

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Coffee shop saat ini merupakan salah satu tempat favorit bagi masyarakat. Di *coffee shop* ini semua orang bisa melakukan kegiatan meminum kopi, berkumpul, dan kerja dari kafe (*Work From Cafè*). Kebanyakan *coffee shop* menyediakan beberapa fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman dan senang, untuk mengerjakan tugas maupun sekedar berkumpul bersama teman, keluarga, dan rekan kerja untuk menghabiskan waktu. Maka dari itu desain *coffee shop* perlu dikaji untuk dapat meningkatkan pengguna ruang.

Sekarang ini, kebanyakan pengunjung *coffee shop* adalah para kaum millenials, kebanyakan dari kaum millenials ini mempunyai kebiasaan untuk berkumpul dan bercengkrama bersama rekan kerja, teman maupun keluarga. Tak jarang juga menemukan para kaum millenials menempati *coffee shop* dalam waktu yang cukup lama untuk mengerjakan pekerjaan mereka secara online sambil menikmati hidangan kopi. Hal inilah yang menjadikan *coffee shop* menjadi tempat tujuan yang diminati oleh kaum millenials.

Dari riset yang telah dilakukan melalui metode penyebaran kuisisioner, wawancara, dan observasi. Para kaum millenials ini memiliki beberapa prefrensi terhadap *coffee shop* yang mereka sukai seperti, para millenials ini rata-rata mendatangi *coffee shop* untuk hangout bersama

teman. sendiri, dan melakukan kegiatan (*Work From Café/WFC*). Pada saat *hangout* kaum millenials juga banyak yang menginginkan di area smoking dikarenakan ada yang merokok. Rata-rata mereka menghabiskan waktu 1-5 jam pada area *coffee shop*, untuk ambience Kaum Millenials ini lebih menyukai desain yang monotone dengan pencahayaan yang warm.

Sesering apa anda mengunjungi coffee shop ?
55 responses

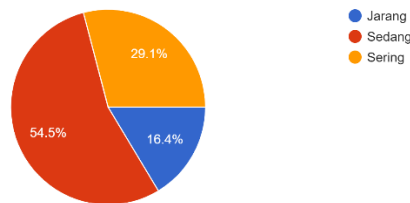


Diagram 1.1 Diagram Rutinitas

Sumber : Hasil Riset Pribadi

Berapa lama biasanya anda menghabiskan waktu di coffee shop ?
55 responses

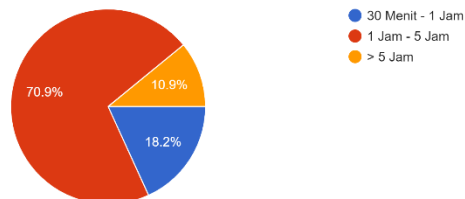


Diagram 1.2 Diagram Rutinitas

Sumber : Hasil Riset Pribadi

Untuk perancangan *Coffee Shop* bagi Kaum Millenials dipilih Anomali Coffee sebagai studi kasus. Dikarenakan, para millenials sekarang ini sudah memiliki ketertarikan yang lebih terhadap produksi kopi lokal dan

Anomali Coffee ini menjadi salah satu *coffee shop* yang mendukung produksi kopi lokal di Indonesia.

Anomali Coffee didirikan pada tahun 2007 yang merupakan perusahaan pemanggang kopi yang menyediakan kopi spesial yang menandakan kualitas premium dari kopi di cangkir Anda. Mempunyai visi untuk menjadi panggung Indonesia dan misi untuk mempromosikan dan mengkurasi kopi spesial Indonesia melalui pendidikan dan pengalaman. Kopi Anomali menawarkan berbagai jenis biji kopi dari seluruh Indonesia yang dimana setiap daerah di Indonesia memiliki jenis ciri khas biji kopi tersendiri. Sejak itu, Anomali Coffee telah memantapkan dirinya sebagai produsen kopi terkemuka yang ber-spesialisasi dalam kopi yang baru dipanggang, dengan standar tertinggi yang berfokus untuk membantu semua pemain kunci dalam perjalanan ini dari biji hingga cangkir.

