



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**Pengaruh Leisure Terhadap Perkembangan Desain Restoran**

**SKRIPSI**

**FAMEIDA MIRLY  
0606075605**

**FAKULTAS TEKNIK  
DEPARTEMEN ARSITEKTUR  
DEPOK  
JUNI 2010**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

*Pengaruh Leisure Terhadap Perkembangan Desain Restoran*

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Arsitektur**

**FAMEIDA MIRLY  
0606075605**

**FAKULTAS TEKNIK  
DEPARTEMEN ARSITEKTUR  
DEPOK  
JUNI 2010**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fameida Mirly

NPM : 0606075605

Tanda Tangan :

Tanggal : 28 Juni 2010

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Fameida Mirly  
NPM : 0606075605  
Program Studi : Arsitektur  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup Urban Terhadap  
Perkembangan Desain Restoran

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Arsitektur pada Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Indonesia

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Wanda Lalita Basuki, MS ( )  
Penguji : Dr.Ir. Laksmi Gondokusumo Siregar, M.si ( )  
Penguji : Ir. Siti Handjarinto, M.sc ( )

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 28 Juni 2010

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Arsitektur Departemen Arsitektur pada Fakultas Teknik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Ibu Ir. Wanda Lalita Basuki, MS , selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- (2) Bapak Hendrajaya, M.Sc.,Ph.D., selaku koordinator mata kuliah skripsi tahun ajaran 2009/2010 yang telah memberikan saya kesempatan;
- (3) Ibu Joko dan Bu Laksmi yang telah memberikan saran dan kritik pada saat ujian skripsi berlangsung yang sangat berguna bagi saya agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi.
- (4) Seluruh pihak restoran yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan mengenai atmosphere ruang;
- (5) Keluarga saya khususnya **mama** yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk selalu dukung saya;
- (6) **Ony** yang selalu nemenin dan dukung saat kapan pun, makasi sayang ^^;
- (7) Intan dan Oi, teman-teman satu bimbingan skripsi dengan Bu Wanda;
- (8) Nanda,Dinda dan Bubu yang selalu nemenin kalau dimintain bantuan;
- (9) Para teman di Ars 2006 yang turut mewarnai hari-hari saya selama kuliah;

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu arsitektur umumnya dan bagi para pembaca khususnya.

Depok, Juni 2010

Fameida Mirly

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fameida Mirly  
NPM : 0606075605  
Program Studi : Arsitektur  
Departemen : Arsitektur  
Fakultas : Teknik  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tidak mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 28 Juni 2010  
Yang menyatakan

( Fameida.Mirly )

## ABSTRAK

Nama : Fameida Mirly  
Program Studi : Arsitektur  
Judul : Pengaruh Leisure Terhadap Perkembangan Desain Restoran

Gaya hidup Leisure (kesenggangan) makin meningkat dikalangan masyarakat urban, leisure bukanlah waktu luang yang dilakukan dalam jangka waktu panjang tapi hanya kesenggangan sesaat menuju ke tempat yang lebih fantastis untuk merileksasikan sejenak. Dengan meningkatnya kegiatan leisure maka terjadi perkembangan desain & fungsi pada restoran yang merupakan backdrop dari kegiatan leisure, untuk menjadi gelembung yang memenuhi kebutuhan leisure maka dibentuk suatu atmosphere yang unik yang dapat memfasilitasi dalam waktu singkat namun berkesan hingga dapat berhasil merileksasikan, hingga restoran mengalami perkembangan dari segi desain & penambahan fungsi yang bukan hanya sekedar menyantap hidangan tetapi menghadirkan wisata yang fantastis ke zona culinary.

Kata kunci:

Leisure, konsep desain, unik, atmosphere.

## ABSTRACT

Name : Fameida Mirly  
Study Program: Architecture  
Title : Influence of Lifestyle on The Development of Restaurant Design

Leisure lifestyle is increasing among urban communities, leisure time is not done for a long time but only momentarily ease into a more fantastic place to.... moment, with increasing leisure activity will occur on the development of design & functionality of a restaurant that is a backdrop for activities leisure, to become a bubble that meet the needs of leisure have formed a unique atmosphere which can facilitate in a brief but memorable time to be successful..., until the restaurant experienced growth in terms of design & additional functions not only to eat but to deliver a fantastic tour culinary zone.

Key words:

Leisure, design concepts, unique atmosphere.



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

keterbatasan hunian mengakibatkan ukuran rumah semakin kecil. Tempat berinteraksi antar anggota keluarga ikut mengecil, terlebih tempat untuk menjamu keluarga. Ruang interaksi yang makin mengecil serta dorongan yang menginginkan suasana yang baru untuk merileksasikan diri hingga mendorong perpindahan ruang interaksi dari sebuah hunian ke tempat-tempat *public*.

Restoran merupakan salah satu *public space* yang makin banyak dikunjungi masyarakat metropolis sebagai salah satu *alternative* ruang interaksi baru. Ini disebabkan oleh kemudahan berinteraksi dengan keluarga, relasi atau bahkan pasangan, juga dapat menjamu tamunya seperti rekan bisnis kita, selain lebih formal dan juga suasana lebih nyaman.

Hingar bingar kota-kota besar tidak dapat dilepaskan dari perkembangan pembangunan. Philip Kotler dalam buku *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations*, menyatakan bahwa sebuah kota pada dasarnya menarik dan atraktif disebabkan adanya perkembangan industry, memiliki keindahan alam, atau warisan budaya . Kota-kota besar tidak hanya menjadi pusat pemerintahan, tetapi juga menjadi pusat pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Sebuah kota besar tidak terlepas dari citra (*image*), masyarakat urban saat ini penuh dengan tekanan dan stress, hingga cenderung untuk melarikan diri' ke tempat fantastis yang dapat merilksasikan sejenak, itu lah yang disebut leisure, tetapi bukanlah hiburan dalam jangka panjang tetapi kegiatan yang dilakukan hanya bebrapa jam atau menit untuk merileksasikan kedalam ***sebuah dunia yang penuh dengan fantasi dan bentuk pelarian dari kenyataan-kenyataan yang tidak menyenangkan***, bentuk lain dari kenyataan yang sebenarnya. Maka diperlukan sebuah backdrop yang dapat menampung kehadiran kebutuhan baru ini, restoran merupakan salah satu gelembung yang dapat menampung kebutuhan baru ini,dengan terlihat merambaknya culinary di perkotaan.

Makin merambaknya restoran-restoran di ruang *public* karena fungsi restoran yang bukan hanya untuk menyantap makanan tetapi bisa berbagai hal seperti mengerjakan tugas, meeting, bahkan untuk berbincang-bincang dalam waktu yang lebih lama, hingga jumlah restoran makin banyak membuat para pemilik restoran

bersaing untuk menjaring pelanggan sebanyak-banyaknya dimulai dengan cara menghadirkan menu yang khas, peningkatan pelayanan, hingga membuat atmosfir yang menyenangkan dalam restoran dengan desain interior yang menarik, tetapi itu saja tidak cukup karena menu makanan yg hampir tidak berbeda pada satu tempat maka pemilik mulai bersaing dengan desain bangunan dan konsep yang lebih menarik bahkan sangat berbeda untuk menarik pembeli karena makin banyaknya persaingan diruang public<sup>1</sup>

Peningkatan pendapatan serta *perubahan gaya hidup masyarakat* secara tidak langsung menimbulkan kecenderungan dalam masyarakat untuk beralih ke segala bentuk yang *up to date*, tidak terlepas dari pengaruh citra kota-kota besar sebagai konteks tempat berkehidupan masyarakat urban yang turut mempengaruhi pandangan serta gaya hidup masyarakatnya.

Hingga banyak desainer yang mencoba menampilkan konsep berbeda dan unik hingga pembeli tertarik dengan mudah bukan saja menarik dengan bentuk ruang yang modern tetapi menghadirkan gebrakan baru pada restoran agar dapat bersaing dengan ruang disekitarnya, desain restoran saat ini sudah penuh dengan desain minimalis yang menarik tetapi karena terlalu banyaknya desain modern itu membuat pembeli bosan karena tiap restoran menghadirkan desain yang hampir sama hingga pemilik harus menghadirkan sesuatu yang berbeda yang dapat menarik sang pembeli.

Konsep desain interior yang unik pada restoran sangat mempengaruhi pembeli yang akan datang dan agar tetap kembali lagi kerestoran tersebut karena bukan hanya menampilkan sebuah ruang dengan suasana baru tetapi juga menghadirkan kenyamanan yang berbeda , dimana kenyamanan dalam suatu ruang adalah hal terpenting dalam desain,desain yang berhasil adalah desain yang membuat ruang itu nyaman luar dan dalamnya sedangkan kenyamanan adalah sebuah perasaan dimana kita berada dititik kepuasan, dalam konsep desain interior yang unik sebuah kenyamanan dihadirkan dengan kemasan yang berbeda.

---

<sup>1</sup> Harriman, Gustaff. 2008, 19 Mei. *Paradoks Perkembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung*. Bandung: <http://bandungcreativecityblog.wordpress.com/2008/05/19/paradoks-perkembangan-ekonomi-kreatif-di-kota-bandung/>. Diakses pada 17 Juni 2009.

## **I.2 Maksud dan Tujuan Penulisan**

Tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui potensi sebuah tema desain unik dalam menarik pembeli di ruang public untuk memenuhi kebutuhan Leisure. Melihat penerapan desain tersebut dalam menghadirkan suatu kenyamanan dalam ruang, serta kehadiran desain terhadap lingkungannya , mengalami perubahan karena pengaruh gaya hidup akan berdampak positif atau negative.

Dengan karya ilmiah ini , penulis berharap dapat menambah wawasan arsitek mengenai desain interior dengan konsep unik yang sangat berbeda pada restoran sebagai bahan pertimbangan dalam merancang.

## **I.3 Ruang Lingkup Penulisan**

Pembahasan desain unik pada tulisan adalah mengenai hal-hal teknis seputar konsep sebuah desain unik yang mencakup desain interior bangunan serta exterior dalam potensi menarik pembeli pada restoran diruang publik. dimana perkembangan fungsi dari restoran sendiri karena pengaruh perubahan gaya hidup pada masyarakat.

Sebagai pengetahuan dasar, juga akan dipaparkan teori dasar mengenai restoran , seperti definisi dan jenis restoran.

## **I.4 Metode Pembahasan**

Metode penulisan karya ilmiah ini adalah dengan menggunakan metode empiris melalui studi kepustakaan dan juga survey untuk mendapatkan data-data sehingga dapat membuat analisa terhadap studi kasus yang dipilih, yaitu

1. Studi mengenai teori-teori yang menjelaskan perubahan gaya hidup masyarakat urban dan restoran melalui literature dan media elektronik.
2. Studi lapangan, yaitu pengamatan langsung terhadap contoh-contoh kasus yang diangkat & dilengkapi dengan data visual berupa foto / gambar
3. Studi hasil wawancara denga pemilik & pengguna restoran

## **I.5 Urutan Penulisan**

Secara garis besar karya ilmiah ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I *PENDAHULUAN***

Pada bagian ini dijelaskan mengenai latar belakang topic penulisan skripsi, permasalahan, maksud dan tujuan penulisan, ruang lingkup, dasar teori, metode dan sistematika penulisan.

### **BAB II *URBAN & PERUBAHAN GAYA HIDUP RESTORAN, TEMA RANCANGAN & PENGARUHNYA***

Bagian ini berisi teori mengenai Ruang dan penjelasan tentang ruang komersil serta pengaruh urban pada ruang disertai dengan perubahan gaya hidup masyarakat urban. Dan Bagian ini berisi teori restoran, pengaruh sebuah tema dan perkembangan desain terhadap pengaruh gaya hidup urban.

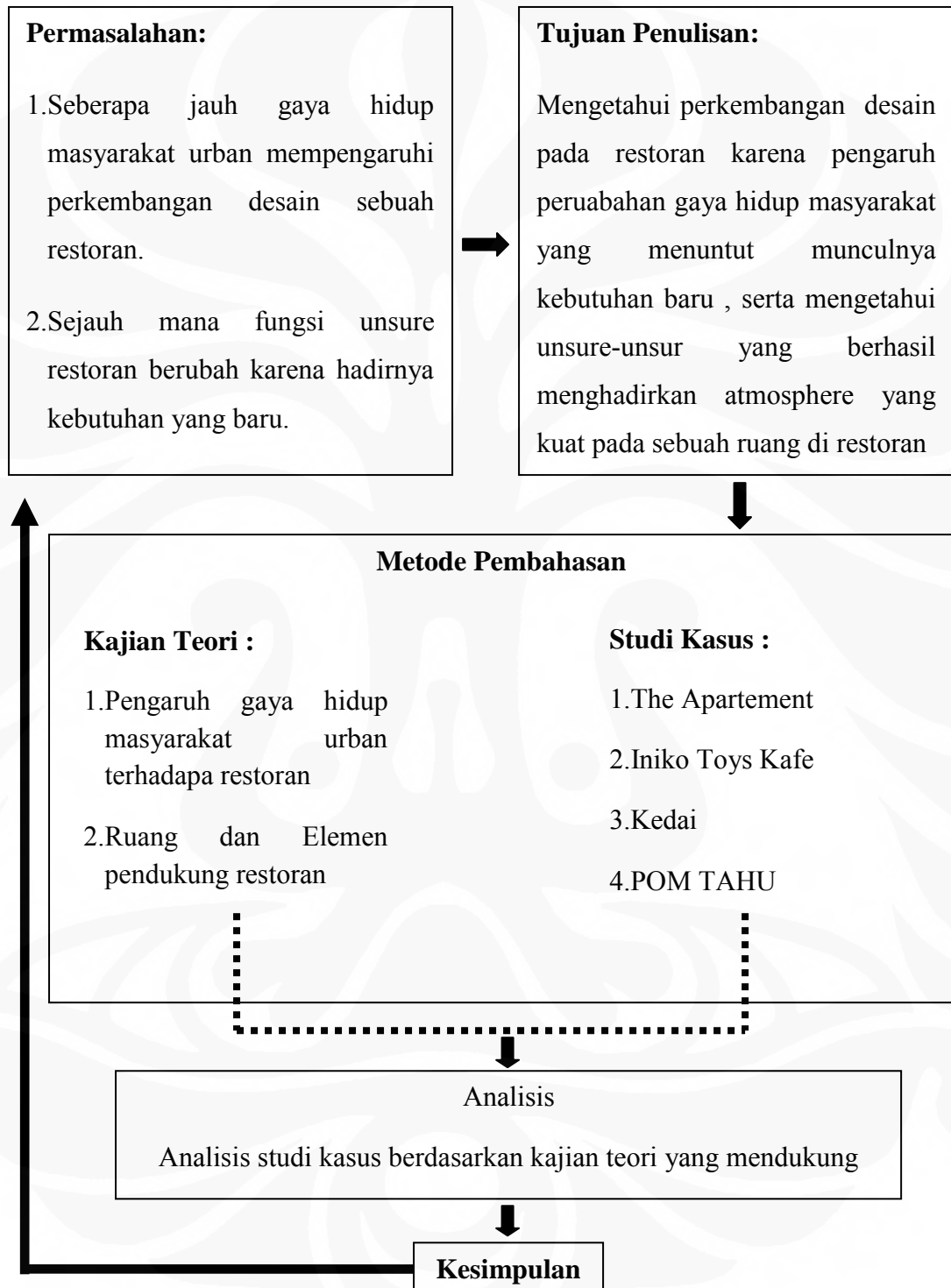
### **BAB III *STUDI KASUS & ANALISIS***

Berisi tentang pembahasan mengenai studi kasus yang diambil beserta dengan analisis berdasarkan teori-teori yang mendukung didalam pembahasan studi kasus ini.

### **BAB IV *KESIMPULAN***

Berisi ini berisi hasil pemikiran akhir dari seluruh bab yang telah dibahas sebelumnya.

## I.6 kerangka Berfikir



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### II.1 Gaya Hidup Masyarakat Urban

##### II.1.1 Definisi

Aragones dan Amerigo mendefinisikan psikologi lingkungan sebagai hubungan timbal balik antara perilaku manusia dan sosio-fisik lingkungan, baik alami maupun buatan.<sup>2</sup> Psikologi lingkungan sangat terkait akan dampak pada manusia. <sup>3</sup>Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang .

Gaya Hidup dalam ilmu Sosiologi diartikan sebagai cara seseorang atau sekelompok orang hidup. Cara hidup ini termasuk didalamnya pola dari hubungan sosial, pola konsumsi, hiburan yang disukai, serta cara berpakaian<sup>4</sup>. Sebuah gaya hidup secara tidak langsung menjadi cerminan sikap serta nilai-nilai yang dianut oleh seseorang.

Dalam sebuah *essay* yang berjudul *Higher Education and Economic Behaviour*, Burkhard Strumpel mengatakan bahwa pendidikan yang lebih tinggi akan mengubah seseorang dan selera (*taste*) mereka. Perubahan tersebut kemudian akan mempengaruhi tujuan hidup, nilai-nilai masyarakat yang dipilihnya. Motivasi masyarakat dengan tingkat pendidikan yang rendah

---

<sup>2</sup> Stephany hess, Enersto y Bernardo Hernandez. *An effective definition of Environmental Psychology: Emprical Research in Spain between 1985 and 2002*, hal 155

<sup>3</sup> *Enviromental Psychology: Enviroment and Human Factors. Department of Psychology Otto-von-Guericke-university Magdeburg*, Jerman

didasarkan pada tingkat ekonomi. Sedangkan motivasi masyarakat dengan tingkat pendidikan tinggi adalah pengaktualisasian diri.

### II.1.2 Tipologi Gaya Hidup

Hal-hal tersebut kemudian membentuk apa yang dinamakan gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup merupakan kerangka acuan, yang baik disadari atau tidak, dibentuk oleh individu dan relatif bebas kaitannya dengan aspek-aspek struktural tertentu. Kerangka acuan ini akan memperkuat identitas serta gaya komunikasi individu, dan selanjutnya memungkinkan orang untuk mengikuti suatu pola tingkah laku tertentu.

mengutip pendapat Hannerz (1980) yang membedakan empat tipologi gaya hidup masyarakat perkotaan, yaitu:

- *Encapsulated*

Gaya hidup yang terpusat pada lingkungan keluarga, sanak saudara, atau pada lingkungan kultur yang sama dengan individu. Lingkungan ini sangat mempengaruhi aktivitas, minat, dan pandangan atau sikap individu. Tipe ini disebut *Urban Tribesman* (*tribe* = suku), karena tipe ini umumnya beranggotakan orang-orang dengan latar belakang yang sama.

- *Segregation*

Gaya hidup yang memiliki banyak jaringan hubungan sosial. Namun, individu yang ada sengaja memisahkan hubungannya dengan kelompok yang satu dari kelompok yang lain. Aktivitas, minat, serta pandangan individu tidak didominasi oleh salah satu jaringan hubungan atau kelompok tertentu. Mereka termasuk orang yang memperhatikan penampilan. Mereka juga menggunakan berbagai fasilitas yang ada di seputar kotanya.

- *Integration*

Tipe ini merupakan gaya hidup yang paling besar. Tipe gaya hidup ini memiliki banyak jaringan sosial tanpa, ada penekanan khusus pada jaringan hubungan atau kelompok tertentu. Berbeda dengan tipe

sebelumnya, biasanya orang-orang pada masing-masing jaringan atau kelompok saling mengenal satu sama lain. Mereka termasuk orang yang memperhatikan penampilan dan juga menggunakan berbagai fasilitas yang ada di seputar kotanya.

- *Isolation*

Tipe gaya hidup ini tidak memiliki atau membina hubungan atau interaksi sosial yang khusus. Tipe ini jarang menggunakan fasilitas yang ada di seputar kotanya.

Pendapat Peter J.M. Nas dan Marie-Louise van der Sande, bahwa ada berbagai macam motif yang mendasari seseorang untuk menganut gaya hidup tertentu, antara lain akibat mempertahankan kelangsungan hidup, kebutuhan untuk mengurangi perasaan tidak aman dan *anomie*, akibat penolakan terhadap nilai-nilai kultur yang dominan; dan lainnya.

Faktor Psychological juga mempengaruhi perubahan gaya hidup pada masyarakat yang makin berkembang<sup>5</sup>, yaitu dilihat dari beberapa aspek :

- *Encapsulated*

Kebutuhan yang mendesak untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan dari kebutuhan. Berdasarkan teori Maslow, seseorang dikendalikan oleh suatu kebutuhan pada suatu waktu. Kebutuhan manusia diatur menurut sebuah hierarki, dari yang paling mendesak sampai paling tidak mendesak (kebutuhan psikologikal, keamanan, sosial, harga diri, pengaktualisasian diri). Ketika kebutuhan yang paling mendesak itu sudah terpuaskan, kebutuhan tersebut berhenti menjadi motivator, dan orang tersebut akan kemudian mencoba untuk memuaskan kebutuhan paling penting berikutnya.

- *Perception*

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi, dan menerjemahkan informasi untuk membentuk sebuah gambaran yang

---

<sup>5</sup><http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/06/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>



berarti dari dunia. Orang dapat membentuk berbagai macam persepsi yang berbeda dari rangasangan yang sama.

- *Learning*

Pembelajaran adalah suatu proses, yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima (mungkin didapatkan dari membaca, diskusi, observasi, berpikir) atau dari pengalaman sesungguhnya, baik informasi terbaru yang diterima maupun pengalaman pribadi bertindak sebagai feedback bagi individu dan menyediakan dasar bagi perilaku masa depan dalam situasi yang sama.

- *Belief and Attitude*

Beliefs adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Beliefs dapat didasarkan pada pengetahuan asli, opini, dan iman (Kotler, Amstrong, 2006, p.144). Sedangkan attitudes adalah evaluasi, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang pada sebuah obyek atau ide

### II.1.3 Gaya hidup dan Waktu Senggang (*Leisure*)

Secara sederhana *Leisure* diartikan sebagai waktu luang. Dalam membahas makna *leisure*, orang seringkali menghubungkannya dengan *work* atau bekerja. Aristotle dalam buku *Leisure The Basis of Culture*, mengartikan *leisure* sebagai „*non-work*’ atau keadaan dimana seseorang tidak bekerja (Josef Pieper, 1952). Kondisi tidak bekerja di sini diartikan di saat seseorang tidak melakukan pekerjaan atau tugas yang biasa ia lakukan, bukannya tidak melakukan apa-apa.

Tetapi istilah *leisure* atau kesenggangan yang diterjemahkan menjadi “waktu luang” dianggap kurang tepat, karena istilah kesenggangan ini memiliki makna yang luas. Tidak hanya mencakup pengertian waktu luang tetapi didalamnya juga terkandung makna aktivitas serta pengalaman yang dialami seseorang saat melakukan aktivitas kesenggangan.

Kata *Leisure* sendiri berasal dari bahasa latin; *licere* yang berarti “*to be permitted*” atau “*to be free*”. Jadi, leisure merupakan waktu atau saat dimana seseorang memiliki kebebasan untuk menentukan atau memilih, melakukan aktivitas non-pekerjaan yang menyenangkan. Aktivitas ini dapat dilakukan sebelum maupun sesudah aktivitas rutin sehari-hari seperti makan, tidur, bekerja, pergi ke sekolah, melakukan pekerjaan rumah tangga, dan lain-lain.

*In leisure ... the truly human values are saved and preserved because leisure is the means whereby the sphere of the „specifically human’ can, over and again, be left behind ...*(Josef Pieper, *Leisure The Basis of Culture*, 1952,p. 58)

Peterson (1989) mengatakan bahwa factor – factor demografis seperti status social ekonomi, usia, pekerjaan, dan pendidikan adalah factor – factor yang mempengaruhi pemilihan aktifitas kesenggangan.

Kejadian yang nampak seperti ini dapat kita saksikan pada masyarakat perkotaan saat ini, Dalam masyarakat perkotaan yang penuh dengan tekanan dan stress, kecenderungan untuk lebih sering melakukan aktifitas leisure semakin meningkat. Aktifitas leisure bukan lah lagi sesuatu yang tertuju pada aktifitas dimana seseorang jauh dari rutinitas yang ada, seperti Image akan liburan yang biasa dilakukan dalam waktu yang lama, melainkan sebuah aktivitas yang berbeda dari rutinitas mereka sehari-hari. Aktifitas yang dianggap cukup untuk memberikan rileksasi sesaat dari kepenatan. Menurut Farrely (2003) sebagai bentuk „melarikan diri’ ke dalam tempat yang fantastis, yang berasal dari khayalan arsitek atau designer, aktifitas jenis ini semakin meningkat.

Aktivitas *leisure* Menurut Wikipedia, aktivitas pada *leisure* dapat dibagi menjadi dua tipe, yaitu:

1. *Active Leisure*

Aktivitas pada *leisure* yang menggunakan atau melibatkan aktivitas fisik maupun mental energi. Contoh dari *active leisure* ini diantaranya berjalan, menggunakan sedikit energi, atau pun kegiatan yang memerlukan energi yang cukup besar seperti bermain bola. Aktivitas yang termasuk dalam *active leisure* ini memiliki banyak kesamaan dengan aktivitas rekreasi.

2. *Passive Leisure*

Aktivitas pada *leisure* yang tidak menggunakan atau melibatkan aktivitas fisik maupun mental energi. Contoh dari aktivitas ini diantaranya menonton bioskop maupun televisi.

Selanjutnya dalam *Environmental Psychology* dijabarkan beberapa karakteristik dari aktivitas pada *leisure*, yaitu:

- Aktivitas dipilih secara bebas  
Dalam pemilihan aktivitas dalam *leisure* tidak diperkenankan adanya paksaan, mengingat *leisure* ini juga bukan suatu kewajiban. Seseorang memiliki kebebasan serta tidak dapat diberi tekanan untuk memilih aktivitas yang ia inginkan.
- *the activity is experienced as enjoyable by the individual engaging in it*  
Aktivitas dilakukan sebagai sebuah kesenangan
- *Aktivitas the activity is not simply a form of required maintenance activity or a way to meet basic sleep needs; doing unpaid chores or a normal night's sleep are not forms of leisure activity, but knitting (despite having other means of acquiring clothing or other woven goods) probably would be.*

## II.2 Ruang

### II.2.1 Definisi

Ruang dalam bahasa Indonesia memiliki arti rongga yang terbatas atau terlingkun oleh bidang tetapi dapat juga berarti rongga yang tidak terbatas, tempat segala yang ada<sup>6</sup>. Ruang adalah tempat berkegiatan manusia yang dirancang dan juga diinterpretasikan oleh perancang dan juga penggunanya. Ruang pada skripsi ini akan dibahas sebagai sebuah tempat untuk memenuhi keinginan utama manusia sebagai makhluk sosial<sup>7</sup>, dan dimana ruang kebutuhan itu dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat urban yang makin berkembang serta memperhatikan lingkungan sekitarnya dalam pembentukan ruang itu sendiri.

Ruang sebagai tempat manusia memenuhi keinginan bersosialisasi tersebut memiliki 2 syarat terjadinya interaksi sosial antara manusia di dalamnya, yaitu adanya kontak sosial yang tidak harus berbentuk kontak fisik dan adanya komunikasi<sup>8</sup>. Namun, kegiatan sosial yang ditandai oleh interaksi sosial ini tetap dapat terjadi jika masing-masing individu saling menyadari kehadiran yang lain walaupun tidak terjadi kontak fisik seperti berjabat tangan, saling menyapa, dan lain sebagainya.

*“There not at one time, between sixteenth century (the Renaissance – and the Renaissance city) and the nineteenth century exist a code at once architectural, urbanistic and political, constituting a language common to country people and townspeople, to the authorities and to artists –a code which allowed space not only to be „read’ but also to be constructed?”*  
(Lefebvre:1991)

Lefebvre dalam buku *The Production of Space* berargumen bahwa ruang adalah sebuah subjek yang merupakan anggota dari sebuah kelompok sosial (*society*).

<sup>6</sup> Anton M. Moeliono. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*: Jakarta: Balai Pustaka. 1990

<sup>7</sup> Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*: Jakarta, 1982. p.102-103

<sup>8</sup> Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*: Jakarta, 1982. p.53-54

### II.2.2 Pembagian Zona Ruang

Terdapat pembagian ruang menurut besaran, penggunaan, kepemilikan, dan lain-lain. Pembagian ini terjadi di dalam ruang yang terspesialisasi seperti *leisure, work, play, transportation, public facilities*, dan lain-lain<sup>9</sup>.

Menurut pembagian zona Pembagian hierarki ruang (zona) dari skala terbesar sampai yang paling kecil adalah *urban public, urban semi-public, group public, group private, family private* dan *individual-practice* (Chermayeff dan Alexander, 1962:121), tetapi pembahasan jenis ruang di dalam skripsi ini akan terbatas pada ruang publik atau ruang bersama, yaitu *urban semi-public, yang merupakan area tertentu yang digunakan dibawah pengawasan pemerintah maupun instansi tertentu seperti*

### II.2.3 Perkembangan Ruang Publik/Ruang Bersama

Pembagian zona di atas juga dapat dikatakan sebagai ruang publik menurut Stephen Carr dalam buku *Public Space*, menjelaskan bahwa walaupun ruang publik bergantung pada pemilik ruang (dimiliki oleh publik atau dimiliki oleh suatu instansi tertentu), namun yang menentukan adalah penggunaan ruang tersebut, "*open, publicly accessible places where people go for group of individual activities*" (Carr:1992). Jadi jika terdapat sebuah ruang yang dimiliki oleh suatu instansi namun dibuka untuk digunakan oleh publik, maka ruang tersebut dapat dikategorikan sebagai ruang publik, begitu juga sebaliknya.

