

# Penerapan Konsep Punakawan pada Interior Restoran Warung Apung Rahmawati di Surabaya

Celline Junica Pradjonggo

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

*E-mail*: celinejunica@yahoo.co.id

**Abstrak**— Pesona kuliner di Surabaya berkembang baik dan tidak kalah menarik dengan kota lain. Restoran berkonsep budaya tradisional dan modern banyak didirikan, salah satunya adalah restoran Warung Apung Rahmawati. Restoran tersebut semakin berkembang dan cukup sukses. Namun Warung Apung Rahmawati berdiri tidak berdasarkan branding yang terkonsep. Oleh karena itu penerapan konsep pada interior restoran WAR sangat perlu untuk membentuk brand image kepada masyarakat. Konsep yang diangkat adalah Punakawan. Konsep diambil untuk mencerminkan karakter utama restoran Warung Apung Rahmawati. Secara visualisasi karakter yang ada pada punakawan diaplikasikan ke dalam elemen interior maupun dekoratifnya. Dengan konsep branding yang baru ini diharapkan tidak hanya membentuk brand image kepada masyarakat namun juga dapat memberikan kesan suasana yang menarik dan nyaman bagi pengunjung.

**Kata Kunci**— Desain Interior, Restoran Warung Apung Rahmawati, dan Punakawan.

**Abstrac**—The charm of Surabaya culinary has grown well and has become as highly appealing as the other cities. Restaurants with traditional and modern concept are now in high demand, one of them is Warung Apung Rahmawati. This restaurant has grown big and successful. However Warung Apung Rahmawati isn't based on conceptualized branding. Therefore, the application of the concept of the interior of the WAR restaurant is very necessary to establish a brand image to the public. The concept taken is Punakawan. This concept was chosen to help reflect the main characteristic of Warung Apung Rahmawati restaurant. The character of Punakawan is applied visually into the elements of interior and decoration. The application of this new branding concept is not only meant to create a restaurant branding image towards the society, but also to create an interesting and comfortable atmosphere towards the consumers.

**Keyword**— Interior Design, Warung Apung Rahmawati Restaurant, and Punakawan.

## I. PENDAHULUAN

KOTA Surabaya memiliki pesona kuliner yang tidak kalah menariknya dengan kota-kota besar lainnya. Desain restoran yang melekatkan pesona kuliner dengan menerapkan perpaduan konsep budaya tradisional di daerahnya mulai bermunculan. Salah satunya adalah Warung Apung Rahmawati. Warung Apung Rahmawati merupakan salah satu rumah makan dengan penggabungan desain

Tradisional Jawa dan *Modern* yang dibentuk sebagai wujud dedikasi dan apresiasi kepada para ahli masak jaman dahulu, ibu-ibu rumah tangga dan para pembantu rumah yang telah berjasa dalam memperkaya khasanah dan cita rasa masakan Jawa, sehingga menjadi kekayaan keanekaragaman cita rasa nusantara. Warung Apung Rahmawati adalah jawaban dari dua generasi, modern dan klasik daerah, yang tersaji ala tradisional, dan menawarkan aneka ragam makanan bercita rasa khas.

Lahir dari sebuah mimpi, gairah dan keyakinan yang kuat, membuat Warung Apung Rahmawati tetap memegang konsistensinya dalam bisnis makanan. Berawal dari tahun 2003 tepatnya di Kota Gresik, restoran ini mulai ikut meramaikan dunia usaha dibidang kuliner. Restoran yang dijalankan oleh keluarga ini dengan bangga mempersembahkan 6 gerai yang sudah berjalan diikuti dengan bisnis catering yang sukses. Salah satu dari 6 gerai tersebut yang ada di lontar Surabaya yang didirikan pada Tahun 2007.

Saat ini pemilik Warung Apung terus mengembangkan restorannya di berbagai tempat yang ada di Jawa Timur dengan menampilkan suasana dan desain yang berbeda-beda untuk mendapatkan perhatian calon pelanggan. Namun untuk kedepannya Warung Apung memiliki tujuan untuk mengembangkan usahanya tidak hanya pada tingkat lokal saja namun sampai ketinggian nasional. Oleh karena itu tidak hanya *profit* yang dipikirkan namun juga untuk pembentukan *brand image* di masyarakat sangatlah berarti.

