

Pengaruh Elemen Interior terhadap Kenyamanan Pengunjung Kaitannya dengan Gaya Hidup Modern di *Ardent Cofee* Pesanggrahan Jakarta Barat

Jaswin Kaur Dhillon¹, Nada Nadhilah², Nathasia Veronica³, Augustina Ika Widyani⁴
^{1 2 3 4} Program Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara
Email : jaswin.615150131@stu.untar.ac.id

Abstract— *Theme and style in design interior is a supporting aspect that can differentiate a coffee shop to another to attract customers. The purpose of this research is to find out the impact of the interior design theme and style towards customer segmentations to the coffee shops in Jakarta. This research was held at a Jakarta themed-restaurant that has primacy in interior design style of the coffee shop, Ardent Coffee, West Jakarta. This research uses the method of survey, library research and descriptive method. The method of library research is used when searching for references from literatures that related to the topics covered. Descriptive method is used through survey, observation and documentation related photos of the variables observed in the research process, namely coffee shop interior design style, restaurant visitor segmentation and the influence of interior design style theme to visitor segmentation. The results of this research indicate that the application of theme patterns and interior design styles at the Ardent Coffee embodies the elements of certain interior design styles, namely building facades, walls, floors, ceilings, furniture and accessories ornaments that support the overall style of coffee shop interior design.*

Kata kunci: *Coffee Shop, Elemen Interior, Gaya Hidup, Kenyamanan*

I. PENDAHULUAN

Kedai kopi memiliki kekhasan dan pengaruh besar terhadap gaya hidup masyarakat di kota-kota besar. Kedai kopi yang sebelumnya identik dengan sarana untuk minum, makan, dan berkumpul kebanyakan orang, berubah menjadi sarana untuk mewedahi aktualisasi diri dan sosialisasi masyarakat perkotaan kelas sosial tingkat atas. Bagi masyarakat modern, singgah di warung kopi sudah menjadi keharusan dan kebiasaan. Hadirnya warung kopi menjawab kebutuhan akan sebuah ruang yang bisa digunakan untuk bertemu kawan berdiskusi atau memperbincangkan berbagai hal dengan cukup ditemani secangkir minuman favorit dalam suasana yang nyaman. Warung kopi bisa saja dianggap sebagai Kafe bagi mereka yang hidup dalam budaya urban perkotaan modern. Meski fungsinya sama, yakni tempat di mana orang bisa minum (kopi) sambil bercakap-cakap, tetapi kafe berada dalam

pemaknaan budaya yang berbeda. yang karena itu pemaknaan kulturalnya berbeda dengan warung kopi dalam masyarakat tradisional. Warung kopi telah menjadi fenomena menarik di sejumlah kota besar seperti Jakarta dan menjadi ruang publik tempat masyarakat dari seluruh lapisan untuk berdiskusi, bertemu dan berdiskusi serta melahirkan banyak gagasan.

Dari sudut pandang interior, banyak desain inovatif yang diperkenalkan melalui pembangunan Warung Kopi baru, yang umumnya menjadi salah satu daya tarik pertama namun yang selanjutnya menentukan kesinambungan hidup warung kopi tersebut adalah penerimaan sosial dari masyarakat disekitarnya. Perubahan gaya hidup, kebiasaan, selera dan tata cara dalam menikmati dan mengkonsumsi makanan pada masyarakat perkotaan membuat para pelaku bisnis kuliner semakin kreatif menuangkan ide-ide baru seperti pada *café* atau *coffee*

shop. Saat ini harga, cita rasa makanan dan kualitas pelayanan tidak lagi menjadi alasan utama konsumen memilih tempat bersantap, melainkan kenyamanan *café* dan *coffee shop*.

Penerapan rancangan pada elemen pembentuk ruang *coffee shop* selain dapat menarik pengunjung juga akan menghidupi dan mempengaruhi suasana ruang yang terbentuk di mana akan menghadirkan sebuah rasa nyaman yang tentunya dibutuhkan dalam setiap *coffee shop*, terutama fungsi *coffee shop* itu sendiri, selain untuk meminum kopi, juga mencari suasana yang nyaman, menyelesaikan pekerjaannya, ataupun melakukan pertemuan dengan rekan kerja dan relasi. Seperti pada salah satu restoran yang berada di kawasan Jakarta Barat ini, *Ardent Coffee*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui elemen pembentuk ruang dalam hal nya yang berkaitan dengan kenyamanan pengunjung di *Ardent Coffee* serta mengetahui pengaruh elemen pembentuk ruang pada *Ardent Coffee* terhadap tingkat keinginan masyarakat untuk mengunjungi *Coffee Shop*.

