

**PERSEPSI VISUAL PENGUNJUNG TERHADAP
INTERIOR KOPI OEY SABANG, MELAWAI, DAN
FATMAWATI JAKARTA**



PENGKAJIAN

Oleh:

Prima Sarinastiti

**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

**PERSEPSI VISUAL PENGUNJUNG TERHADAP
INTERIOR KOPI OEY SABANG, MELAWAI, DAN
FATMAWATI JAKARTA**



PENGKAJIAN

Prima Sarinastiti

1111818023

Tugas akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar sarjana S-1 bidang Desain Interior

2015

Tugas Akhir Karya Tulis berjudul:

PERSEPSI VISUAL PENGUNJUNG TERHADAP INTERIOR KOPI OEY SABANG, MELAWAI, DAN FATMAWATI JAKARTA. Diajukan oleh Prima Sarinastiti, NIM 1111818023, Program Studi Desain Interior Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 30 Januari 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota

Yulyta Kodrat P., S.T., M.T
NIP. 19700727200003 2 001

Pembimbing II/Anggota

Dony Arsetyasmoro, S.Sn., M.Des
NIP. 19790407200604 1 002

Cognated/ Anggota

Setya Budi Astanta, S.Sn, M.Sn
NIP. 19730129200501 001

Ketua Program Studi Desain
Interior/Anggota

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A.
NIP. 19770315200212 1 005

Ketua Jurusan Desain/
Ketua/Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

M. Sholahuddin, S.Sn.,M.T.
NIP. 1997010199903 1 001

Dr. Suastiwi, M. Des.
NIP. 19590802198803 2 002

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Dengan segala keterbatasan penulis, skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, dengan segenap hati penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada:

1. Yulyta Kodrat, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing I yang telah penuh perhatian dan tanggung jawab memberikan bimbingan, masukan serta saran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Dony Arsetyasmoro, S.Sn., M.Des. selaku Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, masukan, serta saran yang bermanfaat bagi penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Prodi Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak M. Sholahuddin, S.Sn., M.T, selaku Ketua jurusan desain.
5. Seluruh staff pengajar dan karyawan di Program Studi Desain Interior yang selama ini telah banyak membantu.
6. Mas Indra Purnama, marketing divisi kreatif Kopi Oey Sabang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di ketiga tempat ini.
7. Kedua orang tua yang selalu mendukung dan selalu menjadi sponsor hidup bagi penulis.
8. *Mr* Alfredo yang setiap hari bersama hidup dan mati bekerja keras membuka aplikasi photosop dan word demi terwujudnya Tugas Akhir ini.
9. Pak Francis yang telah banyak memberikan inspirasinya demi terwujudnya Tugas Akhir ini dengan lancar.

10. Teman PCA dan segala aktifitas di dalamnya yang membuat tawa bahagia di kala susah.
11. Garis *family* (desain interior 2011) yang telah berjuang bersama dari awal masa perkuliahan.
12. Keluarga besar Alumni Desain Interior ISI Yogyakarta yang telah memberikan bantuannya.
13. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga Allah SWT akan membalas segala kebaikan yang telah penulis terima dan mudah-mudahan karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Yogyakarta, Juni 2013

Penulis

Prima Sarinastiti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	3
C. TUJUAN PENELITIAN	3
E. MANFAAT PENELITIAN	3
F. METODE PENELITIAN	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. TINJAUAN TENTANG RESTORAN	6
B. TINJAUAN TENTANG PERSEPSI VISUAL	9
BAB III LAPORAN DATA LAPANGAN	

A. PROSES PENGUMPULAN DATA	23
1. Persiapan Pengumpulan Data Lapangan	23
2. Pelaksanaan Pengumpulan Data	23
B. PEROLEHAN DATA	24
1. Kopi Oey Sabang.....	27
2. Kopi Oey Melawai.....	42
3. Kopi Oey Fatmawati.....	61

