

Implementasi Konsep “Addicted to Nusantara” dalam Perancangan Interior Pusat Komunitas Kopi

Isabella Christie, Diana Thamrin dan Celline Junica Pradjonggo
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: isabellachristie287@gmail.com ; dianath@petra.ac.id

Abstrak— Kopi merupakan jenis minuman yang dikonsumsi terbanyak ketiga di dunia. Menurut *International Coffee Organization*, kopi Indonesia menempati peringkat keempat di dunia karena citarasanya yang beragam dan spesial. Dulu kopi hanya menjadi teman untuk membaca koran, bekerja lembur, menonton TV, dll. Sedangkan sekarang, kopi dijadikan tren. Akan tetapi, masih belum ada wadah di Indonesia khususnya di Surabaya yang dapat menampung kegiatan kreatif komunitas kopi dan penggemar kopi, sehingga perancangan interior ini bertujuan untuk menyediakan interior Pusat Komunitas Kopi yang interaktif dan edukatif sehingga potensi kopi Nusantara lebih dikenal dan penjualan kopi Nusantara lebih meningkat. Metode perancangan yang digunakan adalah *Design Thinking* yang terdiri dari *understanding, observe, point of view, prototype, test* dan *implementation*. Hasil perancangan berupa *Noesantara Coffee Community Center* dengan konsep *addicted to Noesantara*, dimana konsep ini memiliki makna menarik perhatian sehingga pengunjung menjadi ketagihan untuk datang kembali. Perancangan ini menggunakan terapan layout dengan sirkulasi campuran, dimana *coffee gallery* dijadikan sebagai pusat ruangan untuk mengarahkan pengunjung ke ruangan-ruangan lainnya seperti *coffee shop, coffee bath and spa, workshop area, coffee roaster and tasting room*, dll untuk meningkatkan potensi kopi Nusantara di Indonesia.

Kata Kunci— Desain Interior, Fasilitas Publik, Komunitas Kopi, Kopi.

Abstrac— Coffee is the third most consumed beverage in the world. According to *International Coffee Organization*, Indonesian coffee ranks fourth best in the world because of its various and special taste. In past times, coffee is just a beverage to complete your activity, such as reading newspaper, late night activities, watching TV, etc. Nowadays, coffee becomes a trend and used in art. However, there aren't enough facilities to embrace the creative coffee community, especially in Surabaya. The purpose of this interior design is to provide an interactive and educative *Coffee Community Center* interior to increase the sales and potential of local coffee. The design method used is *Design Thinking* which consist of *understanding, observe, point of view, prototype, test* and *implementation*. The design result is a *Noesantara Coffee Community Center* designed with the concept of “*addicted to Noesantara*”, which means to attract the visitor so that they become addicted to the place and interested to come back. Using a layout with mixed circulation, where the *coffee gallery* is used as the center to direct the visitors to another room, such as *coffee shop, coffee bath and spa, workshop area, coffee roaster and tasting room*, etc to increase the potential of Indonesian local coffee.

Keyword— Interior Design, Public Facility, Coffee Community, Coffee.

I. PENDAHULUAN

Kopi dikategorikan sebagai salah satu jenis minuman yang dikonsumsi terbanyak ketiga setelah air dan teh. Kopi di Indonesia menempati peringkat keempat setelah kopi dari Brazil, Vietnam dan Colombia yang termasuk dalam sepuluh negara penghasil kopi terbesar dan terbaik di dunia (*International Coffee Organization*, 2015). Indonesia menjadikan kopi sebagai salah satu komoditas yang memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia, karena melalui kopi tersebut, Indonesia mampu memasuki pasar dunia dan lebih dikenal oleh negara-negara asing akan cita rasa kopi nya yang beragam.

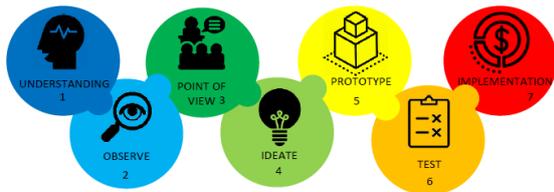
Pada jaman dahulu, kopi merupakan sebuah sarana untuk menjadi teman ketika sedang membaca koran, menonton pertandingan bola, aktivitas tengah malam, dan sebagainya. Berbeda dengan era globalisasi sekarang, budaya minum kopi sudah menjadi gaya hidup modern yang dijadikan *trend* dan selalu terus menerus berkembang di kalangan masyarakat. Mayoritas masyarakat Indonesia yang menganut gaya hidup ini adalah remaja dan dewasa (kaum milenial) yang berkisaran umur 18 – 35 tahun. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan juga apabila orang tua (diatas umur 35 tahun) juga mengikuti budaya ini. Budaya ini juga tidak memandang status sosial seperti miskin maupun kaya, diantara mereka semua pasti ada yang mengkonsumsi kopi.

Gaya hidup minum kopi ini cukup banyak ditemui di kota metropolitan, dimana salah satunya adalah kota Surabaya, yang sudah mulai setara dengan kota Jakarta dan Bandung. Maka dari itu, banyak masyarakat di kota Surabaya yang mengikuti budaya *trend* tersebut. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya persaingan di bidang bisnis industri yang bersaing-saing untuk membuka peluang bisnis yang menguntungkan seperti *café* dan *coffee shop*.

Akan tetapi, wadah yang digunakan masyarakat di Surabaya masih kurang lengkap dan tidak mengedukasi masyarakat terutama bagi para komunitas kopi di Surabaya. Apabila wadah tersebut tidak dikembangkan dan diolah lebih lagi, maka pertumbuhan ekonomi dan pengetahuan masyarakat di Surabaya akan semakin merosot. Maka dari itu dibuatlah sebuah perancangan interior Pusat Komunitas Kopi di Surabaya yang dapat memfasilitasi mereka, dimana fasilitas yang disediakan tidak hanya fasilitas untuk minum

kopi saja seperti *coffee shop*, melainkan fasilitas yang dapat mengedukasi para komunitas kopi di Surabaya maupun di masyarakat luas seperti ruang galeri dan ruang workshop dengan tujuan agar komunitas - komunitas kopi di Surabaya memiliki wadah sehingga mereka dapat mengeksplorasi sekaligus menikmati kopi secara lengkap. Tidak hanya itu, disediakan pula fasilitas-fasilitas lain yang berbasis kopi didalamnya seperti ruang spa dari kopi, *coffee market* yang menjual berbagai barang dari kopi seperti kue dari kopi, aromaterapi kopi, sabun kopi, dll.

