

**PENERAPAN TEMA PASAR CINA PERANAKAN
PADA INTERIOR EAT AND EAT FOOD MARKET DI
MALL KELAPA GADING JAKARTA**



**PROGRAM STUDI DESAIN INTERIOR
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2013**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	4.258/H/S/2013
KLAS	
TERIMA	20-08-2013 TTD M P

**PENERAPAN TEMA PASAR CINA PERANAKAN
PADA INTERIOR EAT AND EAT FOOD MARKET DI
MALL KELAPA GADING JAKARTA**



PENGAJIAN

Oleh:

Leannyta Rachma Kesuma



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

2013



**PENERAPAN TEMA PASAR CINA PERANAKAN
PADA INTERIOR EAT AND EAT FOOD MARKET DI
MALL KELAPA GADING JAKARTA**



Tugas akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar sarjana S-1 dalam bidang Desain Interior
2013

Tugas Akhir Pengkajian berjudul :

**PENERAPAN TEMA PASAR CINA PERANAKAN PADA INTERIOR
EAT AND EAT FOOD MARKET DI MALL KELAPA GADING
JAKARTA** diajukan oleh Leonnyta Rachma Kesuma, NIM 0911680023,
Program Studi Desain Interior, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni
Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 27
Juni 2013.

Pembimbing I/Anggota



Ir. Hartiningsih, M.T.

NIP. 19520831 199102 2 001

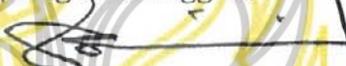
Pembimbing II/Anggota



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

NIP. 19701019 199908 1 001

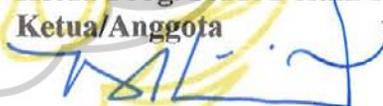
Cognate/Anggota



Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 2 002

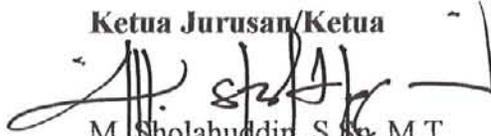
**Ketua Prog. Studi Desain Interior/
Ketua/Anggota**



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

NIP. 19770315 200212 1 005

Ketua Jurusan/Ketua



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

NIP. 19701019 199903 1 001

Mengetahui

**Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,**



Dr. Suastiwi, M.Des.

NIP. 19590802 198803 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. Ir.Hartiningsih, M.T., selaku Dosen Pembimbing I yang telah penuh perhatian dan tanggung jawab memberikan bimbingan, masukan serta saran dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. M.Sholahuddin, S.Sn., M.T. selaku Pembimbing II sekaligus Ketua jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang selalu memberikan bimbingan, masukan, serta saran yang bermanfaat bagi penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Dr. Suastiwi, M.Des., selaku cognate sekaligus Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Martino Dwi Nugroho, S.Sn., M.A., selaku Ketua Prodi Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Seluruh staff pengajar dan karyawan di Program Studi Desain Interior yang selama ini telah banyak membantu.
6. Bapak Hamdani, Bapak Toni, dan Bapak Jamal, selaku perwakilan dari Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di tempat ini.
7. Orang tuaku tersayang dan kakakku, Novla, (*terimakasih atas segala doa, dukungan, dan bantuan yang selalu diberikan selama ini*)

8. Yangkong, Abah Imam, Budhe Niknok, Pakdhe Win, Budhe Tine, Pakde Didik, Om Kokok, Tante Ade, Om Hendra, Tante Candra, Om Yudha, Tante Winda dan seluruh keluarga besar yang selalu memberi dukungan dan bantuan dari awal masa perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Sahabat-sahabatku: Pian, Septy, Nurul, Vina, Kama, Intan, Ria, Diah, Tian, Indri, Lia, Sari, Itoh, Gerda, Irma, Dina, Alvinasys, Danang, Berlin, Iduy, Teddy (*terimakasih atas perhatian, semangat, dukungan, dan bantuannya selama ini, love you guys!*)
10. Keluarga besar Artas Bawah (desain interior angkatan 2009) yang telah berjuang bersama dari awal masa perkuliahan. (*terimakasih atas segala dukungan dan kenangan yang indah*)
11. Keluarga besar Alumni Desain Interior ISI Yogyakarta yang telah memberikan bantuannya.
12. 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

