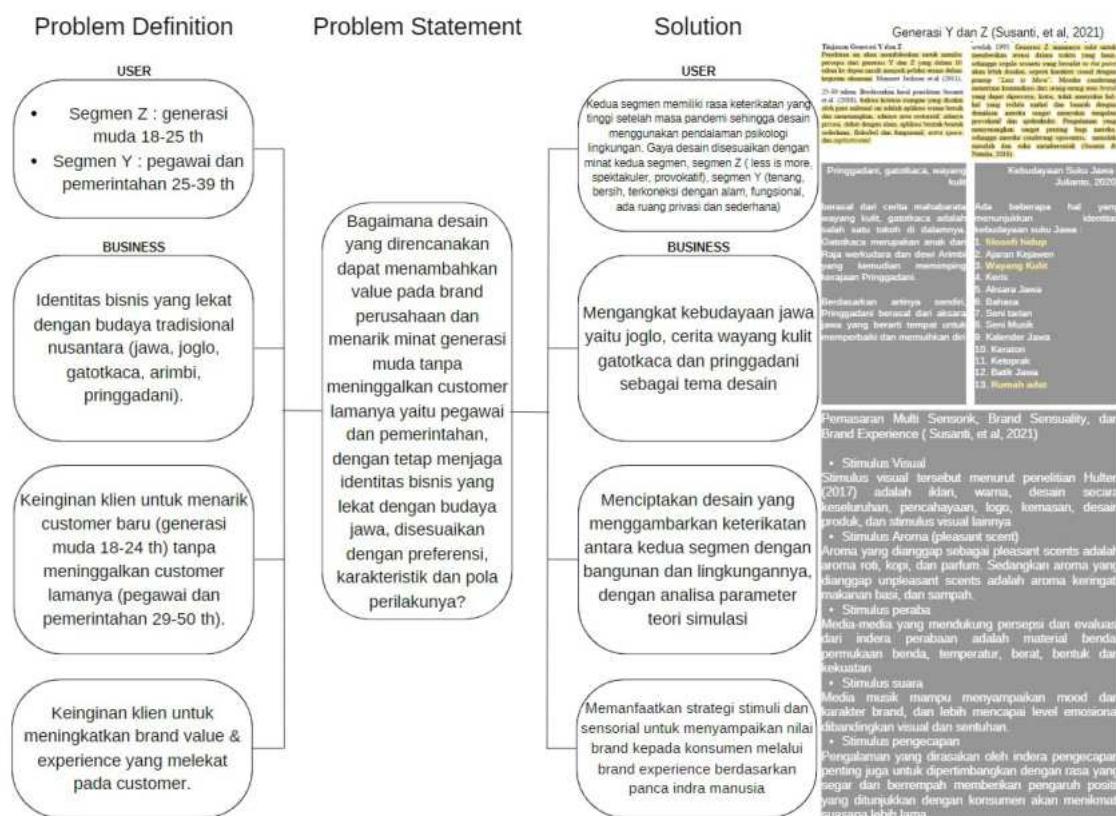
Gambar 3. Konsep Problem-Solution (Site)
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Konsep Solusi Berdasarkan *User* dan *Business*

Berdasarkan pengguna bangunannya, segmen target pasar yang dituju oleh Kafe Rumah Makan Pringgadani yang merupakan sebuah bangunan retail yang tergolong dalam *third place* (Kopec, Dak., 2012) adalah segmen Y dan Z, dimana kedua segmen tersebut memiliki rasa keterikatan yang tinggi terhadap lingkungannya terutama rumah mereka sebagai *first place* setelah masa pandemi, sehingga proyek perancangan akan berpedoman pada literatur pendalamannya psikologi

lingkungan dalam prosesnya. Gaya desain juga akan disesuaikan dengan minat kedua segmen, segmen Z menyukai desain ruang yang terbuka/ apa adanya, spektakuler, dan provokatif sedangkan segmen Y lebih menyukai desain ruang yang tenang, bersih, terkoneksi dengan alam, fungsional, ada ruang privasi dan sederhana (Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A., 2021). Maka selain mempertahankan elemen desain yang sesuai dengan karakteristik rumah Joglo, elemen desain lainnya dapat disesuaikan dengan selera dan minat kedua segmen.