Kedai Kopi / Coffee Shop

Kopi hingga saat ini menjadi salah satu minuman paling populer di dunia yang dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat. Budaya ngopi di Amerika Serikat sudah dimulai sejak tahun 1971. Budaya ngopi di Jakarta, sudah mulai terlihat di awal tahun 1990-an ketika mall mulai menjamur.

Para pelaku bisnis yang jeli membaca pasar segera beramai-ramai membuka kedai-kedai kopi bermula di Jakarta hingga ke seluruh kota besar di Indonesia.

Dalam laporan yang berjudul “Fungsi *Coffee Shop* Bagi Masyarakat Surabaya” menyebutkan bahwa *Coffee shop* kini secara tidak langsung dirasa sebagai tempat dimana seseorang dapat memperoleh kebanggaan, dan kepuasan karena merasa tidak tertinggal oleh perkembangan zaman (Gischa Joelita, 2013 : 124-133). Selain itu juga dapat menjadi sarana bagi seseorang yang sengaja mencari suasana, serta kenyamanan dalam menyelesaikan pekerjaannya, ataupun melakukan pertemuan dengan rekan kerja dan relasi. *Coffee shop* dalam kehidupan yang modern saat ini tengah menjadi salah satu sarana untuk seseorang memperluas pergaulannya.

Berikut merupakan beberapa fungsi dari adanya *Coffee Shop* (Andreas, 2000: 272) :

- a. Makin luas wawasan dan pengetahuan perancang yang lebih mengenai bagaimana merancang sebuah *Coffee Shop*.
- b. Dapat lebih memahami karakter, kebutuhan dan keinginan pengunjung sebagai penyuka kuliner.
- c. Menjadi alternatif rekreasi bagi masyarakat dan pengunjung lebih leluasa melakukan aktivitas di dalamnya dan menikmati suasana yang akrab dan nyaman.
- d. Menjadi sebuah tempat khusus yang menyenangkan dan menjawab kebutuhan masyarakat dalam menikmati produk yang ditawarkan sekaligus fasilitas rekreasi bagi masyarakat.
- e. Menjadi sebuah tempat untuk mempererat hubungan pengunjung dalam setiap kelompok maupun individu.
- f. Menjadi sebuah tempat yang memberikan pengetahuan dan pengalaman melihat bagi

pengunjung untuk dapat mengembangkan kreatifitas tiap individu dengan kenyamanan melalui komunikasi yang ada antar pengunjung *Coffee Shop*.

Gaya Hidup Modern mengenai Tren *ngopi* di *Coffee Shop*

Assael mendefinisikan gaya hidup sebagai model kehidupan yang diidentifikasi dari bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (*activities*), apa yang menurut mereka penting di lingkungan mereka (*interest*), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan tentang dunia di sekitar mereka (*opinions*).

Perspektif pemasaran gaya hidup mengungkapkan bahwa orang menggolongkan diri mereka sendiri ke dalam kelompok berdasarkan hal-hal yang mereka sukai, bagaimana mereka menghabiskan waktu senggang mereka, dan bagaimana mereka memilih untuk menghabiskan sebagian pendapatan mereka.

Gaya hidup bercengkrama di *coffee shop*, belakangan tampak sangat jelas dan pengikutnya cukup banyak. Nokromg di café digemari oleh berbagai umur, tanpa batasan usia atau profesi, walaupun tentu saja membutuhkan biaya tertentu.

Daya tarik utama terletak pada adanya kesempatan meluangkan (atau lebih tepatnya menikmati) waktu secara santai tapi elegan. Selain bersantai dengan gaya, sebenarnya ada motivasi lain orang suka pergi ke *coffee shop*, *to see and to be seen*. Hal itu dikarenakan terdapat berbagai jenis manusia penting atau yang ingin dianggap penting, dan merasa wajib untuk sering bertandang dan bercengkrama di tempat-tempat *trendy* semacam ini.

Sebagaimana bisnis lain yang menggunakan strategi gaya hidup, warung-warung kopi dari luar negeri yang membuka cabangnya di kota-kota besar di Indonesia berusaha memperdagangkan “simbol” Ada saatnya melalui berbagai saluran, produk dijadikan simbol, konsumen kemudian mengkonsumsinya akhirnya simbol menjadi produk yang dapat direproduksi seterusnya sehingga seperti menciptakan jaring simbolik di kalangan mereka. Maka di sini secangkir kopi mungkin menjadi perangkat simbol tertentu. Kopi tidak sebatas berfungsi menjadi penghilang kantuk, teman begadang nonton bola, atau sajian dalam tahlilan, namun telah berubah menjadi sebagai kode simbolik yang digunakan sebagian kalangan peminumnya untuk mengkomunikasikan, mencitrakan, mengaktualisasikan keberadaan mereka dalam kelompok sosial. Komodifikasi kopi tampaknya berjalan beriringan dengan komodifikasi gaya hidup.