Definisi lain mengenai ruang publik adalah "*spaces we share with strangers, people who aren't our relatives, friends, or work associates. It is space for politics, religion, commerce, sport; space for peaceful coexistence and impersonal encounter*"<sup>10</sup>. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa ruang publik dapat berisi sekelompok orang yang tidak mengenal sehingga interaksi sosial yang

<sup>9</sup> Henri Lefebvre. *The Production of Space*: Oxford, 1991. p. 8

<sup>10</sup> Ali Madanipour. *Design of Urban Space: An Inquiry to Socio-Spatial Process*: New York, 1996. p.146

terjadi di dalamnya adalah interaksi pasif tanpa komunikasi langsung. Bahkan keberadaan orang-orang lain di dalam ruang tersebut merupakan poin penting, sesuai dengan pernyataan “*what attract people most, it would appear, is other people*”<sup>11</sup>.

Selain itu, syarat ruang publik yang baik menurut Stephen Carr dan Leanne G. Rivlin dalam buku *Public Spaces* adalah *responsive*, *democratic*, dan *meaningful*.

**Reponsif** dalam arti bahwa ruang-ruang yang dirancang di dalam ruang publik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Dan untuk memenuhi kebutuhan tersebut, perancang harus teliti melihat apa yang dibutuhkan oleh masyarakat yang biasanya merupakan masyarakat urban sehingga kebutuhan mereka adalah untuk mengunjungi sebuah tempat yang berbeda dari lingkungan yang biasa mereka kunjungi, lingkungan terbangun. Disini juga disebutkan bahwa kebutuhan masyarakat yang diharapkan dapat dipenuhi oleh ruang publik adalah kenyamanan, relaksasi, keterikatan aktif dan pasif, dan penemuan.

**Demokratis** sehingga pengguna ruang publik ini dapat bebas mencapai ruang dan berkegiatan di dalamnya. Syarat kedua ini adalah untuk melindungi hak-hak pengguna sehingga kekuasaan dan kontrol pengguna hanya dibatasi oleh hak-hak orang lain. Kebebasan untuk mengakses ruang publik harus dipenuhi 3 hal, yaitu kebebasan mengakses secara fisik tanpa ada penghalang dengan jalur sirkulasi yang mudah; kebebasan akses visual sehingga pengguna dengan mudah melihat ke dalam ruang publik tanpa dibatasi oleh batas yang solid; dan adanya akses simbolik yang dibuat untuk sebagai penanda bahwa seluruh masyarakat dapat masuk ke dalam ruang tersebut. Akses simbolik ini dapat hadir dalam bentuk orang-orang atau elemen desain.

**Meaningful** atau memiliki arti adalah syarat penting untuk sebuah ruang dapat berhasil digunakan. Syarat ini menyatakan bahwa sebuah ruang publik harus jelas terlihat maknanya dengan cara menghadirkan tanda-tanda yang dapat

---

<sup>11</sup> William H. Whyte. *The Social Life of Small Urban Spaces*: Washington DC, 1980. p.19

dimengerti oleh pengguna dan menunjukkan jenis ruang publik seperti apakah tempat itu.

Bangunan public dapat dibagi menjadi dua berdasarkan kepentingan ekonomi, yaitu bangunan public yang dapat digunakan secara bebas oleh masyarakat umum, tanpa ada ikatan atau timbal balik tertentu, serta bangunan public yang ditujukan untuk kepentingan ekonomi, yaitu untuk menarik minat orang banyak<sup>12</sup>. Sebuah bangunan public, yang bertujuan untuk mengundang orang-orang untuk datang, tentu perlu memiliki untuk mewujudkan tujuan dan dasarnya yaitu mengundang orang banyak untuk dapat mengundang banyak orang maka bangunan public harus dikemas semenarik mungkin menghadirkan sesuatu atmosphere yang berbeda.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata komersial sering dihubungkan dengan niaga / perdagangan atau menggunakan sesuatu untuk berdagang. Komersial, yang dalam bahasa Inggris berarti commercial, didapat dari kata dasar commerce. Menurut Webster's New World Dictionary, commerce diartikan sebagai jual beli barang ataupun hubungan sosial. Sedangkan kata commercial diartikan sebagai sesuatu atau yang berhubungan dengan komersial atau perdagangan; sesuatu yang berkaitan dengan pertokoan, gedung perkantoran, dan sebagainya.

Bangunan komersial adalah jenis bangunan yang sifatnya berorientasi kepada perdagangan (commercial) untuk kepentingan bisnis. Elanjutnya Piotrowski (1999) mengungkapkan tentang jenis bangunan komersial yang dapat menjadi *Office Facilities, Lodging Facilities, Food & Beverage Facilities, Retail Facilities, Health care Facilities, Institutional Facilities*, pembahasan skripsi ini adalah pada ruang komersial ***Food & Beverage Facilities***, yaitu seperti *restoran, cafe, atau bar*.

---

<sup>12</sup> Vitruvius: *The Ten Books of Architecture*, Rowland & Howe (2002)

## II.2.4 Ruang Restoran

Citra restoran dimulai dengan lokasinya. karakter bangunan di dekatnya, jalan-jalan, dan bisnis mempengaruhi persepsi orang tentang sebuah restoran. Lokasi akan menarik jenis pelanggan tertentu dan menentukan rentang harga, jenis layanan, dan menu pilihan. tema restoran harus mencerminkan kebutuhan masyarakat di sekitarnya, dan tidak menyebabkan konflik dengan lokasi sekitarnya. lokasi menunjukkan jenis layanan dan kualitas makanan orang akan menemukan di sana. Lokasi menetapkan suasana hati untuk pengalaman bersantap yang total.

Dipinggiran kota atau pedesaan restoran akan memperoleh lebih banyak visibilitas oleh lokasi yang jalan raya utama hanya sebelum lalu lintas utama seperti perempatan, lalu lintas lingkaran, atau sebuah kota. Lokasi di sebelah kanan sisi jalan ke arah aliran utama lalu lintas adalah yang diinginkan. Ada penghalang psikologis untuk membuat berbelok ke kiri melewati arus lalu lintas. Membangun restoran di persimpangan jalan yang sangat sibuk juga mempersulit untuk bergerak melalui lalu lintas di sebuah persimpangan.

Menemukan sebuah restoran di daerah yang terdapat direstoran lain membuat adanya persaingan. Potensi pengunjung tertarik pada suatu kawasan yang fitur restorannya baik. Orang biasanya bersedia untuk mencoba sesuatu yang baru dan menarik.

Pembagian restoran berdasarkan lokasi terlihat dari memanfaatkan lokasi tersebut jika dekat laut akan menambah nilai jual pada restoran tersebut Karena adanya pengalaman ruang yang berbeda yang memanfaatkan lingkungan sekitar secara langsung.

Lingkup ruang kreatif sebagai wadah aktivitas kreatif manusia, jika ditinjau lebih luas, dapat dihubungkan dengan lingkup ruang kota. Hal ini dikarenakan aktivitas kreatif manusia bisa beragam jenisnya, bisa bersifat individual maupun komunal, hal ini sesuai dengan faktor manusia serta aktivitasnya sendiri. Menurut Landry (1995: hal. 11), kota menjadi tempat bagi manusia untuk beraktivitas menjalankan kehidupannya sehari-hari untuk



memenuhi kebutuhan mereka dan mengembangkan potensi, aspirasi, mimpi dan ide mereka. Orang-orang berdatangan ke kota untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Sehingga kota menjadi tempat dimana ras dan kebudayaan bercampur. Interaksi manusia di dalam kota ini dapat menciptakan ide-ide baru, yang tentunya dapat memicu kekreativitasan (Landry, 1995: hal. 11). Sehingga dapat dikatakan bahwa, kota dapat menjadi ruang fisik yang dapat memfasilitasi aktivitas kreatif sekaligus menjadi lumbung hasil kekreativitasan masyarakatnya.

Permasalahan yang timbul dalam kehidupan berkota, seperti kesenjangan sosial dan kesemrawutan kota akibat meningkatnya penduduk, mendorong masyarakatnya untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan memikirkan jalan keluarnya. Permasalahan dan tantangan yang timbul di kota menjadi dorongan bagi masyarakat untuk mengatasinya dengan cara yang kreatif dan inovatif.

Menurut Landry (1995: 28-30), ruang publik dapat menjadi salah satu tempat mengakomodasi kreativitas yang penting sekaligus dapat berperan sebagai katalis yang menarik semua kalangan masyarakat untuk berkumpul dan berinteraksi. Jika ruang publik didesain dengan mengintegrasikan beberapa fungsi di dalamnya, maka masyarakat pun akan mengoptimalkan fungsi tersebut tanpa adanya paksaan. Adapun fungsi tambahan yang dapat mengoptimalkan ruang publik yaitu ruang tampil (*performance space*) berupa *amphitheatre*, ruang pameran semacam *street exhibition* serta dengan menghadirkan *street furniture* sebagai elemen fisik yang mengoptimalkan ruang publik.

Dengan tambahan fasilitas tersebut, ruang publik akan mempunyai fungsi lebih dari hanya sekedar paru-paru kota, melainkan juga sebagai tempat berinteraksi masyarakat dari berbagai kalangan dan latar belakang. Sehingga dapat meminimalisir dampak segregasi spasial maupun sosial. Di sana mereka dapat melakukan aktivitas seperti baca buku, mencari inspirasi, serta menampilkan atau mempertunjukkan karya mereka, baik berupa karya musik, teater, maupun seni lainnya.

## II.3 Restoran

Makan dan minum merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia untuk hidup. Untuk makan dan minum, seseorang tidak membutuhkan suatu tempat atau wadah kegiatan khusus. Akan tetapi seiring perkembangan zaman, dimana kegiatan makan di luar rumah (*eating out*) menjadi bagian dari gaya hidup dalam kelompok masyarakat tertentu, perkembangan restoran menjadi makin marak. Bahkan menurut Farrelly (2003), pada abad 21 *eating out* sudah menjadi kebiasaan yang dianggap penting dalam budaya masyarakat barat. Di beberapa kebudayaan, makan di luar ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari, sedangkan bagi sebagian lainnya hal ini dibedakan secara sosial, hanya dilakukan untuk acara-acara tertentu (Lorraine Farrelly, 2003).

### II.3.1 Latar Belakang

Dalam buku *Bar and Restaurant Interior Structures*, sistem pembagian ruang yang ada pada restoran saat ini dianggap berkembang dari dua lingkungan yang sedari dulu ada pada kaum bangsawan pada masa Georgian, yaitu dapur sebagai „*servant*’ *space* atau area pelayan, serta ruang makan sebagai „*served*’ *space* atau area dilayani. Terdapat kontras di antara kedua lingkungan ini, dimana area servis atau „*servant*’ *space* cenderung disembunyikan, sedangkan „*served*’ *space* sebagai area makan, menjadi area yang dipertunjukkan, besar dan dengan dekorasi serta ruangan yang teatrikal, sehingga cenderung dibuat-buat (Farrelly,2003). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan makan, yang sebenarnya merupakan kebutuhan pokok pun dapat menjadi kegiatan sosial atau sesuatu yang „dirayakan’.

Oleh karena itulah, restoran seringkali dianalogikan sebagai sebuah teater. Bangunan ini berdasarkan fungsi aktivitas, yaitu memasak, yang dimuat atau dikemas dalam lingkungan yang dikontrol dan bersih, seperti back stage dalam sebuah teater; kemudian terdapat sebuah area dimana orang yang makan duduk dan arena tempat dimana produk yang ada dihadirkan atau disajikan dengan cantik dan berhati-hati, seperti panggung untuk area hiburan pada teater.

### II.3.2 Definisi

Pembentukan pertama bernama restoran muncul pada tahun 1760 di Paris dinamakan restoran karena khusus dalam menyajikan (*boullion atau restaurant*) untuk mengembalikan kesehatan dengan makanan seperti buah-buahan. Restoran ini berbeda dengan tempat makan umum lainnya karena restoran tersebut menyajikan pilihan makanan, menu beserta daftar harganya, waktu makan yang fleksible, dan meja tersendiri.<sup>13</sup>

Definisi restoran menurut Soekresno ialah usaha komersial yang menyediakan pelayanan makan dan minum bagi umum dan dikelola secara professional. Menurut Wikipedia, kata restoran atau *restaurant* berasal dari bahasa perancis *restaurer*, yang berarti *to restore*, yang diartikan sebagai makanan yang disimpan.

Selanjutnya seorang sosiolog, Finkelstein, dalam bukunya *'Dining Out, A Sociology of Modern Manners'*, mendeskripsikan restoran sebagai sebuah tempat dimana, *'Individuals are acting out privately held desires and need such as the desire for entertainment, relief from boredom and the need to feel distinguished in some way'*. (Lorraine Farrelly, *Bar and Restaurant Interior Structures*, 2003, p.12)

Makan merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan di suatu restoran. Akan tetapi di dalam restoran itu sendiri tidak hanya menjual produk berupa makanan, tetapi juga jasa pelayanan. Di samping itu, menurut buku *Food and Beverage Management*, terdapat beberapa elemen yang menjadi bagian dari produk restoran yang juga mempengaruhi pengalaman makan (*meal experience*) antara lain:

---

<sup>13</sup> Helen Castle, *Food + Architectural Design*, vol 172, No. 6, November-Desember (2002)

### 1. *Food and Drink*

Elemen ini meliputi makanan dan minuman, pilihan, ketersediaan, dan fleksibilitas untuk permintaan menu khusus (*special request*) serta kualitas dari makanan dan minuman yang ditawarkan. Makanan dan minuman ini sendiri, dalam bentuk menu atau daftar makanannya harus terfokus pada kebutuhan dan permintaan pengunjung. Banyak pengusaha rumah makan yang membedakan tipe makanan dan minuman yang disajikan untuk menawarkan sesuatu yang lain dari pesaingnya contoh menu tersebut seperti masakan *Italy*, makanan khas oriental, masakan khas Indonesia, dan lain-lain

### 2. *Atmosphere*

Faktor atmosfer ruangan berpengaruh pada faktor emosional/perasaan yang dapat muncul. Hal ini dibentuk dari kombinasi dari beberapa unsur seperti rancangan (*design*), tata ruang (*setting*), dekorasi, suhu, perlengkapan dan tingkat suara ruangan. Dekorasi ruangan seharusnya lain dari yang umumnya sehingga dapat menimbulkan perasaan menyenangkan dan rileksasi. Dekorasi dan tata ruang juga berperan penting dalam hal *meal experience*, sedangkan tata pencahayaan ruang berhubungan dan disesuaikan dengan dekorasi ruangan. Dengan banyaknya kemajuan saat ini, pengusaha restoran dapat menciptakan/ menyesuaikan atmosfer ruangan restorannya sesuai dengan konsep makanan yang dijual.

### 3. *Cleanliness*

Masalah kebersihan dan ke higienisan erat hubungannya dengan peralatan yang digunakan, karyawan, dan merupakan dasar dari kerapian, seragam yang sesuai, dan penggunaan sarung tangan contohnya yang dapat memberikan nilai positif dalam hal ini.

### 4. *Level of Service*

Service atau pelayanan ialah bagian dari produk dan bisa dianggap sebagai hubungan langsung antar produk dengan pelanggan. Pada intinya, pelayanan melibatkan interaksi langsung antara pelanggan dengan karyawan yang melayani.

Dari penjabaran di atas, dapat dikatakan fungsi restoran tidak lagi hanya menjadi sebuah tempat untuk makan, tetapi juga menjadi salah satu sarana orang untuk melepas lelah dan bersifat rekreatif, sebagai salah satu bentuk *leisure*. Fungsi-fungsi di atas salah satunya didukung oleh desain bangunan restoran yang dapat menghasilkan sebuah suasana ruang tertentu yang dapat mempengaruhi faktor emosional atau perasaan penggunanya, yaitu pengunjung. Hal ini juga didukung dengan dekorasi ruangan yang menimbulkan perasaan menyenangkan dan rileksasi.

Suatu Atmosphere (suasana ruang) pada restoran dapat membedakan restoran satu dengan restoran lainnya. Suasana ruang yang terbentuk diantaranya dipengaruhi oleh desain yang diaplikasikan pada sebuah restoran, sebagai bangunan komersial, restoran selain dirancang untuk menghadirkan sebuah rasa nyaman bagi pengunjungnya tetapi juga harus memiliki nilai jual. Restoran-restoran di ibukota seakan-akan berlomba-lomba untuk menghadirkan suatu suasana yang berbeda yang dapat menarik minat masyarakat. Masing-masing restoran akan membuat sesuatu yang berbeda untuk menarik minat konsumen. Citra sebuah restoran dibentuk melalui serangkaian prosesi yang dijalani oleh pengunjung ketika mengunjungi restoran tersebut, mulai dari pandangan atau kesan pertama dari bangunan restoran hingga saat keluar setelah makan. keseluruhan prosesi tidak terlepas dari pertimbangan estetika pada setiap bagian restoran untuk membentuk suatu kesatuan.

### II.3.3 Elemen Ruang Restoran

Masyarakat tertarik kepada sebuah restoran bukanlah hanya terhadap makanannya semata. Meskipun itu bagian yang penting, makanan hanyalah sebagian dari cerminan dari sebuah restoran, yang lebih penting adalah cara bagaimana seseorang nyaman makan di sebuah restoran.

Atmosfer terdiri dari segala sesuatu yang membuat orang-orang terkesan. Desain bangunan, dekorasi, dan skema warna interior, tekstur dinding, layanan, dan makanan keseluruhannya menciptakan suasana. Suasana yang tepat dapat membuat rileks tamu dan menghasilkan perasaan yang nyaman hingga ia akan datang kembali.

Tidak semua orang menginginkan respons emosional yang sama dari sebuah suasana restoran. Setelah bekerja sepanjang hari, seseorang akan lebih menyukai makan di tempat yang tenang, santai, dan homy. Namun, bagi mereka yang telah bekerja sendirian di sebuah lingkungan tenang, restoran yang bising mungkin memberi sesuatu yang dibutuhkannya. Oleh karena itu, sangat penting untuk dapat mengerti karakteristik tipe orang yang akan dilayani dan dapat terlihat dari lingkungannya.

Merancang suatu atmosphere ruang harus sangat hati-hati dan melalui pertimbangan yang matang. Atmosphere harus dirancang sedemikian rupa untuk menarik orang banyak jadi perancang harus mengamati target yang diinginkan dengan baik.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat terhadap persepsi sebuah atmosfer yaitu factor *penglihatan, sentuhan, penciuman, pendengaran, suhu, dan tempo* .

- **Penglihatan**

Penglihatan melibatkan persepsi warna, pencahayaan, harmoni, kontras, dan ruang. Ini merupakan unsur yang sangat penting dari atmosfer yang sempurna.

- **Sentuhan**

Tekstur dinding, tirai, meja, dan lantai memiliki nilai imajinasi tersendiri. Persepsi kontak tubuh, kursi nyaman, lantai, dll semua berkontribusi ke atmosfer.

- **Penciuman**

Bau yang menyenangkan dapat memberikan kontribusi positif pada atmosfer. Aroma kopi roti, bunga segar, dan wewangian dapat meningkatkan nafsu makan.

- **Pendengaran**

Tingkat kebisingan percakapan, pelayanan, dapur, dan musik mempengaruhi suasana. Tingkat kebisingan yang dapat diterima oleh telinga dipengaruhi oleh tingkat usia.

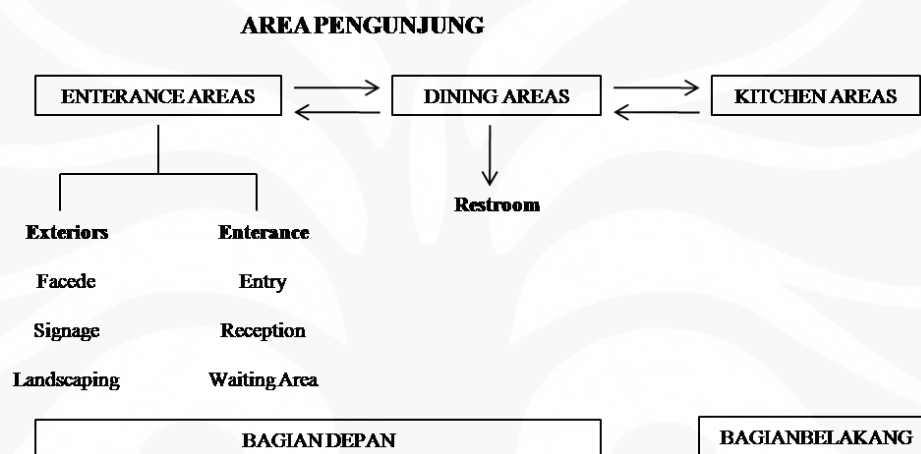
- **Suhu**

Sebuah kenyamanan ruangan yang hangat dan makanan panas menggambarkan perasaan kualitas tinggi, keanggunan dan santai .

- **Tempo**

Atmosfer dipengaruhi oleh tempo pelayanan, tempo pengalaman bersantap harus sesuai dengan citra restoran. Biasanya, tempo di sebuah restoran mewah lebih santai daripada tempo di sebuah restoran cepat saji.

Herman H. Siegel ( 1947 ) mengungkapkan bahwa pada umumnya desain sebuah restoran memiliki beberapa elemen dasar, yaitu entrance areas, dining areas, kitchen areas, dan fasilitas pendukung lainnya<sup>14</sup>. Bagian entrance serta area makan (dining areas), yang dapat dialami langsung oleh pengunjung disebut bagian depan atau front-of-the house, sedangkan bagian dapur , sebagai area pengolahan makanan, disebut sebagai bagian belakang restoran atau back-of-the house.



**Gbr.2.1 Skema Elemen Ruang Dasar Pada Restoran dan Arus Pergerakannya**  
Sumber: dokumentasi pribadi

### 1. Entrance Areas

Area ini merupakan area yang menjadi salah satu pertimbangan utama, yang secara tidak langsung membentuk karakter atau citra dari restoran. Desain harus mencerminkan karakter lokalitas dan merangsang imajinasi hingga meningkatkan keingintahuan pelanggan. Orang-orang secara alami ragu-ragu untuk memasuki restoran baru. Mereka mencari poin positif maupun negatif, mengenai kualitas restoran sebelum mereka masuk, *entrance* harus menjadi menarik dan 'menjual' (*advertise*) hingga dapat memberi konsumen kepercayaan dalam kualitas pendirian. karena merupakan kesan pertama yang akan dilihat oleh pengunjung. Area ini sendiri kemudian dibagi menjadi dua bagian yaitu :

<sup>14</sup> Motel, Hotels, Restaurants and bars, 1953: Successful Restaurant Design



a. *Exterior ( area luar bangunan )*

Eksterior suatu bangunan restoran harus dapat merefleksikan karakter restoran tersebut. Suasana di dalam harus merupakan refleksi gambaran eksterior. Selain itu, lokasi dimana restoran itu berada juga memberikan pengaruh yang cukup penting dalam menentukan *architectural style* yang dianggap sesuai. Saat ini tampilan eksterior, signage, dan entry areas telah banyak ditingkatkan untuk menandakan atau mengisyaratkan apa yang ada didalam restoran.

- *Façad*

Dalam Wikipedia, *Façade* (fasad) berasal dari Bahasa Perancis, yang berarti „bagian depan’ atau „muka’. Dalam arsitektur fasad diartikan sebagai bagian muka bangunan, dan dianggap sebagai bagian yang penting karena dianggap mewakili citra bangunan. Fasad sebuah restoran harus dapat tampil berbeda dengan fasad bangunan di sekitarnya agar berhasil dalam berkompetisi. Selain itu, dapat menciptakan imej yang mengesankan. Salah satu contohnya adalah dengan penggunaan storefront windows besar yang membuka pemandangan ke arah dalam restoran, sehingga mengesankan sebuah restoran yang ramah.

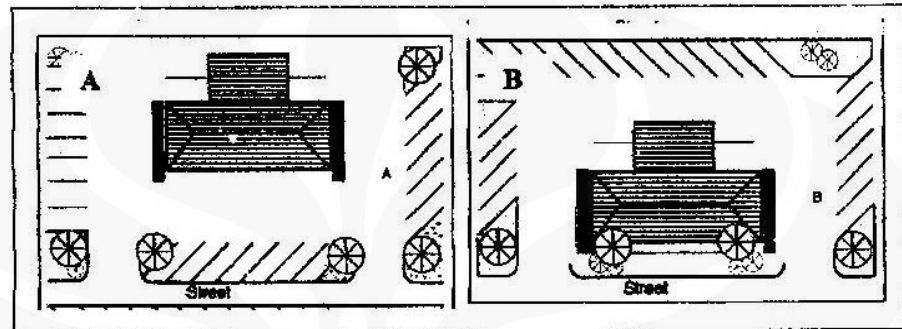
- *Signage*

Elemen ini seringkali menjadi bagian yang paling mudah dikenali dari fasad, dan paling menarik perhatian orang, serta akan diingat dalam pikiran orang yang melihatnya, sebagai symbol dari sebuah restoran. Signage juga mempunyai peranan penting dalam program periklanan.

- *Landscaping*

*Landscape* suatu restoran juga berperan dalam memberikan *first impression* dari sebuah restoran. Seperti halnya fasad dan *signage*, landscaping memberikan isyarat akan jenis pengalaman makan yang ada didalam restoran, membantu memberikan pengaturan dan suasana

untuk pengalaman bersantap yang sempurna. harus tetap dengan tema restoran dan menyelaraskan dengan fitur interior dan eksterior bangunan.



Gbr.2.2 Penempatan Restoran Terhadap Jalan

**Restoran yang diletakan jauh dari jalan (A) akan tertutupi bangunan yang dibangun mendekati sisi jalan.**

Sumber:successful restaurant design,p.

b. *Entrance*

Seperti disebutkan diatas , image dari eksterior menciptakan kesan pertama dan meningkatkan espektasi seseorang akan apa yang ada di dalam restoran. Kesan selanjutnya diciptakan melalui area masuk (*entrance*). Area masuk ini dimulai ketika seorang pengunjung mulai memasuki bangunan.

- *Entry*

Area entry disini ditekankan pada daerah kedatangan dimana pertama kali pengunjung memasuki restoran melalui pintu depan. Pintu dianggap menjadi bagian transisi yang cukup penting untuk menjadi bagian klimaks dari kesan yang dibentuk selanjutnya.

- *Reception*

Area ini menjadi area penyambutan yang menjadi perantara sebelum pengunjung memasuki area makan. Reception menjadi pusat informasi bagi pengunjung mengenai menu dan restoran itu sendiri.

- *Waiting Area*

Area ini sebagai ruang tambahan jika dirasa perlu.

## 2. Dining Areas

Area makan atau dining areas ini menjadi perhatian utama karena akan mempengaruhi pengalaman makan pengunjung dalam ruangan restoran, seperti: tempat duduk, dinding, langit-langit, dan sebagainya. Menurut Ditmer & Griffin (1993) *ambience* pada dining berpengaruh terhadap kenyamanan tamu selama berada di restoran, suasana yang dimaksud meliputi :

### a. Sirkulasi

Sirkulasi jalan terutama pengunjung harus teratur dan terarah. Terutama pada restoran dengan sistem pelayanan *counter/self service* agar tidak terjadi gangguan-gangguan dengan para pelayan atau para pengunjung lainnya. Area *service atau counter* harus menarik perhatian pada saat awal memasuki restoran dan minimal berada dekat dengan *main entrance* (Lawson,1978).

Pada area makan, sirkulasi untuk satu orang adalah 75 cm, sirkulasi 2 orang adalah 90 cm, sirkulasi longgar untuk dua orang atau satu orang dengan trolley makanan adalah 105 cm. Sirkulasi restoran ada beberapa tipe yaitu :

- ***Sequential Circulation (Linear)***, sirkulasi yang terbentuk berdasarkan ruang yang telah dilalui pengunjung diarahkan dengan kesatu tujuan dengan satu jalan, pengunjung diharuskan melewati jalan tersebut.
- ***Radial Circulation***, sirkulasi dimana pengunjung dapat memilih jalan yang mereka inginkan. Pengunjung bergerak bebas menuju tempat yang diinginkan tanpa adanya batasan-batasan seperti dinding pemisah.
- ***Linear Bercabang***, sirkulasi dimana pengunjung tidak terganggu, sirkulasi ini memiliki pembagian ruang dan arah yang jelas.

*b. Furniture*

Perabot sangat penting untuk sebuah restoran dan harus memenuhi banyak kebutuhan. Karena merupakan hal pertama yang diperhatikan oleh pelanggan saat memasuki pintu depan, perabotan harus mencerminkan tema dan suasana yang diinginkan. Pelanggan juga mengharapkan kenyamanan, kualitas, dan keindahan dalam furniture.

Gaya arsitektur restoran akan menentukan jenis dan gaya aksesoris yang diperlukan. Aksesoris memberikan kontribusi umum tema restoran, dapat berhasil menyampaikan tema restoran. Ruang harus saling melengkapi.

*c. Warna*

Warna adalah kontributor yang signifikan untuk kesan pengalaman bersantap. Warna langit-langit, dinding, lantai, furniture, dan dekorasi meja sering dipilih tanpa mempertimbangkan efeknya pada suasana. Kombinasi warna ruang makan dapat membuat orang lapar, depresi, bahagia, gelisah, makan cepat, atau makan santai.

Mengubah skema warna ruang makan jelas dapat meningkatkan (atau penurunan) selera. Warna dapat digunakan untuk mengubah bentuk dan menambah daya tarik

### **Respon Warna Emosional :**

Tercantum di bawah ini adalah beberapa poin penting yang perlu diingat ketika warna berkoordinasi dengan ruang makan:

- Warna yang cenderung merangsang selera makan yang raspberry, kuning hijau, peach, dan coklat.
- Penelitian telah menunjukkan bahwa dinding putih di daerah makan secara psikologis negatif dan tdk menarik, tapi dinding berwarna merangsang penjualan makanan. Sebuah warna solid dalam sebuah ruangan menjadi monoton dan membosankan.
- Warna kecil sampel cat, wallpaper, karpet, dll akan tampak lebih cerah bila diterapkan di area yang luas.
- Warna gelap membuat daerah besar terlihat lebih kecil, langit-langit tinggi jadi tampak lebih rendah
- Warna glossy memantulkan cahaya mata, gunakan campuran warna hangat dan sejuk.
- Hitam dan putih dapat digunakan untuk aksen dan menambahkan kecocokan hampir semua warna

#### *d. Pencahayaan*

Skema pencahayaan interior memiliki efek dramatis pada suasana restoran. Harus membuat menguntungkan kesan visual dan memberikan cahaya yang cukup untuk kegiatan staf dan pelanggan. Miskin pencahayaan dalam desain arsitektur menekankan dan membuat kesan yang biasa-biasa saja dan ruang makan tampak buruk

### **Jenis lighting pada restoran :**

**Uplights**, menambah dramatis suasana dengan menciptakan bayang-bayang dan suasana hati, karena cahayanya yang lembut tidak menyilaukan.