Leonnyta Rachma K.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR FOTO.....	xi
ABSTRAK	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH	2
C. TUJUAN PENELITIAN	3
D. BATASAN MASALAH	3
E. MANFAAT PENELITIAN.....	3
F. ASUMSI.....	4
G. METODE PENELITIAN	4
1. Jenis Pendekatan.....	4
2. Objek Penelitian	5
3. Teknik Pengumpulan Data.....	5
4. Teknik Analisis Data	6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. TINJAUAN MENGENAI TEMA	8
B. TINJAUAN MENGENAI CINA PERANAKAN	9
1. Sejarah Singkat	9
2. Pecinan	12
3. Warna Tionghoa.....	16
4. Ragam Hias Tionghoa	17
5. Aksesoris Cina Peranakan	23
C. TINJAUAN MENGENAI FOOD COURT	24
1. Pengertian Food Court	24
2. Interior Food Court	25
D. TINJAUAN MENGENAI BENTUK, BAHAN, DAN WARNA	27
1. Bentuk	27
2. Bahan	28
3. Warna	28

BAB III. LAPORAN DATA LAPANGAN

A. PROSES PENGUMPULAN DATA	30
1. Persiapan Pengumpulan Data Lapangan	30
2. Pelaksanaan Pengumpulan Data	30
B. PEROLEHAN DATA.....	31
1. Lokasi dan Sistem Operasional.....	31
2. Denah.....	33

3. Ruang.....	36
4. Elemen Pembentuk Ruang.....	42
5. Pintu, Jendela, dan Kolom	50
6. Furnitur	54
7. Aksesoris Interior.....	60
8. Ragam Hias.....	64

BAB IV. ANALISIS DATA

A. Analisis Elemen Lantai Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya	68
B. Analisis Elemen Dinding Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya	75
C. Analisis Elemen Plafon Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya	83
D. Analisis Elemen Pintu Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya.....	89
E. Analisis Elemen Jendela Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya	95
F. Analisis Elemen Kolom Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya	101
G. Analisis Elemen Furnitur Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya	108

H. Analisis Elemen Aksesoris Interior Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta Dan Penerapannya.....	119
--	-----

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN	128
B. SARAN	129

DAFTAR PUSTAKA.....	131
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	133
----------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Analisis Elemen Lantai Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	68
Tabel 4.2	Analisis Elemen Dinding Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	75
Tabel 4.3	Analisis Elemen Plafon Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	83
Tabel 4.4	Analisis Elemen Pintu Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	89
Tabel 4.5	Analisis Elemen Jendela Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	95
Tabel 4.6	Analisis Elemen Kolom Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	101
Tabel 4.7	Analisis Elemen Furnitur Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	108
Tabel 4.8	Analisis Elemen Aksesoris Interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan Penerapannya.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pasar Padamaran di Semarang	11
Gambar 2.2	Gang Warung (Salah Satu Area Pecinan di Semarang)	11
Gambar 2.3	Pecinan di Surabaya.....	13
Gambar 2.4	<i>Shophouse</i> di Geylang, Singapura.....	14
Gambar 2.5	Konsul Atap (<i>Cheng-Gong</i> atau <i>Tiao</i>)	15
Gambar 2.7	Naga.....	18
Gambar 2.8.	Ikan	18
Gambar 2.9	Tiga Domba (Atau Kambing) dibawah sinar matahari	19
Gambar 2.10	Bunga Poeny	20
Gambar 2.11	Bunga Teratai	20
Gambar 2.12	Plum Mekar	21
Gambar 2.13	Delapan Trigram dengan Symbol <i>Yinyang</i> ditengahnya	23
Gambar 2.14	Lampion <i>Gong-Deng</i> (Lampion Istana)	23
Gambar 2.15	Roda Warna.....	29
Gambar 3.1	Lokasi Eat and Eat Mall Kelapa Gading Jakarta.....	32
Gambar 3.2	Denah Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta	35

