

PERANCANGAN DESAIN INTERIOR
MULTYPURPOUSE COFFEE SHOP* BERBASIS *EXPERIENTAL
***COMMUNITY LEARNING* PADA FORDO ESPRESO MARKET,**
GEJAYAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA



SKRIPSI

Oleh:

Nana Khasirina

NIM: 2112406023

PROGRAM STUDI S-1 DESAIN INTEIOR
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
GENAP 2026

ABSTRAK

Fenomena konsumsi kopi yang terus meningkat di masyarakat urban telah menjadikan aktivitas minum kopi tidak hanya sebagai kebutuhan konsumtif, tetapi juga bagian dari gaya hidup. Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu kota dengan jumlah pendatang yang tinggi memiliki dinamika sosial yang kompleks sehingga membutuhkan keberadaan ruang ketiga (*third place*) sebagai ruang sosial informal di luar rumah dan tempat kerja. Dalam konteks tersebut, *coffee shop* berpotensi menjadi wadah interaksi sosial yang mendukung kebutuhan masyarakat urban. Namun, pada kenyataannya, banyak *coffee shop* lebih berfokus pada persaingan bisnis dan penguatan branding produk dibandingkan optimalisasi fungsi sebagai ruang ketiga. Fordo Espresso Market merupakan salah satu *coffee shop* di Yogyakarta yang memiliki potensi besar melalui keunggulannya dalam mengolah biji kopi dari berbagai daerah penghasil kopi di Indonesia. Meskipun memiliki identitas dan branding produk yang kuat, penerapan fungsi ruang ketiga di Fordo Espresso Market dinilai belum maksimal. Oleh karena itu, perancangan interior Coffee Shop Multipurpose berbasis Experiential Community Learning dilakukan untuk menciptakan wadah yang tidak hanya mendukung aktivitas minum kopi, tetapi juga menjadi ruang edukasi, interaksi, dan kolaborasi bagi barista, penikmat kopi, komunitas, serta masyarakat umum. Perancangan menggunakan metode Design Thinking yang mencakup tahapan identifikasi hingga pemecahan masalah desain. Objek perancangan memiliki luas 750 m² yang terbagi dalam tiga lantai dengan zoning linear untuk mendukung berbagai aktivitas. Pendekatan Experiential Community Learning yang didukung pengalaman sensorik diimplementasikan melalui pengolahan tata ruang, sirkulasi, penghawaan, material, dan elemen visual. Hasil perancangan diharapkan mampu mewujudkan *coffee shop* sebagai ruang ketiga yang mendukung pembelajaran, interaksi sosial, dan pengalaman ruang yang bermakna.

Kata kunci: Coffe Shop, Experiential community learning, ruang ketiga sebagai penunjang kebutuhan sosial.

ABSTRACT

The increasing phenomenon of coffee consumption among urban communities has transformed coffee drinking from a purely consumptive activity into an integral part of modern lifestyle. As one of the Indonesian cities with a high number of migrants, the Special Region of Yogyakarta experiences complex social dynamics that require the presence of a third place—an informal social space outside the home and workplace. In this context, s have the potential to serve as venues for social interaction that support the needs of urban society. However, in practice, many s focus more on business competition and strengthening product branding than on optimizing their role as third places. Fordo Espresso Market is one of the s in Yogyakarta with significant potential, particularly due to its expertise in processing coffee beans sourced from various coffee-producing regions across Indonesia. Although Fordo Espresso Market has established a strong product identity and brand image, its function as a third place has not been fully optimized. Therefore, the interior design project of a Multipurpose based on Experiential Community Learning aims to create a space that not only accommodates coffee-drinking activities but also serves as a platform for education, interaction, and collaboration among baristas, coffee enthusiasts, communities, and the general public. The design process employs the Design Thinking method, encompassing stages from problem identification to design solution development. The project site covers an area of 750 m² distributed across three floors with a linear zoning arrangement to support various activities. The Experiential Community Learning approach, enhanced by sensory experiences, is implemented through spatial planning, circulation design, ventilation strategies, material selection, and visual elements. The proposed design is expected to establish the as a meaningful third place that fosters learning, social interaction, and enriching spatial experiences.

