

PERANCANGAN PROYEK CAFÉ DAN MARKETING GALLERY DI JOMBANG DENGAN PENDEKATAN *DESIGN AND BEHAVIOUR* OLEH KONSULTAN INTERIOR ARSITEKTUR V DESIGN

Elvira^a, Gervasius Herry Purwoko^b

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

alamat email untuk surat menyurat : gpurwoko@ciputra.ac.id^b

ABSTRACT

Interior and architectural design is a design that is intended to beautify or add aesthetic value to a building or space. In addition to adding aesthetic value, design also has a direct relationship with the activities of its users. In carrying out activities, human behaviour has a reciprocal relationship with the environment. From this, building design cannot simply be made attractive by its appearance. Still, it must also create an atmosphere that aligns with the intended use of the space or building, allowing users to feel comfortable while carrying out their activities. Recognising the significance of the relationship between human behaviour and the designed space has led to an emerging opportunity in interior and architectural design. This opportunity is a means of establishing V Design as an interior and architectural consultant with an approach that combines design and behaviour as added value. Approach design and behaviour used to design spaces based on an understanding of how the physical environment affects user behaviour. The concept of the room atmosphere to be presented is a calm one, so the chosen style is Japandi, combined with a minimalist concept. In addition to solving problems, this trending style is used to add value at the Cafe and Marketing Gallery in Jombang, making people more interested in visiting the place. By applying the approach of design and behaviour, this project can create a space that is not only functional but also responsive to user behaviour, thereby increasing social interaction.

Keywords: Architecture, Café, Design and Behaviour, Interior, Marketing Gallery

ABSTRAK

Desain interior dan arsitektur adalah desain yang ditujukan untuk memperindah ataupun menambah nilai estetika sebuah bangunan atau ruang. Selain dari menambah nilai estetika, desain juga memiliki keterkaitan langsung dengan aktivitas penggunanya. Dalam beraktivitas, perilaku manusia memiliki hubungan timbal balik dengan lingkungan. Dari hal tersebut, terlihat bahwa desain bangunan tidak bisa hanya asal dibuat menarik dari tampaknya, namun juga harus memberikan suasana perasaan yang sesuai dengan kegunaan ruang atau bangunan sehingga dalam melakukan aktivitasnya, pengguna bisa merasa nyaman. Menyadari pentingnya keterkaitan antara perilaku manusia dengan ruang yang di desain memunculkan sebuah peluang bisnis interior dan arsitektur. Peluang ini menjadi sarana dalam berdirinya V Design sebagai konsultan interior dan arsitektur dengan pendekatan *design and behaviour* sebagai nilai tambah. Pendekatan *design and behaviour* digunakan untuk merancang ruang berdasarkan pemahaman tentang bagaimana lingkungan fisik memengaruhi perilaku pengguna. Konsep suasana ruang yang ingin dihadirkan adalah suasana tenang, sehingga gaya yang dipilih adalah Japandi yang dipadukan dengan konsep minimalis. Selain menjadi solusi permasalahan, gaya yang sedang menjadi tren ini digunakan untuk menambah *value* pada Cafe dan Marketing Gallery di Jombang ini supaya masyarakat lebih tertarik untuk mengunjungi tempat ini. Dengan menerapkan pendekatan *design and behaviour*, diharapkan proyek ini dapat menciptakan ruang yang tidak hanya fungsional, tetapi juga responsif terhadap perilaku pengguna serta dapat meningkatkan interaksi sosial.

Kata Kunci: Arsitektur, Café, Design and Behaviour, Interior, Marketing Gallery

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Beberapa waktu terakhir banyak perubahan yang terjadi, terutama pada pola gaya hidup masyarakat. Perubahan pola gaya hidup masyarakat tersebut memiliki keterkaitan dengan adanya pandemi Covid-19 yang terjadi. Saat terjadi pandemi, pemerintah berusaha untuk mengurangi penyebaran virus dengan mengeluarkan kebijakan seperti PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Kedua kebijakan tersebut bertujuan untuk mengurangi persebaran virus dengan membatasi kegiatan masyarakat untuk bertemu satu sama lain.

Pada dasarnya manusia merupakan makhluk sosial, sehingga walaupun ada kebijakan pemerintah kegiatan sosial masyarakat tidak akan berhenti, hingga muncul istilah online meeting menggunakan aplikasi zoom. Amirulloh, M. (2020) menyatakan situasi pandemi Covid-19 telah mengubah aktivitas cara berinteraksi dan berkumpul manusia (*zoon politicon*) tatap muka menjadi tatap layar (*zoom politicon*—aplikasi pertemuan via daring) melalui daring. Namun, pada akhirnya *zoom politicon* tidak dapat mengganti kebiasaan manusia yang memang harus bertemu tatap muka, karena adalah makhluk sosial (*zoon politicon*) yang membutuhkan interaksi sosial secara nyata. Tanpa kita sadari saat kita melalui transisi kegiatan tersebut, perilaku manusia juga ikut berubah secara perlahan. Selama masa-masa pandemi, manusia menjadi lebih peduli terhadap kesehatannya dan menjadi lebih cemas.

Survei dilakukan oleh Kerry menyebutkan, 68% masyarakat Indonesia mengakui bahwa mereka lebih memperhatikan kesehatan pribadi dan kesehatan orang-orang terdekat. Selain itu, 40% dari masyarakat mengaku mengonsumsi lebih banyak suplemen untuk meningkatkan kesehatan fisik selama beberapa tahun terakhir (Bona, F., 2022).

Menurut Suprihatin dalam Hariandini, T. B., & Maharani, Y. (2021) pada tahun 2020, perubahan perilaku konsumen pada era pandemi saat ini dipengaruhi oleh *hygienitas* dan *physical distancing*. Konsumen lebih memilih datang ke tempat yang menerapkan *hygienitas* dan *physical distancing*. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih sensitif dalam memilih tempat yang aman dan nyaman untuk dikunjungi pada era pandemi. Saat ini masyarakat telah beradaptasi dengan pandemi Covid-19, sehingga dalam masa transisi ini muncul istilah-istilah terkait dengan pekerjaan seperti WFH (*Work From Home*), WFO (*Work From Office*), dan yang sampai saat ini masih menjadi tren adalah WFC (*Work From Cafe*).

