



KAJIAN TIPOLOGI KONFIGURASI SONASI DAN *FURNITURE* PADA INTERIOR *COFFEE SHOP* DI DENPASAR

Ardina Susanti¹

¹ Program Studi Desain Interior, Sekolah Tinggi Desain Bali
E-mail: ardinarch@gmail.com

Informasi Naskah:

Diterima:
7 Juni 2017
Direvisi:
24 Juni 2017
Disetujui terbit:
15 Juli 2017
Diterbitkan:
31 Juli 2017

Abstract: *Drinking coffee is a worldwide culture. Because the culture is now a global culture, then this culture was made commercially with the creation of a coffee shop. Coffee shop functions are growing, along with the development of lifestyle and social life of the surrounding community culture. With the evolving and changing function of the coffee shop, the interior configuration is definitely changed, especially in the configuration of space and furniture. Therefore, this study aims to examine the typology of the configuration of the sonasi and the interior furniture of the existing coffee shop, and to analyze the causal factors of the typology. Data collection method used is the method of observation, accompanied by qualitative data analysis method. The result of this research is furniture and sonasi configuration will arrange spatial organization that determine the tendency of function of a room / interior and function that runs in a coffee shop / coffee shop is very influenced by lifestyle that is developing*

Keyword: *Coffee shop, furniture, interior, configuration, sonasi, typology*

Abstrak: Minum kopi merupakan suatu budaya yang mendunia. Oleh karena budaya tersebut kini menjadi budaya global, maka budaya ini pun dibuat komersial dengan diciptakannya *coffee shop*. Fungsi *coffee shop* pun semakin berkembang, seiring dengan perkembangan gaya hidup dan kehidupan sosial budaya masyarakat sekitarnya. Dengan berkembang dan berubahnya fungsi dari *coffee shop*, maka konfigurasi interiornya pun pasti berubah, terutama pada konfigurasi sonasi ruang dan *furniture*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tipologi konfigurasi sonasi dan furnitur interior *coffee shop* yang ada, dan menganalisa faktor – faktor penyebab dari adanya tipologi tersebut. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, disertai dengan metode analisis data kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah konfigurasi furniture dan sonasi akan menyusun organisasi spasial yang menentukan kecenderungan fungsi suatu ruang/interior dan fungsi yang berjalan dalam suatu kedai kopi/*coffee shop* sangat dipengaruhi oleh gaya hidup yang sedang berkembang

Kata Kunci: *Coffee shop, furniture, interior, konfigurasi, sonasi, tipologi*

PENDAHULUAN

Sejarah munculnya *coffee shop*/kedai kopi tidak lepas dari adanya budaya minum kopi yang telah meluas menjadi salah satu budaya global. Kedai kopi/*coffee shop* pertama di dunia tercatat muncul pada tahun 1475, bernama Kiva Han dan berada di kota Konstantinopel (Istanbul), Turki. Pada masa itu kopi memiliki peran penting dalam kebudayaan Turki, dimana orang-orang Turki gemar menikmati kopi mereka dengan memasaknya menggunakan *ibrik* (pot khas Turki).

Kemudian budaya minum kopi meluas sampai ke daratan Eropa, karena luasnya kekuasaan Bangsa Turki saat itu di Eropa. Kedai kopi/*coffee shop* pertama di Eropa berada di Wina, dan pada saat itulah diperkenalkan gagasan minum kopi dengan susu dan gula. Sejak itu mulailah bermunculan kedai-kedai kopi di Eropa yang tidak hanya menjual kopi, tetapi juga makanan manis pendamping saat minum kopi (<http://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>).

Kedai kopi/*coffee shop* juga populer di negara Inggris, tapi kedai kopi Inggris tetap berkiblat pada sistem kedai kopi Turki. Di Inggris, kedai kopi dikenal sebagai tempat berkumpulnya para pebisnis kelas atas, karena harga kopi saat itu sangat tinggi. Setelah populer di Inggris, kedai kopi juga semakin populer di negara Italia, Prancis dan Jerman (<http://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>).

Budaya minum kopi di *coffee shop*/ kedai kopi kemudian menyebar ke Amerika saat Inggris menjajah Amerika. Seperti kedai kopi/*coffee shop* di Inggris, *coffee shop* di Amerika juga merupakan tempat berkumpulnya pebisnis kelas atas. Revolusi *coffee shop* konvensional menjadi *coffee shop* modern, ditandai dengan ditemukannya mesin piston espresso terbaru yang semakin mudah digunakan untuk membuat kopi espresso pada kedai kopi The Gaggia Coffee Bar di Italia.

