



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**STUDI PENGARUH PENCAHAYAAN BUATAN PADA AREA  
PUBLIK LEMBAGA KULINER  
Studi Kasus Lembaga Kuliner di area Depok dan Jakarta**

**SKRIPSI**

**KARINA WIDYASTUTY  
0706269193**

**FAKULTAS TEKNIK  
PROGRAM STUDI ARSITEKTUR  
DEPOK  
JUNI 2011**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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



**Nama** KARINA WIDYASTUTY  
**NPM** 0706269193  
**Tanda Tangan** *Karina Widyastuty*  
**Tanggal** Juni 2011

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Karina Widyastuty  
NPM : 0706269193  
Program Studi : Arsitektur  
Judul Skripsi : Studi Pencahayaan Buatan pada Area Publik  
Arsitektur Kuliner  
Studi Kasus Lembaga Kuliner di Area Depok dan  
Jakarta

**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. Joice Sandra, MLD (.....)

Penguji : Prof. Ir. Gunawan Tjahjono M.Arch., Ph.D. (.....)

Penguji : Kemas Ridwan Kurniawan, ST., M.Sc., Ph.D. (.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : Juni 2011

## KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang dalam saya sampaikan ke hadapan Tuhan yang Maha Kuasa, karena berkat pertolongan dan kemurahan-Nya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan. Skripsi dengan judul “Studi Pengaruh Pencahayaan Buatan pada Area Publik Lembaga Kuliner” ini disusun sebagai salah satu prasyarat dalam menyelesaikan studi program sarjana pada Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Indonesia.

Dalam proses pendalaman materi skripsi ini, tentunya saya banyak mendapatkan bimbingan, arahan, koreksi dan saran, untuk itu rasa terima kasih yang dalam-dalamnya penulis sampaikan kepada :

1. Ir. Joice Sandra, MLD. selaku Pembimbing Skripsi atas segala ide, ilmu, waktu, dan motivasi yang tidak henti-hentinya dicurahkan bagi saya.
2. Prof. Ir. Gunawan Tjahjono M.Arch., Ph.D.
3. Bapak Kemas Ridwan Kurniawan, ST., M.Sc., Ph.D.
4. Ir. Siti Handjarinto M.Sc. selaku Pembimbing Akademik penulis.
5. Papa Johnny Prasatya dan Mama Maria Sulistiyawati atas segala doa dan dukungannya dalam melalui setiap detik hidup saya.
6. Sahabat-sahabat tercinta, Monika Andrea Minaroy, Daniel Ari Wicaksono, Natania Lazuardi, Naida Meliska, Pricilla A. Wismoyo, Evelyn Anastacia, Happy A. Febriani, Anastasia Paramita, Adiajeng Warastuti, Evy Triana Imanda, dan Raditya Immanzah atas canda tawa yang mencerahkan hari-hari saya.
7. Fauzia Evanindya, Azalia Maritza, Novi Dwi Aryani, Andro Kaliandi, Veronika Vania, Mahargarani, Rangga Suryadi atas memori-memori indah yang selalu dapat membuat saya tersenyum.
8. Rekan seperjuang sehidup semati, Aditya Aziz. Beban yang begitu berat menjadi tidak berarti lagi karena keberadaan anda. Mulai dari gerakan tari “Hei Maba-Maba Lain”, KAvenue, tutatutasolo, sampai suara kecapi yang tidak akan habis kita bahas sampai tua nanti. Terima kasih juga saya ucapkan kepada Om dan Tante Alwin atas seluruh bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini.

9. I Made Ranadipta Nugraha, yang tetap bersedia menemani malam-malam dan pagi-pagi saya di *skype*. Selalu sabar menghadapi segala *kesensian*, nada naik turun tinggi rendah saya. Terima kasih karena selalu bisa membuat saya tertawa. *I'll see you real soon, ranci.* ☺
10. Andrew Manullang, terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. Saya akan selalu rindu dan menunggu saatnya untuk kita berjumpa lagi nanti.
11. Serta berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu untuk segala kontribusinya.

Saya menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengharapkan saran dan kritik untuk memperbaiki penulisan di masa yang akan datang.

Depok, Juni 2011

Karina Widyastuty

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Karina Widyastuty  
NPM : 0706269193  
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 :

**“Studi Pencahayaan Buatan pada Area Publik Lembaga Kuliner  
Studi Kasus Lembaga Kuliner di Area Depok dan Jakarta”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : Juni 2011

Yang menyatakan

(Karina Widyastuty)



## ABSTRAK

Nama : Karina Widyastuty

Program Studi : Arsitektur ( Reguler )

Judul : Studi Pengaruh Pencahayaan Buatan pada Area Publik Lembaga Kuliner

Pencahayaan buatan adalah salah satu upaya dari perancang untuk memenuhi kebutuhan penerangan bangunan. Pencahayaan buatan memikirkan elemen-elemen baik fungsionalitas maupun estetik. Pada lembaga kuliner terutama, pencahayaan buatan dapat menciptakan *mood* / suasana bagi para pengunjungnya. Suasana adalah salah satu poin pertimbangan besar dalam memilih tempat makan. Interaksi pertama pengunjung adalah dengan melihat dan menilai suasana dari lembaga kuliner tersebut, barulah setelah itu terkait dengan makanan yang disajikan, harga makanan, dan juga pelayanan yang diberikan.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara jenis pencahayaan dari suatu lembaga kuliner dengan ketertarikan suatu kelas pasar tertentu. Penelitian ini akan menggunakan metode empiris melalui studi kepustakaan, survey, dan wawancara untuk mendapatkan data-data. Studi kasus dilakukan dengan meneliti dan membandingkan tipologi pencahayaan dari lembaga kuliner mulai dari kaki lima, warteg, *food court*, restoran, kafe, dan bar. Kategori target konsumen akan dilihat dan kategorikan berdasarkan harga yang ditawarkan oleh lembaga kuliner tersebut. Apakah lembaga tersebut menargetkan pasarnya sebagai pengunjung dengan skala ekonomi rendah, menengah, atau atas. Karakteristik suasana yang terbentuk dari pencahayaan dan warna dapat membuat lembaga-lembaga kuliner ini terkategori berdasarkan target pasarnya. Penelitian akan dipusatkan pada pengaruh pencahayaan buatan dan nuansa warna baik dari segi fungsi maupun estetika.

Kata kunci :

Pencahayaan buatan, warna, lembaga kuliner, target pasar

## ABSTRACT

Name: Karina Widyastuty

Study Programme : Architecture

Judul : A Review on The Impact of Artificial Lighting in Restaurant

(Case Study: Architecture Culinary in Depok and Jakarta)

Artificial lighting is a way to fulfill the lighting needs of building. Artificial lighting can be used for both functionality and aesthetics purposes. In particular restaurant, artificial lighting can create mood / atmosphere for the visitors. The atmosphere is one of consideration for customer in choosing a place to eat. Visitor's first interaction is to look at and assess the mood of the space, then after that associated with the food, food prices, and also services provided. When the space suits customer's need, they will consider to eat there. But there are also condition when customers only come to a restaurant for the food, they don't bother the condition, as long as the food tastes good.

This thesis aims to determine the correlation between the types of lighting with a certain restaurant. This study will use empirical methods through literature studies, surveys, and interviews to obtain data. Case studies conducted by examining and comparing the lighting typology of restaurants ranging from five feet, *warteg*, food courts, restaurants, cafes, and bars.

Characteristics of the atmosphere which is formed from the lighting and color can make these restaurants categorized based on its target audience. Research will focus on the influence of artificial lighting and shades of color in terms of both function and aesthetics.

Keywords :

Artificial lighting, color, restaurants, target audience



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>KATA PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIK TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	2
1.2. Permasalahan .....	2
1.3. Tujuan Penulisan.....	2
1.4. Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.5. Metodologi dan Sistematika Penulisan.....	3
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	4
2.1. Cahaya.....	5
2.2. Lampu .....	5
2.2.1 Lampu Pijar ( <i>Incandescent Lamp</i> ).....	6
2.2.2 Lampu Gas ( <i>Fluorscent Lamp</i> ) .....	7

2.2.2 L.E.D.....	7
2.3. Tipe <i>Luminaire</i> .....	8
2.4. Teknik Peletakan Lampu .....	9
2.5. Sistem Pencahayaan.....	10
2.5.1 Sistem Pencahayaan Buatan Primer.....	10
2.5.1.1. Pencahayaan Umum .....	10
2.5.1.2. Pencahayaan Setempat.....	10
2.5.1.2. Pencahayaan Umum dan Setempat.....	11
2.5.2. Sistem Pencahayaan Buatan Sekunder .....	11
2.6. Tingkatan Pencahayaan .....	12
2.7. <i>Color Rendering Index (CRI)</i> .....	12
2.8. Teori Warna .....	13
<b>BAB III LEMBAGA KULINER DAN SISTEM PENCAHAYAAN RUANG</b>	
<b>DALAM</b> .....	16
3.1. Restoran .....	16
3.2. Pembagian Area Publik Utama & Pencahayaan yang Dibutuhkan .....	17
3.2.1 Pintu Masuk Utama.....	17
3.2.1 Lobi, <i>Foyer</i> , dan <i>Lounge</i> .....	17
3.2.1 Area Ruang Makan .....	19
3.3 Teknik Pencahayaan Berdasarkan Target Usia.....	19
3.4. Elemen Pencahayaan di dalam Lembaga Kuliner .....	20
3.5. Tren Desain pada Lembaga Kuliner .....	22

## BAB IV STUDI KASUS

4.1. Kaki Lima Gorengan.....	24
4.1.1. Deskripsi Kaki Lima Gorengan .....	24
4.1.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	24
4.1.3. Hasil Kuesioner .....	25
4.1.3. Analisis .....	25
4.2. Kaki Lima Bakso Iran.....	27
4.2.1. Deskripsi Kaki Lima Bakso Iran .....	27
4.2.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	27
4.2.3. Hasil Kuesioner .....	28
4.2.3. Analisis .....	28
4.3. Warung Tegal Barokah 2.....	31
4.3.1. Deskripsi Warung Tegal Barokah 2.....	31
4.3.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	31
4.3.3. Hasil Kuesioner .....	32
4.3.3. Analisis .....	32
4.4. Mc Donald's.....	35
4.4.1. Deskripsi Mc Donald's.....	35
4.4.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	36
4.4.3. Hasil Kuesioner .....	37
4.4.3. Analisis .....	38
4.5. Starbucks Coffee.....	39

4.5.1. Deskripsi Starbucks Coffee.....	39
4.5.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	40
4.5.3. Hasil Kuesioner .....	41
4.5.3. Analisis .....	41
4.6. PEPeNERO Cucina Italia.....	43
4.6.1. Deskripsi PEPeNERO Cucina Italia.....	43
4.6.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	43
4.6.3. Hasil Kuesioner .....	44
4.6.3. Analisis .....	45
4.7. Food Court ITC Fatmawati.....	46
4.7.1. Deskripsi Food Court ITC Fatmawati.....	46
4.7.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	46
4.7.3. Hasil Kuesioner .....	47
4.7.3. Analisis .....	48
4.8. Food Louver.....	49
4.8.1. Deskripsi Food Louver.....	49
4.8.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	49
4.8.3. Hasil Kuesioner .....	51
4.8.3. Analisis .....	51
4.9. Tamani Grill.....	53
4.9.1. Deskripsi Tamani Grill.....	53
4.9.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	53

4.9.3. Hasil Kuesioner .....	54
4.9.3. Analisis .....	55
4.10. Hanamasa.....	57
4.10.1. Deskripsi Hanamasa.....	57
4.10.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	57
4.10.3. Hasil Kuesioner .....	59
4.10.3. Analisis .....	59
4.11. Tosoto.....	60
4.11.1. Deskripsi Kaki Lima Tosoto .....	60
4.11.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	61
4.11.3. Hasil Kuesioner .....	62
4.11.3. Analisis .....	63
4.12. Paulaner Brauhaus.....	64
4.12.1. Deskripsi Paulaner Brauhaus.....	64
4.12.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan .....	64
4.12.3. Hasil Kuesioner .....	66
4.12.3. Analisis .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Lampu Pijar.....	16
Gambar 3. 1 Penggunaan <i>Play of Brilliants</i> .....	32
Gambar 4. 1 Kaki Lima Gorengan.....	33
Gambar 4. 2 Ilustrasi Tampak Gerobak.....	33
Gambar 4. 3 Ilustrasi Hasil Pengukuran Kaki Lima Gorengan (Dalam Satuan Lux) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 4 Ilustrasi Zoning Gerobak Gorengan.....	34
Gambar 4. 5 Interior Bakso Iran Cinere Raya .....	36
Gambar 4. 6 Ilustrasi Titik Lampu Bakso Iran .....	36
Gambar 4. 7 Ilustrasi Zoning Bakso Iran.....	36
Gambar 4. 8 Ilustrasi Hasil Pengukuran Kaki Lima Bakso Iran (Dalam Satuan Lux) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 9 Interior Ruang Makan Bakso Iran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 10 Ruang Makan Warteg Barokah 2.....	39
Gambar 4. 11 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu .....	39
Gambar 4. 12 Ilustrasi Hasil Pengukuran Warteg Barokah 2 (Dalam Satuan Lux) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 13 Eksterior Mc Donald's Cinere .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 14 Ilustrasi Zoning McDonald's.....	42
Gambar 4. 15 Area Pemesanan .....	43
Gambar 4. 16 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu .....	43
Gambar 4. 17 Interior Ruang Makan McDonald's.....	44
Gambar 4. 18 Ilustrasi Hasil Pengukuran Mc Donald's (Dalam Satuan Lux)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 19 Ilustrasi Zoning Starbucks Coffee.....	46
Gambar 4. 20 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu Starbucks .....	46

Gambar 4. 21 Interior Area Pemesanan .....	47
Gambar 4. 22 Interior Area Pemesanan 2 .....	47
Gambar 4. 23 Ilustrasi Hasil Pengukuran Starbucks (Dalam Satuan Lux)....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 24 Area Resepsionis PEPeNERO .....	49
Gambar 4. 25 Area Ruang Makan Sayap Kiri .....	50
Gambar 4. 26 Area Ruang Makan Sayap Kanan .....	50
Gambar 4. 27 Area Kasir PEPeNERO .....	50
Gambar 4. 28 Ilustrasi Hasil Pengukuran PEPeNERO (Dalam Satuan Lux)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 29 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu Food Court ITC Fatmawati .....	52
Gambar 4. 30 Ilustrasi Zoning Food Court ITC Fatmawati.....	52
Gambar 4. 31 Interior Ruang Makan Food Court ITC Fatmawati .....	53
Gambar 4. 32 Interior Ruang Makan Food Court ITC Fatmawati 2 .....	53
Gambar 4. 33 Ilustrasi Hasil Pengukuran Food Court ITC Fatmawati (Dalam Satuan Lux).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 34 Food Louver Grand Indonesia .....	55
Gambar 4. 35 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu .....	55
Gambar 4. 36 Foyer Food Louver.....	55
Gambar 4. 37 Contoh Tipe Interior Food Louver.....	56
Gambar 4. 38 Display Makanan Food Louver.....	56
Gambar 4. 39 Suasana pada Jam Makan Malam .....	56
Gambar 4. 40 Ilustrasi Hasil Pengukuran Food Louver(Dalam Satuan Lux)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 42 Ilustrasi Zoning Tamani Kafe Grill.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 41 Eksterior Tamani Kafe Grill .....	59
Gambar 4. 43 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 44 Interior Ruang Makan Tamani Kafe Grill.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 45 Ilustrasi Hasil Pengukuran Tamani Kafe Grill(Dalam Satuan Lux) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Gambar 4. 46 Area <i>Open Kitchen</i> .....	61
Gambar 4. 47 Ilustrasi Zoning Hanamasa.....	62
Gambar 4. 48 Tampak Luar Hanamasa .....	62
Gambar 4. 49 Ilustrasi Peletakan Titik Lampu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 50 Interior Foyer Hanamasa.....	63
Gambar 4. 51 Area Buffet Makanan Pencuci Mulut .....	64
Gambar 4. 52 Area Ruang Makan Hanamasa.....	64
Gambar 4. 53 Ilustrasi Hasil Pengukuran Hanamasa(Dalam Satuan Lux) ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 54 Area Buffet Daging .....	65
Gambar 4. 55 Ilustrasi Zoning Tosoto .....	66
Gambar 4. 56 Ilustrasi Peletakan Titik Lampu .....	66
Gambar 4. 57 Interior Tosoto.....	67
Gambar 4. 58 Ilustrasi Hasil Pengukuran Tosoto(Dalam Satuan Lux) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 60 Ilustrasi Zoning Paulaner Brauhaus	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 59 Pintu Masuk Samping Paulaner Brauhaus .....	69
Gambar 4. 61 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 62 Interior Paulaner Brauhaus.....	70
Gambar 4. 63 Interior Bavarian Lounge .....	70
Gambar 4. 64 Interior Bavarian Lounge 2 .....	71



## DAFTAR TABEL

- Tabel 2. 1** Tabel Pencahayaan Buatan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 2** Tipe Luminaire.....
- Tabel 2. 3** Tabel Pencahayaan Buatan .....
- Tabel 2. 4** Tabel Rekomendasi Pencahayaan dengan Variasi Aktivitas .....
- Tabel 2. 5** Tabel Nilai CRI 1 .....
- Tabel 2. 6** Tabel Nilai CRI 2 .....
- Tabel 3. 1** Standar Iluminasi Berdasarkan Kepentingannya **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2** Tabel Sistem Pencahayaan Berdasarkan Target Usia **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 1** Tabel Hasil Kuesioner Pengunjung Kaki Lima Gorengan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 2** Hasil Kuesioner Pengunjung Kaki Lima Bakso Iran .. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 3** Hasil Kuesioner Kaki Lima Bakso Iran **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 4** Hasil Kuesioner Pengunjung Mc Donald's..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 5** Hasil Kuesioner Pengunjung Starbucks ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 6** Hasil Kuesioner Pengunjung Starbucks ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 7** Hasil Kuesioner Pengunjung Food Court ITC Fatmawati ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 8** Hasil Kuesioner Pengunjung Food Louver ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 9** Hasil Kuesioner Pengunjung Tamani Grill ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 10** Hasil Kuesioner Pengunjung Hanamasa ..... **Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 4. 11 Hasil Kuesioner Pengunjung Tosoto..Error! Bookmark not defined.**

**Tabel 4. 12 Hasil Kuesioner Pengunjung Paulaner Brauhaus.... Error! Bookmark not defined.**





## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Makan adalah suatu kegiatan yang memiliki peranan sangat vital dalam kehidupan manusia. Jakarta sebagai kota metropolitan menyediakan lembaga kuliner. Lembaga kuliner adalah suatu area yang menjual produk berupa makanan dan minuman yang dapat dinikmati ditempat atau dibawa pulang. Lembaga kuliner mengkombinasikan layanan pengadaan produk maupun jasa. Pada perkembangannya, lembaga-lembaga kuliner yang ada tidak lagi menjajakan makanan atau minuman semata, suasana dan *eating experience* menjadi salah satu aspek yang ditawarkan.

Suasana dari ruangan lembaga kuliner adalah salah satu elemen pertama yang menyambut para pengunjung, yang kemudian dapat membentuk persepsi awal. Suasana yang menyenangkan dapat membentuk suatu pengalaman ruang yang berkesan bagi para pengunjung. Seringkali pengalaman ruang yang menyenangkan merupakan elemen yang kerap kali menjadi daya tarik bagi para pengunjung, sehingga peranannya menjadi krusial bagi kesuksesan dari suatu lembaga kuliner.

Suasana yang membentuk pengalaman ruang yang menyenangkan tersusun dari berbagai elemen, salah satu elemen yang berperan penting adalah elemen pencahayaan. Pencahayaan dapat mendukung suasana dari suatu lembaga kuliner dengan mempertimbangkan hal-hal berikut :

1. Pencahayaan dari lembaga kuliner dapat menarik perhatian dari pengunjung.
2. Pencahayaan dapat mendukung penampakan dari makanan atau minuman yang disajikan.
3. Pencahayaan secara fungsional mendukung kegiatan yang terjadi di dalam lembaga kuliner tersebut.