DAFTAR FOTO

Foto 3.1	Kartu Transaksi Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta.....	33
Foto 3.2	Area Kasir Utama	36
Foto 3.3	Area Kasir Kedua.....	37
Foto 3.4	Area Kasir Ketiga	37
Foto 3.5	Area Makan	38
Foto 3.6	Tanda Makanan Non-Muslim pada Papan Nama Konter	39
Foto 3.7	Konter-Konter Makanan	40
Foto 3.8	Gerobak es Cendol (Kiri) dan Kembang tahu (Kanan).....	41
Foto 3.9	Interior Kamar Kongkow	41
Foto 3.10	Tampak Depan Kamar Kongkow	42
Foto 3.11	Lantai parket kayu di dekat area konter non-muslim.....	43
Foto 3.12	Lantai Tegel di daerah Warung Kopi Lay	43
Foto 3.13	Lantai Keramik di Kamar Kongkow.....	44
Foto 3.14	Lantai Keramik di Konter	44
Foto 3.15	Lantai Keramik di Area Makan	45
Foto 3.16	Dinding yang Berbatasan dengan Konter.....	46
Foto 3.17	Dinding Meja Penyajian dari Batu Bata (Kiri) dan Dari Kayu Bekas (Kanan) pada Konter.....	46
Foto 3.18	Dinding <i>Wallpaper</i>	47
Foto 3.19	Dinding <i>Shophouse</i>	47
Foto 3.20	Dinding Cat dan Kayu di Kamar Kongkow	48

Foto 3.21	Dinding Kaca di Kamar Kongkow	48
Foto 3.22	Plafon Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta.....	49
Foto 3.23	Plafon Genteng	49
Foto 3.24	Plafon Kayu Bekas.....	50
Foto 3.25	Plafon Gypsum di Dalam Kamar Kongkow.....	50
Foto 3.26	Pintu Konter.....	51
Foto 3.27	Pintu Konter Warung Kopi Lay.....	51
Foto 3.28	Pintu Kamar Kongkow (Kiri) dan Pintu Menuju Toilet (Kanan).....	52
Foto 3.29	Pintu yang Ditempel pada Dinding <i>Shophouse</i>	53
Foto 3.30	Bentuk-Bentuk Jendela	53
Foto 3.31	Kolom Kotak (Kiri) dan Kolom Bulat (Kanan).....	54
Foto 3.32	Bentuk Meja Kasir di Eat and Eat Mall Kelapa Gading Jakarta	55
Foto 3.33	Bentuk Meja Kasir Dua yang Dilapisi Koran-Koran Lama.....	55
Foto 3.34	Kursi Kasir.....	56
Foto 3.35	Meja Persegi Panjang Berkapasitas 3 Orang dengan Bangku Kecil	57
Foto 3.36	Meja Persegi Panjang Berkapasitas 5 Orang dan Kursi dengan Sandaran Tinggi	57
Foto 3.37	Meja Persegi Berkapasitas 4 Orang dan Kursi dengan Sandaran Tinggi	57
Foto 3.38	Meja dan Kursi Panjang	58
Foto 3.39	Meja Bulat Berkapasitas 4 Orang dan Kursi Bulat dengan Sandaran Rendah.....	58
Foto 3.40	Meja Bulat Berkapasitas 4 Orang dan Kursi Bulat dengan	

	Sandaran Rendah.....	58
Foto 3.41	Meja dan Kursi dengan Penutup Kain	59
Foto 3.42	Lemari	59
Foto 3.43	Patung Prajurit (Kiri) dan Patung Dewa (Kanan).....	60
Foto 3.44	Patung Kambing (Kiri) dan Patung Batu (Kanan).....	61
Foto 3.45	Guci-Guci	61
Foto 3.46	Kaleng Krupuk (Kiri) dan Toples (Kanan)	62
Foto 3.47	Becak (Kiri) dan Kereta Delman (Kanan).....	62
Foto 3.48	Tulisan Cina.....	63
Foto 3.49	Berbagai Foto (Kiri) dan Pamphlet (Kanan)	63
Foto 3.50	Peralatan-peralatan Makan dan Masak	64
Foto 3.51	Lampion.....	64
Foto 3.52	Ornamen Naga	65
Foto 3.53	Ragam Hias Ikan.....	65
Foto 3.54	Ragam Hias Bunga	66
Foto 3.55	Bentuk Geometri.....	66