Perbedaan kedai kopi/ *coffee shop* masa lalu dengan *coffee shop* modern selain terletak pada peralatan, juga terletak pada menu sajiannya. Kedai kopi/*coffee shop* modern tidak hanya menyajikan kopi, tapi juga menyediakan makanan (<http://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>). Sistem *coffee shop* modern inilah yang ciri khas dari sebuah bangunan atau ruang yang kini disebut dengan *coffee shop*.

Sesungguhnya, budaya minum kopi sudah dikenal di Indonesia. Daerah-daerah yang terkenal dengan budaya minum kopi yang unik adalah Aceh dan Yogyakarta. Aceh dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kopi Arabika di Indonesia, sumber daya inilah yang mendorong tumbuhnya budaya minum kopi di warung kopi

(www.specialtycoffee.co.id/budaya-meminum-kopi-dalam-masyarakat-kita/). Akan tetapi budaya minum kopi di Aceh bertujuan untuk mengakrabkan berbagai kalangan dalam satu aktivitas minum kopi, berbeda dengan budaya minum kopi di Inggris dan Amerika dimana budaya minum kopi di kedai kopi merupakan gaya hidup kalangan tertentu, yaitu pebisnis kelas atas.

Demikian pula halnya dengan budaya minum kopi di Yogyakarta. Budaya minum kopi joss (kopi tubruk dicampur dengan arang panas) di angkringan-angkringan, bertujuan untuk menjaga kedekatan hubungan kekerabatan (www.specialtycoffee.co.id/budaya-meminum-kopi-dalam-masyarakat-kita/). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sekalipun budaya minum kopi merupakan suatu budaya global, saat budaya tersebut ada di lokasi yang berbeda, cara penyajiannya, cara meminumnya, dan target konsumennya bisa menjadi berbeda pula.

Hal inilah yang mendasari penelitian yang akan dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji tipologi-tipologi kedai kopi/ *coffee shop* modern yang ada di Indonesia khususnya Kota Denpasar. Tipologi kedai kopi/*coffee shop* modern yang ditemukan, kemudian akan dikaji dari aspek fungsi yang diterjemahkan melalui konfigurasi sonasi dan furniture interiornya.

TINJUAN PUSTAKA

Hubungan Spasial, Organisasi Spasial, dan Tipologi dalam Ruang.

Menurut Ching (2008), ruang secara konstan melingkupi keberadaan manusia. Ching (2008) juga menyebutkan bahwa ruang merupakan suatu unsur material (seperti kayu, batu) sekaligus merupakan hawa yang tidak terlihat bentuknya. Sehingga ruang sebenarnya merupakan sebuah bentuk persepsi dari manusia itu sendiri, manusialah yang mempersepsi-kan batas-batas ruang. Setiap bentuk tiga dimensi secara alamiah akan menegaskan volume ruang yang mengelilinginya dan menghasilkan suatu teritori sebagai sebuah area/sonasi aktivitas tertentu (Ching, 2008).

Seperti yang telah disebutkan di atas bahwa ruang merupakan persepsi manusia, maka kerapatan-kelengangan dalam ruang (*solid-void*) akan sangat mempengaruhi kualitas visual manusia dan persepsinya mengenai batas ruang dan teritori. Semakin rapat sebuah ruang, batasnya akan semakin terasa kuat, sedangkan semakin lengang sebuah ruang, batasnya akan semakin tidak terasa.

Ching (2008) juga menyebutkan bahwa terdapat beberapa jenis hubungan spasial ruang, yaitu:

- a. Ruang dalam ruang
Hubungan spasial ini terjadi ketika sebuah area dapat diletakkan di tengah ruang yang lebih besar.
- b. Ruang saling mengunci
Hubungan spasial ini terjadi ketika ruang dapat ditumpuk dalam volume ruang lainnya.
- c. Ruang berdekatan
Hubungan spasial ini terjadi ketika 2 buah ruang bisa saling bersentuhan satu sama lain ataupun membagi garis batas yang sama.
- d. Ruang yang dihubungkan oleh sebuah ruang bersama
Hubungan spasial ini terjadi ketika 2 buah ruang memiliki sebuah ruang perantara yang menghubungkan mereka. Hubungan spasial antar ruang tersebut pada akhirnya akan membentuk sebuah organisasi ruang/ organisasi spasial.