II. URAIAN PERANCANGAN



Gambar. 1. Metode perancangan

A. Tahap Understanding

Mencari literatur mengenai komunitas dan kopi, serta syarat-syarat dan fasilitas yang diperlukan oleh ruang komunitas. Aktivitas yang dilakukan oleh komunitas juga dipelajari lagi untuk proses perancangan interior ruang komunitas. Tidak lupa pula untuk mengeruk informasi mengenai komunitas kopi lebih dalam lagi, mulai dari *foundernya*, kegiatannya, dll yang berhubungan dengan komunitas kopi di Surabaya.

B. Tahap Observe

Setelah melalui tahap *understanding*, penulis merincikan macam-macam kegiatan yang dilakukan oleh komunitas kopi tersebut. Dibantu dengan adanya pendekatan *Human Centered Design*, penulis ikut bergabung didalam kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas kopi tersebut, sehingga penulis mengetahui *problems and needs* komunitas kopi tersebut. Setelah itu dibuatlah sebuah *empathy map* untuk memudahkan penulis dalam melakukan perancangan.

C. Tahap Point Of View

Pada tahap ini, dibuatlah sebuah tipologi untuk pembeding objek perancangan, sehingga perancangan

penulis bisa lebih dan ditingkatkan dan maskimal. Lalu site yang telah ditentukan mulai di analisis dari data fisik dan non fisiknya. Lalu pencahayaan dan penghawaan site tersebut juga perlu di analisis karena akan mempengaruhi proses perancangan interior pusat komunitas kopi tersebut. Setelah melakukan tahapan di atas, penulis membuat *programming* yang berguna untuk proses perancangan interior pusat komunitas kopi tersebut.

D. Tahap Ideate

Setelah melakukan analisis *site dan programming*, penulis mulai masuk pada inti perancangan, yaitu pendesainan. Dimana penulis mulai membuat konsep perancangan yang akan di aplikasikan pada perancangan tersebut. Setelah konsep jadi, dibuatlah moodboard, alternatif layout, dan skematik desain untuk menentukan desain mana yang paling pas dan cocok.

E. Tahap Prototype

Di tahap ini penulis sudah menentukan layout dan desain mana yang hendak di aplikasikan pada desain akhir. Lalu dibuatlah gambar kerja berupa *Spatial ID Element* dan *SpesificID Element*.

F. Tahap Test

Setelah semua tahap di atas dilakukan, penulis melakukan metode evaluasi tutor pada desain yang telah dibuat. Penulis juga membuat Rencana Anggaran Belanja (RAB) untuk mengetahui berapa biaya yang kurang lebih dikeluarkan apabila desain tersebut direalisasikan.

G. Tahap Business Model

Pada tahap ini penulis melakukan *business model* untuk mengimplementasikan desain yang telah dibuat. *Business model* yang akan dibuat penulis ini memiliki target utama yaitu komunitas kopi di berbagai kota dan masyarakat pecinta kopi.

III. KAJIAN PUSTAKA

Kopi

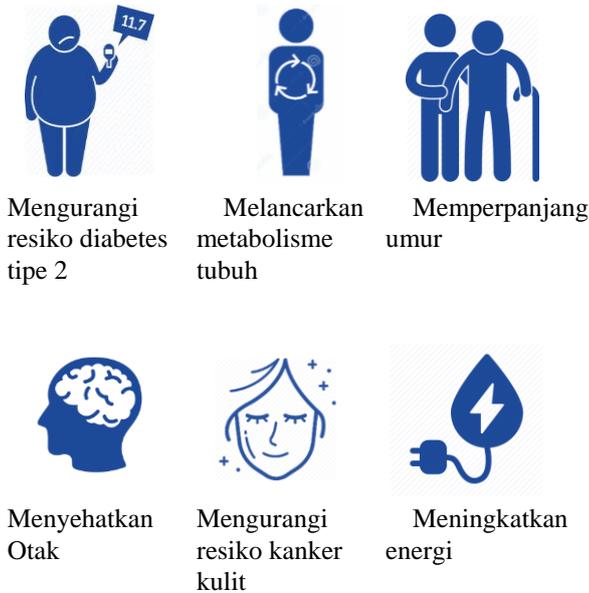
Kopi adalah pohon yang banyak ditanam di Asia, Amerika Latin, dan Afrika, buahnya digoreng dan ditumbuk halus untuk dijadikan bahan pencampuran minuman ; buah (biji) kopi; serbuk kopi; minuman yang bahannya serbuk kopi [1] ; Tanaman yang memiliki dua jenis utama, yakni *Coffea robusta* dan *Coffea Arabica*. Kedua jenis kopi ini sangat dipegemari oleh masyarakat, baik yang ada di dalam negeri ataupun masyarakat yang ada di luar negeri. [2]

Fungsi dan Manfaat Kopi [3]

1. Implementasi kopi pada kesehatan:



Antioksidan Mengurangi stress Meningkatkan stamina



Gambar. 2. Implementasi kopi pada kesehatan

2. Implementasi kopi pada kecantikan:



Gambar. 3. Implementasi kopi pada kecantikan

Jenis-jenis Kopi [4]

Tabel 1. Perbedaan Jenis Kopi Arabika dan Robusta

Jenis Pembeda	Kopi Arabika	Kopi Robusta
Gambar		
Ukuran	Besar dan lonjong	Bulat
Ketinggian Tempat Tanam	700 – 1700 mdpl	400 – 700 mdpl

Suhu	16-20°C	21-24°C
Aroma	Wangi buah dan bunga	Manis yang khas
Cita Rasa	Asam dan Lembut	Manis dan Kasar
Kadar Kafein	1.2%	2.2%
Kadar Keasaman	Lebih tinggi	Lebih rendah
Harga	Lebih mahal	Lebih murah

Proses Pengelolaan Kopi :[5]

Tahap pertama dalam pengelolaan kopi adalah penyangraian, tahap ini merupakan kunci dalam proses pengolahan kopi bubuk, aroma dan citarasa kopi dikeluarkan dengan cara dipanaskan diatas api tanpa minyak.