Area ruang makan adalah salah satu area terpenting dari suatu lembaga kuliner. Sebagian besar waktu pengunjung dihabiskan di area ini. Area ruang makan menempati porsi besaran ruang yang paling tinggi, sehingga rancangan

dari area ini sangat berpengaruh terhadap citra keseluruhan dari lembaga kuliner.

Sistem pencahayaan diaplikasikan pada ruang makan berpedoman pada konsep dari lembaga kuliner tersebut. Salah satu aspek yang menjadi pertimbangan sebelum menentukan konsep adalah target pasar yang dituju. Dengan ini kekreativitasan dari perancang *lighting* untuk mensiasati bangunan yang “*plain*” dengan tambahan pencahayaan buatan sehingga “kelas” dari lembaga kuliner tersebut dapat dimanipulasi. Apakah dengan mempertimbangkan aspek pencahayaan dan interior sebagai ruang, para pengunjung dapat langsung menilai apakah suatu lembaga kuliner sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari pengunjung tersebut. Pencahayaan buatan menjadi identitas, gambaran simpulan dari target market dari lembaga kuliner tersebut. Selain *mood* yang tercipta, apakah pencahayaan buatan dapat menyiratkan “kelas” atau target pengunjung dari lembaga kuliner tersebut.

## **1.2. Permasalahan**

Area ruang makan merupakan sebagai ruangan tempat pengunjung paling lama berada ketika mengunjungi suatu lembaga kuliner. Teknik pencahayaan buatan sebagai bagian interior lembaga kuliner memegang peranan penting dalam membangun *mood* dan suasana. Apakah pengaruh pencahayaan buatan terhadap pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung lembaga kuliner? Apakah perbedaan jenis lembaga kuliner dan target pasar menyebabkan perbedaan karakteristik pada pencahayaan ruang dalamnya?

## **1.3. Tujuan Penulisan**

Tujuan utama penulisan karya tulis ini adalah untuk mengetahui karakteristik pencahayaan dari suatu lembaga kuliner, membandingkan apakah satu dengan yang lain terjadi persamaan maupun perbedaan. Pada akhirnya hasil yang ingin saya dapatkan adalah pengetahuan akan dampak pencahayaan buatan terhadap nuansa/*mood* hingga pengaruhnya terhadap status sosial dari pengunjung.

## **1.4. Ruang Lingkup Pembahasan**

Ruang lingkup pembahasan meliputi tipe pencahayaan yang digunakan, elemen pencahayaan, pemilihan warna, dan dampak terhadap suasana pengunjung lembaga kuliner. Pencahayaan lembaga kuliner yang penulis bahas sebatas pada pencahayaan ruang dalam, meliputi pencahayaan area *foyer*, *open kitchen*, dan area ruang makan.

### **1.5. Metodologi dan Sistematika Penulisan**

Tulisan ini disusun berdasarkan studi pustaka mengenai teori-teori yang berkaitan dengan pencahayaan buatan dan pengaruhnya terhadap suasana dan *mood* dari pengunjung lembaga kuliner. Saya juga akan melengkapi data dengan melakukan pengamatan langsung dan wawancara terhadap pengunjung lembaga kuliner, yang akan digunakan sebagai studi kasus untuk menunjang teori-teori yang sudah disusun sebelumnya.

Pengamatan dilakukan dengan mendatangi langsung setiap lembaga kuliner pada jam dimana pencahayaan buatan difungsikan. Selama melakukan pengamatan saya berada di area ruang makan dari lembaga kuliner. Proses pengamatan selain pada elemen pencahayaan, juga dilakukan pada

Wawancara ditujukan untuk mengetahui opini pengunjung terhadap suasana yang ia rasakan ketika mengunjungi lembaga kuliner tersebut. Selain itu impresi macam apa yang ia dapatkan ketika pertama kali mengunjungi lembaga kuliner tersebut berdasarkan pengalaman ruang melalui indera visual. Studi kasus akan dibahas dan dianalisis berdasarkan dasar teori-teori yang telah disusun di bab kajian teori. Skripsi ini akan dibahas dan diuraikan dalam sistematika sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan latar belakang dari topik yang dipilih, permasalahan yang ada, tujuan penulisan, metode penulisan, dan juga sistematika penulisan.

#### **BAB 2 KAJIAN TEORI**

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai teori mengenai cahaya dan sistem

pencahayaan beserta komponennya. Selain teori pencahayaan, teori mengenai warna juga akan dibahas pada bab ini.

### BAB 3 LEMBAGA KULINER DAN SISTEM PENCAHAYAAN RUANG DALAM

Pada bab ini akan dipaparkan tentang teori-teori yang berkaitan dengan topik yang dipilih. Teori yang dibahas adalah teori mengenai lembaga kuliner di Indonesia khususnya Jakarta dan teori mengenai pencahayaan khususnya sistem pencahayaan yang digunakan pada lembaga kuliner.

### BAB 4 STUDI KASUS

Studi kasus akan dilakukan di beberapa lembaga kuliner di Jakarta. Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tipe dan karakteristik pencahayaan buatan yang digunakan pada lembaga kuliner berdasarkan klasifikasi yang diberikan oleh Marsum. Restoran yang dipilih yaitu Kaki Lima Gorengan, Kaki Lima Bakso Iran, Warung Tegal Barokah 2, Mc Donald's, Starbucks Coffee, PEPeNERO Cucina Italia, Food Court ITC Fatmawati, Food Louver Grand Indonesia, Tamani Grill, Hanamasa, Tosoto, dan Paulaner Brauhaus. Keduabelas studi kasus merupakan restoran yang berada di kawasan Jakarta Selatan dan Depok.

### BAB 5 KESIMPULAN

Bab ini merupakan hasil akhir dari rangkaian studi kasus dan paparan teori yang sudah dibahas. Pada bab ini akan diambil kesimpulan dari seluruh jbaran.



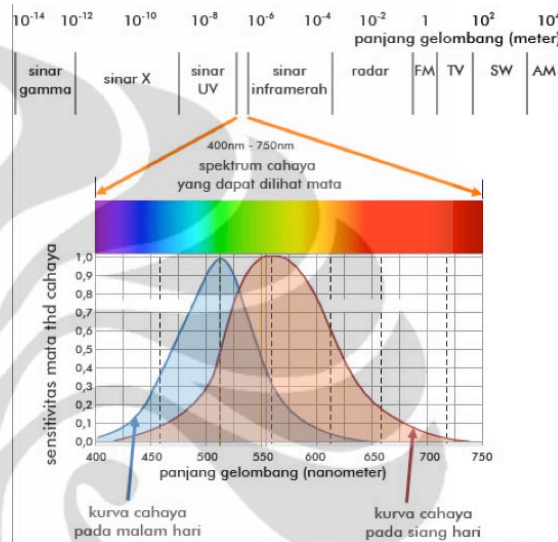


## BAB 2

### KAJIAN TEORI

#### 2.1. Cahaya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia cahaya adalah [n] (1) sinar atau terang (dari sesuatu yg bersinar spt matahari, bulan, lampu) yg memungkinkan mata menangkap bayangan benda-benda di sekitarnya; (2) kilau gemerlap (dr emas, berlian): -- nya berkilau bagai intan; (3) kejernihan yg terpancar dr air muka: -- mukanya berseri-seri; (4) bentuk gelombang elektromagnetik dl kurun frekuensi getar tertentu yg dapat ditangkap dng mata manusia.



Gambar 2. 1 Grafik Gelombang Cahaya

Sumber: [www.saft7.com](http://www.saft7.com)

Menurut Egan, (2002:50) cahaya adalah energi berbentuk gelombang elektromagnetik yang kasat mata dengan panjang gelombang sekitar 380–770 nm. Cahaya yang kasat mata merupakan spectrum dengan warna ungu, biru, hijau, kuning, oranye, dan merah. Ketika seluruh warna dikombinasikan akan muncul sebagai cahaya putih.

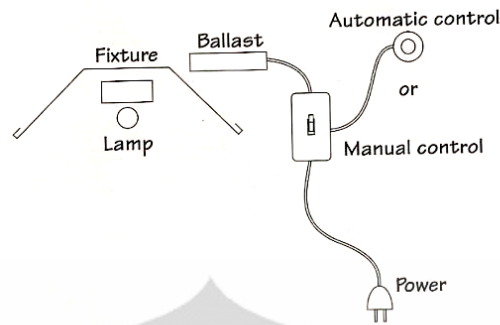
##### 2.1.1. Glare

*Glare* adalah cahaya terang yang dapat mengganggu persepsi visual.

*Direct glare* adalah silau yang disebabkan oleh sumber cahaya yang langsung mengenai area pandang, sedangkan silau akibat pantulan di suatu bidang mengkilap disebut *reflected glare*.

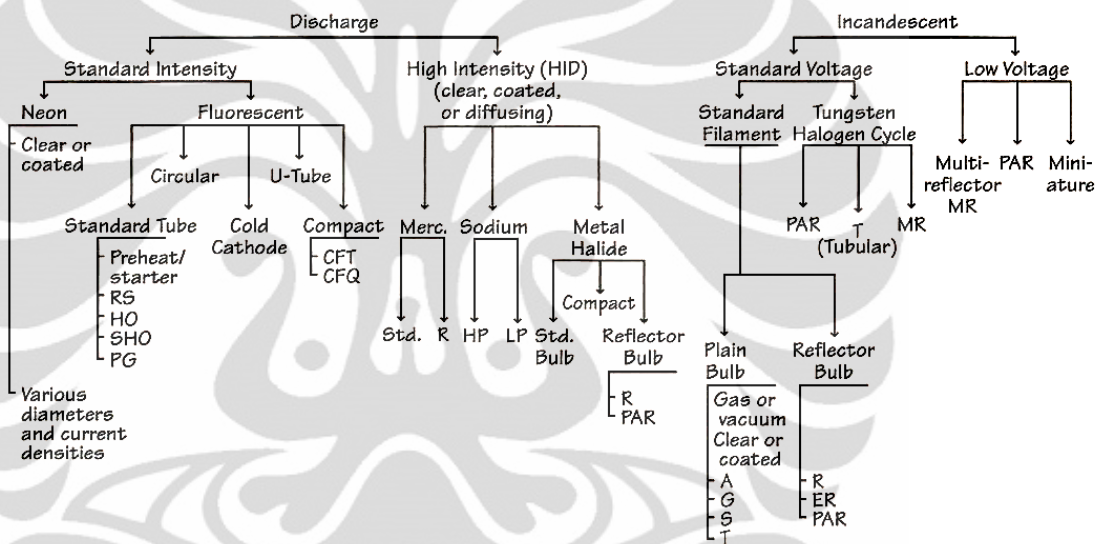
#### 2.2. Lampu

Lampu adalah perangkat yang digunakan menciptakan pencahayaan buatan. Sedangkan sumber energi yang digunakan untuk mengaktifkan perangkat ini adalah listrik.



**Gambar 2. 2** Elemen dari Sistem Pencahayaan Elektrik

Sumber: *Architecture Lighting*



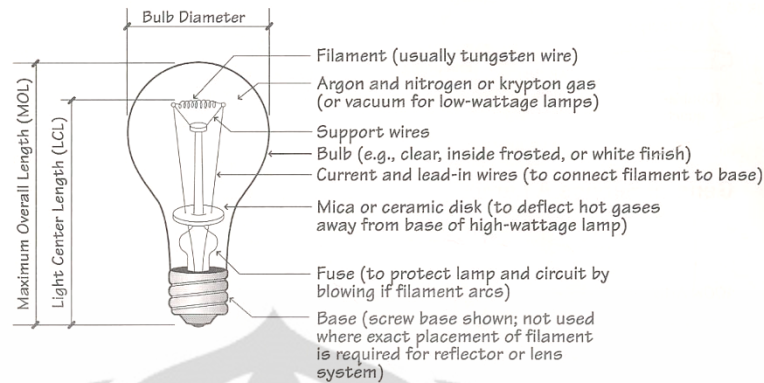
**Gambar 2. 3** Pohon Keluarga Lampu Elektrik

Sumber : *Courtesy Lam Partners, inc.*

### 2.2.1. Lampu Pijar (*Incandescent Lamp*)

“Lampu pijar adalah sumber cahaya buatan yang dihasilkan melalui penyaluran arus listrik melalui filamen yang kemudian memanas dan menghasilkan cahaya.” Klipstein, (2006:2)

“Penambahan gas halogen ke dalam lampu pijar menghasilkan varian lain dari lampu pijar yang sering disebut *tungsten halogen lamps*. Lampu jenis ini ukurannya cukup kecil namun dapat menghasilkan cahaya yang intens sehingga banyak digunakan sebagai lampu proyektor, lampu sorot, lampu aksens, dan juga lampu sorot pada mobil.” Lechner, (2001:284)



**Gambar 2. 1** Lampu Pijar

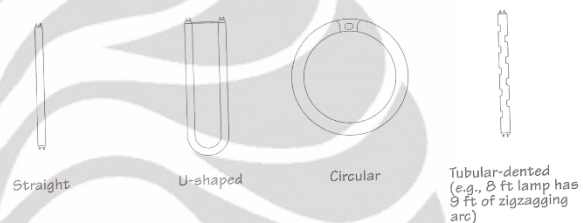
Sumber : Architecture Lighting

### 2.2.2. Lampu Gas (Fluorescent Lamp)

“Lampu gas memiliki ukuran yang cukup besar sehingga cocok sebagai sumber cahaya untuk area yang luas.

Lampu gas menjadi

pilihan yang sesuai untuk menciptakan *diffused lighting*. Lampu gas memiliki usia pakai yang panjang. Lampu gas biasa dipakai pada *diffused lighting* untuk bangunan seperti perkantoran, sekolah, industrial, dan juga residensial.” Lechner, (2001:291). Lampu *fluorscent-tubular* sering dikenal dengan istilah lampu TL.



**Gambar 2. 5** Contoh Jenis Lampu Gas

Sumber: Architecture Lighting



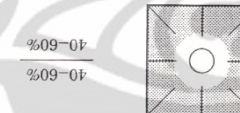
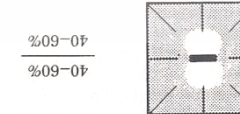
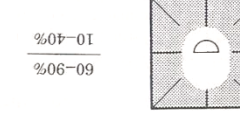
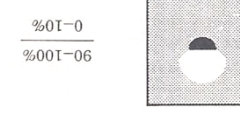
### 2.2.3. L.E.D

“LED adalah singkatan dari *Light Emiting Dioda*, merupakan komponen yang dapat mengeluarkan emisi cahaya. LED merupakan produk temuan lain setelah dioda. LED dibuat agar lebih efisien jika mengeluarkan cahaya. Untuk mendapatkan emisi cahaya pada semikonduktor, gas yang pakai adalah galium, arsenic dan fosforus. Jenis gas yang berbeda menghasilkan warna cahaya yang berbeda pula. Pada saat ini warna-warna cahaya LED yang banyak ada adalah warna merah, kuning dan hijau. Pada dasarnya semua warna bisa dihasilkan, namun akan menjadi sangat mahal dan tidak efisien.”

Papadimitriou, ([www.electroniclab.com](http://www.electroniclab.com))

### 2.3. Tipe Luminaire




Tabel 2. 1 Tipe Luminaire


<i>Ilustrasi Pendistribusian Cahaya</i>	<i>Tipe</i>	<i>Deskripsi</i>
 <p>001-06% 01-0%</p>	<b>Direct</b>	Pencahayaan langsung ( <i>direct lighting</i> ) mengirimkan sebagian besar cahaya ke area kerja di bagian bawah. Hal ini merupakan cara yang sangat efisien untuk mendapatkan penerangan yang maksimal karena cahaya yang diserap oleh langit-langit sangat sedikit.
 <p>06-09% 40-1%</p>	<b>Semi-direct</b>	Pencahayaan semi-langsung memiliki konsep yang hampir sama dengan pencahayaan langsung, namun terdapat sejumlah cahaya yang terpancar ke langit-langit. Tipe ini menghasilkan langit-langit yang lebih cerah.
 <p>09-0% 09-0%</p>	<b>General diffuse</b>	Tipe ini memancarkan cahaya kurang lebih sama ke seluruh arah. Komponen horizontalnya dapat menghasilkan <i>glare</i> kecuali ketika lampu dengan watt yang rendah digunakan.
 <p>40-60% 40-60%</p>	<b>Direct-indirect</b>	Tipe ini memancarkan cahaya merata ke bagian atas dan bawah. Absennya cahaya di area horizontal menyebabkan tidak silau.
 <p>10-40% 60-90%</p>	<b>Semi-indirect</b>	Cahaya yang dipantulkan dari langit-langit berfungsi untuk meminimalisir bayangan.
 <p>01-0% 001-100%</p>	<b>Indirect</b>	Tipe ini mengarahkan hampir seluruh cahaya ke langit-langit, sehingga dapat menambahkan kesan tinggi dari ukuran yang sebenarnya.

## 2.4. Teknik Peletakan Lampu

Peletakan lampu adalah aspek yang krusial dalam perancangan pencahayaan. Peletakan lampu berkaitan erat dengan kualitas dan kuantitas cahaya yang dihasilkan. Terdapat beberapa jenis teknik peletakan lampu, antara lain:

**Tabel 2. 2** Titik Peletakan Lampu

Teknik	Deskripsi	Ilustrasi
<i>Recessed</i>	Pemasangan lampu secara <i>recessed</i> (tertanam) paling sedikit memperlihatkan perangkat lampu. Metode ini membutuhkan kedalaman langit-langit, sehingga permukaan bidang langit-langit dapat menjadi rata. Ketika suatu lampu dipasang dengan metode ini, jarang dilakukan pemindahan.	 <p>Sumber: <a href="http://www.mr-skill.co.uk">www.mr-skill.co.uk</a></p>
<i>Surface</i>	Pemasangan lampu juga dapat dilakukan diatas bidang langit-langit, sehingga tidak membutuhkan kedalaman. Metode ini terkadang dapat menimbulkan gangguan secara visual karena bentuknya yang menonjol, hal ini dapat disiasati dengan pemilihan lampu yang tepat dan disesuaikan dengan rancangan ruang.	 <p>Sumber: <a href="http://img.tootoo.com">http://img.tootoo.com</a></p>
<i>Pendant</i>	Pemasangan lampu dengan metode pendant prinsipnya adalah menggantung lampu dengan sinar yang dapat diarahkan ke atas atau ke bawah. Sifat dekoratif dari suatu lampu sangat ditonjolkan, sehingga sering diterapkan pada jenis lampu seperti kandelir atau lampu gantung lainnya.	 <p>Sumber: <a href="http://image.made-in-china.com">http://image.made-in-china.com</a></p>
<i>Wall</i>	Penempatan lampu pada dinding akan menjadi sangat mencolok karena letaknya di area jangkauan pandang, sehingga biasanya metode ini digunakan untuk hal yang	

	bersifat dekoratif.	 <p>Sumber: <a href="http://www.sparksdirect.co.uk">www.sparksdirect.co.uk</a></p>
<b>Architectural</b>	Perangkat <i>built-in</i> yang tersembunyi di langit-langit, slot pada dinding, ceruk, diatas maupun di bawah cabinet.	 <p>Sumber: <a href="http://myfotunekitty.com">http://myfotunekitty.com</a></p>
<b>Portable or Convenience</b>	Perangkat yang portable dipilih biasanya untuk penampakan mereka (segi dekoratif) dibanding kemampuan penerangannya.	 <p>Sumber: <a href="http://www.modresdes.com">www.modresdes.com</a></p>

## 2.5. Sistem Pencahayaan

Sistem pencahayaan buatan terbagi menjadi dua, yaitu sistem pencahayaan buatan primer dan sistem pencahayaan buatan sekunder. Sistem pencahayaan primer berkaitan dengan fungsional pencahayaan sebagai elemen penerangan utama, sedangkan sistem pencahayaan sekunder mendukung sistem penerangan utama dan membantu efek estetis ruangan. *Philips Lighting*, (1993:154)

### 2.5.1. Sistem Pencahayaan Buatan Primer

#### 2.5.1.1. Pencahayaan Umum (*General Lighting*)

Pencahayaan umum memberikan penerangan ke seluruh ruangan dengan kesamaan intensitas cahaya. Penggunaan pencahayaan umum menghasilkan kefleksibilitas dalam menentukan area untuk melakukan aktivitas yang memerlukan pencahayaan. Kelemahan dari penggunaan pencahayaan umum adalah pemborosan energi untuk menerangi seluruh ruangan meskipun ada area yang tidak terlalu memerlukan penerangan untuk kegiatan. Pencahayaan umum biasanya dicapai dengan penggunaan perangkat lampu *downlight* yang dapat ditanam, diletakan di permukaan, atau digantung.