Pada awal mulanya Warung Apung berdiri tidak berdasarkan *branding* yang terkonsep. Oleh karena itu dalam proses pengembangan ini Warung Apung membuat *branding* yang lebih terkonsep dengan jelas. Namun dalam penerapannya Warung Apung masih belum melaksanakannya. Oleh karena itu dibutuhkan solusi inspirasi yang dapat membantu dalam pengembangan *brand image*.

Desain interior dapat berperan bagi restoran Warung Apung Rahmawati untuk dapat memberikan *image* utama yang mudah diingat dan berkesan ketika berkunjung di sana. *Image* ini tidak hanya muncul ketika orang sudah datang di tempat saja. Diharapkan penanaman *brand image* dapat selalu diingat sehingga ketika mendengar nama “Warung Apung Rahmawati”, setiap orang sudah dapat membayangkan suasana interior dan ruangnya. Hal ini merupakan salah satu strategi dari tujuan operasi restoran adalah untuk mencari untung sebagaimana tercantum dalam definisi Prof. Vanco Christian

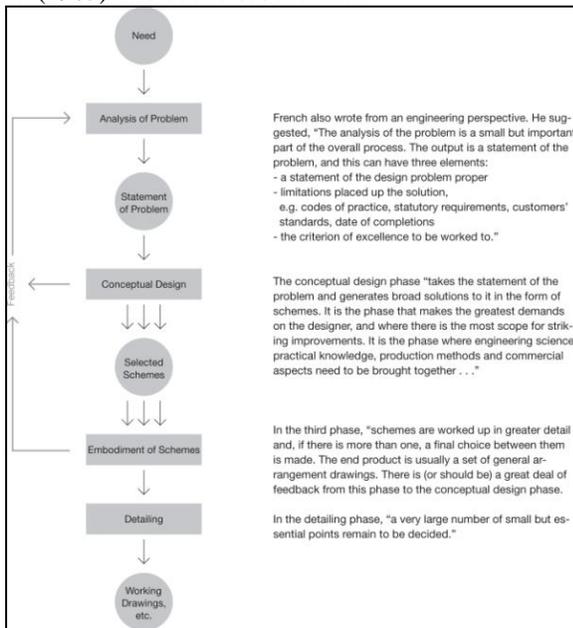
dari *School Hotel Administration* di *Cornell University*. Selain bertujuan bisnis atau mencari untung, membuat puas para tamu pun merupakan tujuan operasi restoran yang utama [1]. Sehingga dengan *performance* dan *brand image* yang baik, Warung Apung dapat menarik pengunjung lebih banyak dan terus berkembang sehingga pencapaian profit maksimal dapat terealisasi.

Dalam perancangan restoran ini, ada beberapa rumusan masalah perancangan yang menjadi tolak ukur perancangan diantaranya,

- A. Bagaimana mendesain interior yang dapat membentuk *brand image* bagi Warung Apung Rahmawati?
- B. Bagaimana merancang desain interior restoran yang tidak hanya memenuhi kebutuhan saji hidangan namun juga dapat membangun suasana menarik dan nyaman bagi pengunjung?

## II. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan menggunakan metode Michael J. French (1985). Metode tersebut ialah :



Gambar 1. Metode perancangan Michael J. French

Metode perancangan yang digunakan ini ialah mengumpulkan data-data yang bersangkutan dengan perancangan. Setelah itu melakukan analisa terhadap kebutuhan tersebut untuk mengetahui masalah apakah yang terjadi di sekitar. Setelah menemukan masalah-masalah yang ada, tahap selanjutnya adalah membuat suatu konsep desain yang dapat membantu menyelesaikan masalah tersebut dalam sudut pandang desain interior. Konsep tersebut akan dibawa untuk melakukan suatu program atau rencana untuk merancang desain yang baru. Rencana tersebut juga harus disesuaikan dengan hasil analisa masalah yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah rencana rancangan selesai berlanjut kepada perwujudan rencana tersebut dengan perancangan suatu desain interior dengan bentuk ide-ide dan sketsa melalui tahap skematik desain 1 dan skematik desain 2. Setelah ide perancangan hingga pada skematik 2 kemudian selanjutnya

melakukan proses membuat gambar kerja, detail dan *render* pada desain akhirnya.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Penerapan Konsep

