

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Desain restoran dan bar Hubble merupakan perwujudan dari gagasan untuk menciptakan ruang yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan dan hiburan, tetapi juga sebagai wadah pengalaman budaya yang kuat dan berkesan. Mengusung pendekatan *Cultural Experience* Ukraina, desain ini mampu secara tidak langsung merayakan budaya, kemerdekaan, estetika, dan inovasi dalam satu kesatuan yang utuh dan menyeluruh. Penataan ruang dirancang secara fleksibel agar mampu mengakomodasi berbagai fungsi dan aktivitas. Area dining di lantai 1 difokuskan pada kenyamanan sirkulasi dan efisiensi pergerakan, sementara lantai 2 menghadirkan suasana bar dan shisha yang dipadukan dengan area pertunjukan musik. Di sisi lain, area rooftop ditata untuk menunjang acara berskala besar, namun tetap mempertahankan kesan intim dan hangat bagi para pengunjung. Lebih dari sekadar tampilan visual, desain ini juga mengedepankan aspek kenyamanan operasional. Jalur sirkulasi staf, zonasi dapur, sistem audio, hingga integrasi teknologi dirancang secara terpadu untuk memastikan pengalaman yang lancar dan menyenangkan, baik bagi pengunjung maupun pihak pengelola.

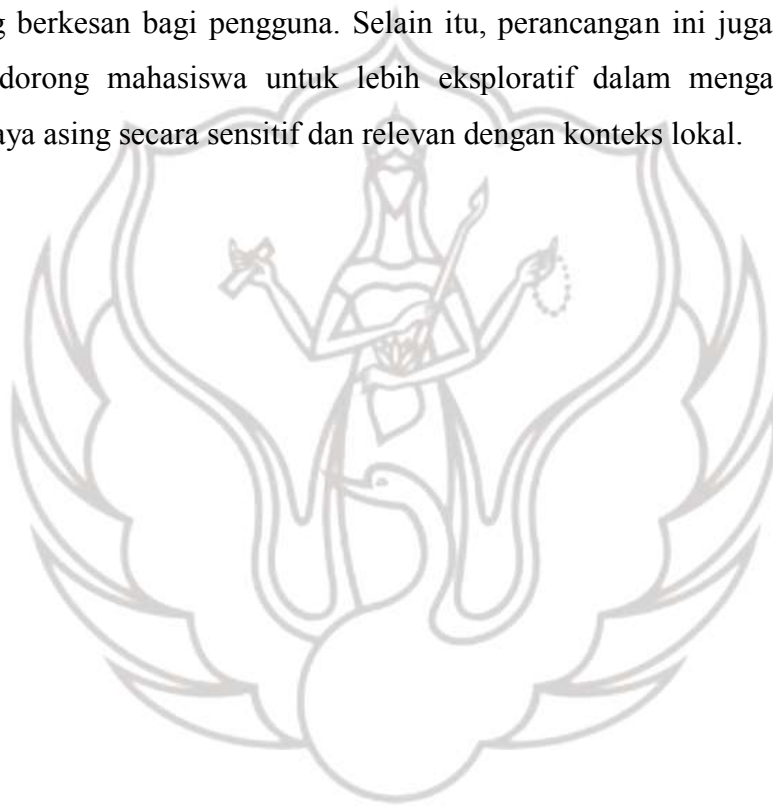
Secara keseluruhan, desain restoran Hubble berupaya menyatukan nilai budaya, estetika kontemporer, dan kenyamanan dalam satu kesatuan ruang. Hubble bukan hanya tempat makan — ia adalah tempat untuk berinteraksi, mengenang, dan merasakan atmosfer khas Ukraina yang dibalut dalam desain yang hangat, imajinatif, dan penuh cerita.

#### **B. Saran**

1. Diharapkan desain Restoran Hubble ini dapat menjadi salah satu restoran yang unik dan memiliki daya tarik tersendiri, khususnya dalam menghadirkan pengalaman budaya yang berbeda bagi pengunjung. Mengingat restoran dengan tema budaya Ukraina masih sangat jarang ditemukan di Indonesia, terlebih di wilayah pariwisata seperti Bali, maka konsep ini berpotensi menjadi identitas baru yang kuat. Dengan pendekatan

desain yang autentik dan pengalaman yang imersif, restoran ini diharapkan mampu memberikan kesan mendalam serta membedakan dirinya dari restoran lainnya.

2. Diharapkan hasil perancangan tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa Desain Interior dalam merancang ruang yang tidak hanya fungsional dan estetis, tetapi juga mampu menyampaikan nilai budaya secara mendalam. Proyek ini dapat dijadikan referensi dalam memahami pentingnya riset konteks budaya dalam proses desain, serta bagaimana elemen-elemen interior dapat digunakan untuk menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pengguna. Selain itu, perancangan ini juga diharapkan mendorong mahasiswa untuk lebih eksploratif dalam mengangkat tema budaya asing secara sensitif dan relevan dengan konteks lokal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. N. (2018). *Notes Towards the Concept of Culture*. Researchgate.
- Atmodjo, M. W. (2004). *Bar, Minuman, dan Pelayanannya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- DeChiara, J., Panero, J., Zelnik, M. (2001). *Time-Saver Standards for Interior Design and Space Planning*. New York: McGraw-Hill Education.
- Erlinda, Sulfitra, Marlizar, Murad, S., & Reza, M. (2022). Pengaruh harga dan desain interior terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Arshiya Market di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 8(3), 316-323. doi:<https://doi.org/10.31869/me.v8i3.3814>.
- Hall, E. T. (1989). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books Doubleday.
- Helbig, A., Buranbaeva, O. R., & Mladineo, V. (2008). *Culture and Customs of Ukraine*. Greenwood: Westport.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 1-26. doi:<https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>.
- Katsigris, C., & Thomas, C. (2007). *The Bar & Beverage Book*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Kilmer, R., & Kilmer, O. (2014). *Designing Interiors, second edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lawson, F. (1994). *Restaurant Planning and Design*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lotman, Y. M. (1990). *Universe of The Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Bloomington: Indiana University Press.
- Neufert, E. (2002). *Data Arsitek/Ernst Neufert; alih bahasa (S. Tjahjadi & F. Chaidir, Penerj.)*. Jakarta: Erlangga.
- Soekresno. (2000). *Manajemen Food and Beverage Service Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Steffy, G. R. (2008). *Architectural Lighting Design 3rd Edition*. Hoboken, N.J: John Wiley & Sons.
- Sugiarto, E., & Sulartiningrum, S. (1996). *Pengantar Akomodasi Dan Restoran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193–211. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00010-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00010-7)