#### 2.5.1.2. Pencahayaan Setempat (*Localised Lighting*)




Seperti pencahayaan umum, pencahayaan setempat berperan dalam menerangi keseluruhan ruangan, namun perangkat penerangan ditempatkan sesuai dengan area yang membutuhkan pencahayaan atau area kerja.


### 2.5.1.3. Pencahayaan Umum dan Setempat

Tipe ini dihasilkan dengan meletakkan lampu *downlight* dekat area kerja. Cara ini dinilai ekonomis untuk menghasilkan penerangan dengan intensitas tinggi di suatu area kerja. Penggunaan kedua tipe pencahayaan ini dapat mengakomodir kegiatan yang memerlukan pencahayaan yang kritikal yang membutuhkan intensitas cahaya 1000 lux atau lebih.

### 2.5.2. Sistem Pencahayaan Buatan Sekunder

Tabel 2. 3 Tabel Pencahayaan Buatan

Tipe	Deskripsi	Visualisasi
<b>Pencahayaan Aksent (<i>Accent Lighting</i>)</b>	Pencahayaan aksent merupakan pencahayaan yang digunakan untuk menerangi area kecil ( <i>spot</i> ) tertentu. Penempatan lampu aksent spesifik ke arah tertentu ke area yang membutuhkan penerangan.	 <p>Sumber: <a href="http://www.lightingfixtures.us">www.lightingfixtures.us</a></p>
<b>Pencahayaan Efek (<i>Effect Lighting</i>)</b>	Pencahayaan efek digunakan untuk menonjolkan suatu bagian dari interior bangunan. Pada hal ini yang ditonjolkan adalah pencahayaan itu sendiri, bukan obyek yang diterangi	 <p>Sumber: <a href="http://www.gandana.com">www.gandana.com</a></p>
<b>Pencahayaan Dekoratif (<i>Decorative Lighting</i>)</b>	Pencahayaan dekoratif adalah penggunaan lampu / <i>luminaire</i> yang menarik. Lampu tersebut menjadi objek dekoratif yang berperan untuk menarik perhatian.	 <p>Sumber: <a href="http://www.nhitshis.org">www.nhitshis.org</a></p>

<p><b>Pencahayaan Arsitektur</b> (<i>Architectural Lighting</i>)</p>	<p>Pencahayaan arsitektur atau sering disebut pencahayaan struktur yang menonjolkan elemen-elemen arsitektur dalam interior bangunan.</p>	
		<p>Sumber: <a href="http://trend-dir.net/hotels">http://trend-dir.net/hotels</a></p>

## 2.6. Tingkatan Pencahayaan

Tingkatan pencahayaan untuk ruang dapat dibedakan berdasarkan kebutuhannya, yaitu apakah suatu ruang berfungsi sebagai area kerja atau non-area kerja.

**Tabel 2. 4** Tabel Rekomendasi Pencahayaan dengan Variasi Aktivitas

Sumber: Philips Lighting

<i>Recommended Illuminance (lux)</i>	<i>Type of area or activity</i>
30	<i>Outdoor circulation and work areas</i>
100	<i>Circulation areas, short-term visits</i>
150	<i>Rooms not used continuously for working purpose</i>
300	<i>Visually simple tasks</i>
500	<i>Average simple tasks</i>
750	<i>Visually demanding tasks</i>
1000	<i>Tasks with difficult visual requirements</i>
1500	<i>Tasks with special visual requirements</i>
2000	<i>Very exacting visual tasks</i>

## 2.7. Color Rendering Index (CRI)

CRI merupakan singkatan dari "Color Rendering Index". Nilai CRI menunjukkan bagaimana suatu sumber cahaya mempengaruhi warna suatu

Source	CRI
Incandescent	95
T8 Linear Fluorescent	75 - 85
Cool White Linear Fluorescent	62
Compact Fluorescent	82
Standard Metal Halide	65
Standard HPS	22

**Gambar 2.6** Nilai CRI pada Variasi Lampu

obyek yang dilihat oleh mata. Skala CRI adalah dari 0 – 100 persen. Semakin



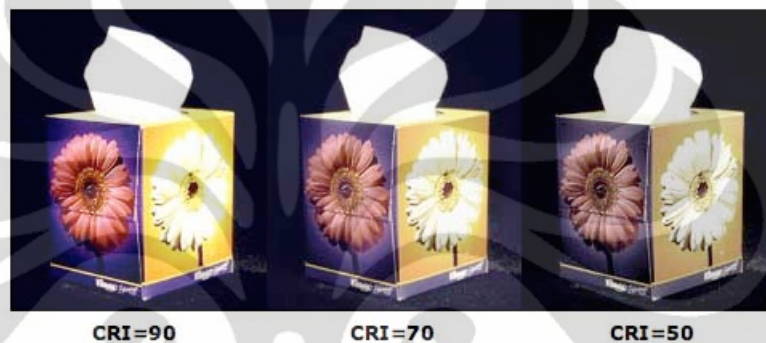
tinggi nilai dari CRI berarti semakin baik (akurat) warna yang dilihat mata dari obyek yang disinari suatu lampu. ([www.saft7.com](http://www.saft7.com))

### Colour Rendering Description

CRI	Colour Rendering
75-100	Excellent
60-75	Good
50-60	Fair
0-50	Poor (not suitable for colour critical applications)

Gambar 2. 7 Deskripsi Nilai CRI

Sumber: <http://oe.nrcan.gc.ca>



Gambar 2.8 Perbandingan Variasi CRI

Sumber: <http://www.lrc.rpi.edu/education>

Tabel 2. 5 Tabel Nilai CRI Berbagai Jenis Lampu (Telah Diolah Kembali)

Sumber: [www.hubpages.com](http://www.hubpages.com) artikel oleh Kristina Dems

Types	CRI Value
Clear Mercury	17
White Deluxe Mercury	45
Warm White Fluorscent Tube	45
Cool White Fluorscent	65
Deluxe Warm White	73
Daylight Fluorscent	79
Metal Halide 4200K	85
Deluxe Cool White Fluorscent	86
Metal Halide 5400K	85
Low Pressure Sodium	0-18
High Pressure Sodium	25
100 Watt Incandescent	100

Tabel 2. 6 Tabel Referensi Nilai CRI

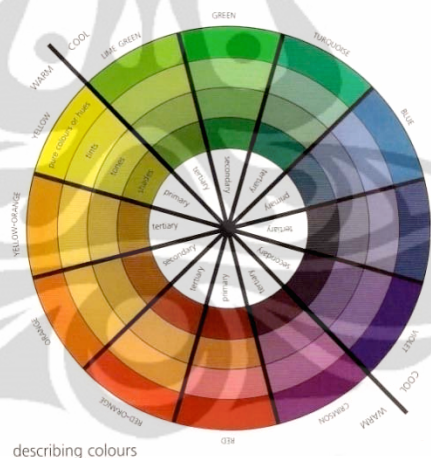
Sumber: <http://www.lowel.com/edu>

Color rendering	Color rendering	Color rendering	Typical lamps

property	group	index R <sub>a</sub>	
Very good	1 A	90 ... 100	Tungsten-halogen lamps, LUMILUX <sup>®</sup> DE LUXE, fluorescent lamps <sup>®</sup> HQI <sup>®</sup> /D
	1 B	80 ... 89	LUMILUX <sup>®</sup> , fluorescent lamps <sup>®</sup> HQI <sup>®</sup> /NDL,WDL and HCI <sup>®</sup> /NDL,WDL
Good	2 A	70 ... 79	Standard fluorescent lamps 10 and 25
	2 B	60 ... 69	Standard fluorescent lamps 30
Satisfactory	3	40 ... 59	HQL
Poor	4	20 ... 39	High-pressure and low-pressure sodium discharge lamps

## 2.8. Teori Warna

Dalam rangka mencapai efisiensi tertinggi dalam pencahayaan, warna sebagian besar permukaan dapat menggunakan warna terang. Permukaan putih akan memantulkan  $\pm 80\%$  dari cahaya yang mengenai permukaannya, permukaan dengan warna cerah (*light*) akan memantulkan  $\pm 50\%$ , sedangkan warna sedang (*medium*) akan memantulkan  $\pm 30-50\%$ , dan warna gelap akan memantulkan kurang dari  $\pm 10\%$ . *Philips Lighting*, (1993:151).



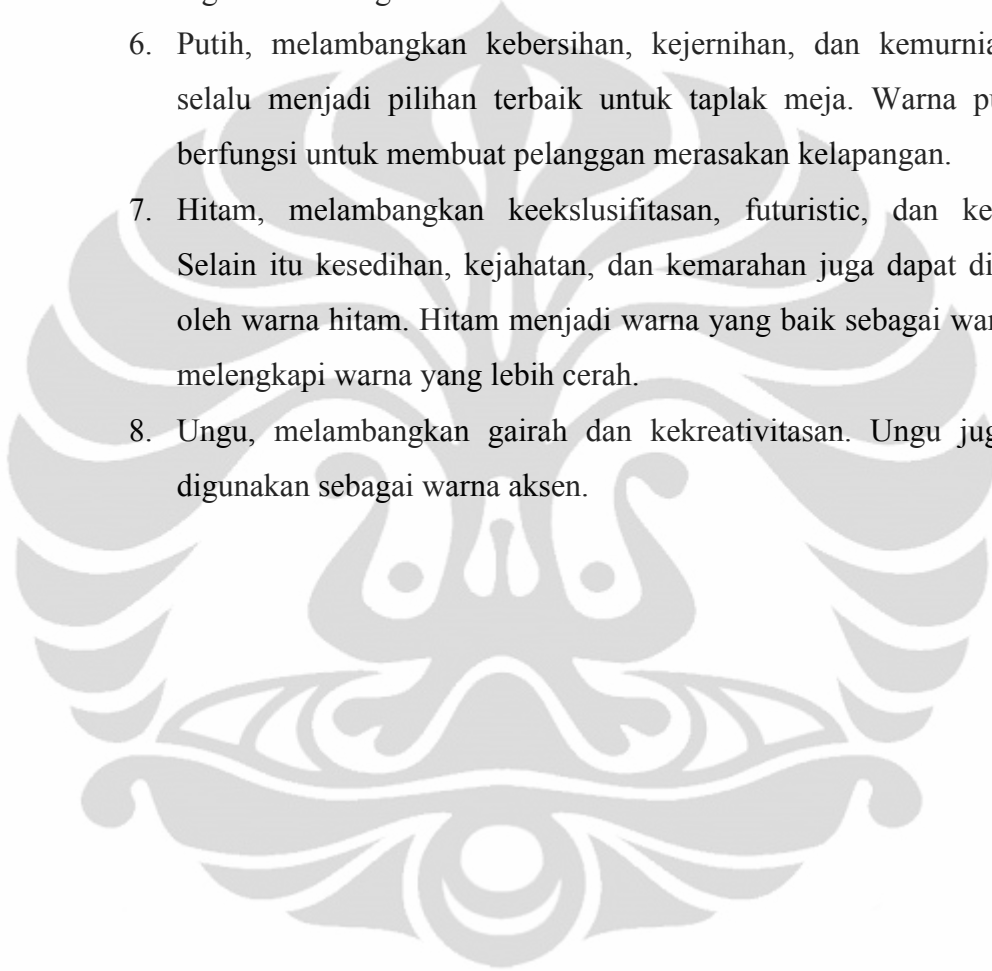
**Gambar 2. 2** *The Color Wheel*

Sumber: The Color Design File

Berikut adalah beberapa pilihan warna yang dapat digunakan sebagai skema dari tema warna restoran menurut Lydia Quinn :

1. Merah, menyimbolkan keberanian, mencolok, dan memberikan perasaan terburu-buru. Merah melambangkan cinta dan juga kebencian. Merah biasanya dipilih sebagai skema palet warna restoran etnik tertentu.
2. Hijau, melambangkan keberuntungan, alam, dan uang.

3. Biru, melambangkan kedamaian, ketenangan, dan
4. Kuning, melambangkan kebahagiaan dan kegembiraan. Kuning juga dapat melambangkan kerendahan/ kemurahan harga. Kuning juga cocok untuk digunakan sebagai warna aksen maupun warna latar.
5. Oranye, melambangkan antusiasme dan kegembiraan. Warna ini cocok digunakan sebagai warna aksen.
6. Putih, melambangkan kebersihan, kejernihan, dan kemurnian. Putih selalu menjadi pilihan terbaik untuk taplak meja. Warna putih juga berfungsi untuk membuat pelanggan merasakan kelapangan.
7. Hitam, melambangkan keekslusifitan, futuristic, dan keberanian. Selain itu kesedihan, kejahatan, dan kemarahan juga dapat diwakilkan oleh warna hitam. Hitam menjadi warna yang baik sebagai warna aksen melengkapi warna yang lebih cerah.
8. Ungu, melambangkan gairah dan kekreativitasan. Ungu juga sering digunakan sebagai warna aksen.



## BAB 3

### LEMBAGA KULINER DAN SISTEM PENCAHAYAAN RUANG DALAM

#### 3.1. Restoran

Menurut SK Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM 73/PW 105/MPPT-85 menjelaskan bahwa Rumah Makan adalah setiap tempat usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan hidangan dan minuman untuk umum. Dalam SK tersebut juga ditegaskan bahwa setiap rumah makan harus memiliki seseorang yang bertindak sebagai pemimpin rumah makan yang sehari-hari mengelola dan bertanggungjawab atas pengusahaan RM tersebut.

Usaha-usaha lain yang sejenis dan tidak termasuk dalam Usaha Rumah Makan dalam definisi ini adalah Usaha Restoran, Usaha Tempat Makan dan Usaha Jasa Boga (*catering*). Sedangkan restoran adalah salah satu jenis usaha dibidang jasa pangan yang bertempat disebagian atau seluruh bangunan yang permanen, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, penyajian, dan penjualan makanan dan minuman untuk umum. Pengusahaan restoran meliputi jasa pelayanan makan dan minum kepada tamu restoran sebagai usaha pokok dan jasa hiburan didalam bangunan restoran sebagai usaha penunjang yang tidak terpisahkan dari usaha pokok sesuai dengan ketentuan dan persyaratan teknis yang ditetapkan. Usaha restoran ini dapat berbentuk Perorangan atau Badan Usaha (PT, CV, Fa atau koperasi) yang tunduk kepada hukum Indonesia. ([www.bphn.go.id](http://www.bphn.go.id))

Berdasarkan UU RI No.34 tahun 2000, restoran adalah tempat menyantap makanan dan minuman yang disediakan dengan dipungut bayaran, tidak termasuk usaha jenis tataboga atau catering. Pangertian restoran menurut Marsum (1994), restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersil yang menyelenggarakan pelayanan yang baik kepada semua tamunya baik berupa makan dan minum. Menurut Marsum (1994) ada beberapa tipe restoran, yaitu :

1. A La Carte Restaurant adalah restoran yang telah mendapatkan ijin penuh untuk menjual makanan, lengkap dengan banyak variasi. Dimana konsumen bebas memilih sendiri makanan yang mereka kehendaki.

2. Table d'hote Restaurant adalah suatu restoran yang khusus menjual susunan menu yang lengkap (dari hidangan pembuka sampai dengan hidangan penutup) dan tertentu, dengan harga yang telah ditentukan pula.
3. Cafeteria atau Café adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan cake (kue-kue), sandwich (roti isi), kopi dan teh.
4. Fast Food Restaurant adalah restoran dengan pelayanan yang cepat, dimana konsumen mengumpulkan makanan mereka diatas baki yang diambil dari atas counter (meja panjang yang membatasi dua ruangan) kemudian membawa sendiri ke meja makan. Makanan yang tersedia umumnya hamburger, roti isi, ayam goreng, nasi, dan mie.
5. Speciality Restaurant adalah restoran yang suasana dan dekorasi seluruhnya disesuaikan dengan tipe khas makanan yang disajikan atau temanya. Restoran semacam ini menyediakan masakan Cina, Jepang, India, Italia dan sebagainya. Pelayanannya sedikit banyak berdasarkan tata cara negara tempat asal makanan spesial tersebut.
6. Family Type Restaurant adalah satu restoran yang menghidangkan makanan dan minuman untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan, biasanya disediakan fasilitas mainan anak-anak.

Jenis restoran lain yang cukup populer di Indonesia :

1. Warung Tegal adalah salah satu jenis usaha gastronomi yang menyediakan makanan dan minuman dengan harga terjangkau. Biasa juga disingkat "Warteg", nama ini seolah sudah menjadi istilah generik untuk warung makan kelas menengah ke bawah di pinggir jalan, baik yang berada di kota Tegal maupun di tempat lain, baik yang dikelola oleh orang asal Tegal maupun dari daerah lain. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))
2. Pedagang Kaki Lima atau disingkat PKL adalah istilah untuk menyebut penjual dagangan yang menggunakan gerobak. Istilah itu sering ditafsirkan demikian karena jumlah kaki pedagangnya ada lima. Lima kaki tersebut adalah dua kaki pedagang ditambah tiga "kaki" gerobak. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com))
3. *Food Court* merupakan suatu area dalam ruangan yang terdiri dari beberapa konter penjual makanan dan menyediakan area untuk *self-*

*service. Food court* dapat ditemukan dalam berbelanja mall dan bandara, dan di berbagai daerah (seperti Asia dan Afrika) dapat menjadi perkembangan yang mandiri. (<http://food-court.co.tv/>)

### 3.2. Pembagian Area Publik Utama & Pencahayaan yang Dibutuhkan

“*Lighting sets any mood and an uplifted feeling at any place.*” (Garen: 2010. [www.hubpages.com](http://www.hubpages.com)). Pencahayaan memiliki kaitan yang sangat erat dengan perasaan dan *mood* dari yang mengalami, perasaan hangat dan nyaman

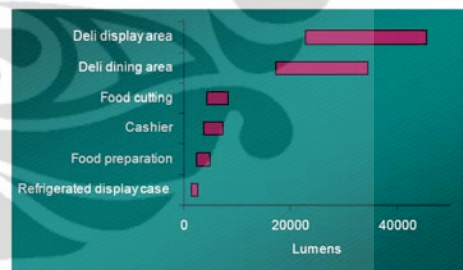


**Gambar 3. 1** Ilustrasi Tipikal Pencahayaan Buatan Area Kasir dan Dapur Kering



**Gambar 3. 2** Ilustrasi Tipikal Pencahayaan Buatan Area Ruang Makan

bagi pengunjung menjadi sama pentingnya dengan kenikmatan makanan yang disajikan. Berikut adalah jabaran tentang rekomendasi pencahayaan pada area-area di restoran berdasarkan pada *Philips Lighting Manual*.



**Gambar 3. 3** Tingkat Lumens

#### 3.2.1. Pintu Masuk Utama

Pintu masuk utama adalah penyambut para tamu. Rancangan pencahayaan yang menarik dan penerapan pencahayaan pada tanda-tanda maupun logo dapat membuat pintu masuk utama menjadi pusat perhatian yang membedakan dari restoran lain. Intensitas pencahayaan minimum 100 lux direkomendasikan bagi pencahayaan pada pintu masuk utama

#### 3.2.2. Lobi, Foyer, dan Lounge

Kesan pertama para pengunjung sangatlah penting sehingga

pencahayaan harus dapat membantu menciptakan citra yang ingin diproyeksikan oleh restoran tersebut. Perhatian pengunjung ditarik menuju meja resepsionis, sehingga diperlukan peningkatkan penerangan di daerah ini.