Perumahan Bale Nirwana Resort, merupakan salah satu perumahan elite di Kota Jombang. Didirikan pada tahun 2012, proyek ini sempat berhenti, terlebih saat pandemi menyerang. Namun pada tahun 2020, proyek ini baru mulai dijalankan kembali ketika pemilik mulai melihat potensi sekitar yang ada. Lokasi proyek ini berada di sekitaran wilayah residensial. Guna untuk

meningkatkan *traffic* pada area sekitar, pemilik Bale Nirwana Resort ingin membuat Café dan *Marketing Gallery*. Tujuan dibuatnya Café bersamaan dengan *Marketing Gallery* adalah untuk melakukan *soft selling* produk perumahan tersebut.

Sehubungan dengan perubahan perilaku manusia dan tujuan pemilik untuk menarik lebih banyak pelanggan tersebut, maka desain, baik interior maupun arsitektur harus ikut beradaptasi dengan perubahan perilaku manusia yang lebih sensitif terkait dengan bangunan Café dan *Marketing Gallery* yang dapat saling mendukung fungsinya satu sama lain. Dengan ini, pendekatan desain yang dapat digunakan terkait dengan perubahan perilaku adalah *design and behaviour*.

Dalam proyek ini, terdapat fakta bahwa perilaku manusia mengalami perubahan selama pandemi. Perubahan tersebut adalah manusia menjadi lebih peduli terhadap kesehatannya, sehingga masyarakat menjadi lebih sensitif dalam memilih tempat yang nyaman dan aman untuk dikunjungi. Kenyamanan pada proyek perancangan ini memiliki peranan penting guna untuk menarik lebih banyak konsumen, sesuai dengan tujuan pemilik. Kenyamanan merupakan kondisi perasaan dari yang paling nyaman sampai paling tidak nyaman, yang dipersepsikan secara responsif oleh individu, nyaman bagi individu tertentu belum tentu dirasakan nyaman bagi individu lainnya (Mahkota, A. P., 2014). Dengan demikian, kenyamanan ruang bisa diciptakan dengan mempertimbangkan variabel

fisik yang dapat mempengaruhi perilaku manusia yaitu ruang, ukuran dan bentuk, perabot dan penataannya, warna, suara, temperatur dan pencahayaan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka permasalahan yang dapat dijadikan sebuah *problem statement* atau rumusan masalah adalah “Bagaimana menciptakan desain café dan *marketing gallery* yang dapat memenuhi kebutuhan penggunanya supaya nyaman dengan pendekatan *design and behaviour*?”

Setelah mendapatkan rumusan masalah, tujuan dari perancangan ini adalah menciptakan Café dan *Marketing Gallery* dengan desain yang mampu mendukung fungsi bangunan satu sama lain dan memenuhi kebutuhan penggunanya melalui pendekatan *design and behaviour*.

LITERATUR/STUDI PUSTAKA

Definisi Café

Menurut Marsum, W. (2005), kafe adalah tempat makan dan minum yang cepat saji serta memiliki suasana santai atau informal. Selain itu, ini juga merupakan jenis restoran yang biasanya memiliki tempat duduk di dalam dan di luar restoran. Mayoritas kelompok target pasarnya adalah anak muda atau masyarakat yang termasuk golongan ekonomi menengah ke atas. Café memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai tempat yang enak untuk menikmati makanan dan minuman, tempat bersantai setelah seharian bekerja, tempat menghabiskan waktu bersama teman, tempat pertemuan.

Menurut berbagai sumber sejarah, kemunculan café di Eropa untuk pertama kalinya ditandai sebagai awal munculnya kesadaran kaum intelektual. Café dijadikan tempat berdiskusi tentang berbagai macam hal, seperti sastra, budaya, politik, dan filsafat. Pada jaman itu mulai bermunculan karya-karya sastra, filsafat, surat kabar, jurnal, dan minat baca dalam masyarakat mulai tumbuh (Hidayat, D. W., 2015).

Dalam sistem pelayanannya, cafe di Jombang ini akan menggunakan dua tipe pelayanan yaitu *Self-Service* dan *Waiter Service to Table*. Berikut adalah penjelasan mengenai kedua sistem pelayanan tersebut

1. *Self-Service*

Pengunjung kafe bisa langsung mengambil makanan dan minuman yang ditawarkan kemudian dibawa ke kasir untuk dihitung berapa yang akan dibayarkan. Pengunjung kemudian memilih tempat duduk dengan mengambil makanan dan minuman yang dipesan sebelumnya. Menurut Salsabiela dalam Jufri, A. A., & Muhammad, A. (2024) *selforder* adalah sebuah konsep pemesanan di mana karyawan bisnis kuliner memberikan kemampuan kepada pelanggannya untuk memilih dan memesan makanan dan minuman mereka secara mandiri melalui elektronik dengan memanfaatkan teknologi yang telah disediakan oleh bisnis kuliner

2. *Waiter Service to Table*

Penyajian dari seorang waiter/waitress akan melayani pengunjung yang telah memilih tempat duduk untuk memberikan daftar

menu yang tersedia. Pengunjung hanya memesan makanan dan minuman langsung di tempat duduk, begitu juga dengan cara pembayarannya. Cara seperti ini memang terlihat sangat formal, tapi sebuah keuntungan juga untuk pengunjung untuk tidak perlu beranjak dari kursi untuk melakukan pesanan dan pembayaran.

Definisi *Design and Behaviour*

Pendekatan *design and behaviour* merupakan pendekatan dalam arsitektur yang menekankan hubungan timbal balik antara ruang dengan manusia dan masyarakat yang menggunakan atau tinggal di dalam ruang tersebut (Setiawan, H. B. A., 2014). Perilaku manusia secara tidak sadar mempengaruhi desain ruang yang digunakan dan sebaliknya. Menurut Andriyani, M., & Ardina, M. (2021) perilaku terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, kemudian organisme tersebut merespon, maka teori Skinner ini disebut teori Stimulus-Organisme-Respons.

