

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1. Tinjauan Pustaka

II.1.1. Pengertian Konsep *Classic*

Vani Anggres Wita (2018:3) menyatakan dalam bukunya yang berjudul “Inspirasi Desain Interior Lengkap” bahwa desain *Classic* merupakan gaya arsitektur yang tak pernah tenggelam dimakan zaman. Kokoh, indah, elegan, dan terkesan mewah menjadi ciri khas dari gaya desain ini. Sama seperti desain lainnya, yang harus diperhatikan dalam menciptakan tema *classic* adalah pemilihan bahan dan warna yang tepat. Desain interior *classic* didominasi oleh profil dan ukiran. Bahan *furniture* seperti *kitchen set*, meja, kursi, sofa, dan *wardrobe* terbuat dari kayu solid sehingga kokoh dan tahan lama. Warna-warna yang digunakan umumnya terinspirasi oleh alam, seperti coklat kayu, kuning emas, hijau daun, dan warna tanah. Selain itu, warna hitam juga dapat digunakan untuk memperkuat objek penting dalam ruangan.



Gambar II.1. Buku karya Oleh VANI ANGGRES WITA, berjudul “Inspirasi Desain Interior Lengkap”

(Sumber : <https://books.google.co.id/>)

II.1.2. Pengertian Konsep *Neo-Classic*

Menurut Explanidia dalam situsnya (<http://explanidia.com/perbedaan-desain-arsitektur-rumah-klasik-modern-dan-neo-klasik/>), Terkadang desain rumah klasik dapat membuat kesan rumah yang tampak kusam serta kurang menyenangkan. Banyaknya *ornament*, aksen, dan hiasan yang berlebihan dapat terlihat membosankan. Untuk itu lah lahir gaya *classic* yang dimodifikasi yang kemudian dikenal sebagai gaya desain rumah *neo-classic*. Gaya arsitektur rumah ini mulai muncul di Prancis dan Inggris pada abad ke-19. Desain neo klasik menggabungkan antara kolom, *ornament*, hiasan, serta perabotan yang berkualitas untuk dimasukkan ke dalam interior rumah. Meskipun detail dan kaya, namun *neo-classic* lebih menuju pada penyempurnaan desain *classic* sebelumnya. Berikut ini beberapa ciri-ciri yang bisa anda lihat pada gaya rumah *neo-classic*:

1. Aksan warna yang digunakan pada desain rumah *neo-classic* lebih membantu untuk mencairkan suasana interior monokrom yang biasanya digunakan dalam interior rumah *classic*. Sehingga membuat suasana rumah terlihat lebih menggairahkan
2. Pada *neo-classic*, tak hanya menggunakan material alami namun juga menempatkan material *artificial* di dalam desain interior *classic*. Kombinasi kedua bahan ini mudah berbaur di dalam desain interior, yang terpenting adalah gunakan bahan-bahan yang memang berkualitas
3. Pemilihan warna yang digunakan didominasi oleh warna-warna yang terang seperti abu-abu, krem, biru pucat, hijau, dan kuning. Sedangkan untuk aksan, kebanyakan dipilih warna hitam, *terra cotta*, emas, dan merah.

4. *Furniture* yang digunakan kebanyakan *simple* dan sederhana yang sifatnya geometris.
5. Tampilan mewah dalam rumah dengan gaya neoklasik diciptakan dengan menggunakan aksesoris-aksesori seperti porselen, patung guci, dan lainnya.

II.1.3. Pengertian Konsep *Modern*

Vani Anggres Wita (2018:2) menyatakan dalam bukunya yang berjudul “Inspirasi Desain Interior Lengkap” bahwa gaya *modern* adalah gaya desain yang *simple*, bersih, fungsional, *stylish* dan selalu mengikuti perkembangan jaman yang berkaitan dengan gaya hidup *modern* yang sedang berkembang pesat. Gaya hidup *modern* ditopang oleh kemajuan teknologi, dimana banyak hal yang sebelumnya tidak bisa dibuat dan didapatkan menjadi tersedia bagi banyak orang. Dalam mendesain konsep dan gaya *modern* selalu melihat nilai benda-benda (*furniture*) berdasarkan besar fungsi dan banyaknya fungsi benda tersebut, serta berdasarkan kesesuaiannya dengan gaya hidup yang menuntut serba cepat, mudah dan fungsional. Dalam arsitektur, gaya hidup *modern* berimbaskan kepada keinginan untuk memiliki bangunan yang *simple*, bersih dan fungsional, sebagai simbol dari semangat *modern*. Namun, gaya hidup semacam ini hanya dimiliki oleh sebagian masyarakat saja terutama yang berada di kota besar, dimana kehidupan menuntut gaya hidup yang lebih cepat, fungsional dan efisien.



