

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Setelah melihat penelitian-penelitian terdahulu, terdapat banyak penelitian yang dilakukan mengenai *Coffee Shop* dan konsep interior natural industrial. Sehingga, dalam upaya mengembangkan penelitian mengenai *Coffee Shop* dan konsep natural interior industrial, penulis melakukan studi pustaka untuk menghindari adanya kesamaan dengan penelitian-penelitian terdahulu, berikut ini adalah beberapa penelitian yang terkait dengan penelitian yang dilakukan saat ini.

Pertama adalah penelitian dari (Leonita & Tulistyantoro, 2017) yang berjudul “Perancangan Interior Coffee Shop dengan Fasilitas Belajar untuk Mahasiswa di Denpasar”. Penelitian ini menjelaskan tentang menciptakan sebuah desain interior dengan konsep *collaborative* yang dapat meningkatkan produktivitas, kreativitas, serta perkembangan bisnis dari pengguna *Collaborative Coffee Shop*, sehingga suasana kerja lebih santai dan mendorong interaksi sosial antar pekerja.

Kedua adalah penelitian dari (Pramedesty, Murdowo, Sudarisman, & Handoyo, 2018) yang berjudul “Co-Working Space sebagai solusi kebutuhan ruang kerja berdasarkan karakteristik Startup Kreatif”. Penelitian ini menjelaskan tentang keterkaitan rancangan ruang yang dapat mewadahi pengguna dengan karakteristik *startup* kreatif dengan menghadirkan desain interior yang dapat menstimuli dan menciptakan ide-ide kreatif bagi pengguna.

Ketiga adalah penelitian dari (Marcelina, Ardana, & Yong, 2016) yang berjudul Perancangan Interior Co-Working Space di Surabaya”. Penelitian ini menjelaskan tentang perancangan yang dapat menampung kebutuhan masyarakat Surabaya dengan adanya ruang kantor yang tidak memerlukan biaya yang besar untuk membangun kantor, dapat berinteraksi dengan orang lain dari latar belakang yang berbeda, dan dapat menjadi peluang untuk membuka bisnis baru.

B. Kajian Teori

1. Desain

Desain secara bahasa memiliki arti rancangan, kata desain berasal dari beberapa serapan bahasa, dari bahasa Italy *design* yang dapat diartikan sketsa awal, merencanakan, untuk membuat sebuah gagasan, sedangkan dari bahasa latin *designare* desain memiliki arti sebagai sebuah rencana / skema / proyek. Kata desain sebagai kata kerja dapat berarti proses merancang sedangkan sebagai kata benda dapat berarti sebuah rancangan. Istilah 'Desain' akan muncul apabila terjadi pertemuan antara seni dengan industri, dan apabila orang mulai membuat keputusan untuk memproduksi benda atau produk yang di butuhkan (Bayley, 1982) (Walker, 1989).

2. Desain Interior

Desain interior berasal dari dua kata, kata desain yang berarti rancangan dan katakata interior yang berarti sebuah ruang di dalam bangunan / gedung. Menurut arti bahasa tersebut desain interior bisa juga diartikan sebagai ilmu dalam merancang ruang di dalam bangunan agar lebih nyaman untuk di tinggali.

Desain interior adalah perencanaan, tata letak, dan sebuah rancangan ruang di dalam bangunan. Perancangan interior ini memenuhi kebutuhan dasar kita akan naungan dan perlindungan, memberi pengaruh pada segala bentuk aktivitas kita, menuangkan aspirasi kita, mengekspresikan gagasan yang menyertai tindakan kita, dan mempengaruhi pandangan, mood, dan kepribadian kita. Oleh karena itu tujuan desain interior adalah perbaikan fungsional, memperindah estetika, dan peningkatan kualitas hidup pada ruang di dalam bangunan (D.K. Ching, 1995:36).

3. *Coffee Shop*

a. Definisi *Coffee Shop*

Di Indonesia, penikmat kopi hampir tidak pandang usia mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula, sehingga tidak terhitung jumlahnya. Bagi mereka, kopi adalah konsumsi harian dan merupakan bagian makanan dan minuman sehari-hari, sehingga dengan fenomena inilah banyak bermunculan *Coffee Shop*. Mungkin bagi sebagian orang masih belum memahami apa itu *Coffee Shop*.

Kata kafe (dalam arti kedai kopi) berasal dari bahasa perancis, *Cafe* yang artinya juga kopi. Kafe yang semula selalu di pinggir jalan dan sederhana, sekarang sudah masuk ke dalam gedung hotel berbintang atau mall dengan berbagai nama. Salah satunya adalah *coffee shop* yang sekarang praktis menjual makanan berat juga, tapi juga melayani tamu yang memesan minuman dan makanan kecil.

Menurut definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *coffee shop* adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang tidak hanya sejenis kopi tetapi minuman penunjang lainnya dengan dilengkapi fasilitas yang dapat membuat orang nyaman seperti wifi, live music, televisi, buku bacaan yang juga dilengkapi dengan desain interior yang nyaman dan santai (Herlyana, 2012).

b. Sejarah *Coffee Shop*

Pada zaman sekarang *Coffee Shop* (Kedai Kopi) merupakan tempat yang menarik untuk dikunjungi. Berbagai individu mempunyai berbagai maksud dan tujuan untuk mengunjungi *Coffee Shop*, nyatanya *Coffee Shop* sudah berkembang dari waktu ke waktu dan tidak hanya pada suatu tempat tertentu saja, namun *Coffee Shop* sudah berkembang di seluruh penjuru dunia. Sejarah mencatat bahwa *Coffee Shop*

pertama di dunia terletak di Negara Turki pada tahun 1475 yang bernama Kiva Han di kota Konstatinopel (Istanbul). Kedai Kopi ini diketahui menjadi *Coffee Shop* pertama yang buka dan melayani pengunjungnya dengan kopi khas Turki. Pada masa itu, kopi adalah unsur penting dalam kebudayaan Turki. Warga Turki pada saat itu sangat menganggap penting minum kopi, bahkan ada hokum yang mengatakan jika seorang suami tidak memberikan pasokan kopi yang cukup untuk istrinya, maka istrinya berhak menceraikan sang suami.

Kemudian *Coffee Shop* mulai memasuki kawasan Eropa pada tahun 1529. Minuman ini menjadi sangat disukai oleh masyarakat di Eropa karena adanya ide untuk menyaring kopi dan memperhalus citra rasa minuman kopi dengan susu dan gula. Pada masa itu, Kota Wina Austria diserbu oleh tentara Turki, dan para tentara ini meninggalkan banyak sekai pasokan kopi di Wina pada saat mereka melarikan diri dari Wina adalah Franz Georg Kolschitzky yang mengklaim kopi-kopi tentara Turki ini sebagai rampasan perang. Lalu Kolschitzky membuka sebuah kedai kopi yang diketahui sebagai kedai kopi pertama di Eropa. Kolschitzky ternyata dulu pernah tinggal di Turki dan dia merupakan satu-satunya orang di Wina yang mengetahui betapa berharganya biji kopi mengingat tidak popularnya kopi pada masa itu. *Coffee Shop* di Eropa semakin populer dan berkembang bahkan mereka melakukan inovasi dengan tidak hanya menjual secangkir kopi saja namun mereka mulai menjual makanan pendamping kopi seperti kue-kue manis dan makanan lainnya. Penyebaran kedai kopi semakin luas hingga sampai ke Inggris. Kedai kopi pertama di Inggris dibuka pada 1652. Meskipun kedai kopi telah populer di Eropa, inspirasi dibukanya kedai kopi di Inggris tetap berkiblat dari Turki. Pedagang Inggris yang menjual barang-barang asal Turki (termasuk kopi) ditinggalkan oleh dua budaknya yang berniat

membuka bisnis mereka sendiri, dan sejak itu sebuah kedai kopi bernama “The Turk’s Head” lahir di Inggris.

Kemudian, setelah *Coffee Shop* memasuki wilayah Eropa dan Inggris, kemudian pada tahun 1792 *Coffee Shop* mulai memasuki kawasan Amerika. Pada saat itu Amerika dijajah oleh Inggris dan pada saat itu juga budaya *Coffee Shop* memasuki kawasan Amerika. *Coffee Shop* pertama di Amerika bernama *The Tontine Coffee House* pada 1792 di *New York* adalah lokasi awal dari *New York Stock Exchange*. Pada saat itu kedai kopi masih menyajikan kopi biasa sampai datangnya sebuah jenis kopi baru bernama *espresso*. Pada 1946, Gaggia menemukan mesin *piston espresso* komersial yang jauh lebih mudah digunakan dari model sebelumnya. *The Gaggia Coffee Bar* di Italia adalah lokasi pertama yang menggunakan mesin ini dan melayani penjualan kopi biasa dan juga *espresso*. Setelah itu, di titik inilah kedai kopi modern akhirnya lahir.