Ada beberapa konsep penting dalam hubungan antara lingkungan dan perilaku (Setiawan, H. B. A., 2014), yaitu:

- *Behavior Setting* (Setting Perilaku), adalah perilaku yang terjadi secara berulang-ulang dalam situasi tertentu.
- *Environment Perception* (Persepsi Tentang Lingkungan), adalah kesadaran dan pemahaman manusia terhadap lingkungan.
- *Perceived Environment* (Lingkungan yang dipersepsikan)

- *Environment Cognition, Image, and Schemata* (Kognisi Lingkungan, Citra, dan Skemata)
- *Environmental Learning* (Pemahaman Lingkungan)
- *Environmental Quality* (kualitas lingkungan)
- *Territory* (Teritori)
- *Personal Space and Crowding* (Ruang Personal dan Kesumpekan)
- *Environmental Pressures, Stress, and Coping Strategy* (Tekanan Lingkungan, Stress, Dan Strategi Penanggulangannya)

Dalam melakukan observasi tentunya ada variabel yang mempengaruhi dan dipengaruhi. Menurut Tandali, A. N., & Egam, P. P. (2011) hal-hal yang perlu kita ketahui juga adalah perancangan fisik ruang yang mempunyai variabel-variabel yang berpengaruh terhadap perilaku penggunanya, yaitu:

1. Ukuran dengan bentuk ruang yang tidak tepat akan mempengaruhi psikologis dan tingkah laku penggunanya. Penerapan: ukuran ruang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Dimana ukuran ruangan tersebut disesuaikan dengan aktivitas dan kebutuhan pengguna dalam suatu ruangan tersebut. Bentuk ruang lobi, tempat ibadah, ruang rehabilitasi, auditorium mengambil bentuk-bentuk lengkung untuk memberi kesan dinamis, riang, dan memberi pengaruh gembira.
2. Perabot dan penataannya. Perabot di buat untuk memenuhi tujuan fungsional dan penataannya mempengaruhi perilaku penggunanya. Penerapan : penataan

- perabot dalam ruang disesuaikan dengan kebutuhan serta aktivitas pengguna ruang.
3. Warna, memiliki peranan penting dalam penciptaan suasana ruang dan mendukung perilaku-perilaku tertentu. Warna berpengaruh terhadap tanggapan psikologis dan berpengaruh terhadap kualitas ruang. Penerapan : warna yang digunakan dalam ruangan harus memiliki nilai positif yang dapat merubah atau mempengaruhi perilaku negatif.
 4. Suara, temperatur, dan pencahayaan. Unsur-unsur ini mempunyai andil dalam mempengaruhi kondisi ruang dan penggunanya.
 - Suara yang keras dapat mengganggu ketenangan seseorang. Penerapan: agar tidak mengganggu ketenangan dengan suara keras, maka ruang dibuat kedap suara agar suara tidak mengganggu ketenangan ruangan lain.
 - Temperatur berpengaruh dengan kenyamanan pengguna ruang, Dimana suhu ruang sangat mempengaruhi kenyamanan ruang (*thermal comfort* untuk orang Indonesia ialah antara 25,4°C–28,9°C).
 - Pencahayaan dapat mempengaruhi kondisi psikologis seseorang. Ruang yang cenderung minim pencahayaannya membuat orang menjadi malas dan jika terlalu terang dapat menyebabkan silau dan menyakitkan mata.

Definisi *Marketing Gallery*

Marketing Gallery merupakan sebuah bangunan perkantoran yang digunakan sebagai pusat dalam

memasarkan suatu produk tertentu ke masyarakat luas. Menurut Hamidah, O. D., & Wardhani, D. K. (2022) *marketing gallery & clubhouse* merupakan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh developer properti untuk memenuhi fasilitas penunjang operasional perusahaan maupun pelengkap fasilitas umum bagi penduduk di sekitarnya.

Dalam berjalannya, *marketing gallery* akan digunakan sebagai kantor staf-staf pengurus Perumahan Bale Nirwana dan sebagai tempat bertemu dengan calon pembeli. Sistem pelayanan terhadap klien/tamu pada *marketing gallery* biasanya bersifat *by appointment*. Namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan apabila ada tamu yang tiba-tiba berkunjung ke *marketing gallery* tersebut pada jam kerja. Ketika tamu datang, umumnya akan dilayani oleh penerima tamu oleh admin resepsionis, yang selanjutnya akan disambungkan pelayanannya ke staf yang bersangkutan.

Definisi Style Japandi

Japandi merupakan sebuah perpaduan dari gaya desain Skandinavian dan Jepang. Perpaduan kedua gaya ini memunculkan desain yang estetik yang berfokus pada kesederhanaan, elemen natural, dan kenyamanan. Menurut Galih, M. C. W., Sulistyani, H., & Utomo, T. P. (2023) di bidang desain interior gaya Japandi muncul pada tahun 2017. Gaya tradisional Jepang dan gaya modern-rustic Skandinavian bisa terpadu pada gaya Japandi karena keduanya memiliki kesamaan yaitu kesederhanaan ("Japandi Ebook ENG," n.d.). Keindahan interior Jepang yang diciptakan

dengan konsep Wasi Sabi yaitu melihat keindahan dalam ketidak sempurnaan pedesaan dipadu dengan ketenangan gaya Skandinavian menciptakan gaya Japandi ("The rise of Japandi Style," n.d.). Dari uraian tersebut di atas maka bisa digaris bawahi gaya Japandi memperlihatkan kesederhanaan dan ketenangan.

Definisi Style Minimalis

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minimalis memiliki arti penggunaan unsur-unsur sederhana dan terbatas untuk mendapatkan efek atau kesan yang terbaik. Menurut Panjaitan, S.W. (2024) desain minimalis adalah desain yang paling signifikan, tampil sederhana, tidak banyak hiasan pada ruang bangunan. Menggunakan konsep ini juga menampilkan elemen bangunan yang seperlunya saja sesuai dengan fungsinya dan sesederhana mungkin yang akan muncul kesan estetik dan elegan.

Konsep ini memberikan suasana yang dingin, murni, halus, dan segar, sehingga dapat membuat perasaan menjadi rileks dan tenang. Konsep minimalis juga lebih mengutamakan fungsi dari penggunaan bahan bangunan dan aksesoris secara lebih maksimal. Sehingga efisien terhadap penggunaan bahan material haus dibatasi (Panjaitan, S.W., 2024).

Data Tipologi Bangunan

1. 101 Cafe China

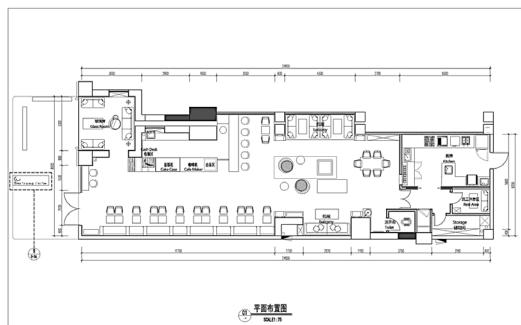
Secara keseluruhan, cafe ini memiliki kemiripan fungsi dengan cafe yang akan

dibuat. Cafe yang akan dibuat memiliki fungsi sebagai tempat nongkrong yang juga fleksibel untuk tempat makan dan bekerja. Terlihat dari tata letak furniturnya, cafe ini memiliki kemiripan fungsi. Dari deskripsinya, cafe ini dibuat dengan menciptakan ruang yang elegan dan ramah, memperkenalkan gaya perpaduan Barat/Timur, menggabungkan fitur dari interior Masseria Italia Selatan dan negara-negara Asia Tenggara. Desainnya disesuaikan dengan kepribadian pemiliknya, seorang wanita berselera tinggi dengan hobi *travelling* dan kecintaannya pada kopi.