BAB IV ANALISIS DATA

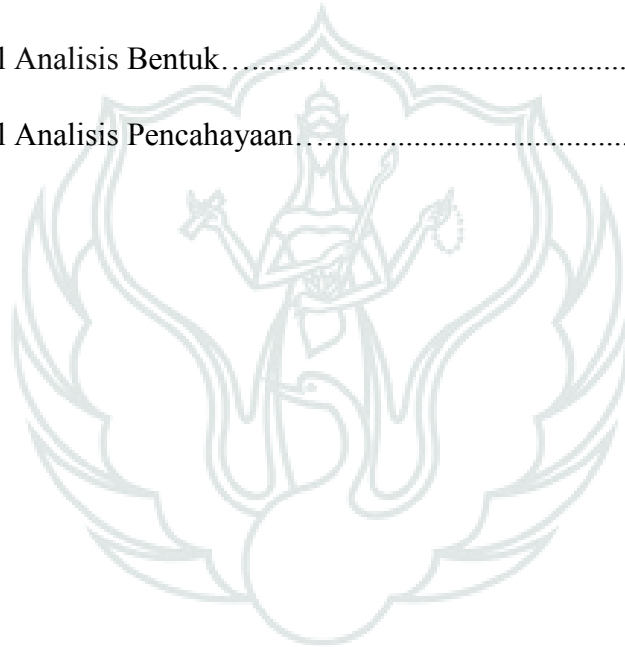
A. Analisis Kopi Oey.....	80
---------------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN	103
B. SARAN	105
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Psikologi warna.....	14
Tabel 2 Tabel Persepsi dan Sensasi	15
Tabel 3 Tabel Wawancara KOS	76
Tabel 4 Tabel Wawancara KOM.....	77
Tabel 5 Tabel Wawancara KOF.....	78
Tabel 6 Tabel Wawancara dan <i>Comment card</i>	79
Tabel 7 Tabel Analisis Warna.....	81
Tabel 8 Tabel Analisis Bentuk.....	90
Tabel 9 Tabel Analisis Pencahayaan.....	100

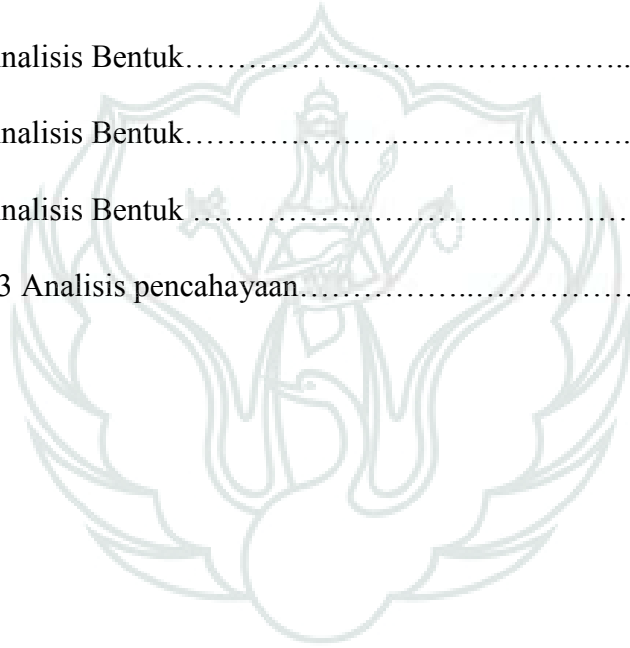


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Piramida Pengalaman Warna.....	12
Gambar 2	Hue Warna.....	14
Gambar 3	Logo Kopi Oey	25
Gambar 4	Profil Pemilik Kopi Oey (Bondan Winaro.....	26
Gambar 5	Fasad Kopi Oey Sabang	27
Gambar 6	Fasad Kopi Oey Sabang.....	27
Gambar 7	Interior Kopi Oey Sabang Lantai 1.....	28
Gambar 8	Interior Kopi Oey Sabang Lantai 1.....	28
Gambar 9	Interior Kopi Oey Sabang.....	29
Gambar 10	Interior Kopi Oey Sabang.....	31
Gambar.11	Motif Lantai Kopi Oey Sabang.....	32
Gambar 12	Set Perabot Kopi Oey Sabang.....	33
Gambar 13	Perabot Kursi Kopi Oey Sabang.....	34
Gambar 14	Perabot Meja Kopi Oey Sabang.....	34
Gambar 15	<i>Comment card</i>	36
Gambar 16	Fasad Kopi Oey Melawai	42
Gambar 17-18	Entrance Kopi Oey Melawai.....	43
Gambar 19	Mural Entrance Kopi Oey Melawai.....	44
Gambar 20	<i>Sign Board</i> Kopi Oey Melawai.....	45
Gambar 21	Entrance Kopi Oey Melawai.....	45
Gambar 22-23	Interior Kopi Oey Melawai.....	46