Setelah melalui tahap pertama, biji kopi yang telah disangrai tersebut didinginkan. Terdapat beberapa cara mulai dari pemberian kipas maupun hanya diangin-anginkan di bidang datar. Proses pendinginan pada biji kopi ini juga berfungsi untuk memisahkan sisa kulit ari dengan bijinya.

Tahap terakhir, biji kopi sangrai digiling atau dihaluskan dengan mesin penghalus sampai diperoleh butiran bubuk dengan ukuran tertentu. Pada tahap terakhir ini, citarasa dan senyawa pada biji kopi mulai dibentuk.



Gambar. 4. Proses pengelolaan biji kopi

Syarat Penyimpanan Kopi [6]

Buah kopi dapat disimpan dalam bentuk kering ataupun parchment kering yang membutuhkan kondisi penyimpanan yang sama. Biji kopi KA air 11% dan RH udara kurang dari 74%. Dalam kondisi ini, pertumbuhan jamur (*Aspergillus Niger*, *A. Oucharaceous* dan *Rhizopus sp*) akan minimal.

Di Indonesia, kopi disimpan di karung goni dan dijahit zigzag mulutnya dengan tali goni dan disimpan dalam gudang penyimpanan. Syarat gudang penyimpanan kopi menurut SNI antara lain :

- 1) Gudang mempunyai ventilasi yang cukup.
- 2) Suhu gudang optimum 20-25°C.
- 3) Gudang harus bersih dan bebas dari hama penyakit serta bau asing.
- 4) Karung ditumpuk di lantai yang diberi alas kayu setinggi ±10 cm.

Komunitas Kopi

Dalam perancangan interior pusat komunitas kopi yang bernama *Noesantara Coffee Community Center* di Surabaya ini terdapat tiga komunitas kopi yang menjadi *investor* dari perancangan ini, antara lain: *Coffee Talk*, *Kopi Kula* dan *Twin Coffee*. Tiga komunitas ini memberi pemasukkan utama pada *Noesantara Coffee Community Center*. Berikut merupakan data komunitas kopi yang menjadi *investor Noesantara Coffee Community Center* :



Gambar. 5. Komunitas kopi *Noesantara Coffee Community Center*

IV. KONSEP DAN TRANSFORMASI DESAIN

Dengan adanya permasalahan yang ada di masyarakat serta keinginan dan kebutuhannya, maka dilakukan perancangan interior pusat komunitas kopi di Surabaya yang menjawab kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam segi edukatif, interaktif dan ekonomis yaitu *Noesantara Coffee Community Center* yang berlokasi di jalan Mayjen Yono Suwono No. Kav. 3, Pradahkalikendal, Dukuh Pakis, Surabaya. Perancangan *Noesantara Coffee Community Center* ini memiliki konsep *addicted to Noesantara*. Konsep ini menuntun pengunjung untuk merasa ketagihan saat datang ke tempat tersebut. Di *Noesantara Coffee Community Center*, pengunjung dapat menambah ilmu mengenai kopi dengan cara berbeda dari tempat lain.



Gambar. 6. *Design concept*

Material elemen interior yang digunakan dalam perancangan, antara lain:[7]

- 1) Lantai kayu, yang dikenal dengan material yang memberikan kesan hangat, alami, dan nyaman. Lantai kayu juga mudah perawatannya dan jika rusak, mudah diperbaiki maupun diganti.
- 2) Keramik, yang sangat banyak digunakan dalam perancangan karena harganya murah dan mudah dalam

perawatannya. Penggunaan keramik granit banyak digunakan di area galeri kopi, dapur, kamar mandi dan toilet. Akan tetapi keramik masih memiliki kekurangan yaitu memantulkan bunyi, licin dan susah diperbaiki apabila rusak.

3) Dinding berwarna putih sedikit kuning sehingga memantulkan cahaya secara efektif dan bias digunakan sebagai latar belakang elemen yang berada didepannya. Warna terang di dinding dapat membuat objek didepannya semakin terlihat, karena warna perabot pada *Noesantara Coffee Community Center* dominan gelap.

V. DESAIN AKHIR

A. Layout Perancangan

Layout dari *Noesantara Coffee Community Center* bersifat statis khususnya bagian dindingnya sangat terasa kuat dan tegas sesuai dengan sifat kopi yang kuat dan pekat. Sedangkan untuk pola lantainya menggunakan bentuk lingkaran dan lengkung sesuai dengan sifat komunitas kopi yang fleksibel dan apa adanya. Layout ini juga dibuat sesuai dengan pola aktivitas pengguna.



Gambar. 7. *Layout Noesantara Coffee Community Center*





Gambar. 8. Isometri Noesantara Coffee Community Center

B. Main Entrance

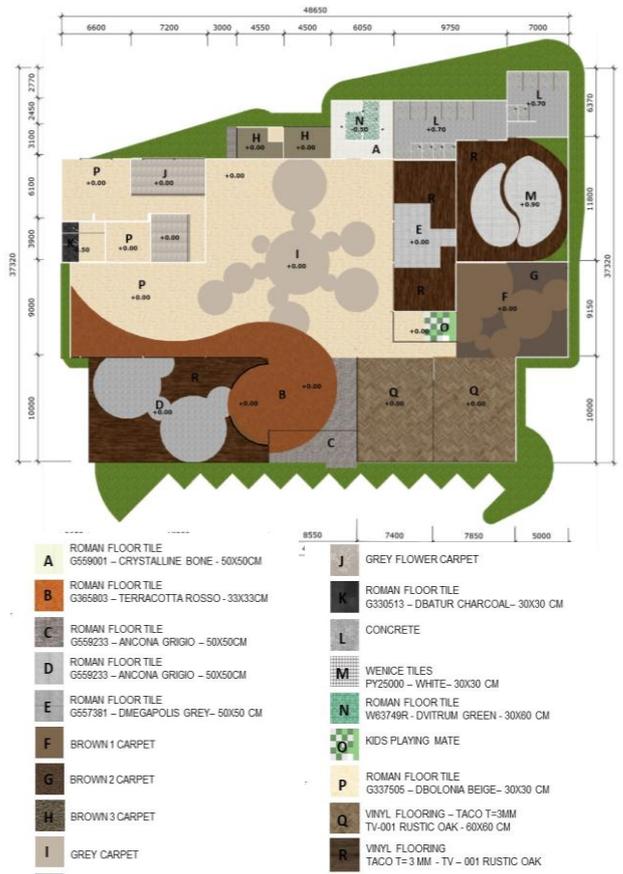
Main entrance didesain dengan menggunakan kaca sebagai bahan utamanya dengan tujuan agar pengunjung yang berlalu lalang didepan *Noesantara Coffee Community Center* dapat melihat-lihat kedalam dan dapat tertarik dengan kegiatan maupun fasilitas yang ada. Penggunaan material kaca ini juga terinspirasi dari sifat komunitas kopi yang terbuka dan apa adanya, sama seperti sifat kaca.