**3.2.3. Area Ruang Makan**

Dua fenomena psikologis dasar yang dapat diperhatikan adalah dengan tingkat pencahayaan yang tinggi otomatis akan merangsang aktivitas dan tergesa-gesa, sedangkan dengan tingkat pencahayaan yang rendah akan mendorong relaksasi, keintiman, dan romansa. Ketika konsep restoran adalah untuk menyediakan pelayanan yang cepat dan efisien, pencahayaan seragam dengan intensitas cahaya mencapai beberapa ratus lux dapat menunjukkan perasaan ekonomis dan efisiensi. Ketika tujuan dari pencahayaan di restoran untuk menciptakan atmosfer malam hari dimana keintiman terjadi, pencahayaan umum dapat dibuat tetap rendah (minimum 50 lux). Agar kegiatan tetap berjalan dengan baik, setiap meja hendaknya dilengkapi dengan *downlighters* atau lilin. Rensseler Polytechnic Institute juga mengeluarkan rekomendasi pencahayaan dan CRI (*Color Rendering Index*) bagi area komersial khususnya restoran. Untuk CRI direkomendasikan diatas 80.

**Tabel 3. 1** Standar Iluminasi Berdasarkan Kepentingannya

Sumber: IESNA Illuminance Recommendations

	Very Important	Important	Somewhat important	Blank = Not important or not applicable	
<b>Design Issues</b>					
Appearance of Space and Luminaires					
Color Appearance (and Color Contrast)					
Daylighting Integration and Control					
Direct Glare					
Flicker (and Strobe)					
Light Distribution on Surfaces					
Light Distribution on Task Plane (Uniformity)					
Luminances of Room Surfaces					
Modeling of Faces or Objects					
Point(s) of Interest					
Reflected Glare					
Shadows					
Source/Task/Eye Geometry					
Sparkle/Desirable Reflected Highlights					
Surface Characteristics					
System Control and Flexibility					
Special Considerations					
Notes on Special Considerations					
Illuminance (Horizontal)					
Category or Value (lux)					
Illuminance (Vertical)					
Category or Value (lux)					
Notes on Illuminance - see end of section					
Reference Chapter(s)					
<b>Filing</b> (see Offices and Reading)					Ch. 11
<b>Financial Facilities</b> (see Banks)					Ch. 11
<b>Fire Stations</b> (see Municipal Buildings - Police and Fire)					Ch. 11
<b>Food Service Facilities</b>					Ch. 13
(If equipment locations are known, see Residences-Kitchens)					
Butcher shop					E C
Cashier					D A
Cleaning					C A
Dining					C A
Food displays					E (6)
Food storage					
Nonrefrigerated					B A
Refrigerated					B A
Galley					E C
Kitchen					E A
Pantry					E C
Refuse area					D A
Sculleries					C A
Thaw room					E C
					D A

### 3.3. Teknik Pencahayaan Berdasarkan Target Usia

Philips Lighting Manual mengeluarkan tipe sistem pencahayaan dan dekorasi yang digunakan berdasarkan target usia pengunjung.

Tabel 3. 2 Tabel Sistem Pencahayaan Berdasarkan Target Usia

Target Usia	Sistem Pencahayaan	Dekorasi
Bayi	Cukup lembut, <i>diffuse lighting</i> ( <i>warm colour impression</i> )	Bahan yang halus, perabot yang lembut dan lunak
Anak kecil	Kombinasi dari <i>diffuse lighting</i> dan <i>accent lighting</i> ( <i>warm colour impression</i> )	Mainan dan elemen-elemen yang terlihat seperti mainan, binatang dan dunia fantasi
Remaja	Efek pencahayaan dengan warna, <i>dynamic highlighting</i> , kontras kuat, sisi dekoratif ditonjolkan	Material reflektif, tema ruang angkasa, ataupun olah raga
Dewasa (20-40 tahun)	<i>Spot highlighting</i> , dinamis, kaya akan kontras, beberapa efek dengan warna tetapi tetap menjunjung fungsionalitas	<i>Pop-art</i> , romantic, atau surealis efek
Dewasa Pertengahan (40-60)	<i>Well-screened spot-lighting</i> , <i>diffuse component</i> , efek romantic	Seni dari tahun 50an
Lansia	Sama dengan dewasa pertengahan, tidak banyak kontras kuat.	Properti yang berbau arsitektur romantic dan alam

### 3.4. Elemen Pencahayaan di dalam Lembaga Kuliner

Sistem pencahayaan dalam restoran biasanya terdiri dari 3 elemen, yaitu pencahayaan umum (*general lighting*), pencahayaan setempat (*task lighting*) dan pencahayaan suasana (*atmospheric lighting*).

1. Pencahayaan umum (*ambient* atau *general lighting*) merupakan pencahayaan utama yang menyediakan penerangan utama ke seluruh bagian restoran.
2. Pencahayaan setempat (*task lighting*) merupakan pencahayaan yang digunakan untuk mendukung suatu kegiatan tertentu. Seperti contohnya pada area kasir, *task lighting* perlu ditempatkan sehingga staf dan pelanggan dapat membaca bon dan bertransaksi dengan nyaman. Selain itu pencahayaan setempat juga diperlukan di tiap



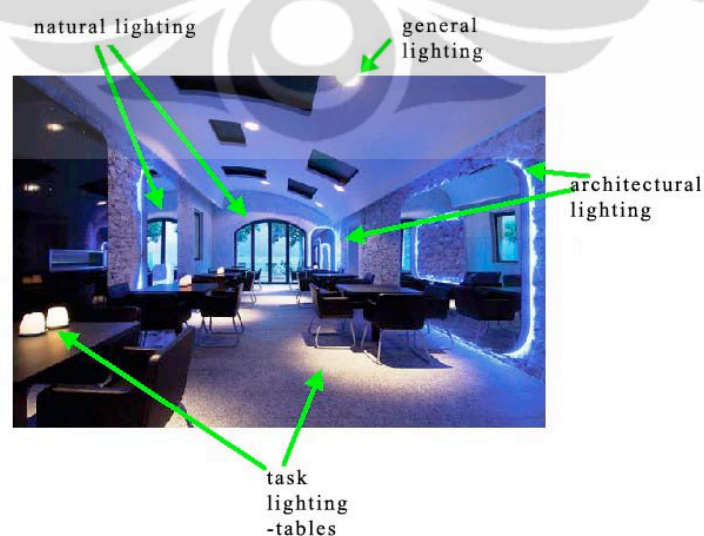
meja agar pelanggan dapat membaca menu yang disajikan. Begitu pula dengan area *enterance*, dimana pengunjung dapat keluar-masuk dengan aman.



**Gambar 3. 4** Hutong Restaurant Lobby

Sumber: <http://www.photos.igougo.com>

3. Pencahayaan suasana (*astmospheic lighting*) dapat digunakan untuk menciptakan *mood* bagi para pengunjung. Pencahayaan suasana adalah hal pertama yang menyambut para pelanggan saat mereka memasuki sebuah restoran. Jenis atmosfer yang ingin diciptakan dapat terealisasi melalui pencahayaan yang diterapkan.



**Gambar 3. 5** Aquadulza Restaurant, Varase, Northern Italy

Sumber: [www.judgeelectrical.co.uk](http://www.judgeelectrical.co.uk)

### 3.5. Tren Desain Pada Lembaga Kuliner

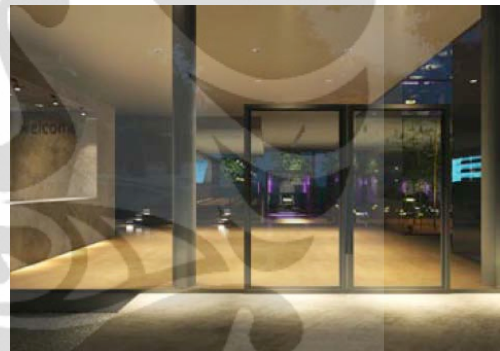
“*Scenographic light in gastronomy uses coherent dramatization to provide the customer with an experience that engages all their senses. Light, space, and time combine with culinary delights to result in an all-embracing concept.*” ([www.ercocom.com](http://www.ercocom.com)).

Kegiatan makan yang tujuan awalnya adalah untuk pemenuhan kebutuhan jasmani, kini memiliki pengertian lain dimana pengalaman dari kegiatan makan itu sendiri menjadi penting adanya. Tema dari restoran sebagai bagian dari pengalaman gastronomic dapat direalisasikan melalui elemen-elemen arsitektural yang ada. Tema yang dipilih akan mempengaruhi arsitektur, makanan, musik, dan secara keseluruhan 'rasa' dari restoran.

Berikut ini adalah beberapa tren pencahayaan yang sering diaplikasikan pada restoran-restoran yang mengusung konsep *eating experience*:

#### 1. *Ambient luminescence*

*Ambient luminescence* merupakan pencahayaan umum yang memberikan keseragaman tingkat pencahayaan. Pencahayaan ini memberikan cukup cahaya untuk kejelasan orientasi sehingga pergerakan dan perpindahan manusia dapat terjadi dengan aman dan nyaman.



Gambar 3. 6 Penggunaan *Ambient luminescence*

#### 2. *Focal glow*

*Focal point* (titik fokus) termasuk pada penggunaan pencahayaan aksen yang digunakan untuk menitikberatkan pada suatu objek, permukaan, atau area ruang tertentu. Kumpulan sinaran di



Gambar 3. 7 Penggunaan *Focal Glow*

suatu area dapat menciptakan intimasi di lingkup tersebut.

### 3. *Play of brilliants*

Pencahayaan dekoratif dapat menghasilkan permainan cahaya (*play of brilliants*) yang berperan pada aspek estetik dan menciptakan suatu ruang yang atraktif. Teknik pencahayaan seperti penggunaan proyektor untuk menghasilkan pola cahaya atau penggunaan lampu dekoratif dapat menghasilkan pengalaman



**Gambar 3. 1** Penggunaan *Play of Brilliants*

baru bagi para pengunjung. Namun permainan cahaya tidak harus menggunakan teknik pencahayaan yang rumit, bahkan penggunaan lilin di atas meja juga dapat menghasilkan efek yang sama



## BAB 4

### STUDI KASUS

#### 4.1. Kaki Lima Gorengan

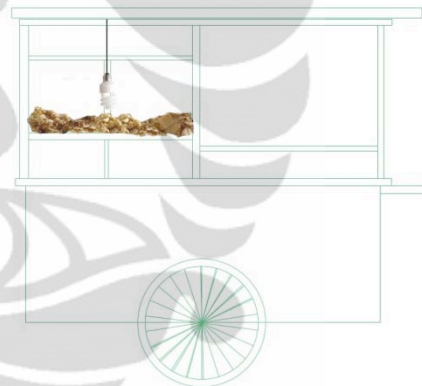
##### 4.1.1. Deskripsi Kaki Lima Gorengan

Usaha kaki lima gorengan ini terletak di pelataran lapangan parkir ruko di Jalan Cinere Raya. Pak Dadang memulai usahanya sejak tahun 2000. Usaha gorengan ini memakai gerobak untuk memajang gorengan yang dijual dan menyimpan keperluan lain seperti uang pembayaran, cabai, adonan tepung gorengan dsb.



Gambar 4. 1 Kaki Lima Gorengan

Sedangkan untuk proses memasak gorengan digunakan wajan yang didirikan di sebelah gerobak. Para pengunjung lebih banyak mendatangi gerai ini hanya untuk membeli, dibanding yang langsung menyantap di tempat. Area ruang makan berupa bangku panjang yang juga dipergunakan oleh pelanggan warung rokok yang ada di sebelah gerobak. Harga



Gambar 4. 2 Ilustrasi Tampak Gerobak

gorengan yang dijual adalah 500 rupiah per keping. Sedangkan untuk minum harga dimulai dari 500 rupiah sampai 6000 rupiah.

##### 4.1.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

Area kegiatan pembeli dan penjual berkutat di sekeliling gerobak (Lihat **Gambar 4.4**). Satu-satunya pencahayaan yang digunakan berupa 1 unit lampu *CFL* yang digantung di area bagian dalam gerobak. Lampu ini memfasilitasi kegiatan penjual menggoreng, menerangi objek yang dijual, dan untuk bertransaksi dengan pembeli.

### 4.1.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 1** Tabel Hasil Kuesioner Pengunjung Kaki Lima Gorengan

Usia Responden	Kaki Lima Gorengan		
	15-20 tahun	1	20%
21-30 tahun	2	40%	
31-50 tahun	2	40%	
>51 tahun	0	0%	
Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan	Benar	0%	
	Salah	100%	
Suasana yang Dirasakan	Romantis	0%	
	Rileks	0%	
	Efisien	0%	
	Lain-Lain	100%	
Intensitas Cahaya yang Dirasakan	Gelap	60%	
	Ideal	40%	
	Terlalu Terang	0%	
Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada	Ya	0%	
	Terlihat Biasa	40%	
	Tidak	60%	

### 4.1.4. Analisis



**Gambar 4. 3** Ilustrasi Hasil Pengukuran Kaki Lima Gorengan (Dalam Satuan Lux)

Rata-rata iluminasi di area ruang makan (sekitar gerobak) 17,56 lux tidak mencapai standar minimum. Penjual merasa bahwa pencahayaan yang dipakai telah mengakomodir segala kegiatan pentingnya, seperti transaksi jual beli, memasak, dan menyajikan gorengan. Penjual sudah ingat betul waktu yang diperlukan untuk proses menggoreng adonan tepung, sehingga dengan sedikit pencahayaan hal



**Gambar 4. 4** Ilustrasi Zoning Gerobak Gorengan

itu sudah dapat berlangsung tanpa halangan. Titik peletakan lampu diutamakan di area dekat penyimpanan uang, sehingga penjual tidak salah mengidentifikasi uang yang diterima. Ketinggian lampu sejajar dengan level mata. Penjual tidak merasa perlu menambahkan sumber cahaya lain, selain karena keberadaannya yang kurang penting, hal tersebut juga akan menambah beban biaya listrik setiap bulan. Hal ini tidak sesuai dengan teori IESNA yang menyatakan sangat pentingnya perancangan area ruang makan dan area *display*. Aspek lain dalam pedoman iluminasi IESNA tidak nampak diterapkan di Kaki Lima Gorengan.

Hasil kuesioner menyatakan bahwa 60% pengunjung merasa penggunaan pencahayaan yang ada tidak membuat makanan terlihat lebih enak, sisanya merasa biasa saja. Lampu yang digunakan adalah CFL warna putih, berdasarkan dasar teori yang didapat perkiraan nilai CRI-nya adalah 60. CRI dengan nilai 60 masuk ke dalam kategori cukup. Nilai CRI ini menyebabkan warna makanan menjadi tampak agak pudar.

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Kaki Lima Gorengan tidak menaikkan status sosialnya. Seluruh responden berhasil memperkirakan biaya yang harus dikeluarkan dengan tepat. Penempatan satu buah sumber cahaya berkontribusi dalam membentuk persepsi pengunjung akan target pasaran. Konsep kaki lima yang jauh dari kemewahan dan kondisi lapak yang kurang higienis dengan bau yang kurang sedap menjadikan pengunjung tidak ingin berlama-lama di tempat itu. Namun dengan segala ketidaknyamanan seluruh responden tetap akan mengunjungi Kaki Lima Gorengan, hal ini disebabkan karena menu gorengan yang ditawarkan telah memikat hati pengunjung.

Elemen arsitektur pada Kaki Lima Gorengan berupa gerobak dimana kegiatan menyiapkan bahan makanan, memajang makanan, dan menjadi tempat penyimpanan uang. Hanya terdapat sedikit naungan untuk melindungi penjual dari air hujan. Sehingga gerobak tersebut tidak dapat dijadikan tempat perlindungan yang baik, penjual mensiasati kondisi ini dengan penggunaan atap terpal. Alur pergerakan dari penjual maupun pengunjung tidak banyak mengalami perpindahan.

## 4.2. Kaki Lima Bakso Iran

### 4.2.1. Deskripsi Kaki Lima Bakso Iran

Bakso Iran merupakan usaha kaki lima yang didirikan tahun 1996 oleh Bapak Sodikin. Kaki lima Bakso Iran terletak di pelataran Ruko depan Cinere Mall. Bakso Iran menjual menyediakan hidangan bakso kuah. Bakso Iran setiap hari buka mulai pukul 4 sore. Bakso Iran menggunakan tenda sebagai naungan, dan gerobak yang dilengkapi dengan alat pengukus dan panci berisi kuah bakso. Seluruh proses menyiapkan racikan untuk bakso dilakukan di atas gerobak.

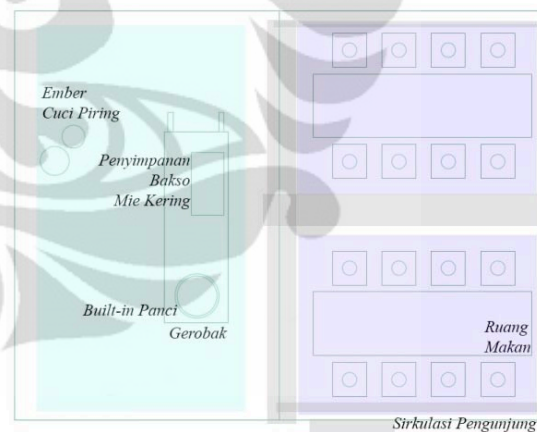


**Gambar 4. 5** Interior Bakso Iran Cinere Raya

Sumber: Dokumentasi Pribadi

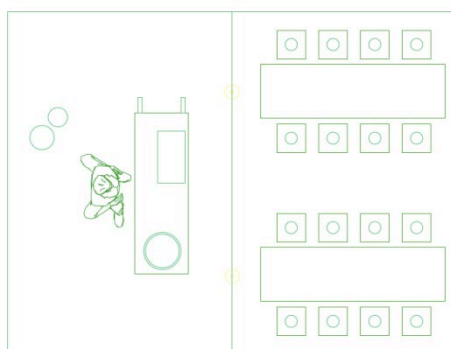
### 4.2.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

Pencahayaan umum yang digunakan berupa 2 unit lampu CFL yang diletakan sejajar di bagian tengah ruangan dengan warna cool white. Nunasa warna yang digunakan adalah warna oranye terpal dipadukan dengan warna hijau dari taplak meja. Diatas area



**Gambar 4. 7** Ilustrasi Zoning Bakso Iran

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 4. 6** Ilustrasi Titik Lampu Bakso Iran

Sumber: Dokumentasi Pribadi

preparasi tidak ditempatkan lampu apapun, karena kegiatan yang dilakukan semata mencampurkan elemen-elemen ke dalam mangkok sehingga intensitas cahaya yang digunakan sudah cukup memfasilitasi.



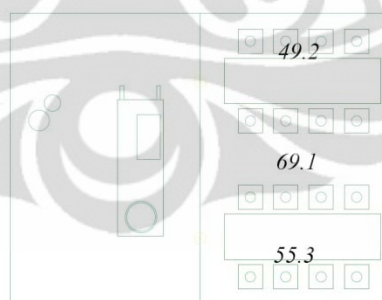
Tidak terdapat pencahayaan aksen pada kaki lima Bakso Iran. Pencahayaan buatan difokuskan kepada pencahayaan umum.

#### 4.2.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 2** Hasil Kuesioner Pengunjung Kaki Lima Bakso Iran

	<b>Kaki Lima Bakso Iran</b>		
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>3</b>	<b>30%</b>
	21-30 tahun	<b>4</b>	<b>40%</b>
	31-50 tahun	<b>2</b>	<b>20%</b>
	>51 tahun	<b>1</b>	<b>10%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>0%</b>	
	Salah	<b>100%</b>	
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>0%</b>	
	Rileks	<b>0%</b>	
	Efisien	<b>30%</b>	
	Lain-Lain	<b>70%</b>	
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>30%</b>	
	Ideal	<b>70%</b>	
	Terlalu Terang	<b>0%</b>	
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>0%</b>	
	Terlihat Biasa	<b>100%</b>	
	Tidak	<b>0%</b>	

#### 4.2.4. Analisis



**Gambar 4. 8** Ilustrasi Hasil Pengukuran Kaki Lima Bakso Iran (Dalam Satuan Lux)

Pada Kaki Lima Bakso Iran tidak terdapat adanya area foyer maupun resepsionis. Hal ini memang tidak krusial adanya, keterbatasan lahan dimanfaatkan semaksimal mungkin sebagai area ruang makan. Pencahayaan yang digunakan sebatas pada pencahayaan umum berupa 2 lampu CFL yang digantung dipertengahan tenda. Keelokan interior atau permainan cahaya bukanlah prioritas utama penjual. Terpenuhi dari sisi fungsionalitas adalah

yang dituju.