Gambar II.2. Buku karya Oleh VANI ANGGRES WITA, berjudul “Inspirasi Desain Interior Lengkap”
(Sumber : <https://books.google.co.id/>)

II.1.4. Pengertian Desain

Kata desain setiap kurun waktu mengalami proses pengembangan dan ditinjau secara berbeda-beda, dan lebih kerap disusun berdasarkan konteksnya. Pengertian desain yang menyatakan bahwa desain (proses/sebagai kegiatan) adalah pembangunan fisik yang dihadapi manusia dengan mempertimbangkan aspek kreatifitas, nilai-nilai inovasi, nilai-nilai ekonomi, kemajuan teknologi, nilai-nilai estetika, *social*, lingkungan, dan nilai-nilai moralitas pada kurun waktu tertentu yang memberikan perbaikan, perubahan dan peningkatan kualitas hidup manusia. (Sachari : 1998).

Secara etimologis kata desain berasal dari kata *design* (Itali) yang artinya gambar (Jervis : 1984). Kata ini diberi makna baru dalam bahasa Inggris pada abad ke-17, yang dipergunakan untuk membentuk *School of Design* tahun 1936. Makna baru tersebut dalam praktek kerap kali semakna dengan kata *craft*, kemudian atas jasa Ruskin dan Morris – dua tokoh gerakan anti industri di Inggris

pada abad ke-19, kata “desain” diberi bobot sebagai *art and craft* yaitu panduan antara seni dan keterampilan perancangan sebuah desain ada beberapa urutan proses desain pada dasarnya sama meskipun produk akhirnya berbeda. Terdapat berbagai variasi dari proses desain, ada yang bersifat sangat umum dan ada pula yang sangat spesifik. Meskipun demikian langkah-langkah dasar dalam proses desain adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Tujuan.
2. Mempertimbangkan faktor luar yang mempengaruhi.
3. Menegembangkan kriteria.
4. Membuat perencanaan.
5. Melaksanakan perencanaan.
6. Mengevaluasi produk.

Proses desain menunjukkan bahwa pengamatan yang realistis mengenai kebutuhan dan pemikiran yang logis serta keteraturan telah mampu mengenyampingkannya “misteri” yang menyelimuti desain maupun “kreatifitas”. (Jusuf : 2001). Seseorang yang telah memiliki pemahaman yang mendalam tentang desain sebagai produk dan sebagai proses serta telah menguasai material yang tepat dapat dikatakan “kreatif”. Inspirasi yang hebat tidak akan menjadi kenyataan jika desainer tidak dapat mewujudkannya menjadi suatu kenyataan.



Gambar II.3. Buku karya Kendall Malik, S.Sn, M.Ds, berjudul “KAPITA SELEKTA DESAIN: Suatu Pengantar dalam Perkembangan dan Pengaruh Desain”
(Sumber : <https://books.google.co.id/>)

II.2. Studi Literatur

Judul karya tugas akhir ini adalah “**Re-Desain Interior Toko Bergaya *Classic Modern* Pada Toko Cuci Sepatu Medan**”. Sebelum menguraikan konsep dari karya penulis, ada beberapa tinjauan karya–karya lainnya yang telah diselesaikan oleh beberapa pembuat karya. Tinjauan karya ini dimaksudkan untuk mengevaluasi karya yang telah dibuat dengan sebaik-baiknya, dan menjadi sebagai acuan karya penulis. Berikut dibawah ini beberapa tinjauan karya Re-Desain Interior yang penulis ambil sebagai tinjauan dalam mendesain :

II.2.1. Restoran Miraza Mey

Menurut Dewanda Geasantika Gunawan dalam Jurnal Intra Vol.6, No.2, “Redesain Interior Restoran dan Toko Oleh-Oleh Miraza May di Pandaan” (2018:389-397) : Restoran Miraza Mey merupakan salah satu restoran yang berlokasi di Pandaan, Jawa Timur yang menawarkan cita rasa masakan China asli

yang sudah diwariskan turun temurun. Restoran ini telah berdiri sejak tahun 1989 sehingga pelanggan dan penikmat masakan restoran Miraza berasal dari berbagai kalangan usia dan kota. Restoran Miraza Mey juga dilengkapi dengan area penjualan khusus untuk menjual oleh-oleh khas Jawa Timur sehingga pengunjung dapat menikmati makanan sambil berbelanja oleh-oleh.