Coffee Shop pada zaman dulu dan sekarang sangat berbeda. Di Indonesia terdapat *Coffee Shop* tertua yang sudah berdiri pada tahun 1878, yang didirikan oleh seorang laki-laki yang bernama Liauw Tek Soen. Ia mendirikan sebuah kedai kopi di Jalan Moolen Vliet Oost Batavia yang sekarang dikenal dengan sebutan nama Jalan Hayam Wuruk Jakarta. Kedai Kopi tua ini dinamakan Warung Tinggi. Pada masa itu, orang-orang duduk santai sambil menikmati makanan ringan dan secangkir kopi dengan mengangkat sebelah kaki. Terdapat cara yang unik dilakukan dalam meminum kopi, setelah kopi pesanan siap dimeja, kopi yang masih mengepul-gepul itu ditutup dengan piring tatakannya, setelah menunggu sampai sebatang rokok habis dihisap, barulah dituang ke tatakan, di tiup-tiup kemudian diseruput, dengan begitu hampasnya ikut terminum. Seperti itulah

uniknya cara meminum kopi yang sangat nikmat pada zaman itu. (Yuliandri, 2018).

c. Tata Ruang Coffee Shop

Menurut (MUSIKA, 2018) terdapat beberapa hal yang menjadi pertimbangan untuk menata ruang *coffee shop* agar lebih menarik dan nyaman, diantaranya sebagai berikut:

1) Lantai, Furniture dan Alat Mesin Kopi

Dengan kombinasi yang sesuai, ternyata perpaduan antara lantai, furniture dan juga peralatan kopi atau mesin kopi menjadi interior yang menarik antara lain yaitu:

a) Meja Bar dan Meja Kursi pelanggan

Pada konsep tata ruang *coffee shop*, ada dua hal yang mengambil daya tarik besar ketika seseorang kali pertama masuk ke ruang *coffee shop* adalah meja bar dan tempat duduk pelanggan, dalam kedua ini pemilihan furnitur perlu hati-hati dan diusahakan selaras dengan satu sama lain, agar nyaman dipandang dengan mata. Memilih warna lantai pasti harus membuat kesan furnitur dan meja bar terlihat menarik, lantai hanya sebagai pendukung untuk semakin menciptakan daya tarik dari interior. Memilih meja dan kursi tidak hanya sekadar nyaman, juga harus serasi dengan meja bar dan sekitaran.

Banyaknya pilihan alat kopi dan mesin kopi ternyata bukan hanya sekadar pilihan semata, namun sebenarnya memberi keleluasaan pada kita untuk menentukan alat kopi atau mesin kopi yang seperti apa yang memberikan daya tarik untuk interior ruang *coffee shop*. Konsep *coffee shop* industrialis beberapa referensi alat kopi seperti koleksi dripper dari Hario dapat menambah daya tarik ketika dipajang di meja bar. *Coffee shop* yang fokus menjual kopi, memajang alat kopi sebagai daya tarik

di meja bar adalah penting, bahkan beberapa beranggapan mesin kopi adalah bagian dari interior *coffee shop* yang tidak dapat dipisahkan, karena banyak sekali mesin kopi yang berkualitas dan didesain sangat istimewa dan penuh daya tarik, seperti La Marzocco dan Kees Van Der Westen.



Gambar 2. Ruang coffee Shop

(sumber: <https://majalah.ottencoffee.co.id>)

b) 2 Tipe Meja Bar

Menentukan letak meja bar juga perlu hati-hati, apakah ruangan memungkinkan untuk menempatkan meja bar pada sisi tertentu. Salah satu paling umum letak meja bar berada di tengah ruang *coffee shop*, dan tidak sedikit memanfaatkan meja bar yang ditengah ini juga sebagai meja untuk duduk pelanggan dengan kursi yang agak meninggi agar nyaman ketika menikmati kopi. Meja bar yang berada di tengah ini membutuhkan ruang yang luas agar terkesan nyaman untuk dipandang.

Tipe yang kedua tidak memerlukan ruang yang terlalu luas tapi harus juga memperhatikan flow ruang gerak barista. Meja bar yang berada dekat dengan dinding ruang, apakah itu di sudut atau hanya bagian sisinya saja. Meja bar yang biasanya dekat dengan dinding, harus memperhatikan warna dinding agar ketika memilih warna untuk meja bar terlihat selaras. Jika memilih ruang berlebih, memanfaatkan meja bar untuk dijadikan tempat duduk

untuk menikmati kopi juga menarik, untuk menciptakan interaksi antara barista dan juga pengunjung. Ukuran meja bar secara umum, tinggi meja bar senyaman barista ketika menyiapkan kopi, namun untuk meja bar di mana sekaligus tempat melayani pengunjung tidak kurang dari 60cm.

c) Pintu dan Area Lalu Lalang Pelanggan

Perihal memilih pintu lebih baik menyesuaikan konsep *coffee shop* yang diterapkan, apakah pintu kaca atau pintu model lainnya. Pintu yang baik tidak hanya tentang daya tarik tapi pintu juga dapat memberikan keleluasaan untuk memasuki ruang *coffee shop*. Jarak untuk pengunjung berjalan juga perlu dipertimbangkan, pergerakan pengunjung menjadi acuannya, sekitar tidak kurang dari 55cm untuk jarak satu orang jika lebih dari 55cm semakin baik untuk mengatur jarak area pergerakan pelanggan.



Gambar 3. Pintu area pelanggan

(sumber: <https://majalah.ottencoffe.co.id>)

2) Elemen Suasana Interior

Suasana ruang *coffee shop* itu terbentuk dari pemilihan dan tata ruang seperti untuk membentuk suasana *coworking space*, cenderung akan memilih meja pelanggan yang menampung banyak orang dan dekat dengan sumber listrik.

a) Privasi Pengunjung

Membentuk suasana apa yang kita inginkan, juga harus melihat bagaimana privasi pelanggan lainnya. Jika ingin suasana *coworking* yang diterapkan pada *coffee shop*, lalu bagaimana privasi pengunjung yang datang hanya untuk menghabiskan waktu luang. Konsep *coffee shop* dan suasana yang berkembang di dalamnya, harus menjaga privasi untuk pelanggan lain. Jika menyediakan meja pelanggan untuk 4-8 orang, tidak salah jika menyediakan sebuah *space* dengan meja pelanggan untuk 2 orang saja, guna menjaga hak privasi pengunjung yang hanya datang untuk menikmati waktu luangnya.

b) Pola Area Pelanggan

Menggabungkan beberapa konsep *coffee shop* dalam satu ruang, pola area pelanggan sangat jelas walaupun tidak disebutkan. Proses pemesanan kopi, arah masuk dan keluar, dan dimana saja tempat-tempat untuk mereka yang tidak ingin terganggu seperti ruang VIP. Penempatan meja pelanggan untuk 8 orang sangat beresiko jika diletakkan di bagian tengah ruangan, sangat lebih baik jika mendekati dengan jendela atau mendekati dengan dinding yang tidak banyak orang berlalu di sana.



Gambar 4. Pola Area Pelanggan
(Sumber: [https://majalah .ottencoffee.co.id](https://majalah.ottencoffee.co.id))

c) Area Sudut Pandang

Area sudut pandang akan lebih menarik jika konsep semakin sederhana dan unik, namun untuk menemukan konsep yang sederhana dan unik ini adalah bagian tersulitnya. Karena menentukan konsep bukan sembarangan, harus melihat bagaimana karakter pelanggan yang datang ke *coffee shop*. Semakin jelas konsep dan semakin sederhana, maka jelas pula arah sudut pandang yang tercipta. Apakah mengarah ke meja bar dengan pajangan alat kopi yang menarik, atau mengarah ke jendela yang menembus ruang *coffee shop* dengan pemandangan luar.

d. Sistem Organisasi Ruang

Ruang-ruang ini dapat berhubungan langsung satu dengan yang lain atau dihubungkan melalui ruang linier yang berbeda dan terpisah. Bentuk organisasi linier dengan sendirinya fleksibel dan cepat tanggap terhadap bermacam-macam kondisi tapak. Bentuk ini bisa mengadaptasi adanya perubahan-perubahan topografi, mengitari suatu daerah berair atau sekelompok pohon-pohon, atau mengarahkan ruang-ruangnya supaya memperoleh sinar matahari dan pemandangan. Bentuknya dapat lurus, bersegmen atau melengkung. konfigurasinya bisa horizontal sepanjang tapaknya, atau diagonal menaiki suatu kemiringan atau berdiri tegak sebagai sebuah menara (D.K.Ching, 1996:214-215).

1) Sirkulasi hubungan jalan dengan ruang jalur dapat dikaitkan dengan ruang-ruang yang dihubungkan melalui beberapa cara yaitu :

- a) Melewati ruang
- b) Konfigurasi jalurnya flexible
- c) Integritas setiap ruang dipertahankan

- d) Ruang-ruang perantara dapat dijadikan sebagai penghubung antara jalur dengan ruang-ruangnya
- 2) Konfigurasi jalur linier memiliki jalan-jalan lurus dapat menjadi unsur pengorganisasian utama untuk satu sederet ruang-ruang. Disamping itu, dapat berbentuk lengkung atau berkelok arah, memotong jalan lain, bercabang-cabang, atau membentuk putaran.
- 3) Bentuk ruang sirkulasi beragam, disesuaikan dengan:
 - a) Definisi tiap batas-batasnya
 - b) Keterkaitan dengan bentuk ruang yang dihubungkannya
 - c) Kualitas skala, proporsi, pencahayaan, dan pemandangan
 - d) Pintu – pintu masuk
 - e) Perubahan atau perbedaan ketinggian dengan menggunakan tangga dan ram

e. Ergonomi Bar

Coffee bar adalah suatu fasilitas tempat minum kopi yang dibuat seperti bar. Istilah *coffee* bar pertama kali diperkenalkan dari Italia, pada awalnya *coffee* bar hanya menyajikan minuman kopi yang biasa dinikmati dengan cepat dalam sekali teguk semacam espresso dan jarang menyediakan tempat duduk. Pengunjung yang datang memesan minuman espresso shots lalu meminumnya dengan sekali teguk dan langsung pergi. Di Italia pada saat itu meminum kopi hanya kebutuhan raga saja bukan ajang bersosialisasi, nongkrong dan lainnya. sehingga *coffee* bar awalnya diciptakan untuk kebutuhan ngopi cepat. Kini makna *coffee* bar berubah menjadi kedai kopi yang kita kenal. Hal ini dipengaruhi oleh kedai kopi di luar Italia, negara lain di Eropa mulai membuat kedai kopi dengan dekorasi yang nyaman. *Coffee* bar bergeser maknanya menjadi tempat meminum kopi, bersosialisasi dan bersantai. *Coffee* bar memiliki fungsi yang kurang lebih sama dengan bar, hanya saja menyajikan minuman berbasis kopi. Dan

inilah yang diadaptasi oleh hampir semua kedai kopi di Indonesia dan dunia (M. Sufyaan,2019).