Jenis-jenis organisasi spasial menurut Ching (2008), yaitu :

- a. Organisasi terpusat
Organisasi spasial ini terjadi dimana sebuah ruang sentral dan dominan dikelilingi oleh sejumlah ruang sekunder yang dikelompokkan. Organisasi ini memiliki kecenderungan sifat untuk menggabungkan atau mempersatukan.
- b. Organisasi linier
Organisasi spasial ini merupakan sebuah sekuen/ tahapan ruang-ruang yang berulang secara linier. Kecenderungan sifat dari organisasi spasial ini cenderung menggambarkan pergerakan, perpanjangan, dan segmentasi.
- c. Organisasi radial
Organisasi spasial ini merupakan organisasi dimana sebuah ruang terpusat menjadi sentral organisasi-organisasi linier ruang yang memanjang dengan cara radial. Organisasi spasial ini bisa dikatakan sebagai gabungan dari organisasi spasial terpusat dan linier.
- d. Organisasi terkluster
Organisasi spasial ini merupakan organisasi ruang-ruang yang dikelompokkan melalui kedekatan atau pembagian suatu hubungan visual bersama.
- e. Organisasi grid
Organisasi spasial ini merupakan organisasi ruang-ruang yang diorganisir di dalam area sebuah grid struktur atau rangka kerja tiga dimensi lainnya. Sifat organisasi spasial ini ditandai dengan pola yang teratur

Menurut Moneo (1978), menyatakan bahwa terdapat beberapa tipologi dalam arsitektur, dan tipologi-tipologi tersebut dapat dibedakan berdasarkan *firmitas*, *utilitas*, dan *venustas*. Tipologi yang dibedakan secara *firmitas* adalah tipologi berdasarkan keadaan konfigurasi bentuk dan ruang, tipologi berdasarkan *utilitas* dibedakan dari aspek fungsinya, sedangkan tipologi ber-

dasarkan *venustas* dibedakan melalui citra/ langgamnya.

Berdasarkan teori Moneo (1978) dan Ching (2008), ruang merupakan sebuah bentuk dari persepsi manusia, aktivitas manusia menjadi dasar dari terjadinya beragam tipologi dari arsitektur dan rancangan ruang dalam/ interior.

Hubungan Perkembangan Fungsi Ruang dengan Perkembangan Gaya Hidup dan Kondisi Sosial

Menurut Suharjanto (2013), tipologi sangat terkait dengan bentuk dan ruang, sedangkan bentuk dan ruang sangat terkait dengan fungsi. Apabila fungsi tidak berubah, maka bentuk dan ruang juga tidak berubah. Hal ini sesuai dengan teori *Form Follow Function* yang disebutkan oleh Louis Sullivan. Suharjanto (2013), memberi contoh bangunan masjid, dengan tipologi yang tidak terlalu banyak ragamnya, disebabkan oleh fungsinya yang tidak mengalami banyak perubahan, sehingga bentuk dan ruangnya pun tidak terlalu banyak variasi.

Namun, temuan dari Suharjanto (2013) sedikit berbeda dengan temuan dari Tayeb (2016), masih dalam obyek penelitian tipologi bangunan masjid. Temuan Tayeb (2016) sebenarnya lebih untuk melengkapi temuan dari Suharjanto (2013), bahwa untuk kasus di Indonesia yang memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, tipologi masjidnya pun sebenarnya beragam, karena fungsi masjid sangat terkait dengan kondisi sosial budaya di suatu tempat dan juga sangat terkait dengan gaya hidup yang sedang berkembang di daerah tersebut.