Gambar 1. Interior 101 Café
Sumber: Wong, J., 2018

Dari tata letak ruangannya, cafe ini memiliki bentuk yang relatif memanjang. Dari bentuk ruangan yang memanjang tersebut, terlihat sirkulasi yang dimiliki ruangan ini adalah sirkulasi linear.



Gambar 2. Denah 101 café
Sumber: Wong, J., 2018

2. Risu Cafe Thailand

Cafe ini terletak di Bangkok, Thailand, dimana negara ini memiliki cuaca yang sama dengan Indonesia, musim yang dilewati adalah musim hujan dan kemarau. Maka dari itu, cafe ini dijadikan sebagai contoh bagaimana memilih penggunaan material dalam area publik tepatnya cafe. Selain dari sisi material, cafe ini juga berada di dalam 1 bangunan yang memiliki fungsi lain pada lantai keduanya yaitu sebagai rumah tinggal.

Dari deskripsinya, cafe ini adalah sebuah *home café* yang terletak di area pusat Kota Bangkok, Soi Ekamai yang dikelilingi oleh perumahan, perkantoran, hotel, dan *pub*. Ruang pada cafe ini dipisahkan menjadi 2 zona, yaitu zona publik dan zona ruang sosial,

serta zona hunian. Zona belakang terhubung ke dapur utama dan toko roti yang menyajikan *fresh* menu *homemade* setiap hari. Lantai kedua, yang merupakan *co-working space* dan ruang pameran kecil dihubungkan dengan tangga spiral dan terdapat *rooftop*.

Rumah dirancang untuk memisahkan ruang dari zona publik, yaitu kafe agar tercipta privasi. Aksesibilitas ke tempat tinggal pribadi adalah dari belakang area parkir. Pengguna kafe tidak dapat mengakses area ini, namun hanya pemilik yang dapat terhubung ke kafe langsung dari lantai dua.



Gambar 3. Interior Risu Cafe
Sumber: Abdel, H., 2022



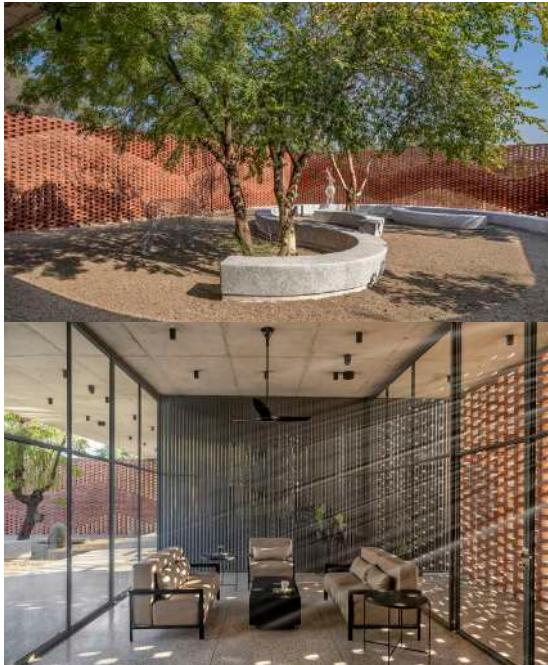
Gambar 4. Denah Lantai 1 dan 2 Risu Cafe
Sumber: Abdel, H., 2022

3. Marketing Office in WAPA (West Ahmedabad Premium Arena), India



Gambar 5. Denah Lantai 1 Marketing Office in WAPA
Sumber: Abdel, H., 2023

Bangunan ini merupakan sebuah kantor marketing yang terletak di India. Kantor ini menyediakan ruangan-ruangan yang memfasilitasi para stafnya untuk mengurangi stress seperti adanya area santai, area pantry, dan area taman terbuka yang luas.



Gambar 6. Eksterior dan Interior Marketing Office in

WAPA

Sumber: Abdel, H., 2023

METODE

Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Penelitian kualitatif bersifat penemuan (Mappasere, S. A., & Suyuti, N., 2019). Beberapa tahapan dalam metode penelitian ini diantaranya

1. Observasi dan Wawancara

Metode penelitian yang digunakan pada proyek perancangan Café dan *Marketing Gallery* di Jombang adalah metode kualitatif dengan mengumpulkan data dengan observasi dan wawancara secara langsung dengan klien mengenai informasi bangunan, kebutuhan, dan keinginan klien. Untuk observasi dilakukan pengamatan terhadap bagaimana pengguna berinteraksi dengan

ruang yang ada saat ini.

2. Studi Literatur dan Tipologi

Metode penelitian ini dilakukan dengan cara mengalisis jurnal, literatur, buku, dan website. Studi tipologi dilakukan dengan menganalisis proyek sejenis untuk menambah referensi pada proyek interior yang akan dirancang.

3. Analisis Data

Melalui hasil observasi dan studi literatur, dilakukan *programming* dan analisis data sebagai langkah awal memasuki proses desain. Dalam *programming*, dilakukan analisis tapak, analisis kebutuhan ruang, analisis hubungan antar ruang, analisis pengguna dan rangkaian aktivitasnya, analisis kecocokan kondisi yang ada dengan standar literatur, pembagian zonasi, serta menciptakan solusi yang efektif.

4. *Design Development*

Konsep yang terpilih kemudian ditindaklanjuti kedalam bentuk tiga dimensi. Beberapa implementasi dilakukan, seperti implementasi karakteristik bentuk, pemilihan material, serta memasukkan furnitur terkait ke dalam desain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Proyek

Luas tanah pada *site* ini adalah seluas ± 400 meter persegi dengan luas bangunan eksisting sebesar ± 500 meter persegi. Pada area sekitaran *site* masih terdapat area hijau berupa sawah-sawah yang bisa menjadi *potential view*. Lokasi proyek ini berada di Desa Jabon, Kabupaten Jombang yang wilayah sekitarnya merupakan kawasan perumahan yang saat ini banyak dalam pengembangan.