Gambar 5. Coffee Bar
(Sumber: Pinterest.id)

Secara umum, bagian *coffee* bar terbagi dalam dua bagian utama yaitu area produksi (*production area*) dan area servis (*service area*). selain itu terdapat bagian bar lainnya yang diperlukan untuk *coffee* bar adalah sebagai berikut :

1) *Bar Display*

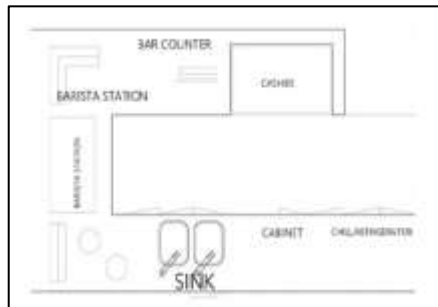
Pada umumnya bar display terletak dibagian belakang sebuah bar. Fungsi utama bagian ini adalah untuk mendisplay kopi, gelas-gelas dan peralatan bar, sehingga menarik perhatian pelanggan untuk membeli minuman. Pada bar display barista bertugas untuk mengatur display produk.

2) *Bar Store*

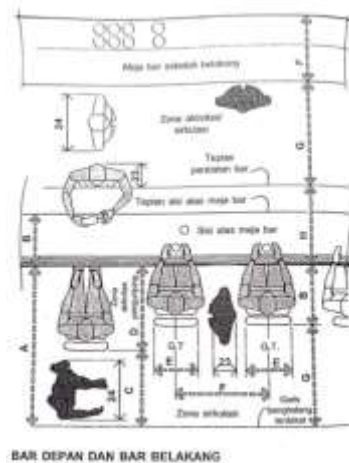
Bar store adalah tempat untuk menyimpan atau gudang persediaan minuman dan bahan bahan minuman. Bagian biasanya terletak dibawah meja display, disamping area tugas barista, area cuci dan dibelakang bar. Tempat ini sebaiknya tersembunyi atau tidak dipamerkan pada tamu karena fungsinya sebagai storage atau tempat persediaan.

3) Bar Counter

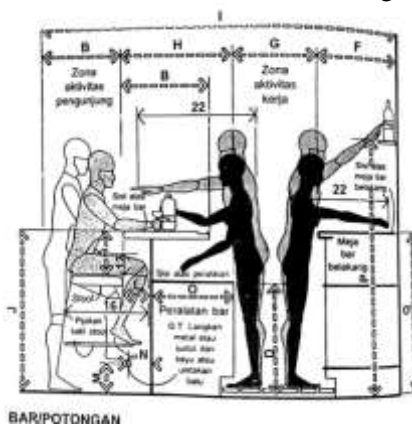
Bar counter berada diantara area kerja barista dan area *display*. Berdasarkan fungsinya bar counter ini dapat dibagi dalam dua bagian, yaitu :



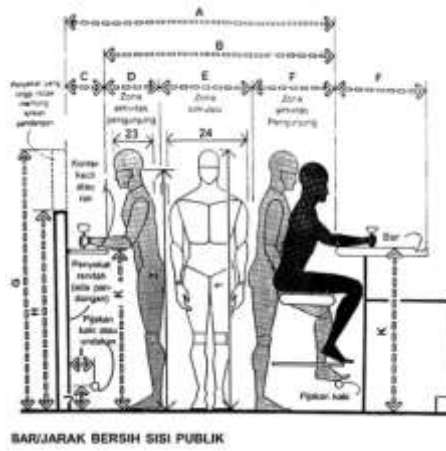
Gambar 6. Bar Counter
(Sumber: M.Sufyaan,2019)



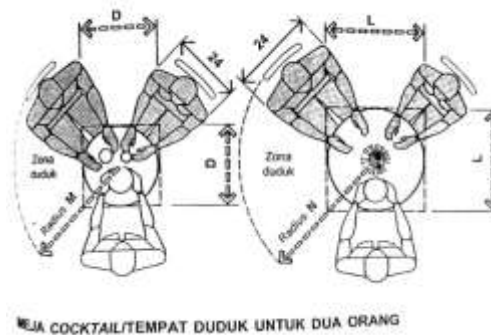
Gambar 7. Bar depan dan bar belakang
(Sumber. Dimensi Manusia & Ruang Interior)



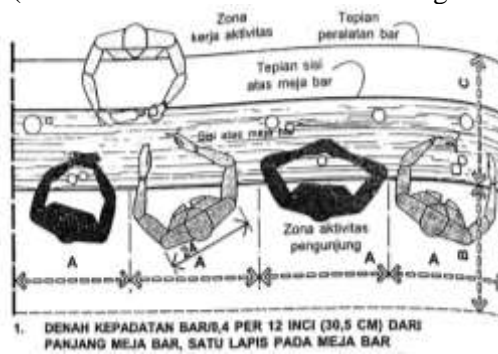
Gambar 8. Bar / potongan
(Sumber. Dimensi Manusia & Ruang Interior)



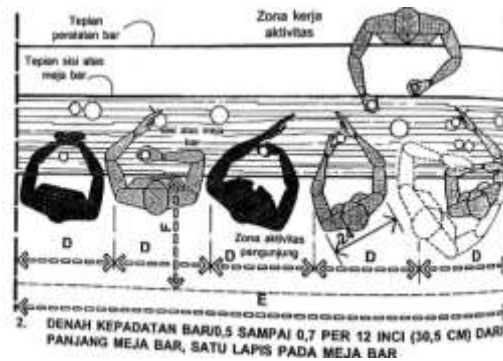
Gambar 9. Bar / jarak bersih sisi publik
(Sumber. Dimensi Manusia & Ruang Interior)



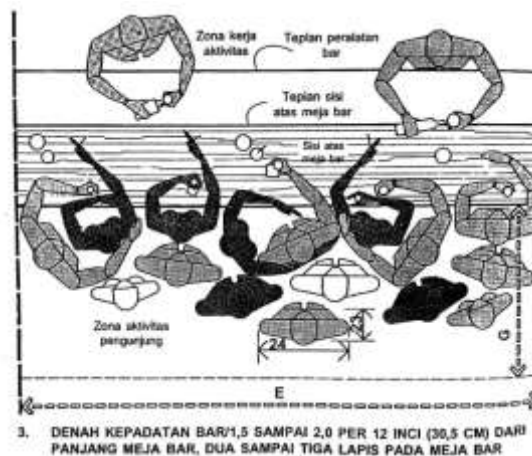
Gambar 10. Meja coklat / tempat duduk untuk dua orang
(Sumber. Dimensi Manusia & Ruang Interior)



Gambar 11. Denah kepadatan bar 0,4
(Sumber. Dimensi Manusia & Ruang Interior)



Gambar 12. Denah kepadatan bar 0,5
(Sumber. Dimensi Manusia & Ruang Interior)



Gambar 13. Denah kepadatan bar 1,5
(Sumber. Dimensi Manusia & Ruang Interior)

4. *Co-working Space*

Pada tahun 2005, Brad Neuberg mencetuskan ide yang inovatif ini dengan mulai menggunakan kata “*co-working*” untuk menggambarkan ruang fisik yang awalnya disebut “9-5 group”. Neuberg mengorganisir sebuah *co-working* site bernama “*Hat Factory*” di San Francisco, sebuah apartemen sekaligus tempat bekerja untuk 3 (tiga) orang pekerja teknologi, dan dibuka untuk umum pada siang harinya. Brad juga salah satu pendiri “*Citizen Space*”, sebuah *Co-working Space* pertama yang benar-benar hanya digunakan sebagai tempat bekerja saja. Sejak Neuberg membuka tempat ini, jumlah *Co-working Space* di berbagai wilayah meningkat 2 (dua) kali lipat setiap tahunnya. Konsep *Co-Working* ini sudah terlebih dahulu populer di

Eropa, banyak warganya yang menerapkan sistem kerja seperti ini. Begitu juga di Inggris, konsep *Co-working* ini sangat berkembang pesat, bahkan beberapa keberadaan *Co-working Space* di Negara ini telah di dukung oleh pemerintah setempat. Tidak heran jika Inggris disebut-sebut sebagai salah satu Negara yang berniat mengadopsi konsep *Co-working space*.