**Downlight** dapat digunakan untuk dinding mencuci atau penentuan objek tertentu. di dekat dinding lukisan, dapat menciptakan kontras bayangan dan suasana yang intim.

**Lampu sorot** Rheostats atau dimmer digunakan untuk mengendalikan intensitas.

Pencahayaan biasanya yang paling tidak direncanakan unsur suasana, tetapi memiliki dampak yang besar. Membuat ruangan lebih dramatis dan menarik di malam hari dengan bayangan, Cahaya dapat menambahkan atmosfer dengan menunjukkan dari suatu wilayah, sebuah tekstur, atau sebuah benda. dapat membuat ruang kecil terlihat lebih besar. Langit-langit tinggi akan terlihat lebih rendah dengan menggantung perlengkapan dan menjaga langit-langit.

#### *e. Dekorasi Ruang*

Sebuah dekorasi pada restoran tidak boleh di lalaikan, untuk mempertimbangkan aksesoris meja dan ruangan. Dekorasi yang tersedia harus kontras dengan interior hingga mendukung tema dari desain restoran itu sendiri. Dekorasi ruang terdiri dari dekor meja, dinding, lantai serta langit atau plafon, ketika duduk di meja pelanggan datang ke kontak terdekat dengan merasakan atmosfer.

#### *f. Penataan Ruang / Meja*

Penataan tata ruang dan meja makan sangat mempengaruhi ambience ruang untuk memperkuat tema yang dihadirkan, maka tata ruang jangan sampai keluar jalur dari tema yang ada.

g. *Penampilan & Perilaku Karyawan*

Penampilan staf yang rapi dan sikap yang ramah membuat suasana lebih nyaman, dengan penampilan yang selaras dengan tema restoran dapat sangat memperkuat atmosfer pada ruang tersebut.

h. *Musik (sound)*

Musik dapat membantu mengatur suasana di sebuah restoran. Musik latar yang kuat dan memiliki dampak langsung terhadap suasana hati seseorang. Jenis musik yang tepat dapat menempatkan suasana hati yang baik dan membuat staf lebih santai dan efisien. Background musik membantu untuk pemanasan suasana sebelum mengisi ruang makan dengan suara orang. Musik harus rendah dan tidak pernah bersaing dengan percakapan, dan merasa, tapi tetap terasa, Background musik harus tenggelam oleh orang-orang berbicara ketika mengisi ruang makan.

3. *Kitchen Areas*

Area dapur seringkali dianggap sebagai bagian belakang dari sebuah restoran dan umumnya tidak dimasuki langsung oleh pengunjung restoran.

4. *Supportive Areas*

Yaitu elemen-elemen ruang tambahan yang dianggap perlu, seperti toilet, dan sebagainya.

Desain sebuah restoran tidak hanya membentuk suatu suasana yang beda tetapi dari suasana yang dibentuk oleh desain tersebut juga mempengaruhi menarik pengunjung restoran. Terutama pada desain bagian depan sebuah restoran, yang meliputi entrance areas dan dining areas. Bagian-bagian ini merupakan bagian yang dilihat dan dialami langsung oleh pengunjung, oleh karena itulah, perlu sebuah rancangan sirkulasi yang membentuk sebuah kesatuan desain, mulai dari pandangan atau kesan pertama dari bangunan restoran hingga saat ia keluar setelah makan.

### II.3.4 Jenis Restoran

Atmosfer dipengaruhi oleh tempo pelayanan, tempo pengalaman bersantap harus sesuai dengan citra restoran. Berdasarkan *system* pelayanannya restoran terbagi menjadi sebelas jenis, yaitu<sup>15</sup> :

a. A La carte

Pada sistem pelayanan A La carte , pelayan mengambil pesanan dari pengunjung dan membawanya kepada koki untuk disiapkan. A La carte bisa ditemukan pada restoran kelas atas, serta coffe shop dan biasanya mengacu pada *table service*.

b. Banquet

Biasanya pidato atau hiburan akan menemani pengunjung saat makan dalam restoran jenis ini . Semua menu telah disiapkan sebelumnya. Ketika pengunjung datang, pelayan akan langsung menyajikan makanan dan setelah makanan di meja habis , pelayan akan mengganti dengan makanan selanjutnya.

c. Buffet

Pada Buffet pengunjung melayani diri mereka sendiri dengan mengambil makanan pada meja panjang yang disediakan sesuai dengan jenis makanan serta proporsi makanan yang diinginkan.

d. Cafeteria Sistem ini mirip dengan sistem Buffet hanya saja dalam Cafeteria makanan yang dipilih telah dibuat proporsinya terlebih dahulu oleh karyawan.

e. Family Style

Dalam sistem pelayanan jenis ini , makanan dibawa dalam sebuah piring besar yang akan diletakkan dimeja untuk diolah pengunjung sendiri. Restoran Cina banyak menggunakan metode ini.

---

<sup>15</sup> BARABAN, REGINA S. dan Joseph Durocher, *Succesful Restaurant Design* (New York:John Wiley and Sons,2001)hal 19



f. Delivery

Sistem ini bergantung pada pesanan melalui telepon. Pemesan makanan hanya perlu menunggu karyawan mengantarkan pesanan yang diinginkan ke tempat yang diminta.

g. Fast Food

Fast Food (makanan siap saji) service merupakan sistem pelayan dimana pengunjung mengantri dalam barisan untuk memesan makanan. Setelah itu karyawan bertugas mengambil pesanan dan menyiapkan makanan yang diminta serta menerima pembayaran. Lalu pengunjung dapat mengambil makanan dan mencari tempat duduk yang mereka inginkan.

h. Machine Service

Mengacu pada pelayanan dengan pengoperasian koin. Makanan atau minuman dimasukan ke dalam sebuah lemari penyimpanan makanan transparan pengunjung dapat setiap waktu mengambil makanan yang tersedia dalam lemari penyimpanan dengan memasukan koin pada mesin penyimpanan dan dapat langsung mengambil makanan yang keluar dari mesin.

i. Satellite System

Pada sistem satelit, makanan disiapkan dalam jumlah banyak pada sebuah dapur bernama commissary. Lalu makanan ditransportasikan ke dapur finishing untuk diatur. Sistem ini banyak dijumpai pada fasilitas kesehatan dan juga asrama militer.

j. Tableside

Makanan dimasak serta disajikan dalam sebuah kereta dorong. Nmaun sistem ini sudah semakin ditingalkan.

k. Take Out

Sistem ini mirip dengan fast food dimana pengunjung mengantri untuk mendapatkan makanannya. Namun pada sistem take-out pengunjung tidak

memakan makanannya pada restoran melainkan membawa makanan tersebut dalam keadaan terbungkus.

#### 1. Tray Service

Bisa kita jumpai pada Rumah Sakit atau pesawat. Makanan yang disajikan telah dipikirkan terlebih dahulu dan diatur oleh manajemen rumah sakit atau pesawat.

### II.4 Restoran dan Pengaruh Gaya Hidup

Restoran lebih dari sekedar sebuah tempat untuk makan. Apalagi dengan berkembangnya gaya hidup makan di luar (rumah), pergi ke suatu restoran tertentu bisa jadi memiliki pemaknaan lebih di dalamnya, bukan hanya mengenai pemilihan makanan yang disajikan, tetapi juga *image* dari tempat tersebut. Farrelly kemudian menyebutkan bahwa kehidupan sosial dalam masyarakat memiliki arti khusus, *where you are defined by who you are*. Restoran menjadi bagian dari identitas ini (Lorraine Farrelly, 2003, p.12).

*To enter certain restaurants is to identify yourself with a particular world or attitude* (Lorraine Farrelly, 2003, p. 10). Hal ini dapat kita lihat dari restoran-restoran yang bersifat formal, dimana orang-orang yang datang ke sana akan memakai pakaian yang rapih dan cenderung formal. Bahkan ada restoran tertentu yang menetapkan kriteria pakaian tertentu untuk masuk ke dalamnya. Hal ini tentu berbeda dengan restoran yang *casual* atau non-formal, dimana orang-orang yang datang tidak terikat dengan peraturan (berpakaian) tertentu. Hal ini pada akhirnya menimbulkan persepsi adanya tingkatan sosial pada restoran, seperti halnya tingkatan sosial pada masyarakat, seperti halnya tingkatan sosial pada masyarakat. Pandangan inilah yang mengubah makna restoran menjadi bagian dari pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri ditengah kalangan masyarakat urban. Memasuki sebuah restoran yang dianggap „berkelas’ dapat menimbulkan rasa bangga serta pembuktian diri sebagai bagian dari golongan masyarakat tertentu.

*The way we eat and drink is directly and immediately affected by our life experiences, and the places in which we meet to eat and drink are becoming more and more important social centers. ... They will continue to be the backdrop to*

*our leisure world, a world of fantasy and escapism. Where the experience, the theatre is everything. Step over the threshold and engage in the non-reality.* (Lorraine Farrelly, *Bar and Restaurant Interior Structures*, 2003, p.19)

Selanjutnya, Farrelly (2003) dalam bukunya *Bar and Restaurant Interior Structures*, mengungkapkan bahwa cara kita makan dan minum sangat dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman hidup kita. Latar belakang budaya dapat dikatakan termasuk di dalamnya. Ia kemudian melanjutkan bahwa tempat-tempat dimana seseorang bertemu untuk makan dan minum akan menjadi pusat kegiatan sosial yang semakin penting. Tempat-tempat ini akan terus menjadi *backdrop* dari sebuah dunia *leisure*, sebuah dunia yang penuh dengan fantasi dan bentuk kita pelarian dari kenyataan-kenyataan yang tidak menyenangkan, dimana pengalaman dan teater atau pendramaan diri adalah segalanya (p.19).

*Particularly in our stressful contemporary society we are increasingly drawn to engage in escapism in a fantastical place created in the mind of architect or designer. A different kind of virtual reality.* (p.19)

Dalam masyarakat saat ini yang penuh dengan tekanan dan stress, kecenderungan untuk 'melarikan diri' ke dalam tempat yang fantastis, yang berasal dari khayalan arsitek atau *designer*, semakin meningkat. Sebuah bentuk lain dari kenyataan yang sebenarnya (Farrelly, 2003, 0.19).

Desain dan interior pada sebuah restoran bisa jadi merupakan perwujudan imajinasi, baik dari pemilik maupun arsitek sebagai perancangannya. Imajinasi ini terkadang dapat melewati ambang batas dan terikat pada dunia yang tidak nyata. Menurut Farrelly (2003), sebuah perjalanan yang fantastis kedalam sebuah zona *culinary* yang dibayangkan merupakan salah satu pengalaman dari interior restoran; hal lainnya adalah *to take an existing building or location and use its originality of place, context or form to create specific architecture* (p. 18).

Baik kafe atau bar akan menampung perasaan klien saat mereka masuk, menunggu di bar atau duduk sendirian atau dalam kelompok. Isu-isu seperti kenyamanan fisik dan emosional, status, privasi, menampilkan, ritual penggunaan dan perilaku akan bermain dan diwujudkan secara langsung dalam bahan

bangunan dan peralatan. Hampir pasti, dan mungkin secara tidak langsung, desain dari tempat seperti akan menyentuh pada sosial, politik dan peristiwa ekonomi yang terus membentuk dunia modern.

Kini dapat kita lihat banyak sekali restoran, café, dan bar yang saling berlomba-lomba untuk menampilkan design konsep ruangnya sebagus dan seunik mungkin untuk menarik banyak pengunjung. Banyak resto yang menggandeng interior designer dan arsitek handal untuk membantunya memujudkan konsep design unik.

Dalam pengantar buku yang terbit sepuluh tahun lalu, *Tipping Point*, jurnalis Kanada, Malcolm Gladwell, menceritakan bagaimana sebuah produk sepatu bermerek tertentu yang sudah hampir bangkrut seketika bangkit dan menjadi populer kembali. Proses kebangkitan produk ini menjadi menarik karena jauh dari segala mekanisme periklanan yang lazim. Apa yang terjadi adalah lebih kepada pergerakan pesan informal yang unik dari satu orang ke orang lain yang kemudian menciptakan sebuah gelembung kebutuhan akan produk tersebut.

Produk tersebut kembali bangkit bukan karena adanya inovasi pada produk bersangkutan, melainkan produk itu lahir kembali sebagai tanda, menjadi ikon bagi kelas masyarakat tertentu. Seperti produk sepatu tadi, arsitektur harus juga mampu tidak sekadar memenuhi kebutuhan fungsional, namun menjadi tanda dan memberikan identitas pada ruang tersebut<sup>16</sup>.

Perkembangan Kebutuhan dalam masyarakat menuntut sebuah restoran dapat menciptakan suasana atau atmosphere yang dapat memberikan relaksasi dari kejenuhan dan kepadatan rutinitas . Gaya hidup masyarakat urban yang mengkedepankan budaya „praktis’ dan instan turut mempengaruhi cara pemenuhan akan kebutuhan *leisure*, salah satunya diterapkan pada bangunan restoran yang seringkali menjadi saran masyarakat *urban* untuk memenuhi kebutuhan pokoknya sekaligus bersosialisasi.

---

<sup>16</sup> Sumber: harian Kompas, 7 Februari 2010, halaman 14, 31-32. (by David Utama)

Dari penjabaran diatas , fungsi restoran bukanlah hanya menjadi tempat untuk makan melainkan menjadi salah satu sarana untuk melepas lelah dan bersifat kreatif, sebagai salah satu bentuk leisure. Dengan pergeseran fungsi serta gaya hidup masyarakat saat ini restoran tidak hanya menyajikan makanan tetapi juga mengedepankan suasana yang menyenangkan yang dapat menunjang tugas utamanya. Desain dan interior pada sebuah restoran merupakan perwujudan imajinasi pemilik atau arsitek sebagai perancang, ataupun pengunjung yang merupakan sebagai target pasarnya maka sesuatu desain yang dihadirkan unik atau berbeda dari yang lain adalah perkembangan desain melalui tema perancangan yang eksotis karena pengaruh gaya hidup masyarakat urban, tetapi terkadang imajinasi desain melewati batas dan terikat pada dunia yang tidak nyata.

## II.5 Penggunaan Desain unik Pada Tema Perancangan Pada Restoran

Fungsi restoran tidak hanya menjadi sebuah tempat untuk makan, tetapi juga menjadi salah satu sarana untuk melepas lelah dan bersifat rekreatif sebagai salah satu bentuk *leisure (waktu senggang)* dengan pergeseran fungsi serta gaya hidup masyarakat saat ini. Restoran kali ini juga lebih mengedepankan suasana yang menyenangkan.

MAKAN di restoran bukan sekadar menikmati sajian andalan restoran itu. Pengunjung tentu juga ingin "membeli" suasana yang ditawarkan pengelola restoran. Suasana yang ditawarkan tempat makan inilah yang tidak ada habisnya. Banyak rumah makan yang menawarkan konsep interior tempo dulu, ada pula pengelola restoran yang mencoba memikat pengunjung dengan suasana pedesaan. Lengkap dengan saung dan ornamen yang bisa ditemukan di penduduk desa.

Terlepas dari berbagai konsentrasi usaha yang dilakukan, semua restoran menyadari bahwa *instore* dan *outstore* restoran tidak boleh dilupakan untuk memberikan daya tarik kepada konsumen. Desain bangunan, romantisme suasana yang diciptakan, kenyamanan untuk menyantap hidangan yang disajikan memang tidak dapat dilepaskan dari peranan *store atmosphere* pada restoran bersangkutan.

Tema sebuah rancangan akan sangat menarik pengunjung, jika menghadirkan sebuah konsep yang unik akan menghasilkan kemasan dan atmosphere baru dalam memanjakan mata masyarakat, konsep tidak hanya membentuk sebuah bangunan tetapi juga menghasilkan sebuah fungsi tambahan pada bangunan tersebut hingga memberi pengalaman yang baru

Kata unik itu sendiri dalam kamus bahasa Indonesia mempunyai pengertian sesuatu yang lain daripada yang lainnya, bisa juga diartikan sesuatu yang langka, aneh atau janggal. Kata unik itu sendiri mempunyai pengertian sesuatu yang tidak lazim atau umum yang dijumpai di masyarakat, sehingga menjadikan sesuatu tersebut spesial dan istimewa. Karena spesial dan keistimewaan itulah banyak dicari orang dan mempunyai harga(khusus) di masyarakat.

Kata unik biasanya diikuti dengan kata menarik sehingga menjadi “UNIK dan MENARIK”, jadi unik dan menarik mempunyai pengertian sesuatu yang lain daripada yang lainnya dan amat sedikit dijumpai, serta sesuatu itu menarik banyak orang. Seperti prinsip ekonomi jika permintaan banyak dan penawaran sedikit maka harga barang tersebut menjadi mahal. Seperti barang antik yang jumlahnya amat sedikit dijumpai dimasyarakat sehingga menjadikan barang antik tersebut mempunyai harga yang tinggi bagi penggemarnya.

Estetika pada tiap bagian ruang sangatlah penting dengan begitu akan memberikan atmosphere yang berkesan beda yang membuat pengunjung nyaman, Tema rancangan dan atmosphere suatu bangunan dapat membantu mengangkat citra bangunan itu sendiri. Misalnya Orang akan berkunjung ke restoran tidak hanya menikmati makanan saja, namun juga merasakan suasana yang berbeda, yang menarik dan menyenangkan. Hal ini menjadi tantangan bagi kita para arsitek dan perancang interior, bagaimana membuat bangunan komersial menjadi bangunan yang menarik dan ramai dikunjungi orang.

Oliver (1997) mengartikan estetika sebagai suatu aspek yang sangat mempengaruhi dalam sebuah komunikasi, terutama komunikasi arsitektur, sebagai dimensi atau patokan yang menyenangkan perasaan, yang menghidupkan kesenangan dari panca indera. Secara sederhana, estetika dapat diartikan sebagai sebuah aspek keindahan yang menarik bagi penikmatnya. Sedangkan dalam Webster 's New World Dictionary, kata eksotis diartika sebagai sesuatu hal yang berbeda yang menimbulkan rasa kagum atau ketertarikan akan sesuatu yang dianggap aneh dan dianggap memiliki keindahan tersendiri (Victoria Neufeldt,1989).dengan kata lain, eksotis merupakan suatu keindahan atau estetika yang unik.

Ada hal menarik yang dapat menjadi kunci dari keberhasilan suatu bangunan untuk diminati dan ramai dikunjungi orang. Suatu bangunan atau ruang yang dibangun saat ini tidak hanya harus berfungsi dengan baik, kokoh dan estetis saja, namun juga perlu memperhatikan “tema rancangan” pada ruang dan bangunan tersebut. Terbukti bahwa “tema” adalah sesuatu konsep yang terus

berkembang mengikuti perkembangan kehidupan manusia. Keberhasilan seorang perancang dalam karyanya khususnya untuk bangunan umum dapat dilihat dari tingkat kunjungan orang yang ingin menikmati rancangan ruang dan bangunannya<sup>17</sup>.

Kreatifitas tak dapat lepas dari aktivitas manusia karena untuk merealisasikan gagasan kreativitas, manusia melakukan kegiatan kreatif. Sedangkan untuk melakukan kegiatan, manusia membutuhkan ruang sebagai wadahnya. Ruang inilah yang kemudian membentuk *setting* yang dapat mengatur kehidupan, aktivitas dan hubungan manusia. *Setting* yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana sebuah tempat dirancang dengan tujuan tertentu dan ruang yang terdapat di dalamnya membentuk tindakan manusia di dalamnya<sup>18</sup> (Lawson, 2003: hal.8). Hal ini sesuai dengan yang dijabarkan oleh Kiswandono (2005) bahwa ruang secara fisik dapat memfasilitasi aktivitas mengubah ide ke produk kreatif yang nyata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ruang fisik dapat menjadi wadah segala aktivitas ekspresi kreativitas sekaligus pendorong proses kreatif manusia dalam mewujudkan ide menjadi produk kreatif yang nyata.

---

<sup>17</sup> Sumber: harian Kompas, 7 Februari 2010, halaman 14, 31-32. (by nina nurdiani)

<sup>18</sup> Hubungan timbal-balik antara manusia dan ruang, dimana manusia membentuk ruang sebagai akibat dari aktivitasnya dan sebaliknya ruang juga memberi batas bagi aktivitas manusia.



### BAB III

#### STUDI KASUS & ANALISA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai penggunaan aplikasi desain unik pada restoran yang berada di kota-kota besar dimana sebuah restoran menyadari bahwa instore dan outstore restoran tidak boleh dilupakan untuk memberikan daya tarik kepada konsumen, atmosphere yang diciptakan yang dapat terlihat melalui unsur visual maupun dari konsep bangunan, kenyamanan untuk menyantap hidangan yang disajikan memang tidak dapat dilepaskan dari peranan store atmosphere pada restoran bersangkutan. Restoran yang dipilih merupakan restoran yang mempunyai konsep tema yang unik hingga instore dan outstore kelihatan sangat berbeda . Hal ini untuk dapat melihat sejauh mana perkembangan desain yang dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat urban, dan dampak apa yang terjadi pada restoran hingga mempunyai konsep berbeda.

Dan restoran yang akan dianalisis adalah restoran yang berada dikota besar, dimana ia hadir ditengah kesibukan kota, yaitu The Apartement, Iniko Toys kafe, POM Tahu, dan Kedai.



**Gbr.3.1 Restoran yang akan dianalisis**  
Sumber: dokumentasi pribadi

### III.1 The Apartement

#### III.1.1 Latar Belakang

Hadir di area bisnis distrik Kuningan, Jalan HR Rasuna Said, Jakarta Selatan, tepatnya di lantai dasar Menara Gracia. Restoran ini baru berdiri bulan April 2009. Berada di restoran ini kita seakan merasakan ruang pada apartemen kita sendiri. Lengkap dengan aneka makanan dan ruang-ruang berkesan personal yang nyaman. Biasanya pengunjung mempunyai spot favorit untuk bersantap. Restoran ini dikomodifikasi untuk membuat pengunjungnya betah makan karena merasa tengah berada di apartemennya sendiri, sesuai namanya The Apartement Restaurant, atmosfer yang dikemas *home sweet home*, menikmati jamuan makan bagai rumah sendiri .



Gbr.3.2 The Apartement  
Sumber: dokumentasi pribadi

Keunikan sudah tampak dari namanya. Banyak orang mungkin akan menyangka bahwa The Apartement adalah nama sebuah kondominium yang belakangan ini semakin bermunculan dimana-mana. Restoran yang terletak di lantai dasar Menara Gracia (Jl. Rasuna Said, Kuningan) ini memang menawarkan konsep berbeda seperti yang tercermin tagline-nya, “eat, drink, relax. You’re home”. Seperti halnya sebuah hunian tempat tinggal, The Apartement terbagi menjadi beberapa ruangan: *living room*, *bathroom*, *kitchen*, *bedroom*, *library*, *terrace* dan *Jacuzzi*. Nikmati kenyamanan sofa dan beragam tayangan menarik dari TV layar datar di *living room*. Nuansa menyegarkan begitu terasa di *bathroom* yang dilengkapi dengan *bathtub* dan *wastafel* sebagai aksesoris interior ruangnya. Unik lagi, *waiter* dan *waitress*-nya bahkan berseragamkan

piyama. “Berada di daerah perkantoran, The Apartment ingin memberikan suasana rileks seperti di rumah bagi orang-orang yang harus menunggu kemacetan,” begitu penjelasan Tito Andhika, General Manager The Apartment.

The Apartment membawa nuansa baru pada waktu bersantap. The Apartment menawarkan kenyamanan dengan konsep homey yang dapat membuat kita merasa seperti berada di rumah sendiri. Layaknya sebuah hunian, setting ruang seperti ruang tamu, kamar tidur, dapur, kamar mandi, hingga perpustakaan.

Restoran ini luasnya 300 meter persegi, memiliki interior layaknya apartemen pribadi. Sesuai motto nya, Eat, Drink, Relax. You're Home. Agar para tamu merasa nyaman seperti makan di rumah sendiri.

### **III.1.2.2 Analisa Elemen Restoran**

#### *1. Entrance Areas*

Lokasi yang dipilih pemilik juga pas yakni di lantai dasar Menara Gracia Kuningan, Jakarta. Kawasan ini termasuk daerah bisnis di ibukota. Istilah mudahnya, tempat orang-orang kantor. Tak heran pada saat jam makan siang, banyak yang singgah ke restoran ini. Mereka tinggal memilih tempat yang disukai. Letak yang berada di gedung tinggi ini menambah kesan yang makin terasa pada apartemen, dimana sebuah apartemen adalah hunian yang berada di bangunan tinggi, memberikan wujud kesan homey membuat para pengunjung merasakan sejenak suasana rumah mereka karena wilayah kantor ini yang sangat padat dan penat hingga perlunya refreshing dengan suasana yang sudah lama dirindukan.

a. *Exterior (area luar bangunan)*

Ketika turun dari loby posisi restoran tepat langsung berada di depan mata, letak restoran yang berada pada gedung kantoran memberikan ambience yang segar pagi pegawainya yang rindu akan suasana rumah, dari luar sudah terlihat nyaman pada ruang ini dimana bentuknya berbeda seakan ada rumah yang pindah ke lokasi kantoran ini, hingga walau berada dalam gedung kantoran informasi tentang restoran ini akan tetap tersebar luas dipromosikan karena satu-satunya konsep di daerah perkantoran bahkan jakarta yang sangat berbeda dan memberikan kehangatan tersendiri tentang rumah.

- **Facade**

Dari bentuk bangunan yang berada hanya satu blok digedung menara gracia, ruang restoran ini sangat menyolok dan menarik, tetapi dari sisi luar ruang ini tidak akan terlihat mencolok oleh pengunjung karena gedung ini merupakan gedung kantoran hingga untuk menaikkan nilai jual tidak bisa dari keseluruhan fasad, karena tidak terlihat secara maksimal, tetapi dengan konsep yang unik dapat membuat the apartment cepat dikenal.

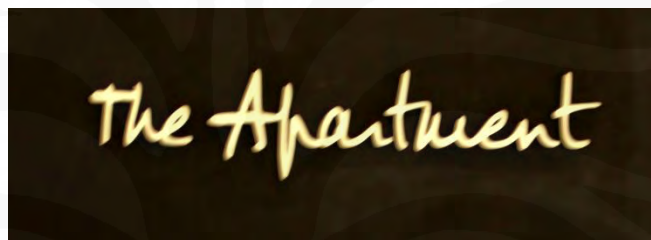


**Gbr.3.3 Fasade The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

- Signage

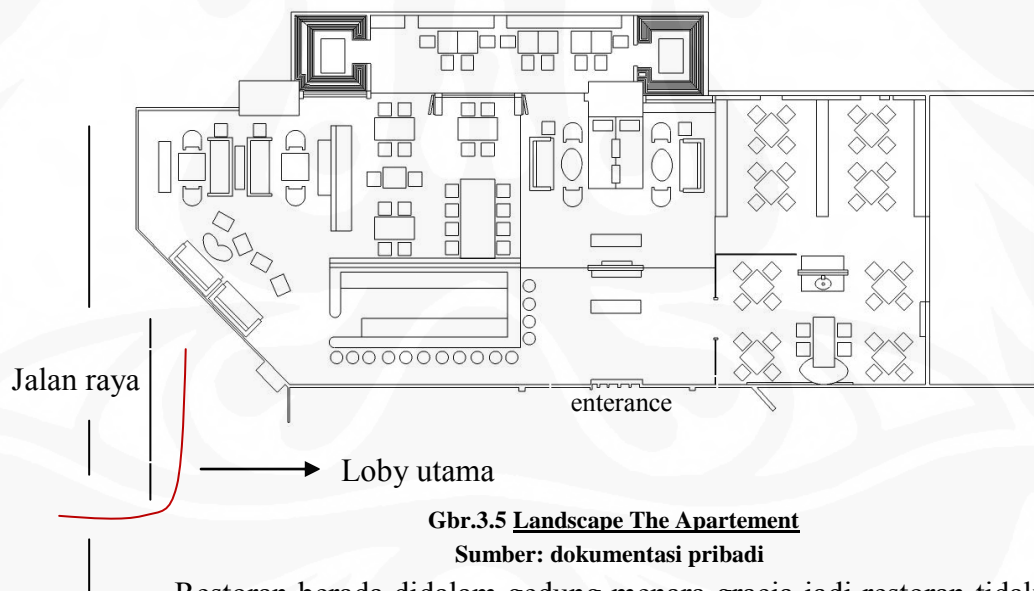
Dari luar orang-orang akan mengira ada apartment yang disewakan dari font yang disajikan simple dengan background hitam, dan tanpa penjelasan restoran sama sekali, tetapi dengan ini mengabarkan bahwa ada kesan apartment dalam gedung yang padahal diketahui pengunjung adalah hanya gedung kantor, dan salah tafsir ini, membuat pengunjung yang sedang mencari apartment akan menjadi keuntungan tersendiri.



**Gbr.3.4 Signage The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

- Landscaping



**Gbr.3.5 Landscape The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Restoran berada didalam gedung menara gracia jadi restoran tidak terlalu show off ,hingga sedikit sulit mengetahui ada restoran yang sangat unik direstoran ini selain melalui mulut ke mulut juga melalui promosi lainnya.

### b. Entrance

Setelah pengunjung dihadapkan pada pesona fasad bangunan pada bagian luar, mereka akan dibawa untuk merasakan kemegahan bangunan dari area entrance.