Rata-rata iluminasi di area ruang makan 57.86 lux. Dari hasil kuisisioner responden merasa suasana membosankan dan kurang menarik. Hal ini tidak sesuai dengan dasar teori, warna oranye yang mendominasi menurut teori warna seharusnya memancarkan antusiasme dan kegembiraan. Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak. Lampu yang digunakan adalah CFL warna putih, berdasarkan dasar teori yang didapat perkiraan nilai CRI-nya adalah 60. CRI dengan nilai 60 masuk ke dalam kategori cukup. Nilai CRI ini menyebabkan warna makanan menjadi tampak agak pudar.

Seluruh responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Bakso Iran tidak menaikkan status sosialnya. Beberapa alasannya antara lain, konsep kaki lima jauh dari kemewahan. Namun mereka akan tetap datang mengunjungi Bakso Iran untuk alasan rasanya yang enak dan harganya yang murah.



**Gambar 4. 9** Interior Ruang Makan Bakso Iran

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan hasil wawancara dengan penjual, hanya dengan 1 unit lampu CFL sudah dapat mengakomodasi kegiatannya, namun pengunjung akan terganggu karena suasana akan menjadi jauh lebih remang-remang. Berdasarkan hasil wawancara, pengunjung tidak akan berlama-lama setelah selesai makan.

Bangunan yang digunakan berupa tenda yang dapat dipasang maupun dilepaskan dengan mudah. Program ruang yang terdapat di warung tenda mencakupi area ruang makan dan dapur. Fungsi bangunan sendiri sudah dapat

memfasilitasi kegiatan makan dan memasak, elemen estetis tidak ditampilkan pada warung ini. Alur pergerakan sudah terjadi dengan baik dan efisien. Penggunaan material yang mudah untuk dilepas dan dipasang mendukung konsep *portable architecture*.



### 4.3. Warung Tegol Barokah 2

#### 4.3.1. Deskripsi Warung Tegol Barokah 2

Ibu Woro mendirikan Warteg Barokah 2 pada tahun 1998. Warteg Barokah 2 terletak di Jalan Cinere Raya. Warung Tegol Barokah 2 menyediakan hidangan Indonesia seperti sop ayam, ikan dan ayam goreng, sambal goreng, oseng-oseng, dsb. Menu yang disajikan fleksibel tiap harinya bergantung pada produk yang dijual di pasar. Pengunjung bebas memilih kombinasi lauk pauk yang diinginkan. Makanan yang disajikan adalah makanan yang diletakan di rak display diatas meja makan. Selain bertujuan untuk menghemat tempat, dengan meletakan makanan diatas meja dapat memancing pengunjung sehingga tergoda untuk mencicipi lauk-lauk yang lainnya.



**Gambar 4. 10** Ruang Makan Warteg Barokah 2

Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 4.3.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

Warteg Barokah 2 tidak memiliki area resepsionis maupun foyer. Keterbatasan lahan yang dimiliki menjadikan area ruang makan sebagai area terbesar, sehingga semakin banyak tamu yang dapat dilayani, semakin besar keuntungannya. Pengunjung yang datang langsung disambut ruang makan dengan display makanan di atas meja makan. Pencahayaan umum yang digunakan berupa 3 unit lampu *tubular flourscent* dan 1 unit lampu *flourscent tornado*. Keduanya menggunakan warna cool white.



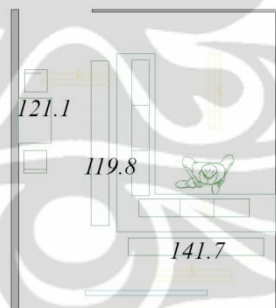
**Gambar 4. 11** Ilustrasi Titik Peletakan Lampu

### 4.3.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 3** Hasil Kuesioner Kaki Lima Bakso Iran

	<b>Warteg Barokah 2</b>		
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>0</b>	<b>0%</b>
	21-30 tahun	<b>3</b>	<b>30%</b>
	31-50 tahun	<b>7</b>	<b>70%</b>
	>51 tahun	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>10%</b>	
	Salah	<b>90%</b>	
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>0%</b>	
	Rileks	<b>0%</b>	
	Efisien	<b>40%</b>	
	Lain-Lain	<b>60%</b>	
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>0%</b>	
	Ideal	<b>10%</b>	
	Terlalu Terang	<b>0%</b>	
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>40%</b>	
	Terlihat Biasa	<b>60%</b>	
	Tidak	<b>0%</b>	

### 4.3.4. Analisis



**Gambar 4. 12** Ilustrasi Hasil Pengukuran Warteg Barokah 2 (Dalam Satuan Lux)

Rata-rata iluminasi di area ruang makan 109,73 lux. Seluruh responden setuju bahwa Warteg Barokah memiliki pencahayaan yang ideal.

Warna kuning adalah warna dominan yang penulis rasakan, karena paparannya berada satu level dengan mata baik dalam posisi duduk maupun berdiri.

Pencahayaan yang digunakan sebatas pada pencahayaan umum, tanpa terdapat adanya pencahayaan aksen maupun atmosferik. Selain karena keterbatasan biaya renovasi, ketika pencahayaan aksen maupun atmosferik

ditambahkan, pelanggan tetap bisa menjadi enggan untuk datang ke tempat tersebut. Hal ini dikarenakan pola pikir konsumen dimana semakin bagus dan nyaman suatu tempat, semakin mahal harga yang harus dibayar.

Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak. Lampu yang digunakan adalah CFL warna putih, berdasarkan dasar teori yang didapat perkiraan nilai CRI-nya adalah 60. CRI dengan nilai 60 masuk ke dalam kategori cukup. Nilai CRI ini menyebabkan warna makanan menjadi tampak agak pudar.

Seluruh responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Warteg Barokah tidak menaikkan status sosialnya. Beberapa alasannya antara lain, konsep warteg sendiri sebagai alternatif rumah makan dengan harga sangat miring. Walaupun tidak menaikkan status sosial, responden tetap akan kembali ke Warteg Barokah. Hal ini disebabkan rasa makanan yang enak dan harganya yang relatif murah.

Berdasarkan hasil wawancara, pada saat renovasi ditambahkan 3 unit lampu. Hal ini merupakan siasat dari penjual agar pelanggan tidak berlama-lama dengan bermain kartu setelah selesai makan. Pada awalnya hanya digunakan 2 lampu TL sehingga kondisi warung menjadi remang-remang dan menjadi tempat mangkal pelanggan dan terkadang terjadi perbuatan maksiat seperti judi. Upaya penjual berbuah hasil, setelah renovasi di bulan Januari, hampir tidak terjadi perbuatan maksiat di Warteg Barokah, kegiatan tersebut berpindah ke warung rokok tidak jauh dari situ.

Pada saat renovasi, seluruh dinding dicat ulang, warna yang dipilih ada kuning terang dan hijau. Hijau adalah warna yang digunakan diseluruh Warteg Barokah, sedangkan kuning dipilih karena kecerahannya. Warna kuning memang melambangkan kebahagiaan dan kegembiraan. Dalam teori warna, kuning juga melambangkan kemurahan (*cheapness*) harga.

Warteg terdiri dari bangunan jadi yang terdiri dari program ruang berupa ruang makan, dan dapur. Tidak terdapat area resepsionis maupun foyer, sehingga alur pergerakan pengunjung langsung tertuju pada ruang makan. Secara arsitektural, bangunan ini sudah mengakomodasi dan menaungi pengunjung dengan cukup baik. Bukaan yang besar dan keberadaannya dipinggir jalan

menyebabkan debu banyak masuk ke dalam ruangan. Tidak terdapat *barrier* atau penghalang yang dapat digunakan. Penghalang seperti tanaman hijau dapat menyejukan dan mengurangi debu yang masuk ke dalam ruangan.



#### 4.4. Mc Donald's

##### 4.4.1. Deskripsi Mc Donald's



Gambar 4. 13 Eksterior Mc Donald's Cinere

Sumber: Dokumentasi Pribadi

McDonald's Cinere terletak di kompleks Cinere Mall, tepatnya di bagian barat area parkir Cinere Mall. McDonald's adalah rumah makan siap saji terbesar di dunia. Hidangan utama di restoran-restoran McDonald's adalah hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman ringan, kentang goreng, filet ayam dan hidangan-hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran itu berada. Restoran



Gambar 4. 14 Ilustrasi Zoning McDonald's

Sumber: Dokumentasi Pribadi

McDonald's pertama didirikan pada tahun 1940 oleh dua bersaudara Dick dan Mac McDonald, namun kemudian dibeli oleh Ray Kroc dan diperluas ke seluruh dunia.

Sampai pada tahun 2004, McDonald's memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia dengan jumlah pengunjung rata-rata 50.000.000 orang dan pengunjung per hari dan rumah makan 1.700 orang.

Restoran McDonald's pertama di Indonesia terletak di Sarinah, Jakarta dan dibuka pada 23 Februari 1991. Berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri, McDonald's juga menjual ayam goreng dan nasi di restoran-restorannya di Indonesia. Dengan ekspansi agresifnya ke seluruh penjuru dunia, McDonald's dijadikan sebagai simbol globalisasi dan penyebar



gaya hidup orang Amerika. McDonald's lebih banyak menyediakan menu paket dengan kisaran harga antara 19.000 hingga 30.000 rupiah.

#### 4.4.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

##### Kasir & Tempat Pemesanan

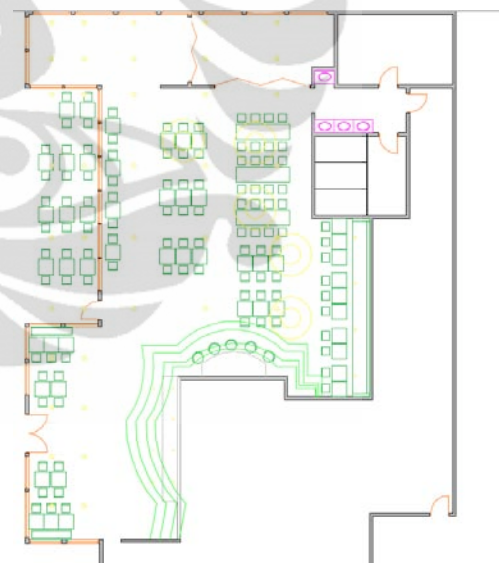
Restoran *fast food* Mc Donald's tidak memiliki area foyer maupun resepsionis. Pengunjung yang datang langsung disambut area pemesanan dengan menu besar yang berisikan daftar makanan, minuman, dan harga. Ketika pengunjung datang ke gerai pemesanan, memesan makanan, membayar, dan lalu membawa pesannya ke area ruang makan.



Gambar 4. 15 Area Pemesanan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sistem Pencahayaan yang diterapkan pada area pemesanan meliputi pencahayaan aksent yang berfungsi untuk menerangi menu, pencahayaan atmosferik dimana *cove lighting* menerangi langit-langit yang berwarna kuning. Pencahayaan umum yang digunakan berupa lampu CFL ditanam pada langit-langit.



Gambar 4. 16 Ilustrasi Titik Peletakan Lampu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

##### Ruang Makan

Area ruang makan terbagi menjadi 2 yaitu area *non smoking* dan *smoking*. Di dalam area *non smoking* juga terdapat area private untuk acara ulang tahun. Pada area *smoking* yang bertempat di teras bangunan, kursi dan meja terbuat dari logam anti-karat sehingga dapat bertahan dari ekspos air hujan. Pada area *non smoking*, digunakan meja putih dengan pasangan berupa

kursi plastik berwarna merah, sofa berwarna merah, dan sofa tanpa sandaran berwarna hitam. Salah satu pencahayaan umum pada area ini menggunakan lampu *fluorscent twin-tube* yang ditanam di langit-langit. Setiap unit rumah



menggunakan 2 buah lampu fluorscent. Pencahayaan umum di area ini memilih warna *cool white*.

**Gambar 4. 17** Interior Ruang Makan McDonald's

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Rata-rata iluminasi di area ruang makan 140.7 lux.

Pencahayaan umum lainnya menggunakan lampu dekoratif yang berukuran cukup besar. Lingkaran lampu ini memiliki diameter kurang lebih 1 meter. Bagian luar lampu dekoratif tersebut menggunakan material olahan plastik dengan motif sulur berwarna merah bata. Bagian dalam casing diisi dengan beberapa unit lampu *fluorscent tubular*. Terdapat 5 jenis lampu dekoratif ini di dalam area ruang makan *non-smoking*.

Dapur berhubungan langsung dengan area tempat pemesanan, sehingga lalu lintas antara pesanan dan produk yang dipesan dapat terjadi dengan lancar.

#### Area Servis

Area penunjang berupa toilet terdapat di dalam area bangunan ini. Wastafel terdapat diluar toilet sehingga berfungsi juga bagi para pengunjung yang berkegiatan mencuci tangan sesudah dan sebelum makan

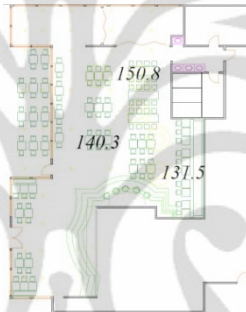
#### **4.4.3. Hasil Kuesioner**

**Tabel 4. 4** Hasil Kuesioner Pengunjung Mc Donald's

	<b>Mc Donald's</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>50%</b>
	21-30 tahun	<b>40%</b>
	31-50 tahun	<b>10%</b>
	>51 tahun	<b>0%</b>

<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar Salah	<b>0%</b> <b>10%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis Rileks Efisien Lain-Lain	<b>0%</b> <b>0%</b> <b>100%</b> <b>0%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap Ideal Terlalu Terang	<b>0%</b> <b>40%</b> <b>60%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya Terlihat Biasa Tidak	<b>30%</b> <b>40%</b> <b>20%</b>

#### 4.4.4. Analisis



**Gambar 4. 18** Ilustrasi Hasil Pengukuran Mc Donald's (Dalam Satuan Lux)

Warna yang banyak dipakai dalam interior McDonalds adalah warna putih. Aksen menggunakan warna kuning. Warna hitam dan merah digunakan pada perabotnya. Warna-warna ini juga adalah warna utama yang digunakan di logo internasional McDonalds. Baik dinding, lantai, maupun langit-langitnya menggunakan warna putih. Menurut Lydia Quinn warna kuning memancarkan kebahagiaan, namun juga menyimbolkan keekonomisan (*cheapness*). Rata-rata iluminasi di area ruang makan 140,7 lux telah mencapai standar. Hal ini sesuai dengan teori yang tercantum pada *Philips Lighting Design*, dimana restoran yang menyediakan pelayanan cepat dan efisien dibutuhkan intensitas cahaya mencapai beberapa ratus lux.

Target market Mc Donald's adalah kalangan menengah. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa pencahayaan membuat makanan terlihat cukup enak. Pada pencahayaan umum digunakan lampu CFL cool white dengan nilai CRI  $\pm 65$ , nilai ini termasuk dalam kategori baik, sehingga dapat memberikan warna makanan yang cukup akurat.

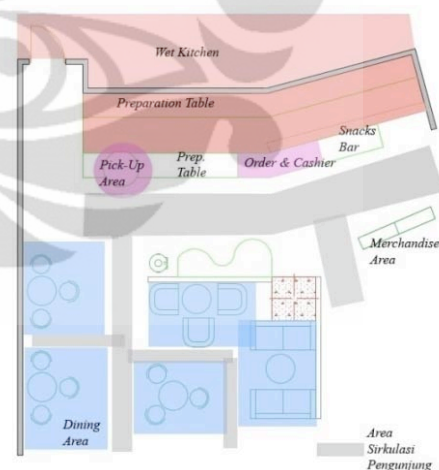
50% responden dengan usia remaja mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Mc Donald's menaikkan status sosialnya. Hal ini bisa disebabkan tingkat kepopuleran Mc Donald's sebagai "tempat nongkrong" anak muda sehingga anak remaja merasa status sosialnya naik. 50% Responden dengan usia dewasa tidak merasa dengan mengunjungi Mc Donald's menaikkan status sosialnya. Mereka merasa bahwa dengan mengunjungi restoran cepat saji bukanlah suatu hal eksklusif yang dapat menaikkan status sosialnya.

Dari segi arsitektur, bangunan ini memiliki citra pengayaan modern. Rancangan yang memberikan kesan bersih dan terang. Dinding dari Mc Donald's menggunakan *curtain wall* sehingga banyak sekali cahaya yang masuk ke dalam ruangan. Sedangkan langit-langit yang tinggi memberikan kesan luas dan lapang.

## 4.5. Starbucks Coffee

### 4.5.1. Deskripsi Starbucks Coffee

Starbucks adalah kedai kopi yang pertama kali didirikan pada tahun 1970an di Amerika Serikat. Starbucks menjunjung tinggi keadilan hak para pekerja perkebunan kopi. Starbucks memiliki retail kurang lebih sebanyak 15.000 di seluruh Amerika Utara, Amerika Latin, Eropa, Timur Tengah, dan Asia Pasifik. Minuman andalan dari Starbucks adalah kopi dan olahannya. Starbucks didirikan tahun 2002 di Indonesia, sedangkan kedai



Starbucks yang akan dibahas terletak di Grand Indonesia East Mall didirikan tahun 2007.

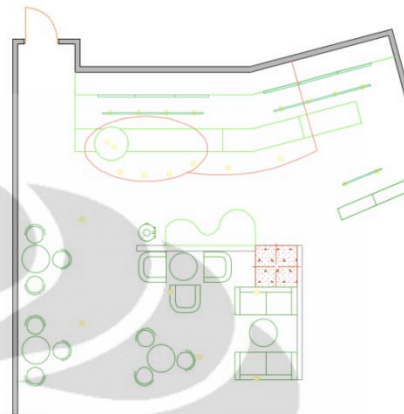
**Gambar 4. 19** Ilustrasi Zoning Starbucks Coffee

Untuk minuman kopi kisaran harga mulai dari Rp 15.000 – Rp 39.000. Untuk minuman selain kopi, kisaran harga mulai dari Rp 15.000 – Rp 37.000. Untuk hidangan samping kisaran harga mulai dari Rp 16.000 – Rp 32.000

## 4.5.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

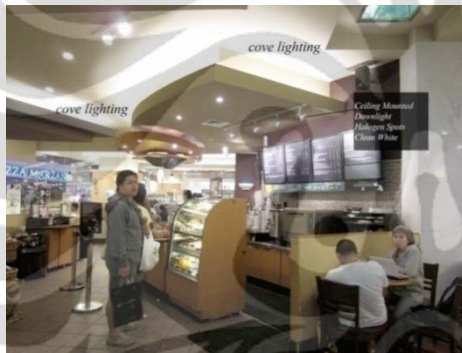
### Area Pemesanan

Area pemesanan merupakan tempat dimana pengunjung mengantri dan mengajukan pesanan yang diinginkan. Pencahayaan umum yang ditempatkan diarea ini berupa *recessed halogen spotlights*. Pada area ini terdapat display memanjang yang



**Gambar 4. 22** Ilustrasi Titik Peletakan Lampu Starbucks

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 4. 20** Interior Area Pemesanan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

memaparkan menu dan *display refrigerator* tempat menaruh kue. Setelah memesan makanan dan minuman yang diinginkan, pengunjung bergerak ke arah kasir untuk membayar pesannya. Pada penghujung konter terdapat area peletakan pesanan, sehubungan dengan sistem starbucks dimana pengunjung mengambil sendiri pesanan mereka. Pada area peletakan pesanan ditempatkan lampu dekoratif. Dibalik konter adalah dapur kering yang merupakan tempat bartender menyeduh kopi dan menghangatkan kue. Pencahayaan atmosferik digunakan digunakan untuk menarik perhatian pengunjung, sedangkan pada menu digunakan aksent lighting untuk membantu kejelasan

memaparkan menu dan *display refrigerator* tempat menaruh kue. Setelah memesan makanan dan minuman yang diinginkan, pengunjung bergerak ke arah kasir untuk membayar pesannya. Pada penghujung konter terdapat area peletakan pesanan, sehubungan dengan



**Gambar 4. 21** Interior Area Pemesanan 2

Sumber: Dokumentasi Pribadi

menu yang dibaca.