USER & BUSINESS



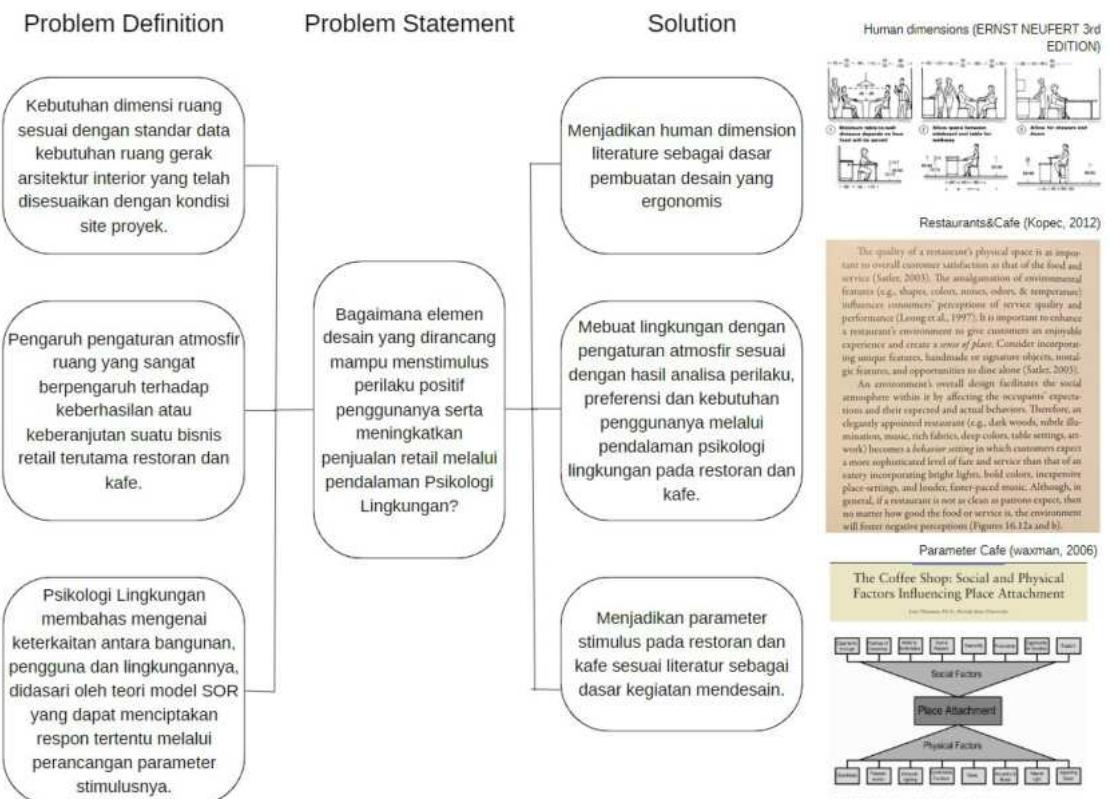
Gambar 4. Konsep Problem-Solution (User&Business)
Sumber : Data Olahan Pribadi. 2023

Konsep Solusi Berdasarkan Literatur

Berdasarkan identitas bisnis dan literaturnya, Kafe Rumah Makan Pringgadani yang merupakan sebuah bangunan retail yang sangat dipengaruhi secara signifikan oleh atmosfer ruangnya yang kemudian akan berdampak pada pengalaman yang dirasakan konsumen, baik itu pengalaman positif maupun negatif. Strategi sensorial melalui lima panca indra manusia memegang peranan penting untuk menyampaikan *brand value* kepada konsumen (Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A., 2021). Sehingga proyek

perancangan ini akan memanfaatkan strategi stimuli dan sensorial untuk menyampaikan nilai *brand* kepada konsumen melalui *brand experience* berdasarkan panca indra manusia, berpedoman pada literatur parameter psikologi lingkungan. Seperti memaksimalkan penggunaan pencahayaan alami untuk menstimuli perasaan pemulih dan regenerasi (Harrouk, C., 2020), memaksimalkan aroma seperti kopi dan aroma panggangan roti yang termasuk dalam kategori *pleasant aroma* dan sejenisnya (Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A., 2021).