- Entry

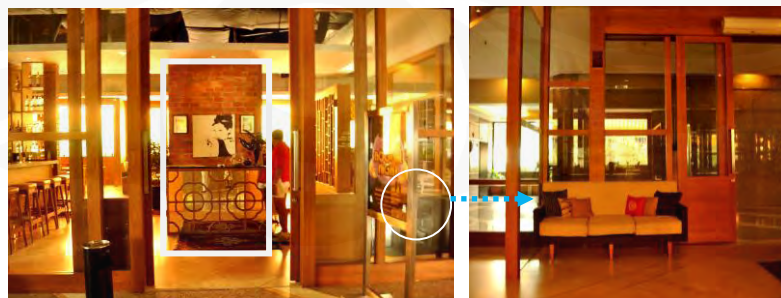


**Gbr.3.6 Entry The Apartement**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Entrance berada setelah kita memasuki gedung menara gracia dahulu lalu terdapat entry restoran yang sudah terlihat dari loby utama ini dimana entry dan fasadnya transparan hingga kita dapat melihat isi dari restoran, entrance langsung menghadap kepada reception hingga ketika kita memasuki daerah entry ambience penyambutan sudah sangat terasa.

- Reception & waiting area

Reception area tepat berada di depan pintu masuk hingga setiap pengunjung yang datang terlihat jelas. Ruang tunggu pada restoran ini tetap dihadirkan karena walaupun ruang resto dikemas santai dan menyenangkan, restoran ini masih tergolong restoran yang formal, karena pengunjungnya rata-rata orang bekerja. Waiting area terletak di dekat entrance restoran.



**Gbr.3.7 Reception (kiri) & Waiting Areas (kanan) The Apartement**  
Sumber: dokumentasi pribadi

## 2. *Dining Areas*

Konsep resto ini sangat menarik, disain interiornya dibuat sedemikian rupa hingga menyerupai sebuah apartemen tempat tinggal. Terdapat ruangan yang disainnya menyerupai sebuah ruang makan, kamar mandi, ruang keluarga, perpustakaan hingga teras rumah. Semua detail tampaknya sangat diperhatikan oleh pemiliknya, dari interior bahkan hingga disain menunya. Penggunaan konsep homey yang dilakukan pada restoran ini ditengah-tengah gedung perkantoran memberikan atmosphere yang berbeda pada lingkungan kerja ini restoran yang dibuat tidak begitu luas membuat suasana intim pada rumah sangat terasa, tiap tipe ruang rumah dihadirkan dari ruang tamu, ruang tidur, ruang baca, dapur, bar, hingga kamar mandi.

Perasaan sudah membaaur dengan suasana homey The Apartment sangat kental hingga beranggapan seperti rumah sendiri. pengunjung bebas mengambil saus, lada, Tabasco, maupun berbagai peralatan makan yang ada di *kitchen set* di area *pantry*, Untuk urusan *servicing* sebenarnya tetap melalui staf, tetapi terkadang pelanggan memang lebih suka mengambilnya (peralatan makan) sendiri. Makan pun tak terpaku pada aturan baku fine dining. Mereka bisa makan sesukanya, Konsep unik ini dicetuskan oleh Andry Winata dan Budiman Gani dari Culinary Concept. Pemilik tidak hanya menghadirkan wujud fisik bangunan, tetapi juga atmosphere pada bangunan.

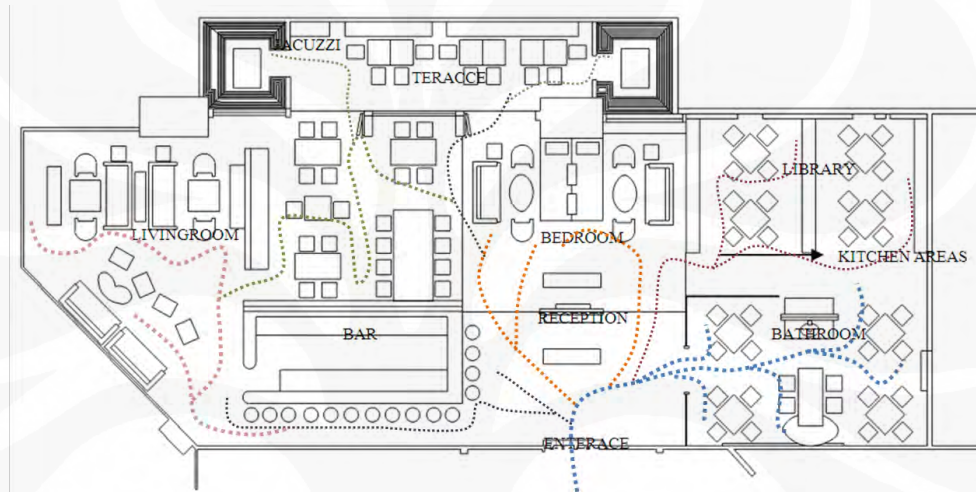


Gbr.3.8 Dining The Apartement

Sumber: dokumentasi pribadi

a. *Sirkulasi*

Sirkulasi yang digunakan adalah sirkulasi ***Linear Bercabang***, sirkulasi dimana pengunjung tidak terganggu, sirkulasi ini memiliki pembagian ruang dan arah yang jelas. Hingga pengunjung dapat berjalulung dengan jalur yang jelas seperti dirumahnya sendiri, sirkulasi yang terbentuk ini sangat membentuk atmosphere yang kuat akan kesan homey.



Gbr.3.9 **Sirkulasi The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Restoran menampilkan atmosphere ruang seperti ruang-ruang yang sesuai dalam sebuah rumah tinggal seperti, Living Room atau ruang keluarga yang nyaman, Bed Room atau tempat tidur dengan fasilitas TV entertainment, Library atau perpustakaan dengan berbagai macam koleksi buku, Pantry atau seperti ruang belakang dapur dengan furniture nya, Bath Room bernuansakan kamar mandi yang menyegarkan, Terrace adalah beranda belakang dengan suasana outdoor yang tenang, Jacuzzi yang suasana outdoor yang nyaman untuk ditempati, Serta sebuah bar counter untuk kelengkapan sebuah tempat tinggal, hingga para pengunjung dapat berjalan-jalan didalam restoran tanpa terganggu tapi tetap ada batas ruangnya. Sirkulasi linear bercabang membuat atmosphere ruang pada restoran lebih terasa homey hingga nyaman untuk beraktifitas.



*b. Furniture*

Furniture yang hadir dipesan khusus untuk menyesuaikan atmosphere dengan tema tiap ruangnya.

- *ruang tamu*



**Gbr.3.10 Furniture, Living Room The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Ruang tamu terletak paling depan dari fasad jadi dari luar gedung saat pengunjung datang sudah terlihat living room restoran, Terdapat 3 area pada ruang tamu, jenis dari furniture dan suasana ruangnya dibuat tidak setipe, furniture dominan berbentuk sofa single juga double, suasana yang dihadirkan benar-benar homey.

- *bar*



**Gbr.3.11 Furniture, Bar The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Bar terletak disebelah kiri dari arah enterance, bar yang merupakan pelengkap dalam suatu tempat tinggal ini hadir di restoran dengan konsep minimalis, dominan pada elemen kayu dengan kursi bar single yang tertata dengan rapi, kursi pada bar hanya satu tipe dan tersusun seperti huruf L.

- *dapur*



Pantry dibentuk seperti dapur sesungguhnya dengan beberapa set kursi yang cukup untuk 22 orang, furniture terdiri dari elemen kayu keseluruhannya tetapi dikombinasi dengan meja marmer juga, dan para pengunjung dapat mengambil peralatan makan sendiri di area yang berdekorasi dapur, walaupun tetap dilayani pelayan.



Kursi didominasi dengan elemen kayu yang simple dan ditambahkan dengan satu set kursi yang bersofa, meja dengan elemen marmer yang dingin dikombinasi dengan kursi kayu yang berelemen hangat.

**Gbr.3.12 Furniture, Kitchen The Apartement**  
Sumber: dokumentasi pribadi

- *teras*

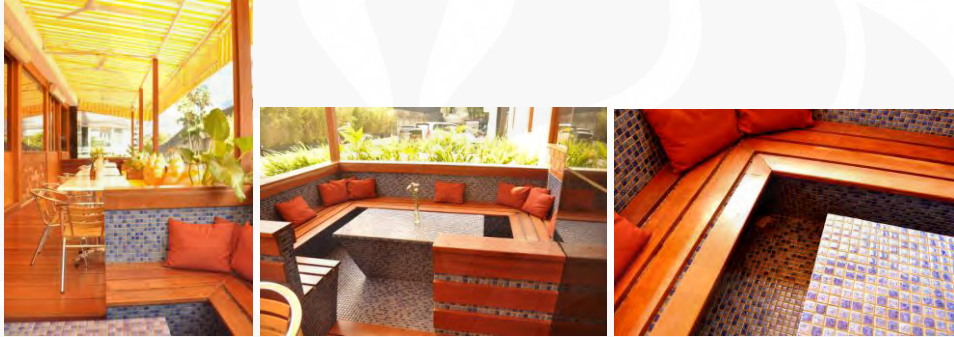
Daerah teras berada diluar dengan bentuk seperti teras dengan paduan kursi almunium yang simple menghadirkan ambience yang santai dengan perpaduan sofa.



**Gbr.3.13 Furniture, Terrace The Apartement**  
Sumber: dokumentasi pribadi

- *jacuzzi*

Terletak di teras disamping kursi-kursi teras, seperti tempat berendam jaguzi hanya saja ada meja dan tempat duduknya yang terbuat dari kayu yang dipadukan dengan unsur elemen lantai dan dindingnya seperti bak mandi yang berambience dingin menggunakan elemen mozaik.



Gbr.3.14 Furniture, Jacuzzi The Apartement

Sumber: dokumentasi pribadi

- *kamar tidur*

Pada area ini terdapat tempat tidur dan kita dapat makan diatas tempa tidur tersebut dan dikelilingi oleh kursi-kursi, suasana benar-benar dibuat seperti di kamar tidur yang dilengkapi dengan sofa.



Gbr.3.15 Furniture, Bedroom The Apartement

Sumber: dokumentasi pribadi

- *perpustakaan*

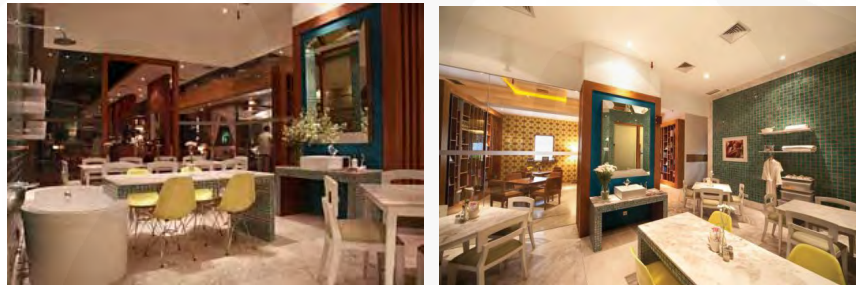


**Gbr.3.16 Furniture, Library The Apartement**

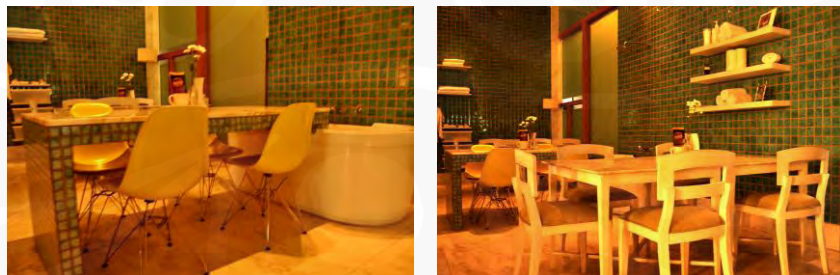
Sumber: dokumentasi pribadi

Ruang perpustakaan yang diapit dengan rak-rak buku yang tinggi ini dihiasi dengan furniture simple dengan single sofa yang membuat ruang ini menjadi fokus dan nyaman, menghadirkan ambience formal pada ruang ini, hingga sering digunakan para pengunjung untuk mengerjakan tugas, furniture yang sedikit formal memperkuat ambience ruang.

- *kamar mandi*



Pada zone ini ruang dibentuk sangat mirip dengan kamar mandi dipenuhi dengan elemen dingin yaitu marmer dan mozaik, furniture yang hadir kombinasi kursi kayu dengan kursi plastik yang menetralkan ruangan yang dihiasi dengan meja marmer yang menyerupai bak mandi.



**Gbr.3.17 Furniture, Bathroom The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

### c. Warna

Warna yang digunakan adalah warna simple pastel yang hangat, dominan warna yang digunakan dominan warna coklat, warna parket serta dinding batu dengan warna cokelat kusam,serta kuning hijau, serta sentuhan peach ini semua merupakan warna-warna yang cenderung merangsang selera makan. Tetapi karena tiap ruang dihadirkan dengan fungsi sesungguhnya pada layaknya ruang dirumah maka warna-warna yang hadir disesuaikan dengan fungsi ruang tetapi tetap dominan dengan warna coklat dan warna pastel, kecuali ruang kamar mandi dominan dengan warna biru karena disesuaikan dengan fungsi ruang iru sendiri

- *Ruang Tamu*

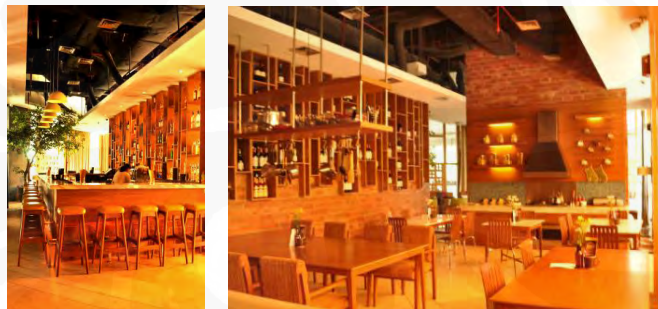


**Gbr.3.18 Color, Livingroom The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Living room dikombinasi dengan warna pastel yang berkesan klasik dan homey ruang didominasi oleh warna cream dan coklat serta sentuhan warna-warna ceria yang lembut seperti hijau, merah , dan orange hingga atmosphere ruang lebih nyaman dan homey.

- *bar & dapur*



**Gbr.3.19 Color, Bar (kiri) & Kitchen (kanan) The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Pada area pantry dan bar warna ruang setipe dan kedua ruang ini saling terhubung oleh rak bar hingga kedua ruang yang didominasi pada warna

coklat dengan elemen kayu dan bata merah ini membuat ruang terlihat seperti satu kesatuan, dan warna ruang menambah selera makan pengunjung.

- *kamar tidur*



**Gbr.3.20 Color, bedroomThe Apartement**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Begitu juga dengan ruang tidur warnanya hampir seragam yaitu dominan pada warna coklat dan cream dengan tambahan warna-warna pastel lembut lainnya seperti warna hijau muda pada kursi-kursi kecil dan warna-warni lembut yang ceria pada bagian bad hingga ruangan lebih hidup.

- *perpustakaan*



**Gbr.3.21 Color, Library The Apartement**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Sedangkan pada perpustakaan warna pada wallpaper, dinding, lantai, rak-rak buku serta furniture dominan pada warna coklat membuat ruang menjadi lebih fokus karena ruang sering digunakan para pengunjung untuk mengerjakan tugas, ruang yang memakai warna agak gelap agar terlihat fokus tetapi ruang tidak terlalu gelap dengan warna yang dominan karena banyaknya bukaan pada ruang perpustakaan

- *kamar mandi*

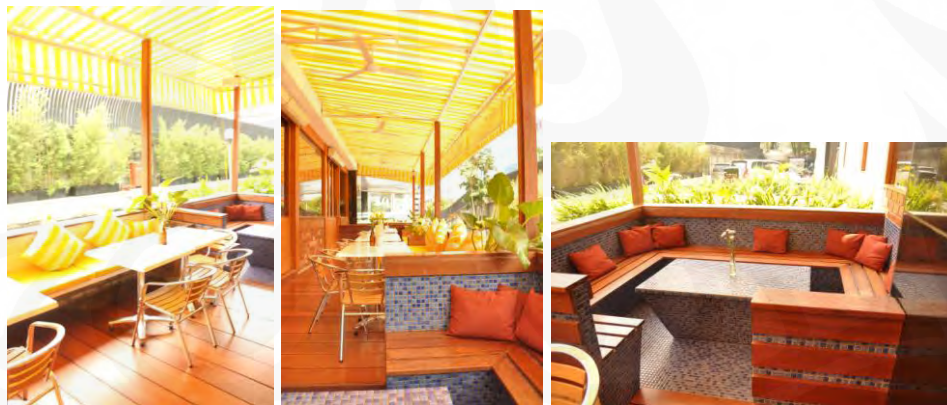


**Gbr.3.22 Color, Bathroom The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Pada zone bethroom ruang dihadirkan dengan warna yang menyegarkan seperti layaknya kamar mandi dengan warna dominan biru dan sentuhan warna pearl pada marmer membuat ambience pada ruangan terasa unik dan berbeda hingga memberikan pengalaman makan yang berbeda bagi para pengunjung, ini merupakan salah satu spot favorit para pengunjung The Apartement

- *teras dan jacuzzi*



**Gbr.3.23 Color, Terrace (kiri) & Jacuzzi (kanan) The Apartement**

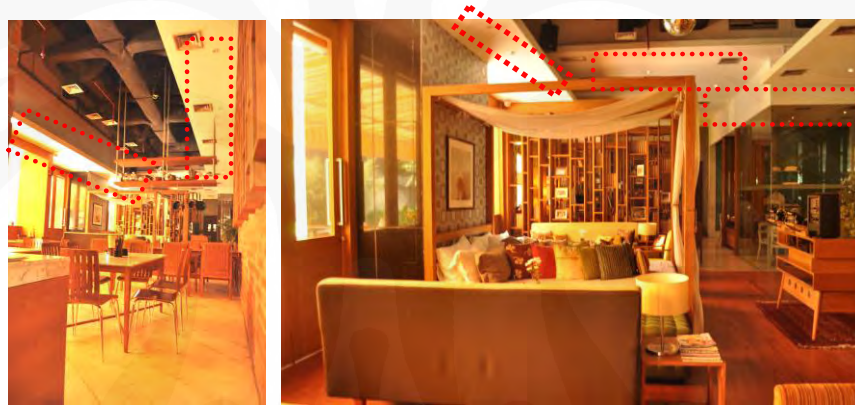
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada spot teras yang terdapat jacuzzi pula ini, warna pada teras dibuat ceria dengan warna kuning yang dipadukan dengan warna putih, karena warna putih secara psikologis negatif dan tdk menarik, tapi dinding berwarna merangsang penjualan makanan. Sebuah warna solid dalam sebuah ruangan menjadi monoton dan membosankan. serta tambahan warna biru pada daerah Jacuzzi menghasilkan atmosphere pengalaman makan yang berbeda.

*d. Pencahayaan*



Penggunaan lampu jenis downlight yang lampunya tersembunyi di dalam ceilingnya jadi lampu tidak terlihat menonjol, sejajar dan cenderung masuk ke dalam ceilingnya, tipe lampu pada restoran ini general paralel secara keseluruhannya. Kualitas cahayanya setipe karena yang disinari hanya ruangan keseluruhan tidak pada benda-benda tertentu.



Tapi pada Bar menggunakan hanging lamp, lampu digantung tempat di atas masing-masing kursi bar, agar suasana bar tidak terlalu remang dan aktifitas makan lebih focus, juga pada kitchen set menggunakan downlight di atas benda yang ingin ditonjolkan, agar terlihat suasana kitchen.



Sumber: dokumentasi pribadi

**Gbr.3.24 Lighting, Pada Setiap Ruang The Apartement**



*e. Dekorasi Ruang*

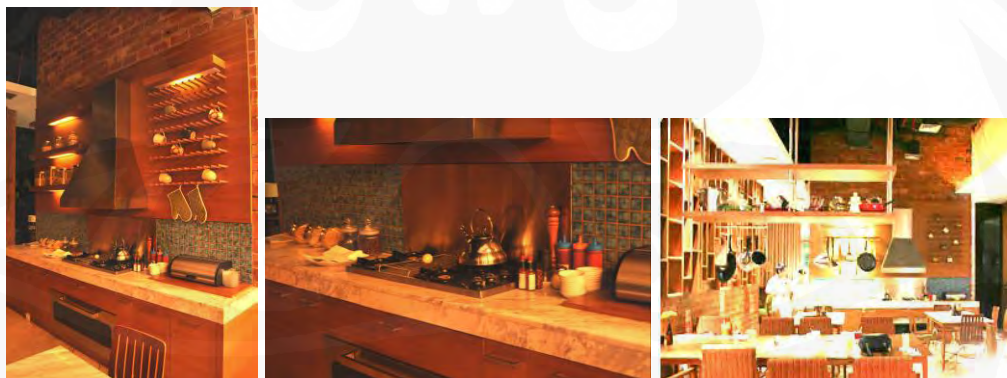
Interior bergaya Scandinavian, dilengkapi deretan foto pengunjung yang bertebaran di berbagai ruang. Layaknya apartemen yang dihuni keluarga, foto itu dimaksudkan untuk menghangatkan suasana.



**Gbr.3.25 Dekorasi, Bedroom (kiri), Livingroom (tengah), Library (kanan) The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Dan dihadirkan tempat tidur yang sesungguhnya yang bisa digunakan untuk menikmati makanan di atas tempat tidur juga dan terdapat berbagai buku dirak-rak pada ruang perpustakaan. Dan pada ruang pantry dibuat persis dengan dapur ada kompor dan sebagainya dan ada alat makan dan bahan makanan yang dapat diambil sesukanya oleh para pengunjung, dan penggorengan serta alat masak lainnya yang digantungkan diatas meja makan hingga atmosphere yang dihadirkan makin kuat.



**Gbr.3.26 Dekorasi, Kitchen The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi



**Gbr.3.27 Dekorasi, Bathroom The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Yang sangat berkesan adalah pada ruang bathroom dimana zone ini dibentuk seperti bathroom sesungguhnya, dengan dihadirkan furniture serta dekorasi yang sesungguhnya pada ruang bathroom terdapat bathtub disamping meja makan serta showernya dan terdapat pernik-pernik seperti tempat sabun dan shampo serta kimono dan handuk, wastafel dan keranya juga ada diruang ini, jadi tanpa bersusah payah para pengunjung sudah merasakan atmosphere ruang.



**Gbr.3.28 Dekorasi, Terrace & Jacuzzi (kiri), dan dekorasi pendukung (kanan) The Apartement**

Sumber: dokumentasi pribadi

Pada ruang teras selain dekorasi bentuk Jacuzzi dan adanya teras dihiasi dengan adanya kipas angin untuk memperkuat ambience dan pergantian udara padahal terdapat AC juga diruang ini, dan dari menu pun di hadirkan berbentuk Koran dan saat ingin membayar bill nya berbentuk surat yang baru sampai ke rumah sendiri, sungguh member pengalaman bersantap yang beda.

*f. Penataan Ruang / Meja*

Ruangan dibagi sesuai dengan atmosphere rumah tinggal yang ada ,living room diletakan paling depan pada area ini tapi bukan dekat enterance, agar ruang tamu terlihat dari luar gedung, ruang yang ada pada restoran semuanya ada dirumah tinggal sesungguhnya dengan tambahan pelengkap bar pada restoran, Ruang ditata sesuai dengan tata letak rumah sesungguhnya, Living Room atau ruang keluarga yang nyaman, Bed Room atau tempat tidur dengan fasilitas TV entertainment, Library atau perpustakaan dengan berbagai macam koleksi buku, Pantry atau seperti ruang belakang dapur dengan furniture nya, Bath Room bernuansakan kamar mandi yang menyegarkan, Terrace adalah beranda belakang dengan suasana outdoor yang tenang, Jacuzzi yang suasana outdoor yang nyaman untuk ditempati



**Gbr.3.29 Penataan Ruang dan Meja The Apartement**  
Sumber: dokumentasi pribadi

*g. Penampilan & Perilaku Karyawan*

Buat menegaskan kesan atmosphere rumahan yang kental, the apartment menghadirkan keunikan tersendiri yaitu dengan mengenakan para waiternya dengan seragam berupa piyama, hingga kita seakan berada dirumah sesungguhnya.



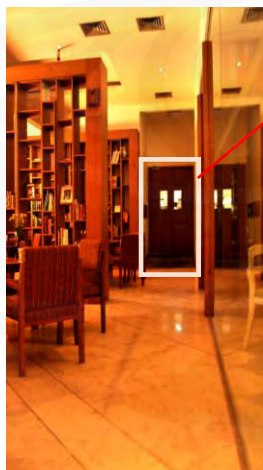
**Gbr.3.30 Waiters The Apartment**  
Sumber: dokumentasi pribadi

*h. Musik (sound)*

The apartment memberikan ketenangan kepada pengunjungnya. Karena tidak ada musik-musik keras yang mengusik ketika bersantap. Suguhan musik yang diberikan kepada pengujung adalah musik lembut yang nyaman di telinga.

3. Kitchen Areas

Kitchen terletak dibelakang dan tidak terlihat dari area dining hanya terlihat pintu kitchen dipojok dengan rapi hingga tidak merusak suasana pada dining.



**Gbr.3.31 kitchen Areas (foto & denah) The Apartment**  
Sumber: dokumentasi pribadi

### III.1.3 Konsep Unik Perkuat Atmosphere

„Seperti rumah’, mungkin adalah kata yang tepat untuk menggambarkan suasana di The Apartment. Menyuguhkan sebuah kenyamanan serta kehangatan suasana rumah dengan keindahan dan gaya hidupnya.

Sebuah konsep baru dalam dunia kuliner yang mana The Apartment menyambut pengunjung dengan „homey dining experience’ yang dapat dirasakan dari awal kedatangan di pintu masuk The Apartment dengan disambut oleh keramahan staff yang mengenakan piyama serta keunikan menu *list* yang menyerupai „*Daily Newspaper*’.

Menikmati lingkup santapan dari *Modern European* di atmosphere sections yang pengunjung kehendaki; dengan menikmati suguhan kuliner di „*Living Room*’, menyantap hidangan seperti dirumah dalam suasana „*Pantry*’, menikmati hidangan di pembaringan dalam suasana „*Bed Room*’, bagi penggemar buku dapat menikmati sebuah hidangan di dalam „*Library*’. menghabiskan makan malam di „*Terraæ*’ yang tenang, dan yang kemudian mengakhiri hidangan di dalam „*Jacuzzi*’.

The Apartment tempat untuk setiap orang yang menganggapnya sebagai rumah. Suatu tempat yang tenang dengan segala dekorasi ruang yang benar-benar menyerupai rumah tinggal yang sangat memperkuat kenyamanan atmosphere. Untuk pengunjung yang menikmati hidangan namun tanpa harus lepas dari dunia luar atau komonikasi.

Maka dengan adanya konsep yang berbeda yang hadir ditengah lingkungan kantor dimana gaya hidup masyarakat yang memiliki kegiatan padat dan tidak dapat menikmati suasana rumah dengan maksimal, dengan desain yang memukau layaknya rumah sendiri dengan furniture dan dekor yang unik hingga menguatkan atmosphere yang ingin dibentuk tanpa bersusah payah rasa nyaman akan terbentuk dengan sendirinya.

## III.2 Iniko Toys

### IV.2.1 Latar Belakang

Restoran yang bernama seperti toko mainan ini berada di Jl. Gunawarman No. 11A, Jakarta Selatan, Cafe ini tercipta berawal dari hobi sang pemilik mengoleksi mainan, selain memasak. Bermula dari ide ingin mengedukasi para pengunjung untuk menghargai mainan yang ia miliki sejak kecil. Begitu ia tertarik berbisnis kafe langsung membawa koleksi mainannya sebagai interior kafe. Tak hanya mengandalkan menu, desain interiornya pun dibuat dengan tema yang sangat unik dan langka.

Mengambil bahasa Afrika Selatan, Iniko berarti terpelihara selamanya. Hal itu dibuktikannya dengan tatanan interior ruangan yang memberlakukan pemeliharaan berbagai koleksi mainan berupa collectible items yang terpampang dalam sebuah diorama bernilai seni dengan maha karya yang tak ternilai harganya.

Uniknya, semua diorama di restoran ini dibuat oleh pemiliknya. Sedangkan soal makanan dan minuman, Iniko Toys Café menyediakan berbagai hidangan Eropa dan Asia yang diramu dengan bumbu-bumbu rahasia. disediakan pula permainan Play Station2 dan akses internet gratis



Gbr.3.32 **Iniko Toys Kafe**

Sumber: dokumentasi pribadi

Keunikan terlihat dari ratusan mainan yang menghiasi interior tempat makan. Dari pintu masuk hingga ke bagian dalam kafe, aneka jenis mainan terpajang. Dilihat dari luar, tak tampak bahwa Iniko Toys yang berdiri sejak 12 Desember 2008 merupakan sebuah kafe. Salah satu elemen yang sangat menarik perhatian adalah miniatur dua karakter film "Star Wars", yang terpampang di depan pintu masuk kafe. Hasilnya kafe berkonsep entertainment dining. Diorama

yang dibuat dari action figure Anime hingga kartun Disney merupakan atraksi yang paling menarik. Dibuat langsung oleh sang pemilik, diorama yang ada di kafe ini mampu menarik perhatian pengunjung untuk berkeliling menyaksikan tiap detail mainan.

Di resto ini, justru menganjurkan agar pengunjung tidak terburu-buru angkat kaki setelah menikmati menu favorit di tempat ini. Pengunjung akan ditawarkan menikmati ragam permainan di resto yang buka pukul 11.00 sampai 23.00 WIB. Tak puas bermain di Iniko, juga bisa pulang dengan memboyong oleh-oleh berupa mainan yang dijual di resto ini. Pemilik sengaja menjual banyak koleksi mainan aslinya disini. Ia ingin para tamu tidak hanya sekedar makan, tapi juga bersantai melupakan masalah mereka diluar dengan menikmati permainan di Iniko dan desain interior serta konsep suasana yang dibuat berbeda.