Gambar. 9. Main entrance Noesantara Coffee Community Center

C. Rencana Lantai

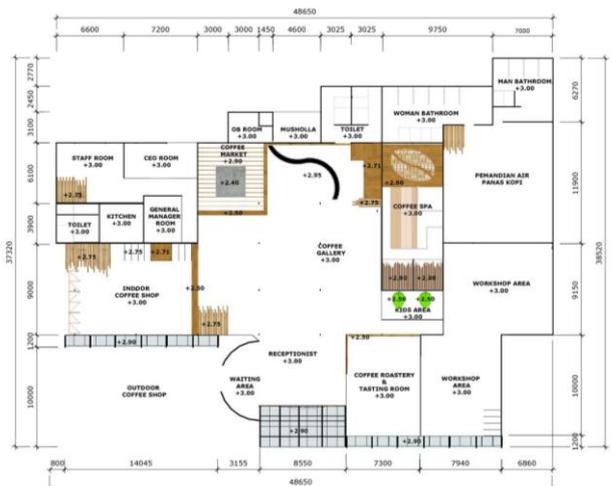
Lantai yang digunakan dalam perancangan *Noesantara Coffee Community Center* ini antara lain: *granit tile*, *concrete tile*, *terracota tile* dan *parket kayu*. Pemilihan materal untuk rencana lantai di pikirkan berdasarkan aktivitas pengguna, misalnya seperti ruang spa dan pemandian air panas menggunakan lantai parket kayu agar pengunjung tidak terpeleset karena licin, contoh lain dapat dilihat dari kamar mandi pemandian air panas, lantainya menggunakan material *concrete* sehingga pengunjung juga tidak tergelincir dan hal ini memudahkan untuk pembersihan lullur-lullur kopi yang jatuh dari badan pengunjung. Begitu pula dengan material lantai pada galeri yang menggunakan *granit tile*, di galeri ini elemen interior didesain sederhana mungkin agar pengunjung lebih terfokus pada barang yang dipamerkan.



Gambar. 10. Rencana lantai Noesantara Coffee Community Center

D. Rencana Plafon

Plafon yang digunakan dalam perancangan *Noesantara Coffee Community Center* adalah plafon dari *gypsum board* dengan tebal 9mm dan ukuran 1220 x 2440mm di seluruh areanya, akan tetapi ada beberapa plafon tambahan seperti di ruang spa dan beberapa area lainnya yang menggunakan *laser cutting* membentuk gambar biji kopi dengan bahan kayu.



Gambar. 11. Rencana plafon Noesantara Coffee Community Center

E. Potongan

Pada potongan A-A', area yang tampak di potongan tersebut adalah *indoor coffee shop*, *coffee market*, *coffee gallery*, *kids area* dan *workshop area*.



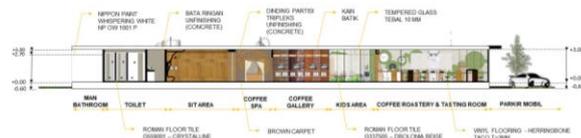
Gambar. 12. Potongan A-A'

Pada potongan B-B', area yang tampak di potongan tersebut adalah pemandangan air panas kopi, *coffee spa*, *coffee gallery*, *coffee market*, *CEO Room* dan *Staff Room*



Gambar. 13. Potongan B-B'

Pada potongan C-C', area yang tampak di potongan tersebut adalah parkir mobil, *outdoor coffee shop*, *indoor coffee shop*, *general manager room* dan *CEO room*.



Gambar. 14. Potongan C-C'

Pada potongan D-D', area yang tampak di potongan tersebut adalah *men bathroom*, *toilet*, *sit area*, *coffee spa*, *coffee gallery* (*coffee tester*), *kids area*, *coffee roastery and tasting room* dan parkir mobil



Gambar. 15. Potongan D-D'

F. Perspektif

Pengunjung *Noesantara Coffee Community Center* masuk melalui satu pintu dari *main entrance* (*one gate system*) dan akan menuju ke area *lobby*, dimana dalam ruang *lobby* tersebut terdapat area resepsionis yang bertujuan untuk tempat informasi, penunjuk arah, dll dan ruang tunggu. Meja resepsionis didesain melengkung mengikuti bentuk stilasi biji kopi. Di belakang meja resepsionis terdapat gapura kecil dengan *cutting* bentuk kopi sesuai dengan *brand image* logo *Noesantara Coffee Community Center*.



Gambar. 16. Perspektif lobby

Ruang tunggu terletak diantara ruang resepsionis dan *outdoor coffee shop*. Area resepsionis dan area tunggu tidak memiliki tanda pembeda, tetapi terdapat kaca yang membedakan ruang tunggu dengan *outdoor coffee shop*. Tujuan peletakkan ruang tunggu yang bersebelahan dengan *outdoor coffee shop* adalah agar pengunjung yang menunggu dapat tergodanya dengan bau kopi yang dibeli oleh pengunjung di *outdoor coffee shop*



Gambar. 17. Perspektif receptionist area

Berikutnya, ruangan yang ditemukan oleh pengunjung setelah menunggu di ruang tunggu adalah *outdoor coffee shop*. *Outdoor coffee shop* mempunyai dua pintu, yang pertama adalah pintu menuju ke *lobby* awal tersebut dan yang kedua adalah pintu menuju *indoor coffee shop*.



Gambar. 18. Perspektif outdoor coffee shop

Apabila pengunjung tidak belok menuju ruang tunggu dan *outdoor coffee shop*, maka petugas resepsionis akan mengarahkan masuk kedalam menuju ke *coffee gallery*. Area ini merupakan pusat ruangan pada *Noesantara Coffee Community Center* dan merupakan ruangan transisi pada bangunan. Dalam *coffee gallery*, pengunjung dapat melihat seluruh ruangan kecuali ruangan yang bersifat privasi.