Sekarang, *Co-working space* telah hadir di seluruh dunia. Di Amerika, terdapat kurang lebih 700 (tujuh ratus) *Co-working space* yang tersebar di berbagai Negara. Pada tahun 2012, beberapa *Coworking Space* seperti *NextSpace*, *BLANKSACES*, *Link Coworking*, *WorkBar Boston*, *CoCo*, dan *654 Crosswell* mendirikan organisasi *The League of Extraordinary Co-Working Spaces*.

a. Pemahaman *Co-working Space*

1) Pengertian *Co-working Space*

Menurut Kamus Bahasa Inggris Oxford, definisi kata *co-working* adalah penggunaan kantor atau lingkungan kerja lainnya dengan orang-orang yang bekerja sendiri atau bekerja untuk perusahaan yang berbeda, biasanya untuk berbagi peralatan, ide dan pengetahuan. *Co-working* merupakan sebuah gaya bekerja yang membutuhkan lingkungan kerja bersama dan kegiatan mandiri yang berbeda dengan lingkungan kerja di kantor pada umumnya, pada *co-worker* biasanya tidak bekerja dalam satu perusahaan atau organisasi yang sama.

Gaya bekerja seperti ini sering digunakan oleh para *freelancer*, kontraktor independen, atau orang yang sering bepergian dan bekerja di tempat yang berpindah-pindah. *Co-working* juga menjadi tempat bertemu sekumpulan orang yang bekerja secara independen dan saling berbagi pengalaman, ilmu, serta informasi. Orang-orang tersebut biasanya akan menjadi akrab dan saling menghargai, tidak sedikit juga dari

mereka mampu menciptakan hal-hal yang baru dari apa yang telah mereka bicarakan.

Gaya bekerja secara *co-working* ini menawarkan solusi bagi mereka yang biasanya bekerja secara terisolasi di dalam rumah dan dalam waktu yang sama juga membuat mereka melupakan sejenak suasana rumah yang biasanya membosankan dan mengganggu kinerja bekerja mereka. Mereka yang bekerja dan aktif menggunakan teknologi digital sebagai alat kerjanya tentu saja lebih memilih menggunakan sistem kerja yang lebih fleksibel seperti *co-working* ini.

Secara harfiah, *Co-working Space* merupakan sebuah ruang bersama yang digunakan untuk melakukan pekerjaan dan bertujuan untuk memfasilitasi pertumbuhan dan perkembangan para start up atau freelancer dalam mengerjakan pekerjaannya. *Co-working Space* ini tidak sekedar tempat secara fisik, melainkan bagaimana membangun sebuah komunitas yang baik dari para *Co-worker*. Akan tetapi, tidak semua *Co-working Space* ini membangun komunitas.

Co-working Space ini memiliki keuntungan secara materi, yaitu para pengunjung dapat menghemat pengeluaran untuk menyewa kantor yang pada umumnya diabdrol cukup tinggi, dan beberapa keuntungan secara non-materi, seperti:

- a. Lingkungan kerja yang lebih kondusif
- b. Pengunjung dapat berbagi wawasan dengan pengunjung lainnya
- c. Pengunjung dapat membangun komunitas dan membuka bisnis lain
- d. Masuk ke dalam radar media
- e. Mendapatkan semua kebutuhan yang diperlukan dalam menyelesaikan pekerjaan di satu tempat

Konsep desain *Co-working space* memang sedikit berbeda dengan kantor pada umumnya. Tempat ini tidak akan diisi oleh 1 (satu) perusahaan saja, melainkan merupakan para pekerja individual atau kelompok-kelompok kecil yang membutuhkan tempat sementara untuk bekerja individual atau kelompok-kelompok kecil yang membutuhkan tempat sementara untuk bekerja tanpa harus mengeluarkan biaya sewa kantor yang pada umumnya cukup mahal. Tempat ini akan menyediakan meja dan kursi untuk para pekerja, mahasiswa/I atau siapa saja yang ingin mengerjakan tugasnya sekaligus bersantai dengan menyantap kopi ataupun minuman dan makanan ringan lainnya.

Desain meja dan kursi sengaja diciptakan menyerupai meja kerja pada umumnya lengkap dengan lampu kerja dan stop kontak yang memadai. Sistem pelayanan yang digunakan adalah penyewaan meja. Dengan menyewa 1 (satu) meja di *Co-working space* ini, pengunjung akan mendapatkan paket minuman dan makanan ringan, layanan Wi-Fi berkecepatan tinggi, loker penyimpanan barang, serta akses menggunakan mesin fax, printer, dan scanner yang telah disediakan. Akan tetapi, *Co-Working Space* juga akan menyediakan tempat khusus bagi mereka yang hanya ingin bersantai dan menghabiskan waktu luang.

2) Teori *Co-Working Space*

Tidak dapat keseragaman teori atau format khusus dalam perancangan *Co-Working Space*. terdapat berbagai macam jenis *Co-Working Space* yang menyediakan layanan yang berbeda-beda, ada yang murni sebagai tempat tinggal atau tempat bekerja, ada yang sekaligus bisa digunakan sebagai tempat tinggal atau bermalam, ada juga yang memiliki fasilitas mentoring dengan dukungan dari korporasi besar.

Tujuan utamanya bukan sekedar menyewakan ruang perkantoran, melainkan sebagai sebuah tempat komunitas yang sinergis tempat para entrepreneur penggunaanya bisa mengembangkan jejaring mereka dan menghasilkan ide-ide baru.

3) Tipologi *Co-Working Space*

Dengan perkembangan *Co-Working Spaces* yang cukup pesat di dunia, bentuk yang berbeda dari cara berbisnis mulai bermunculan, sehingga terdapat 5 (lima) kategori *Co-Working Spaces* yang dapat dibangun untuk memfasilitasinya, yaitu:

a) *Midsized and Big Community Co-Working Spaces*

Pada kategori ini akan ditemukan *classical Co-Working Space* yang pada umumnya memberikan layanan dan tempat untuk 40 (empat puluh) *co-workers* (2nd Global Coworking Survey, 2011). Kategori ini didefinisikan berdasarkan jumlah atau industri khusus, sehingga memungkinkan untuk memperluas tempat, memperbanyak kapasitas, dan merubah konsep desainnya. Pusat *Co-Working Spaces* dari sebuah industri akan masuk ke dalam kategori ini. Contohnya dapat dilihat pada Betahaus di Berlin atau *Co-Working-Networks HUB* yang memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar di berbagai tempat.

b) *Small Community Co-Working Spaces*

Mungkin banyak yang bertanya-tanya, bagaimana sebuah komunitas kantor dapat dikatakan memiliki sebuah *Co-Working Space*. apakah dapat dikatakan sebuah *Co-Working Space* jika 3 (tiga) orang desainer grafis bekerja bersama-sama dalam sebuah ruangan untuk menghemat biaya sewa kantor? Tidak juga. Hal ini berarti bahwa sebuah *collaborative workspace* kecil dengan 10 (sepuluh) tempat

bekerja dapat dikatakan sebagai *Small Community Co-Working Spaces*, dan sering kali *Co-Working Space* tipe ini memiliki suasana yang penuh cinta dan kasih sayang serta atmosfer yang sangat tidak formal, contohnya dapat dilihat pada *Parisian Soleilles Cowork* di Paris.

c) *Corporate Powered Co-Working Spaces*

Meningkatnya jumlah perusahaan besar yang menemukan cara-cara berbisnis yang baru, membuat *Co-Working Space* ini menjadi sebuah tambahan tempat yang dibutuhkan untuk mengorganisir cara bekerja, melakukan riset, dan mencari inovasi baru yang dapat dimanfaatkan perusahaan besar untuk meningkatkan kinerja dan pendapatan perusahaannya. Pada tipe ini, *Co-Working Space* tersebut akan memiliki akses terbatas, seperti hanya bisa digunakan oleh para pekerja yang bekerja dibawah perusahaan tersebut. Akan tetapi, agar konsep *co-working* ini lebih bisa tercapai, tidak tertutup kemungkinan *co-working space* tipe ini akan membuka layanannya untuk para pekerja dan para freelancer yang bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Contoh kategori ini dapat dilihat pada *Network Orange Co-Working Space* di Toronto, dimana tempat mereka bekerja disponsori oleh *ING Direct Bank*. Contoh lainnya yaitu *Hannover Co-Working Space Modul 57*, yang disponsori oleh TUI Germany.

d) *University Related Co-Working Spaces*

Co-Working Space merupakan tempat yang ideal untuk mengaplikasikan atau mencoba ilmu dan pengetahuan yang baru diperoleh. Tempat ini akan menjadi jembatan antara teori dan praktek yang akan membantu para pelajar untuk mengerti dan mendalami sebuah proyek. Contoh yang paling menonjol dapat dilihat pada *Startup*

Sauna di Helsinki, yaitu sebuah proyek yang dimulai oleh mahasiswa dari *Aalto University*. Contoh lainnya adalah *Reynolds School of Journalism*, yaitu sebuah sekolah tambahan pada *University of Nevada*, dimana yang selanjutnya bekerja sama dengan *Co-Working Space Reno Collective*. *The Eberhard Karls University* di Tubingen sudah memiliki *Co-Working Space* mereka sendiri di dalam kampusnya.

e) *Pop-Up Co-Working Spaces*

Pop-Up Co-Working Spaces merupakan tempat yang berisikan oleh komunitas aktif yang berkegiatan sementara. Tempat ini biasanya dibuat untuk diuji coba untuk sebuah *Co-Working Space* permanen di masa yang akan datang atau dibangun oleh sebuah perusahaan atau industri tertentu untuk menyelesaikan sebuah proyek tertentu, seperti sebuah proyek yang melibatkan banyak kelompok internal perusahaan dan partner kerja sama dari luar perusahaan. Contohnya yaitu *Co-Working Space of The Swiss Federal Railways*.