Elemen Pembentuk Ruang *Coffee Shop*

- **Lantai**

Di dalam merencanakan lantai pada *Coffee Shop*, yang perlu diperhatikan adalah fungsi lantai, sifat lantai, karakter lantai dan konstruksi lantai. Menurut Regina dan Joseph (1992:56), lantai pada *Coffee Shop* seharusnya memiliki permukaan yang keras namun halus, untuk membuat area masuk/ *entrance* yang menyenangkan dan lebih menarik. Dominasi lantai dengan permukaan kayu dalam sebuah ruang *Coffee Shop* mengukuhkan suasana yang alami dan netral.

Menurut J. Pamudji Suptandar, bahwa bahan yang dipakai akan berpengaruh terhadap pembentukan suasana ruang dalam sebuah cafe ataupun *public space*, antara lain:

- Bahan penutup lantai yang memberi suasana hangat, misalnya: karpet, parket, jalur kayu, serat kayu, dan sebagainya.
- Bahan penutup lantai yang memberi suasana dingin/ sejuk. Misalnya: marmer batuan alami lantaikeramik. dan sebagainya.
- Bahan marmer, mempunyai karakteristik permanen dan kaku. Penggunaan bahan marmer sebagai penutup lantai memberikan suasana yang indah dan sejuk (nyaman)
- Bahan keramik tile mempunyai karakteristik indah, sejuk, dan luas

- **Dinding**

Menurut Imelda (2013 : 90), elemen dinding yang memiliki material kayu dan keramik membuat nuansa nilai interior yang lebih neutral dan elegan. Adanya penggunaan kaca sebagai partisi dalam ruang *Coffee Shop* untuk mengurangi dinding pembatas ruang yang masif. Agar pengunjung dapat merasakan kehangatan suasana dan atmosfer *Coffee Shop* secara keseluruhan. Seperti halnya dengan material yang keras seperti kayu, batuan alam, kuningan, dan keramik merupakan material - material yang sering digunakan di area bar. Kayu merupakan material yang banyak digemari karena secara psikologi memberikan nuansa hangat pada ruangan. Batuan alam juga merupakan material - material yang natural, penggunaan batuan alam membawa kesan natural yang ada di dalam ruangan dan menciptakan keadaan kondisi ruang yang lebih santai dan nyaman. Logam dapat memberikan suasana yang elegan dan mewah di dalam sebuah *Coffee Shop*.

Coffee Shop pada siang hari diharuskan memberikan kesan homey kepada

pengunjung. Maka dari itu banyaknya pemakaian material kayu alami yang terdapat pada dinding, dengan warna alami kayu yaitu warna cokelat.

Warna - warna yang terdapat dalam material harus memproduksi keseimbangan antara warna *warm brown* dan *cool white*. Dengan kedua warna ini yang ada pada dinding, keseluruhan ruang akan memberi nuansa *neutral* dengan atmosfer yang *relax* untuk bercengkerama. Suasana atmosfer yang natural dan alami di sebuah ruang *Coffee Shop* baik di indoor maupun di outdoor, lebih ditingkatkan dengan adanya seleksi warna - warna dinding yang natural seperti warna putih, cokelat, dan hijau. Cokelat termasuk warna *earth tones* yang memberikan kesan hangat dan nyaman.

- **Plafon**

Menurut Michelle (2012:109), dengan adanya ragam material dan juga elevasi yang digunakan pada Plafon di dalam *Coffee Shop*, membuktikan adanya pengaturan pembagian area. Sebagai contoh area bar memiliki plafon dengan material yang berbeda dengan dining area. Jadi pembagian material yang ada pada plafon sangat terkait dengan sirkulasi pembagian fungsi area yang ada.

Material metal pada plafon membuat *Coffee Shop* memiliki kesan yang elegan. Penggunaan material plafon yang memiliki finishing yang serupa dengan dinding dan juga lantai menyatukan suasana yang hangat dan intim.

Kenyamanan

Kenyamanan adalah kategori dengan frekuensi paling banyak mewakili kalimat-kalimat pengunjung yang menginginkan *coffee shop* yang bersih, nyaman,

penghawaan yang baik, pencahayaan yang cukup, tidak panas, suhu ruangan sejuk, dan cozy.