Pemilihan konsep desain Punakawan dipilih berdasarkan *branding* visualisasi yang sudah dibentuk oleh Warung Apung Rahmawati. Hal ini dikarenakan WAR merupakan salah satu restoran yang masih memakai unsur konsep budaya tradisional khususnya budaya Jawa. Oleh karena itu dalam pengaplikasian ke interior perlunya untuk memasukan nilai-nilai kebudayaan Jawa yang biasa dipakai sebagai wacana untuk membangun konsep estetika jawa, nilai tersebut ialah budaya kosmologis, klasifikasi simbolik, dan Orientasi kehidupan orang jawa [2].



Gambar 2. Branding Punakawan

Menurut terminologi jawa kata Punakawan berasal dari menggabungkan kata puna dan kawan. Puna adalah terang atau jelas sedangkan kawan berarti pula pamong atau teman. Konsep ini diambil untuk mencerminkan karakter ruang yang ada di restoran WAR. Dimana area makan pada restoran ini akan terbagi dengan jelas dan dari setiap areanya memiliki karakternya masing-masing. Namun dimaksudkan dengan perbedaan karakter ruang inilah, ruang-ruang tersebut tetap menjadi satu kesatuan layaknya teman atau keluarga yang dapat hidup menjadi satu kesatuan yang harmonis meskipun mereka dari jenis yang berbeda namun tetap memiliki satu tujuan yang sama.

Punakawan akan menjadi maskot utama restoran WAR dan setiap punakawan mewakili setiap area makan yang ada. Area makan Outdoor diwakilkan dengan Petruk yang jenaka, area lesehan diwakilkan Bagong yang terbuka dan harmonis, area makan indoor diwakilkan Gareng yang kuat dan bersemangat, dan ruang VIP diwakilkan Semar yang bijaksana. Untuk memperkuat branding tersebut maka style yang di ambil dari pencampuran natural, tradisional dan modern. Unsur tradisional melambangkan wujud Punakawan yang berasal dari suatu tradisi kebudayaan, natural melambangkan sifat dan karakter Punakawan, dan modern diambil untuk mengikuti kebutuhan akan fungsi saat ini. Unsur modern tampil juga merupakan wujud dari pelestarian Punakawan yang hingga

saat ini terus berkembang dan dapat mengikuti jaman.

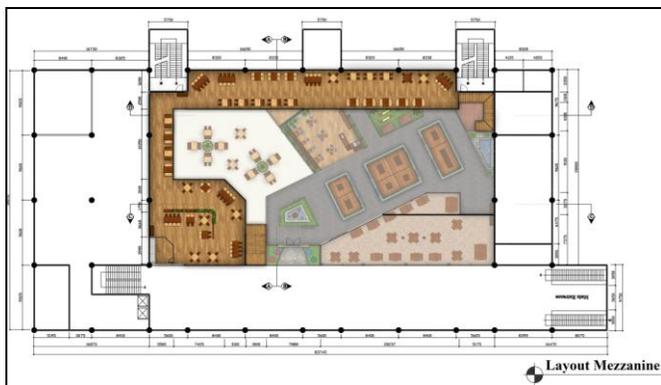
Untuk sistem sirkulasi menggunakan *random circulation*. Dimana pengunjung dapat memilih jalan yang mereka inginkan. Pengunjung bergerak bebas untuk menuju tempat yang diinginkan tanpa ada batasan-batasan dinding pemisah [3]. Konsep sirkulasi ini diambil dari sifat Punakawan yang aktif dan bergerak bebas seperti apa yang ia inginkan namun dengan semua yang mereka lakukan tetap mengarahkan pada suatu tujuan.

**B. Layout Perancangan**

Denah yang digunakan diambil dari karya perancangan tugas akhir mahasiswa jurusan arsitektur Universitas Kristen Petra yang berjudul Pusat Boga di Surabaya (2000) karya Therancys Monalysa, NRP: 22495010. Denah ini berupa denah fiktif. Dimana terdapat ruang serba guna yang akan dialihkan fungsinya sebagai perancangan restoran Warung Apung Rahmawati. Luas ruang lingkup perancangan ini ± 1895 m<sup>2</sup> sudah termasuk luas lantai 1 dan mezzanine.