Restoran Miraza Mey ini memiliki potensi yang dapat dikembangkan, namun restoran ini masih kurang mengoptimalkan desain interior sehingga perancang memutuskan untuk meredesain interior restoran. Redesain ini berguna untuk memaksimalkan interior restoran sehingga berbagai aktivitas seperti proses penjualan makanan dan oleh-oleh dari restoran ini berjalan dengan baik. Selain itu juga untuk mengembangkan identitas atau ciri khas dari restoran Miraza Mey.

Dalam proses perancangan ulang restoran ini digunakan metode perancangan dari Gavin Ambrose (Gavin Ambrose : 2010 : 11) yang terdiri dari tujuh tahapan desain :

1. *Define*

Menentukan topik untuk tugas akhir dan perancang mengambil topik tentang restoran khas China dan pusat oleh-oleh. Perancang mengambil topik ini sebagai objek perancangan ulang atau redesain. Pada tahap ini juga dimulai pembuatan proposal.

2. *Research*

Perancang melakukan studi literatur dari berbagai sumber referensi buku dan jurnal dan melakukan wawancara kepada pengunjung serta pemilik restoran. Selain itu juga melakukan survey langsung ke objek perancangan untuk

melakukan proses pengukuran, mengambil dokumentasi foto serta mengamati berbagai aktivitas yang terjadi.

3. *Ideate*

Melakukan proses programming yang dikaitkan dengan studi literatur untuk menganalisa permasalahan dan kebutuhan. Lalu membuat ide-ide solusi dan dituangkan dalam konsep desain dan sketsa gambar.

4. *Prototype*

Membuat gambar kerja dalam bentuk 2d dan 3d yang akan dipresentasikan kepada dosen pembimbing.

5. *Select*

Gambar yang sudah dipresentasikan kepada dosen pembimbing akan di evaluasi agar perancang dapat mengembangkan ide-ide solusi pada tahap berikutnya.

6. *Implement*

Hasil akhir desain objek perancangan sudah jadi berupa gambar kerja 2d, 3d dan maket lalu dipresentasikan kembali kepada dosen pembimbing dan penguji untuk di *review*.

7. *Learn*

Perancang menerima semua masukan dan saran yang diberikan oleh tim dosen sebagai pelajaran agar dapat mengembangkan diri pada perancangan selanjutnya.

Tulou adalah konsep yang dipilih untuk perancangan ulang interior restoran Miraza Mey. Konsep ini terinspirasi dari bangunan Tulou yang

merupakan bangunan tradisional yang terkenal di kota Fujian. Ibu kota provinsi dari Fujian sendiri adalah Fuzhou yang merupakan tempat asal ote-ote porong yang dikenal dengan nama *oyster cake*. Ote-ote porong merupakan menu andalan dari restoran Miraza Mey. Adanya keterkaitan antara konsep tulou dengan sejarah restoran menjadi alasan terpilihnya konsep ini. Selain itu, keinginan pemilik, identitas atau ciri khas restoran dan kebutuhan juga menjadi dasar pertimbangan dalam memilih konsep ini.

Untuk menerapkan konsep “Tulou” maka dapat menggunakan bentuk geometri bulat dan persegi sebagai ciri khas dari bangunan tulou yang diplikasikan dalam perabot maupun elemen interior. Penggunaan bentuk ini juga akan menampilkan kesan sederhana seperti keinginan pemilik restoran. Material kayu digunakan sebagai material utama yang juga mendaptasi dari material tulou yang menggunakan kayu sebagai konstruksi karena sifatnya yang kuat. Selain itu juga dekorasi seperti lukisan, tanaman dan

Gaya desain yang digunakan ukiran dengan simbol yang memiliki makna merupakan pencampuran gaya tradisional dan modern khas China. Gaya desain ini dipilih untuk menyesuaikan dengan rasa tradisional dari masakan sedangkan gaya modern ditambahkan agar orang merasa *welcome* dan nyaman untuk datang ke restoran Miraza Mey ini.