### **III.2.2 Analisa Elemen Restoran**

Dari luar bangunan yang terdapat disekitar perumahan ini memang sangat mencolok, tetapi tidak akan menyangka ada bangunan yang sangat unik dan eye catching ini disekitar perumahan ini. Tetapi dari luar pengunjung akan mengira restoran ini sebagai toko mainan karena dari segi nama yan seperti toko mainan dan kalau kita tidak teliti membaca signage yang ada kita akan mengira ini toko mainan yang sangat besar, untuk ukuran toko mainan saja iniko mempunyai bangunan yang sangat unik, apalagi kalau pengunjung tau ini adalah sebuah restoran akan sangat mudah menarik pengunjung.

#### *1. Enterance Areas*

Lokasi Iniko terletak dikawasan senopati, dimana kawasannya merupakan lingkungan komersial, tetapi iniko mendapatkan space dibagian kawasan yang lebih banyak perumahan dan kantor kecil hingga terkadang jarang terlihat karena posisi yang condong masuk kedalam dan level ketinggian bangunan sama dengan rumah sekitar, hingga mobil yang lalulalang sering tidak melihat iniko, tetapi dengan konsep yang unik dengan pemasaran dari mulut ke mulut membuat masyarakat penasaran dengan iniko hingga sampai sekarang iniko mempunyai pelanggan yang tetap yang setiap hari

bahkan beberapa jam sekali setia mengunjungi iniko, walau terkadang harus memboking tempat terlebih dahulu karena sangat ramai.

c. *Exterior ( area luar bangunan )*

Dari luar kemasan kafe sudah menarik perhatian lantaran di bagian atasnya terdapat karakter mainan yang banyak digemari pencinta *games* saat ini. Selanjutnya, di dekat pintu masuk terdapat dua karakter dari film *Star Wars*. Dan dengan elemen metalik serta warna-warna ekecing, hingga jika kita melewati jalan ini pasti melihat bangunan yang tiba-tiba muncul sangat berbeda dengan bangunan disekitarnya.



Gbr.3.33 Hiasan exterior Iniko Toys  
Sumber: dokumentasi pribadi

- *Façade*

Bangunan terletak diantara perumahan dan agak menjrok kedalam hingga terkadang kendaraan yang lewat melintas begitu saja, namun daerah restoran sering sekali padat hingga iya tetap mudah dikenali.



Gbr.3.34 Façade (denah & foto) Iniko Toys  
Sumber: dokumentasi pribadi



- *Signage*

Penggunaan logo pada iniko menggambarkan emotions yang sedang tertawa dengan penggunaan warna orange dan kuning yang menggambarkan keceriaan, seperti konsep Iniko membuat semua pengunjung yang datang dan pergi bahagia.



Gbr.3.35 Signage Iniko Toys

Sumber: dokumentasi pribadi

- *Landscaping*

Landscape yang terbentuk pada restoran ini hanya space parkir yang langsung dihadapkan pada fasad bangunan, hingga first impression bangunan yang unik sangat terasa tanpa halangan apapun kecuali saat mobil penuh hingga bangunan tidak terlihat untuk, karena mobil parker tepat di depan bangunan.



Saat keadaan restoran penuh dengan mobil pengunjung fasad restoran tertutup setengah.

Jalan raya

Gbr.3.36 Landscape Iniko Toys

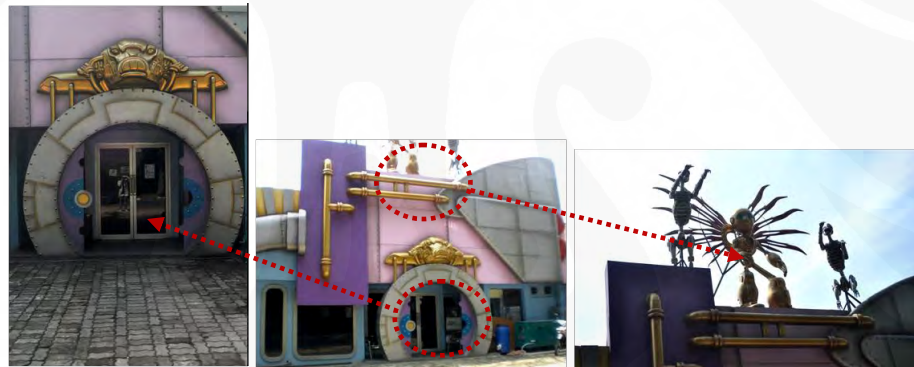
Sumber: dokumentasi pribadi

d. *Entrance*

Setelah pengunjung dihadapkan pada pesona fasad bangunan pada bagian luar, mereka akan dibawa untuk merasakan kemegahan bangunan dari area entrance.

- *Entry*

Dari entrance sudah sangat terlihat layaknya sebuah toko mainan dimana entry yang berbentuk pintu masuk kedalam pesawat luar angkasa yang langsung membawa kita pada suasana restoran dan bertanya-tanya ada apa lagi didalam dan seperti apa bentuknya, dan pintunya yang gelap membuat kita tidak dapat melihat apapun didalamnya dan ketika kita ingin membuka pintu, pintu itu sudah terbuka dengan sendrinya tiba-tiba karena pelayan selalu siap sedia di dekat pintu, hingga membuat kita benar-benar merasa dilayani.



Gbr.3.37 Entry Iniko Toys  
Sumber: dokumentasi pribadi

Entrance berbentuk seperti pintu gerbang pesawat luar angkasa yang didalamnya terdapat pintu yang diberi kaca gelap hingga tidak dapat melihat kedalam dan pintu akan dibuka tiba-tiba oleh waiters.

Ada icon luar angkasa diatas facade

- *Reception & Waiting Area*

Space ini tidak tersedia di Iniko Toys karena untuk memperkenalkan konsep ambience yang akrab dengan pengunjung.

## 2. Dining Areas

Menyantap hidangan lezat sembari menikmati pemandangan alam yang asri, mungkin sudah biasa kita lakukan. Tetapi, melahap makanan sembari menikmati indahnya diorama dan mainan yang keren, mungkin tidak biasa. Inilah strategi pembeda Iniko Toys Café dibanding cafe-cafe lainnya. Di Iniko Toys Café, kita dapat bersantap sembari ditemani meja permainan, atau diorama miniature Star Wars, Tom and Jerry, dan masih banyak lagi. Gamesnya dari yang tidak perlu berpikir sampai yang berfikir disediakan di sini, dan permainannya dapat dibawa ke meja masing-masing dan tidak dikenakan biaya sepeser pun.

### a. Sirkulasi

Sirkulasi pada dining Iniko yaitu **Radial Circulation**, sirkulasi dimana pengunjung dapat memilih jalan yang mereka inginkan. Pengunjung bergerak bebas menuju tempat yang diinginkan tanpa adanya batasan-batasan seperti dinding pemisah.



Zone yang padat

Gbr.3.38 **Sirkulasi Iniko Toys**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Sirkulasi menunjukkan zone mana yang sering dipadati dan yang tidak terlalu padat.

b. *Furniture*

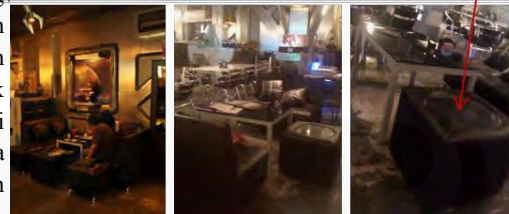
Furniture yang ditampilkan adalah bentukan yang simple karena dalam ruang dining sudah terlalu ramai dan padat dengan bentuk dan warna pada mainan dan diorama, hingga warna silver dan bentuk yang simple pada furniture membuat ruang ini jadi seimbang, tetapi tetap nyaman dengan kursi aluminium yang diberikan bantalan hingga tidak sakit dan nyaman untuk berlama-lama, sofa yang tersedia hanya 2 set karena untuk smoking area, asumsinya pengunjung yang merokok akan lebih lama didalam dining.



Zone ungu merupakan etalase mainan dan mesin mainan yang menghiasi seluruh ruangan



Viem meja-meja yang tersusun dengan rapih dan mudah dipindahkan saat ada acara, dan tidak membuat ruang menjadi sangat penuh karena interior ruang sudah sangat mendominasi.



Sofa hanya ada 2 set dan terletak pada zone orange, agar tidak menyusahkan saat ada acara

**Gbr.3.39 Furniture (denah&foto) Iniko Toys**

Sumber: dokumentasi pribadi



Single chair dari elemen aluminium yang riang hingga mudah dipindah-pindahkan

**Gbr.3.40 Furniture, Kursi & Meja Iniko Toys**

Sumber: dokumentasi pribadi

c. *Warna*

Warna yang hadir pada dining dan exterior dominan pada warna ungu, silver dan gold, warna ungu yang hadir untuk menciptakan langit-langit diluar angkasa yang redup-redup, sedangkan gold dan silver untuk lebih mengesankan antariksa yang metalik, pengunjung banyak mengagumi langit-langit pada dining karena seperti diluar angkasa dan membuat tenang walau keadaan dining sering ramai



**Gbr.3.41 Color, Exterior Iniko Toys**

Sumber: dokumentasi pribadi

Pada fasad warna dominan pada ungu, gold dan silver yang mengesankan warna-warna metalik yaitu bercirikanhas alien



**Gbr.3.42 Color, Interior (kiri) & Langit-langit (kanan) Iniko Toys**

Sumber: dokumentasi pribadi

Sedangkan pada dining dominan pada warna ungu terutama pada langit-langit yang diberi wallpaper gambaran bintang dan batu-batu meteor, seakan-akan benar-benar langit-langit diluar angkasa yang juga membuat para pengunjung senang melihat kelangit-langit dan merasa tenang dengan warna ungu yang soft.

d. *Pencahayaan*

Pencahayaan yang digunakan adalah pemakaian lampu downlight yang dikemas dengan konsep luar angkasa, lampu berada di setiap dinding meja makan dan di setiap box mainan, penggunaan lampu menggunakan warna kuning yang sebelumnya menggunakan warna biru agar lebih berkesan luar angkasa tetapi karena pengunjug komplain jadi pihak Iniko mengganti dengan warna kuning.



Jenis lampu TL yang didekor didalam bentuk seperti kaki pesawat luar

Lampu disetiap langit-langit seperti cakram yang sering terintrepetasi pesawat-pesawat luar angkasa.

Gbr.3.43 Lighting Iniko Toys

Sumber: dokumentasi pribadi

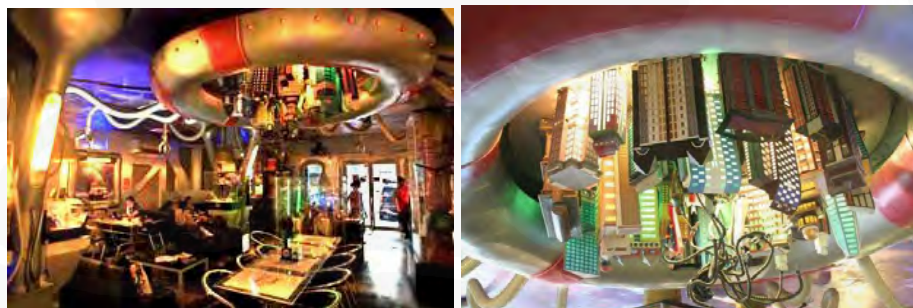
Ini jenis-jenis cup lampu yang didesain khusus menyerupai bentuk-bentuk luar angkasa dengan kabel-kabelnya yang digunakan untuk menerangi toys yang telah di etalase dan hampir ada disetiap sudut dan tengah-tengah dining.

e. *Dekorasi Ruang*

Dimensi luar yang pada bagian tengahnya terkena meteor dan keluarlah super hero yang asli. Tak hanya itu, jenis action figur, robot, serta militer yang sedang berperang yang berasal dari mancanegara, seperti Amerika, London dan Jepang lengkap di display dengan pola pemikiran nan kreatif yang terlihat pada denah dan gambar 3.44 sampai gambar 3.46



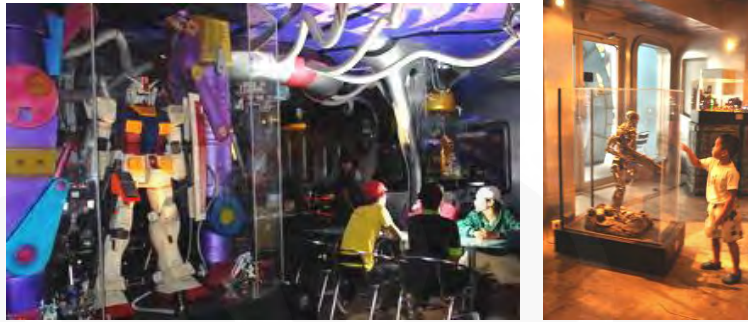
*Zone dekorasi / etalase mainan ruan pada restoran*



**Gbr.3.44 Dekorasi, Denah Zona Dekorasi & Foto Iniko Tova**

**Sumber: dokumentasi pribadi**

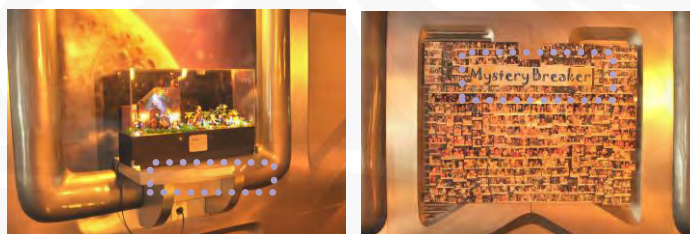
Merupakan diorama utama dalam restoran, mainan ini dapat bergerak, gedung yang terbalik seakan bumi terbalik saat benda luar angkasa datang dan para super hero pun turun ke bawah dan mainan ini bergerak-gerak secara serempak dengan seluruh mainan yang ada di restoran dan



Mainan super besar yang dipajang di posisi depan setelah entrance dan beberapa mainan lainnya yang dietalse kecil-kecil dan dapat bergerak digunakan untuk pembatas ruang antar kursi sau dengan lainnya dan bermacam-macam ukuran etalsenya, pemilik memanfaatkan space yang ada.



**Gbr.3.45 Dekorasi, Diorama Mainan Iniko Toys**  
Sumber: dokumentasi pribadi



**Gbr.3.46 Dekorasi, Teka-teki (kiri) & Foto Penebak Teka-teki (kanan) Iniko Toys**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Disetiap box mainan terdapat kertas kecil yang berisi tebak-tebakan garing jika kita bias menjawab tebakan itu kita akan mendapat makanan gratis dan foto kita akan ditaruh di dinding yang bertuliskan mystery breaker.



f. *Penataan Ruang / Meja*

Penataan meja diatur agar mudah dipindah-pindahkan karena sering ada acara di restoran dan biasanya pengunjung yang datang tidak sendiri tapi berkelempok hingga kursi sering digeser-geser untuk lebih intim. Jarak antar meja  $\pm$  80cm hingga intim dan privasi antar meja pun tetap terbentuk.



Zone pink, spot dimana tersedianya mainan-mainan penunjang yang disediakan untuk para pengunjung bermain di

Sofa hanya terletak disebelah kanan pojok restoran untuk smoking area agar nyaman, tidak disediakan banyak sofa disini karena interior restoran sudah sangat padat hingga furniture yang hadir hanya yang bertipe simple.

*g. Penampilan & Perilaku Karyawan*

Konsep desain yang menghadirkan atmosphere bersahabat juga tercermin dari perilaku para pelayan, mereka akan mengikat dan mencoba dekat dengan para pelanggan hingga pengunjung merasa nyaman dan bersahabat, jika ada pengunjung yang datang sendiri maka para pelayan akan menemani juga jika ada yang patah hati dan sengaja datang ke iniko maka para pelayan siap mendengarkan curhatan

Service lain yang tak kalah serunya adalah adanya permainan yang dinamakan dengan misteri yaitu sebuah teka-teki yang sifatnya jayus (tidak lucu), dan bila ditebak dengan benar para pelayan akan berteriak secara serentak untuk menandakan ada pemenang. Setelah itu, mereka akan mendapatkan hadiah/ souvenir dan nantinya pihak Iniko akan mendokumentasikannya dalam bentuk photo yang akan dipajang di Iniko Toys Café.



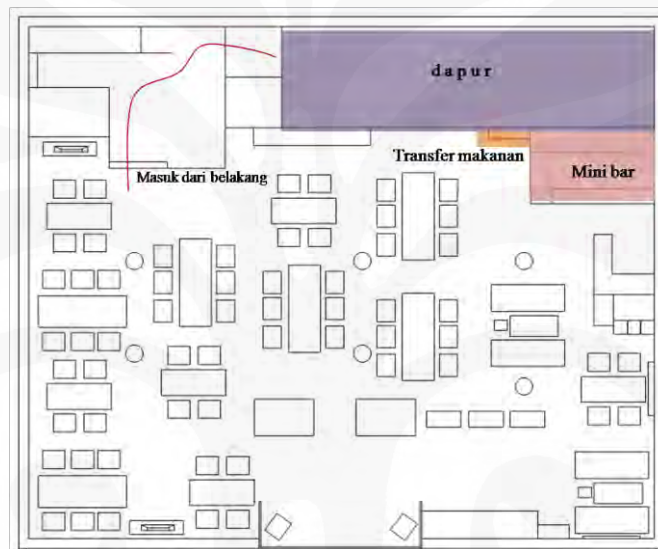
**Gbr.3.48 Waiters Iniko Toys**  
**Sumber: dokumentasi pribadi**

*h. Musik (sound)*

Musik disesuaikan dengan kondisi keramaian cafe pada jam 10 sampai siang hari Iniko menghadirkan lagu-lagu slow seperti jazz dan lainnya karena kondisi kafe tenang pada jam-jam tersebut, jika sudah sore dan malam hari biasanya kafe ramai dan kondisi suasana lebih ceria hingga lagu yang dihadirkan bit hip dan sejenisnya.

### 3. Kitchen Areas

Peletakan Kitchen area sangat tepat yaitu terletak dibelakang dan ujung ruang restoran, hingga bagian dapur tidak terlalu nampak dan dikemas dengan baik diletakan berdekatan dengan mini bar dan kasir, hingga dalam proses menghadirkan menjadi lebih mudah dan tidak mengganggu pandangan dan kegiatan pengunjung.



Gbr.3.49 Kitchen Areas (denah) Iniko Toys  
Sumber: dokumentasi pribadi

### 4. Supportive Areas

Konsep restoran tergambarkan hingga ruang-ruang dalam nya yaitu toilet pada restoran ditambahkan hiasan yang menggambarkan konsep pada restoran. Dan mainan yang dijual dijadikan dekorasi interior



Gbr.3.50 supportive Areas (denah & Foto) Iniko Toys  
Sumber: dokumentasi pribadi

### III.2.3 Konsep Unik Perkuat Atmosphere

Uniknya konsep restoran bukan hanya pada desainnya saja tapi dari makna konsepnya dan cara berfikir pemilik untuk menyajikan cara bersantap yang berbeda agar dapat lebih menikmati dan anak kecil pun tidak susah untuk makan. Barangkali hal semacam itu terlihat sepele. Tapi tidak demikian bagi Budi Santoso Liman. Pemilik Iniko Toys Cafe ini menyuguhkan cafe dengan konsep *entertainment dining*, yakni menggabungkan kenikmatan bersantap dengan euphoria bermain. Boleh jadi, dahulu ritual makan selalu diidentikkan dengan ketenangan dan kesopanan jauh dari kesan ingar-bingar aktivitas. Namun sekarang tren telah menggeser kebiasaan tersebut, makan bisa diselingi dengan bermain

Pemilik mengoleksi seluruh replika mainannya sejak masih kecil ia ingin mengajarkan menjaga sesuatu barang berarti bagi kita dan dapat menghasilkan keuntungan bukan hanya kesulitan merawat benda tersebut, menambahkan konsep agar suasana makan menyenangkan dan tidak kaku, pengunjung yang tadinya tidak berminat makan jadi ingin menyatap makanan dengan lahap, maka terciptalah konsep restoran seperti toko mainan yang membawa para pengunjung bersantap sambil bermain.

Dengan menghadirkan gambaran pesawat luar angkasa dan bertebaranya diorama mainan disetiap sudut restoran serta langit-langit yang di dekor menyerupai langit-langit saat diluar angkasa sesungguhnya, membentuk *atmosphere* yang kuat, para pengunjung sudah merasakan *ambience* dari *fasad* hingga sampai *dining room*

### III.3 Pom Tahu Lembang

#### III.3.1 Latar Belakang

Restoran ini terletak di Jalan Raya Lembang No 177 ,Kabupaten Bandung Barat (KBB) ,Tempat ini memang berpenampilan seperti pom bensin. Warna merah dan kuning sangat mendominasi tempat ini. Memasuki gerbang, akan melihat halte ditopang pilar berwarna merah dan memiliki atap putih merah. Terlihat dari jauh, beberapa kendaraan berhenti seperti hendak mengisi bensin.

Papan nama tempat ini juga didominasi warna merah dan kuning seperti pada pom bensin milik PT Pertamina. Tetapi, jika kita teliti di papan nama itu tidak bertuliskan daftar bahan bakar, tapi tahu lembang, rest area, drive thru tahu, resto, pasar oleholeh, maze, dan outbound. Tempat itu bukan pom bensin,melainkan gerai tahu atau tempat makanan lembang bernama Pom Tahu Lembang.

Konsep demikian sengaja dibuat untuk menjebak para pengendara yang melintasi Jalan Raya Lembang. Kata Pom Tahu merupakan singkatan dari *pusat orang makan tahu*. Pemilik sengaja membuat tempat makanan ini seperti pom bensin agar konsumen terjebak, yang tadinya ingin mengisi bensin malah beli tahu.



Gbr.3.51 POM Tahu  
Sumber: dokumentasi pribadi

Setelah diperlihatkan dengan uniknya bangunan restoran yang berbentuk pom bensin, restoran ini juga menyediakan fasilitas lainnya seperti tempat wisata, outbound, serta restoran tradisional didalamnya yang dapat terlihat pada denah dan akan dibahas lebih lanjut nanti.



Gbr.3.52 Denah & Foto POM Tahu

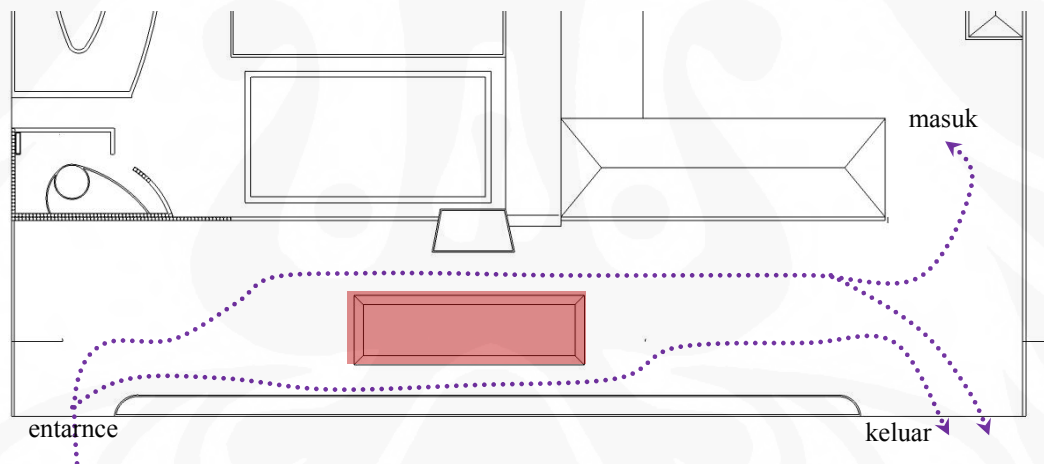
Sumber: dokumentasi pribadi

### III.4.1 Analisa Elemen Restoran

Lokasi tempat makanan Pom Tahu Lembang sangat mudah dicari. Letaknya tepat di pinggir jalan raya sekitar 30 menit perjalanan dari Kota Bandung. Jika dari arah Bandung, Pom Tahu Lembang sebelum Hotel Grand Lembang. Tempat makanan Pom Tahu Lembang ini menggunakan konsep berjualan dengan sistem drive thru, system yang biasa digunakan di restoran cepat saji. Jadi restoran makin Nampak seperti pom bensin sesungguhnya.

#### 1. *Entrance Areas*

Entrance utama adalah bangunan yang berbentuk pom tahu untuk menarik perhatian, first impresion restoran merupakan drive thru tetapi didalam resto terdapat dining dengan konsep berbeda yaitu konsep tradisional, jadi perbandingan konsep modern dengan tradisional.



Gbr.3.53 Entrance Areas (denah & Foto) POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

a. *Exterior ( area luar bangunan )*

Dari bagian luar hanya terlihat bangunan seperti SPBU atau pom bensin untuk menarik para pengunjung dan letaknya yang berada dipinggir jalan dan merupakan jalan alternatif untuk menghindari macet saat menuju kota bandung, hingga bentuk yang menyerupai pom bensin sangatlah pas untuk menarik pengunjung selain itu membuat para pengunjung sering salah mengira POM TAHU ( perkumpulan orang makan tahu) sebagai pom bensin ( tempat mengisi bensin ).



**Gbr.3.54 Exterior POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

• *Façad*

Kawasan terdiri dari beberapa beberapa bangunan yang berbeda-beda fungsinya, tetapi bangunan utamanya adalah bangunan yang berbentuk pom bensin, kawasan ini dibentuk untuk menarik perhatian pengunjung dengan satu bangunan yang unik tetapi didalam kawasan menghadirkan sajian wisata yang lengkap, ada pabrik,outbound,tempat bermain dan bercocok tanam dan lain-lain, bangunan utama yaitu yang berbentuk pom bensin sangat mirip sekali dengan pom bensin jg warnanya yang makin membuat bangunan ini membuat pengunjung terkadang salah terka yang menjadi keuntungan sang pemilik juga.



**Gbr.3.55 Fasade POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi



- *Signage*

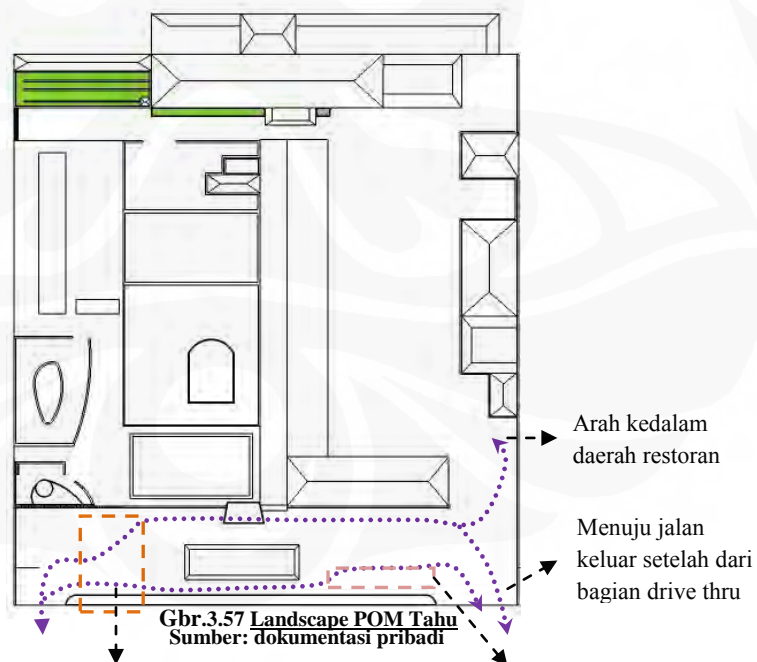
Menggunakan gambaran tahu karena merupakan pusat makan tahu yang terdapat pabriknya langsung pula, tidak berbentuk lambang pom bensin, tetapi lebih menekankan pada tahu. Karena merupakan pusat tahu, setelah masuk ke restoran dan melihat lambang serta tulisannya para pengunjung akan mengerti langsung maksud dari POM TAHU.



**Gbr.3.56 Signage POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

- *Landcaping*

Konsep modern pada enterance untuk menarik perhatian para pengunjung dengan konsep pom bensin hingga orang-orang yang lewat mengira pom bensin akan tertarik dan diberikan kemasan yang berbeda lagi saat pengunjung memasuki daerah restoran lebih dalam dimana adanya konsep bangunan khas tradisional sunda yang dikemas berbeda dengan berbagai fasilitas.



**Gbr.3.57 Landscape POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Bagian antri yang langsung keluar tidak ke arah ke restoran atau

Untuk parkir penikmat tahu yang drive thru, jadi makan dimobil

b. *Entrance*

Setelah pengunjung dihadapkan pada pesona fasad bangunan pada bagian luar, mereka akan dibawa untuk merasakan kemegahan bangunan dari area entrance.

- *Entry*

Pintu utama bangunan restoran ini adalah setapak jalanan yang persis dengan pom bensin restoran utama merupakan restoran berupa drive thru hingga sirkulasi yang terbentuk dari entry hingga keluar persis dengan pom bensin.



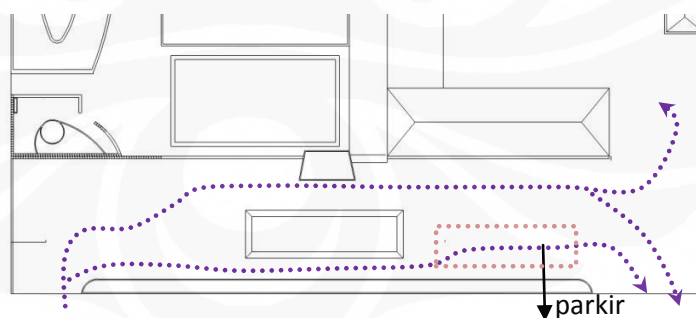
Sumber: dokumentasi pribadi  
Gbr.3.58 Entry POM Tahu

- *Reception*

Tidak terdapat reception Karena tipe restoran merupakan drive thru dan pada bagian restoran didalam juga tidak terdapat reception agar pengunjung dapat berjalan bebas seperti berbelanja dipasar dan menikmati suasana kampung pada restoran bagian dalam.