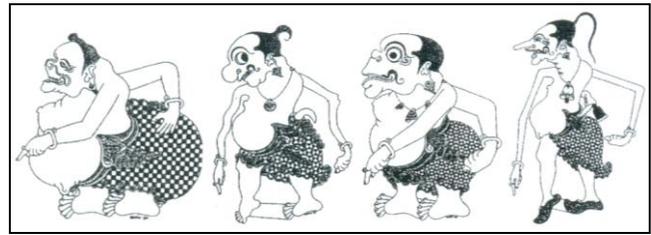


Gambar 3. Layout lantai 1



Gambar 4. Layout lantai mezzanine

Bentuk layout mengikuti karakter fisik dari punakawan yang tidak simetris, sangat melebih-lebihkan atau distorsi bentuk [4].



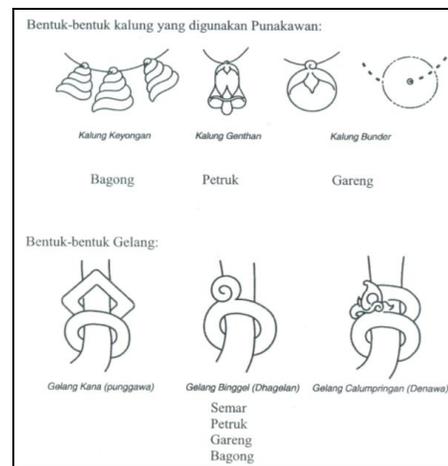
Gambar 5. Bentuk Tubuh Punakawan yang Tidak Simetris

Penerapan bentuk ini pada layout memiliki fungsinya untuk mengarahkan dan memperjelas pembagian ruang yang ada. Dimana letak pintu masuk di desain berada di tengah dan dikelilingi oleh ruang VIP, area makan outdoor, area lesehan, ruang makan Indoor dan WAR corner. Sistem sirkulasi ini di pakan untuk memberikan kebebasan kepada pengunjung dalam memilih tempat makan tanpa harus bingung.

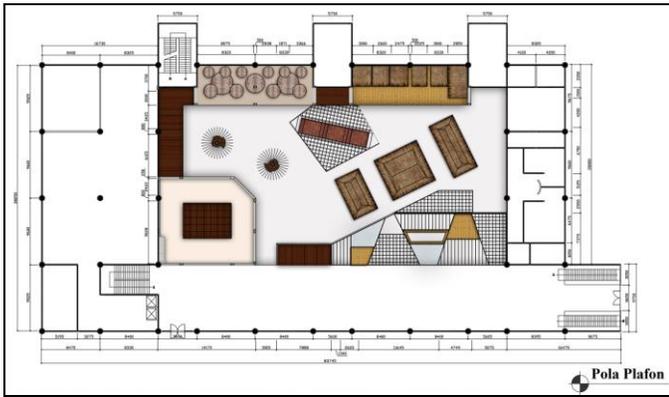
Pola lantai juga tetap mengikuti pola tatanan layoutnya. Untuk penerapan pada restoran, menurut Soekeresno lantai dibuat kedap air, rata, tidak licin, mudah dibersihkan dan juga pertemuan antara lantai dan dinding tidak boleh dibuat sudut mati [5]. Lantai juga tidak boleh licin sehingga perlunya untuk mencari material yang bertekstur [6]. Sehingga material yang digunakan untuk lantai banyak menggunakan keramik bertekstur, laminasi parket kayu ataupun vinyl motif kayu.