Gambar II.4. Perspektif Restoran Miraza Mey
(Sumber : Restoran Miraza Mey)

II.2.2. *Sweet Shop Fashion Store*

Menurut Yuna Narita dan Crace Mulyon dalam Jurnal Intra Vol.5, No.2, “Redesain Interior Sweet Shop Fashion Store di Kota Salatiga” (2017:647-652) : Sweet Shop Fashion Store yang sudah berdiri sejak tahun 1998 ini haruslah mampu untuk bersaing. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan di dalam membuka usaha yaitu kualitas produk, harga produk dan yang paling penting adalah daya tarik dari toko itu sendiri. Maka dari itu, desain interior merupakan alat untuk menarik minat pelanggan toko pakaian. Hal tersebut bisa dibidang hal yang terpenting untuk menarik minat sasaran pasar yang dituju sesuai dengan konsep desain toko tersebut. Di sisi lain, terdapat permasalahan yang sering kali muncul pada saat membuka gerai toko pakaian yaitu tingkat keamanan barang yang dijual. Tak jarang pencurian yang terjadi pada toko pakaian yang kurang memperhatikan tingkat keamanan produk yang dijual sehingga menyebabkan kerugian bahkan kebangkrutan. Objek berlokasi di Jl. Jendral Sudirman Salatiga. Untuk mencari toko tersebut sangatlah mudah karena letaknya

di pinggir jalan raya. Namun tampak luar dari toko ini dapat dibayangkan terlihat kuno dan kurang menarik. Eksisting toko ini menjual produk *factory outlet*. Pengguna dari toko ini adalah direktur, *manager*, 10 karyawan dan 3 karyawan inap. Sehingga *Sweet shopFashionStore* ini memiliki beberapa ruang yaitu *showroomarea*, 2 buah kantor, gudang, kamar karyawan inap, kamar mandi, toilet, dan taman.

Perancangan *Sweet Shop Factory Outlet* ini memiliki tujuan awal yaitu untuk menciptakan wadah bagi para wisatawan yang hendak berlibur dan penduduk kota Salatiga itu sendiri. Kondisi eksisting toko *Sweet Shop* memiliki beberapa kekurangan. Diantaranya *brand identity* yang kurang kuat, pengolahan toko yang monoton sehingga kurang adanya minat *costumer* untuk datang ke toko *Sweet Shop* ini. Maka dari itu perlu adanya redesain toko *Sweet Shop factory outlet* ini untuk dikembangkan dengan adanya inovasi baru yang belum pernah ada di kota Salatiga. Target pasar merupakan salah satu hal penting yang juga diperlukan untuk strategi pemasaran bisnis. Melihat kondisi kota salatiga yang dihuni oleh kalangan mahasiswa luar kota maka munculah ide awal dari redesain toko *Sweet Shop Factory Outlet* yaitu adanya penambahan beberapa fasilitas yang terkhusus ditujukan untuk kalangan remaja. Fasilitas tambahan tersebut ialah :

1. *Cafe* yang menjual *snack* dan kopi dilengkapi dengan area *outdoor*. *Cafe* merupakan tempat yang sedang digemari oleh remaja untuk bercengkerama maupun mengerjakan tugas akan menjadi daya tarik orang yang lewat. *Cafe* ini juga dapat digunakan untuk menunggu kerabat yang sedang berbelanja.

2. *Brand* distro yang dikhususkan untuk anak remaja akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para remaja. Denim adalah model pakaian yang dapat dibilang “*everlasting*”. Maka dari itu dengan adanya brand denim dapat menjadi daya tarik yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.