Walaupun kasus yang diangkat sangat berbeda dengan kasus yang diangkat dalam penelitian ini, tapi beberapa kata kunci bisa digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Pertama, bahwa tipologi sangat dipengaruhi oleh fungsi, dan fungsi sangat dipengaruhi oleh kondisi sosial budaya dan gaya hidup. Hampir menyerupai dengan perkembangan *coffee shop* dari awal perkembangannya hingga kini menjadi *coffee shop* modern. Perubahannya sangat terkait dengan kondisi sosial budaya dan gaya hidup yang berkembang.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode observasi, peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kualitatif, acuan teori yang digunakan adalah teori organisasi spasial

dari Ching (2008), untuk kemudian kondisi organisasi spasial dari sonasi ruang dan furniture akan dianalisis fungsinya, dan kaitan fungsi tersebut dengan kondisi social budaya dan gaya hidup yang sedang berkembang di daerah lokasi obyek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

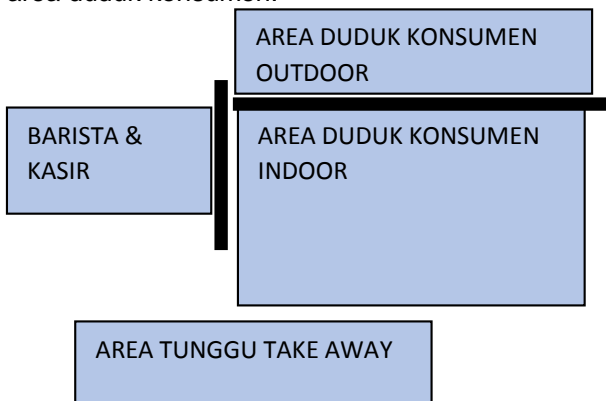
Obyek penelitian yang digunakan adalah 2 kedai kopi/*coffee shop* yang ada di tengah-tengah kota Denpasar, yaitu Pixellate dan Mangsi *Coffee*. Kedua obyek penelitian ini berada pada 1 area, yaitu area Renon yang dikenal sebagai area perkantoran dan sekolah.

Pixellate

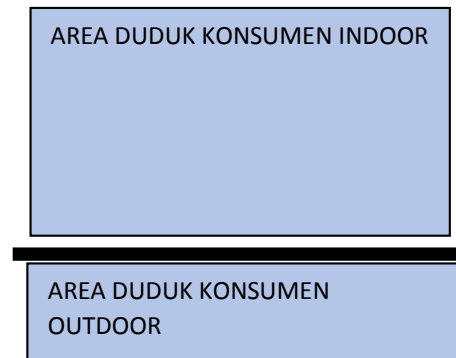
Pixellate merupakan *coffee shop* berupa bangunan 1,5 lantai, yang terdiri dari lantai 1/dasar dan lantai 2 berupa mezanin. Tipe kedai kopi/*coffee shop* Pixellate ini adalah kedai kopi modern, yang tidak hanya menyediakan kopi, tapi juga menyediakan makanan dengan menu masakan Eropa/*western*, seperti pizza, steak dan pasta. Varian menu minuman juga tidak hanya pada kopi, tapi juga minuman teh, dan jus buah.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, konsumen kebanyakan memiliki motivasi untuk bekerja, dimana *coffee shop* ini juga menyediakan fasilitas internet berupa Wi-fi, dan di area duduk juga dilengkapi dengan *power socket*.

Pembagian sonasi areanya antara lain, sonasi barista dan kasir, area duduk konsumen *indoor*, area duduk konsumen *outdoor*, area tunggu untuk menu *take away* (dibawa pulang). Tipe organisasi spasial yang digunakan lebih cenderung berupa organisasi spasial linier, dimana area barista dan kasir tidak menjadi pusat ruangan, tapi menjadi area yang terpisah dari area duduk konsumen.

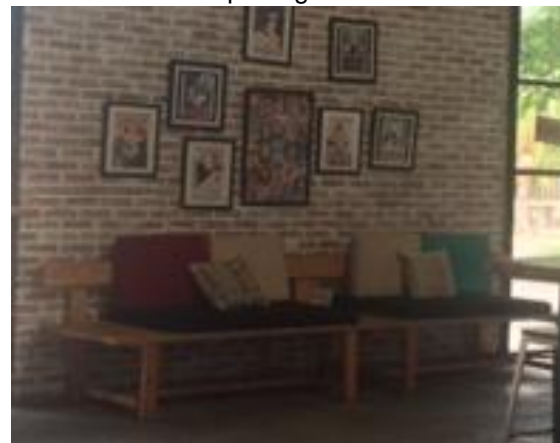


Gambar 1
Pembagian Sonasi Lantai 1
Sumber: Penulis, 2017



Gambar 2:
Pembagian Sonasi Lantai 2 (Mezanin)
Sumber: Penulis, 2017

Jenis-jenis furniture yang ada di area barista dan kasir hanya berupa meja besar untuk membantu aktivitas barista dan kasir. Sedangkan pada area tunggu take away, furniture hanya berupa sofa panjang, tanpa meja. Karena hanya memfasilitasi konsumen yang menunggu pesanannya selesai dan langsung dibawa pulang, furniture bisa dilihat pada gambar 3.