Gambar 24 Entrance Kopi Oey Melawai.....	47
Gambar 25 Mural Kopi Oey Melawai.....	47
Gambar 26 Mural Kopi Oey Melawai.....	48
Gambar 27 Interior Kopi Oey Melawai.....	49
Gambar 28-29 Interior Kopi Oey Melawai (<i>Smoking area</i>).....	49
Gambar 30 Interior Kopi Oey Melawai (<i>No smoking area</i>).....	50
Gambar 31-32 Interior Kopi Oey Melawai (<i>No smoking area</i>).....	51
Gambar 33-34 Interior Kopi Oey Melawai (<i>No smoking area</i>).....	52
Gambar 35-36 Set perabot KOM.....	53
Gambar 37-38 Lampu Kopi Oey Melawai.....	54
Gambar 39 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	61
Gambar 40-41 Interior Kopi Oey Fatmawati.....	62
Gambar 42-43 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	63
Gambar 44-45 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	64
Gambar 46-47 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	65
Gambar 48-49 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	66
Gambar 50-51 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	67
Gambar 52-53 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	68
Gambar 54-55 Fasad Kopi Oey Fatmawati.....	69
Gambar 56 Pola Warna KOS.....	82
Gambar 57 Pola Warna KOM.....	82
Gambar 58 Pola Warna KOS.....	83

Gambar 59 Pola Warna Ketiga Kopi Oey.....	83
Gambar 60 Pola Warna Asesoris.....	84
Gambar 61 Analisis Warna Asesoris.....	84
Gambar 62 Analisis Komposisi Warna	85
Gambar 63-64 Analisis Komposisi Warna	86
Gambar 65 Piramida Warna	88
Gambar 66 Analisis Bentuk.....	91
Gambar 67 Analisis Bentuk.....	92
Gambar 69 Analisis Bentuk.....	94
Gambar 70 Analisis Bentuk.....	97
Gambar 71 Analisis Bentuk	98
Gambar 72-73 Analisis pencahayaan.....	99



ABSTRAK

Persepsi Visual Pengunjung Terhadap Interior Kopi Oey Sabang, Melawai,
Fatmawati, Jakarta

Prima Sarinastiti
1111818023

Gaya hidup masyarakat urban berkembang dan meningkat setiap tahunnya. Jakarta, kota metropolis memiliki populasi dengan tingkat konsumtif yang tinggi menyebabkan pertumbuhan ruang publik seperti kafe dan restoran. Kopitiam adalah tradisional kedai kopi yang muncul di Asia Tenggara, menyediakan makanan dan minuman menu sarapan. Salah satu kopitiam yang terkenal di Indonesia adalah Kopi Oey, milik ahli kuliner Indonesia, Bondan Winarno. Kopi Oey memiliki konsep *djadoel* yang unik dengan sentuhan Cina Peranakan. Kekuatan konsep *djadoel* yang diambil tidak hanya sebatas desain ruangnya saja, namun keseluruhan total hingga ejaan pada daftar menu dibuat dengan tulisan *djadoel*. Kopi Oey saat ini memiliki 29 cabang, dengan cabang terbanyak di Jakarta. Kopi Oey Sabang, Melawai, dan Fatmawati Jakarta adalah Kopi Oey yang memiliki pasar dan desain ruang yang berbeda.

Penelitian ini untuk mengetahui persepsi visual pengunjung terhadap variabel ruang (warna, pencahayaan, bentuk, dan lain-lain). Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif yang mengkorelasikan data wawancara dengan data fisik ruang. Tinjauan pustaka berasal dari beberapa literatur buku, baik elektronik maupun non elektronik, data internet dll. Persepsi visual pengunjung pada interior Kopi Oey Sabang, Melawai, dan Fatmawati adalah menarik, santai, hangat, dan unik.