Setelah melakukan wawancara terhadap beberapa kaum millenials yang sedang berada di anomali coffee. Mereka menyampaikan ada beberapa hal yang kurang mereka sukai dari anomali coffee yaitu, desain yang di adaptasi oleh anomali coffee dinilai terlalu industrial dan kurang menunjukkan bahwa anomali mendukung produksi kopi lokal Indonesia, kurangnya stop kontak untuk mengisi daya laptop dan handphone, pada sirkulasi untuk beraktivitas dinilai terlalu kecil atau sempit, sehingga membuat membuat beberapa pergerakan aktivitas menjadi terhambat dan mengganggu pengguna satu sama lain, pengguna kurang mendapatkan

pengentahuan mengenai berbagai jenis kopi Indonesia yang di spesialisasi oleh Anomali Coffee.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana menciptakan *coffee shop* sebagai *community space* untuk kaum millenials.
2. Bagaimana kaum millenials untuk mengenal kopi indonesia, sebagai perwujudan dari misi dan identitas dari brand anomali coffee dengan menciptakan ruang interior berdasarkan ketertarikan target pengguna?

1.3 Tujuan Desain

Membuat kaum millenials nyaman dengan desain *coffee shop* sekarang ini sayang sekali banyak orang yang meminum kopi tetapi tidak mengetahui proses-proses hingga siap untuk disantap. banyak juga orang yang datang ke *coffee shop* tidak mengetahui apa perbedaan dari setiap jenis kopi. jadi yang saya harapkan dengan disediakannya tempat ini selain para millenials dapat berkumpul dan bercengkrama mereka juga mendapat edukasi dan tempat ini dapat mewedahi orang-orang agar lebih mengetahui proses-proses pembuatan kopi. Para kaum millenials ini juga memiliki prefensi pada *coffee shop* seperti desain yang clean lalu terhadap kopi lokal mereka lebih menyukai untuk melakukan sesi cupping yang dimana beberapa kopi lokal dihidangkan dan diberi penjelasan mengenai setiap kopi dari daerah yang berbeda-beda.

1.4 Kontribusi Perancangan Interior

Untuk dapat mengenal kopi Indonesia, kaum millenials dapat mengenalnya dengan melalui desain dari *coffee shop* tersebut. Melalui desain dari *coffee shop* ini kaum millenials mampu memiliki ketertarikan lebih terhadap kultur Indonesia yang sangat kaya dan beragam melalui anomali coffee yang bertujuan untuk memajukan industri kopi Indonesia. Desain dari anomali coffee ini memfasilitasi kebutuhan kaum millenials seperti stop kontak, wifi, dan smoking area dikarenakan pada saat *hangout* banyak kaum millenials yang menginginkan di area smoking untuk merokok. Rata-rata mereka menghabiskan waktu 1-5 jam pada area *coffee shop*.

1.5 Batasan Perancangan Interior

Agar penelitian ini dapat menjadi lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang bahwa permasalahan yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh karena itu penulis perancangan proyek ini dengan menggunakan interior area-area dari Anomali coffee.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan wawancara kepada pengunjung anomali coffee, serta menyebarkan kuisisioner kepada khalayak umum. Pertanyaan wawancara

terhadap narasumber lebih difokuskan untuk apa yang kira-kira anomali bisa tingkatkan dari segi tempat dan fasilitas yang disediakan. Sedangkan untuk kuisisioner yang disebarakan ke khalayak umum lebih berfokus untuk menjawab pertanyaan penulis untuk membantu dalam menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang ada.

1.7 Pendekatan Desain

Pendekatan desain yang digunakan untuk desain *coffee shop* anomali coffee ini untuk target konsumen millenials adalah user experience desain adalah kumpulan metode yang diterapkan pada proses merancang pengalaman interaktif yang mendorong perancang interaktif untuk menjadikan kualitas pengalaman pengguna sebagai perhatian utama Dalam UXD, produk desain hanya akan berhasil jika memenuhi kebutuhan klien yang menugaskannya dan memberikan pengalaman yang baik bagi pengguna yang dituju. Produk atau layanan yang menawarkan pengalaman pengguna yang buruk, atau gagal memenuhi harapan pengguna, cepat atau lambat akan digantikan oleh desain yang lebih baik. (Allanwood & Beare, 2014).