Gambar. 19. Perspektif coffee gallery

Berikutnya merupakan area *indoor coffee shop* yang mempunyai dua pintu masuk, yang pertama dari *coffee gallery* dan yang kedua adalah dari *outdoor coffee shop*. Pada ruangan ini terdapat *coffee library* dan terdapat meja bar besar dengan tujuan untuk meningkatkan interaksi antar pengunjung maupun antara dan pengunjung.



Gambar. 20. Perspektif *indoor coffee shop*

Ruangan lain yang sangat dekat dengan *coffee gallery* lainnya adalah *coffee market*. Area ini merupakan area untuk menjual berbagai macam jenis produk berbahan dasar kopi, mulai dari roti, camilan, parfum, lilin aromaterapi maupun barang dari kegiatan *workshop* juga bisa dijual di *coffee market*.



Gambar. 21. Perspektif *coffee market*

Ruangan inti lainnya selain *coffee gallery* adalah *coffee roastery and tasting room*. Ruangan ini dapat dilihat dari *main entrane* dan terletak disebelah *lobby*. Tujuan peletakkan *coffee roastery and tasting room* ini adalah agar pengunjung yang berlalu langug juga dapat melihat kegiatan di ruangan tersebut.



Gambar. 22. Perspektif *coffee roaster and tasting room*

Disebelah ruang *coffee roastery and tasting room* terdapat dua area yaitu area *workshop*. Area pertama untuk kegiatan *workshop* seperti melukis dengan ampas kopi sedangkan ruangan kedua lebih dikhususkan untuk kegiatan seperti seminar. Ruangan ini didesain sederhana agar

pengunjung yang mengikuti kegiatan *workshop* dapat lebih fokus terhadap materi yang diberikan.



Gambar. 23. Perspektif *coffee workshop*



Gambar. 24. Perspektif *coffee workshop* (ruang seminar)

Ruangan yang berdekatan dengan ruang *workshop* dan *coffee roastery and tasting room* ini adalah *kids area*. Tujuan perancangan area ini adalah agar orangtua yang mengikuti kegiatan *workshop* ini tidak perlu bingung dengan anaknya. Ruangan didesain dengan penggunaan material kaca dengan tujuan agar orangtua tersebut dapat memantau anaknya.

Mulai masuk kepada *private area*, salah satunya adalah *office*. Dalam ruangan ini terdapat struktur organisasi yang bekerja di *Noesantara Coffee Community Center*. Didalamnya terdapat beberapa ruangan antara lain: ruang CEO, ruang direktur dan *staff room*.



Gambar. 25. *Isometri office*

Ruang privasi lainnya adalah ruang spa. Ruangan ini dapat dilihat dari *coffee gallery* pula. Ruangan ini didesain lebih gelap dari yang lainnya agar pengunjung lebih merasa nyaman.



Gambar. 26. Perspektif coffee spa room

Setelah pengunjung melakukan spa di ruang *coffee spa*, mereka diberi dua pilihan yaitu langsung bilas di *bathroom* atau boleh melanjutkan berendam di pemandian air panas kopi. Pemandian ini dirancang dengan tujuan agar pengunjung dapat saling berinteraksi satu sama lain, maka dari itu pemandian ini tidak dipisahkan antara pria dan wanita



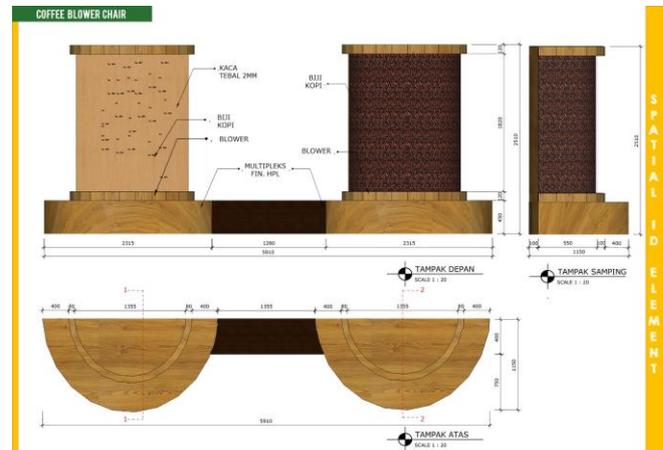
Gambar. 27. Perspektif pemandian air panas kopi

Ruangan terakhir adalah *service area* yaitu *toilet*. Terdapat empat *toilet* dalam perancangan ini. Yang pertama

adalah *toilet* yang terletak di *indoor coffee shop*, dan *toilet* ini bersebelahan dengan *toilet* kedua yang terletak didalam *office*. Lalu untuk *toilet* ketiga adalah di area *coffee gallery* yang merupakan *toilet* inti bangunan dan *toilet* terakhir diletakkan didalam kamar mandi / *bathroom* yang berada di dalam pemandian air panas kopi.

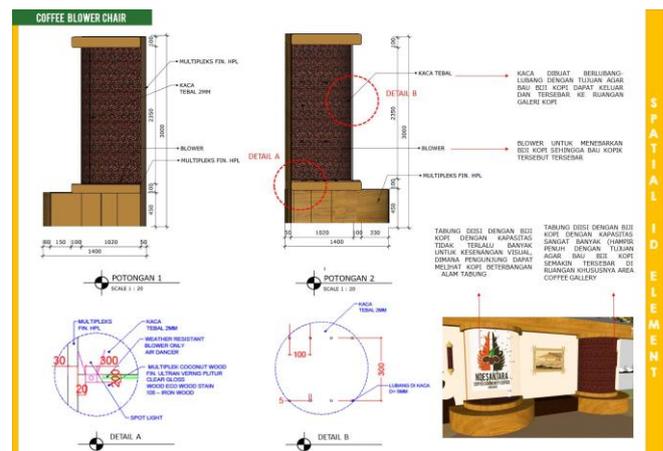
G. Spatial ID Element

1) Coffee Blower Chair



Gambar. 28. Tampak elemen interior coffee blower chair

Coffee blower chair terdiri dari tiga bagian. Bagian sebelah kiri dan kanan nya merupakan tempat duduk yang berada didepan tabung yang berisi biji kopi. Tabung sebelah kiri berisi sedikit biji kopi dan didalam tabung tersebut terdapat *blower* yang berfungsi untuk menerbangkan biji-biji kopi tersebut, sedangkan yang kanan diisi biji kopi cukup banyak dan penuh serta dinding kaca tabung tersebut dilubangi di beberapa bagian dengan tujuan agar bau biji kopi dapat keluar dan menyebar ke area *coffee gallery*. Penyebaran bau ini menggunakan *blower* yang berada didalam tabung. Diantara tabung tersebut terdapat kursi dudukan yang