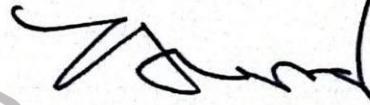
Keywords: *Experiential Community Learning, Third Place as Support for Social Needs.*

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

PERANCANGAN DESAIN INTERIOR *MULTIPURPOSE* BERBASIS *EXPERIENTAL COMMUNITY LEARNING* PADA FORDO ESPRESSO MARKET, GEJAYAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA diajukan oleh Nana Khasirina NIM 2112406023, Program Studi S-1 Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90221), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 18 Juni 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Ketua



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.

NUPTK 0647755656130162

Pembimbing II/Anggota



Yuyu Rubyanti, S.Sn., M.Sn.

NUPTK 1256764665230213

Cognate/Anggota



Hangga Hardhika, S.Sn., M.Ds

NUPTK 8461757658130143

Mengetahui,

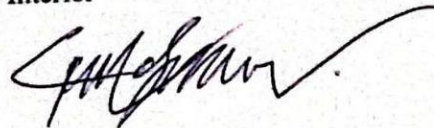
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NUPTK0351748649130073

Koordinator Program Studi Desain
Interior



Mahdi Nurcahyo, S.Sn., M.Sn.

NUPTK 00952769670130332

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nana Khasirina

NIM : 2212406023

Tahun lulus : 2026

Program studi : Desain Interior

Fakultas : Seni Rupa

Menyatakan bahwa dalam laporan pertanggungjawaban ilmiah ini yang diajukan untuk memperoleh gelar akademik dari ISI Yogyakarta, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini.

Sehingga laporan pertanggungjawaban ilmiah adalah benar karya saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti merupakan plagiasi dari hasil karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Juni 2026



Nana khasirina

2212406023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunianya sehingga saya dapat melaksanakan Tugas Akhir Perancangan yang berjudul “Perancangan Interior Multipurpose *Coffee Shop* Berbasis *Experiental Community Learning* pada *Fordo Expreso Market*, Gejayan, Daerah Istimewa Yogyakarta” dengan baik dan semoga tepat pada waktunya. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan dan memenuhi mata kuliah Tugas Akhir Perancangan dalam program studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Perancangan Tugas Akhir ini bertujuan salah satu syarat kelulusan yang dibebaskan dari kampus kepada mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di bangku perkuliahan ke dalam dunia kerja profesional.

1. Tuhan YME atas karunianya untuk menyelesaikan Tugas Akhir Perancangan.
2. Bapak Martino Dwi Nugroho S.Sn, M.A. selaku Dosen Pembimbing I dan ibu Yuyu Rubiyanti, M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II atas bimbingan, arahan dan saran yang membangun selama proses menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Hangga Hardika, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan evaluasi yang dapat menyempurnakan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Mahdi Nurcahyo, S.Sn., M.A., selaku Koordinator Program Studi Desain Interior, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Bapak Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn., selaku Ketua Jurusan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Seluruh Dosen Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
7. Staf dan Karyawan Program Studi Desain Interior.
8. Orang tua dan adik serta teman teman saya yang selalu mendukung, mengingatkan serta memberikan doa yang terbaik demi kelancaran dalam melaksanakan Tugas Akhir Perancangan.
9. Rekan seperjuangan saya yang menemani dan bersama – bersama berjuang selama dalam mengerjakan Tugas Akhir perancangan serta Pengkajian.
10. Teman – teman Desain Interior dan teman – teman lainnya yang memberikan

dukungan dan semangat.

11. Kepada C.V Fordo Prime yang memberikan saya kesempatan menjadikan salah satu cabangnya sebagai objek perancangan dan juga memberikan cukup banyak informasi yang saya perlukan untuk proses perancangan.
12. Kepada Yohannes De deo Vito , Anggun Yuliana, Agas, Nadin, Ryan, Bayu, thoriq yang menemani dan mendukung penulis/desainer selama proses penyelesaian perancangan.
13. Segenap pihak – pihak yang tidak dapat praktikan tuliskan dan sebutkan satu persatu, yang telah membantu praktikan dalam melaksanakan kerja profesi dan penyusunan laporan.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. METODE DESAIN	3
1. Proses Desain	3
2. Metode Desain	4
BAB II	8
PRA DESAIN	8
A. TINJAUAN PUSTAKA	8
1. Landasan Teori tentang Objek yang akan didesain	8
2. Landasan Teori Khusus Yang Akan digunakan Sebagai Pendekatan	29
B. PROGRAM DESAIN	33
1. Tujuan Desain :	33
2. Sasaran Desain	33
C. DATA	34
1. Deskripsi Umum Proyek	34
2. Data Non Fisik	35
3. Data Fisik	38
4. Data literatur	42
5. Data Preseden	52
BAB III	58
PERNYATAAN MASALAH	58
A. PERNYATAAN MASALAH	58