### Area Ruang Makan

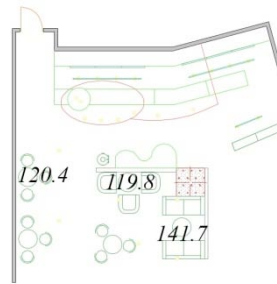
Area ruang makan terdiri dari 2 tipe, yaitu area tempat duduk dengan sofa dan area tempat duduk dengan kursi. Pencahayaan umum pada area ini juga menggunakan *recessed halogen spotlights*. Rata-rata iluminasi di area ruang makan 117,6 lux telah mencapai standar ruang makan. Berdasarkan nilai rekomendasi IES, nilai ini telah mencukupi bagi kebutuhan untuk kegiatan visual yang tidak terus menerus dilakukan.

#### 4.5.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 5** Hasil Kuesioner Pengunjung Starbucks

	<b>Starbucks Coffee</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>20%</b>
	21-30 tahun	<b>40%</b>
	31-50 tahun	<b>40%</b>
	>51 tahun	<b>0%</b>
<b>Memperkirakan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>30%</b>
	Salah	<b>70%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>0%</b>
	Rileks	<b>100%</b>
	Efisien	<b>0%</b>
	Lain-Lain	<b>0%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>0%</b>
	Ideal	<b>100%</b>
	Terlalu Terang	<b>0%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>40%</b>
	Terlihat Biasa	<b>40%</b>
	Tidak	<b>20%</b>

#### 4.5.4. Analisis



**Gambar 4. 23** Ilustrasi Hasil Pengukuran Starbucks (Dalam Satuan Lux)

Pada kedai kopi Starbucks, tidak terdapat area foyer maupun resepsionis. Sistem yang terjadi hampir mirip dengan yang terjadi di restoran cepat saji, dimana pengunjung langsung mengantri ke area pemesanan, membayar pesannya, dan mengambil sendiri minuman atau makanan yang sudah disiapkan. Rata-rata iluminasi di area ruang makan 117,6 lux telah mencapai standar. Berdasarkan nilai rekomendasi IES, nilai ini telah mencukupi bagi kebutuhan untuk kegiatan visual yang tidak terus menerus dilakukan. Berarti kegiatan membaca buku masih mungkin dilakukan dengan cukup nyaman. Pencahayaan yang tidak terlalu terang membuat suasana nyaman untuk mengobrol dan bersantai. Wajah dari pengunjung lain dapat terlihat dengan jelas. Hasil kuisisioner suasana rileks dan santai. Penggunaan banyak warna *warm white* menjadikan

Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak. Nilai CRI dari lampu yang digunakan adalah 60. Angka ini sudah masuk ke dalam kategori “baik” menurut teori yang didapat. Sehingga warna yang dihasilkan sudah cukup baik. Seluruh responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Starbucks menaikkan status sosialnya dibandingkan dengan ketika mengunjungi kedai kopi lainnya. Salah satu alasan adalah ‘*brand*’ atau citra dari Starbucks yang eksklusif dan mendunia.

Warna yang digunakan adalah pastel dengan dominasi krem dan beige. Berdasarkan buku *The Color Design File* oleh Leslie Brown, warna krem dan beige masuk kedalam area warna yang memberikan kehangatan.

Elemen arsitektural berupa dinding diganti dengan kaca mati sehingga aktivitas yang terjadi di dalam dapat terlihat keluar. Hal ini juga dapat menghasilkan efek psikologis dimana pengunjung dapat terlihat dan melihat keluar sehingga menghasilkan suatu citra diri tertentu.





## 4.6. PEPeNERO Cucina Italia

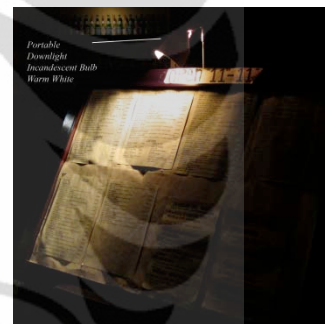
### 4.6.1. Deskripsi PEPeNERO Cucina Italia

Restoran PEPeNERO Cucina Italiana berdiri dari tahun 2004. Pada awalnya restoran ini didirikan di Jimbaran, Bali, kemudian akhirnya dibuka cabang di Jakarta tepatnya di Menara Karya Building Kuningan, The Glass Bridge Sudirman, dan Plaza Pondok Indah 2. Letaknya menghadap gedung Bank Citibank. PEPeNERO menyajikan makanan Italia dengan tetap mengusung cita rasa tradisional sesuai dengan resep warisan keluarga Italia, dan tentunya menggunakan bahan-bahan lokal dengan kualitas terbaik. Kisaran harga makanan pada restoran ini adalah antara 37.000 hingga 239.000 rupiah. Sedangkan untuk minuman berkisar pada harga 15.000 hingga 33.000 rupiah.

### 4.6.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

#### Area Resepsionis

Area resepsionis merupakan tempat pramusaji untuk menyambut dan mengantarkan pengunjung ke ruang makan. Furnitur yang ditempatkan berupa sebuah podium kecil untuk mencatat nama dan jumlah pengunjung saat terjadi antrian, selain itu sebuah papan yang memaparkan menu makanan juga ditempatkan. Podium kecil menggunakan material kayu *dark mahogany*. Spot light yang menyorot menu berfungsi sebagai *task lighting* yang memungkinkan para pengunjung membaca menu tersebut.

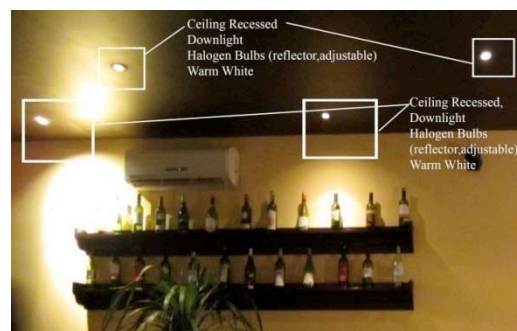


**Gambar 4. 24** Area Resepsionis PEPeNERO

Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### Area Ruang Makan Sayap Kiri

Area ruang makan sayap kiri dapat mengakomodir  $\pm$  25 orang. Area ini terdiri dari dua set meja dengan sofa dan 3 set meja dengan kursi kayu. Sofa yang digunakan menggunakan pelapis warna hitam, sedangkan kursi kayu berwarna coklat gelap.



**Gambar 4. 25** Area Ruang Makan Sayap Kiri

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pencahayaan umum pada area ini menggunakan lampu yang ditanam di langit-langit (*recessed lighting*). Pencahayaan aksen ditempatkan untuk menyorot hiasan dinding berupa botol-botol wine.

#### Area Ruang Makan Sayap Kanan

Pencahayaan umum pada area ini menggunakan lampu yang ditanam di langit-langit (*recessed lighting*) serupa dengan yang digunakan di area sayap kiri. *Effect lighting* diterapkan menyorot suatu bidang dimana tekstur dari permukaan menjadi lebih menarik.

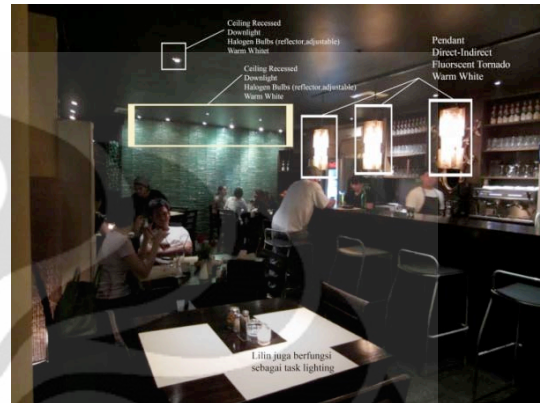
Pada area bar pencahayaan umum digunakan juga dengan metode lampu yang ditanam. Selain itu pencahayaan dekoratif berupa lampu yang digantung membuat area ini lebih menarik perhatian mata.

#### Kasir

Meja kasir menggunakan material kayu berwarna coklat. Pada bagian belakang area kasir diletakan pajangan berupa kaca sebagai aksen. Area kasir berada di sisi sayap kiri. Pencahayaan aksen digunakan untuk membuat furnitur berupa kaca menjadi lebih atraktif. Di area ini ditempatkan 2 unit pencahayaan dekoratif dan sebuah lampu yang berfungsi sebagai *task lighting*.

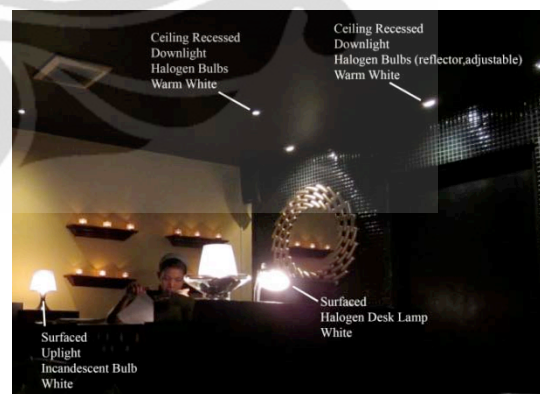
#### 4.6.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 6** Hasil Kuesioner Pengunjung Starbucks



**Gambar 4. 26** Area Ruang Makan Sayap Kanan

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 4. 27** Area Kasir PEPeNERO

Sumber: Dokumentasi Pribadi

	<b>PEPeNERO Cucina Italia</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>0%</b>
	21-30 tahun	<b>40%</b>
	31-50 tahun	<b>50%</b>
	>51 tahun	<b>10%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>10%</b>
	Salah	<b>90%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>50%</b>
	Rileks	<b>50%</b>
	Efisien	<b>0%</b>
	Lain-Lain	<b>0%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>30%</b>
	Ideal	<b>70%</b>
	Terlalu Terang	<b>0%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>20%</b>
	Terlihat Biasa	<b>40%</b>
	Tidak	<b>40%</b>

#### 4.6.4. Analisis



**Gambar 4. 28** Ilustrasi Hasil Pengukuran PEPeNERO (Dalam Satuan Lux)

Restoran PEPeNERO menggunakan warna hitam sebagai warna yang dominan baik untuk eksterior maupun interiornya. Hal ini berawal dari nama restoran ini, dimana “*Nero*” merupakan salah satu kata dalam bahasa Italia yang berarti hitam. Pada interiornya, warna hitam dipilih sebagai warna dari lantai, langit-langit, dan juga sebagian besar furniturnya.

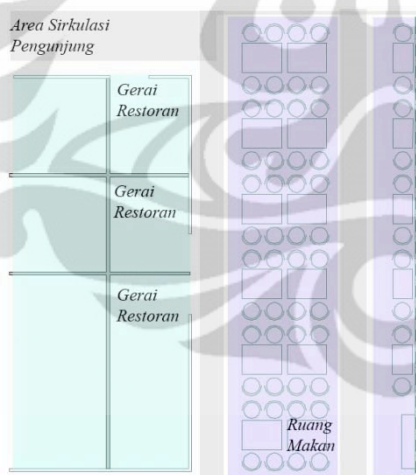
Rata-rata iluminasi di area ruang makan 29.8 lux tidak mencapai standar minimum. Berdasarkan dasar teori, nilai minimal intensitas pencahayaan bagi restoran dengan target suasana intim dan romantic adalah 50 lux. Warna hitam yang sangat dominan digunakan di PEPeNERO melambangkan keeksklusifitasan, futuristik, dan keberanian. Penggunaan banyak spot lighting sesuai dengan teori pencahayaan berdasarkan usia di *Philips Lighting Manual*, yaitu usia dewasa. Hal ini selaras dengan pengunjung

PEPeNERO yang rata-rata adalah usia dewasa.

Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat kurang enak karena pencahayaannya dirasa terlalu gelap, hal ini disiasati dengan penempatan lilin di setiap. Penggunaan lilin membuat makanan terlihat agak kuning. Nilai CRI untuk lampu yang digunakan sebagai pencahayaan umum adalah 55. Nilai ini masuk ke dalam kategori cukup. Seluruh responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi PEPeNERO menaikan status sosialnya. Beberapa alasannya antara lain, lokasi PEPeNERO terletak di Pondok Indah yang terkenal sebagai kawasan elite, mayoritas pengunjung PEPeNERO adalah kaum ekspatriat, selain itu tampakan PEPeNERO dengan tingkat pencahayaan yang rendah mencitrakan keekklusifitasan

#### 4.7. Food Court ITC Fatmawati

##### 4.7.1. Deskripsi Food Court ITC Fatmawati

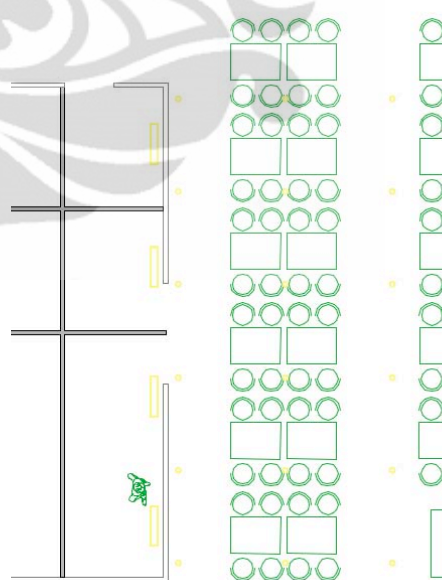


**Gambar 4. 30** Ilustrasi Zoning Food Court ITC Fatmawati

Sumber: Dokumentasi Pribadi

perbelanjaan di kawasan Jakarta Selatan. Food Court ITC Fatmawati menyediakan aneka makanan tradisional Indonesia dengan kisaran harga makanan

ITC Fatmawati terletak di lantai 3, didirikan pada tahun 2002. ITC Fatmawati merupakan salah satu pusat



**Gambar 4. 29** Ilustrasi Titik Peletakan Lampu Food Court ITC Fatmawati

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Rp 10.000 – Rp 22.000 dan minuman Rp 2.000 – Rp 12.000. Food court ini terletak di lantai 3, tidak terdapat adanya bukaan sehingga sepanjang hari restoran ini mengandalkan pencahayaan buatan.

#### 4.7.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

##### Gerai Restoran

Food Court ITC Fatmawati menawarkan banyak variasi makanan. Pada bagian atas gerai tertulis nama restoran dan logonya. Logo dan nama restoran memancarkan cahaya karena didalamnya ditempatkan lampu TL. Tiap gerai juga dilengkapi area kasir untuk melakukan transaksi pembayaran, dan juga dapur untuk menyiapkan makanan. Pencahayaan umum pada tiap gerai menggunakan lampu TL dengan warna putih.



**Gambar 4. 31** Interior Ruang Makan Food Court ITC Fatmawati

Sumber: Dokumentasi Pribadi

##### Ruang Makan



**Gambar 4. 32** Interior Ruang Makan Food Court ITC Fatmawati 2

Sumber: Dokumentasi Pribadi

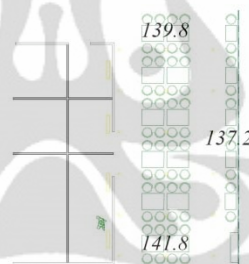
Pada food court ITC Fatmawati tidak dipisahkan antara area *non-smoking* dan *area smoking*. Jenis kursi yang digunakan adalah kursi berbentuk dengan dudukan berbentuk lingkaran yang terbuat dari kayu. Kaki kursi menggunakan logam yang dilapisi warna oranye. Pencahayaan umum pada area ini menggunakan lampu CFL yang ditanam di langit-langit. Tidak terdapat adanya pencahayaan aksent maupun atmosferik di ruangan ini

#### 4.7.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 7** Hasil Kuesioner Pengunjung Food Court ITC Fatmawati

	<b>Food Court ITC Fatmawati</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>30%</b>
	21-30 tahun	<b>30%</b>
	31-50 tahun	<b>20%</b>
	>51 tahun	<b>20%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>20%</b>
	Salah	<b>80%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>0%</b>
	Rileks	<b>0%</b>
	Efisien	<b>80%</b>
	Lain-Lain	<b>20%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>0%</b>
	Ideal	<b>100%</b>
	Terlalu Terang	<b>0%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>0%</b>
	Terlihat Biasa	<b>100%</b>
	Tidak	<b>0%</b>

#### 4.7.4. Analisis

**Gambar 4. 33** Ilustrasi Hasil Pengukuran Food Court ITC Fatmawati (Dalam Satuan Lux)

Warna yang terasa dominan di ruang ini adalah warna putih. Hal ini disebabkan pemilihan warna langit-langit dan lantai ubin adalah putih. Warna lampu yang digunakan sebagai pencahayaan umum adalah putih sehingga menjadikan warna putih semakin menonjol. Sedangkan warna kuning dari meja makan dan gerai makanan menjadi warna aksen. Untuk warna furniture sendiri tidak berada di dalam lingkaran warna senada. Rata-rata iluminasi di area ruang makan 139,6 lux sudah mencapai standar minimum. Warna putih yang dipilih melambangkan kebersihan, kejernihan, dan kemurnian. Warna ini juga memberikan pengunjung perasaan lebih lapang, namun karena kepadatan susunan meja dan banyaknya pengunjung, hal ini menjadi sulit terproyeksikan. Rata-rata usia pengunjung cukup merata. Hasil wawancara

menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat biasa. Nilai CRI mencapai 60, dan masuk kedalam kategori baik. Seluruh responden tidak merasa dengan mengunjungi Food Court ITC tidak menaikkan status sosialnya.

#### 4.8. Food Louver Grand Indonesia

##### 4.8.1. Deskripsi Food Louver Grand Indonesia

Food Louver merupakan area *food court* di Grand Indonesia Shopping Town yang didirikan pada tahun 2007. Food Louver terletak di Mall Grand Indonesia, 3<sup>rd</sup> Fr East Mall. Food Louver menyediakan aneka gerai makanan mulai dari makanan tradisional Indonesia, Cina, Jepang, Italia, dsb. Harga dari makanan di Food Louver variatif bergantung pada gerai masing-masing yaitu antara Rp 23.000 – Rp 180.000, sedangkan untuk minuman kisaran antara Rp 6.000 – Rp 27.000.

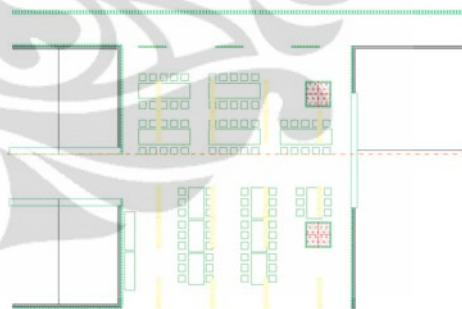


**Gambar 4. 34** Food Louver Grand Indonesia

Sumber: Dokumentasi Pribadi

##### 4.8.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

Food Louver dapat diakses baik dari West Mall maupun East Mall. Food Louver berperan sebagai jembatan penghubung keduanya. Area dalam restoran ini terbagi menjadi beberapa bagian:

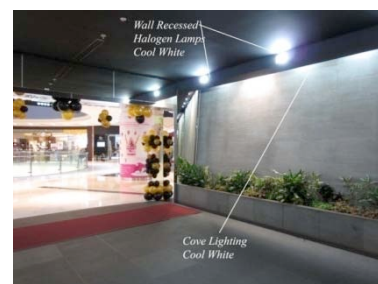


**Gambar 4. 35** Ilustrasi Titik Peletakan Lampu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

##### Foyer

Area foyer berupa pelataran yang dihiasi kucuran air di sisi-sisi temboknya. Foyer berfungsi untuk menyambut pengunjung yang datang ke area food louver. Tidak terdapat



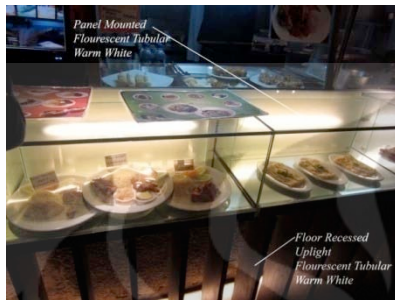
**Gambar 4. 36** Foyer Food Louver

Sumber: Dokumentasi Pribadi

**Universitas Indonesia**

adanya resepsionis di food louver, sehingga pengunjung langsung memilih tempat duduk dan gerai restoran yang ingin mereka kunjungi. Dinding foyer menggunakan material batu, dengan dihiasi tanaman hijau.