Bentuk lain dari *Pop-Up Co-Working Spaces* ini adalah sebuah bangunan yang diciptakan oleh pemiliknya untuk digunakan sementara. *The City of Lucerne* memberikan penggunaan sementara pada bangunan kolam renang indoor mereka untuk dijadikan sebagai private operator. Tempat ini menyediakan *showrooms*, lokakarya dan ruang bekerja dengan biaya sewa yang cukup murah.

5. *Art Space*

a. Istilah *Art Space*

Art Space adalah organisasi galeri seni yang non-profit. Nonprofit yang dimaksud adalah untuk mendukung suatu isu atau perihal di dalam menarik perhatian publik untuk suatu tujuan yang

tidak komersil, tanpa ada perhatian terhadap hal-hal yang bersifat mencari laba. Misi *Art Space* adalah untuk mengkatalisis kegiatan seni, menghubungkan seniman, penonton, dan sumber daya dan untuk memperkaya pengalaman seni dan mengaktifkan ruang seni. *Art Space* menyajikan pameran galeri, instalasi luar ruangan, festival tahunan utama Open Studios, dan program pendidikan remaja. *Art Space* telah diakui untuk wadah *artistic* oleh *National Endowment for the Arts*, *LEF Foundation*, *Tremaine* dan yayasan Warhol. Yang membedakan galeri seni dengan *Art Space* adalah penambahan pada kegiatan penunjang seperti workshop untuk pendidikan, *Artshop* untuk penjualan karya dari para seniman dan *cafe and lounge* untuk beristirahat sambil berdiskusi ringan (NOVIYANTO, 2015).

b. Pengetian Art Space

Galeri berasal dari bahasa latin (*Galeria*) yaitu ruang beratap dengan satu sisi terbuka. Di Indonesia Galeri sering diartikan sebagai ruang atau bangunan tersendiri yang digunakan untuk memamerkan karya seni, (Ensiklopedia Nasional Indonesia, 2015).

Menurut Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional (2003), Galeri seni adalah selasar atau tempat, dapat pula diartikan sebagai tempat yang memamerkan karya seni dua dan tiga dimensional karya seorang atau sekelompok seniman atau bisa juga didefinisikan sebagai ruangan atau gedung tempat untuk memamerkan benda atau karya seni.

6. Interior Natural

Natural memiliki pengertian alami. Dalam desain interior, natural sering dipakai untuk menghadirkan suasana alam pada suatu ruang. Gaya natural pada desain interior memiliki konsep dengan banyak mengaplikasikan bahan / material alam pada suatu ruangan.

Menurut Frank Lloyd Wright "ruang menjadi berkesinambungan, irama air mengalir menjadi bagian dari manusia. Di antara waktu atau ketidakterbatasan". Ungkapan Wright menggambarkan bahwa arsitektur selalu bersinergi dengan alam, arsitek selalu berimajinasi dengan memanfaatkan kondisi lingkungan serta iklim setempat. Natural dan warna – warnanya diperoleh dari cat, tanaman, *artwork* dan material alam. Sebagai contoh jika ingin menghadirkan suasana barat daya, warna merah merica, emas dan hijau kaktus akan mendekati. Jika ingin suasana pesisir pantai, warna kerang laut yang lembut, abu – abu keperakan, hijau pupus dan biru terang laut. Tanaman adalah cara termudah untuk membawa alam dalam ruang dan tanaman menciptakan elemen transisi yang mengarahkan mata dari lantai menuju dinding dan ceiling.

Konsep natural dipakai untuk memberi kesan menyatu dengan alam dan dapat menciptakan suasana yang tenang dan hangat. Pencapaian konsep natural dilakukan melalui pemakaian material alam seperti kayu dan batu alam. Unsur natural dapat diperkuat dengan unsur tanaman yang berwarna hijau. Hal tersebut dapat memberi kesan sejuk dan alami pada ruangan. Pemilihan tanaman menjadi suatu hal yang perlu dipertimbangkan, karena harus memperhatikan perawatannya agar tidak menyebabkan hal-hal yang tidak diinginkan. Penggunaan tanaman sintetis dimungkinkan jika kondisi ruang tidak memenuhi syarat untuk diberi tanaman hidup. Adapun kunci gaya konsep natural yaitu:

- a. Material, memilih material dengan kesan alami yang kuat seperti kayu, rotan, bambu atau batu alam dan material seperti kaca yang akan menampilkan kesan natural.
- b. Simplicity, kesan modern ditampilkan dengan simplicity atau kesederhanaan, dimana penggunaan material tersebut tidak berlebihan atau ribet dan sesuai dengan prinsip dari kesan natural, seperti garis lurus tegas, warna-warna greyscale (hitam/putih/abu),

serta pemilihan bentuk dan jenis furniture yang modern walaupun tidak menggunakan bahan natural.

1) Warna

Untuk menampilkan kesan natural pada ruangan dapat dengan menggunakan warna-warna alami seperti warna cream, coklat muda, coklat tua, orange, abu-abu dan lain sebagainya. Dengan pemilihan warna elemen-elemen penyusun ruang serta furniture yang tepat akan menekankan kesan natural dan hangat pada ruangan.



Gambar 14. Konsep warna pada ruangan
(Sumber : pinterest.id)

2) Material

Penggunaan material elemen penyusun ruang yang memiliki kesan alami yang kuat seperti kayu, rotan, bambu atau batu alam sesuai dengan konsep design yang digunakan. Selain memberikan nilai estetika, material-material ini juga memberikan kesan menyatu dengan alam dan ramah lingkungan. Penggunaan material-material tersebut secara berlebihan juga tidak disarankan, karena akan memberikan kesan berat pada ruangan.



Gambar 15. Material penyusun ruang
(Sumber : pinterest.id)

3) Pencahayaan

Jenis pencahayaan yang digunakan pada konsep design natural yaitu pencahayaan dengan memaksimalkan pencahayaan alami dengan membuat bukaan baik itu berupa jendela maupun dinding kaca. Penggunaan dinding kaca dapat menambah kesan modern pada ruangan. Untuk pencahayaan pada malam hari warna lampu yang digunakan dapat menggunakan warna lampu kuning untuk menekankan kesan natural dan dapat menggunakan warna lampu putih untuk menekankan kesan modern.



Gambar 16. Pencahayaan ruang
(Sumber : pinterest.id)

4) Furniture

Furniture dengan desain sederhana adalah pilihan yang terbaik pada ruangan berkonsep natural ini. *Furniture*

berbahan dasar kayu akan menambah suasana natural ruangan menjadi lebih kuat. Sehingga, furniture yang sederhana dan berbahan dasar kayu akan menghadirkan suasana ruang yang natural (alami) namun tetap berkesan praktis, simple, dan modern. Selain furniture, dekorasi tambahan dapat memperkuat suasana yang ingin diciptakan walaupun sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Konsep natural dapat diwujudkan dengan menambahkan tanaman hias pada beberapa tempat di dalam ruang.



Gambar 17. Furniture ruang
(Sumber : pinterest.id)

7. Interior Industrial

a. Sejarah

Pada tahun 1950 gaya desain arsitektur industrial pertama kali di Eropa karena banyaknya bangunan bekas pabrik yang terbengkalai. Tokoh yang terkenal diantaranya adalah Silvio Stefani dengan bangunan Loft Miracciolo-nya dan Lev Lugovskoy dengan bangunan Midlife Crisis Loft-nya. Demi efisiensi dan meniasati keadaan, dilakukanlah penyesuaian terhadap bangunan-bangunan bekas pabrik tersebut sebagai sebuah hunian. Seiring berjalannya waktu, penerapan gaya desain industrial tidak hanya diperuntukkan pada bangunan serupa pabrik, namun juga merambah jenis property lainnya. Saat ini, gaya arsitektur ini

banyak diterapkan di rumah pribadi, hingga bangunan komersial seperti kedai kopi, restoran, hingga *co-working space*.

b. Pengertian Industrial

Gaya desain interior *industry* (bahasa inggris: *Industrial design*) adalah seni terapan dimana estetika dan *usability* (kemudahan dalam menggunakan suatu barang). Desain interior industrial menghasilkan tentang kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau garis dan warna, atau gabungannya, yang berbentuk 3 atau 2 dimensi, yang memberi kesan estetis, dapat dipakai untuk menghasilkan produk, barang, komoditas *industry* atau kerajinan tangan (Erika & A, 2018).