- *Waiting Area*

Waiting area terdapat pada restoran tipe drive thru dimana terdapat 2 jalur untuk mengantri pesanan agar tidak macet dan terdapat parker untuk makan dimobil.

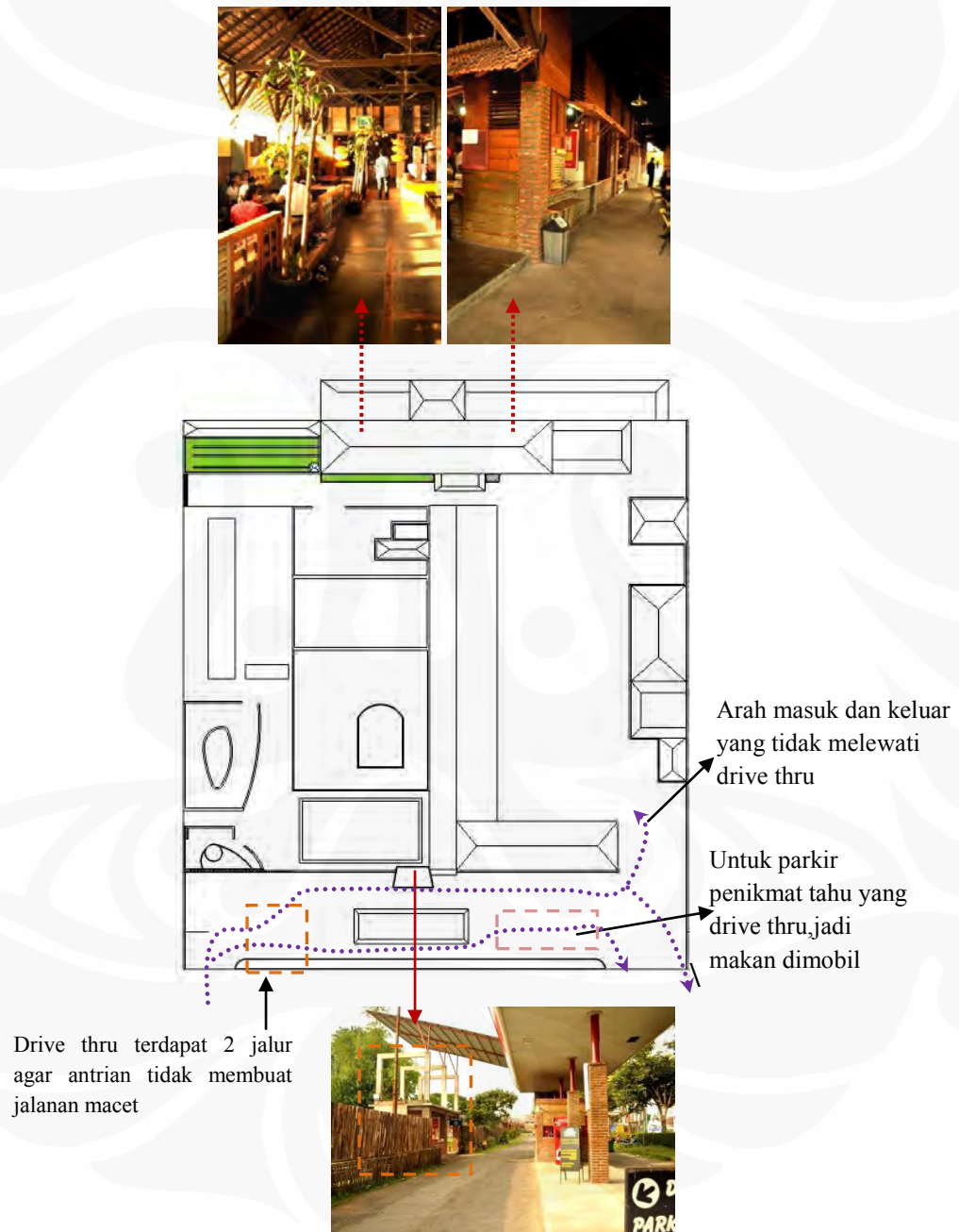


Gbr.3.59 Waiting Areas POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

## 2. Dining Areas

Ruang dining terdapat di dalam restoran sedangkan bagian penarik yaitu restoran yang berbentuk pom tahu merupakan ruang yang berbentuk service drive thru karena faktor utaman jalanan alternatif dan gerakan yang cepat pada site, sedangkan untuk pengunjung yang ingin beristirahat sejenak menikmati suasana kota bandung akan disambut pada dining yang didominasi lesehan di ruang bagian dalam dan dining yang berbentuk pasar jajanan

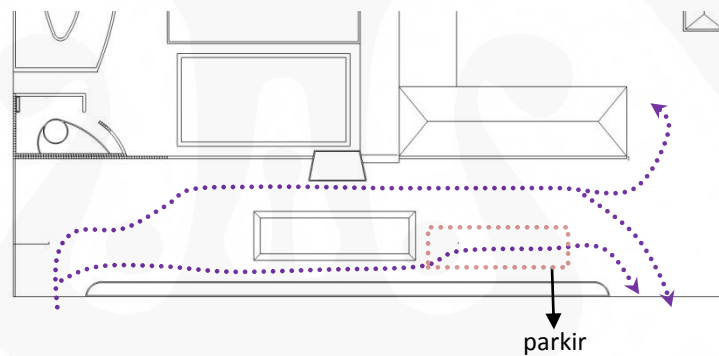


Gbr.3.60 Dining Areas ( denah & foto) POM Tahu

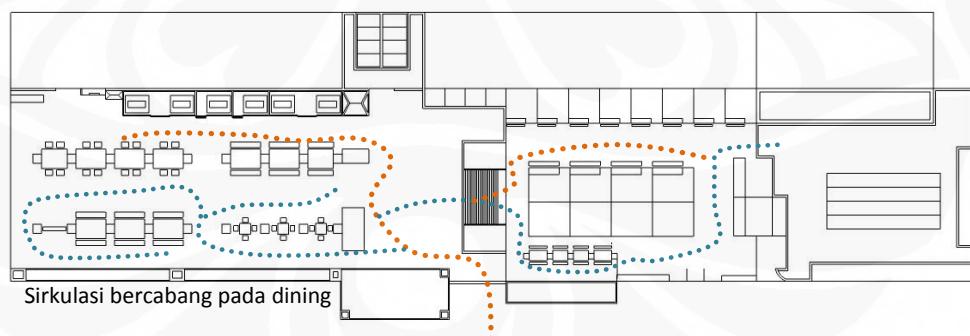
Sumber: dokumentasi pribadi

a. *Sirkulasi*

Dalam sirkulasi pada restoran terdapat 2 sirkulasi yaitu pada bagian penarik dan pada bagian dining di dalam, ruang point utama terdapat ***Sequential Circulation (Linear)***, sirkulasi yang terbentuk berdasarkan ruang yang telah dilalui pengunjung diarahkan dengan kesatu tujuan dengan satu jalan, pengunjung diharuskan melewati jalan tersebut. Dan pada ruang bagian dining dalam merupakan sirkulasi ***Linear Bercabang***, sirkulasi dimana pengunjung tidak terganggu, sirkulasi ini memiliki pembagian ruang dan arah yang jelas.



**Gbr.3.61 Sirkulasi Dining Modern POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

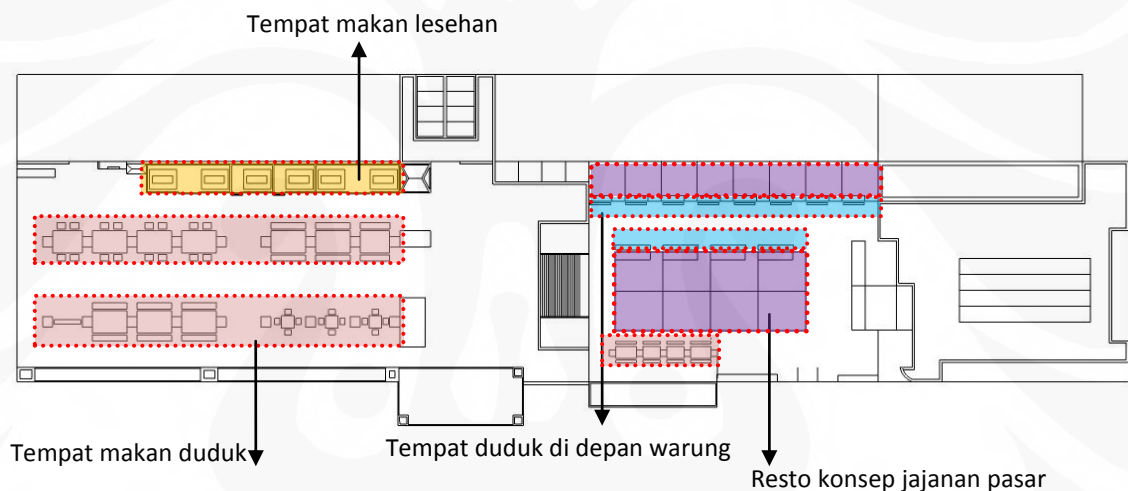


Sirkulasi bercabang pada dining

**Gbr.3.62 Sirkulasi Dining Tradisional POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

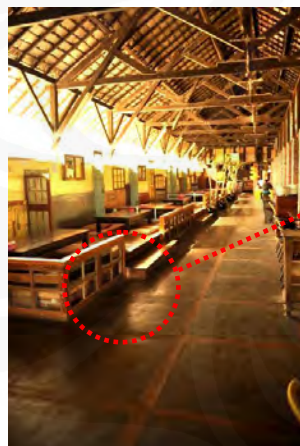
### b. Furniture

Furniture yang digunakan dominan pada pemakaian kayu dan batu bata yang dimana konsep dari restoran adalah mengangkat atmosphere kampung atau pedesaan yang sering pemilik sebut perkampungan gaya western, dimana western yang dimaksud adalah gabungan modern dan sentuhan tradisional yang dikemas bersamaan agar kesan yang tidak ketinggalan zaman namun masih kental dengan suasana tradisionalnya, maka pemakaian furniture yang dominan kayu dan sentuhan unsur etnik indonesia pembuat pengunjung merasakan nyaman tersendiri dimana pada awal enterance pengunjung dihadapkan pada bangunan modern dan ketika menyusuri enterance akan terdapat gerbang menuju sebuah dining yang dikemas pedesaan dengan fasilitas pendukung lainnya.



**Gbr.3.63 Furniture, Denah POM Tahu**

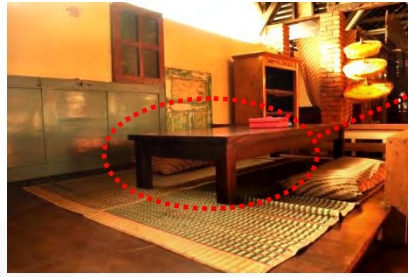
Sumber: dokumentasi pribadi



Tempat makan dengan suasana tradisional sunda yaitu lesehan dimana sentuhan furniture kayu sangat dominan

**Gbr.3.64 Furniture, Lesehan POM Tahu**

Sumber: dokumentasi pribadi



Pada zone Lesehan berupa ruang yang dibentuk panggung hingga furniture yang hadir hanya meja serta perabotan pendukung lainnya, zone lesehan didominasi oleh furniture kayu agar feel dari atmosphere tradisionalnya lebih terasa.

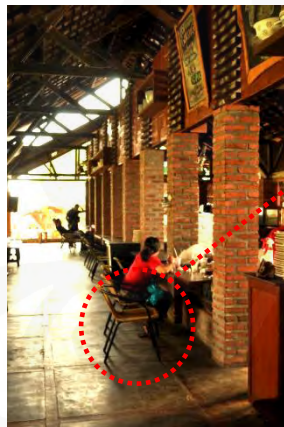
**Gbr.3.65 Furniture, Meja Lesehan POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi



Furniture pada meja makan yang bukan lesehan juga menggunakan elemen kayu dan sentuhan batu bata dimana meja menempel pada tembok bata



**Gbr.3.66 Furniture, Kursi kayu POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

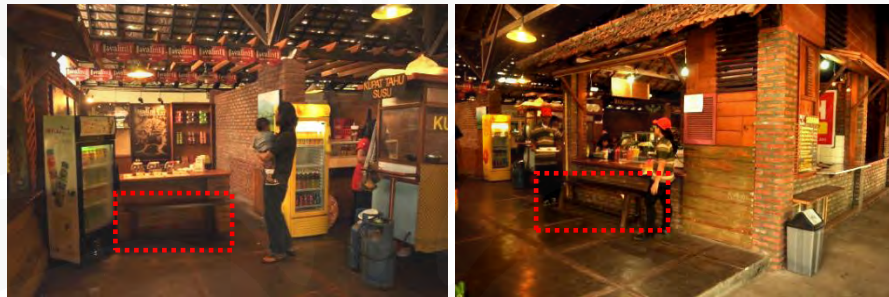


Kombinasi furniture dengan warna pastel pada kursi rotan agar ruang tidak terlalu dominan dengan elemen kayu, maka diberi sentuhan berbeda pada jenis furniture.



**Gbr.3.67 Furniture, Kursi Rotan POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada zone jajanan yang dibentuk seperti pasar jajanan dan atmosphere kampung dengan dekorasi berbentuk gubuk-gubuk yang terdapat jerami serta tambahan elemen kayu dan bata merah yang menggambarkan suasana tempo dulu dengan tambahan elemen lantai berupa semen-mentan kasar. furniture yang digunakan sama yaitu kayu dan kursi rotan serta meja yang menempel pada dinding bata dan ada yang berdiri sendiri.



**Gbr.3.68 Furniture, Kursi Kios POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Kursi terletak didepan kios masing-masing dan terdapat tempat dining tambahan di depan zone pasar jajanan dengan kombinasi bangku kayu dan rotan yang berwarna kuning pastel



**Gbr.3.69 Furniture, Tempat Jajanan POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

c. *Warna*

pada bagian ruang point utama yaitu bangunan berbentuk pom tahu merupakan bangunan satu-satunya yang bedesain modern dimana warna-warna yang hadir adalah warna seperti pom bensin pada umumnya, dimana warna merah mendominasi dan ada sentuhan warna kuning, dimana site merupakan daerah yang mengalami jalur cepat hingga warna merah sangat pas dihadirkan dan bangunan modern diberikan elemen batu bata agar terasa atmposhere dari bagian dalam dari restoran.



**Gbr.3.70 Warna,Exterior Modern POM Tahu**

Sumber: dokumentasi pribadi

Jika pada pom bensin ada tempat mengisi bensin maka disini digantikan dengan tempat minuman soft drink yang dominan dengan warna merah, yang dikombinasi dengan elemen bata merah agar bangunan tidak terlalu berkesan modern hingga ada unsur tradisionalnya



**Gbr.3.71 Warna,Exterior Tradisional POM Tahu**

Sumber: dokumentasi pribadi

Sedangkan pada bagian dining dan area pendukung lainnya warna coklat dan warna dari elemen kayu lebih dominan karena konsep yang dihadirkan adalah atmosphere pedesaan yaitu suasana etnik sunda, warna-warna yang hadir menghangatkan atmosphere ruang.



Dan pada dining lesehan dan tempat jajanan juga didominasi dengan warna coklat dan elemen kayu serta tambahan warna-warna paster pada furniture dan dekorasi tambahan pada ruang yang memberi ambience unik yang berbeda hingga tidak terlalu berkesan tradisional sekali atau zaman dahulu sekali.



**Gbr.3.72 Warna, Dining Lesehan POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

d. *Pencahayaan*



Pencahayaan yang menggunakan lampu TL digunakan pada dining dan pabrik yang ditempel pada balok rangka bangunan dan bohlam yang digantung menggunakan cup lampu disekitar enterance dan tempat jajanan pasar yang digantung didalam kios dan lorong pada tempat jajanan.



**Gbr.3.73 Lighting POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

e. *Dekorasi Ruang*

Pada bangunan utama bangunan di dekor dengan bentuk yang hampir serupa dengan pom bensin, dengan elemen-elemen seperti pada pom bensin.



Signage seperti pada pom bensin

**Gbr.3.74 Dekorasi Exterior POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Sedangkan pada ruang makan lesehan dan jajanan terdapat banyak dekorasi etnik dan kampung / pasar.



Dinding pada dining dihiasi dengan pintu-pintu model lama yang sudah tidak terpakai, agar atmosphere tempo dulu tetap terasa dengan dekorasi yang berbeda, seakan-akan tempat lesehan mempunyai pintu dan jendela



**Gbr.3.75 Dekorasi Interior POM Tahu**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Penggunaan elemen tempo dulu seperti tikar dan bantal yang disarungi oleh kain batik sangat menghadirkan ambience tradisional, serta dekorasi etnik lain yang hadir.



**Gbr.3.76 Dekorasi, Dining & Tempat Jajanan POM Tahu**

Sumber: dokumentasi pribadi

Dan yang terakhir elemen serta dekorasi pendukung pada zone dining jajanan dimana dining dibentuk seperti pasar jajanan tempo dulu dan terdapat gerobak-gerobak untuk mendukung hadirnya ambience.

*f. Penataan Ruang / Meja*

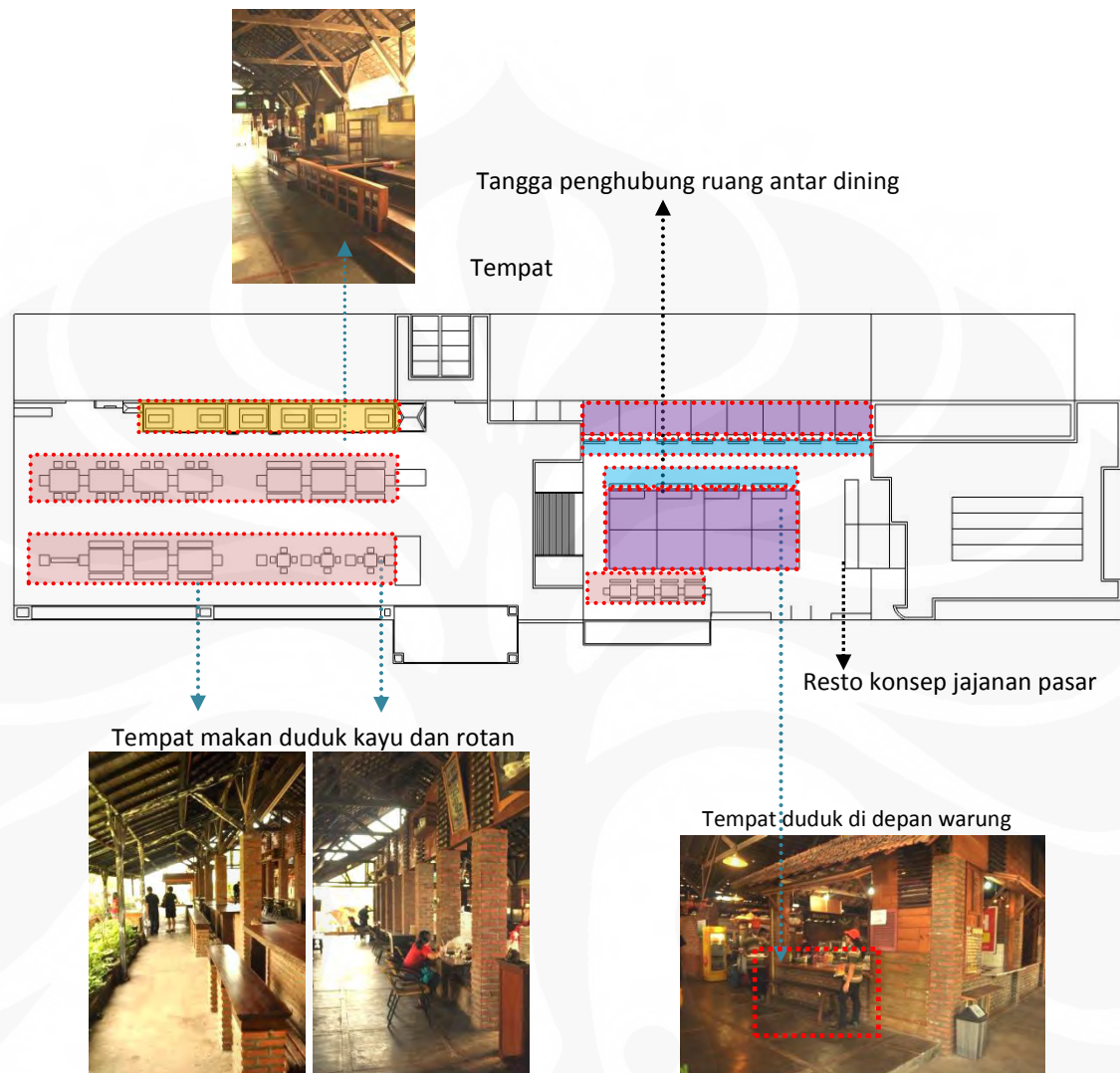
Ruang dan meja ditata dengan masing-masing konsep pada bangunan berupa pom bensin tata ruangnya hanya pada satu bangunan kecil yang terdapat ruang untuk penyajian tahu yang dipesan



**Gbr.3.77 Tata Ruang, SPBU POM Tahu**

Sumber: dokumentasi pribadi

Dalam drive thru terdapat dua jalur dan disampingnya terdapat tempat jual oleh-oleh bagi pengunjung yang tidak ingin masuk ke dalam lingkungan restoran lainnya. Sedangkan pada dining di tradisional tata letak kursi disesuaikan dengan konsep masing-masing ruang yang dibentuk dengan kombinasi kursi dan meja.



Gbr.3.78 Tata Ruang Dining Tradisional POM Tahu  
 Sumber: dokumentasi pribadi

g. *Penampilan & Perilaku Karyawan*

Pelayan menunggu dikios-kios dagangannya serta pada dining lesehan pelayan berdiri disekitar meja makan, penampilan dan perilaku pelayan sangat baik dengan pakaian hitam dan logat berbicara yang khas sunda.

h. *Musik (sound)*

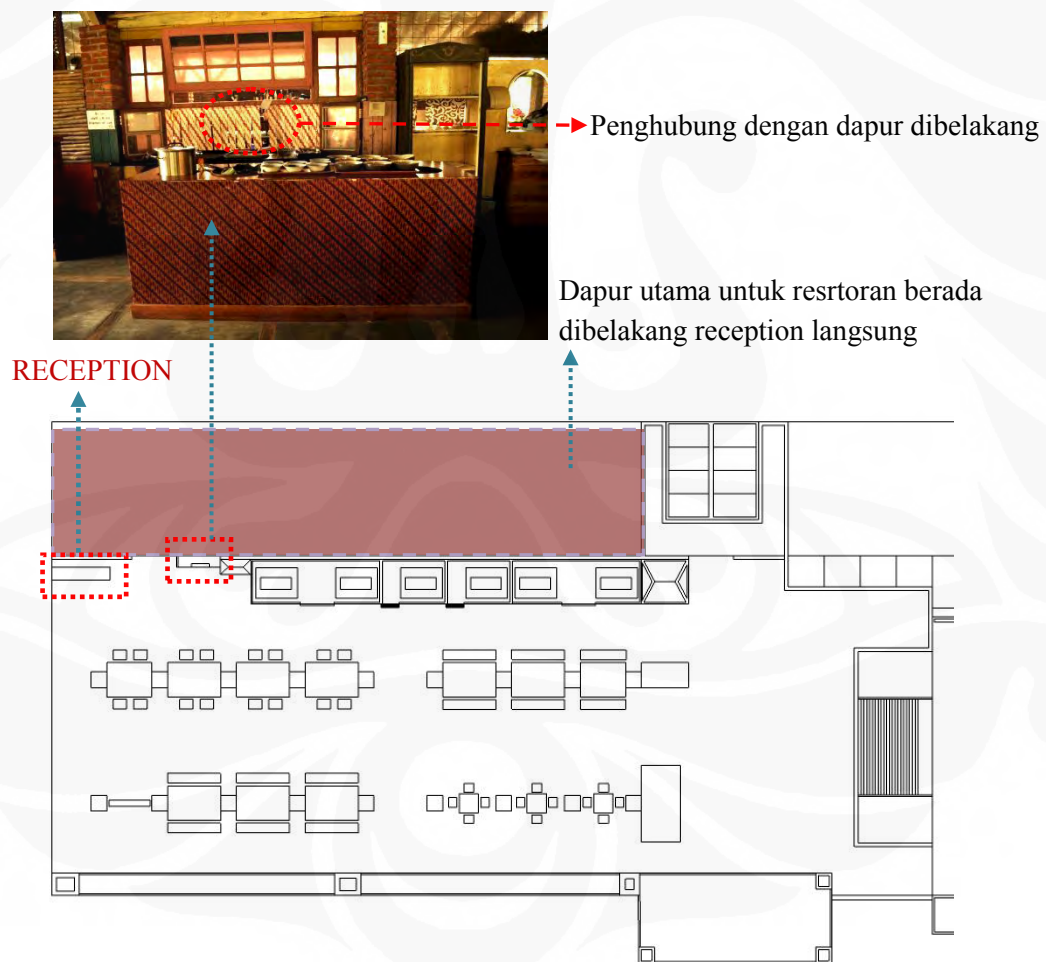
Karena suasana yang dibentuk kampung sunda maka lagu-lagu yang hadir pada dining adalah lagu sunda yang tenang

### 3. Kitchen Areas

Dapur terdapat dua bagian yaitu dapur utama pada dining untuk melayani pengunjung yang datang dan dapur yang berada pada kios langsung pada dining tempat jajanan serta tempat pengolahan tahu yang merupakan bahan utama pada jajanan serta restoran dimana pabrik tahu ini dapat dimasuki para pengunjung yang dapat melihat proses pembuatan tahu secara langsung dan sambil menunggu pesanan mereka siap

#### a. Dining lesehan

Dapur terdapat dibagian belakang kasir, ini membuat bagian dapur tidak terlihat dan dalam mengkoordinasi pelayanan menjadi mudah, saat pengunjung memesan langsung didepan kasir ataupun pelayan yang melayani. Dan disamping meja kasir terdapat bagian meja seperti buffet hingga jika makanan habis maka akan mempermudah mensortir makanan kembali

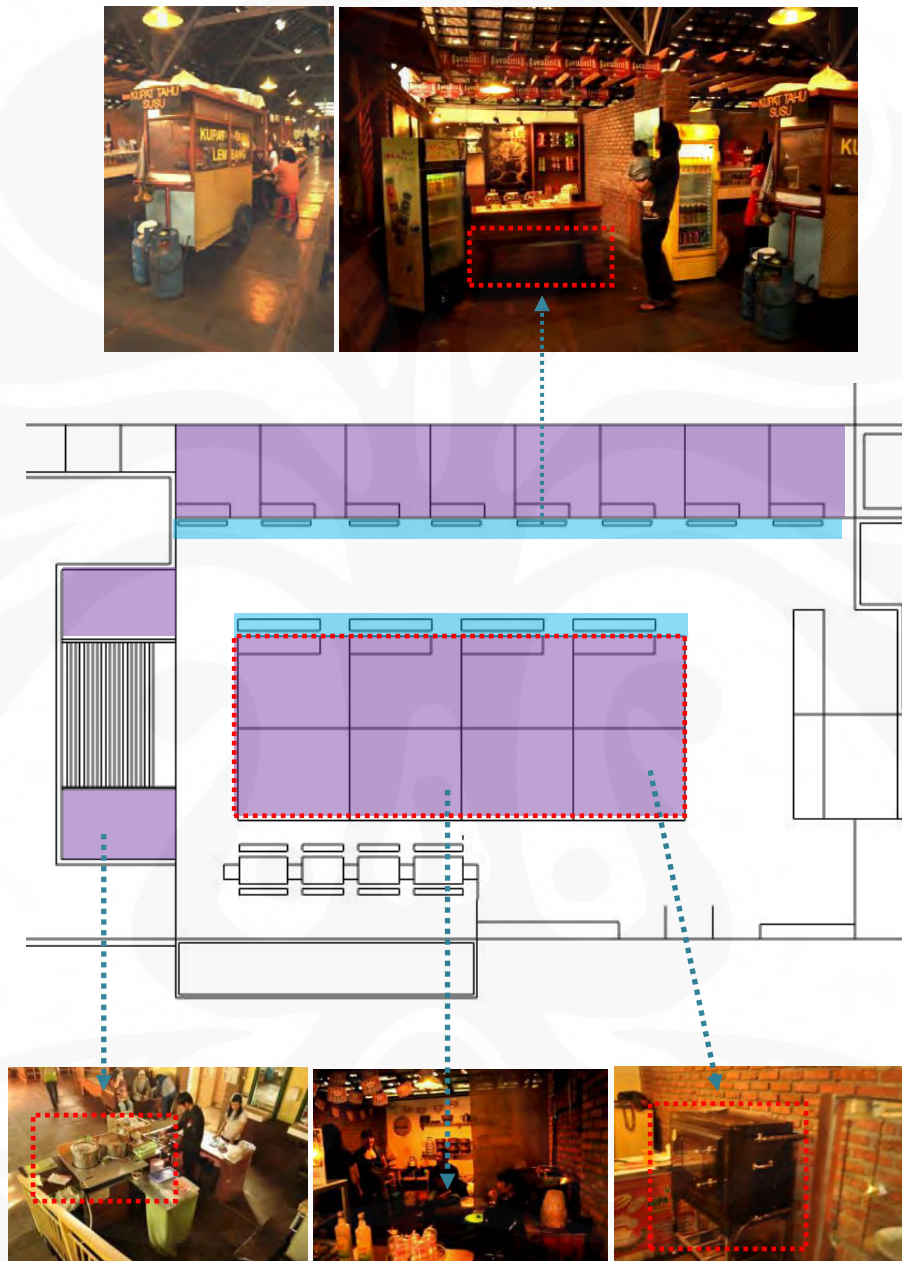


Gbr.3.79 Kitchen Areas, Dining (denah&foto) POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

*b. Tempat jajanan*

Dapur berada pada kios-kios tersebut atau terdapat pada gerobaknya masing-masing.