Gambar 3
Furniture di area take away
Sumber: Penulis, 2017

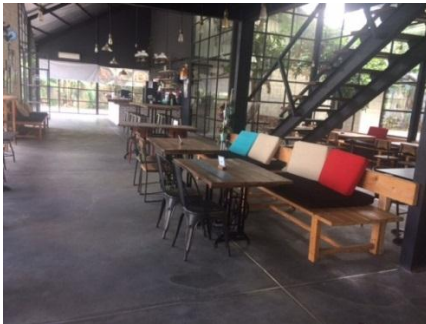
Pada area duduk konsumen *indoor*, terdapat beberapa macam furniture, seperti sofa, boothseat, kursi makan, coffee table, dan meja makan. Furniture berupa sofa seperti yang diperlihatkan pada gambar 4, lebih cenderung akan digunakan untuk konsumen yang datang dengan tujuan berkumpul bersama komunitas sosialnya. Sedangkan konfigurasi furnitur berupa kursi makan dan meja makan (gambar 5), lebih cenderung digunakan konsumen dengan tujuan lebih untuk makan dan minum, pembicaraan pekerjaan, atau bekerja. Sedangkan furniture berupa *boothseat*, dan *coffee table* (gambar 6) lebih cenderung digunakan oleh konsumen yang datang dengan tujuan untuk pembicaraan pekerjaan dan bekerja.



Gambar 4
Sofa dan coffee table
Sumber: Penulis, 2017



Gambar 5
Kursi dan meja makan
Sumber: Penulis, 2017



Gambar 6
Booth seat dan coffee table
Sumber: Penulis, 2017

Konfigurasi meja bar dan kursi bar cenderung diperuntukkan untuk konsumen yang

datang dengan tujuan privasi untuk bekerja atau menikmati waktu sendiri (gambar 7).



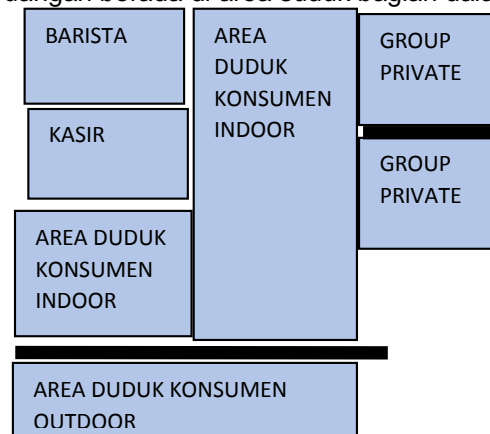
Gambar 7
Meja dan kursi bar
Sumber: Penulis, 2017

Mangsi Coffee

Mangsi coffee merupakan *coffee shop* berupa bangunan 1 lantai. Tipe kedai kopi/*coffee shop* Mangsi Coffee ini juga merupakan kedai kopi modern, yang tidak hanya menyediakan kopi, tapi juga menyediakan makanan dengan menu masakan Eropa/*western*, seperti pizza, steak dan pasta, serta beberapa menu masakan Indonesia. Varian menu minuman juga tidak hanya pada kopi, tapi juga minuman teh, dan jus buah.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, konsumen kebanyakan memiliki motivasi untuk memang untuk menikmati makanan dan minuman yang disediakan, sekaligus bersosialisasi dengan komunitas. Meskipun pada kedai kopi ini juga disediakan fasilitas internet berupa Wi-fi, hampir tidak ada konsumen yang berada pada tempat ini sambil bekerja.

Pembagian zonasi areanya antara lain, zonasi barista dan kasir, area duduk konsumen *indoor*, area duduk konsumen *outdoor*, dan area duduk konsumen *private group*. Tipe organisasi spasial yang digunakan lebih cenderung berupa organisasi spasial terpusat, walaupun pusat ruang tidak persis berada di tengah-tengah ruang, dimana area barista dan kasir menjadi pusat ruangan berada di area sudut bagian dalam.