Gaya industri atau gaya industri mengacu pada tren estetika dalam desain interior yang mengambil petunjuk dari pabrik-pabrik tua dan ruang-ruang industri yang dalam beberapa tahun terakhir telah dikonversi menjadi loteng dan ruang hidup lainnya. Gaya industri juga dapat dilihat dalam penggunaan bahan tak terduga seperti bahan daur ulang seperti besi dan baja yang berkarat sebagai material utama yang digunakan dalam bangunan. Konsep industrial pada interior memberikan kesan yang maskulin dan kasar (*rough*), dimana bahan dasar yang biasa ada pada sebuah bangunan dibiarkan seperti apa adanya tanpa proses *finishing* bahkan sangat sedikit sekali adanya *finishing*. Proses *finishing* pada desain industri kadang hanya berupa pembersihan material saja agar tidak terlihat kotor saja (GCP, 2018)

c. Elemen Dasar Desain Industrial

Konsep gaya industrial dalam menerapkan warna-warna monokrom yang terkesan sangat maskulin. Penggunaan materialnya pun tak sembarangan dan banyak menggunakan material daur ulang atau bahan industri seperti kaca, besi, atau aluminium. Struktur bangunan dan *furniture* yang digunakan cenderung tanpa finishing untuk lebih menunjukkan warna dan

karakter aslinya. Elemen lain yang cenderung digunakan adalah material kasar dan unfinished seperti logam dan baja yang sengaja diekspos agar tampak karakter aslinya. Beberapa elemen yang hadir dalam gaya industrial antara lain:

1) Lantai

Jenis lantai pada gaya industrial selalu menggunakan lantai parket atau lantai acian, dan bukan lantai keramik atau granit.



Gambar 18. Lantai industrial
(Sumber: pinterest.id)

2) Kayu

Dinding, bingkai jendela, dan meja pada bangunan bergaya industrial menggunakan kayu semi lapuk agar menambah kesan penuh nostalgia dan hangat pada rumah.



Gambar 19. Material kayu industrial
(Sumber: pinterest.id)

3) Batu Bata

Dinding rumah bergaya industrial juga sering menggunakan batu bata yang sangat menunjang dari segi desain dengan kesan unfinished nya.



Gambar 20. Material bata industrial
(Sumber: pinterest.id)

4) Beton

Seperti sejarahnya, bangunan bergaya industrial pun banyak menggunakan beton sebagai material lantai ataupun struktur bangunannya.



Gambar 21. Material beton industrial
(Sumber: pinterest.id)

5) Sistem bangunan

Saluran pipa air, ventilasi, dan pendingin udara di bangunan bergaya industrial sering dibiarkan terekspos.



Gambar 22. Sistem bangunan
(Sumber: pinterest.id)

6) Pencahayaan

Penggunaan lampu yang paling tepat untuk gaya industrial adalah lampu seperti neon hingga lampu gantung yang sering digunakan di pabrik-pabrik.



Gambar 23. Pencahayaan
(Sumber: pinterest.id)

7) Warna

Warna material pada bangunan bergaya industrial lebih sering dibiarkan apa adanya sesuai dengan aslinya atau diwarnai dengan warna-warna monokrom.



Gambar 24. Skema warna
(Sumber: pinterest.id)

8) Ornamen

Ornamen pada rumah bergaya industrial menggunakan pola desain dengan garis-garis tegas dan tegak lurus agar tampilannya terkesan modern.



Gambar 25. Ornamen
(Sumber: pinterest.id)

8. Ergonomi

a. Desain dan Ergonomi

Manusia dalam kehidupannya banyak menggunakan desain sebagai fasilitas penunjang aktivitasnya. Manusia menginginkan desain sebagai produk yang sesuai dengan trend dan mawadahi kebutuhannya yang semakin meningkat. Melihat kondisi saat ini, kecenderungan desain yang berubah akibat peningkatan kebutuhan manusia tersebut menimbulkan kesadaran manusia

tentang pentingnya desain yang eksklusif dan representatif, makin bertambahnya usaha-usaha di bidang desain yang mengakibatkan persaingan mutu desain, peningkatan faktor pemasaran (daya tarik dan daya jual di pasaran), serta tuntutan kapasitas produksi yang semakin meningkat. Selain itu, aktivitas desain yang menghasilkan gagasan kreatif dipengaruhi pula oleh kecepatan membaca situasi, khususnya kebutuhan pasar dan permintaan konsumen.

Desain dapat diartikan sebagai salah satu aktivitas luas dari inovasi desain dan teknologi yang di gagaskan, dibuat, dipertukarkan (melalui transaksi jual beli) dan fungsional. Desain merupakan hasil kreativitas budidaya (*man-made object*) manusia yang diwujudkan untuk ememnugi kebutuhan manusia, yang memerlukan perencanaan, perancangan maupun pengembangan desain, yaitu mulai dari tahap menggali ide atau gagasan, dilanjutkan dengan tahapan pengembangan, konsep perancangan, sistem dan detail, pembuatan *prototype* dan proses produksi, evaluasi, dan berakhir dengan tahap pendistribusian. Jadi dapat disimpulkan bahwa desain selalu berkaitan dengan pengembangan ide dan gagasan, pengembangan teknik, proses produksi serta peningkatan pasar.

Ruang lingkup kegiatan desain mencakup masalah yang berhubungan dengan sarana kebutuhan manusia, diantaranya desain interior, desain mebel, desain alat-alat lingkungan, desain alat transportasi, desain tekstil, desain grafis, dan lain-lain. Memperhatikan hal-hal tersebut, desainer dalam analisis pemecahan masalah dan perencanaannya atau filosofi rancangan desain bekerja sama dengan masyarakat dan disiplin ilmu lain seperti arsitek, psikolog, dokter atau profesi yang lain. Misalnya, dalam merancang desain kursi pasien gigi, dibutuhkan kerja sama dari dokter dan pasien, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang aktivitas dan posisi duduk, pasien sebagai pemakai yang efektif,

efisien, aman, nyaman dan sehat, sehingga desainer dapat membuat suatu prediksi untuk masa depan, serta melakukan pengembangan desain dan teknologi dengan memperhatikan segala kelebihan maupun keterbatasan manusia dalam hal kepekaan inderawi (*sensory*), kecepatan, kemampuan penggunaan sistem gerakan otot, dan dimensi ukuran tubuh, untuk kemudian menggunakan semua informasi mengenai faktor manusia ini sebagai acuan dalam perancangan desain yang serasi, selaras, dan seimbang dengan manusia sebagai pemakainya.

Menilai suatu hasil akhir dari produk sebagai kategori nilai desain yang baik biasanya ada tiga unsur yang mendasari, yaitu fungsional, estetika, dan ekonomi. Kriteria pemilihannya adalah *function and purpose, utility and economic, form and style, image and meaning*. Unsur fungsional dan estetika sering disebut *fit-form-function*, sedangkan unsur ekonomi lebih dipengaruhi oleh harga dan kemampuan daya beli masyarakat. Desain yang baik berarti mempunyai kualitas fungsi yang baik, tergantung pada sasaran dan filosofi mendesain pada umumnya, bahwa sasaran berbeda menurut kebutuhan dan kepentingannya, serta upaya desain berorientasi pada hasil yang dicapai, dilaksanakan dan dikerjakan seoptimal mungkin.

Ergonomi merupakan salah satu dari persyaratan untuk mencapai desain yang *qualified, certified, dan customer need*. Ilmu ini akan menjadi suatu keterkaitan yang simultan dan menciptakan sinergi dalam permunculan gagasan, proses desain, dan desain final (Bagus,2018).

Ergonomi adalah ilmu yang menentukan dan mengumpulkan informasi tentang tingkah laku, kemampuan, keterbatasan, dan karakteristik manusia untuk perancangan mesin, peralatan, sistem kerja, dan lingkungan yang produktif, aman, nyaman dan efektif bagi manusia. Ergonomi merupakan suatu

cabang ilmu yang sistematis untuk memanfaatkan informasi mengenai sifat manusia, kemampuan manusia dan keterbatasannya untuk merancang suatu sistem kerja yang baik agar tujuan dapat dicapai dengan efektif, aman dan nyaman.

Fokus utama pertimbangan ergonomi menurut Cormick dan Sanders (1992) adalah mempertimbangkan unsur manusia dalam perancangan objek, prosedur kerja dan lingkungan kerja, sedangkan metode pendekatannya adalah dengan mempelajari hubungan manusia, pekerjaan dan fasilitas pendukungnya dengan harapan dapat sedini mungkin mencegah kelelahan yang terjadi akibat sikap atau posisi kerja yang keliru. Untuk itu, dibutuhkan adanya data pendukung seperti ukuran bagian-bagian tubuh yang memiliki relevansi dengan tuntutan aktivitas, dikaitkan dengan profil tubuh manusia, baik orang dewasa, anak-anak atau orang tua, laki-laki dan perempuan, utuh atau cacat tubuh, gemuk atau kurus. Jadi, karakteristik manusia sangat berpengaruh pada desain dalam meningkatkan produktivitas kerja manusia untuk mencapai tujuan yang efektif, sehat, aman dan nyaman. Tujuan tersebut dapat dapat tercapai dengan adanya pengetahuan tentang kesesuaian, kepresisian, keselamatan, keamanan dan kenyamanan manusia dalam menggunakan hasil produk desain yang kemudian dikembangkan dalam penyelidikan di bidang ergonomi. Penyelidikan ergonomi dibedakan menjadi empat kelompok yakni,

1) Penyelidikan tentang tampilan / display

Penyelidikan pada suatu perangkat (*interface*) yang menyajikan informasi tentang lingkungan dan mengkomunikasikannya pada manusia antara lain antara lain dalam bentuk tanda-tanda, angka dan lambing.