B.	PERMASALAHAN IDE SOLUSI	59
C.	KONSEP DESAIN.....	60
1.	Tema dan konsep perancangan.....	61
2.	Gaya Perancangan.....	63
BAB IV	65
PENGEMBANGAN DESAIN	65
A.	Alternatif Desain	65
1.	Penerapan Gaya.....	65
2.	Suasana Ruang	65
3.	Komposisi Material	67
B.	Alternatif Penataan Ruang	68
1.	Diagram Matrix.....	68
2.	Bubble Diagram	68
3.	Bubble Plan.....	70
4.	Block Plan.....	71
5.	Layout.....	72
C.	Alternatif Elemen Pembentuk Ruang	75
1.	Rencana lantai	75
2.	Rencaan dinding.....	79
3.	Rencana plafon.....	80
4.	Pengisi Ruang.....	82
a.)	Furniture.....	82
b.)	Equipment.....	87
5.	Alternatif Tata Kondisi Ruang	88
6.	Penghawaan	91
7.	Evaluasi Pemilihan Desain	92
8.	Hasil Desain.....	96
a.)	Implementasi Pendekatan Experiential Community Learning pada Hasil Visualisasi Perancangan.....	96
BAB V	102
PENUTUP	102
A.	KESIMPULAN.....	102
B.	SARAN	103

LAMPIRAN.....	105
A. Hasil Survei.....	105
B. Proses Pengembangan Desain.....	109
C. Presentasi Desain / Publikasi / Pameran	112
D. Rencana Anggaran Biaya	114
E. Gambar Kerja	116



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Diagram tahapan proses <i>design thinking</i>	3
Gambar 2. 1	logo Perusahaan _ CV Fordo Prime Indonesia	34
Gambar 2. 2	Peta Lokasi Proyek _ Fordo Espresso Market	38
Gambar 2. 3	Hasil Survey Fordo Espresso Market_	39
Gambar 2. 4	hasil survey Fordo Espresso Market_ lantai kedua	40
Gambar 2. 5	Hasil Survey Fordo Espresso Market_ Lantai Kedua	41
Gambar 2. 6	Fordo Espresso Market sebelum perancangan	41
Gambar 2. 7	Data List Furniture Sebelum Perancangan	42
Gambar 2. 8	Standar Lounge Seating	43
Gambar 2. 9	standar dining seating	43
Gambar 2. 10	standar dining seating	44
Gambar 2. 11	standar dining seating	45
Gambar 2. 12	standar dining seating	45
Gambar 2. 13	standar <i>bar table & cabinet</i>	46
Gambar 2. 14	standar <i>bar table & cabinet</i>	46
Gambar 2. 15	standar <i>bar table & cabinet</i>	47
Gambar 2. 16	standar <i>bar table & cabinet</i>	47
Gambar 2. 17	standar <i>bar table & cabinet</i>	48
Gambar 2. 18	standar <i>bar / section</i>	48
Gambar 2. 21	standar dining seating	50
Gambar 2. 22	standar dining seating	50
Gambar 2. 23	standar dining seating	51
Gambar 2. 24	standar dining seating	51
Gambar 2. 25	tampak Lokasi dari maps dari dua data preseden	52
Gambar 3. 1	ideasi konfigurasi konsep	61
Gambar 3. 2	bubble diagram	62
Gambar 3. 3	sketsa ideasi	62
Gambar 4. 1	Alternatif 1 moodboard	66
Gambar 4. 2	Alternatif 2 moodboard	66
Gambar 4. 3	Komposisi Material	67
Gambar 4. 4	digram Matriks untuk konfigurasi lantai 2-4	68
Gambar 4. 5	bubble diagram lantai 2	68
Gambar 4. 6	bubble diagram lantai 3	69
Gambar 4. 7	bubble diagram lantai 3	69
Gambar 4. 8	blok plan Lantai 2	70
Gambar 4. 9	blok plan Lantai 2	70
Gambar 4. 10	blok plan Lantai 2	71