Kata Kunci : Persepsi visual, interior, kafe

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Ruang publik kini telah mengalami perluasan makna dalam penggunaannya. Ruang publik menjadi tujuan utama bagi mereka yang jemu akan ruang hunian yang semakin menyempit. Jakarta, kota metropolis memiliki populasi dengan tingkat konsumtif yang tinggi menciptakan gaya hidup urban. Gaya hidup urban tidak mengikat waktu, umur, dan tempat. Ruang publik di Jakarta sangat berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dari pembangunan Mall yang selalu bertumbuh setiap tahunnya. Café atau restaurant adalah salah satu ruang publik yang semakin ramai dikunjungi dan semakin berkembang baik secara fasilitas maupun visual desainnya. Fungsi café sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan pangan telah bergeser menjadi tempat berkumpul, berdiskusi, hingga bekerja.

Gaya hidup konsumtif menuntut keadaan yang serba *up to date*. Menurut pendapat Nas dan Sande dalam buku *urban lifestyle in* , ada berbagai macam motif yang mendasari seseorang untuk menganut gaya hidup tertentu, antara lain akibat mempertahankan kelangsungan hidup, kebutuhan untuk mengurangi perasaan tidak aman dan *anomie*, akibat penolakan terhadap nilai kultur yang dominan, dan lainnya. Beberapa café di Jakarta secara tidak langsung memiliki pasar konsumen tertentu misalnya seperti *Red White Lounge Café* yang merupakan café bagi pecinta music jazz, *The Djournal Coffee* café anak muda untuk bekerja dan berdiskusi, dan masih banyak lainnya. Café saat ini berlomba-lomba mendapatkan pasar konsumen dengan memperbanyak fasilitas dan mengolah interiornya sedemikian rupa. Interior yang unik akan mengundang daya tarik dan menjadi nilai tambahan. Segmen pasar café yang ramai dikunjungi adalah kedai kopi atau yang lebih dikenal dengan *coffee shop*. Beberapa tahun yang lalu *coffee shop* yang ramai dikunjungi pasti sudah memiliki *brand* atau nama seperti *Starbucks*, *Excelso*, atau *Coffee Bean and Tea Leaf*. Rata-rata kedai kopi di Indonesia menyajikan kopi Internasional, namun

beberapa tahun yang lalu Kopitiam atau kedai kopi Cina yang menyajikan kopi lokal mulai ramai dikunjungi dari segala golongan.

Kedai kopi memiliki atmosfer yang berbeda dibandingkan dengan beberapa café, terutama dalam segi penataan interiornya. Meskipun lebih terbilang *simple* atmosfer yang tercipta terasa *homy* dan hangat. Kopitiam berasal dari *kopi* (bahasa Melayu) dan kata *tiam* (店) yang berarti *kedai* dalam bahasa Hokkien yang artinya menjadi kedai kopi (Wikipedia). Indonesia memiliki beberapa Kopitiam yang terkenal seperti Kopitiam Kiliney dan Kopitiam Oey, Kopitiam Kiliney lebih mengangkat gaya modern baik dalam penyajian makanan maupun interiornya, sedangkan Kopitiam Oey milik ahli kuliner Indonesia Bondan Winarno justru mengangkat konsep Cina Peranakan yang dikemas dengan gaya *vintage* pada hidangan maupun interiornya. Keunikan Kopitiam Oey terdapat pada atmosfer klasik jadul interiornya namun tetap ramai dikunjungi. Keunikan interior ini menimbulkan persepsi dan kesan bagi pengunjung yang berbeda.