ABSTRAK

Penerapan Tema Pasar Cina Peranakan Pada Interior Eat And Eat Food Market Di Mall Kelapa Gading Jakarta

Leonyta Rachma Kesuma

NIM 0911680023

Kedatangan orang Tionghoa di Indonesia sudah tercatat sejak beratus-ratus tahun yang lalu. Mereka yang datang umumnya adalah lelaki tanpa membawa keluarganya dari Cina. Mereka pun menikahi perempuan lokal untuk dijadikan istri. Anak-anak hasil pernikahan silang ini yang disebut dengan golongan Peranakan. Akulturasi budaya yang terjadi membuat kaum Peranakan memiliki kebudayaan yang unik. Keunikan budaya Peranakan juga banyak diaplikasikan dalam bidang interior, salah satunya Eat and Eat Food Market. Berbeda dengan kebanyakan *food court* yang mengangkat nuansa modern, Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta mengangkat nuansa pasar cina peranakan ke dalam interiornya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui elemen-elemen dari tema Pasar Cina Peranakan pada interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta dan bentuk penerapannya, dilihat dari segi bentuk, bahan, warna, dan ragam hias. Menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan teknik *purposive sample* berdasarkan banyak sedikitnya penerapan tema tersebut pada ruang. Ruang tersebut adalah ruang kasir, ruang konter, ruang makan, dan kamar kongkow.

Kesimpulan elemen yang diterapkan ke dalam interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta yaitu bentuknya menyerupai bentuk-bentuk yang digunakan pada rumah Cina Peranakan, mulai bentuk fasad rumah hingga aksesoris interiornya. Bahannya didominasi oleh unsur kayu. Warna merah dan coklat tua menjadi warna dominan. Ragam hias yang digunakan yaitu naga, ikan mas, laba-laba, teratai, sakura, poeny, jeruk, kapal, tulisan Cina, simbol *pat kwa* dan *yin yang*. Penerapannya dalam interior dengan menggabungkan dua unsur berbeda seperti pola pemasangan lantai dan warna atau penambahan/pengurangan unsur yang ada.

Kata Kunci : Tema, Pasar Cina Peranakan, Interior, Eat and Eat Food Market, Mall Kelapa Gading Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Etnis Tionghoa merupakan salah satu etnis yang cukup banyak berada di Indonesia dan menyebar di sebagian besar wilayah negeri ini. Pada awal tahun 1990an jumlah orang Tionghoa mencapai 5% dari jumlah penduduk Indonesia secara keseluruhan (Pratiwo,2010:13). Kebanyakan masyarakat awam menganggap bahwa semua etnis Tionghoa di Indonesia adalah sama. Namun, pada umumnya, orang Tionghoa di Indonesia dibagi menjadi dua golongan, yaitu kaum *totok* dan kaum peranakan. Suryadinata (1999) mengungkapkan, dari sudut kebudayaan, orang Tionghoa terbagi atas peranakan dan *totok*. Peranakan adalah orang Tionghoa yang sudah lama tinggal di Indonesia dan umumnya sudah “berbaur”: Mereka menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa sehari-hari dan bertingkah laku seperti *pri*. *Totok* adalah “pendatang baru”, umumnya baru satu sampai dua generasi dan masih berbahasa Tionghoa.

Kedatangan orang Tionghoa di Indonesia sudah tercatat sejak beratus-ratus tahun yang lalu. Di Jawa sendiri, sejumlah imigran Tionghoa datang dengan tujuan utama berdagang dan menetap pada akhir abad 9. Mereka yang datang umumnya adalah lelaki tanpa membawa keluarganya dari Cina karena pada saat itu terdapat peraturan yang melarang perempuan pergi ke luar Cina. Mereka pun menikahi perempuan lokal untuk dijadikan istri. Anak-anak hasil pernikahan silang ini yang disebut dengan golongan Peranakan.