Gambar 4. 11 blok plan Lantai 2	71
Gambar 4. 12 blok plan Lantai 3	71
Gambar 4. 13 blok plan Lantai 4	72
Gambar 4. 14 layout alternatif 1 lantai 2	72
Gambar 4. 15 layout alternatif 2 lantai 2	72
Gambar 4. 16 layout alternatif 1 lantai 3	73
Gambar 4. 17 layout alternatif 2 lantai 3	73
Gambar 4. 18 layout alternatif 1 lantai 4	74
Gambar 4. 19 layout alternatif 2 lantai 3	74
Gambar 4. 20 layout alternatif 1 lantai 2	75
Gambar 4. 21 layout alternatif 2 lantai 2	76
Gambar 4. 22 layout alternatif 1 lantai 3	76
Gambar 4. 23 layout alternatif 2 lantai 3	77
Gambar 4. 24 layout alternatif 1 lantai 4	78
Gambar 4. 25 layout alternatif 2 lantai 4	78
Gambar 4. 26 rencana dinding alternatif 1 dining area lantai 2	79
Gambar 4. 27 rencana dinding alternatif 2 dining area lantai 2	79
Gambar 4. 28 rencana plafon alternatif 1 VIP Room lantai 4	80
Gambar 4. 29 rencana plafon alternatif 2 VIP Room lantai 4	81
Gambar 4. 30 roester area lantai 2	96
Gambar 4. 31 indoor dining area lantai 2	97
Gambar 4. 32 social corner lantai 3	97
Gambar 4. 33 Visual Render Outdoor Dining Lantai 2 (community Space)... 98	
Gambar 4. 34 Visual Render Indoor Dining & Fast Bar pada Lantai 3	99
Gambar 4. 35 Visual Render kofigurasi Indoor Dining & Stair Dining pada Lantai 3 (Social Space) menuju Lantai 4 (working Space)..... 99	
Gambar 4. 36 Lantai 4 (working Space)..... 100	
Gambar 4. 38 Visual Render Outdoor Dining Lantai 4 (working Space) 100	
Gambar 4. 39 Visual Render VIP Room Lantai 4 (working Space)..... 101	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 aktivitas pengguna Ruang berdasarkan data sebelum perancangan	37
Tabel 2. 2 Data Studi Preseden Perancangan Space Roastery Yogyakarta & JNM Bloc Yogyakarta	52
Tabel 3. 1 Permasalahan, Ide Dan Solusi	59
Tabel 4. 2 Kriteria alaternatif konsep dan tema ruangan	67
Tabel 4. 3 Kriteria alaternatif rencana layout lantai	73
Tabel 4. 4 Kriteria alaternatif rencana layout lantai 3	74
Tabel 4. 5 Kriteria alaternatif rencana layout lantai 4	75
Tabel 4. 6 Kriteria alaternatif rencana lantai 2	76
Tabel 4. 7 Kriteria alaternatif rencana lantai 4	77
Tabel 4. 8 Kriteria alaternatif rencana lantai 4	78
Tabel 4. 9 Kriteria alaternatif rencana dinding	80
Tabel 4. 10 Kriteria alaternatif rencan plafon VIP Room lantai 4.....	81
Tabel 4. 11 Tabel daftar kebutuhn furnitur	82
Tabel 4. 12 Daftar Equipment :	87
Tabel 4. 13 Daftar jenis pencahayaan.....	88
Tabel 4. 14 Tabel perhitungan Titik Lampu.....	89
Tabel 4. 15 Tabel Jenis Penghawaan	91
Tabel 4. 16 Tabel Jenis Penghawaas.....	92
Tabel 4. 17 Tabel Evaluasi Pemilihan Desain	93

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Sebagai salah satu negara dengan ekspor kopi tertinggi di dunia, Indonesia tidak hanya melakukan ekspor kopi di berbagai negara tetapi juga mengalami peningkatan yang signifikan dalam konsumsi kopi secara domestik. Berdasarkan data survey (goodstats, 2024) pada tahun 2022 sampai 2024 menyebutkan bahwa 40 % dari 100 % responden minum kopi hingga 2 gelas dalam sehari, Selain itu dalam catatannya menyebutkan bahwa 42 % minum kopi pada malam hari , 27 % minum kopi di pagi hari dan sisanya 31 % minum kopi pada jam produktif. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa hampir 70 % masyarakat urban di Indonesia meminum kopi diluar jam produktif atau waktu luang, sehingga dapat disimpulkan bahwa ngopi tak hanya terbatas pada sebuah kegiatan konsumtif saja, namun telah menjadi suatu rutinitas kegiatan sosial dan kebutuhan bagi sebagian masyarakat urban. Kehadiran kedai kopi atau kita kenal juga sebagai dalam konteks ini memiliki peran penting dalam menyediakan kebutuhan masyarakat urban, nilai konsumsi yang meningkat secara signifikan tentunya membutuhkan pemenuhan permintaan yang seimbang.