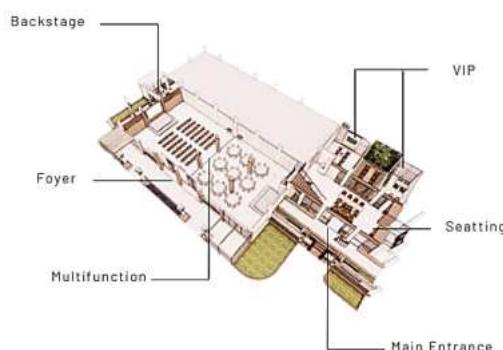
LITERATURE



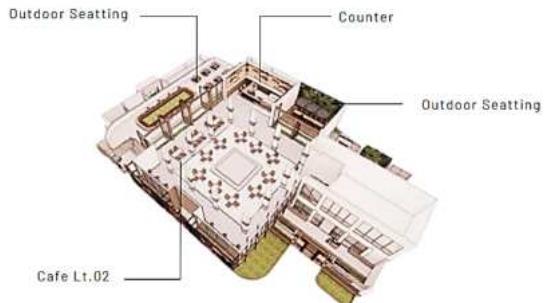
Gambar 5. Konsep Problem-Solution (Literatur)
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Aplikasi Konsep Ruang

Berdasarkan hasil diskusi dengan klien mengenai keinginan, tujuan, dan identitas bisnis, serta didasarkan pula pada pengamatan dan analisis yang telah dilakukan kepada kedua segmen target pengguna utama dari Kafe Rumah Makan Pringgadani, dapat ditarik kesimpulan bahwa karakter gaya yang ingin diterapkan adalah ruang dengan karakter kuat yang mampu merepresentasikan budaya lokal Pringgadani, dengan suasana yang tenang, bersih dan sederhana, namun spektakuler dan apa adanya. Berangkat dari pertimbangan tersebut maka perancangan proyek kemudian dilakukan dengan menerapkan konsep *Contemporary-Locality*. Bangunan didesain dengan menampilkan karakteristik kuat arsitektur Jawa seperti bentuk atap Joglo, bentuk umpak, material tradisional, material ekspos/tidak diberi *finishing*, garis-garis tegas, bentuk yang cenderung sederhana serta penggunaan beberapa elemen dekoratif sebagai *focal point* dari bangunan yang juga mampu memberikan kesan spektakuler dan menarik perhatian pengunjung maupun masyarakat sekitar.



Gambar 6. Denah Lantai 1
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023



Gambar 7. Denah Lantai 2
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023



Gambar 8. Eksterior Bangunan
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023



Gambar 9. Motif Sun Shading Eksterior Bangunan
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Salah satu elemen dekoratif yang diterapkan pada eksterior bangunan dapat dilihat pada motif *sun shading* bangunan. Motif ini diadaptasi dari motif batik Pringgadani khas Kabupaten Ngawi (Musadad, A. A., 2009).



Gambar 10. Motif Batik Pringgadani
Sumber : Google

Motif dari batik ini sendiri juga menceritakan mengenai kisah wayang kulit kuno yang berkembang di tengah masyarakat Jawa yaitu Gatotkaca. Corak dari batik Pringgadani ini disusun dengan menggunakan pewarnaan yang cenderung gelap seperti soga-coklat, dengan tampilan yang rumit dipenuhi oleh sulur-sulur kecil berwarna gelap sebagai perumpamaan kawat besi, kemudian dikelilingi oleh tanaman berbentuk menyerupai sisik naga.