Maka dari itu, dengan konsep “*Up to date Branding Reform*” akan merombak Sweet Shop Factory outlet ini menjadi Sweet Shop Fashion Store and Coffee Shop. Kata “*Up to date*” *Branding Reform* memiliki arti perbaikan branding yang mengikuti trend masa kini. Perbaikan branding dilakukan dengan cara mengolah toko baik dari manajemen toko, suasana eksterior dan juga, suasana interior pada toko sesuai dengan budaya target pasar. Desain eksisting yang monoton dan membosankan diredesain dengan sentuhan gaya desain *industrial* yang sedang digemari anak muda dengan pengolahan toko yang sesuai dengan budaya target pasar. Selain itu pengolahan toko “*outstore atmosphere*” juga perlu diperhatikan. Tampak *main entrance* di desain khusus dengan gaya *industrial* yang kuat dengan menggunakan material yang sedang trend yaitu tekstur bata, kayu dan metal sebagai aksent. Selain itu juga memamerkan *cafe* yang nyaman berada di lantai dua dengan dominasi kaca-kaca yang mengarah ke jalan raya. Pengolahan “*Interior atmosphere*” juga dapat dilihat dari suasana ruang bernuansa industrial dengan dominasi warna putih, hitam, kuning, dan merah sebagai aksent sekaligus warna maskot toko *sweet shop* itu sendiri. Penggunaan material kayu “*unfinished*”, bahan metal dan lantai *concrete* melengkapi suasana ruang yang *industrial*. Suasana ruang juga dilengkapi dengan pencahayaan *warm white* yang dapat memunculkan kesan *homey* yang akan

membuat pengunjung menjadi nyaman pada saat berbelanja maupun bercengkerama di *café*.



Gambar II.5. Perspektif *Sweet Shop Factory Outlet*
(Sumber : *Sweet Shop Factory*)



Gambar II.6. Perspektif *Coffee Shop*
(Sumber : *Sweet Shop Factory*)

II.2.3. Kaza *Bowling Centre*

Menurut Steven Suprpto dalam Jurnal Intra Vol.5, No.2, “Perancangan interior Redesain Kaza Bowling Center di Surabaya” (2017:55-64) : Pada era sekarang ini khususnya di kota besar seperti Surabaya tuntutan hidup menjadi semakin meningkat membuat manusia memerlukan hiburan untuk mengimbangi kegiatan / pekerjaan yang ada. Di Surabaya sendiri pada faktanya dapat dikatakan masih sangat minim dalam variasi hiburan yang ada salah satunya adalah

permainan. Banyak *game* yang memberikan efek positif dan dapat dikategorikan sebagai olahraga antara lain : *Billiard, Bowling, E-sport, Dart*, bahkan *board game* seperti catur juga telah masuk dalam klasifikasi olahraga dunia.

Seperti yang diketahui *game center* yang ada di kota Surabaya cenderung masih kurang baik secara kuantitas maupun kualitas dibandingkan dengan kota lain seperti Jakarta, bahkan luar negeri sekalipun.. Antusiasme masyarakat khususnya Surabaya terhadap *game* dengan jenis ini pun bisa tergolong cukup banyak, hal ini ditandakan dengan komunitas dan banyaknya tempat – tempat *game center* seperti *billiard, bowling, dan boardgame* yang makin marak ada di Surabaya dan tersebar merata di Surabaya. Namun dalam kenyataanya tempat – tempat *game center* yang ada di Surabaya kurang memiliki fasilitas yang lengkap, kurang menarik, dan tidak dapat mencakup banyak orang karena tempat – tempat yang ada cenderung kecil dan terbatas.

Oleh karena itu muncul gagasan untuk menyediakan fasilitas *Game center* yang lengkap dan bagus sebagai sarana rekreasi / hiburan yang dilengkapi dengan fasilitas pelengkap seperti *cafe* dan dapat digunakan bagi seluruh kalangan masyarakat baik itu kalangan muda maupun sampai kalangan tua. Selain itu dapat juga dijadikan fasilitas bersantai, hiburan serta olahraga dalam bidang *game* itu sendiri. Perancangan ini merupakan sebuah proses *re – design* dari *game center* yang telah ada di Surabaya yaitu *Kaza bowling center* yang dipilih karena dirasa masih kurang dalam segi interior dan fasilitas yang ada.

Pada perancangan *re-design* *kaza bowling center* ini *game center* yang ada akan di desain dengan mengedepankan segi interior dan fasilitas yang disediakan.

Fasilitas yang disediakan cenderung beragam seperti : olahraga ketangkasan (*dart, bowling, dan billiard*) serta dilengkapi dengan fasilitas pelengkap lainnya seperti *boardgame cafe, mini bar, locker room*, dan fasilitas pendukung lainnya. Dengan adanya fasilitas yang lengkap dan gaya desain yang menarik diharapkan dapat menjadi pilihan utama dalam masyarakat Surabaya dalam mencari hiburan.