**C. Pola Plafon**

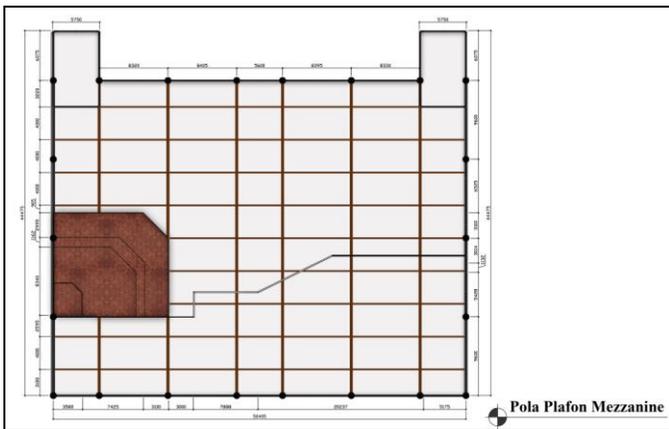
Pola plafon pada setiap area mengikuti karakter dari punakawan. Bentuk plafon bulat pada area makan indoor diadopsi dari bentuk kalung yang dikenakan oleh Gareng, bentuk kotak-kotak pada ruang VIP diadopsi dari bentuk batik papan catur yang digunakan oleh Semar, bentuk trapesium pada area makan outdoor di ambil dari bentuk kalung yang dikenakan oleh Petruk. Sedangkan bentuk plafon pada area lesehan diadopsi dari bentuk gasebo.



Gambar 6. Bentuk Aksesoris Punakawan



Gambar 7. Pola plafon lantai 1



Gambar 8. Pola plafon lantai 2

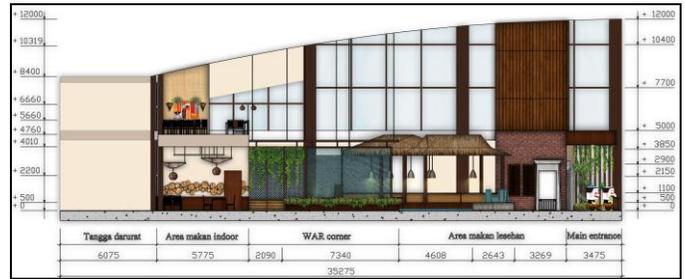
D. Tampak dan Potongan



Gambar 9. Tampak main entrance



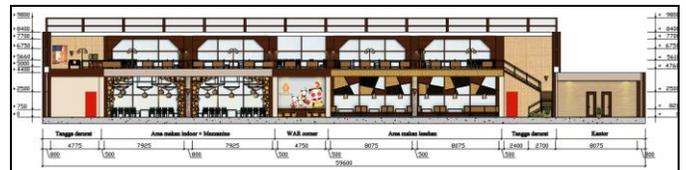
Gambar 10. Potongan A-A



Gambar 11. Potongan B-B



Gambar 12. Potongan C-C



Gambar 13. Potongan spesifik

Dapat dilihat dari potongan penggunaan material alami banyak diaplikasikan seperti kayu-kayuan. Batu bata *ekspose*, batu alam, ijuk, rotan dan untuk material tambahan menggunakan *wallpaper* dinding. Tampilan material inilah yang dapat memberikan nuansa natural, tradisional dan modern.

E. Perspektif Ruang



Gambar 3. Ruang VIP 1



Gambar 15. Ruang VIP 2

Ruang VIP dilambangkan oleh Semar yang bijaksana sehingga bentuknya lebih sederhana dan mengikuti akan fungsinya sebagai ruang VIP maupun ruang serba guna. Secara visualisasi karakter yang di ambil dari semar adalah batik kotak-kotak atau motif papan catur yang biasa dikenakan oleh semar. Bentuk kotak-kotak ini tampil sebagai aksan dalam ruang interiornya.



Gambar 16. Area makan lesehan dan taman bermain

Pada area lesehan nuansa alami dan terbuka hadir untuk memberikan kenyamanan pada pengunjung. Di area ini material yang digunakan banyak menggunakan kayu, batuan dan anyaman bambu.

Area lesehan ini dilambangkan oleh Bagong yang terbuka

dan humoris sehingga area ini bersifat terbuka dan tidak terbatas oleh dinding-dinding pemisah. Untuk bentukan desain interiornya karakter Bagong tampil dari hasil adopsi bentuk kalungnya yang kemudian di stilasi. Bentuk itu tampil pada dekoratif kaca dan juga bentuk tudung lampu. Bentuk batik motif kawung yang biasa digunakan oleh Bagong juga tampil sebagai aksan pada pembatas antar area lesehan.

Bagong juga dilambangkan air pada area lesehan. Namun tampilan Apung pada area ini hanya secara visualisasi tidak realistis benar-benar mengapung. Kesan mengapung tampil dengan memberi material batu-batuan (Koral) di sekeliling area duduk lesehan.