Kategori	Kata Kunci
Kenyamanan	<ul style="list-style-type: none"> - Kafe bersih - Nyaman - Penghawaan baik - Pencahayaan cukup - Kafe tidak panas - Suhu ruangan kafe sejuk - <i>Cozy</i>
Pemilihan Menu	<ul style="list-style-type: none"> - Makanan enak - Harga yang terjangkau - Ada kopi - Menu variatif - Inovasi baru untuk makan dan minuman - Menu tidak umum dapat ditemui di kafe lain
Daya Tarik Desain	<ul style="list-style-type: none"> - Desain bisa buat selfie - Tema desain unik - Desain tidak aneh-aneh - Desain minimalis - Pemilihan warna cat yang soft - Interior menarik - Tata ruang yang bagus dan simple namun elegan - Menggunakan ornamen kayu

Gambar 1. Representasi dari kategori faktor yang mempengaruhi kebetahan di *coffee shop*.
Sumber: Imelda, 2013

Pada dasarnya manusia membutuhkan keamanan dan kenyamanan dalam ruang interior secara fisik yaitu melalui *setting* ruang, *setting* ini tentunya mempengaruhi manusia didalamnya baik fisik maupun psikologi. Sebaliknya *setting* tersebut juga dapat dipengaruhi manusia. *Setting* ruang dapat dilakukan melalui bentuk, proporsi, warna, material, pencahayaan, penghawaan, dan akustik. Secara psikologi, kenyamanan hadir dengan rasa nyaman dari *setting* yang ada, seperti bebas, damai, santai, percaya diri dalam melakukan aktivitasnya tanpa timbul rasa khawatir.

Psikologi Desain

- Lingkungan dan Perilaku - Kombinasi dari seluruh elemen lingkungan, berdampak pada bagaimana seseorang merasakan dan bagaimana orang bertindak di ruang yang diberikan:

berapa lama mereka tinggal: seberapa nyaman mereka rasakan ketika mereka ada di sana, apa yang mereka ingat, dan mungkin jika mereka ingin kembali lagi. Ini tentunya mempengaruhi keberadaan dan psikologi kita ketika merasa nyaman dan sebaliknya.

- Persepsi suatu Ruang - Untuk menganalisis dampak psikologis dari elemen desain, seseorang harus memahami banyak cara di mana orang merasakan lingkungannya. Menurut Edward T. Hall dalam bukunya yang berjudul *The Hidden Dimension* (Anchor Books, 1969), alat sensorik jatuh ke dalam dua kategori umum: reseptor jarak dan reseptor langsung. reseptor jarak jauh, - mata - telinga - dan hidung - digunakan untuk memeriksa objek dan sensasi yang jauh. Reseptor langsung - kulit, selaput, dan otot - memeriksa dunia dari dekat. Dunia sentuhan menggabungkan berbagai sensasi seperti suhu, tekstur, kekerasan, dan bentuk.
- Pengaturan Spasial - Pada interior, ilmuwan sosial membagi ruang menjadi dua area utama: hambatan (*barriers*) dan ladang (*fields*). Hambatan termasuk dinding, layar, simbol, dan objek. Bidang meliputi bentuk, ukuran, orientasi, dan kondisi lingkungan. *Barriers* seringkali berperan sebagai pembagi ruang untuk menciptakan rasa *privacy* dan memisahkan fungsi suatu ruang. *Fields* dapat dianggap sebagai rencana arsitektur lengkap : tempat lampu secara keseluruhan dengan persyaratan kondisi lingkungan dari iklim dan pencahayaan.
- Warna - Warna terang dan dingin surut. Prinsip ini dapat digunakan dalam desain

restoran / kedai kopi untuk memperluas rasa ruang. Sebaliknya, warna gelap dan hangat dapat digunakan di ruangan besar untuk menjaga ruang dari perasaan luas dan impersonal dan menanamkan rasa keintiman.

Kesimpulannya, semua aplikasi desain di restoran melibatkan indera dan memanipulasinya untuk berbagai efek. Elemen desain saat ini sedang dilihat secara terpisah dan dianalisis untuk kontribusi psikologis mereka untuk keseluruhan. Disengaja atau tidak, hampir setiap elemen desain dan kondisi lingkungan di restoran berfungsi sebagai alat psikologis. Mulai dari pencahayaan hingga warna hingga tekstur hingga suhu, nuansa yang memengaruhi perasaan dan perilaku orang-orang dalam ratusan. Perhatian terhadap dampak psikologis dari desain dapat memiliki efek yang nyata pada restoran dan karenanya pada profitabilitas operasi.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif yaitu dengan cara mencari informasi tentang gejala yang ada, didefinisikan dengan jelas tujuan yang akan dicapai, merencanakan cara pendekatannya, mengumpulkan data sebagai bahan untuk membuat laporan. Yaitu dengan mencari referensi dari literatur-literatur yang berkaitan dengan topik yang dibahas yang merupakan metode penelitian perpustakaan, dan dengan melakukan observasi ke tempat yang menjadi sumber topik untuk hasil yang optimal.