Permasalahan utama yang muncul saat ini adalah kaum millennial yang jenuh dan butuh hiburan, serta kebutuhan akan informasi yang sangat cepat. Kondisi ini menuntut adanya desain interior yang interaktif. Desain Interaktif adalah proses mendesain sebuah interaksi pengguna dengan desain *coffee shop* yang digunakan. Desain Interaksi dapat dikatakan

sebagai rancangan interaksi yang menjelaskan sebab-akibat dari kegiatan yang dilakukan di dalam *coffee shop* tersebut. Contohnya, seperti kita ingin mengunjungi sebuah *coffee shop* kemudian pada area *coffee shop* dapat memberikan wawasan dan informasi mengenai kopi apa yang mereka gunakan sehingga para pengguna dapat langsung mengetahui tanpa perlu menanyakan kepada staff.

1.8 Alur Perancangan Interior

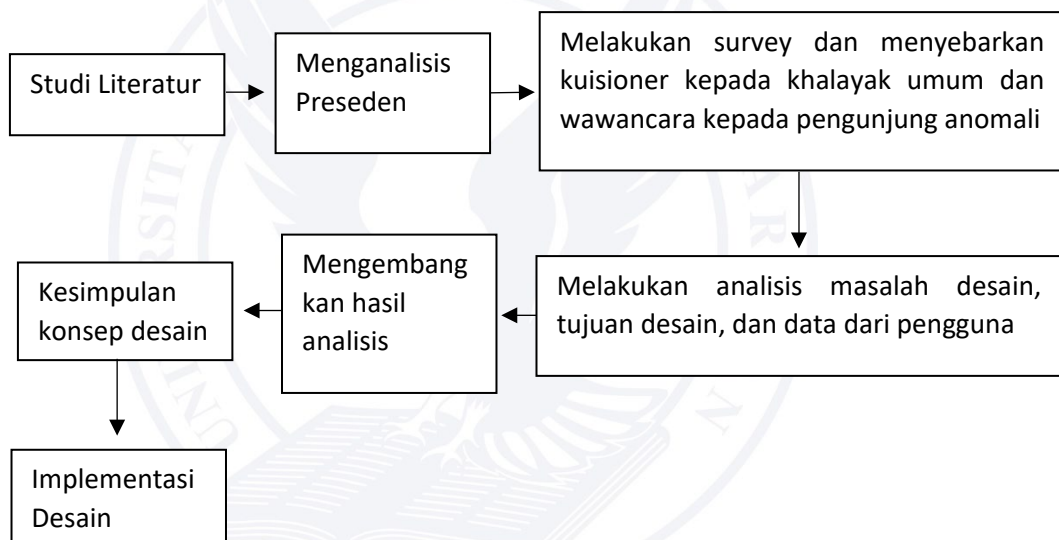


Diagram 1.3 Alur Perancangan Interior

Sumber : Pribadi, 2023

1.9 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir perancangan desain *coffee shop* sebagai gaya hidup kaum millenials anomali coffee Bintaro memiliki 5 bab utama yang terdiri dari pendahuluan, tinjauan literatur, studi kasus; desain interior,

analisis implementasi dan pembahasan, serta yang terakhir adalah kesimpulan dari masing-masing bab.

Pada BAB 1 yang membahas pendahuluan memiliki 9 sub BAB yang diantaranya latar belakang, rumusan masalah, tinjauan penelitian, kontribusi perancangan interior, Batasan perancangan interior, Teknik pengumpulan data, pendekatan, alur perancangan interior, dan sistematika penulisan.

Pada BAB 2 membahas landasan teori yang memiliki 4 sub BAB yang diantaranya komunitas kopi di Indonesia, pendekatan *coffee shop &* standarisasi proyek, budaya biji kopi Anomali coffee, dan etika/estetika desain.

Pada BAB 3 membahas studi kasus : perancangan desain coffee shop sebagai gaya hidup kaum millenials yang terdiri dari 5 sub BAB yang diantaranya sejarah Anomali coffee, data existing anomali coffee, pola aktivitas pengguna anomali coffee, wawancara, dan studi preseden.

Pada BAB 4 membahas analisis implementasi dan pembahasan yang terdiri dari 5 Sub-Bab yang diantaranya Analisis site, Identifikasi masalah desain interior, Program desain interior, Konsep, dan Implementasi program dan konsep desain dalam desain interior.

Pada BAB 5 membahas tentang kesimpulan dan saran yang dimana membahas mengenai kesimpulan dari Tugas Akhir Proyek Anomali Coffee Bintaro dan saran untuk pembaca.