Gambar 8: Sonasi ruang
Sumber: Penulis, 2017

Jenis-jenis furniture yang ada di area barista dan kasir hanya berupa meja besar untuk membantu aktivitas barista dan kasir. Furniture pada area duduk konsumen indoor dan area grup privat terdiri dari konfigurasi meja makan dan

kursi makan. Pada area ini sama sekali tidak terdapat konfigurasi sofa, coffee table dan boothseat, seperti yang ditunjukkan pada gambar 9 dan gambar 10.



Gambar 9
Area duduk indoor
Sumber: Penulis, 2017

Area untuk grup privat, tidak dibedakan dari jenis furniturnya, tapi hanya ditegaskan dengan pembatasan area dengan dinding yang tidak terlalu solid, sehingga privasi akan terbentuk secara alamiah (gambar 10). Pada area duduk outdoor, furniture yang digunakan berupa kursi makan, meja makan berbentuk bulat dilengkapi

dengan *umbrella* (gambar 11). Selain itu terdapat pula konfigurasi furniture meja dan kursi bar, tapi sama sekali tidak dilengkapi dengan *power socket* (gambar 12), sehingga kecenderungan konsumen yang memilih untuk duduk di area bar, hanya untuk menikmati waktu sendiri, tidak untuk privasi bekerja.



Gambar 10

a. Area duduk grup privat; b. Area duduk outdoor; c. Konfigurasi meja dan kursi bar pada area outd
Sumber: Penulis 2017

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil observasi terhadap 2 obyek penelitian di atas, dapat disimpulkan beberapa hal. Pertama mengenai fungsi dan organisasi spasial. Dari 2 kasus di atas, dapat dilihat bahwa kedai kopi/coffee shop dengan tipe organisasi spasial yang cenderung linier, akan lebih cenderung diminati oleh konsumen yang bertujuan untuk bekerja pada kedai kopi tersebut.

Adanya fungsi baru sebuah kedai kopi, yaitu bekerja, merupakan sebuah fenomena gaya hidup yang berkembang pada era sekarang. Gaya hidup ini terjadi karena perkembangan teknologi informasi, yaitu internet yang semakin berkembang, dan generasi produktif yang ada sekarang sedikit demi sedikit mulai meninggalkan

cara bekerja dalam korporasi standar yang terlalu mengikat waktu dan tempat mereka bekerja.

Pada obyek yang lain, dimana organisasi spasial dibuat terpusat membuat konsumen yang datang lebih banyak bertujuan untuk bersosialisasi dengan komunitas atau menikmati kualitas waktu untuk diri sendiri.

Berdasarkan kedua kesimpulan tersebut, hal-hal yang diperoleh dan ditegaskan dalam penelitian ini adalah tipologi dalam kedai kopi/coffee shop sangat ditentukan oleh fenomena gaya hidup yang berkembang, karena gaya hidup inilah yang akan menentukan kebutuhan mayoritas konsumen yang harus difasilitasi dalam sebuah ruang.

Demikian juga halnya dengan tipologi bangunan dengan fungsi lainnya, juga dapat ditentukan oleh gaya hidup yang sedang

berkembang, tetapi hal ini harus dibuktikan melalui penelitian lain dengan obyek studi yang memiliki fungsi berbeda

DAFTAR PUSTAKA

- Budaya Meminum Kopi dalam Masyarakat Kita
URL www.specialtycoffee.co.id/budaya-meminum-kopi-dalam-masyarakat-kita/
diunduh tanggal 08/07/2017
- Ching, F.D.K. 2008. *Arsitektur, Bentuk, Ruang dan Tatanan*. Erlangga : Jakarta
- Evolusi Kedai Kopi URL
<http://majalah.ottencoffee.co.id/evolusi-kedai-kopi/>
diunduh tanggal 07/07/2017
- Moneo. R. 1978. *On Typology. Opposition : A Journal For Ideas and Criticism in Architecture* p 23-45. The MIT Press
- Suharjanto. G. 2013. *Keterkaitan Tipologi dengan Fungsi dan Bentuk: Studi Kasus Bangunan Masjid*. *Jurnal ComTech* Vol. 4 No.2 p 975-982
- Tayeb, M. 2016. *Perubahan Tipologi Arsitektur Masjid Kesultanan Ternate di Maluku Utara*. *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2016* p 117-122