Perancangan dalam proyek ini adalah merancang arsitektur dengan melakukan penambahan bangunan eksisting dengan luas total minimal 1000 meter persegi dan merancang interior bangunan (*cafe* dan *marketing gallery*). Dalam proses perancangan, beberapa aspek harus diperhatikan seperti penggunaan warna, *lighting*, bentuk furnitur, skala furnitur dalam ruang, dan sirkulasi ruang agar sesuai dengan pendekatan *design and behaviour*.

a. Data Pemilik Proyek

Nama Pemilik : Hendro Bintoro

Alamat : Gading Kirana Blok B No. 8
Sidoarjo

Pekerjaan : Owner PT. Bumi Lingga Yoni

b. Data Lokasi Proyek

Nama Proyek : Cafe dan Marketing Gallery
di Jombang

Jenis Proyek : Komersial

Lokasi Proyek : Jl. Kapten Pierre Tendean,
Jabon, Kec. Jombang,
Kabupaten Jombang,
Jawa Timur

Luas tanah : ±400 m²

Orientasi : Timur Laut



Gambar 7. Lokasi Proyek Perancangan
Sumber: Google Maps, 2023

Lokasi Proyek ini berada di Desa Jabon, Kabupaten Jombang. Lokasi perancangan ini tergolong strategis karena berada di wilayah kawasan perumahan yang cukup ramai di seberang Perumahan Bale Nirwana. Lokasi ini dapat dijangkau 7 menit dari pusat kota dan 18 menit dari gerbang tol Jombang.



Gambar 8. Lokasi Eksisting Proyek
Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023

Data Pengguna Cafe & Marketing Gallery di Jombang

Pengguna bangunan secara keseluruhan dibagi menjadi dua yaitu pengguna *cafe* dan Pengguna *marketing gallery*. Pengguna *cafe* terdiri dari:

- Pengunjung *Cafe*
- Barista
- Waiter
- Chef

Sedangkan pengguna *marketing gallery* terdiri:

- Tamu *Marketing Gallery*
- Direktur
- Staff *Finance*
- Staff *Purchasing*
- Staff *Marketing*
- Staff Penerima Tamu

Pengguna *cafe* dan *marketing gallery* memiliki jadwal yang berbeda. *Cafe* beroperasi setiap hari, sedangkan *marketing gallery* beroperasi pada hari Senin-Jumat, Sabtu setengah hari, dan libur pada hari Minggu.

Pola Aktivitas Pengguna

1. Pengunjung *Cafe* - *Dine in*

Pola aktivitas *customer* berkunjung melalui area parkir hingga entrance, dimana sebagian *customer* langsung memilih menu di depan kasir atau mencari tempat duduk terlebih dahulu kemudian baru memesan pesanan. Saat pesanan sudah sampai, *customer* akan membayar kemudian melanjutkan perjalanan atau kembali pulang.

2. Pengunjung *Cafe* - *Takeaway*

Pengunjung yang ingin *take away* cenderung langsung memesan saat melihat menu dan menunggu dengan cepat atau pergi dan diambil di waktu nanti. Sehingga area tunggu *take away* dapat dibedakan dengan pengunjung/*customer* terutama bila ada layanan pesan antar online.

3. Staff *Cafe*

Aktivitas *customer* yang bersinggungan dengan area *backroom* atau area yang hanya dapat diakses oleh staf dan area yang bersinggungan dengan *customer*. Sehingga pembagian area perlunya ada sirkulasi yang tidak mengganggu pandangan *customer* dengan aktivitas lalu lalang keperluan *backroom* atau sebaliknya.

4. Tamu *Marketing Gallery*

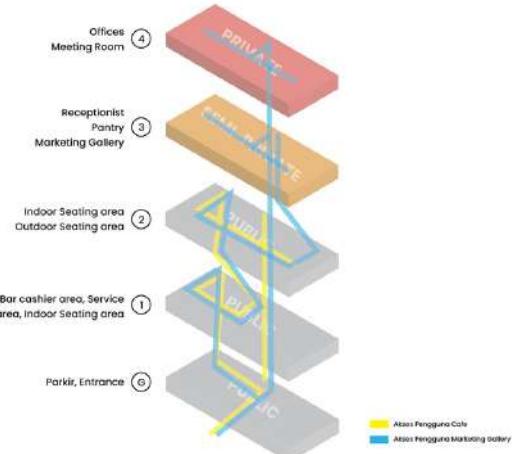
Tamu marketing cenderung akan berkunjung setelah membuat janji temu dengan staf

kantor *marketing gallery*. Namun hal ini tidak menutup kemungkinan jika ada tamu yang tanpa janji temu ingin berkunjung langsung ke *marketing gallery*.

5. Staf Kantor

Kebutuhan sirkulasi staf kantor yang cenderung lebih banyak berada di depan meja dan tidak banyak aktivitas keluar ruangan, sehingga area dapat diposisikan di area yang tidak sering bersinggungan dengan staf *cafe* dan jauh dari kebisingan.

Pola Sirkulasi Ruang



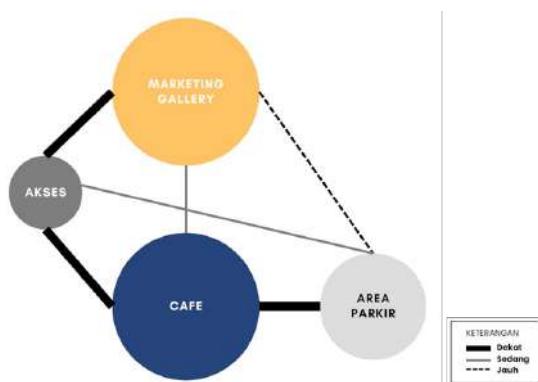
Gambar 9. Pola Sirkulasi dalam Ruang
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Sirkulasi ruang berdasarkan pengelompokan kebutuhan dan sirkulasi dari setiap aspek pengguna, dimana *marketing gallery* diletakkan di paling atas karena memiliki tingkat aktivitas harian yang tidak beroperasi setiap saat seperti *cafe*. Sehingga *office* dapat diletakkan di area yang bersinggungan dengan lokasi acara atau *marketing gallery*. Sedangkan area *cafe* yang

selalu beroperasi setiap hari diletakkan di lantai bawah supaya aksesnya mudah.

