

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan interior Kafe Koslo Yogyakarta dengan pendekatan *design thinking* telah berhasil merumuskan solusi desain yang berorientasi pada kebutuhan nyata penggunanya, yakni Generasi Z dan digital nomad baik yang berdomisili di sekitar hotel maupun tamu dari luar kota yang singgah di Yogyakarta. Melalui tema "*Built for the In-Between*" dan gaya *neo retro* dengan sentuhan alam tropis, perancangan ini tidak hanya menghadirkan estetika yang relevan secara visual, tetapi juga membangun pengalaman ruang yang fungsional, fleksibel, dan mampu merespons berbagai mode aktivitas pengguna secara bersamaan.

Fleksibilitas ruang menjadi inti dari seluruh keputusan desain yang diambil, di mana setiap zona dirancang untuk mengakomodasi transisi aktivitas secara halus dari bekerja, bersantai, hingga bersosialisasi dalam satu kesatuan pengalaman ruang yang kohesif. Pendekatan ini terwujud melalui penataan zonasi yang mengalir, pemilihan furnitur multifungsi, sistem pencahayaan berlapis, serta integrasi area komunal yang dapat diakses oleh tamu hotel maupun pengunjung umum tanpa sekat yang kaku.

Dengan demikian, perancangan ini telah menjawab permasalahan bagaimana merancang interior Kafe Koslo Yogyakarta yang mampu memenuhi kebutuhan Generasi Z dan digital nomad secara menyeluruh, sekaligus meningkatkan daya saing Hotel Koslo sebagai *top of mind* hotel budget di Yogyakarta bukan sekadar tempat menginap, melainkan sebuah *base* yang selalu relevan untuk aktivitas apa pun dan kapan pun.

B. Saran

Perancangan interior Cafe Koslo yang telah dilaksanakan diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kafe sebagai ruang multifungsi yang relevan dengan kebutuhan Gen Z dan *digital nomad*. Meski demikian, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai langkah tindak lanjut agar hasil perancangan ini dapat diimplementasikan dan dikembangkan secara optimal.

- a. Pengelola Hotel Koslo disarankan untuk memperbaharui estetika ruang, terutama dalam hal pemilihan furnitur pengganti dan elemen dekoratif, untuk penyesuaian dengan tren saat Gen Z saat ini yang sedang mengarah retro.
- b. Fasilitas penunjang produktivitas seperti ketersediaan *charging port*, koneksi *Wi-Fi* yang stabil, dan pencahayaan kerja yang memadai perlu mendapat perhatian berkelanjutan dari pengelola, mengingat kebutuhan ini menjadi faktor utama kenyamanan bagi pengguna digital nomad.
- c. Perlu adanya kesinambungan antara desain interior dan strategi komunikasi visual Hotel Koslo secara daring, agar potensi *photo-worthy spot* yang telah dirancang dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai media promosi organik melalui konten media sosial pengunjung.
- d. Untuk penelitian/perancangan berikutnya diharapkan mahasiswa desain dapat fokus dan mengikuti pada tren dan isu yang selalu berubah dari masa ke masa sehingga sebuah desain bisa relevan atau bahkan visioner dengan kondisi yang sedang terjadi.

Untuk pengembangan ke depan, pengelola dapat mempertimbangkan penambahan program-program komunal seperti *pop-up market*, pertunjukan musik akustik, atau *workshop* kreatif yang memanfaatkan fleksibilitas ruang yang ada, sehingga Hotel Koslo semakin relevan sebagai destinasi sosial bagi Generasi Z di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyarani, M. N. (2023). *Preferensi generasi Z terhadap desain interior restoran*. .
Repository UPJ.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Basic Design: Design Thinking*. Laussane: AVA
Publishing.
- Aryani, E. Z. (2022). *Analisis perkembangan coffee shop sebagai salah satu
peranan UMKM di Kota Metro*. *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2).
<https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/aktiva/article/view/3039>.
- Design, I. E. (2024). *Human-centred interior design: what it means, the challenges
and the opportunities*. *IED*.
- Ehn, K. J.-P. (2022). *Digital nomads and the Covid-19 pandemic: Narratives about
relocation in a time of lockdowns and reduced mobility*. *Social Media +
Society*, 8(1).
- Hornby, A. S. (2005). *Oxford advanced learner's dictionary (7th ed.)*. Oxford
University Press.
- Jain, T. M. (2025). *Digital nostalgia marketing: How past-centric ads affect Gen Z
consumption*. *Advances in Consumer Research*, 2(4), 4279–4291.
- Kilmer, R., & Kilmer, O. (2014). *Designing Interiors, second edition*. New Jersey:
John Wiley & Sons, Inc.
- Laseau, P. (2001). *Graphic Thinking for Architects & Designers*. New York: John
Wiley & Sons, Inc.
- Panero, J. &. (1979). *Human dimension & interior space: A source book of design
reference standards*. Watson-Guption Publications. .
- Pena, W. M., & Parshall, S. A. (2001). *Problem Seeking, An Architectural
Programming Primer*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- RI, K. P. (2021). *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 4
Tahun 2021*. Kemenparekraf RI.
- Rizkiani, A. F. (2023). *Pengaruh fasilitas dan tata ruang co-working café terhadap
tingkat kenyamanan digital nomad*. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 20(2),
211–218.
- Soekresno. (2001). *Manajemen food and beverage*. PT Gramedia Pustaka Utama.

- Standardization, I. O. (2019). *ISO 9241-210:2019 ergonomics of human-system interaction—Part 210: Human-centred design for interactive systems*.
- Sunaryanto, K. &. (2025). *Karakteristik Generasi Z dan dampak produktivitas kerja pada dunia kerja di Indonesia. Jurnal Sains dan Teknologi, 7(3), 37–43*.
- Triatmodjo, S. (2020). *Designing a design thinking model in interior design teaching and learning. Journal of Urban Society's Arts, 7(2), 53–64*.