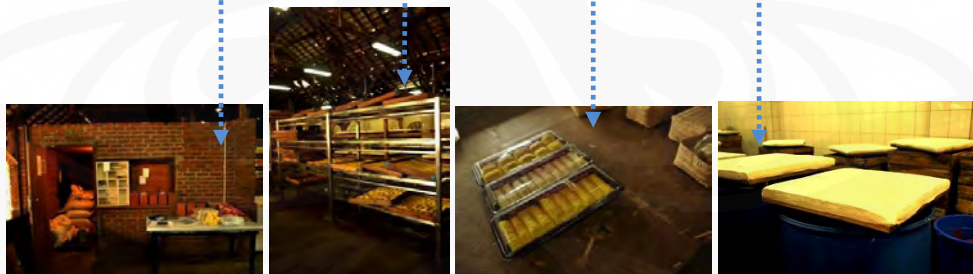
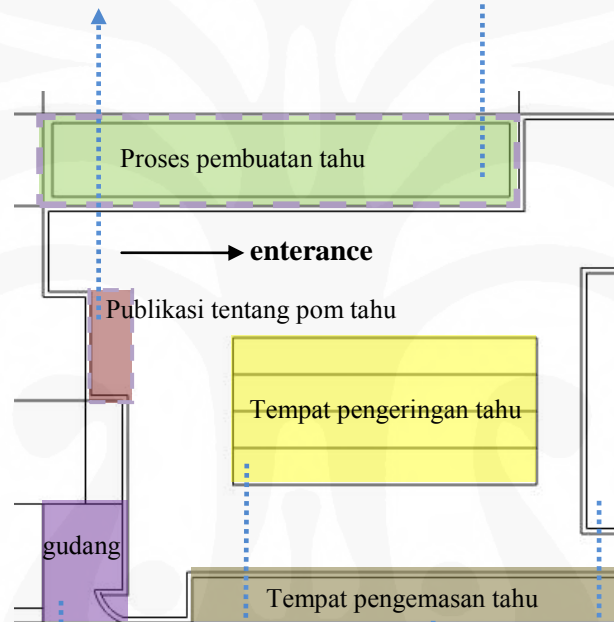


Gbr.3.80 Kitchen Areas, Tempat Jajanan (denah&foto suasana) POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

c. Pabrik Tahu

Memperkenalkan bahan utama tahu dan proses membuatnya

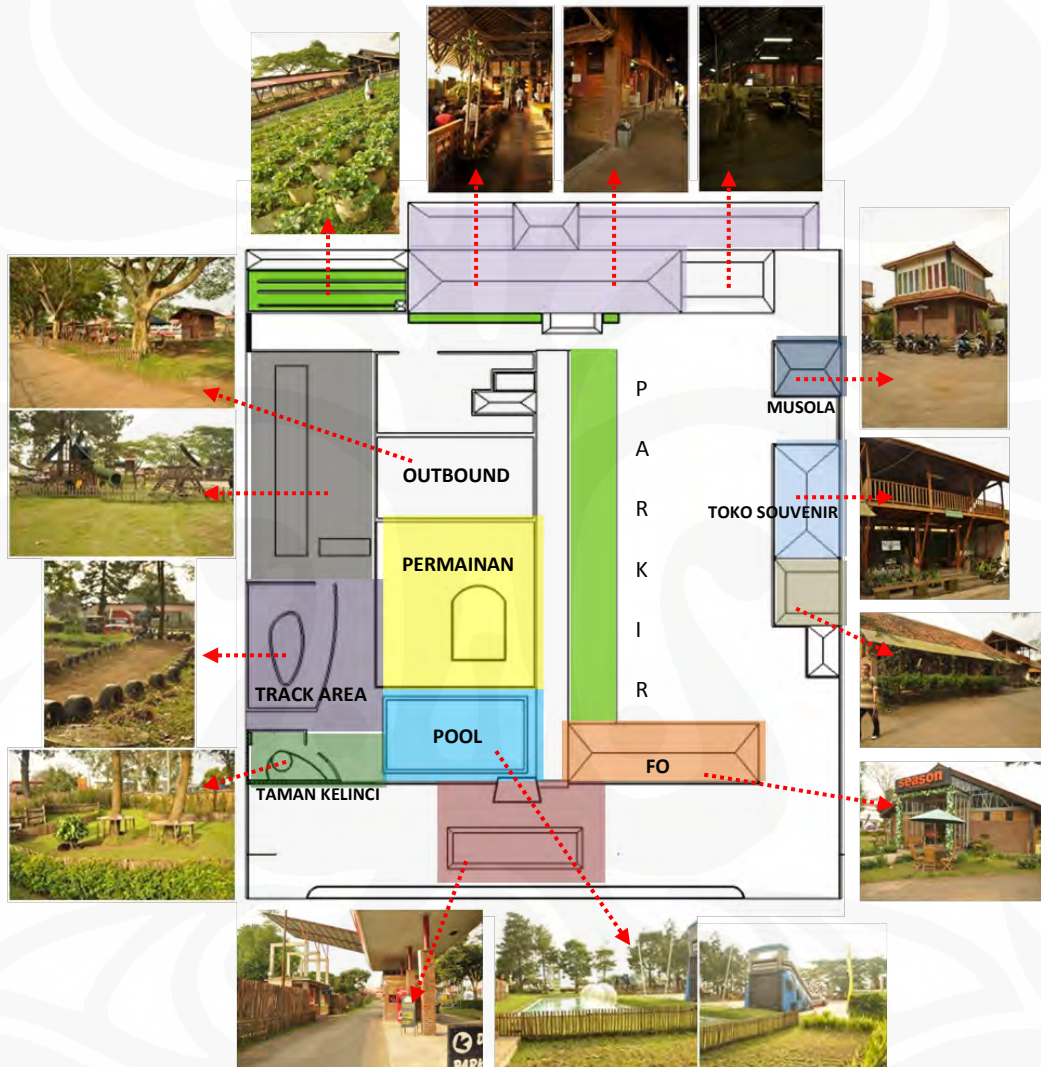


Gbr.3.81 Kitchen Areas, Pabrik Tahu (denah&foto) POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

#### 4. Supportive Areas

Terdapat banyak fasilitas pada restoran ini, karena konsep restoran adalah untuk memfasilitasi para wisatawan saat kondisi jalanan menuju Bandung macet, fasilitas yang ada sebuah berbentuk sajian bangunan tradisional yang diberi sentuhan western, yang dapat kita lihat dibawah ini:



Gbr.3.82 Supportive Areas (denah & Foto) POM Tahu  
Sumber: dokumentasi pribadi



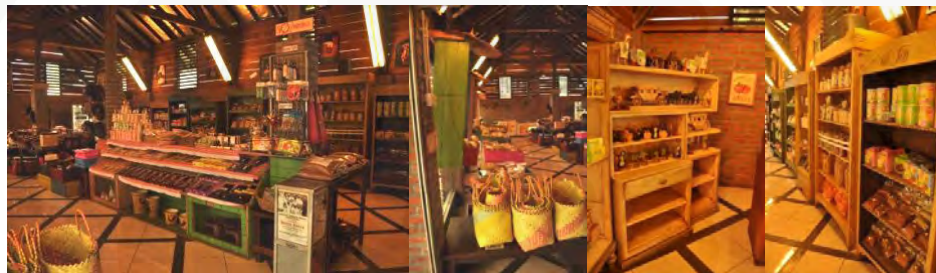
a. *Factory outlet*



Gbr.3.83 Supportive Areas, FO POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

b. *Toko souvenir dan oleh-oleh*



Gbr.3.84 Supportive Areas, Toko Souvenir & Oleh-Oleh POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

c. *Toko tanaman*



Gbr.3.85 Supportive Areas, Toko Tanaman POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

d. *Mushola*



Gbr.3.86 Supportive Areas, Mushola POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

e. *Tempat bermain*



Gbr.3.87 Supportive Areas, Area Bermain POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

f. *Tempat berkebun dan taman kelinci*



Gbr.3.88 Supportive Areas, Kebun Strawberi & Taman Kelinci POM Tahu

Sumber: dokumentasi pribadi

### III.3.3 Konsep Unik Perkuat Atmosphere

Pemilik memanfaatkan lingkungan site dimana site merupakan jalan alterantif untuk menghindari macet saat menuju ke kota bandung, dengan membentuk restoran persis dengan SPBU hingga para pengunjung sering salah masuk karena mengira restoran merupakan SPBU, tetapi para pengunjung tetap membeli makanan juga.

POM TAHU merupakan singkatan dari *Perkumpulan Orang Makan Tahu*, hingga dari segi bentuk dan warna sangat persis sekali dengan SPBU Pertamina, ide ini sangat menarik dimana belum ada satu pun yang berkonsep sama dengan POM Tahu atmosphere dining yang dihadirkan pun berbeda-beda pertama kita dihadapkan dengan bangunan berbentuk SPBU yang melayani secara drive thru lalu jika kita belum puas dengan itu kita dapat menikmati dining yang yang dibentuk tardisional, perpaduan konsep modern dan tradisional ini sangat menarik

Para pengunjung yang melewati daerah ini sebelumnya hanya berlalulalang karena daerah ini merupakan jalan alternative maka pemilik mengusung ide kreatif dimana menghadirkan bentuk SPBU karena banyak pengunjung mencari SPBU, pemilik menggabungkan desain modern dengan tradisional, ia ingin mengikat konsep kampung sunda tetapi tetap tidak membosankan dan biasa, maka ia menggabungkan konsep modern dan tradisional, yaitu bentuk bangunan yang dikhusus kan untuk menarik perhatian yang persis sekali dengan SPBU lalu dibelakang bangunan itu terdapat restoran tradisional maka tempat ini akan tidak membosanka

Ide kreatif yang memberikan *first impression* suatu bangunan yang unik lalu ditambahkan lagi dengan bangunan tradisional yang tidak kalah menarik tataan ruang diningnya, estetika pada bagian ruang sangatlah penting dengan begitu akan memberikan atmosphere yang berkesan beda yang membuat pengunjung nyaman, Tema rancangan dan atmosphere suatu bangunan dapat membantu mengangkat citra bangunan itu sendiri. Misalnya Orang akan berkunjung ke restoran tidak hanya menikmati makanan saja, namun juga merasakan suasana yang berbeda, yang menarik dan menyenangkan. Hal ini menjadi tantangan bagi kita para arsitek dan perancang interior, bagaimana membuat bangunan komersial menjadi bangunan yang menarik dan ramai dikunjungi orang.

### III.4 Kedai Kafe Kemang

#### III.4.1 Latar Belakang

Konsep kafe bernama Kedai yang terletak di Jl.Benda No 89, kemang ini adalah seperti rumah. Dengan tujuan ingin membuat pengunjunnya merasa seperti di rumah sendiri. Berawal dari kecintaan terhadap kopi, tercetuslah ide untuk membuat sebuah coffee shop yang berbeda dengan tempat lainnya. Pemiliknya, Tika, menamakannya Kedai. Nama yang sengaja dipilih untuk memberikan image lokal. Sebagai penikmat kopi, Tika sering menikmati secangkir kopi di kafe-kafe. Namun, ia tidak pernah menemukan kafe atau coffee shop yang suasananya santai dan bersahabat. Kafe-kafe yang ditemui rata-rata terlalu kaku dan formal. Akhirnya, muncullah ide untuk mendirikan sebuah kedai kopi yang mengusung suasana bersahabat.



Gbr.3.89Kedai

Sumber: dokumentasi pribadi

Bulan Juli 2008, lahirlah Kedai dengan slogan “Minum2, Makan2, Baca2”. Tempat ini menyediakan berbagai macam minuman dari mulai kopi, smoothies, dan lain-lain. Untuk kopi, Tika mengatakan bahwa kopi yang ada di Kedai ini 100% kopi Indonesia. “Negara ini adalah salah satu produsen kopi terbesar di dunia, tetapi sulit sekali menemukan dan menikmati kopi Indonesia, Selain kopi, Kedai juga mempunyai minuman yang bertema unik dengan nama-nama local yang unik misalnya janda kembang,duda kaya .

Perpaduan nuansa retro dan menu yang lezat membuat nuansa kafe ini terasa hangat. Hal itu bisa membuat pengunjunnya menikmati rasa santai sejenak di antara kesibukan cukup padat. Nuansa konsep yang dihadirkan adalah berusaha membuat pengunjunnya masuk dalam suasana nostalgia, dimana kesan retro

adalah masa jadul dengan desain dan interior ruang yang jadul seperti masa tempo dulu, Poster-poster film Indonesia yang dibintangi Suzanna, Farouk Anfero, dan Widyawati terpampang di pembatas ruang yang terbuat dari kaca

### **III.4.1 Analisa Elemen Restoran**

Lokasi restoran yang terletak di daerah kemang ini berada tepat dipinggir jalan seharusnya memberikan potensi besar dalam memperoleh keuntungan dari segi komersial, akan tetapi restoran tidak terletak di jalan utama kemang yang merupakan salah satu pusat kuliner, kedai terletak di kawasan yang rata-rata bangunannya berupa hunian rumah tinggal, hingga jarang masyarakat menuju kedaerah sini selain pulang atau lewat untuk jalan alternatif menghindari macet dan ditambah lagi letak kedai yang agak menjorok kedalam. Tetapi ini juga menambah nilai plus untuk atmosphere rumahan dan masyarakat dapat menikmatinya selagi menunggu kemacetan.

#### *1. Entrance Areas*

Dari pintu masuk utama pengunjung dihadapkan dengan area parkir terbuka, dari luar sangat terlihat perbedaan desain yang mencolok dengan sekitar dimana bangunan retro yang jadul sudah terasa dari luar. Entrance terdiri dari dua bagian, satu langsung berhadapan dengan reception dan satu lagi dibagian belakang tetapi masih melewati entrance utama, karena bentuk bangunan berupa huruf L.

Namun pengunjung yang masuk melewati entrance penunjang tetap terlihat karena material yang digunakan kaca dan waiters selalu berada di daerah reception dan dapur pun terletak dibelakang hingga pengunjung tidak akan luput dari pelayanan. Tetapi terkadang tetap terjadi kelalaian dalam pelayanan, terkadang saat restoran sedang sibuk pengunjung yang melewati entrance penunjang terkadang luput dari pelayanan.

a. *Exterior ( area luar bangunan )*

Bentuk bangunan dari luar sudah dapat terasa tema dari restoran adalah nuansa retro, dari bentuk serta elemen yang dihadirkan, tampilan material yang terlihat sangat menggambarkan tema dari restoran ini sendiri. Elemen material yang digunakan banyak yang berupa kaca hingga tema didalam restoran dapat terlihat jelas, serta warna pada elemen-elemen exterior sangat terasa dengan menggunakan warna pastel serta warna merah dan ungu untuk penegasan bagian utama pada resto.



**Gbr.3.90 Exterior Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

- *Façade*

Bangunan terdiri dari satu ruang yang kecil yang tidak ada batasan, secara keseluruhan dapat terlihat dari luar juga, jadi bangunan yang memiliki bangunan yang kecil ini, bangunan yang berbentuk L ini terdiri dari 2 lantai dimana lantai 1 sebagai restoran dan lantai 2 sebagai retail yang menjual barang hasil daur ulang yang dibuat kembali secara unik oleh sang pemilik.



**Gbr.3.91 Fasade Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

- *Signage*

Kedai menggunakan nuansa jadul, jadi penulisannya pun menggambarkan sesuatu yang jadul dari segi warna juga font penulisan serta kata-kata local yang digunakan membuat tema yang dihadirkan makin terasa, restoran memiliki 3 signage yang menjelaskan terdapat apa saja didalam resto tersebut.



Gbr.3.92 Signage Kedai  
 Sumber: dokumentasi pribadi

- *Landcaping*

Posisi bangunan yang dekat dengan jalan raya seharusnya membuatnya mudah diketahui tapi bentuknya yang agak masuk kedalam terkadang luput dari pengelihatn para pengguna kendaraan.



Jalan raya  
 Gbr.3.93 Landscape Kedai  
 Sumber: dokumentasi pribadi

- *Entrance*

Setelah pengunjung dihadapkan pada pesona fasad bangunan pada bagian luar, mereka akan dibawa untuk merasakan kemegahan bangunan dari area entrance.

- *Entry*

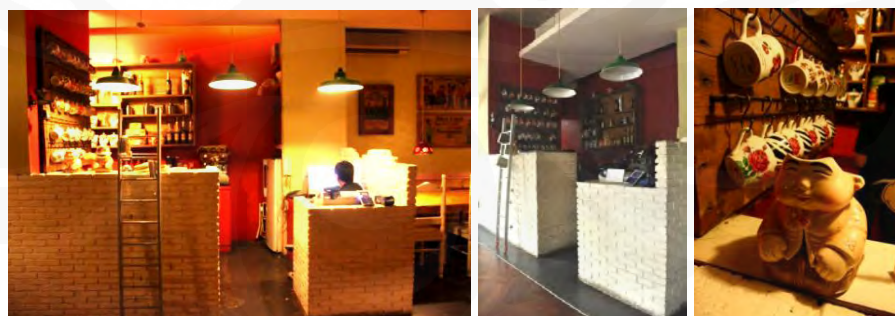
Pintu utama bangunan restoran Kedai menggambarkan tema yang jelas dengan elemen bentuk retro yang kental dan warna menyala yang menegaskan entry tersebut hingga mampu membuat pengunjung menerima tema perancangan dengan mudah.



Gbr.3.94 Entry Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi

- *Reception*

Kedai membentuk ruang reception seperti dapur kopi, dimana reception digunakan untuk pembuatan minuman juga seperti layaknya coffe shop, tapi tidak kaku sesuai dengan konsep sang pemilik, dimana ditata seperti tempat minum dirumah dengan hiasan dekor serta cangkir-cangkir jadul yang membuat konsep sangat terasa.



Gbr.3.95 Reception Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi



- *Waiting Area*

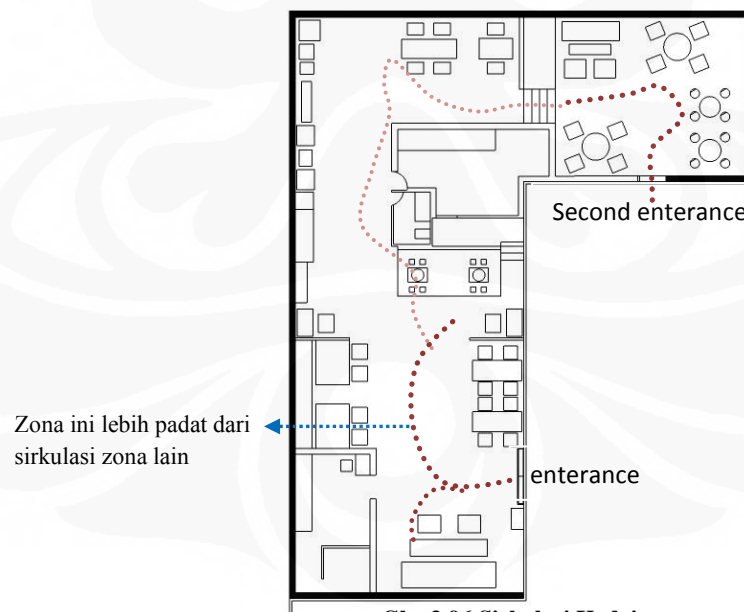
Tidak terdapat waiting area pada bangunan ini seperti coffe shop pada umumnya , namun juga untuk mengesankan suasana homy yang tidak kaku.

## 2. Dining Areas

Atmosphere yang dihadirkan restoran ialah kesan jadul menghadirkan segala sesuatu yang hadir di tempo dulu yang dikemas seperti dirumahan agar pengunjung menjadi nyaman dan santai tidak kaku seperti coffe shop lainnya, dari tema jadul yang memakai ornamen tempo dulu mengajak pengunjung untuk melihat barang-barang tempo dulu yang telah didaur ulang menjadi furniture serta elemen pelengkap untuk merasakan kejadulan, yang akan dibahas selanjutnya pada poin-poin dibawah ini.

### a. *Sirkulasi*

***Sequential Circulation (Linear)***, sirkulasi yang terbentuk berdasarkan ruang yang telah dilalui pengunjung diarahkan dengan kesatu tujuan dengan satu jalan, pengunjung diharuskan melewati jalan tersebut. Tapi karena adanya 2 pintu terkadang jika ada pengunjung masuk melalui bagian second entrance, pengunjung terkadang luput dari pengelihatn pelayan hingga pelayanan suka terhambat.



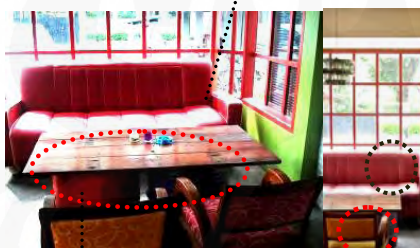
Gbr.3.96 Sirkulasi Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi

b. *Furniture*

Furniture yang hadir dalam ruang hampir seluruhnya merupakan produk daur ulang agar kesan jadul pada restoran lebih terasa, pemilik juga ingin memberikan himbauan tentang daur ulang untuk pencegahan pemanasan global yang makin merambak.



Gbr.3.97 **Furniture Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi



Gbr.3.98 **Furniture (01) Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

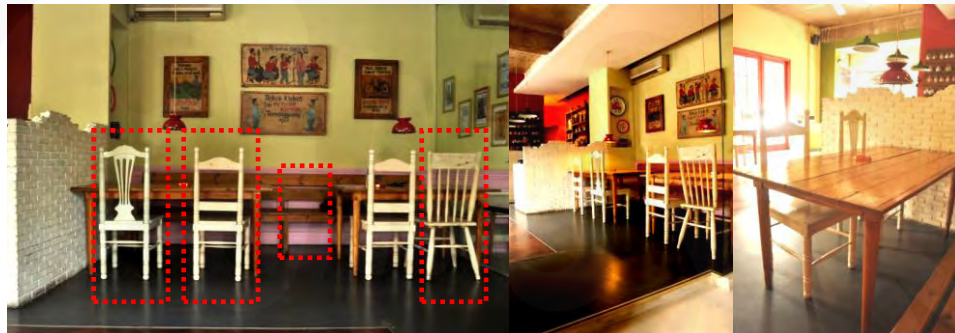
Merupakan tipe kursi sofa yang sudah lama dan kombinasi kursi-kursi kecil dengan perpaduan warna yang berbeda, ini merupakan salah satu spot favorit karena

Meja terbuat dari tong yang sudah di reycle dan dipadukan dengan kayu yang sudah lama, tapi tetap terlihat manis dan menarik.



**Gbr.3.99 Furniture (02) Kedai**  
 Sumber: dokumentasi pribadi

Dua set kursi ini letaknya berdekatan tetapi masing-masing furniture kursi berbeda-beda pada foto pertama kursi kayu dengan kombinasi sofa merah, sedangkan set kursi yang berwarna putih dipadukan dengan desain kursi yang berbeda hanya sama warnanya saja tetapi jenisnya berbeda. Meja tetap menggunakan meja kayu yang berasal dari kayu-kayu yang sudah tidak terpakai.



**Gbr.3.100 Furniture (03) Kedai**  
 Sumber: dokumentasi pribadi

Ada berbagai kombinasi furniture pada spot ini dengan warna yang senada tetapi tipe desain kursinya berbeda-beda, kursi putih single dengan tipe yang berbeda disatukan dengan kursi kayu yang panjang yang menyatukan kedua meja dengan tetap adanya jarak antar meja.



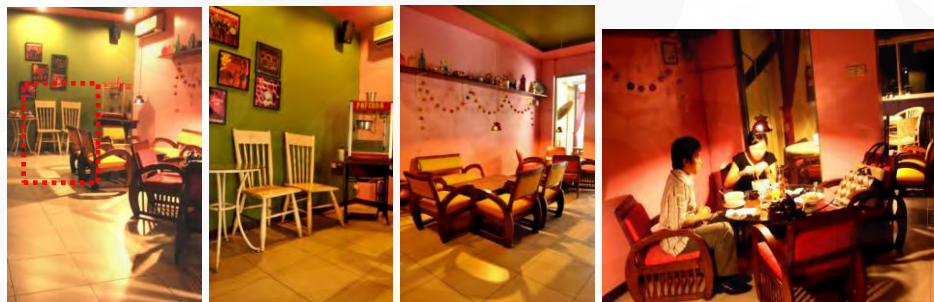
**Gbr.3.101 Furniture (04) Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada spot ni terdapat sofa kecil model retro yang dikombinasi dengan meja kecil yang merupakan daur ulang dari papan permainan gablek.



**Gbr.3.102 Furniture (05) Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Disebelah spot meja gablek terdapat spot lesehan yang dilengkapi dengan karpet dan bantal yang nyaman, furniture yang hadir adalah meja tong yang telah didaur ulang dan diberi cat yang menarik yang kombinasi dengan kaca.



**Gbr.3.103 Furniture (06) Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Terdapat satu set kursi di dinding untuk memanfaatkan space, lalu dsamping spot terdapat 2 set kursi dengan model retro dengan perpaduan warna retro.



**Gbr.3.104 Furniture (7a) Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada spot transisi ke area bawah pemilik memanfaatkan space menaruh satu set meja dengan elemen kayu serta di dekor dengan suasana yang sama dengan jenis furniture yang mengesanakan suasana tempo dulu.



**Gbr.3.105 Furniture (7b) Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Lalu pada satu spot pada daerah second entrance berbagai jenis kursi dan meja dijadikan satu ,dengan jenis furniture retro yang berbeda-beda membuat pengunjung yang berada pada spot mempunyai tanggapan masing-masing tentang jenis dan cerita dahulu furniture tersebut,karena ada jenis kursi taman dan sofa tapi dijadikan pada satu spot yang sama.



**Gbr.3.106 Furniture (7c) Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

c. *Warna*

Warna yang hadir pada dining dan exterior ialah warna pastel yaitu pilihan untuk warna retro yang merupakan konsep dari restoran, ruang exterior dominan dengan warna merah dan ungu, alasannya agar mencolok tetapi tidak berlebihan (tetap soft).

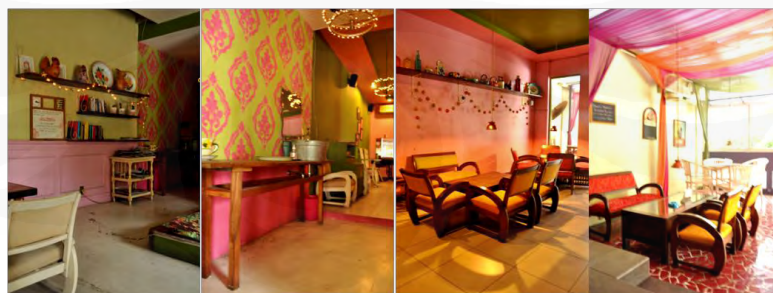


**Gbr.3.107 Warna Exterior Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

Sedangkan pada interiornya pada zone dekat entrance ruangan dihiasi dengan warna merah yang senada dengan warna fasada dan dinetralkan dengan warna hijau dan krem, warna krem untuk menambah nafsu makan pada ruang dining.



Ruangan berikutnya warna pink dan hijau banyak berperan, ruang dominan pada warna hijau karena konsep restoran pemajuan daur ulang hingga warna ruang menyinggung go green.



**Gbr.3.108Warna Interior Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

d. *Pencahayaan*

Pencahayaan yang digunakan adalah pemakaian lampu downlight yang dikemas dengan konsep retro, yaitu pengemasan lampu dengan menggunakan bakul nasi yang digantung dimasing-masing meja. Bagian terang di atas meja dapat membentuk area tersendiri bagi pelanggan pada meja tersebut sehingga meningkatkan perasaan kontrol pada area tersebut, walaupun kursi meja makan menyatu dengan kursi meja disebelahnya, pelanggan tetap merasakan territoriality pada kursi yang didudukinya walau jarak meja hanya 50 cm memungkinkan pelanggan satu dengan lainnya tidak memiliki relasi, untuk saling bersentuhan. Level brightness yang rendah pada dining chair meningkatkan anonymity sehingga pelanggan tidak akan merasa terganggu walaupun orang lain memperhatikan gerak-gerik pelanggan. Tetapi banyaknya bukaan pada bangunan hingga penggunaan lampu hanya dipakai pada malam hari karena selebihnya suasana restoran terang, dan ini juga penggambaran konsep go green sang pemilik.



Lampu model lampu natal juga digunakan yang di daur ulang dengan roda sepeda dan dengan tambahan lampu-lampu downlight di langit-langit yang tersembunyi oleh plafon

Lampu dihiasi dengan sendok dan garpu hasil daur ulang yang menguatkan atmosphere recycle



Lampu pada meja makan dihiasi dengan bakul nasi yang memberika ambience unik, tetapi jarak lampu dengan meja sangat dekat sekali hingga terkadang mengganggu aktifitas

Gbr.3.109 Lighting Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi

e. *Dekorasi Ruang*

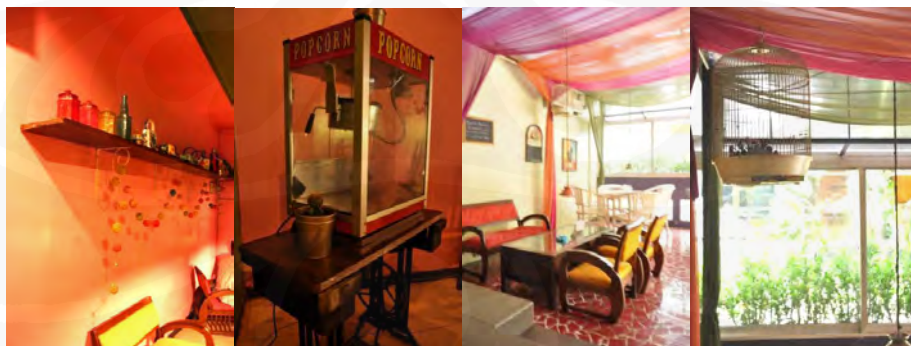
Karena konsep retro maka dekorasi yang dibentuk berupa coffe shop yang tidak kaku, sebuah ruang seperti rumah yang beratmosfer jadul dengan dekorasi perabotan tempo dulu yang kental di Indonesia, dari lampu, buku-buku, poster film Indonesia zaman dulu, rak hingga dekorasi pendukung lainnya. Hingga suasana restoran menjadi nyaman dan tidak kaku.