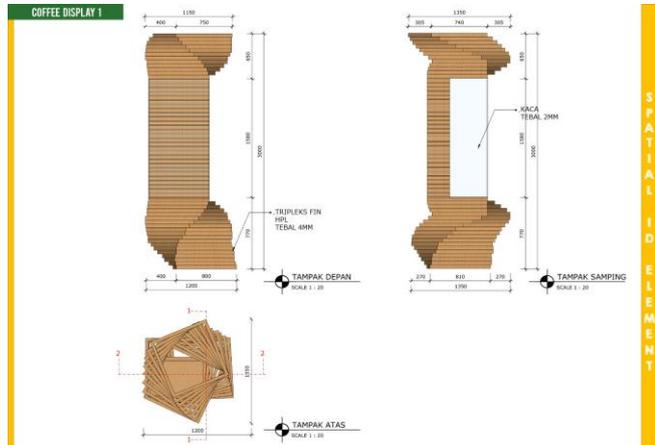


Gambar. 29. Potongan dan detail elemen interior coffee blower chair

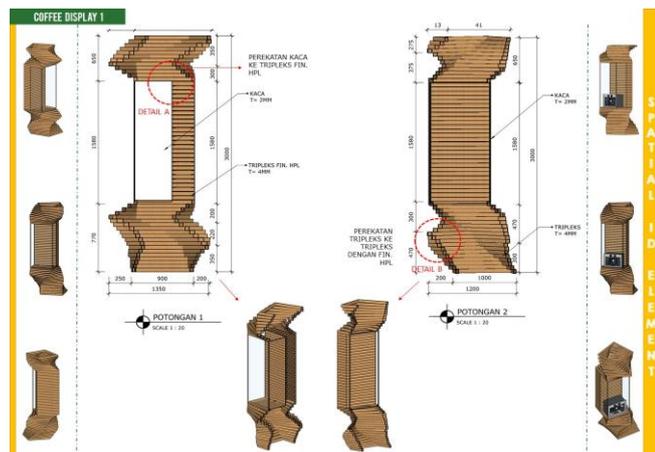
2) Coffee Display 1

Coffee display 1 ini digunakan sebagai wadah untuk meletakkan barang yang akan dipamerkan pada *coffee gallery*. Biasanya barang yang dipamerkan didalam *coffee display* ini adalah *coffee roaster* ataupun *coffee machine* dengan ukuran aslinya maupun miniaturnya. Bahan yang digunakan adalah tripleks dan kaca sebagai penutup objeknya. Tripleks yang telah dipotong tersebut dibentuk

menjadi rancangan dan rancangan tersebut digunakan untuk menutupi kolom pilar bangunan sehingga kolom tersebut tidak terlihat oleh pengunjung dan menambah estetika ruangan. Rancangan dibentuk kotak yang tegas sesuai dengan sifat kopi yang kuat dan pekat. Hanya *coffee display 1* ini saja yang menggunakan bentuk persegi dengan tujuan agar menjadi *focal point* diantara bentuk lingkaran.



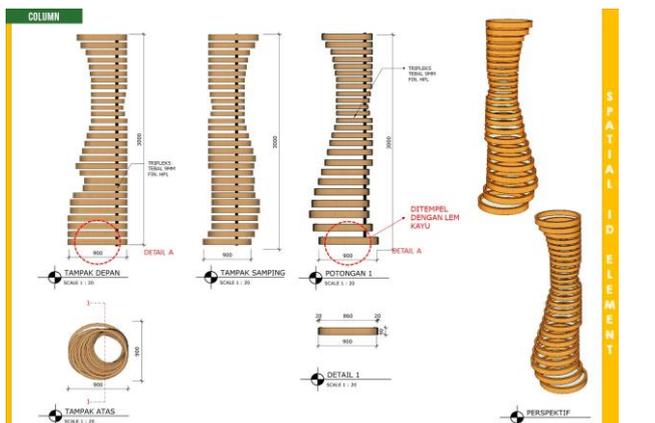
Gambar. 30. Tampak elemen interior *coffee display 1*



Gambar. 31. Potongan dan detail elemen interior *coffee display 1*

3) *Coloumn*

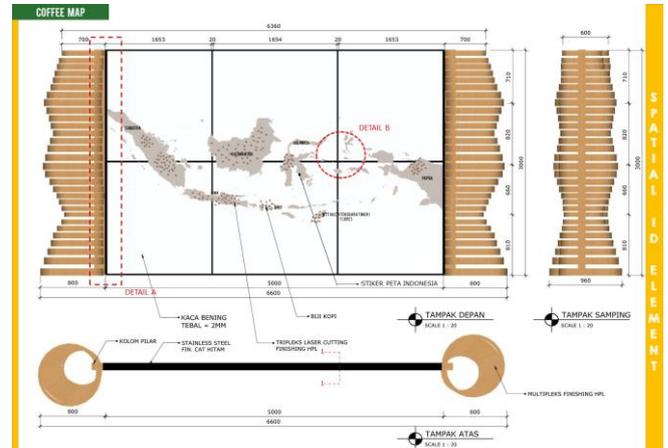
Untuk menutupi kolom pilar lainnya, dirancanglah sebuah rancangan dengan bentuk utama lingkaran dan dibuat dinamis dengan menggunakan bahan dasar tripleks. Penggunaan rancangan ini adalah agar kolom pilar tidak terlihat sehingga estetika ruangan menjadi lebih baik.



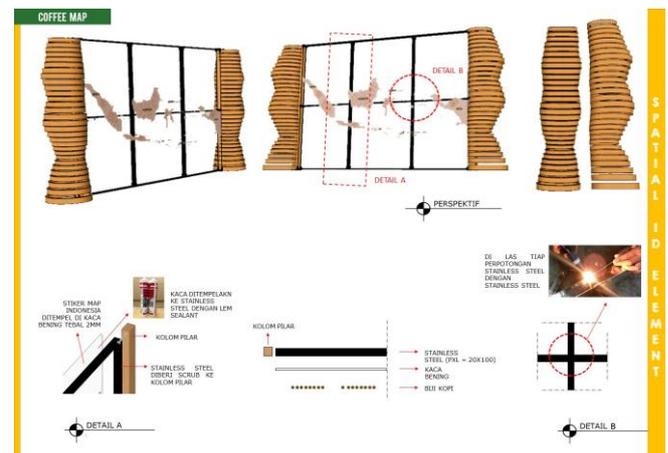
Gambar. 32. Tampak, potongan dan detail elemen interior *coloumn*

4) *Coffee Map*

Coffee map merupakan elemen interior yang berada di dalam *coffee gallery*. *Coffee map* merupakan salah satu media yang menambah edukasi pengunjung karena dengan adanya *coffee map* ini, pengunjung dapat memegang langsung biji kopi Nusantara dari berbagai pulau-pulau di Indonesia. Pengunjung dapat melihat, meraba, dan mencium bau kopi tersebut secara langsung.