Kegemaran konsumen pada kegiatan minum kopi di Coffe Shop juga dikemukakan pada jurnal (YantiYulianti_YosiniDeliana, 2018), menyatakan bahwa Coffe Shop adalah sarana tempat untuk berkumpul dan bersantai bersama teman atau keluarga diakhir pekan untuk sekedar melepas kepenatan dan aktivitas sehari-hari. Banyak kalangan mahasiswa juga memanfaatkan kehadiran Coffe Shop sebagai alternatif tempat untuk menyelesaikan pekerjaan/tugas yang dimilikinya. Dalam kutipan lain dari (Oldenburg, 1999) menyampaikan bahwa Coffe Shop berperan sebagai salah satu *Third place* atau alternatif ruang informal setelah rumah sebagai *frist place*, ruang kerja sebagai *second place*. *Third place* dalam konteks yang dimaksudkan adalah ruang dimana seharusnya kedai kopi sebagai penyedia kebutuhan masyarakat urban menghabiskan waktu luang untuk melakukan kegiatan sosial informal. Namun

pada realitanya, peningkatan signifikan dari kegiatan meminum kopi yang telah mengalami pergeseran fungsi pada masyarakat sub urban tidak diikuti dengan terciptanya ruang yang disebut *third place*.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu kota dengan nilai kuantitas pedatang terbanyak di Indonesia, fenomena ini menjadikan Yogyakarta dengan dinamika sosial yang cukup tinggi dan area yang cocok untuk menciptakan banyak tempat berkumpul atau *Third place*. Sejalan dengan fenomena meningkatnya jumlah konsumsi kopi di Yogyakarta berbagai jenis kedai kopi mulai bermunculan mulai dari *coffee street*, kopi keliling, yang masing masing berlomba lomba untuk menciptakan dan menawarkan berbagai pengalaman pada kegiatan meminum kopi. Namun apakah dengan meningkatkan kualitas produk dan branding yang inovatif sudah cukup bagi dikatakan sebagai *Third place*? tentu penerapan ini masih dinilai kurang tepat. Dalam kutipan lain dari (Oldenburg, 1999) Mengemukakan bahwa yang hanya menyediakan meja dan kursi belum tentu menjadi *Third Place*. Beberapa Aspek utama yang lebih penting adalah terdapat interaksi sosial, pertemuan spontan dan pembentukan relasi baru, serta komunitas yang terbentuk atas dasar satu rasa kesamaan memiliki dan kegemaran, ruang yang tidak terbatas untuk siapapun termasuk kalangan manapun. Pernyataan dari (Oldenburg, 1999) berusaha menyampaikan bahwa dalam dinamika masyarakat urban yang semakin kompleks kehadiran *Third Place* akan membentuk kualitas sosial dengan bertemu dan berbicara secara spontan kemudian membagi pengalaman, dan membangun jaringan sosial.

Dalam perancangan ini praktikan mengambil salah satu objek *Coffee shop* dengan potensi cukup besar di Yogyakarta, yaitu *Fordo*. Sejak berdirinya pada tahun 2023 *Fordo* memulai kedai kopi kecil dengan sebuah produk minuman dari biji kopi hasil roastery mandiri yang kemudian dijadikan produk bisnis hingga saat ini. Pada tahun pertama berdirinya dengan nama *Fordo Espresso Lab*, sudah mulai menerapkan *experience* meminum kopi dengan menyaksikan secara langsung proses roaster biji kopi, pada tahun 2024 *Fordo* membuka cabang kedua dengan nama *Fordo Espresso Bar* dengan tujuan pasar yang lebih luas. Namun pada cabang pertama dan kedua proses roaster

yang menjadi identitas justru terpisah dengan area *lounge & Bar* pada cabang yang baru. Desainer mengambil objek pada cabang ketiga yang akan datang di daerah Gejayan , Yogyakarta dengan tajuk Fordo Espresso Market menggabungkan rooster area bersama *Lounge & Bar* dalam konsep *Multipurpose* . Dalam konsep ini desainer berusaha merancang Fordo Espresso Market menjadi *Third place* sebagai penyedia tempat pertemuan untuk masyarakat urban, komunitas hingga menjadi alternatif tempat untuk bekerja atau kita kenal saat ini dengan istilah *WFC (Work From)*. Dengan kata lain Fordo Espresso Market adalah ruang yang diciptakan untuk segala kalangan tanpa batasan serta menciptakan ruang pendukung untuk kebutuhan dinamika sosial, melalui pendekatan konsep berbasis *Experiential by Community* serta *Experiential by sesory*