Gbr.3.110 Dekorasi, Rak Buku Kedai, wall, lampu sendok, wastafel Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi



Gbr.3.111 Dekorasi, Reception, Poster Film Lama, Lampu Sepeda Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi



Gbr.3.112 Dekorasi, Peralatan lama, Popcorn, Tirai, Sangkar Burung Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi





g. *Penampilan & Perilaku Karyawan*

Penampilan karyawan rapih dengan menggunakan baju pelayan pada umumnya, dengan warna seragam hitam Karena dalam ruang sudah terlalu banyak warna,

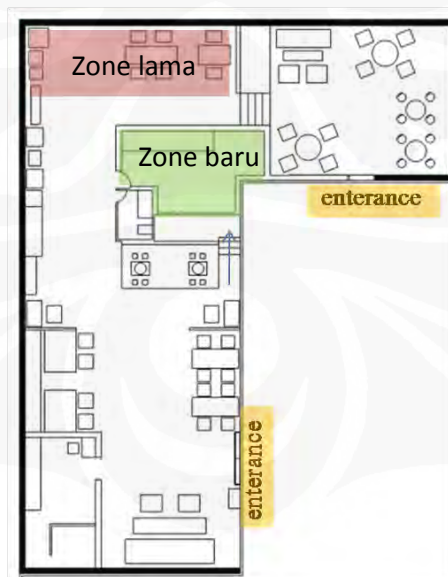
h. *Musik (sound)*

Musik disesuaikan dengan konsep retro pada restoran, lagu yang dihadirkan berupa lagu-lagu kenangan jadul, pemilik merupakan musisi yang aliran musiknya bertema tahun 70-an, jadi album lagu dari sang pemilik sering dikumandangkan di restoran ini

### 3. Kitchen Areas

Peletakan Kitchen area mengalami perpindahan dari tempat awalnya, posisi space dapur dipindah tempatkan karena posisi sebelumnya dianggap penempatannya kurnag tepat karena mengganggu pemandangan dan pengunjung, hingga posisi space diletakan pada posisi yang lebih tersembunyi karena dapur merupakan bagian servise yang terkadang kurang baik dipadang dan akan mengganggu pemandangan.

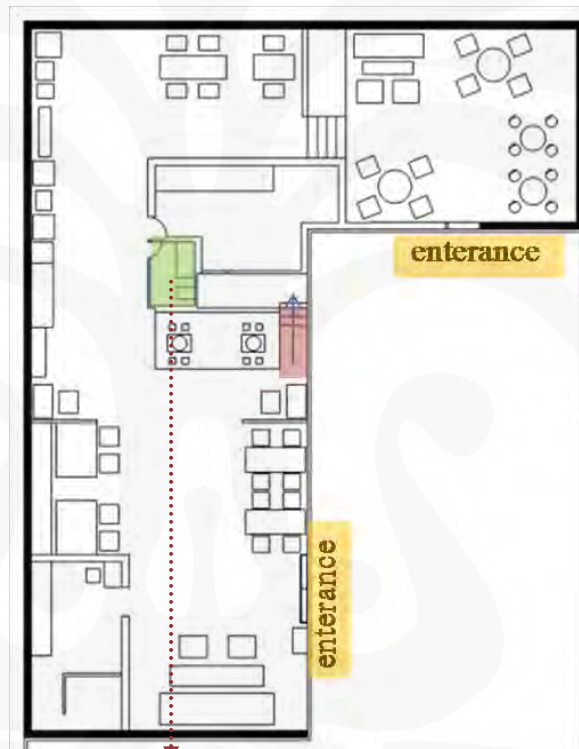
Ide peletakan dapur yang di pindah kan ketengah membuat ruang lebih lega dan pemandangan lebih baik karena peletakan space di area tengah membuat ruang dapur tidak terlihat seperti dapur karena pemandangan pengunjung dialihkan ke lorong restoran yang menuju dining room lainnya.



Gbr.3.114 **Kitchen Areas Kedai**  
Sumber: dokumentasi pribadi

#### 4. Supportive Areas

Ruang tambahan seperti toilet juga dikemas unik dengan warna dan tataan yang menarik dan juga Retail yang ada dilantai atas.



Dalam toilet pun unsur tempo dulu tetap diterapkan dengan hiasan lampu dan nampan lap model lama



Gbr.3.115 Supportive Areas Kedai  
Sumber: dokumentasi pribadi

### III.4.3 Konsep Unik Perkuat Atmosphere

Persaingan dalam usaha Restoran sangatlah ketat maka sang pemilik harus mengambil langkah yang tepat untuk dapat bersaing. Menghadirkan sesuatu yang sangat berbeda hingga menarik perhatian pengunjung sangatlah penting tidak hanya memperhatikan cita rasa walaupun sangat penting. Konteks restoran yang berada pada sebuah kota besar, terutama daerah Kemang memberikan pengaruh yang cukup besar pada rancang bangunan restoran ini. Kemang yang sebelumnya dikenal sebagai pemukiman kaum *ekspatriat*, kini telah berkembang menjadi tempat yang dikenal baik oleh wisatawan lokal maupun kaum muda untuk menikmati hiburan, siang dan malam. Kemang telah menjadi salah satu tujuan gaya hidup bagi warga Jakarta dengan suguhan galeri seni, toko buku, kios, restoran-restoran dan bar. Bahkan kemang dianggap sebagai miniatur Jakarta yang padat, penuh "warna", dan "mengundang" (*Cristiantowati, Mengenal Kota Lewat Greenmap, diakses 19 Mei 2009*).









Kedai menampilkan sesuatu yang beda dengan konsepnya yang unik juga bersifat mengajak pengunjung untuk belajar mendaur ulang dengan konsep *gogreen*, kedai menyajikan konsep tempo dulu dimana barang yang sudah dianggap tidak terpakai di daur ulang kembali dan membentuk suatu ruang yang serba ala *retro* dengan banyaknya produk-produk lokal *coffee shop* terlihat tidak kaku tetapi nyaman seperti warung kopi, kita bisa melakukan apa saja dengan santai.

Atmosphere yang terbentuk diperkuat dengan furniture dan dekorasi ruang yang khas hingga saat memasuki restoran para pengunjung akan langsung terbawa suasana tempo dulu, para pengunjung bisa berwisata dengan melihat-lihat dan mencari benda apa saja yang ada di restoran, pada restoran juga terdapat retail yang memperlihatkan bagaimana sang pemilik mendaur ulang barang-barangnya dan pengunjung dapat membelinya.

Fungsi restoran makin berkembang tidak hanya menjual makanan tetapi menghadirkan ambience yang dapat langsung dirasakan dengan mudah oleh pengunjungnya dan hadirnya ruang lain pada restoran yang tidak berbeda konsep dengan dining room nya, dimana dapat memperkenalkan cara mendaur ulang.

Pemilik tidak terlalu mengejar target untuk mendapatkan keuntungan dari segi materi tetapi lebih kepada menyalurkan hobinya dan agar masyarakat sadar akan adanya global warming, tetapi penjualan malah meningkat karena desain dan atmosphere yang dihadirkan pada restoran.

### III .5 Kesimpulan Studi Kasus

ELEMEN BANGUNAN	THE APARTEMENT	INIKO TOYS KAFE	POM TAHU	KEDAI	
KONSEP	Menyuguhkan suasana layaknya rumah tinggal dengan keindahan dan gaya hidupnya.	Seperti Pesawat Luar angkasa	Perpaduan desain modern (SPBU) dan tradisional	Pendaur ulangan barang-barang yang sudah tidak terpakai, suasana retro (tempo dulu)	
E X T E R I O R	FACADE				
	SIRKULASI	Sequential Circulation (Linear)	Radial Circulation	Sequential Circulation (Linear)	Sequential Circulation (Linear)
	FURNITURE	Dibuat khusus menyerupain rumah tinggal sesungguhnya	Didesain sendiri menyerupai pesawat luar angkasa (selama 3 tahun)	Meyerupai SPBU sesungguhnya & kombinasi tradisional	Dibuat sendiri dari benda-benda sudah lama & domodifikasi
	WARNA				
	PENCAHAYAAN	General paralel, downlight didalam ceiling	Dibentuk seperti penyanggah pesawat & cakram pesawat	General paralel	Dihiasi dengan benda daur ulang seperti sendok & roda sepeda
	DEKORASI	Semua hal yang ada dirumah tinggal hadir disini, termasuk dekorasi kamar mandi	Diorama mainan semua tersebar merata didalam dining room	Persisi sekali dengan SPBU, yang tradisional dibentuk seperti kios jajanan pasar	semua barang dibuat dari daur ulang,,benda-benda unik tempo dulu banyak hadir disini
D I I N I N G	TATA RUANG	Tata letak ruang persisi seperti rumah tinggal	Diorama mainan terletak ditiap sudut ruang dan kursi di tengah-tengah	Bentuk SPBU di depan jalan & tradisional dining didalam area	Seperti rumah dengan leluasa dapat berlalulalang, suasana coffe shop jadi tidak kaku

Bagan ini membandingkan antar restoran dimana restoran hadir dipertengahan kota yang padat mengembangkan gaya hidup masyarakat urban hingga membutuhkan kebutuhan baru karena padatnya kegiatan masyarakat, maka restoran yang merupakan tempat refresing dibutuhkan dengan desain berbeda yang memukau para pengunjung dengan memberikan atmosphere ruang yang baru, Kreatifitas tak dapat lepas dari aktivitas manusia karena untuk merealisasikan gagasan kreativitas, manusia melakukan kegiatan kreatif. Sedangkan untuk melakukan kegiatan, manusia membutuhkan ruang sebagai wadahnya. Ruang inilah yang kemudian membentuk *setting* yang dapat mengatur kehidupan, aktivitas dan hubungan manusia. *Setting* yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana sebuah tempat dirancang dengan tujuan tertentu dan ruang yang

terdapat di dalamnya membentuk tindakan manusia di dalamnya<sup>19</sup> (Lawson, 2003: hal.8). Hal ini sesuai dengan yang dijabarkan oleh Kiswandono (2005) bahwa ruang secara fisik dapat memfasilitasi aktivitas mengubah ide ke produk kreatif yang nyata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ruang fisik dapat menjadi wadah segala aktivitas ekspresi kreativitas sekaligus pendorong proses kreatif manusia dalam mewujudkan ide menjadi produk kreatif yang nyata.

Penggunaan desain berbeda yang unik dimaksudkan untuk menghasilkan suasana yang kontras dengan area perkotaan yaitu suasana tenang maupun rileks dengan bentuk kemasan yang sangat berbeda. Membentuk efek relaksasi dengan kehadiran kualitas ruang yang mencerminkan keunikan tiap ruang itu sendiri. Kualitas ruang ini diperoleh melalui diantaranya dengan menghasilkan ambience unik didapat melalui penggunaan material dekorasi, penggunaan warna-warna lembut, suasana ruang yang cenderung beda yang belum pernah dirasakan ambience ataupun ambience yang dirindukan oleh pengunjung, serta penggunaan dekorasi nyata terutama mendukung suasana ruang yang kontras dengan setting perkotaan yang serba modern yang kemudian menghadirkan suasana berbeda, restoran dengan suasana unik menjadi bagian dari rekreasi sesaat (*leisure*) masyarakat perkotaan. Perubahan fungsi mampu menghadirkan yang unik secara utuh seolah berasal dari waktu dan tempat yang berbeda.

Menurut Farelly (2003), sebuah perjalanan yang fantastis kedalam sebuah zona culinary yang dibayangkan merupakan salah satu pengalaman dari interior restoran; hal lainnya adalah *to take an existing building or location and use its originality of place, context or form to create specific architecture*.

---

<sup>19</sup> Hubungan timbal-balik antara manusia dan ruang, dimana manusia membentuk ruang sebagai akibat dari aktivitasnya dan sebaliknya ruang juga memberi batas bagi aktivitas manusia.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1. Kesimpulan**

Dengan perkembangan dunia maka aktifitas dan kebutuhan makin bertambah, hingga merubah gaya hidup manusia, Budaya makan dilingkungan urban terus berevolusi karena hadirnya kebutuhan dari pengaruhnya perubahan gaya hidup masyarakat. Ia tak lagi sekadar untuk mengenyangkan perut. Itu sebabnya bisnis restoran terus berkembang. Mulai dari aneka sajian menu hingga suasana saat bersantap. Makan sambil mendengarkan musik atau menonton atraksi sulap, barangkali juga sudah bukan lagi pemandangan yang baru di kota-kota besar, terutama Jakarta.

Dengan penduduk yang memiliki tingkat pendidikan dan strata yang beragam, pengusaha restoran harus pintar membaca selera pengunjung. Tidak harus terfokus hanya pada jenis hidangan. Dengan majunya perkembangan maka makin bervariasinya gaya hidup masyarakat urban yang dituntut oleh lingkungannya, kegiatan pun banyak dilakukan diluar rumah, dan makin padatnya lingkungan membuat sedikit ruang dalam rumah tinggal hilang, seperti space ruang makan yang jarang hadir karena life style yang tidak lagi makan dimeja makan atau tidak ada waktu makan dirumah karena padatnya kegiatan dan mencari ruang, hadirnya restoran-restoran yang beragam untuk menghibur pengunjung di tengah kota yang padat dan memenuhi kebutuhan yang bertambah.

Oleh karena itulah, restoran seringkali dianalogikan sebagai sebuah teater. Bangunan ini berdasarkan fungsi aktivitas, yaitu memasak, yang dimuat atau dikemas dalam lingkungan yang dikontrol dan bersih, seperti back stage dalam sebuah teater; kemudian terdapat sebuah area dimana orang yang makan duduk dan arena tempat dimana produk yang ada dihadirkan atau disajikan dengan cantik dan berhati-hati, seperti panggung untuk area hiburan pada teater.

Dengan meningkatnya kepadatan aktifitas yang dijalani masyarakat urban pergi ke suatu restoran tertentu bisa jadi memiliki pemaknaan lebih di dalamnya, bukan hanya mengenai pemilihan makanan yang disajikan, tetapi juga *image* dari tempat tersebut, dimana restoran itu mampu menampung kebutuhan baru mereka yaitu kegiatan leisure yang makin meningkat. Tidak semua restoran berhasil mempretasikan bentuk unik dan beda akan menarik bagi pengunjung jika tak memperhatikan elemen-elemen penting dalam mendesain sebuah restoran maka akan memberikan pengalaman bersantap yang sangat buruk, maka untuk menghadirkan sesuatu yang dapat diterima dengan baik kita harus memperhatikan beberapa elemennya.

Bagian eksterior dan interior sangat berhubungan erat, terutama pada *diningroom* yang merupakan area yang memberikan pengalaman bersantap dari segi warna, cahaya, furniture serta dekorasi ruang harus diselaraskan dengan konsep yang ingin dicapai. Terlepas dari berbagai konsentrasi usaha yang dilakukan, semua restoran menyadari bahwa *instore* dan *outstore* restoran tidak boleh dilupakan untuk memberikan daya tarik kepada konsumen. Dining pada restoran sangat penting karena merupakan inti dari backdrop suatu kegiatan leisure tersebut, perkembang desain & fungsi restoran yang sejak awal merupakan ruang yang berbeda dari rumah dalam menyatap makanan tetapi kini terjadi perluasan fungsi dalam sebuah restoran dimana atmosphere ruang sangat diutamakan serta kegiatan lain dalam restoran yang dapat mendukung restoran sebagai backdrop yang baik dalam memenuhi kebutuhan Leisure yang makin berkembang didaerah perkotaan.

Sebuah konsep tidak hanya membentuk sebuah bangunan tetapi juga menghasilkan sebuah fungsi tambahan pada bangunan tersebut hingga memberi pengalaman yang baru. Dari semua elemen yang ada arsitektur berperan dalam menciptakan *Atmosphere* atau suasana ruang tertentu. Elemen *atmosphere* ruangan berpengaruh pada faktor emosional atau perasaan yang dapat muncul ketika seseorang memasuki sebuah restoran. Hal ini dibentuk oleh kombinasi dari beberapa unsure seperti rancangan (*design*), tata ruang (*setting*),serta dekorasi.



Dekorasi ruangan yang berbeda dari biasanya atau berbeda dari lingkungan luarnya dapat menimbulkan perasaan menyenangkan dan rileksasi. Atmosphere atau suasana ruang inilah yang kemudian membedakan restoran satu dengan yang lainnya. Suasana ruang yang terbentuk ini diantaranya dipengaruhi oleh desain yang diaplikasikan pada sebuah restoran.

Jadi unik dan menarik mempunyai pengertian sesuatu yang lain daripada yang lainnya dan amat sedikit dijumpai, serta sesuatu itu menarik banyak orang. Seperti prinsip ekonomi jika permintaan banyak dan penawaran sedikit maka harga barang tersebut menjadi mahal. Seperti barang antik yang jumlahnya amat sedikit dijumpai dimasyarakat sehingga menjadikan barang antik tersebut mempunyai harga yang tinggi bagi penggemarnya.

Estetika pada tiap bagian ruang sangatlah penting dengan begitu akan memberikan *atmosphere* yang berkesan beda yang membuat pengunjung nyaman, Tema rancangan dan atmosphere suatu bangunan dapat membantu mengangkat citra bangunan itu sendiri. Misalnya orang akan berkunjung ke restoran tidak hanya menikmati makanan saja, namun juga merasakan suasana yang berbeda, yang menarik dan menyenangkan. Hal ini menjadi tantangan bagi kita para arsitek dan perancang interior, bagaimana membuat bangunan komersial menjadi bangunan yang menarik dan ramai dikunjungi orang.

#### **4.1. Saran**

Penelitian ini pun tidak luput dari kekurangan. Masih banyak hal yang perlu dipelajari penulis melihat penelitian lebih lanjut perlu dilakukan karena berbagai keterbatasan selama melakukan penelitian terhadap studi kasus, terutama dalam memperhatikan desain dengan lingkungan sekitar membaca situasi apa saja yang dibutuhkan para pengunjung agar dapat terpenuhi kebutuhannya dan nyaman dalam bersantap. Di samping itu, bahasan dalam skripsi ini bersifat kualitatif dan sangat multi interpretasi.

## DAFTAR REFERENSI

### 1. Sumber berupa buku:

- Badudu, J.S. dan Zain, Mohammad. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Baraban, Regina S, & Durocher, Joseph. (2001). *Successful restaurant design*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Farrelly, Lorraine. (2003). *Bar and Restaurant Interior Structures*. Chichester: John Willey & Sons Ltd.
- Castle, Helen. (2002). *Food + Architectural Design, vol 172, No. 6, November-Desember*.
- Hess, Stephany, Enersto y Bernardo Hernandez . *Emprical Research in Spain between (1985 and 2002)*. (155) . *An effective definition of Environmental Psychology*.
- Lefebvre, Henri. (1991). *The Production of Space*: Oxford.
- Madanipour, Ali. (1996). *Design of Urban Space: An Inquiry to Socio-Spatial Process*: New York.
- Moeliono, Aton M. (1990). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*: Jakarta: Balai Pustaka.
- Pieper, Josef. (1952). *Leisure The Basic of Culture*
- Rowland, dan Howe. (2002). *The Ten Books of Architecture*.
- Salim, Peter. (1991). *Advanced English-Indonesian Dictionary*, Jakarta: Modern English Press.
- Siegel, Herman H. (1947). *Architecture for eating and drinking. Dalam buku Motels, Hotels, Restaurants, and Bars. (1953). (151-157)*. New York: F.W. Dodge Corporation.
- Soekanto, Soerjono. (1982). *Sosiologi Suatu Pengantar*: Jakarta.
- Webster's New World Dictionary, Third College Edition (4<sup>th</sup> ed). (1989). New York: Simon Schuster Inc.
- Whyte, William H. (1980). *The Social Life of Small Urban Spaces*: Washington DC.

## 2. Sumber berupa artikel dari media cetak dan elektronik (internet):

*Exotic*. (2001). Dalam *Online Etymology Dictionary*.  
<http://www.etymonline.com/index.php>

Harriman, Gustaff. 2008, 19 Mei. *Paradoks Perkembangan Ekonomi Kreatif di Kota Bandung*. Bandung: <http://bandungcreativecityblog.wordpress.com>.  
 Diakses pada 17 Juni 2009.

*Leisure*. (n.d). <http://en.wikipedia.org/wiki/leisure>.

*Kemang Miniatur Jakarta*. (n.d). <http://www.kapanlagi.com/a/kemang-miniatur-jakarta.html>.

Nurdiani, Nina. (2010, 7 Februari). Sumber: harian Kompas.  
<http://www.kompas.com>.

Utama, David. (2010). Sumber: harian Kompas. <http://www.kompas.com>.

*Restaurant*. (n.d). <http://en.wikipedia.org/wiki/Restaurant>.

Sutanudjaja, Elisa. (2004, 7 Maret). *Arsitektur dan Ekonomi Kota*. <http://kompas-online.com>

## 3. Wawancara

Pak Bobby (asisten manager The Apartement)

Pak Budi (pemilik Iniko Toys)

Mas Bobby (manager Iniko Toys)

Pak Hary (pemilik Pom Tahu)

Pak Asep (manager Pom Tahu)

Mas Ferry (manager Kedai)

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema Elemen Ruang Dasar pada Restoran dan Arus Pergerakannya.....	24
Gambar 2.2. Penempatan Restoran Terhadap Jalan.....	26
Gambar 3.1. Restoran yang Akan di Analisis.....	41
Gambar 3.2. The Apartement.....	42
Gambar 3.3. Fasad The Apartement.....	44
Gambar 3.4. Signage The Apartement.....	45
Gambar 3.5. Landscape The Apartement.....	45
Gambar 3.6. Entry The Apartement.....	46
Gambar 3.7. Reception & Waiting Ares The Apartement.....	46
Gambar 3.8. Dining The Apartement.....	47
Gambar 3.9. Sirkulasi The Apartement.....	48
Gambar 3.10. Furniture, Livingroom The Apartement.....	49
Gambar 3.11. Furniture, Bar The Apartement.....	49
Gambar 3.12. Furniture, Kitchen The Apartement.....	50
Gambar 3.13. Furniture, Teracce The Apartement.....	50
Gambar 3.14. Furniture, Jacuzzi The Apartement.....	51
Gambar 3.15. Furniture, Bedroom The Apartement.....	51
Gambar 3.16. Furniture, Library The Apartement.....	52
Gambar 3.17. Furniture, Bathroom The Apartement.....	52
Gambar 3.18. Warna, Livingroom The Apartement.....	53
Gambar 3.19. Warna, Bar The Apartement.....	53
Gambar 3.20. Warna, Bedroom The Apartement.....	54
Gambar 3.21. Warna, Library The Apartement.....	54

Gambar 3.22. Warna, Bathroom The Apartement.....	55
Gambar 3.23. Warna, Teracce The Apartement.....	55
Gambar 3.24. Lighting The Apartement.....	56
Gambar 3.25. Dekorasi, Bedroom,Livingroom, Library The Apartement.....	57
Gambar 3.26. Dekorasi, Kitchen The Apartement.....	57
Gambar 3.27. Dekorasi, BethroomThe Apartement.....	58
Gambar 3.28. Dekorasi, Teracce & Jacuzzi dan Dekorasi Pendukung The Apartement.....	58
Gambar 3.29. Penataan Ruang dan Meja The Apartement.....	59
Gambar 3.30. Waiters The Apartement.....	60
Gambar 3.31 Kitchen Areas (denah & foto) The Apartement.....	60
Gambar 3.32. Iniko Toys Kafe.....	62
Gambar 3.33. Hiasan Exterior Iniko Toys.....	64
Gambar 3.34. Façade (denah & foto) Iniko Toys.....	64
Gambar 3.35. Signage Iniko Toys.....	65
Gambar 3.36. Landscape Iniko Toys.....	65
Gambar 3.37. Entry Iniko Toys.....	66
Gambar 3.38. Sirkulasi Iniko Toys.....	67
Gambar 3.39. Furniture (denah & foto) Iniko Toys.....	68
Gambar 3.40. Furniture, Kursi & Meja Iniko Toys.....	68
Gambar 3.41. Color, Exterior Iniko Toys.....	69
Gambar 3.42. Color, Interior & Langit-Langit Iniko Toys.....	69
Gambar 3.43. Lighting Iniko Toys.....	70
Gambar 3.44. Dekorasi, Denah Zona Dekorasi & Foto Iniko Toys.....	71
Gambar 3.45. Dekorasi, Diorama Mainan Iniko Toys.....	72

Gambar 3.46. Dekorasi, Teka-teki & Foto Penebak Teka-teki Iniko Toys.....	72
Gambar 3.47. Tata Ruang & Meja (denah & foto interior dan furniture) Iniko Toys.....	73
Gambar 3.48. Waiters Iniko Toys.....	74
Gambar 3.49. Kitchen Areas (denah) Iniko Toys.....	75
Gambar 3.50. Supportive Areas (denah & foto) Iniko Toys.....	75
Gambar 3.51. POM TAHU.....	77
Gambar 3.52. Denah & Foto POM Tahu.....	78
Gambar 3.53. Enterance (denah & foto) POM Tahu.....	79
Gambar 3.54. Exterior POM Tahu.....	80
Gambar 3.55. Facade POM Tahu.....	80
Gambar 3.56. Signage POM Tahu.....	81
Gambar 3.57. Landscape POM Tahu.....	81
Gambar 3.58. Entry POM Tahu.....	82
Gambar 3.59. Waiting Areas POM Tahu.....	82
Gambar 3.60. Dining (denah & foto) POM Tahu.....	83
Gambar 3.61. Sirkulasi Dining Modern POM Tahu.....	84
Gambar 3.62. Sirkulasi Dining Tradisionla POM Tahu.....	84
Gambar 3.63. Furniture, Denah POM Tahu.....	85
Gambar 3.64. Furniture, Lesehan POM Tahu.....	85
Gambar 3.65. Furniture, Meja Lesehan POM Tahu.....	86
Gambar 3.66. Furniture, Kursi Kayu POM Tahu.....	86
Gambar 3.67. Furniture, Kursi Rotan POM Tahu.....	86
Gambar 3.68. Furniture, Kursi Kios POM Tahu.....	87
Gambar 3.69. Furniture, Tempat Jajanan POM Tahu.....	87
Gambar 3.70. Warna, Exterior Modern POM Tahu.....	88

Gambar 3.71. Warna, Exterior Tradisional POM Tahu.....	88
Gambar 3.72. Warna, Dining Lesehan POM Tahu.....	89
Gambar 3.73. Lighting POM Tahu.....	89
Gambar 3.74. Dekorasi, Exterior POM Tahu.....	90
Gambar 3.75. Dekorasi, Interior POM Tahu.....	90
Gambar 3.76. Dekorasi, Dining & Tempat Jajanan POM Tahu.....	91
Gambar 3.77. Tata Ruang SPBU POM Tahu.....	91
Gambar 3.78. Tata Ruang Dining Tradisional POM Tahu.....	92
Gambar 3.79. Kitchen Areas, Dining (denah & foto) Tradisional POM Tahu...	93
Gambar 3.80. Kitchen Areas, Tempat Jajanan (denah & foto suasana) Tradisional POM Tahu.....	94
Gambar 3.81. Kitchen Areas, Pabrik Tahu (denah & foto) Tradisional POM Tahu.....	95
Gambar 3.82. Supportive Areas (denah & foto) POM Tahu.....	96
Gambar 3.83. Supportive Areas, FO POM Tahu.....	97
Gambar 3.84. Supportive Areas, Toko souvenir & Oleh-oleh POM Tahu.....	97
Gambar 3.85. Supportive Areas, Toko Tanaman POM Tahu.....	97
Gambar 3.86. Supportive Areas, Mushola POM Tahu.....	98
Gambar 3.87. Supportive Areas, Area Bermain POM Tahu.....	98
Gambar 3.88. Supportive Areas, Kebun strawberi & Taman Kelinci POM Tahu.....	98
Gambar 3.89. Kedai.....	100
Gambar 3.90. Exterior Kedai.....	102
Gambar 3.91. Fasade Kedai.....	102
Gambar 3.92. Signage Kedai.....	103
Gambar 3.93. Landcape Kedai.....	103
Gambar 3.94. Entry Kedai.....	104

Gambar 3.95. Reception Kedai.....	104
Gambar 3.96. Sirkulasi Kedai.....	105
Gambar 3.97. Furniture Kedai.....	106
Gambar 3.98. Furniture (01) Kedai.....	106
Gambar 3.99. Furniture (02) Kedai.....	107
Gambar 3.100 Furniture (03) Kedai.....	107
Gambar 3.101 Furniture (04) Kedai.....	108
Gambar 3.102 Furniture (05) Kedai.....	108
Gambar 3.103 Furniture (06) Kedai.....	108
Gambar 3.104 Furniture (7a) Kedai.....	109
Gambar 3.105 Furniture (7b) Kedai.....	109
Gambar 3.106 Furniture (7c) Kedai.....	109
Gambar 3.107 Warna Exterior Kedai.....	110
Gambar 3.108 Warna Interior Kedai.....	110
Gambar 3.109 Lighting Kedai.....	111
Gambar 3.110 Dekorasi, Rak Buku Kedai, wall, lampu sendok, wastafel Kedai.....	112
Gambar 3.111 Dekorasi, Reception, Poter Film Lama, Lampu Sepeda Kedai.....	112
Gambar 3.112 Dekorasi, Peralatan lama, Popcorn, Tirai, Sangkar Burung Kedai.....	112
Gambar 3.113 Tata Ruang (denah & foto) Kedai.....	113
Gambar 3.114 Kitchen Areas Kedai.....	114
Gambar 3.115 Supportive Areas Kedai.....	115