Akulturasi budaya yang terjadi membuat kaum Peranakan memiliki kebudayaan yang unik. Kebudayaan golongan peranakan bukan kebudayaan Cina dan juga bukan kebudayaan Indonesia asli. Hal ini pun terlihat pada bangunan-bangunan yang mereka gunakan. Menurut Ernawati (2011), arsitektur yang dibawanya menunjukkan tradisi kerakyatan. Suatu bentuk fisik dari kebudayaan yang merupakan kebutuhan akan nilai, usaha untuk mewujudkan keinginan,

impian dari kebutuhan manusia. Hal yang demikian tentunya jauh dari tradisi besar arsitektur (*the grand architectural tradition*) di Tiongkok, yang meliputi struktur imperial dari daerah Tiongkok Utara, yang tidak berhubungan langsung dengan kebudayaan mayoritas rakyatnya.

Keunikan budaya Peranakan ini juga banyak diaplikasikan dalam bidang interior, salah satunya adalah Eat and Eat Food Market, merupakan salah satu *trendsetter food court* masa kini yang memberikan nuansa baru bagi para industri retail maupun konsumen. Berbeda dengan kebanyakan *food court* yang mengangkat nuansa modern, Eat and Eat Food Market mengangkat nuansa pasar cina peranakan ke dalam interiornya. Hal ini yang menjadi ketertarikan bagi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Eat and Eat Food Market berada di beberapa pusat perbelanjaan besar di Jakarta, seperti Mall Kelapa Gading, Gandaria City, Kota Kasablanka, Summarecon Mall Serpong, dan lain-lain.

Dalam hal ini yang akan diambil sebagai objek penelitian adalah Eat and Eat Food Market yang berada di Mall Kelapa Gading Jakarta. Meski seluruh Eat and Eat Food Market yang ada pada dasarnya mengambil tema yang sama yaitu Cina peranakan. Namun, bagi penulis suasana Peranakan pada interior Eat and Eat Food Market yang berada di Mall Kelapa Gading Jakarta ini lebih kental terasa.

Food court ini memiliki tema pasar cina peranakan. Pengunjung seperti dibawa ke masa lalu kawasan masyarakat Peranakan lengkap dengan pernak-perniknya. Semua aspek diperhatikan hingga ke detail terkecil. Penulis akan mengadakan penelitian mengenai penerapan tema pasar cina peranakan ke dalam elemen-elemen interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta, ditinjau dari aspek bentuk, warna, bahan dan ragam hiasnya. Aspek ini dipilih karena merupakan beberapa elemen desain yang dapat dilihat dengan jelas.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini adalah untuk meneliti tema Pasar Cina Peranakan yang diterapkan pada interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta. Oleh karena itu, masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Elemen-elemen apa sajakah dari tema pasar Cina Peranakan yang diterapkan pada interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta ditinjau dari aspek bentuk, warna, bahan dan ragam hiasnya?
2. Bagaimanakah penerapan tema pasar Cina Peranakan pada elemen-elemen interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui elemen-elemen dari tema pasar Cina Peranakan yang diterapkan pada interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta ditinjau dari aspek bentuk, warna, bahan dan ragam hiasnya.
2. Mengetahui penerapan tema pasar Cina Peranakan pada interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta.

D. Batasan Masalah

Tema Pasar Cina Peranakan yang diangkat ke dalam interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta ini merupakan analogi dari kawasan pecinan/*China town*, sebuah tempat yang menjadi pusat aktivitas masyarakat Tionghoa di berbagai Negara, baik dulu maupun sekarang. Oleh karena itu, untuk mempersempit permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini maka pembahasan dibatasi dalam hal elemen interior seperti elemen pembentuk ruang (lantai,dinding, plafon), pintu, jendela, furnitur, dan aksesoris interior dan elemen desain yang ditinjau dari bentuk, bahan, warna, dan ragam hias. Pembatasan ini didasarkan pada hal yang dapat dilihat secara jelas dalam suatu desain interior.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi
 - a. Menambah pengetahuan mengenai tema pasar Cina Peranakan yang diterapkan pada suatu interior *food court*.