Penelitian ini menggunakan *single cross-sectional design* karena untuk pengumpulan data dari setiap elemen populasinya dilakukan satu kali dalam satu periode penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden.

Kuesioner merupakan serangkaian daftar pertanyaan formal yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden (Malhotra, 2007). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan terstruktur. Pertanyaan terstruktur adalah pertanyaan yang alternatif jawabannya telah tersedia. Pertanyaan terstruktur yang digunakan pada penelitian ini ada dua, yaitu:

- Pertanyaan-pertanyaan dengan pilihan jawaban lebih dari satu (*multiple-choice*).
- Skala. Pada bentuk pertanyaan ini, responden diminta menjawab pertanyaan dalam bentuk skala. *Likert Scale* 1-4 digunakan pada penelitian ini yang terbagi menjadi :
 - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 - 2 = Tidak Setuju (TS)
 - 3 = Setuju (S)
 - 4 = Sangat Setuju (SS)

Kuesioner akan diisi sendiri oleh responden (*self-administered questionnaire*). Peneliti menunggu dan mengawasi responden pada saat pengisian kuesioner agar peneliti dapat memberikan penjelasan apabila terdapat responden yang merasa kesulitan dalam pengisian kuesioner sehingga data yang didapatkan benar.

Penelitian ini menggunakan metode survey *inhome interviews* karena penyebaran

kuesioner dilakukan di salah satu *coffee shop* Jakarta yaitu di *Ardent Coffee* sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan responden yang sesuai, karena peneliti dapat melakukan wawancara secara *face to face* terhadap responden di secara langsung.

Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal-jurnal, buku-buku, artikel dari media cetak, dan internet.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pengunjung Kedai *Ardent Coffee*, Pesanggrahan, Jakarta Barat, 11620.

Untuk metode pengambilan sampel akan digunakan *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik dari *probability sampling* yang digunakan pada penelitian penulis adalah *Simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Jumlah sampel yang akan diambil yaitu lebih dari 40 orang.

Pada penelitian ini, persepsi nilai pengunjung diklasifikasikan dari variabel penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut :

1. Kenyamanan, dalam hal elemen pembentuk ruang seperti atmosfer/ nuansa dan psikologi desain
2. Elemen Pembentuk Ruang, meliputi : Lantai, Dinding, dan Plafon.

Penelitian akan dilakukan di *Ardent Coffee* Pesanggrahan, Jakarta Barat pada bulan Februari 2018 - Juni 2018

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Lantai

Tabel 1. Perbandingan Lantai

Teori	Lantai pada <i>Coffee Shop</i> memiliki permukaan yang keras namun halus, untuk membuat area masuk/ <i>entrance</i> yang menyenangkan dan lebih menarik. Penggunaan material lantai parket, karpet, serat kayu, kayu menghasilkan suasana ruang yang hangat, alami. Penggunaan material lantai marmer batuan alami lantai keramik memberikan kesan ruang dingin dan sejuk sehingga tercipta suasana yang nyaman. Penggunaan material keramik tile pada lantai akan memberikan kesan ruang terlihat lebih sejuk dan luas.
Survey	 <p>Area indoor menggunakan material lantai granit bercorak seperti bebatuan kecil berwarna abu-abu yang berukuran 40 x 40 cm, batu alam berwarna putih pada bagian sudut lantai ruang, juga granito motif dan berwarna seperti <i>concrete</i> atau beton, juga <i>concrete</i> / beton berwarna abu- abu bercorak putih pada outdoor area.</p>
Kuesioner	Pengunjung merasa bahwa penggunaan material granito serta ubin granit dengan bentuk motif serta warna seperti itu cukup mempengaruhi tingkat kenyamanan pengunjung didalamnya, juga penggunaan material batu alam dan material corak beton dan batu alam.

Analisa :

Secara keseluruhan, penggunaan material-material lantai yang diaplikasikan pada *Ardent coffee* sudah cukup baik dalam segi kesatuan , keselarasan dan keseimbangan ruang. Penggunaan berbagai material yang berwarna akombinasi abu dan putih, membuat kesan ruang terlihat natural, sejuk dan dingin. Responden yang penulis survey merasa setuju dan nyamann atas pemilihan material dan warna yang digunakan pada *Ardent Coffee*.