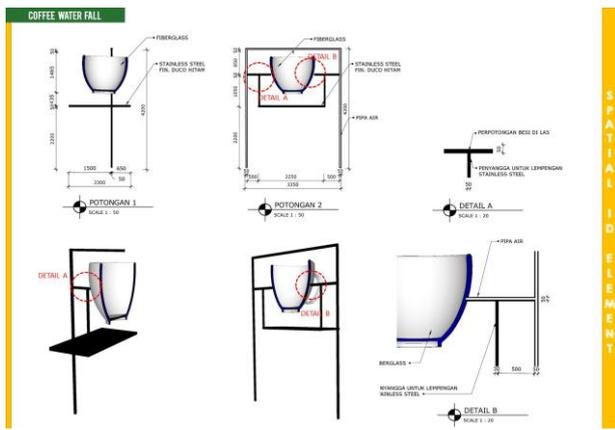
Gambar. 33. Tampak elemen interior *coffee map*



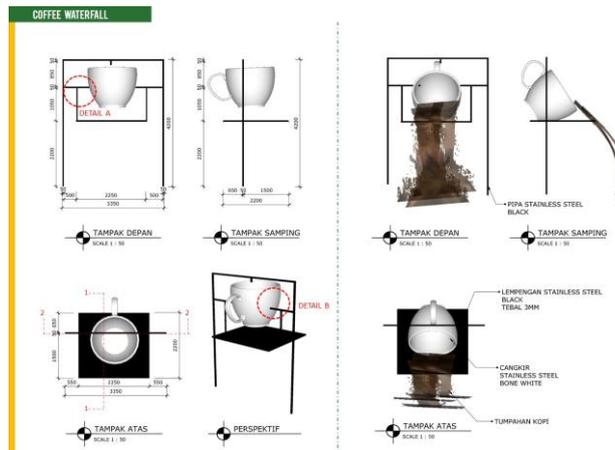
Gambar. 34. Potongan dan detail elemen interior *coffee map*

5) *Coffee waterfall*

Coffee waterfall adalah elemen interior yang berada di pemandian air panas. Sistem *coffee waterfall* sama seperti tumpahan air yang ada di *waterpark*. Elemen interior satu ini menggunakan pompa untuk mengangkat air yang berjalan melalui pipa air dan pipa tersebut dimasukkan kedalam pipa *stainless steel hollow* dan akan diturunkan ke cangkir besar dengan bahan *fiberglass*. Lalu apabila cangkir sudah penuh, maka air kopi tersebut akan ditumpahkan kebawah. Karena ada lempengan besi dibawah cangkir, maka air kopi tersebut akan menabrak lempengan dan menyebar.



Gambar. 35. Tampak elemen interior coffee waterfall

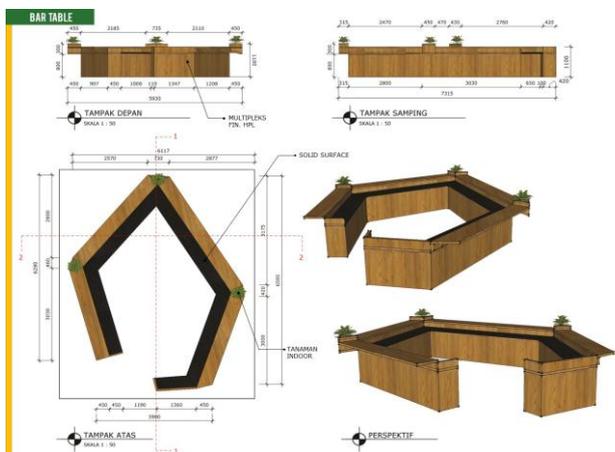


Gambar. 36. Potongan dan detail elemen interior coffee waterfall

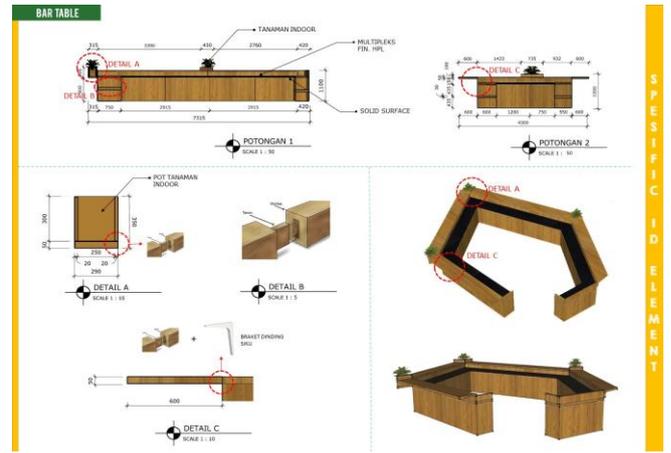
H. Spesific ID Element

1) Bar Table

Meja bar diletakkan di indoor coffee shop. Bentuk yang digunakan adalah stilasi dari wayang gunung. Penggunaan bentuk ini bertujuan untuk meningkatkan interaksi antara pengunjung maupun antara pengunjung dan barista. Desain ini dapat meningkatkan interaksi karena mereka dipermudah untuk saling mengobrol satu dengan yang lainnya.