Hubungan Antar Ruang

a. Makro

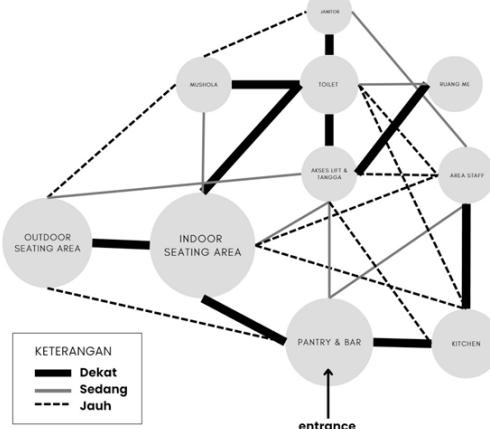


Gambar 10. Space Relationship Makro Cafe dan Marketing gallery

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

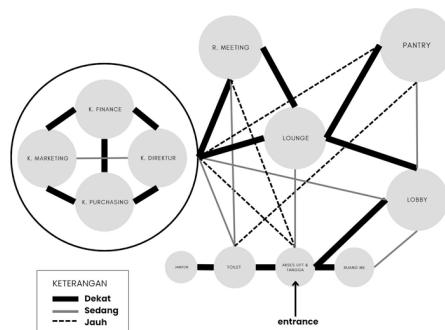
Area parkir terletak paling dekat dengan cafe yang memiliki sirkulasi paling tinggi, dan terletak jauh dari *marketing gallery* yang tingkat sirkulasinya tergolong rendah.

b. Mikro



Gambar 11. Space Relationship Mikro Cafe
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Dalam hubungan antar ruang secara mikro di area *cafe pantry* dan bar secara sirkulasi dekat dengan area pelayanan, dimana memiliki area yang tidak berdekatan dengan toilet namun berdekatan dengan *kitchen*.

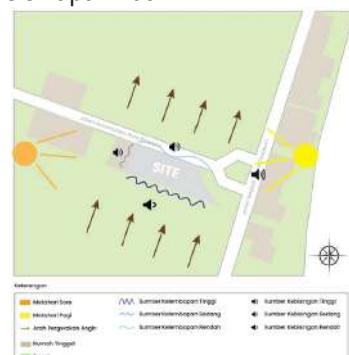


Gambar 12. Space Relationship Mikro Marketing Gallery
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Dalam hubungan antar ruang secara mikro di area *marketing gallery*, ruang *meeting* berdekatan dengan *lounge* untuk mempermudah jangkauan dalam berbincang dan berpindah. Dimana dengan area *office* itu sendiri berdekatan dengan ruang *meeting* dan *lounge* untuk mempermudah akses dalam komunikasi dengan *customer* yang terlibat.

Analisis Tapak

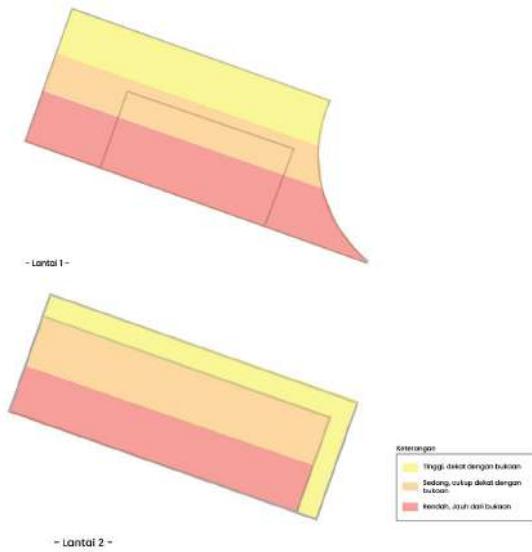
a. Analisis Tapak Luar



Gambar 13. Analisis Tapak Luar
Sumber: Data Olahan Pribadi. 2023

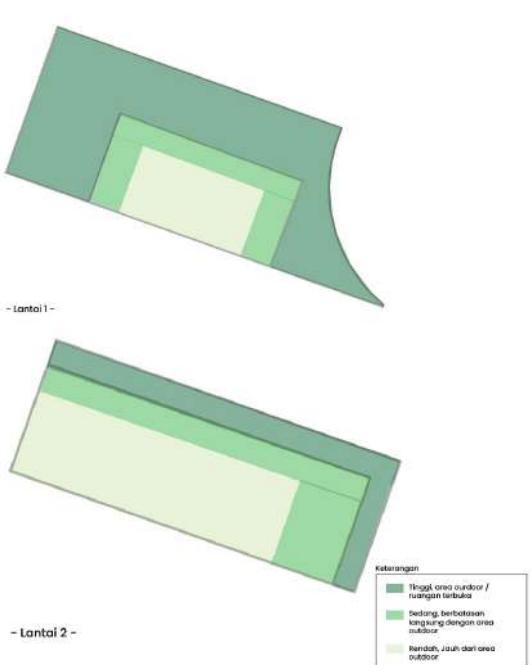
b. Analisis Tapak Dalam

1. Pencahayaan



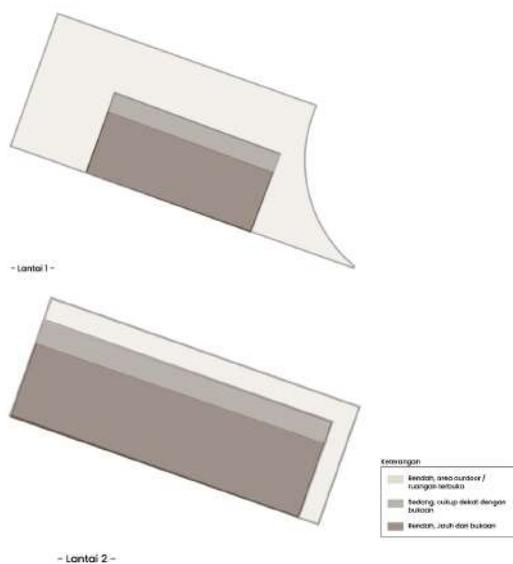
Gambar 14. Analisis Pencahayaan Alami
 Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