- b. Sebagai bahan atau acuan bagi insan akademisi untuk penelitian mengenai interior *food court*.
2. Bagi Program Studi Desain Interior

Menambah kajian penelitian dalam bidang desain interior, khususnya mengenai Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta serta kajian mengenai tema pasar Cina Peranakan dan penerapannya.
3. Bagi obyek penelitian

Mengidentifikasi keberhasilan dan kegagalan dari suatu penerapan tema pasar Cina Peranakan pada interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta.

F. Asumsi

Asumsi yang mendasari penelitian ini adalah:

1. Unsur kayu banyak digunakan pada bangunan-bangunan Peranakan. Unsur ini pula yang dominan dipakai di interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta.
2. Warna merah merupakan warna yang identik dengan etnis Tionghoa. Warna ini banyak digunakan dalam Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta.
3. Lampion yang menjadi ciri khas kebudayaan Tionghoa banyak digunakan di area Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta ini.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Pendekatan

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Daymon (2008), studi kasus adalah pengujian intensif, menggunakan berbagai sumber bukti (yang bisa jadi kualitatif, kuantitatif, atau kedua-duanya), terhadap satu entitas tunggal yang dibatasi oleh ruang dan waktu.

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). Populasi dalam penelitian ini adalah Eat and Eat Food Market yang berada di Mall Kelapa Gading. Jika ditinjau dari layout yang ada terdiri dari beberapa ruang, yaitu ruang kasir, ruang makan, ruang konter, kamar kongkow, kamar joeragan, ruang karyawan, ruang cuci, ruang kontrol, dan gudang.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2011:218-219), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Di sini peneliti menentukan sampel yang akan diteliti berdasarkan dari sedikit banyaknya tema pasar Cina Peranakan yang diterapkan pada area-area di Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta tersebut. Untuk itu, area yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah ruang kasir, ruang konter, ruang makan, dan kamar kongkow. Sedangkan kamar joeragan, ruang karyawan, ruang cuci, ruang kontrol, dan gudang tidak termasuk dalam penelitian karena kurangnya penerapan tema pasar Cina Peranakan pada ruang-ruang tersebut.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa metode sebagai berikut:

a. Observasi

Pengertian observasi yaitu melakukan pengamatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang akan diselidiki tanpa mengajukan pertanyaan meskipun obyeknya orang. Metode observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi langsung yaitu dengan mengamati secara langsung obyek penelitian dengan melakukan pencatatan-

pencatatan yang dianggap perlu. Ruang-ruang yang akan dijadikan sebagai sampel kemudian akan diteliti satu persatu sebagai sumber data lapangan. Data-data tersebut dikumpulkan dengan pencatatan untuk menguraikan tema pasar cina peranakan tempo dulu pada interior Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta.

b. Wawancara

Metode wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data yang tidak dapat didapatkan melalui observasi. Metode ini dilakukan secara tidak terstruktur, yaitu dengan tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap, tetapi hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara dapat dilakukan kepada pihak yang ditunjuk oleh Eat and Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta untuk mewakili guna memberikan keterangan berhubungan dengan Eat And Eat Food Market di Mall Kelapa Gading Jakarta. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan beberapa pengunjung guna memperoleh informasi tambahan jika diperlukan.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan menggunakan alat rekam berupa kamera digital dan pencatatan manual ataupun gambaran manual dengan alat tulis ataupun alat gambar. Hal ini bertujuan untuk merekam karakter fisik interior Eat and Eat Food Market di Mall kelapa Gading Jakarta dan sebagai pendukung validitas penelitian.

d. Studi pustaka

Cara ini dilakukan dengan mempelajari catatan-catatan tertulis yang berkaitan dengan obyek penelitian, baik dalam mendukung pengumpulan data maupun pembahasan fakta.

4. Teknik Analisis Data

Nasution dalam Sugiyono (2011) menyatakan “Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.”

Miles and Huberman dalam Sugiyono (2011), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

a. *Data reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

b. *Data display* (penyajian data)

Penyajian data biasa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.

c. *Conclusion drawing/verifikasi*

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.