Konsep *Oldschool Contentment* ini diambil berdasarkan inspirasi dari jenis permainan yang ada pada game center tersebut. Permainan seperti bowling, billiard, dan dart memiliki rentan waktu puncak kepopuleran pada jaman 1950s pertengahan dimana pada jaman tersebut gaya desain yang sangat populer adalah Art Deco. Seiring perkembangan jaman permainan ini pun mengikuti perkembangan jaman hingga saat ini. Oleh karena itu dengan campuran gaya desain Art Deco dan Modern timbullah konsep *oldschool contentment* ini. Konsep ini ingin menimbulkan kesan *oldschool* pada suasana ruangan yang diimbangi dengan aspek modern sehingga pengunjung dapat menikmati nuansa desain yang atraktif / menarik dan jalan nya permainan dengan maksimal.

Pada perancangan ini terbuat berdasarkan referensi penggabungan antara gaya desain art deco dan modern. Dengan memanfaatkan berbagai macam hal seperti peilihan material, bahan, bahkan bentukan sehingga secara tidak langsung memiliki pengaruh dari kedua gaya desain tersebut.

Gaya desain yang diangkat mengambil komposisi dari kedua gaya desain yang ada yaitu Art Deco dan Modern. Art Deco yang difokuskan dominan pada permainan elemen interior seperti material, bentukan, dan pemilihan warna agar

mendapatkan suasana mewah yang klasik. Sedangkan modern cenderung diterapkan pada bentukan mebel dan bentukan layout.



Gambar II.7. Perspektif *VIP Room*
(Sumber : Kaza Bowling Centre)



Gambar II.8. Perspektif *Bowling alley*
(Sumber : Kaza Bowling Centre)

II.2.4. Brand Puratos, Distributor Bakery

Menurut Antonio Gerard Prananta dan Sriti Mayang Sari dalam Jurnal Intra Vol.6, No.2, “Redesain Interior *Brand Puratos*, Distributor Bakery di Bali” (2018:143-155) : Puratos merupakan sebuah brand distributor bakery yang sudah berada di Indonesia semenjak tahun 1994. *Brand* tersebut memiliki spesialisasi untuk *bakers*, *pastry chef* dan *chocolatiers* yang umumnya digunakan secara profesional maupun di rumah tangga. *Brand* Puratos berada di beberapa wilayah seperti Jakarta, Bekasi, Surabaya dan Bali. Objek yang saya rancang berada di Bali. Pada perusahaan tersebut, Puratos hanya memiliki beberapa ruangan seperti

office, workshop, gudang dan lobby. Selain itu juga Puratos menyediakan event-event tertentu seperti *teaching product*, atau *baking demo product* yang dapat memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat. Umumnya untuk acara *baking demo product*, Puratos hanya memanggil *reseller* atau toko-toko yang akan menjadi distributor mereka di wilayah-wilayah yang kecil agar mengetahui produk apa saja yang perusahaan ini jual. Selain itu produk yang dijual oleh perusahaan ini sangat beragam seperti *filling cake, chocolate compound, pre-mix flour, bread improvers* dan lain-lain yang berfokus untuk mengembangkan kualitas maupun rasa dari *cake, bread dan chocolate.*

Konsep yang digunakan adalah "*Welcome Able*" yang sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan puratos. Konsep ini merupakan gabungan dari kata *Welcome* dan *Able*. Menurut *dictionary.com* *welcome* memiliki arti sebuah kata sopan santun untuk menyambut seseorang, sedangkan *able* memiliki arti yaitu memiliki kekuatan, *skill* atau kesempatan untuk melakukan sesuatu. Konsep *Welcome Able* ini merupakan konsep perancangan perusahaan puratos yang mendukung dalam segi nilai fungsi dan estetika yang baik untuk *staff* maupun pengunjung.