### Gerai Restoran



**Gambar 4.38** Display Makanan Food Louver

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 4.37** Contoh Tipe Interior Food Louver

Sumber: Dokumentasi Pribadi

digunakan lampu fluorescent tubular yang disembunyikan dibalik plat kaca susu. Dengan penggunaan kaca susu menjadikan pengunjung tidak silau ketika melihat display. Sebagian besar restoran menggunakan imitasi contoh makanan yang warnanya ketika terkena cahaya sungguh menggugah selera.

### Ruang Makan

Terdapat beberapa area ruang makan di food court ini, tersedia area *non-smoking* dan juga *area smoking*.

Food Louver menawarkan banyak variasi makanan. Pada bagian atas gerai tertulis nama restoran dan logonya. Tiap gerai memiliki area display makanan maupun minuman yang terbuat dari material kaca. Sedangkan untuk material yang digunakan untuk menghias gerai variatif, mulai dari kayu, bambu, maupun lempengan kaca. Selain area display, tiap gerai juga memiliki area kasir untuk melakukan transaksi pembayaran, dan juga dapur untuk menyiapkan makanan. Pencahayaan umum pada tiap gerai menggunakan lampu fluorescent tornado dengan warna putih. Sedangkan untuk pencahayaan aksesoris yang ditempatkan pada display contoh makanan



**Gambar 4.39** Suasana pada Jam Makan Malam

Sumber: Dokumentasi Pribadi



Pembahasan akan dilakukan di area ruang makan dengan plat kayu yang ditempatkan baik sebagai pelapis dinding maupun langit-langit. Jenis kursi yang digunakan adalah kursi berbentuk balok tanpa sandaran. Baik kursi maupun meja makan menggunakan warna tipikal rancangan yang sama dengan interior plat-plat kayu. Pencahayaan umum pada area ini menggunakan lampu *fluorscent tubular* yang digantung. Tiap lampu fluorscent ditempatkan pada suatu casing yang senada dengan warna interior yaitu coklat tua kayu. Lampu fluorscent digantung dengan jarak 60 cm dari langit-langit. Pembatas area ruang makan dengan area sirkulasi berupa partisi dengan penempatan spot light di antara plat satu dengan yang lainnya. Pengadaan cahaya di partisi ini juga berfungsi sebagai pencahayaan atmosferik.

#### 4.8.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 8** Hasil Kuesioner Pengunjung Food Louver

	<b>Food Louver</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>40%</b>
	21-30 tahun	<b>30%</b>
	31-50 tahun	<b>10%</b>
	>51 tahun	<b>20%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>10%</b>
	Salah	<b>90%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>50%</b>
	Rileks	<b>50%</b>
	Efisien	<b>0%</b>
	Lain-Lain	<b>0%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>20%</b>
	Ideal	<b>80%</b>
	Terlalu Terang	<b>0%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>60%</b>
	Terlihat Biasa	<b>40%</b>
	Tidak	<b>0%</b>

#### 4.8.4. Analisis

Terdapat 3 jenis warna yang digunakan di Food Louver. Sebagian besar area menggunakan warna-warna natural yang bertemakan kayu, seperti coklat muda dan coklat tua tentunya dengan tekstur kayu. Sedangkan sisanya menggunakan warna putih dengan aksan berupa hiasan plastik menyerupai

tanaman rambat berwarna hijau. Rata-rata iluminasi di area ruang makan 83.2 lux hampir mencapai standar minimum. Target market Food Louver adalah kalangan menengah atas, sehingga konsep food court



**Gambar 4. 40** Ilustrasi Hasil Pengukuran Food Louver(Dalam Satuan Lux)

Suasana interior dengan dominasi warna coklat memberikan rasa kehangatan sehingga dapat menciptakan perasaan intim dan santai. Banyaknya penggunaan spotlight sesuai dengan teori pencahayaan bagi usia dewasa. Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak. Nilai CRI dari pencahayaan umum yang digunakan adalah 55. Nilai ini masuk kedalam kategori cukup baik. 50% Responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Food Louver menaikkan status sosialnya. Beberapa alasannya antara lain, lokasi Food Louver terletak di Grand Indonesia yang terkenal sebagai kawasan perbelanjaan elite. 50% responden tidak merasa dengan mengunjungi Food Louver menaikkan status sosialnya.

Dibandingkan dengan preseden sebelumnya dengan kategori yang sama yaitu Food Court, terlihat perbedaan sistem pencahayaan antara Food Court ITC Fatmawati dan Food Louver. Pada Food Louver system pencahayaan atmosferik dan aksent diterapkan, sedangkan pada Food Court ITC berfokus pada pencahayaan umumnya saja. Pada Food Louver elemen rumah lampu dirancang sedemikian rupa sehingga terjadi benang merah antara konsep interior dan elemen lampu.

Elemen arsitektur dalam hal ini kolom disembunyikan dengan cara yang menarik, yaitu dengan diberikan lapisan kayu-kayu penutup dan kemudian diberikan efek pencahayaan. Alur pergerakan dari pengunjung sudah dirasa cukup baik sehingga ketika terjadi antrian tidak mengganggu alur gerak

yang lain. Program ruang sudah cukup lengkap.

## 4.9. Tamani Grill

### 4.9.1. Deskripsi Tamani Kafe Grill

Tamani Kafe Grill restoran keluarga yang terletak di kawasan Cinere.

Tamani Kafe Grill didirikan pada tahun 2011. Tamani Grill adalah salah satu varian dari restoran Tamani Kafe. Perbedaannya terletak pada menu yang disajikan, dimana Tamani Grill merupakan

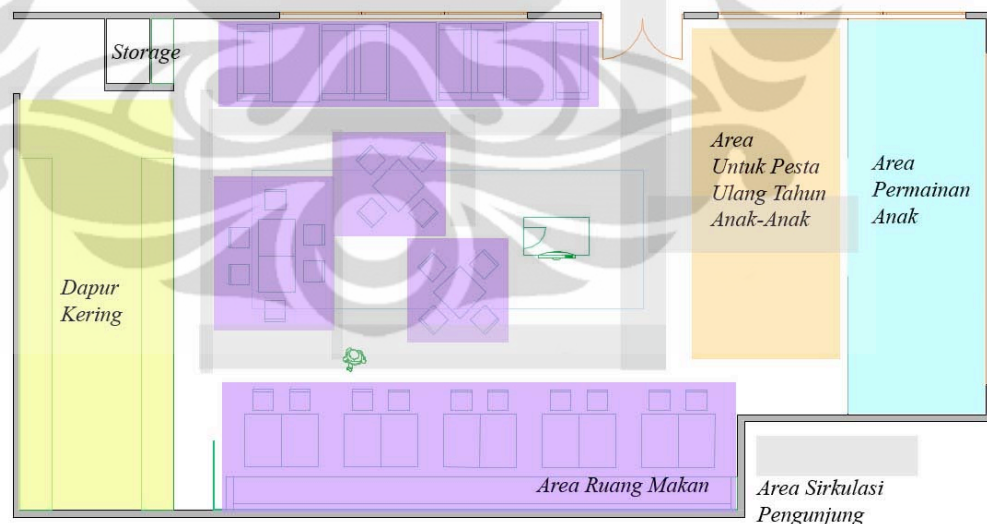


**Gambar 4. 41** Eksterior Tamani Kafe Grill

spesialis olahan daging panggang.

Sumber: Dokumentasi Pribadi

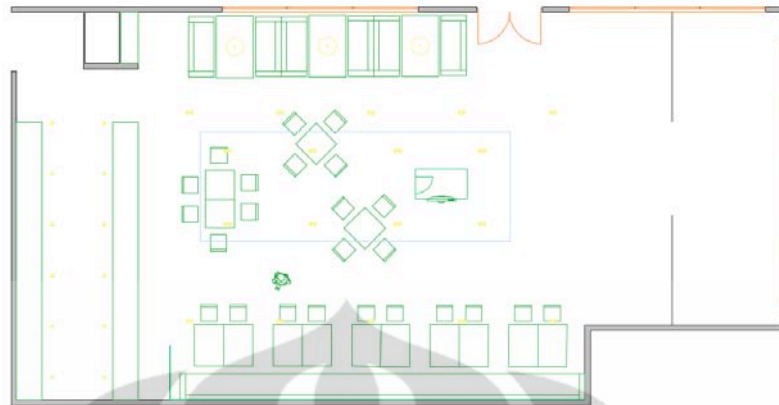
Tamani Grill sendiri mengusung konsep restoran keluarga dimana anak-anak dapat menghabiskan waktu di area permainan. Kisaran harga makanan di Tamani Kafe antara Rp 37.000 – Rp 137.000, sedangkan untuk minumannya berkisar antara Rp 9.000 – Rp 22.000.



**Gambar 4. 42** Ilustrasi Zoning Tamani Kafe Grill

Sumber: Dokumentasi Pribadi

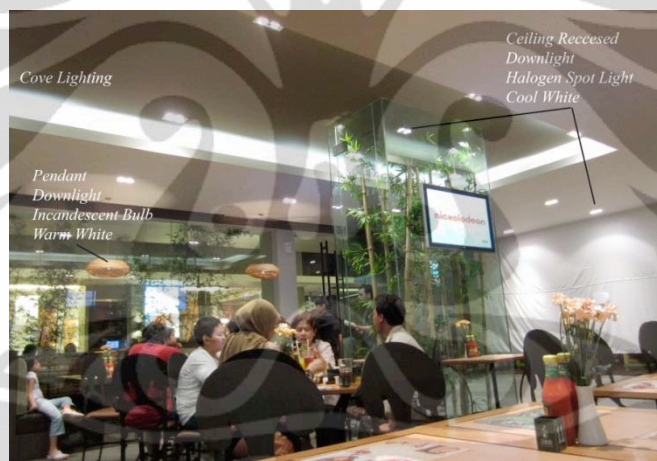
### 4.9.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan



**Gambar 4. 43** Ilustrasi Titik Peletakan Lampu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### Area Ruang Makan



**Gambar 4. 44** Interior Ruang Makan Tamani Kafe Grill

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Pada Tamani Grill tidak terdapat adanya area resepsionis khusus. Pramusaji menunggu di depan pintu untuk menyambut dan langsung menghantar tamu ke meja masing-masing. Area ruang makan dapat menampung  $\pm 46$  pengunjung.

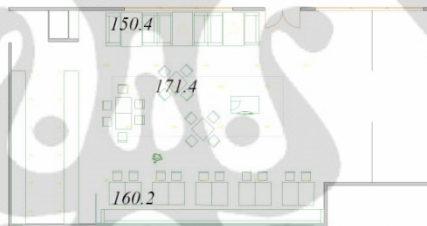
### 4.9.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 9** Hasil Kuesioner Pengunjung Tamani Grill

	<b>Tamani Grill</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>10%</b>

	21-30 tahun 31-50 tahun >51 tahun	40% 30% 20%
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar Salah	10% 90%
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis Rileks Efisien Lain-Lain	0% 80% 0% 20%
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap Ideal Terlalu Terang	0% 100% 0%
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya Terlihat Biasa Tidak	80% 20% 0%

#### 4.9.4. Analisis



**Gambar 4. 45** Ilustrasi Hasil Pengukuran Tamani Kafe Grill(Dalam Satuan Lux)

Restoran Tamani Grill menggunakan warna putih dan abu-abu sebagai warna yang dominan baik untuk eksterior maupun interiornya. Pada interiornya, warna hitam dipilih sebagai warna dari lantai, langit-langit, dan juga sebagian besar furniturnya.

Rata-rata iluminasi di area ruang makan 152.9 lux telah mencapai standar.

CRI dari lampu spotlight LED cool white bernilai  $\pm > 85$ . Nilai ini sudah masuk ke dalam kategori *excellent* atau sangat baik. Hal ini sesuai dengan tanggapan dari 80% pengunjung yang merasa makanan



**Gambar 4. 46** Area *Open Kitchen*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

tampak lebih enak dibawah lampu. Tamani Kafe Grill telah menerapkan rekomendasi dari IESNA tentang betapa pentingnya penampilan warna senyata mungkin di ruang makan.

Warna putih yang dipilih melambangkan kebersihan, kejernihan, dan kemurnian. Warna ini juga memberikan pengunjung perasaan lebih lapang. Walaupun bertujuan sebagai restoran keluarga, Tamani Grill tidak menggunakan dekorasi dari elemen-elemen yang terlihat seperti mainan, binatang dan dunia fantasi seperti yang tertuang pada dasar teori. Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak. Seluruh responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Tamani Grill menaikkan status sosialnya. Beberapa alasannya antara lain, Tamani Grill masuk ke dalam kategori restoran baru di kawasan Cinere. Di sepanjang Jalan Cinere Raya hanya Tamani Grill yang menargetkan kelas menengah dan menengah ke atas sebagai target pasar.

Fungsi dan bentuk dari Tamani Grill menggambarkan suatu penerapan baik estetika maupun fungsionalnya. Eksterior yang mencitrakan suatu perasaan modern tetap dapat memancarkan kehangatan. Program ruang makan, dibedakan menjadi dalam ruangan dan luar ruangan, hal ini berfungsi untuk mengakomodasi pengunjung yang merokok.

## 4.10. Hanamasa

### 4.10.1. Deskripsi Hanamasa

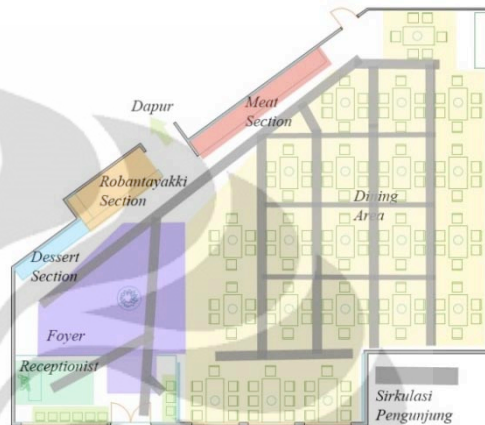


**Gambar 4. 48** Tampak Luar Hanamasa

Sumber: Dokumentasi Pribadi dan yakiniku. Hanamasa Restaurant di Indonesia merupakan usaha Francise dengan Hanamasa Restaurant di Jepang. Restoran Hanamasa

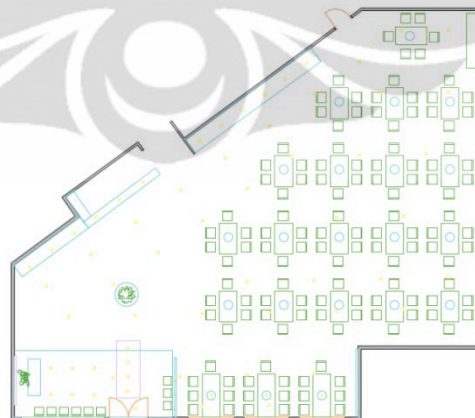
pertama terletak di Jl. Mahakam, Kebayoran Baru, Jakarta. Hanamasa Poins Square Lebak Bulus berdiri pada tahun 2002. Hidangan utama Hanamasa berupa daging, sea food dan sayuran segar. Pengunjung bebas mengambil daging dan sajian lainnya sepuasnya. Setiap meja dilengkapi dengan panggangan untuk membuat yakiniku dan *hot pot* untuk merebus shabu-shabu.

Hanamasa adalah restoran A La Carte yang menyediakan jenis makanan shabu-shabu



**Gambar 4. 47** Ilustrasi Zoning Hanamasa

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 4. 49** Ilustrasi Peletakan Titik Lampu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 4.10.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

## Area Resepsionis & Foyer



**Gambar 4. 50** Interior Foyer Hanamasa

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Area resepsionis merupakan tempat pramusaji menyambut tamu yang datang. Penyambutan pertama kali terjadi di sini, pramusaji akan menanyakan jumlah pengunjung dan kemudian menempatkan mereka di meja makan. Ketika kapasitas area ruang makan penuh, di area ini juga terdapat sederet kursi tunggu. *Drop ceiling* ditempatkan membujur mulai dari pintu masuk sampai foyer. Pada *drop ceiling*, *cove lighting* dan lampu halogen yang ditanam ditempatkan sebagai *atmospheric* dan *accent lighting*.

## Area Ruang Makan

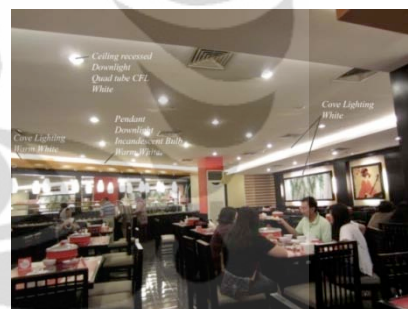
Pada area ruang makan terdapat jajaran meja makan lengkap dengan pangangan dan panci rebusan pada setiap unitnya.



**Gambar 4. 51** Area Buffet Makanan Pencuci Mulut

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pencahayaan umum yang digunakan di area ini berupa



**Gambar 4. 52** Area Ruang Makan Hanamasa

Sumber: Dokumentasi Pribadi

lampu CFL yang ditanam di langit-langit. Pencahayaan atmosferik menggunakan *cove lighting* baik di sepanjang garis langit-langit maupun di balik lukisan. Terdapat perbedaan warna pada *cove lighting*, yaitu *white* dan *warm white*.

## Area Robotayakki dan Buffet



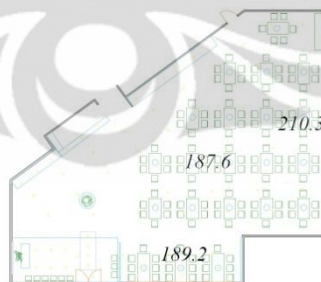
Diatas area buffet ditempatkan pencahayaan aksen yang berfungsi untuk memperjelas makanan yang disajikan. Pencahayaan aksen menggunakan lampu hias gantung berwarna putih.

#### 4.10.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 10** Hasil Kuesioner Pengunjung Hanamasa

	<b>Hanamasa</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>0%</b>
	21-30 tahun	<b>40%</b>
	31-50 tahun	<b>60%</b>
	>51 tahun	<b>0%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>0%</b>
	Salah	<b>100%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>0%</b>
	Rileks	<b>40%</b>
	Efisien	<b>40%</b>
	Lain-Lain	<b>20%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>0%</b>
	Ideal	<b>60%</b>
	Terlalu Terang	<b>40%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>50%</b>
	Terlihat Biasa	<b>0%</b>
	Tidak	<b>50%</b>

#### 4.10.4. Analisis



**Gambar 4. 53** Ilustrasi Hasil Pengukuran Hanamasa(Dalam Satuan Lux)

Warna yang dominan digunakan di Hanamasa adalah Hanamasa menggunakan aksen berwarna merah, sesuai dengan warna yang digunakan pada logo. Merah dapat diasosiasikan dengan keberanian dan warna yang cepat menarik perhatian seseorang. Iluminasi rata-rata di ruang makan Restoran Hanamasa adalah 195.7 lux. Nilai ini mencapai standar minimum

iluminasi menurut Philips. Penggunaan warna putih sebagai warna yang dominan, sedangkan warna merah digunakan sebagai aksent.

Hasil wawancara menyatakan bahwa beberapa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak di buffet, dibandingkan ketika sudah dibawa ke meja masing-masing.