2) Penyelidikan tentang kekuatan fisik manusia

Penyelidikan dengan mengukur kekuatan serta ketahanan fisik manusia pada saat kerja, termasuk perancangan objek Serta

peralatan yang sesuai dengan kemampuan fisik manusia beraktivitas.

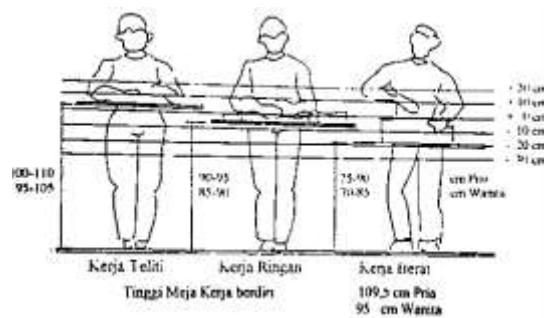
3) Penyelidikan tentang ukuran tempat kerja

Penyelidikan ini bertujuan untuk mendapatkan rangsangan tempat kerja yang sesuai dengan ukuran atau dimensi tubuh manusia.

4) Penyelidikan tentang lingkungan kerja

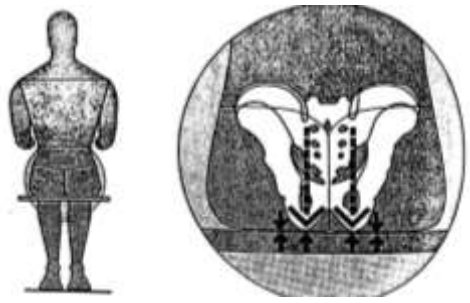
Meliputi penyelidikan mengenai kondisi lingkungan fisik tempat kerja dan fasilitas kerja, misalnya pengaturan cahaya, kebisingan, temperatur dan suara

Berkenaan dengan penyelidikan tersebut, beberapa disiplin ilmu ergonomi yang terlibat antara lain anatomi dan fisiologi (struktur dan fungsi pada manusia), antropometri (ukuran-ukuran tubuh manusia), fisiologi psikologi (sistem saraf dan otak manusia), dan psikologi eksperimen (perilaku manusia). Studi tentang psikologi eksperimen dalam desain diperlukan untuk mengetahui kebutuhan dimensi/ukuran tubuh manusia (misalnya saja kebiasaan perilaku dan budaya manusia duduk, berdiri, mengambil sesuatu dan bergerak), sehingga didapatkan ukuran yang tepat agar tidak terjadi kekeliruan data dalam perencanaan desain. Psikologi dijadikan studi karena dianggap penting untuk menelaah perilaku dan hal-hal yang dipikirkan oleh manusia sehingga sebagai pengguna desain. Seperti yang diungkapkan Ching (1987) dalam perencanaan desain mebel, manusia adalah faktor utama yang mempengaruhi bentuk, proporsi dan skala mebel. Untuk memperoleh manfaat kerjasama dalam melaksanakan aktivitas, mebel harus dirancang sesuai dengan ukuran tubuh manusia, jarak bebas yang diperlukan oleh pola aktivitas dan sifat aktivitas yang dijalani.



Gambar 26. Persepsi anthropometri.
(Sumber : Bagus,2018)

Pengambilan data ukuran yang keliru mengakibatkan kegagalan desain, struktur dan fungsi tubuh manusia terganggu dan berubah, bahkan yang paling vital mengakibatkan terjadinya sistem otak dan saraf. Misalnya dalam perancangan desain kursi, hal penting yang diperhatikan dalam perancangan yaitu memperhatikan kemampuan elemen-elemen kursi untuk menanggapi dan membentuk keseimbangan dan kestabilan pada saat orang duduk di atasnya. Pusat gravitasi tubuh pada saat itu tebak berada sekitar 22 cm dimuka dan 24 cm di atas (titik acuan itu titik acuan duduk adalah perpotongan bidang sandaran dan alas duduk), sedangkan pada saat berdiri panjang pusat gravitasi akan berada 10 cm di depan dan sekitar 15 cm di atas titik acuan duduk. Jadi perancangan dudukan terlalu tinggi atau rendah akan berpengaruh buruk pada kenyamanan, mengurangi keseimbangan duduk, Kelelahan pada daerah punggung khususnya tulang belakang, bahkan bahaya yang lebih besar adalah terjadinya hambatan dalam sirkulasi darah atau gumpalan darah (thrombophlebitis). Ringkasnya, ergonomi merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam perancangan desain.



Gambar 27. Tampak potongan tulang duduk
(Sumber : Dimensi Manusia & Ruang Interior)

b. Evaluasi Ergonomi Dalam Perencanaan Desain

Esensi dasar dari evaluasi ergonomi dalam proses perancangan desain adalah sedini mungkin mencoba memikirkan kepentingan manusia agar bisa terakomodasi dalam setiap kreativitas dan inovasi sebuah ‘man made object’ (sritomo,2000). Fokus perhatian dari sebuah kajian ergonomis akan mengarah ke upaya pencapaian sebuah perancangan desain suatu produk yang memenuhi persyaratan “fitting the task to the man” (Granjean, 1982) sehingga setiap rancangan desain harus selalu memikirkan kepentingan manusia, yakni perihal keselamatan, kesehatan, keamanan maupun kenyamanan. Desain sebelum dipasarkan sebaiknya terlebih dahulu dilakukan kajian / evaluasi / pengujian yang menyangkut berbagai aspek teknis fungsional, maupun kelayakan ekonomis seperti analisis nilai, reabilitas, evaluasi ergonomis, dan marketing.

Untuk melaksanakan kajian atau evaluasi (pengujian) bahwa desain sudah memenuhi persyaratan ergonomis adalah dengan mempertimbangkan faktor manusia, dalam hal ini ada empat aturan sebagai dasar perancangan desain, yakni:

- 1) memahami bahwa manusia merupakan fokus utama perancangan desain, sehingga hal-hal yang berhubungan dengan struktur anatomi (fisiologik) tubuh manusia harus

diperhatikan, demikian juga dengan dimensi ukuran tubuh (*anthropometri*).

- 2) menggunakan prinsip-prinsip kinesiologi dalam perancangan desain (studi melalui gerakan tubuh manusia dilihat dari aspek biomechanics), tujuannya untuk menghindarkan manusia melakukan gerakan kerja yang tidak sesuai, tidak beraturan dan tidak memenuhi persyaratan efektivitas dan efisiensi gerakan.
- 3) pertimbangan mengenai kelebihan maupun kekurangan (keterbatasan) yang berkaitan dengan kemampuan fisik yang dimiliki oleh manusia dalam memberikan respon sebagai kriteria-kriteria yang perlu diperhatikan pengaruhnya dalam rancangan desain.
- 4) mengaplikasikan semua pemahaman yang terkait dengan aspek psikologik manusia sebagai prinsip-prinsip yang mampu memperbaiki motivasi, attitude, moral kepuasan dan etos kerja.

selain hal-hal tersebut diatas, unsur lain yang juga penting untuk diperhatikan dalam perancangan desain adalah hubungan antara lingkungan, manusia, alat-alat atau perangkat kerja dengan produk fasilitas kerjanya. Satu sama lain saling berinteraksi dan memberi pengaruh signifikan terhadap peningkatan produktivitas, efisiensi, keselamatan, kesehatan, kenyamanan maupun ketenangan orang bekerja sehingga menghindarkan diri dari segala bentuk kesalahan manusiawi (*human error*) yang berakibat kecelakaan kerja.

lingkungan fisik tempat kerja bagi manusia dipengaruhi antara lain oleh :

- 1) Cahaya

Dalam faktor cahaya, kemampuan mata untuk melihat obyek dipengaruhi oleh ukuran obyek, derajat kontras antara obyek dan sekelilingnya, luminensi (*brightness*), lamanya

melihat serta warna dan tekstur yang memberikan efek psikologis pada manusia. Mata diharapkan memperoleh cahaya yang cukup, pemandangan yang menyenangkan, menenangkan pikiran, tidak silau dan nyaman. Pencahayaan yang kurang dapat mengakibatkan kelelahan pada mata.

2) Kebisingan

Aspek yang menentukan tingkat gangguan bunyi terhadap manusia adalah lama waktu bunyi terdengar, intensitas (dalam ukuran decibel/ dB, besarnya arus energi per satuan luas), dan frekuensi (dalam Hertz/Hz, jumlah getaran per detik). Usaha-usaha pengurangan kebisingan dapat dilakukan dengan pengurangan kegaduhan pada sumber, pengisolasian peralatan penyebab kebisingan, tata akustik yang baik/ memberikan bahan penyerap suara, memberikan perlengkapan pelindung.

3) Getaran Mekanis

Getaran mekanis dapat diartikan sebagai getaran-getaran yang ditimbulkan oleh alat-alat mekanis. Biasanya gangguan yang dapat ditimbulkan dapat mempengaruhi kondisi bekerja, mempercepat datangnya kelelahan dan menyebabkan timbulnya beberapa penyakit. Besaran getaran ditentukan oleh lama intensitas dan frekuensi getaran, sedangkan anggota tubuh mempunyai frekuensi getaran sendiri sehingga jika frekuensi alami ini beresonansi dengan frekuensi getaran mekanis akan mempengaruhi konsentrasi kerja, mempercepat kelelahan, gangguan pada anggota tubuh seperti mata, syaraf dan otot.