2. Kebisingan



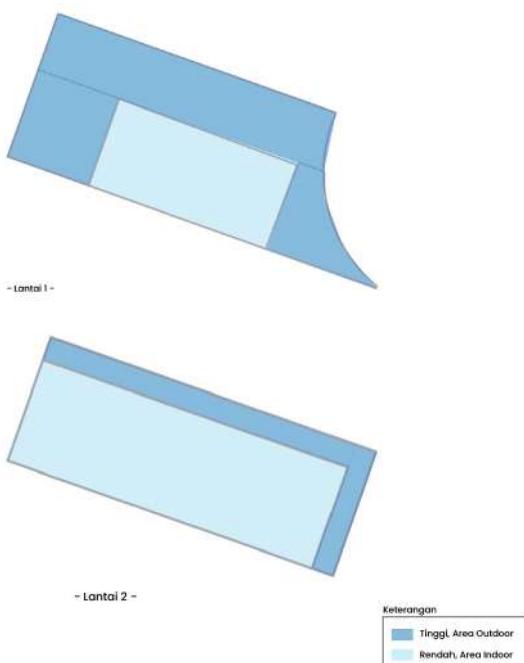
Gambar 15. Analisis Kebisingan
 Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

3. *Enclosure*



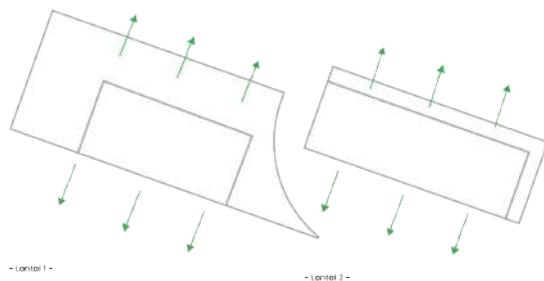
Gambar 16. Analisis *Enclosure*
 Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

4. Kelembapan/Humidity



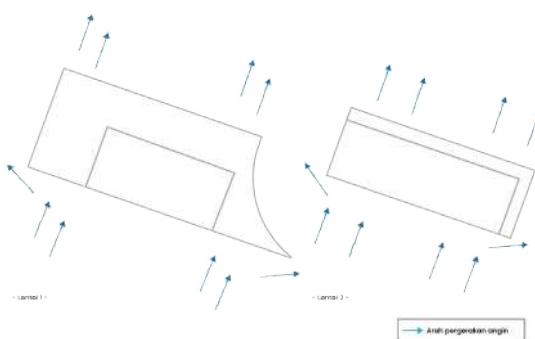
Gambar 17. Analisis Kelembapan
 Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

5. View



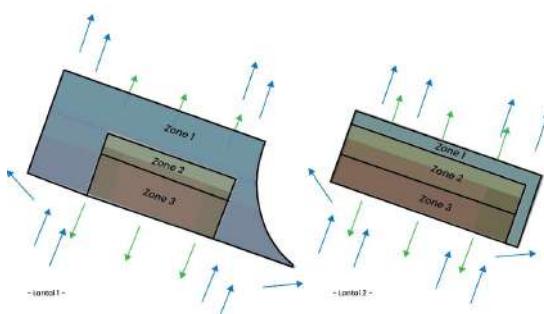
Gambar 18. Analisis View
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

6. Angin



Gambar 19. Analisis Angin
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

7. Overlay



Gambar 20. Analisis Overlay
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Zona 1 - Area Outdoor

Tingkat cahaya natural tinggi, kelembaban tinggi, *enclosure* rendah, kebisingan tinggi.
Area yang cocok: Area Parkir & *Outdoor Seating*.

Zona 2 - Area Indoor

Tingkat cahaya natural sedang, kelembaban rendah, *enclosure* sedang, kebisingan sedang.
Area yang cocok: *Lobby*, *Lounge*, *Pantry*, *Indoor Seating Area*, Ruang Kantor, Ruang *Meeting*, *Pantry* Kantor.

Zona 3 - Area Indoor

Tingkat cahaya natural rendah, kelembaban rendah, *enclosure* tinggi, kebisingan rendah.
Area yang cocok: Akses, Toilet, Ruang ME, *Kitchen*.

Konsep Solusi Perancangan

Sesuai dengan fungsinya, bangunan *cafe* biasanya ramai dan dikunjungi oleh banyak orang, namun karena lokasi *cafe* yang masih berada di dalam zona perumahan dan bangunan memiliki fungsi lain yaitu sebagai kantor, keberadaan *cafe* ini dapat mengganggu aktivitas masyarakat di rumah dan di kantor. Sehingga, konsep yang diberikan adalah menambahkan dan merubah bentuk bangunan untuk mengatasi masalah keramaian yang dalam proses pembentukannya disertai dengan sebuah tema besar berjudul “Serene” atau dalam arti bahasa Indonesiannya adalah tenang disertai dengan penggunaan pendekatan *design and behaviour*.

Dalam pengaplikasiannya, untuk memunculkan suasana ruang yang tenang, dapat di mulai dari pemilihan warna yang lembut, desain yang memberi stimulus relaksasi untuk menghadirkan suasana yang tenang, menghadirkan alam secukupnya ke dalam ruangan dan penataan furnitur yang berjarak. Karakteristik ruang yang tenang akan mempengaruhi perilaku interaksi manusia di dalamnya sehingga mendorong penggunanya untuk berinteraksi lebih tenang.

Konsep *Zoning*, Organisasi Ruang, dan Pola Sirkulasi

Konsep *zoning* dibagi secara vertikal. Pembagian *zoning* dimulai dari area publik hingga privat. Dimulai dari lantai *Ground*, lantai paling dasar, yang merupakan adalah area parkir dan *entrance* yang dapat diakses oleh seluruh pengguna bangunan. Kemudian diatasnya, lantai 1 yang mana adalah area utama *cafe* yang terdapat area *serving cafe* dan *service*, yang mana termasuk ke dalam area publik dan semi-publik untuk area servis. Lanjut ke lantai berikutnya, lantai 2 yang mana adalah area duduk *cafe indoor* dan *outdoor*. Lantai 2 masih termasuk ke dalam zona publik, namun aksesnya mulai terbatas untuk pengunjung yang *dine-in*. Lantai 3, merupakan area *semi-private* yang mana bisa di akses oleh staf Bale Nirwana dan tamu dari *marketing gallery*. Lantai 4 merupakan zona privat, karena aksesnya terbatas untuk pihak-pihak yang berkepentingan saja seperti staf dari Bale Nirwana Resort.



Gambar 21. Isometri Bangunan
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Organisasi ruang ruang dan sirkulasi yang digunakan pada proyek ini adalah linear, sehingga sirkulasi pengguna dalam ruang yang terbatas menjadi lebih mudah.