**Gambar 4. 54** Area Buffet Daging

Sumber: Dokumentasi Pribadi

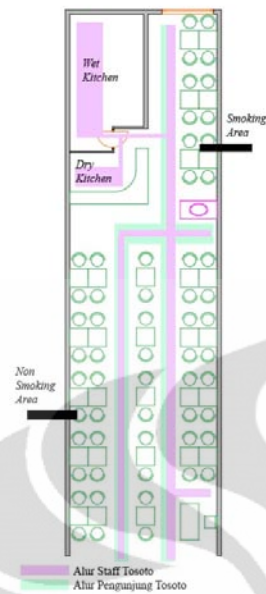
Hal ini dapat diakibatkan bahwa nilai CRI lampu yang digunakan diatas area buffet lebih baik dibandingkan warna pencahayaan umum yang digunakan di area ruang makan. 75% responden mengemukakan bahwa status sosial mereka naik dengan mereka mengunjungi Hanamasa. Suasana interior dengan banyak pencahayaan atmosferik

Program ruang yang terdapat di Hanamasa sudah lengkap, bahkan ia dilengkapi dengan ruang tunggu pengunjung. Hanamasa juga mengambil gaya modern dengan memberikan sentuhan yang menggambarkan negara asalnya yaitu Jepang. Namun disini ia tidak menerapkan tata cara maupun ritual-ritual dari Jepang. Suasana ruang terasa lapang, nyaman, dan bersih.

## 4.11. Tosoto

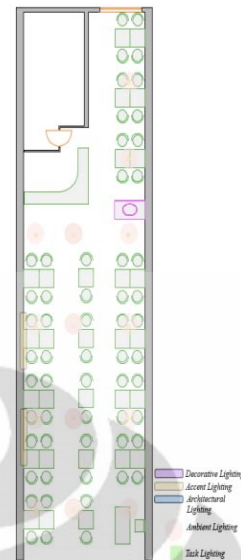
### 4.11.1. Deskripsi Tosoto

Restoran Tosoto adalah salah satu restoran yang berada di kawasan food court Mall Cinere, namun restoran ini memiliki gerai tersendiri dan tempat duduk yang dikhususkan bagi para pengunjungnya. Restoran ini menyajikan makanan Indonesia, dengan menu andalan soto Madura. Kisaran harga makanan pada restoran ini adalah antara 10.000 hingga 23.000 rupiah. Sedangkan untuk minuman berkisar pada harga 1.500 hingga 12.000 rupiah.



**Gambar 4. 55** Ilustrasi Zoning Tosoto

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 4. 56** Ilustrasi Peletakan Titik Lampu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 4.11.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan

Restoran Tosoto terdiri dari ruang makan, dapur. Secara garis besar ruang makan lantai 1 dibagi menjadi 2 bagian, yaitu sayap kiri dan sayap kanan. Sayap kiri digunakan sebagai area *non-smoking*, pada area ini juga terdapat kasir. Sayap kanan digunakan sebagai area *smoking*, selain itu juga terdapat mini bar yang dapat menyediakan 5 tempat duduk. Sayap kiri dan kanan dipisahkan dengan tangga yang menghubungkan ke area ruang makan lantai 2. Restoran Tosoto sepenuhnya menggunakan pencahayaan buatan untuk mendukung seluruh aktifitas di dalam toko tersebut. Walaupun terdapat 1 bukaan yang mengarah ke luar ruangan, cahaya yang



**Gambar 4. 57** Interior Tosoto

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Walaupun terdapat 1 bukaan yang mengarah ke luar ruangan, cahaya yang

dihasilkan tetap dirasa kurang mencukupi sehingga di siang hari pun tetap dinyalakan seluruh lampu yang ada. Area dalam restoran ini terbagi menjadi beberapa bagian:

#### Ruang Makan

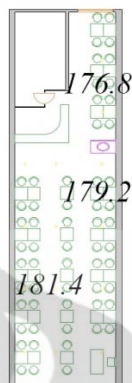
Restoran Tosoto tidak memiliki area khusus sebagai resepsionis. Pramusaji berdiri di depan gerai Tosoto untuk menyambut tamu yang datang langsung ke area ruang makan. Area ruang makan terbagi menjadi wilayah. Wilayah depan berfungsi sebagai area ruang makan *non-smoking* dan area dalam menjadi area *smoking*. Kursi yang digunakan berwarna hijau selaras dengan warna mejanya yaitu hijau dengan list kuning. Area tembok ruang makan menggunakan material mengkilap yang banyak memantulkan cahaya. Pencahayaan umum pada area ini menggunakan lampu CFL yang ditanam di langit-langit dengan cahaya yang dipilih berwarna putih (*halogen recessed*). Pada tembok bagian kiri ditempatkan akuarium yang dihiasi pencahayaan aksent dengan nuansa warna biru. Pada area ruang makan *smoking*, digunakan pencahayaan atmosferik berupa *cove lighting*

#### 4.11.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 11** Hasil Kuesioner Pengunjung Tosoto

	<b>Tosoto</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>20%</b>
	21-30 tahun	<b>40%</b>
	31-50 tahun	<b>40%</b>
	>51 tahun	<b>0%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>0%</b>
	Salah	<b>100%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>0%</b>
	Rileks	<b>20%</b>
	Efisien	<b>70%</b>
	Lain-Lain	<b>10%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>0%</b>
	Ideal	<b>100%</b>
	Terlalu Terang	<b>0%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>10%</b>
	Terlihat Biasa	<b>70%</b>
	Tidak	<b>20%</b>

#### 4.11.4. Analisis



**Gambar 4. 58** Ilustrasi Hasil Pengukuran Tosoto(Dalam Satuan Lux)

Warna yang dominan digunakan pada interior Tosoto adalah warna hijau dan kuning, serta pencahayaan aksen menggunakan warna biru. Warna kuning dan hijau digunakan berselang seling. Rata-rata iluminasi di area ruang makan 179.13 lux sudah mencapai standar minimum. Pencahayaan umum yang digunakan. Hasil kuisisioner suasana intim dihubungkan dengan warna hita. Usia dewasa = spot highlighting, romantik. Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung tidak merasa pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak maupun kurang enak. 75% Responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Tosoto tidak menaikkan status sosialnya. Hal ini disebabkan karena mereka menganggap harga makanan Tosoto tidak terlalu mahal dan interior Tosoto dirasa kurang eksklusif, pemilihan warna yang “norak”. Sedangkan 25% menganggap mengunjungi Tosoto menaikkan status sosialnya. Hal ini disebabkan dengan letak Tosoto di dalam Mall yang identik dengan kemewahan. Elemen arsitektural yang paling saya rasakan menonjol adalah elemen dinding dan langit-langit. Dimana penggunaan warna yang sama dengan pola yang berbeda.

## 4.12. Paulaner Brauhaus

### 4.12.1. Deskripsi Paulaner Brauhaus

Paulaner Brauhaus adalah salah satu restoran Jerman di Jakarta. Spesialisasi Paulaner Brauhaus adalah menyajikan makanan khas Jerman dengan minuman

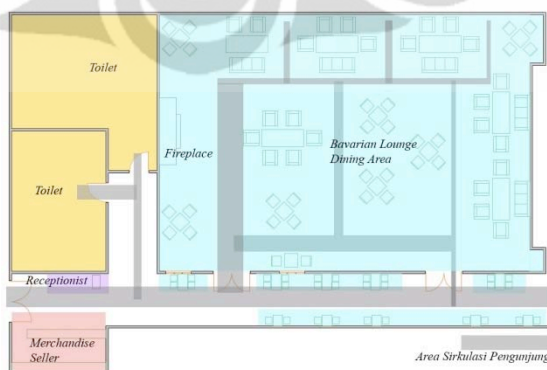
favorit bir. Interior dirancang menyerupai suasana rumah bir di Jerman, pramusaji pun menggunakan kostum wanita tradisional Jerman.

Paulaner Brauhaus pertama didirikan di Munich, Jerman dan kini telah memiliki cabang di berbagai negara seperti Shanghai, Singapura, Cape Town, Indonesia, dsb. Total kapasitas dari Paulaner Brauhaus mencapai 350 orang. Pintu masuk utama adalah daerah-off drop samping Kempinski Private Residences Jakarta. Sebuah pintu samping juga dapat diakses dari area East Mall, di samping Kemping Deli. Pembahasan tata cahaya interior akan difokuskan pada area ruang makan privatnya. Kisaran harga makanan di Paulaner Brauhaus adalah antara 90.000 hingga 340.000 rupiah. Harga minuman berkisar pada harga 40.000 hingga 60.000 rupiah, untuk minuman beralkohol kisaran harga 120.000 hingga 5.000.000 rupiah.



**Gambar 4. 59** Pintu Masuk Samping Paulaner Brauhaus

Sumber: Dokumentasi Pribadi



**Gambar 4. 60** Ilustrasi Zoning Paulaner Brauhaus

Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 4.12.2. Organisasi Ruang & Sistem Pencahayaan



**Gambar 4. 61** Ilustrasi Titik Peletakan Lampu

Sumber: Dokumentasi Pribadi

##### Area Resepsionis

Memasuki restoran ini, pengunjung akan disambut dengan bagian penerimaan tamu yang akan mengatur alokasi meja dan mengantar pengunjung ke meja makan. Pencahayaan aksen berupa lampu sorot digunakan untuk menyinari podium.



**Gambar 4. 62** Interior Paulaner Brauhaus

Sumber: Dokumentasi Pribadi

##### Ruang Makan

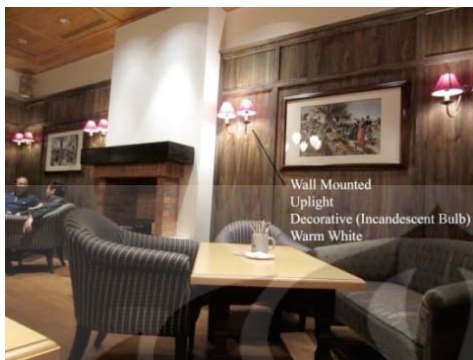


**Gambar 4. 63** Interior Bavarian Lounge

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Ruang makan terbagi menjadi dua area, yaitu area umum dan area privat. Ruang makan umum menggunakan berbagai jenis tempat duduk, mulai dari kursi, sofa-sofa, dan juga bangku-bangku kayu. Lantainya menggunakan kayu *dark parquet*, nuansa seperti berada di Jerman ingin ditampilkan oleh restoran ini. Lukisan-lukisan mengenai sejarah pembuatan minuman keras di Jerman banyak dipasang sebagai hiasan dinding, hal ini bertujuan untuk menambah nuansa rumah minum tua. Setiap meja makan

dihiasi dengan lampu pendant. Area makan privat memiliki kapasitas 30 kursi. Area privat ini dinamakan *Bavarian Lounge*, area ini dipisahkan dengan partisi



**Gambar 4. 64** Interior Bavarian Lounge 2

Sumber: Dokumentasi Pribadi

yang dapat dipindahkan. *Bavarian Lounge* adalah tempat sempurna untuk mengadakan pertemuan dengan suasana lingkungan yang lebih privat. Lounge ini dilengkapi dengan sofa yang nyaman. Pencahayaan umum pada ruang ini menggunakan 2 buah lampu gantung.

Lampu gantung memancarkan cahaya putih hangat. Selain lampu gantung, pencahayaan ruangan ini dibantu oleh lampu hias dengan kap yang ditempatkan di permukaan dinding dengan warna cahaya *warm white*. Pada langit-langit terdapat unit-unit lampu halogen spotlight, namun lampu-lampu ini tidak dinyalakan.

#### 4.12.3. Hasil Kuesioner

**Tabel 4. 12** Hasil Kuesioner Pengunjung Paulaner Brauhaus

	<b>Paulaner Brauhaus</b>	
<b>Usia Pengunjung</b>	15-20 tahun	<b>0%</b>
	21-30 tahun	<b>30%</b>
	31-50 tahun	<b>50%</b>
	>51 tahun	<b>20%</b>
<b>Memperkiraan Biaya yang Harus Dikeluarkan</b>	Benar	<b>0%</b>
	Salah	<b>100%</b>
<b>Suasana yang Dirasakan</b>	Romantis	<b>60%</b>
	Rileks	<b>40%</b>
	Efisien	<b>0%</b>
	Lain-Lain	<b>0%</b>
<b>Intensitas Cahaya yang Dirasakan</b>	Gelap	<b>0%</b>
	Ideal	<b>100%</b>
	Terlalu Terang	<b>0%</b>
<b>Makanan Tampak Lebih Enak dengan Pencahayaan Buatan yang Ada</b>	Ya	<b>80%</b>
	Terlihat Biasa	<b>10%</b>
	Tidak	<b>10%</b>

#### 4.12.4. Analisis



Rata-rata iluminasi di area ruang makan 51.8 lux tidak mencapai standar minimum. Hasil kuisioner suasana intim dihubungkan dengan warna coklat. Penggunaan banyak spotlighting sesuai dengan teori pencahayaan berdasarkan usai yaitu usia dewasa. Hasil wawancara menyatakan bahwa pengunjung merasa penggunaan pencahayaan membuat makanan terlihat lebih enak. Nilai CRI mencapai 75 masuk kekategori sempurna. Seluruh responden mengemukakan bahwa mereka merasa dengan mengunjungi Paulaner Brauhaus menaikkan status sosialnya. Beberapa alasannya antara lain untuk mendapatkan meja di Paulaner Brauhaus, dibutuhkan reservasi minimal satu hari sebelum hari yang diinginkan, mayoritas pengunjung Paulaner adalah kaum ekspatriat.

Elemen arsitektural dari Paulaner Brauhaus mengambil banyak elemen dari Jerman, tentunya dengan penyesuaian berkaitan dengan material yang ada. Program ruang sudah dirasa lengkap dan dapat mengakomodir segala kegiatan dan kebutuhan pengunjung. Paulaner telah berhasil menjadi kontainer dari kegiatan. Elemen estetis sudah ditempatkan didalam interior bangunan. Ruangnya sendiri mengikuti lot yang sudah disediakan dari pihak Grand Indonesia.

## BAB 5

### KESIMPULAN

Nuansa yang dihadirkan melalui pencahayaan buatan pada suatu lembaga kuliner memegang peranan yang penting. Saya menarik kesimpulan bahwa pencahayaan buatan memegang peranan penting bagi kenyamanan pengunjung selama berada di restoran. Pencahayaan buatan terbukti dapat mempengaruhi *mood*, rupa makanan yang berkaitan dengan selera makan pengunjung, bahkan pengaruhnya terhadap status sosial seseorang.

Oleh karenanya, hal ini menjadi salah satu faktor untuk menarik perhatian pengunjung. Namun prioritas dari pemilik toko akan penggunaan pencahayaan menjadi berbeda-beda. Salah satunya hal ini dipengaruhi oleh target pasar dan jumlah pencahayaan yang dibutuhkan. Semakin tinggi kalangan yang dituju, konsep mengenai nuansa restoran dipikirkan dengan matang dan eksekusi yang terjadi semakin baik. Sedangkan ketika penjual menargetkan pengunjung dari kalangan bawah atau menengah, mereka memfokuskan pencahayaan kepada hal-hal yang fungsional.

Saya mendapati bahwa semakin banyak pencahayaan yang dipakai tidak menjamin suasana yang dihasilkan semakin baik dan menyenangkan. Berdasarkan hasil wawancara, pencahayaan yang rendah dengan tingkat iluminasi dibawah 50 lux menghasilkan perasaan romantis dan intim, seperti pada studi kasus PEPeNERO dan Paulaner. Tingkat pencahayaan yang rendah juga menghasilkan kesan eksklusif bagi tempat tersebut sehingga menjadikan pengunjung merasa sebagai tamu-tamu eksklusif. Hal ini dapat terealisasi karena pencahayaan dalam ruang sudah terancang dengan baik.

Faktor usia berperan penting dalam proses seseorang dalam menghayati pengalaman ruang. Pada pelanggan dengan usia tua fungsi penglihatan sudah semakin menurun, sehingga kondisi pencahayaan yang remang terasa gelap, dan pencahayaan terang terasa silau.

Pencahayaan yang tidak terlalu terang juga membuat pengunjung cenderung ingin berlama-lama di tempat tersebut. Namun kondisi ini dapat terjadi dengan mempertimbangkan elemen fisika bangunan selain pencahayaan, seperti

kenyamanan udara, tingkat kebisingan, bahkan aroma/bau. Sedangkan kebalikannya, pencahayaan yang cukup terang ( $\pm 100$  lux) memberikan kesan kurang eksklusif namun kesan efisien dalam arti pelayanan cepat dapat tercermin. Warna *warm white* merupakan pilihan warna yang tepat jika ingin membuat pelanggan kerasan dan merasa lebih nyaman.

Agar warna makanan dan minuman dapat terpapar dengan baik tingkat CRI dari lampu yang tinggi. Prinsip ini diterapkan pada restoran dengan target market kalangan atas seperti Paulaner. Paparan warna makanan menjadi lebih menarik dan tidak pudar.

Beberapa restoran tidak memenuhi standar iluminasi untuk rumah makan. Restoran dengan target pasar kalangan menengah atas dan atas justru lebih banyak menggunakan iluminasi rendah dibawah standar untuk menciptakan rasa privasi dan rasa eksklusifitasan. Hal ini justru sejalan dengan konsep hemat energi, dimana semakin sedikit konsumsi energi menjadi semakin baik. Iluminasi rendah dapat diterapkan ketika komunikasi antara pengunjung dalam satu meja namun perlu diperhatikan agar kegiatan makan dan membaca menu dapat berlangsung dengan nyaman.

Mayoritas pengunjung sudah dapat mengidentifikasi dengan benar kisaran harga restoran hanya dengan mempertimbangkan aspek visual dari interior dan elemen pencahayaannya.

Ketika target pasar mereka adalah kalangan bawah, sistem pencahayaan tidak menjadi prioritas perhatian pemilik lembaga kuliner. Semakin tinggi target pasar, elemen-elemen rancangan lembaga kuliner semakin diperhatikan, dalam hal ini termasuk sistem pencahayaan buatan.

Elemen arsitektur memiliki peranan penting dalam menunjang kesuksesan penerapan suatu teknik pencahayaan. Bungkus bangunan memberikan suatu ruang untuk diisi, baik oleh furniture, dan elemen tata ruang lainnya. Fungsi bangunan sebagai lembaga kuliner menyediakan program-program ruang seperti ruang makan, dapur, foyer (area penyambutan). Beberapa contoh studi kasus menggunakan banyak elemen estetis didalam tata ruang baik untuk eksterior maupun interior bangunan.

## DAFTAR REFERENSI

Egan, M. David and Victor Olgyay. *Architectural Lighting* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill. 2002

Philips Lighting, *Lighting Manual* (5<sup>th</sup> edition). Netherlands: Philips Lighting, 1993

Lechner, Norbert. *Heating, Cooling, Lighting: Design Methods for Architect.* New York: John Wiley & Sons. 2001

Brown, Leslie Geddes. *The Colour Design File.*

Ganslandt, Rudiger. *Handbook of Lighting Design.* Germany: ERCO Leuvhten GmbH.1992

Schielke, Thomas. *Light and Hospitality.* Germany: ERCO Leuvhten GmbH. 2007

The Lighting Research Center. *Lighting Applications Guideline for LEDs.* New York: Rensselaer Polytechnic Institute. 2002

Klipstein, Donald L. *The Great Internet Light Bulb Book Part I.* 2006.  
<http://members.misty.com/don/bulb1.html> (diakses 1 Juni 2011)

Undang - Undang No.34 tahun 2000 tentang Restoran

Quinn, Lydia. *Choosing Colors For Your Restaurant.* 2007.  
<http://ezinearticles.com/?Choosing-Colors-For-Your-Restaurant&id=419335> (diakses 1 Juni 2011)

Dems, Kristina. *What is The Color Rendering Index*.2010.

<http://www.brighthub.com/multimedia/photography/articles/78756.aspx>

(diakses 4 Juni 2011)

[www.electroniclab.com](http://www.electroniclab.com)

[www.bphn.go.id](http://www.bphn.go.id)

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

<http://food-court.co.tv/>

[www.hubpages.com](http://www.hubpages.com)