Kopi Oey menggunakan manajemen mitra bisnis sehingga mudah ditemukan di beberapa daerah, Jakarta memiliki jumlah mitra yang paling banyak. Sitem mitra seperti ini menyebabkan terjadinya perbedaan dalam desain ruang setiap cabang. Kopi Oey Sabang merupakan outlet pertama yang di desain langsung oleh Bondan Winarno yang berlokasi di kawasan *street café*, Sabang, Jakarta Pusat. Melihat dari lokasinya, pasar konsumen Kopi Oey Sabang lebih banyak dari golongan menengah ke atas dan wisatawan. Desain ruang Kopi Oey Sabang merupakan desain asli atau *branding* pertama dari Kopi Oey sehingga menjadi patokan mitra bisnis yang lain. Beberapa Kopi Oey berada di lingkungan yang berbeda satu dengan lainnya. Kopi Oey Melawai berada di Fave Hotel yang berada di lingkungan sentra belanja dan Hotel kawasan Blok M, Jakarta Selatan memiliki sentuhan yang berbeda dengan cabang lain. Lingkungan perkantoran menciptakan pasar konsumen yang berbeda bagi Kopi Oey Melawai, begitu juga cabang Kopi Oey yang berada di lingkungan Mall. Salah satu Kopi Oey yang berada di lingkungan Mall atau sentra belanja namun memiliki kualitas yang biasa dalam perancangan interiornya adalah cabang ITC Fatmawati. Kopi Oey Fatmawati berada di kawasan ITC Fatmawati dengan

tingkat kepadatan yang cukup ramai. Melihat dari segi desain ruang dan pasar, Kopi Oey Fatmawati memiliki kelas menengah namun tetap ramai dikunjungi konsumen. Ketiga cabang Kopi Oey memiliki karakter tersendiri dibanding tempat yang lain, oleh sebab itu penulis memilih Kopi Oey Sabang, Melawai, dan Sabang.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana persepsi visual pengunjung terhadap interior Kopitiam Oey Sabang, Melawai, dan Fatmawati Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi visual pengunjung terhadap interior Kopitiam Oey Melawai, Fatmawati, dan Sabang Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi mahasiswa

- a. Menambah pengetahuan tentang unsur visual yang mempengaruhi persepsi terhadap interior Kopitiam atau kedai kopi.
- b. Menambah pengetahuan mengenai interior pada Kopitiam.

2. Manfaat bagi program studi

- a. Memperkaya khasanah penelitian dibidang interior khususnya hubungan antara ruang dan pengunjung (konsumen) melalui persepsi visual pengunjung.

3. Manfaat bagi masyarakat luas

- a. Menambah wacana tentang interior Kopitiam di Indonesia dan keunikannya.

E. Metode Penelitian Data

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan metode kualitatif. Menurut Whintney (1960), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah masyarakat serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi tertentu, termasuk tetnang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh suatu fenomena.

2. Objek Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono: 2011). Penelitian ini mengambil populasi Kopi Oey Sabang, Melawai, dan Fatmawati.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan *combinet* atau gabungan antara beberapa sampling dalam teknik random sampling dan teknik non random sampling. Teknik *combinet* paling ideal untuk penelitian ini dikarenakan membutuhkan beberapa sample acak atau *random* dan *non random*. Beberapa sampel dipilih berdasarkan umur dan melihat aktifitas yang sedang dilakukan, misalnya aktifitas kerja dengan menggunakan laptop. Sampel *random* dipilih secara acak tanpa melihat umur dan aktifitas yang dikerjakan.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian ini adalah :

a. Metode Kepustakaan

Yaitu proses pencarian dan pengumpulan informasi yang lengkap dari literatur pendukung sebagai dasar penelitian dalam kaitannya dengan permasalahan yang ada di lapangan.

b. Metode Observasi

Pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan terhadap tanda-tanda secara detail. Melakukan pengamatan pada ke tiga tempat Kopitiam Oey dengan melihat tanda-tanda aktifitas pengunjung di dalamnya.

c. Metode Kuesioner atau angket

Menurut Sugiyono (2008:199) “Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab” Penulis menggunakan angket berbentuk *comment card* untuk memudahkan dalam pengisian data dan lebih menarik sehingga banyak yang mau untuk memberikan penilaian.

d. Metode Wawancara

Proses pencarian data dengan cara bertanya atau mewawancarai seseorang untuk mengetahui informasi, pendapat, pemikiran, dan gagasan. Dalam hal ini peneliti lebih menekankan mengenai batasan variabel sebagai acuan dalam mewawancarai pengunjung.

e. Metode Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara mendokumentasikan berupa gambar atau foto agar tercapai tujuan penelitian.