Konsep Aplikasi Karakter Gaya dan Suasana Ruang

Konsep suasana ruang yang ingin dihadirkan adalah suasana tenang, sehingga gaya yang

dipilih adalah Japandi yang dipadukan dengan konsep minimalis. Selain menjadi solusi permasalahan, gaya yang sedang menjadi tren ini digunakan untuk menambah *value* pada *cafe* dan *marketing gallery* di Jombang ini supaya masyarakat lebih tertarik untuk mengunjungi tempat ini. Karakteristik dari suasana ruang ini adalah menggunakan warna-warna netral, menggunakan permainan repetisi ataupun bidang polos, penggunaan warna-warna motif kayu yang dapat menambah suasana nyaman.



Gambar 22. Perspektif Interior *Cafe* Lantai 1
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Konsep Aplikasi Bentuk dan Bahan pada Pelingkup

Pada interior dan eksterior bangunan cukup banyak menggunakan bentukan-bentukan yang berepetisi, seperti pada bagian eksterior

bangunan yang menggunakan *second skin* berupa para-para. Pada interior bangunan juga menggunakan bentuk grid yang berepetisi sebagai pemanis pada dinding. Penggunaan bentuk-bentuk yang berepetisi ini merupakan ciri atau karakteristik dari penggunaan gaya Japandi.



Gambar 23. Perspektif Eksterior
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023



Konsep Aplikasi Furnitur dan Aksesoris Pendukung Interior

Furnitur yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu *furniture built-in* yang mana adalah furnitur yang paten letaknya seperti pada area kabinet belakang bar, kasir, *service cabinet*, *pantry*, rak-rak display/penyimpanan, dan *loose furniture* sendiri adalah furnitur yang berdiri sendiri dan dapat dipindah-pindah. Konsep pemilihan furnitur disesuaikan dengan fungsi dan warna yang sesuai dengan interior ruangan. Secara keseluruhan, bentuk dan gaya furnitur yang digunakan adalah furnitur dengan warna netral dan gaya minimalis yang hangat.



Gambar 24. Perspektif Interior *Marketing Gallery* Lantai 3
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2023

Konsep Aplikasi *Finishing* pada Interior

Bangunan ini menggunakan berbagai macam *finishing*, mayoritas *finishing* yang memiliki keterkaitan warna dengan alam. *Finishing* pada pelingkup lantai menggunakan batu granit bermotif marmer, batu-batuhan, dan kayu, serta adanya penggunaan material *unfinished* seperti *concrete*. Penggunaan material *unfinished* seperti *concrete* juga diaplikasikan pada *finishing* pelingkup dinding yang dipadukan dengan warna putih. Pada area perkantoran yaitu lantai tiga dan empat menggunakan material HPL dan multiplek pada pelingkup dindingnya guna membantu mengurangi kebisingan. *Finishing* pada furnitur terutama *furniture built in* menggunakan material HPL dan multiplek dengan warna yang disesuaikan dengan interior masing-masing ruang.

KESIMPULAN

Setelah melalui proses perancangan arsitektur interior *cafe* dan *marketing gallery* di Jombang, maka hasil yang diperoleh adalah konsep “Serene” dengan pendekatan *design and behaviour* yang dipadukan dengan gaya Japandi dan minimalis. Dengan adanya desain proyek *cafe* dan *marketing gallery* ini dapat menjadi

sarana untuk meningkatkan *traffic* di sekitaran perumahan Bale Nirwana Resort.

Saran untuk kedepannya diharapkan nantinya para investor berani untuk memunculkan proyek-proyek desain yang menarik di seluruh Indonesia, termasuk di kota-kota kecil, yang dapat menjadi sarana yang berguna untuk menambah wawasan dan dapat memajukan kesejahteraan masyarakat setempat.

REFERENSI

- Abdel, H. (2022, 11 Juni). *Risu Café / ForX Design Studio*. <https://www.archdaily.com/983483/risu-cafe-forx-design-studio>.
- Abdel, H. (2023, 10 Januari). *Marketing Office / RA Design Studio*. <https://www.archdaily.com/994743/marketing-office-ra-design-studio>.
- Amirulloh, M. (2020). Zoon Politicon Menjadi Zoom Politicon?. *Jurnal RechtsVinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*.
- Andriyani, M., & Ardina, M. (2021). Pengaruh Paparan Tayangan Pornografi melalui Media Sosial terhadap Perilaku Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Audiens*, 2(1), 143-153.
- Bona, F. (2022, 24 September). *Dampak Pandemi, 68% Masyarakat Indonesia Lebih Peduli Hidup Sehat*. <https://investor.id/national/307800/dampak-pandemi68-masyarakat-indonesia-lebih-peduli-hidup-sehat>.

- Galih, M. C. W., Sulistyani, H., & Utomo, T. P. (2023). Gaya Japandi Sebagai Sumber Ide Perancangan Interior Day Spa Di Surabaya. *Sanggitarupa*, 3(1), 38-44.
- Hamidah, O. D., & Wardhani, D. K. (2022). Perancangan Marketing Gallery & Club House dengan Pendalaman Prinsip Health and Wellbeing. *Aksen: Journal of Design and Creative Industry*, 6(2), 39-56.
- Hariandini, T. B., & Maharani, Y. (2021). Korelasi antara Desain Coffee Shop dan Perilaku Konsumen di Era Pandemi Covid-19.
- Hidayat, D. W. (2015). *Perancangan interior café dan restoran khas surabaya di jalan embong Malang Surabaya* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Jufri, A. A., & Muhammad, A. (2024). IMPLEMENTATION OF SELF-ORDER IN IMPROVING SERVICE QUALITY AT KAFE PYUR 2.0. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 282-299.
- Mahkota, A. P. (2014). Pengaruh kepercayaan dan kenyamanan terhadap keputusan pembelian online (studi pada pelanggan Website Ride Inc) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. *Metode Penelitian Sosial*, 33.
- Marsum, W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. edisi 4. Andi. Yogyakarta.
- Panjaitan, S.W. (2024). Re-Design Interior Area Kerja Lantai 2 PT. Bluescope Lysaght Medan Dengan Konsep Minimalis. *Gatotkaca Journal*, 5(1) page: 12-22. DOI:<https://doi.org/10.37638/gatotkaca.5.1.12-22>
- Setiawan, H. B. A. (2014). Lingkungan dan Perilaku: pengantar ke teori, metodologi dan aplikasi.
- Tandali, A. N., & Egam, P. P. (2011). Arsitektur berwawasan perilaku (behaviorisme). *Media Matrasain*, 8(1).
- Wong, J. (2018, 17 Januari). 101 café / FAR OFFICE. <https://www.archdaily.com/886351/101-cafe-far-office>.