Gambar 11. Karakteristik Gaya dan Suasana Ruang Lt. 1

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Proyek ini terdiri dari dua lantai, lantai pertama dirancang dengan menonjolkan suasana yang sederhana, bersih, dan tenang serta bersifat lebih intim/privat. Hal ini disesuaikan dengan fungsi ruangnya serta segmen penggunanya yang mayoritas merupakan generasi Y. Sedangkan lantai dua dirancang dengan menonjolkan suasana yang lebih bebas, santai, spektakuler, berwarna dan terbuka, disesuaikan dengan fungsi ruangnya serta segmen penggunanya yang diperkirakan mayoritas akan didominasi oleh generasi Z.



Gambar 12. Karakteristik Gaya dan Suasana Ruang Lt. 2

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Konsep aplikasi bentuk utama yang diterapkan pada proyek perancangan adalah bentuk-bentuk sederhana seperti persegi, persegi panjang, dan bentuk geometris sejenis yang cenderung bersifat simetris.



Gambar 13. Konsep Aplikasi Bentuk

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Bentuk yang digunakan pada perancangan bangunan cenderung bersifat repetitif sesuai dengan ciri khas rumah Joglo khas Jawa. Dengan detail bentukan yang tipis dan tegas sesuai dengan karakteristik gaya bangunan kontemporer.



Gambar 14. Konsep Aplikasi Material

Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Konsep aplikasi bahan/material pelingkup interior yang diterapkan pada proyek perancangan adalah semen ekspos, material dengan kesan ringan dan kuat seperti plat *stainless*, alumunium, kaca untuk memberikan kesan ruang yang terbuka, terakota dan tegel untuk menampilkan korelasi antara identitas bangunan dengan material khas arsitektur Jawa, serta material dengan tampilan natural alami seperti batu, kayu, dan vegetasi vertikal.



Gambar 15. Konsep Aplikasi Material
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023



Gambar 16. Konsep Aplikasi Material
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

Selain itu, pada area yang mudah disentuh oleh pengguna bangunan, diterapkan penggunaan material dengan variasi tekstur yang beragam. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan stimulus yang mampu meningkatkan *brand experience* dari pengguna ruangnya. Selain melalui variasi tekstur yang beragam, proyek ini juga menerapkan sistem *scent generator* dengan memanfaatkan aroma kopi dan roti sebagai stimulus aroma yang juga mampu meningkatkan *brand experience* dari pengunjung Kafe Pringgadani.

Konsep aplikasi furnitur pendukung interior yang digunakan dibagi menjadi dua jenis yaitu permanen/*fixed furniture* dan non-permanen/*loose furniture*. Material utama dari furnitur yang digunakan pada proyek perancangan adalah material natural kayu solid, besi, bata ekspos, dan multipleks. *Finishing*

furnitur menggunakan material HPL dengan tampilan natural serat kayu dan solid reflektif, material ekspos terakota, *ribbed glass*, lapisan plat *stainless hairline*, hingga bata tempel terakota. Sedangkan aksesoris yang digunakan berbahan dasar material lokal rotan alami seperti pada lampu gantung.

Konsep aplikasi *finishing* yang dominan diterapkan pada interior proyek Kafe Pringgadani ini menggunakan material semen ekspos disesuaikan dengan gaya kontemporer juga preferensi dari segmen Z dan bata terakota sebagai representasi material yang sering digunakan pada masa kerajaan Majapahit. Material alami seperti *veneer* kayu jati sebagai representasi dari material lokal, plat *stainless steel*, cat tekstur kamprot, kaca tekstur, keramik batu granit dan tegel, serta batu alami seperti batu andesit. Material *finishing* yang diterapkan disesuaikan dengan karakteristik gaya yang dipilih.