B. METODE DESAIN

1. Proses Desain

Metode desain yang digunakan dalam perancangan Fordo Espresso Market mengadaptasi proses desain dari (Gavin Ambrose & Paul Harris , 2010). Metode ini dipilih karena menghadirkan pendekatan yang terstruktur sehingga relevan untuk proyek interior pada Masyarakat urban yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang konteks perilaku pengguna serta identitas ruang. (Gavin Ambrose & Paul Harris , 2010) menawarkan alur desain yang menekankan eksplorasi, pemecahan masalah, dan pengembangan konsep berbasis riset. Sehingga metode desain ini dinilai sesuai untuk Perancangan *Multipurpose* pada Fordo *Coffee Market* dimana dalam prosesnya diperlukan juga riset dan landasan teori yang mendukung untuk pengembangan perancangan.



Gambar 1. 1 Diagram tahapan proses *design thinking*
(Sumber : Gavin Ambrose & Paul Harris 2010)

2. Metode Desain

a.) *Define (brief) – “Learn About Your Audience”*

Pada tahap awal (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010) menekankan pentingnya *understanding the context* dan *knowing the user* sebelum memulai proses desain. Tahap *define (brief)* dalam bagan ini selaras dengan tahap *Research* menurut mereka, yaitu proses mengamati, melakukan wawancara, survei, serta memahami perilaku, kebutuhan, dan hambatan pengguna. (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010) melihat empati sebagai bentuk *immersive research*, di mana desainer tidak hanya melihat pengguna sebagai data, tetapi mencoba memahami cara mereka berpikir, kebiasaan, nilai, hingga pengalaman ruang yang mereka alami.

Pada tahap ini desainer befokus pada eksplorasi mengenai fenomena yang sedang terjadi pada Masyarakat urban dan kaitannya dengan objek yang akan dirancang pada Fordo Espresso Market. Dalam implementasi pelaksanaannya desainer melakukan beberapa analisis seperti:

- 1.) Analisis gaya hidup Masyarakat urban yang berkaitan dengan fenomena meningkatnya konsumsi kopi secara signifikan.
- 2.) Respon yang terjadi dilapangan pada di Yogaykarta.
- 3.) Identifikasi latar belakang objek pada Fordo Espresso lab dan Fordo Espresso Bar melalui wawancara pada beberapa staf dan juga customer untuk melihat perilaku dan kebutuhan ruang.
- 4.) Pengumpulan data berupa dokumen berisi gambar kerja arsitektural, rendering hasil desain skematik Perusahaan.
- 5.) Analisis terhadap data preseden dalam tujuan konteks desain yang serupa atau mendekati.

b.) *Research – “Construct Point of View Based on User Needs”*

Menurut (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010), tahap mendefinisikan masalah setara dengan kegiatan *interpreting* dan *framing*. Setelah data terkumpul, desainer harus mengolah informasi tersebut menjadi *design problem* atau *problem framing*

yang jelas bukan hanya daftar masalah, tetapi sudut pandang strategis mengenai apa yang sebenarnya perlu dipecahkan. Dalam proses metode desain ini menekankan bahwa perumusan masalah yang tepat akan menentukan kualitas solusi desain. Tahap *define* pada bagan ini merupakan proses menyaring, memilih, dan merumuskan fokus desain secara tajam.