4) Temperatur

Temperatur yang selalu panas akan mengakibatkan cepat timbulnya kelelahan tubuh, sedangkan temperatur yang terlalu dingin membuat gairah kerja menurun. Kemampuan Adaptasi manusia dengan temperatur luar adalah jika perubahan temperatur luar tersebut tidak melebihi 20% untuk

kondisi panas dan 35% untuk kondisi dingin (dari keadaan normal tubuh). Dalam kondisi normal, temperatur setiap anggota tubuh berbeda-beda. Tubuh manusia bisa menyesuaikan diri karena kemampuannya untuk melakukan proses konveksi, radiasi dan penguapan. Produktivitas manusia paling tinggi pada suhu 24-27 derajat Celcius

5) Kelembaban

Kelembaban diartikan sebagai banyaknya air yang terkandung dalam udara. Biasanya dinyatakan dalam persentase jika udara panas dan kelembaban tinggi terjadi pengurangan panas dari tubuh secara besar-besaran dan denyut jantung semakin cepat.

6) Warna

Permainan warna dalam desain memberi dampak psikologis bagi pengamat dan pemakainya, misalnya warna merah memberi kesan merangsang, kuning memberi kesan luas dan terang, hijau atau biru memberi suasana sejuk dan segar, gelap memberi kesan sempit, permainan warna-warna memberi kesan luas.

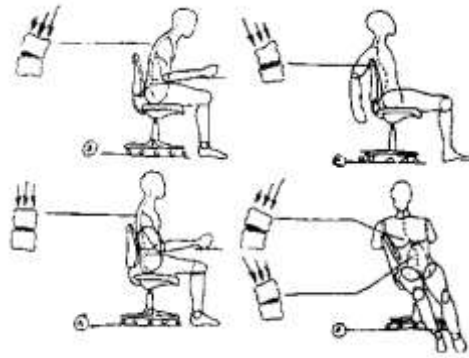
Selain hal-hal tersebut di atas kemampuan untuk meningkatkan produktivitas kerja manusia dipengaruhi pula oleh sikap, gerakan, aktivitas, struktur fisik tubuh manusia, struktur tulang, otot rangka, sistem saraf dan proses metabolisme. Sikap yang tidak tepat menyebabkan gangguan, stress, rasa malas bekerja, ketidaknyamanan dan kelelahan (kelelahan pada seluruh tubuh, mental, urat, saraf, bahkan menyebabkan rasa sakit dan kelainan pada struktur tubuh manusia).

Aktivitas kerja manusia, baik fisik maupun mental mempunyai tingkat intensitas yang berbeda. Intensitas tinggi berarti energi tinggi, intensitas rendah berarti energi rendah, Mengeluarkan energi dalam jumlah besar untuk periode yang lama

bisa menimbulkan kelelahan fisik dan mental sedangkan kelelahan mental lebih berbahaya dan kadang menimbulkan kelelahan fisik dan mental, sedangkan kelelahan mental lebih berbahaya dan kadang-kadang menimbulkan kesalahan-kesalahan kerja yang serius. Selain itu kondisi tubuh yang tidak alami atau sikap yang dipaksakan berakibat pada pengurangan produktivitas manusia, hal ini berkaitan dengan sejumlah tenaga yang harus dikeluarkan akibat beban tambahan.

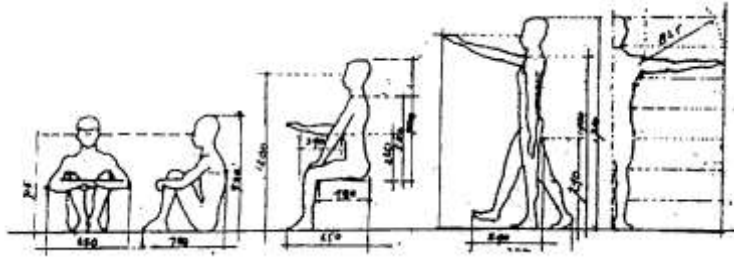
Manusia (pemakai) dan kondisi hasil desain yang sifatnya fisik atau mekanismenya tidak aman, itu berarti terjadi ketidakmampuan pelaksanaan fungsi secara baik, sehingga berakibat pada kesalahan manusiawi (*human errors*), kegagalan akhir pada desain yang tidak baik, kesulitan dalam produksi, kegagalan produk, bahkan menimbulkan kecelakaan kerja. Hal yang sama diungkapkan oleh cormick dan Sanders (1992) '*it is easier to bend metal than twist arms*' yang bisa diartikan merancang produk untuk mencegah terjadinya kesalahan akan jauh lebih mudah bila dibandingkan mengharap orang atau operator jangan sampai melakukan kesalahan pada saat mengoperasikan produk tersebut. Memperhatikan hal tersebut, diperlukan pengetahuan dan penyelidikan tentang ketepatan atau kepresisian, kesesuaian, kesehatan, keselamatan, keamanan, dan kenyamanan manusia dalam bekerja. Faktor perbedaan ukuran atau postur dan berat badan manusia, kebiasaan, perilaku, sikap manusia dalam beraktivitas, serta kondisi lingkungan juga memerlukan penyelidikan lebih lanjut. Fakto-faktor yang mempengaruhi ukuran tubuh manusia antara lain umur, jenis kelamin (dimensi tubuh laki-laki umumnya lebih besar dari wanita), suku bangsa, dan posisi tubuh. Sedangkan dalam perancangan desain, pertimbangan ergonomi yang nyata dalam aplikasinya untuk mendapatkan data

ukuran tubuh yang akurat menggunakan pengukuran anthropometri.



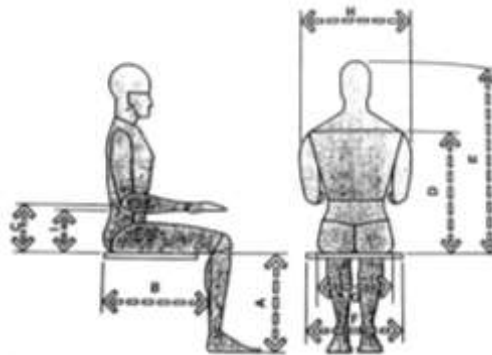
Gambar 28. Bentuk tulang punggung.
(Sumber : Bagus,2018)

Anthropometri adalah ilmu yang berkaitan dengan pengukuran dimensi dan cara untuk mengaplikasikan karakteristik tertentu dari tubuh manusia (Roebuck, 1994). Anthropometri berasal dari kata antropos yang berarti manusia, dan metrikos yang berarti pengukuran. Sehingga Anthropometri diartikan sebagai suatu ilmu yang secara khusus berkaitan dengan pengukuran tubuh manusia yang digunakan untuk menentukan perbedaan pada individu, kelompok, dan sebagainya (pheasant, 1988). Perbandingan fungsional individual orang dewasa dan anak-anak dapat diketahui dengan sistem proporsi anthromorfis didasarkan pada dimensi-dimesi manusia tubuh manusia. Salah satu caranya adalah dengan mengukur tubuh dalam berbagai posisi standart dan tidak bergerak (static anthropometry), serta saat melakukan gerakan tertentu yang berkaitan dengan kegiatan yang harus diselesaikan (dynamic anthropometry). Misalnya, perancangan kursi mobil (gerakan mengoperasikan kemudi, pedal, tangkai pemindah gigi). Gerakan yang bisa dilakukan anggota tubuh dapat dibagi dalam bentuk range/rentangan gerakan, kekuatan, ketahanan, kecepatan dan ketelitian.



Gambar 29. Metode proporsi anthromorfis.
(Sumber : Bagus,2018)

Data anthropometri ini menyajikan informasi mengenai ukuran tubuh manusia, yang dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, suku bangsa (etnis), posisi tubuh saat beraktivitas, dan sebagainya, serta diklasifikasikan dalam segmen populasi pemakai, perlu diakomodasikan dalam penetapan dimensi ukuran produk desain yang dirancang guna menghasilkan kualitas rancangan yang tailor made dan memenuhi persyaratan fitness for use (Sritomo, 2000).



Gambar 30. Pedoman dimesi antropometrik
(sumber : Dimensi Manusia & Ruang Interior)

C. Kerangka Pikir

Awal mula munculnya ide penelitian desain Dodolan coffee di surakarta ini karena semakin banyaknya perkembangan bisnis *coffee shop* di seluruh Indonesia terutama kota surakarta. Kondisi ini membuat semakin bertambahnya pesaing produsen cafe. Surakarta pada 2016 terdapat *Coffe Shop* yang semula dulu beroperasi di laweyan dengan nama “*Hierarchy Society*”, kemudia pada 2019 mengganti nama menjadi “Dodolan Coffee” dan berpindah tempat yang beralamat di Jl. Gatot Subroto No.70, kemlayan, Kec. Serengan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57151.

Konsep yang akan digunakan pada desain ini adalah natural industrial, karena desainnya yang sederhana namun tetap terkesan estetik dengan material yang digunakan seperti besi, kayu, kemudian natural Pengumpulan informasi dari beberapa pihak yang terkait dalam obyek yang terkait yaitu dengan melakukan suvei lapangan, melakukan wawancara tentang informasi Dodolan Coffee kemudian meminta izin kepada manager Dodolan Coffee untuk melakukan pengukuran pada 3 lantai yang terdapat pada bangunan tersebut.



Gambar 31. Skema Kerangka Pikir (Sumber : Dokumen Pribadi)