Gambar II.9. Perspektif Area Kasir
(Sumber : Brand Puratos)



Gambar II.10. Perspektif Ruang Tunggu
(Sumber : Brand Puratos)

II.2.5. Rumah Makan Warung Apung Rahmawati

Menurut Widyasi Tiara Hapsari dalam Jurnal Intra Vol.6, No.1, “Redesain Rumah Makan Apung Rahmawati dengan Konsep Jawa Modern” (2017:34-39) :Salah satu rumah makan keluarga yang terkenal di kota Gresik adalah Warung Apung Rahmawati. Rumah makan Warung Apung Rahmawati ini merupakan rumah makan bertipe keluarga yang pertama kali dibangun di Gresik dengan konsep awal didirikan yaitu konsep desain mengapung dan target pasar menengah keatas. Seiring berjalannya waktu, rumah makan keluarga tidak hanya diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin berkumpul bersama keluarga, kegiatan lain seperti meeting karyawan, acara-acara dengan rombongan besar juga kerap diadakan di rumah makan keluarga ini [2]. Warung Apung Rahmawati saat ini sudah kewalahan dalam menampung jumlah pengunjung, terlebih pada hari libur

dan pada saat jam makan siang. Sehingga perlu dilakukan studi kebutuhan ruang ulang agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna saat ini.

Melihat kemajuan bisnis kuliner di bidang rumah makan keluarga ini, muncul kompetitor baru bagi Warung Apung Rahmawati. Banyak rumah makan yang meniru konsep gazebo dan konsep lesehan yang awalnya hanya dimiliki oleh Warung Apung Rahmawati. Maka dari itu, inovasi dan ide-ide baru sangat diperlukan bagi Warung Apung Rahmawati agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Redesain tempat makan juga sangat diperlukan untuk menarik perhatian masyarakat demi memenuhi kebutuhan aktivitas pengunjung dan kenyamanan pengunjung di rumah makan agar masyarakat senantiasa mengutamakan mengunjungi rumah makan Warung Apung Rahmawati dan kembali lagi menjadi pelanggan Warung Apung Rahmawati.

Redesain Rumah Makan Warung Apung Rahmawati memiliki konsep Jawa Modern. Konsep Jawa Modern akan diterapkan dalam beberapa aspek pada interior rumah makan. Konsep desain interior Rumah Makan Warung Apung Rahmawati ini berfokus pada memberikan dekorasi atau elemen estetis baru yang akan menarik perhatian pengunjung agar memiliki keinginan untuk mengunjungi rumah makan ini. Konsep interior ini juga memberikan fasilitas penunjang lainnya yang biasanya tidak terdapat di dalam rumah makan dengan harga terjangkau yaitu area makan lesehan dengan gazebo yang membuat suasana seperti menyantap hidangan rumahan dengan kualitas restoran bintang lima. Suasana rumah makan yang nyaman dan friendly dengan seluruh anggota keluarga

membuat waktu berkumpul bersantai bersama keluarga menjadi tidak terlupakan, atau sarana melepas penat dengan suasana tradisional jauh dari perkotaan.

Konsep nuansa Jawa ini memberikan suasana yang lebih dapat mengakrabkan dikarenakan penggunaan material dari alam seperti kayu yang memberikan nuansa hangat pada interior. Dengan pengunjung yang bukan hanya dari kalangan penduduk produktif atau kalangan keluarga, rumah makan dengan suasana santai ini dapat juga dijadikan tempat pertemuan dengan klien atau kerabat kerja agar kekeluargaan lebih terasa. Dengan konsep nuansa Jawa juga akan menarik perhatian masyarakat sekitar yang berasal dari Jawa untuk merasakan suasana makan seperti di kampung halaman dan juga dapat menarik penduduk lain untuk sekedar mengetahui bagaimana nuansa Jawa, dengan kata lain ikut melestarikan kebudayaan daerah khususnya Jawa.

Konsep modern yang diusung dalam rumah makan ini adalah konsep yang mengimbangi konsep Jawa, dimana nuansa Jawa yang sebenarnya merupakan adat yang kaku sangat patuh pada aturan. Disini nuansa modern lebih merujuk pada fleksibilitas adat Jawa yang dapat diaplikasikan sebagai elemen-elemen pendukung bangunan dan keindahan seperti penggunaan kain pelapis tiang bangunan menggunakan kain batik Jawa yaitu batik kawung. Penggunaan material-material yang sangat mencirikan nuansa modern juga membantu konsep perancangan agar tidak menggunakan material yang monoton dengan tema warna yang sama pada konsep Jawa.



Gambar II.11. Perspektif Long Gazebo Pada Area Makan Lesehan
(Sumber : Rumah Makan Warung Apung Rahmawati)



Gambar II.12. Perspektif Area Resepsionis Rumah Makan
(Sumber : Rumah Makan Warung Apung Rahmawati)