Tabel 2. Perbandingan Dinding

Teori	Kaca sebagai partisi dalam ruang untuk mengurangi dinding pembatas ruang yang masif. Agar pengunjung dapat merasakan suasana dan atmosfer <i>Coffee Shop</i> secara
-------	---

	<p>keseluruhan.</p> <p>Area <i>indoor café</i> pada siang hari memberikan kesan homey kepada pengunjung karena memakai material kayu Material metal pada dinding membuat <i>Coffee Shop</i> memiliki kesan yang elegan. Dalam sebuah <i>Coffee Shop</i>, dinding putih dapat membantu menciptakan atmosfer yang cerah dan bersih. Elemen dinding yang memiliki material kayu dan keramik membuat nuansa nilai interior yang lebih neutral dan elegan.</p>
Survey	 <p>Partisi kaca membuat ruangan terlihat luas dan lega, karena keseluruhan ruang terlihat, tidak tertutup. Sehingga suasana atmosfer pengunjung pun nyaman.</p> <p>Penggunaan material pipa besi berwarna hitam, dengan bentuk unik menyerupai rumah layaknya foto di atas menambah nilai dekoratif di dalam <i>Coffee Shop</i>. Area dining indoor menjadi memiliki kesan yang elegan. Material besi di cat hitam juga digunakan pada kusen partisi kaca.</p> <p>Penggunaan warna dinding dalam Ardent Coffee didominasi oleh warna putih, cokelat muda, dan cokelat tua. Nuansa warna netral pada dinding juga terbentuk pada atmosfer yang relax dan nyaman</p>  <p>Dinding bermaterial kayu dengan paduan garis - garis yang terkesan harmonis sebagai area entrance cocok digunakan. Penggunaan kayu dengan finishing glossy membuat serat kayu dan natural dari kayu masih terlihat. Memberikan nuansa yang harmonis dan 'welcome'.</p> <p>Area Outdoor menggunakan batu palimanan dengan ukuran 40x20 cm dengan penataan dinding dengan batu yang rapi secara garis vertikal dan horizontal membuat area dining <i>outdoor</i> terkesan rapi dan simple.</p>
Kuesi- oner	<p>Pengunjung merasa bahwa penggunaan material dan warna netral pada dinding ruang Ardent Coffee mempengaruhi kenyamanan mereka.</p> <p>Pengunjung merasa penggunaan kaca membuat ruang terlihat luas, serta materialbesi yang digunakan sebagai dekoratif pada dinding Ardent Coffee mempengaruhi tingkat kenyamanan mereka pada atmosfer ruang.</p>

Analisa :

Penggunaan partisi material kaca pada *Ardent Coffee* membuat ruang terlihat luas dan lega, dikarenakan pengunjung dapat melihat keseluruhan ruang dan merasakan suasana atmosfer yang nyaman. Penggunaan warna putih dan cokelat pada dinding mendefinisikan warna - warna netral yang digunakan. Dengan kombinasi warna tersebut membuat ruangan menjadi cerah dan bersih dan terbentuknya atmosfer yang relax.

Material kayu dengan *finishing glossy*, juga serat kayunya dan batu palimanan pada dinding merefleksikan nuansa natural dengan warna *earth tone*. Salah satunya adalah warna cokelat pada kayu, yang terbukti memberikan kesan hangat dan nyaman pada ruangan bagi pengunjung. Lain halnya dengan penggunaan material besi pada dekorasi dinding. Walaupun terbukti merupakan dekorasi yang elegan dan indah, namun penggunaan material besi kaku dan kurang mengundang keharmonisan yang natural dalam *Ardent Coffee*.

Teori	<p>Pembagian ragam material yang ada pada plafon sangat terkait dengan sirkulasi pembagian fungsi area yang ada.</p> <p>Material metal pada plafon membuat Coffee Shop memiliki kesan yang elegan.</p> <p>Penggunaan material plafon yang memiliki <i>finishing</i> yang serupa dengan dinding dan juga lantai menyatukan suasana yang hangat.</p> <p>Penggunaan kaca membuat pengunjung dapat merasakan suasana dan atmosfer <i>Coffee Shop</i> secara keseluruhan.</p> <p>Warna terang dan dingin surut. Prinsip ini dapat digunakan dalam desain kedai kopi untuk memperluas rasa ruang.</p> <p>Material kayu merupakan salah satu material yang memberi kesan harmonis dan natural pada suatu ruang.</p>
-------	--