Gambar 17. Konsep Aplikasi *Finishing*
Sumber : Data Olahan Pribadi, 2023

KESIMPULAN

Melalui berbagai rangkaian proses dalam menyusun perancangan proyek Arsitektur Interior Kafe Rumah Makan Pringgadani yang berlokasi di kota Sidoarjo, Jawa Timur, berujung pada pemilihan konsep '*Contemporary Locality*'. Konsep yang diangkat dipilih dengan tujuan untuk menampilkan kesan yang berbeda terhadap budaya lokal Jawa melalui perpaduannya dengan gaya arsitektur masa kini yang akrab dan digemari oleh kalangan masyarakat muda, tanpa meninggalkan ciri khas dan identitasnya. Kafe Pringgadani dirancang dan diproyeksikan sebagai sarana ruang yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan masyarakat sekitar dengan suasana menarik yang ditampilkan melalui gaya kontemporer dengan sentuhan kemegahan budaya lokal Jawa. Hal tersebut ditampilkan melalui berbagai olahan elemen dalam interior hingga eksterior bangunan yaitu sebagai berikut :

1. Material, semen ekspos, material dengan kesan ringan dan kuat seperti plat *stainless steel* disesuaikan dengan gaya kontemporer dan preferensi generasi Z. Alumunium dan kaca untuk memberikan kesan ruang yang terbuka, terakota dan tegel untuk menampilkan korelasi antara identitas bangunan dengan material khas arsitektur Jawa, serta material dengan tampilan natural alami seperti batu, kayu, dan vegetasi vertikal untuk menghadirkan rasa terkoneksi dengan alam sesuai dengan preferensi generasi Y.
2. Bentuk, geometris, tipis, terkesan ringan, dan sederhana disesuaikan dengan preferensi

pengguna bangunan yaitu segmen Y dan Z, serta mempertahankan bentuk atap Joglo, penggunaan umpak, susunan yang repetitif dan simetris serta adaptasi motif batik Pringgadani khas Kabupaten Ngawi untuk menghadirkan budaya Jawa sebagai identitas bangunan dan bisnis Kafe Pringgadani.

3. Warna, paduan putih untuk menampilkan kesan tenang dan bersih sesuai dengan preferensi generasi Y, dengan warna natural kayu untuk menampilkan kesan sederhana, abu-abu untuk menampilkan kesan kontemporer, merah sebagai stimulan rasa lapar serta sentuhan warna hitam untuk memberikan kesan tegas.
4. Suasana, dibagi menjadi dua bagian yaitu suasana tenang dan intim pada lantai 1 dan suasana yang lebih ringan, bebas, juga spektakuler pada lantai 2.

Sedangkan penerapan beberapa elemen yang mampu menjadi stimulus untuk meningkatkan *brand experience* dari para pengunjung Kafe Pringgadani adalah sebagai berikut :

1. Tekstur, dengan memanfaatkan perpaduan dari berbagai macam tekstur seperti tekstur kaca, alumunium, bata terakota, kayu jati, tekstur cat kamprot, dan banyak lagi pada berbagai area pada proyek perancangan khususnya pada konter yang cenderung mudah untuk disentuh oleh para pengguna bangunan.
2. Aroma, dengan memanfaatkan aroma kopi dan roti yang dianggap sebagai aroma yang

menyenangkan, menenangkan, dan nyaman pada kafe dengan memanfaatkan teknologi *scent generator*.

3. Pencahayaan, dengan memaksimalkan masuknya biasan cahaya alami untuk membantu peningkatan rasa penyembuhan, pemulihan, dan regenerasi.

Pemilihan, pengolahan, serta penerapan elemen-elemen interior proyek perancangan yang dipilih telah disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pengguna bangunan serta pemilik bisnis, didasarkan pada standar restoran dan kafe serta berlandaskan pada literatur ilmu psikologi lingkungan dalam desain interior arsitektur.

Selain itu, melalui hasil analisis tersebut juga ditemukan beberapa hal penting yang harus diperhatikan untuk dapat merencanakan, menyusun, atau merancang sebuah proyek interior arsitektur dari bangunan komersil, terutama untuk tipologi bangunan restoran dan kafe. Hal-hal penting tersebut dapat dijabarkan menjadi tiga poin utama yaitu :

1. Jenis pendekatan yang diterapkan pada proyek perancangan.
2. Pemilihan konsep, karakter, dan suasana ruang yang nyaman disesuaikan dengan pengguna, bangunan, dan lingkungan proyek perancangan.
3. Pemilihan dan penerapan berbagai elemen interior ruang dan dampak yang dapat ditimbulkan bagi kelangsungan bisnis proyek perancangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk meningkatkan kualitas dan jumlah penjualan bisnis.