Pada tahap metode desain ini desainer menyimpulkan permasalahan dan potensi yang dapat dikembangkan dari Fordo Espresso Market dengan pemenuhan kebutuhan ruang dari pengguna publik maupun staf. Desainer juga mencari dan menyimpulkan hambatan dalam permasalahan yang didapat baik secara sosial dan *existing* objek perancangan.

c.) **Ideate – “Brainstorm & Come Up With Creative Solutions”**

Dalam buku (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010) menyebut tahap ideasi sebagai fase *generating*, yaitu proses eksploratif untuk menghasilkan sebanyak mungkin solusi potensial tanpa batasan kreatif. Mereka menekankan proses *divergent thinking*, brainstorming, sketsa cepat, eksperimen visual, dan eksplorasi konsep sebagai langkah untuk membuka kemungkinan baru. Tahap Ideate pada bagan ini selaras dengan prinsip (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010) bahwa desain merupakan proses nonlinear yang memberi ruang untuk berpikir luas, mengeksplorasi alternatif, mempertimbangkan berbagai pendekatan, dan menggunakan kreativitas sebagai alat menghasilkan solusi inovatif. Tujuannya bukan menemukan solusi terbaik secara langsung, tetapi memperluas potensi arah desain sebelum menentukan pilihan final.

Dalam tahapan ini desainer menentukan ideasi konsep untuk pemecahan masalah pada objek perancangan Fordo Espresso Market melalui pendekatan *Experiential community learning* secara konteks sosial didukung dengan pendekatan *Experiential of Sensory* secara konteks permasalahan Existing.

d.) **Prototype – “Build Representation of Your Ideas”**

Dalam pendekatan (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010), pembuatan *prototype* masuk ke fase *developing*, yaitu menerjemahkan ide menjadi bentuk nyata agar dapat diuji secara visual, fisik, atau digital. Mereka menekankan pentingnya *visual experimentation, maquette, layout* awal, *mock-up*, atau bentuk representasi lainnya untuk memeriksa bagaimana ide akan berfungsi dalam konteks nyata.

Prototype bukan hanya hasil visual, tetapi alat berpikir. (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010) menegaskan bahwa dengan memvisualisasikan ide, desainer dapat:

- a. Melihat kekurangan,
- b. Memperbaiki konsep,
- c. Mengembangkan solusi yang lebih matang.

Tahap *Prototype* dalam bagan ini mencerminkan proses iteratif di mana desain terus disempurnakan melalui pembuatan representasi yang semakin dekat dengan hasil akhir. Desainer memvisualkan beberapa *prototype* Melalui alternatif desain, ideasi dan progaming pada perancangan Fordo Espresso Market .

e.) **Select – “Test Your Ideas”**

Tahap *select* dalam bagan setara dengan fase *refinement* menurut (Gavin ambrose & Paul Harris , 2010). Ini merupakan proses untuk menguji efektivitas konsep dengan pengguna, mengevaluasi apakah desain memenuhi kebutuhan, nyaman digunakan, dan relevan secara fungsional maupun emosional. Pengujian dapat berupa:

- 1.) Simulasi pengalaman terhadap aspek dari data preseden.
- 2.) Memasukan pengguna ruang sebagai objek evaluasi sebagai studi perilaku dalam ruang.
- 3.) Evaluasi ukuran ruangan sesuai standar *ergonomic design*

Pada tahap ini desainer menggunakan data preseden sebagai pembanding dari beberapa alternatif desain yang sudah diciptakan

untuk menentukan visualisasi final yang akan digunakan pada perancangan Fordo Espresso Market. Salah satu data preseden yang desainer akan gunakan adalah cabang sebelumnya dari Fordo *Espresso lab* dan Fordo *Espresso Bar* berdasarkan hasil analisis data objek perancangan. Data preseden ini dianggap desainer akan membantu proses *Test* pada tahapan terakhir dari metode *desain thinking* dengan membandingkan serta evaluasi simulasi penerapan hasil perancangan.

f.) *Implement*

Tahap *Implement* adalah fase penerapan solusi yang telah diuji ke lingkungan nyata. Fokusnya pada mengubah *prototype* atau alternatif yang berhasil menjadi desain setelah beberapa pertimbangan dari aspek data preseden dan tolak ukur standar design yang diperlukan desainer. Hasil desain ini yang dapat digunakan oleh desainer secara konsisten dan berkelanjutan dalam proses pengembangan desain.

g.) *Learn (feed back)*

Ambrose & Harris menekankan bahwa feedback loop sangat penting karena hasil pengujian dapat membawa desainer kembali ke tahap *prototype* atau bahkan tahap *define* untuk memperbaiki dan memurnikan konsep. Proses ini tidak linear, tetapi siklus berulang yang menghasilkan solusi desain paling optimal. Pada perancangan Fordo Espresso Market tahap ini diimplementasikan pada proses evaluasi desain untuk sebelum menentukan tahapn akhir sebagai hasil desain.