Survey	 <p>Pada Ardent Coffee, plafon yang digunakan beragam yaitu plafond gypsum dan plafon kaca, dan wood panel.</p> <p>Plafond kaca yang digunakan berbentuk persegi dengan frame metal alumunium cat hitam, dengan kaca bening tebal 10mm tanpa finishing. Plafon kaca membuat sinar matahari dapat masuk ke ruangan dengan intensitas yang cukup banyak dikarenakan material kaca digunakan tidak hanya pada plafon.</p> <p>Plafon gypsum yang digunakan di-<i>finishing</i> dengan cat putih doff. Warna putih selalu memberikan kesan yang positif seperti bersih dan membuat ruang terkesan lebih luas.</p> <p>Metal alumunium di-<i>finishing</i> dengan cat besi berwarna hitam doff.</p> <p>Dinding panel wool yang dibuat sampai ke plafon.</p> <p>\panel wood yang dibentuk seperti rumah, memberikan kesan welcoming.</p> <p><i>Panel wood</i> pada plafon, disusun secara berulang dan sesuai ritme. Panel wood juga diterapkan sebagai pembatas dinding</p>
Kuesio- ner	<p>Pengunjung merasa nyaman terhadap penggunaan ragam material berbeda yang digunakan pada plafon Ardent Coffee.</p> <p>Selain itu, hampir seluruh responden setuju bahwa penggunaan ragam material yang berbeda pada Ardent Coffee dapat membantu mereka membedakan suatu area / pembagian fungsi area suatu ruang.</p> <p>Pengunjung merasa penggunaan kaca pada plafon ruang mempengaruhi kenyamanan mereka ketika berada di <i>dining area Ardent Coffee</i>. Selain itu, sebanyak 26 dari 47 orang pengunjung yang kami survey, merasa penggunaan kaca pada plafon memberikan efek silau ketika berada di Ardent Coffee yang tentunya mempengaruhi kenyamanan mereka di dalamnya.</p> <p>Mayoritas pengunjung merasa wood panel pada plafon dan dinding yang berbentuk seperti rumah memberikan kesan "welcome" / nyaman. Juga penerapan warna yang digunakan pada plafon Ardent Coffee.</p>

Analisa :

Penerapan ragam material yang digunakan, selain memberikan rasa nyaman, juga mencerminkan adanya pembagian pembagian fungsi area yang ada yang dapat membantu pengunjung membedakan suatu area yang berbeda pada Ardent Coffee. Penggunaan partisi material kaca pada *Ardent Coffee* membuat ruang terlihat luas dan lega, dikarenakan pengunjung dapat melihat keseluruhan ruang dan merasakan suasana atmosfer yang nyaman.

Selain itu, meskipun penerapan kaca sebagai partisi dinding memberikan dampak positif bagi kenyamanan pengunjung, seperti melihat keseluruhan ruang dan merasakan suasana atmosfer yang nyaman, namun, responden lebih merasakan dampak negatif pada penggunaan kaca terhadap plafon. Hal ini dikarenakan banyak pengunjung yang merasa penggunaan kaca pada plafon memberikan efek silau, yang mempengaruhi kenyamanan mereka di dalam *Ardent Coffee*.

Pada hal penerapan warna plafon, mayoritas responden setuju palfon memberikan kesan bersih, terang, dan menambah kesan luas pada suatu ruang.

Penggunaan *wood panel* pada plafon dan dinding yang berbentuk seperti rumah memberikan kesan "*welcome*" / nyaman. Hal itu dikarenakan penggunaan material berupa kayu yang memberi kesan harmonis dan natural pada suatu ruang.

IV. SIMPULAN

Aplikasi desain yang diterapkan pada elemen pembentuk ruang pada Ardent Coffee tentunya melibatkan rasa psikologis seseorang dalam merasakannya, yaitu seperti

rasa nyaman seseorang. Perhatian terhadap dampak psikologis dari penerapan desain dapat memiliki efek yang nyata pada *Coffee shop* dan karenanya pada profitabilitas operasi, dalam artian seperti dapat keinginan pengunjung untuk berkunjung kembali, dan lain sebagainya.

Berdasarkan analisa yang telah penulis bahas pada bab 4, analisa kenyamanan pengunjung ketika berada di dalam Ardent Coffee sudah dapat dikatakan nyaman. Hal ini disebabkan karena interior yang baik dan menarik yang menarik pengunjung untuk datang ke Ardent Coffee.

Secara keseluruhan dan berdasarkan hasil analisa, elemen pembentuk ruang di *Ardent Coffee* yaitu lantai, dinding, dan plafon sudah memberikan kenyamanan bagi pengunjung. 70% dari responden memberikan respon positif dan setuju terhadap kenyamanan yang ada di dalam Ardent Coffee. Berdasarkan hasil kuesioner dan analisa penulis, mayoritas responden berminat kembali berkunjung dikarenakan merasa nyaman berada di Ardent Coffee.