Melalui seluruh proses penyusunan karya tulis ilmiah ini, diharapkan perancangan proyek dalam industri kreatif masa kini dapat semakin memperhatikan pentingnya keterkaitan antara bangunan, pengguna, dan lingkungan sekitarnya yang memiliki karakter dengan kebutuhan yang beragam. Kemudian bagaimana keterkaitan tersebut dapat diolah dan dituangkan sebagai suatu kesatuan yang menarik dalam desain bangunan, serta bagaimana hasil olahan dari hubungan antara ketiganya mampu memberikan dampak yang positif bagi pengguna, bangunan, lingkungan, serta bisnisnya.

Adapun beberapa saran lain yang bermanfaat sebagai acuan dalam proses penyusunan karya tulis Artikel Ilmiah selanjutnya adalah dengan melakukan rangkaian proses studi dan riset yang tepat serta mendalam mengenai kondisi proyek serta masalah yang dialami oleh pengguna, kondisi sekitar, maupun pemilik bangunan. Hal ini dapat menjadi jembatan utama dalam proses perancangan bagi seluruh pihak yang terlibat dalam proyek.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. (2022). BRS Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sidoarjo 2022. <https://sidoarjokab.bps.go.id/pressrelease/2023/01/05/33/brs-pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-sidoarjo-2022.html>.
- Farasa, N., & Kusuma, H. E. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebetahanan di Kafe: Perbedaan Preferensi Gender

- dan Motivasi. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI*, 2015, 29-34.
- Gifford, R. (2014). Environmental psychology matters. *Annual review of psychology*, 65(1), 541-579.
- Harrouk, C. (2020, 20 Maret). *Psychology of Space: How Interiors Impact our Behavior?*. <https://www.archdaily.com/936027/psychology-of-space-how-interiors-impact-our-behavior>.
- Jamaludin, J., Widia, E., & Primayudha, N. (2019). The Contemporary Cafes Interior Design in the City of Bandung as Representation of Transculturalism. *Journal of Arts and Humanities*, 8(11), 09-17.
- Kopec, Dak. (2012). *ENVIRONMENTAL PSYCHOLOGY FOR DESIGN* (2nd ed.). fairchild books.
- Mehrabian, A., & Russell, J.A. (1974). *An approach to environmental psychology*. The MIT Press.
- Musadad, A. A. (2009). Aktualisasi Dimensi Sejarah Dan Makna Mitologis Pertapaan Pringgodani Sebagai Upaya Pembangunan Pendidikan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Paedagogia*, 12(1), 66-67.
- Pile, J. F. (2005). *A history of interior design*.
- Laurence King Publishing.
- Putri, G. J. E. (2013). *Fungsi Coffe Shop Bagi Masyarakat Surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Sarihati, T., Widodo, P., & Widihardjo, W. (2015). Penerapan Elemen-Elemen Interior Sebagai Pembentuk Suasana Ruang Etnik Jawa Pada Restoran Boemi Joglo. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 3(3).
- Steg, L., & de Groot, J. I. (2019). *Environmental Psychology An Introduction* (second).
- Sukmadinata, N. S. (2011). Metode Penelitian dan Pendidikan. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya*.
- Susanti, A., Dewi, P. S. T., & Putra, I. W. Y. A. (2021). Desain interior coffee shop di Denpasar dan loyalitas konsumennya: Generasi Y dan Z. *Waca Cipta Ruang*, 7(1), 1-17.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: a review of the experimental evidence. *Journal of business research*, 49(2), 193-211.
- Wulandari, W., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Urgensi Rasa Nasionalisme pada Generasi Z di Tengah Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7255-7260.