Di sekitar area lesehan terdapat area bermain untuk anak dan di atas lesehan ini terdapat mezzanine yang digunakan sebagai area makan indoor. Area-area ini diletakan dekat dengan jendela dan mendapat *view* dari luar dengan memiliki tujuan agar pengunjung merasa nyaman dan tidak bosan ketika menunggu, karena mereka dapat memandang keadaan sekitar sambil duduk santai.



Gambar 17. Area makan indoor

Pada area makan indoor bentukan bulat banyak digunakan baik sebagai elemen interior maupun dekorasi ruang. Bentuk ini diambil dari bentuk kalung yang digunakan oleh Gareng. Untuk pemilihan bentuk meja pada area makan indoor semua berbentuk kotak hal ini dikarenakan untuk mempermudah mengubah ukuran meja sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu bentuk ini digunakan karena fleksibel.



Gambar 18. Area kasir dan bar

Disekitar area makan indoor terdapat kasir dan bar. Area kasir dan bar ini diletakan di bagian belakang ruang guna untuk di dekatkan dengan area dapur sehingga segala akses lebih mudah dijangkau. Pada area ini bentuk motif kawung juga tampil pada perabot meja kasir dan konter minuman.

#### IV. KESIMPULAN

Perancangan interior restoran Warung Apung Rahmawati (WAR) ini bertujuan membantu WAR dalam membranding ulang restoran. Dengan konsep punakawan restoran WAR dapat memberikan acuan untuk mengembangkan resto berikutnya. Konsep punakawan ini sesuai dengan branding promosi yang sudah dibuat oleh WAR sebelumnya.

Konsep punakawan diambil dari penggabungan kata puna dan kawan. Puna adalah terang atau jelas sedangkan kawan berarti pamong atau teman. Konsep ini diambil untuk mencerminkan karakter ruang yang ada di restoran WAR. Dimana area makan pada restoran ini akan terbagi dengan jelas dan dari setiap areanya memiliki karakternya masing-masing. Namun dengan perbedaan karakter ruang inilah, ruang-ruang tersebut tetap menjadi satu kesatuan layaknya teman atau keluarga yang dapat hidup menjadi satu kesatuan yang harmonis meskipun mereka dari jenis yang berbeda namun tetap memiliki satu tujuan yang sama. Secara visualisasi karakter yang ada pada punakawan diaplikasikan ke dalam elemen interior maupun dekoratifnya. Misal seperti mengadopsi dari bentuk tubuh, bentuk batik atau aksesoris yang digunakan oleh masing-masing Punakawan.

Tampilan style natural, tradisional dan modern ini yang akan membangun suana utama setiap area dan ruang yang ada di WAR. Perancangan interior dengan sistem terbuka dan alami ini diharapkan dapat membangun suasana menarik dan nyaman bagi pengunjung. Sehingga pengunjung yang datang tidak hanya merasakan saji hidangan yang nikmat namun suasana, sistem, sirkulasi, dan pelayanan dapat berjalan dengan baik dan memuaskan.

Dampak terhadap branding desain interior ialah pengunjung ketika masuk dapat merasakan ciri khas utama WAR ini sehingga segala sesuatu yang dirasakan dan dilihat secara visual dapat terbenak di dalam pikiran pengunjung maupun masyarakat akan ciri khas utama WAR yang ada di setiap gerainya nanti.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Celline Junica Pradjonggo mengucapkan terima kasih kepada Pembimbing, Ronald H.I.Sitindjak, S.Sn., M.Sn dan Dra. Anik Rakhmawati, M.Pd atas bimbingan yang telah diberikan penulis selama melakukan proses penyusunan jurnal ini dan terima kasih untuk pihak Warung Apung Rahmawati di Gresik yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat membantu membranding ulang interior restorannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. W.A, *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- [2] Koenjtaraningrat, *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- [3] Pamuji Suptandar, *Interior Design*. Jakarta: Usakti, 1982.
- [4] Bing Bedjo T., *Estetika Visual dan Makna Punakawan Wayang kulit purwa: Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong*. Yogyakarta: Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2013.
- [5] F. Lawson, *Restaurant Planning & Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- [6] Soekresno, *Manajemen Food and Beverage*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.