Lantai :

Pengaplikasian material lantai pada Ardent Coffee tidak memiliki banyak macam variasi. Dalam segi bentuk dan warna lantai pada Ardent Coffee sudah banyak variasi yang menciptakan ruang menjadi lebih sejuk, dingin dan nyaman serta sudah menciptakan keselaras dan keseimbangan pada ruang tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa material bentuk serta warna dan corak lantai yang diaplikasikan pada ruangan tersebut mempengaruhi tingkat kenyamanan pengunjung didalamnya.

Dinding :

Penggunaan dinding partisi material kaca pada *Ardent Coffee* merupakan pemilihan material yang sudah tepat. Partisi kaca membuat ruangan terlihat luas dan lega, karena keseluruhan ruang terlihat dan tidak tertutup. Sehingga suasana atmosfer pengunjung pun nyaman. Kombinasi warna pada dinding ruangan sudah sangat cocok karena menjadikan ruangan terlihat cerah, bersih dan terbentuknya atmosfer yang relax bagi pengunjung. Untuk material kayu dan batu yang digunakan pada dinding memberikan kesan hangat dan nyaman pada ruangan. Tetapi penggunaan material besi untuk dekorasi dinding tidak tepat karena memberikan kesan yang kaku dan kurang mengundang keharmonisan demi kenyamanan pengunjung.

Plafon

Penerapan ragam material yang digunakan, mencerminkan adanya pembagian fungsi area yang dapat membantu membedakan suatu area yang berbeda.

Banyak cahaya matahari yang masuk ke area *dining room indoor* Ardent Coffee pada siang hari membuat sebgain responden / pengunjung merasa café tersebut suasananya hangat dan menyenangkan. Namun bagi beberapa responden, merasa jika banyaknya cahaya matahari yang masuk memberikan efek silau dan mengganggu kenyamanan.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Nathasia Veronica dan Nada Nadhilah selaku anggota dalam penulisan karya ilmiah ini, serta Ibu Augustina Widayani atas bimbingan

dan arahan selama penyusunan dan penulisan makalah ini.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Eka Putri, Gischa Joelita. 2013. Fungsi Coffe Shop Bagi Masyarakat Surabaya. Vol.2/ No.1/ Februari 2013 Hal. 124. Diambil dari :<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-Gischa.pdf> (diakses 8 Maret 2018)

Delvina, Ni Kadek Ratih. 2012. Peranan Elemen Interior dalam Membentuk Instore Atmosfer Pada Restoran Cosmic Diner di Kuta Bali. Vol 1, No 2, Januari 2012. Diambil dari:http://www.academia.edu/9104838/TINJAUAN_DESAIN_INTERIOR_PERANAN_ELEMEN_INTERIOR_DALAM_MEMBENTUK_INSTORE_ATMOSFER_PADA_RESTORAN_COSMIC_DINER_DI_KUTA-BALI_Oleh (diakses 24 Februari 2018)

Setiawan, Andreas Pandu dan Monika Susanto. 2014. Perancangan Cafe Desert dan Cake Shop di Surabaya. Vol. 2, No 2, (2014) 271-276. Diambil dari :<https://media.neliti.com/media/publications/99558-ID-perancangan-interior-cafe-dessert-dan-ca.pdf>

Buku :

Akmal, Imelda. 2013. *Contemporary Restaurant by Studio*. Jakarta : PT. Imaji Media Pustaka

A.W Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi Empat. Yogyakarta: Penerbit Andi

Galindo, Michelle. 2012. *Coffee Time Contemporary Cafes*. Schweiz : Braun Publishing AG

H. Assael. *Consumer Behavior an Marketing Act*.4th edition (Boston: PWS-KENT, 1992,) hlm. 73.

Hall, Edward T. 1969. *The Hidden Dimension(Anchor Books)*. Santa Monica : Prentice Hall

Maslow, Abraham H. 1994. *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta : PT PBP.

Milles & Huberman.1992. *Analisis Data Kualitatif (tentang metode-metode baru)*, Jakarta: UI-Press.

Mowen, J. C. (1995). *Consumer Behavior* (4th ed). New Jersey : Prenticehall, inc,.

Naresh K. Malhotra. 2007. *Marketing Research, An Applied Organisation*. New Jersey : Pearson/Prentice Hall

Suptandar, J.Pamudji. 1982. *Interior Design II*. Jakarta : Djambatan.

Suptandar, J.Pamudji. 1991. *Desain Interior : Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Desain dan Arsitektur*. Jakarta : Djambatan.