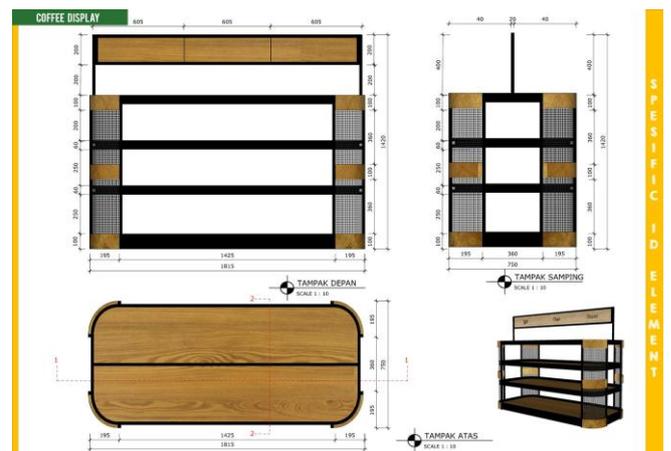
Gambar. 37. Tampak perabot bar table



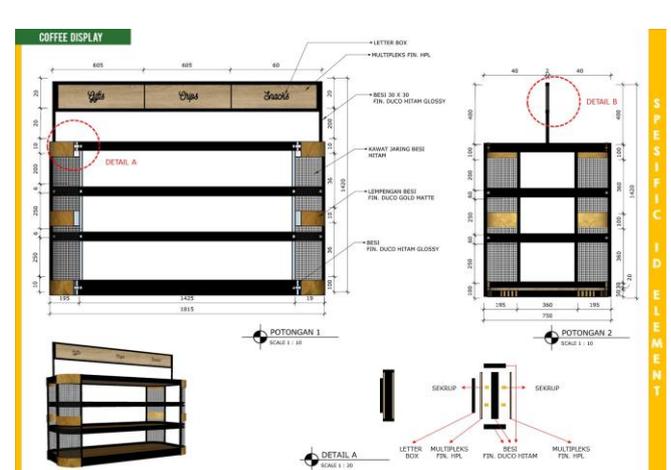
Gambar. 38. Potongan dan detail perabot bar table

2) Coffee Market Display

Coffee market display didesain sesuai dengan kebutuhan coffee market, dimana barang-barang dengan bahan dasar kopi diletakkan di display tersebut. Barang yang diletakkan di perabot ini antara lain parfum kopi, sabun kopi, aromaterapi kopi, gantungan kunci kopi, dll. Barang-barang besar tidak dapat diletakkan pada coffee market display satu ini, perabot ini hanya dapat digunakan untuk penjualan barang-barang kopi dengan ukuran kecil karena dimensi perabot juga tidak terlalu besar.



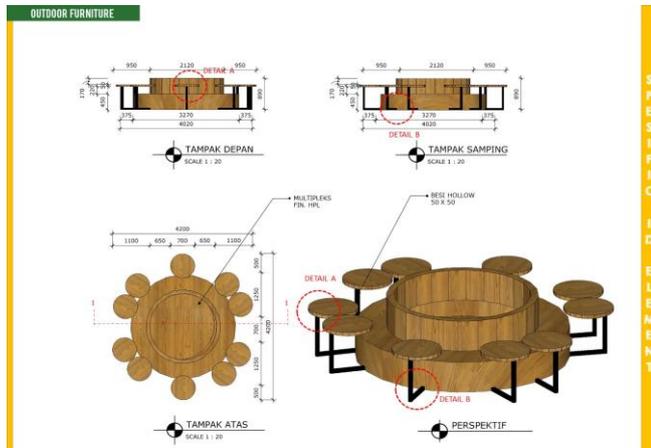
Gambar. 39. Tampak potongan coffee market display



Gambar. 40. Potongan dan detail perabot bar table

3) *Outdoor Coffeeshop*

Perabot ini diletakkan diluar yaitu di area *outdoor coffee shop*. Bahan yang digunakan adalah multipleks finishing HPL yang dapat digunakan untuk *outdoor*. Bentuk *outdoor furniture* ini terinspirasi dari bentuk biji kopi yaitu lingkaran.



Gambar. 41. Tampak perabot *outdoor furniture*



Gambar. 42. Potongan dan detail perabot *outdoor coffee shop*

I. *Pemilihan Warna*



Gambar. 43. Skema warna

1. Hijau, menyampaikan kesan alam, santai, ketenangan, kesegaran dan kedamaian, serta menstimulasi otak dan memberikan keseimbangan tubuh dan emosi
- 2.
3. Cokelat, menyampaikan sebuah keramahan, kedamaian, kehangatan, keamanan, kuat dan tenang
4. Hitam, memberikan sebuah perhatian, efek yang mendominasi, kekuatan, alami, dan elegan.

VI. PENUTUP

Perancangan *Noesantara Coffee Community Center* merupakan sebuah solusi yang menguntungkan masyarakat maupun menguntungkan kopi Nusantara itu sendiri. Keuntungan pada kopi itu sendiri adalah dalam bidang *marketing*, karena dengan adanya perancangan ini, kopi Nusantara lebih dikenal oleh masyarakat luas. Keuntungan kedua yaitu keuntungan untuk masyarakat, karena dengan adanya perancangan ini, nilai kopi kepada masyarakat semakin diperdalam dalam bidang edukatif dan interaktif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Desain Interior Universitas Kristen Petra Surabaya, Diana Thamrin, S.Sn., M.Arch dan Celline Junica Pradjonggo S.Sn atas bimbingan, dukungan, arahan dan masukan-masukannya kepada penulis sehingga tugas akhir dengan judul Perancangan Interior Pusat Komunitas Kopi di Surabaya ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Indonesia, Departemen Pendidikan Nasional, "Kamus Besar Bahasa Indonesia". 4th ed. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama (2008) 16.
- [2] Saputra. E, (2008). Kopi. [Online]. Available: <https://lahan.co.id/pengertian-kopi/>
- [3] O. Femi, *Khasiat Bombastis Kopi*. Indonesia: Elex Media Komputindo (2014) 15.
- [4] Setya, Devi. (2018) [Online]. Ini 5 Perbedaan Kopi Arabika dan Robusta, Suka yang Mana?. Available: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4229894/ini-5-perbedaan-kopi-arabika-dan-robusta-suka-yang-mana>
- [5] Saryono, Koes Haryanto. (2017). Proses Pengelolaan Biji Kopi. [Online]. Available: <http://caswellscoffee.com/proses-pengolahan-biji-kopi/>
- [6] Coffeeland. (2017). Cara Penyimpanan Kopi agar Tetap Segar. [Online]. Available: <https://coffeeland.co.id/cara-penyimpanan-kopi-agar-tetap-segar/>
- [7] Ching, Francis D.K., *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Tatanan*. Jakarta: Erlangga (2008).