

PENDEKATAN *HUMAN-CENTERED DESIGN* PADA DESAIN INTERIOR DUNKIN' DONUTS RMI NGAGEL SURABAYA

Cheryl Ruby Lee¹, Mariana Wibowo^{2*}

^{1,2} Program Studi Desain Interior, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra

e-mail: leerubyruby@gmail.com¹, mariana_wibowo@petra.ac.id^{2*}

Penulis Korespondensi: Mariana Wibowo

Received : 31, May 2024

Accepted : 8, August 2024

Published : 15, January 2025

Abstract

Café is a place for a person or group of people to eat and drink while chatting, relaxing, gathering or just filling their free time. As time goes by, many people are interested in cafés as a place to do work. Considering the influence of the pandemic which has had quite an impact on people's work systems and patterns, namely the work from home system, which has now developed into a work from café system. This can happen because many people are used to it and feel more comfortable and productive when working outside the office, one of which is in a café. The method used is the design thinking method, namely, understand, observe, point of view, ideate, prototype, test, story telling, pilot, and business model by applying a human-centered design approach. This approach focuses on humans as users of space to support user comfort during activities. The aim of this research is to create an interior design that can maximize the productivity of all users, both employees and visitors. This research produces an interior design that focuses activity patterns and user needs on the interior space, to improve the quality of employee service, visitor interest and satisfaction, as well as brand awareness of the café itself.

Keywords: interior design, café, human-centered design, brand awareness, Surabaya

Abstrak

Kafe merupakan tempat seseorang atau sekelompok orang untuk makan dan minum sambil mengobrol, bersantai, berkumpul atau sekedar mengisi waktu luang. Seiring berjalannya waktu, kafe banyak diminati orang sebagai tempat untuk melakukan pekerjaan. Mengingat pengaruh pandemi yang cukup berdampak pada sistem dan pola kerja masyarakat yaitu sistem work from home, yang mana kini sistem tersebut telah berkembang menjadi work from café. Hal itu dapat terjadi karena banyak orang telah terbiasa serta merasa lebih nyaman dan produktif ketika bekerja di luar kantor, salah satunya di kafe. Metode yang digunakan adalah metode design thinking yaitu, understand, observe, point of view, ideate, prototype, test, story telling, pilot, dan business model dengan menerapkan pendekatan human-centered design. Pendekatan ini memfokuskan manusia sebagai pengguna ruang guna mendukung kenyamanan pengguna saat beraktivitas. Tujuan penelitian ini adalah menciptakan desain interior yang dapat memaksimalkan produktivitas seluruh pengguna baik karyawan maupun pengunjung. Penelitian ini menghasilkan desain interior yang memfokuskan pola aktivitas dan

kebutuhan pengguna pada interior ruang, untuk meningkatkan kualitas pelayanan karyawan, minat dan kepuasan pengunjung, serta brand awareness dari kafe itu sendiri.

Kata Kunci: *desain interior, kafe, human-centered design, brand awareness, Surabaya*

1. PENDAHULUAN

Kafe merupakan tempat yang menjual makanan dan minuman cepat saji, yang memiliki suasana ruang yang santai (Nadra, 2023). Kafe berasal bahasa Prancis, yaitu *Caffè* yang memiliki arti secara harafiah adalah minuman (kopi), tetapi juga berarti sebagai tempat di mana seseorang dapat menyantap hidangan seperti kopi ataupun makanan ringan lainnya. Umumnya kafe dikenal sebagai tempat makan dan minum sambil berkumpul, berbincang, menulis, membaca ataupun sekedar mengisi waktu luang (Rahmadani, 2016). Namun, seiring perkembangan zaman fungsi kafe semakin meluas, selain sebagai tempat nongkrong yaitu sebagai salah satu tempat bekerja (Musika, 2023). Mengingat sejak era pandemi, masyarakat diharuskan oleh kebijakan pemerintah untuk mengurangi mobilitas, yaitu dengan menerapkan sistem WFH atau *work from home*. Sistem kerja yang seharusnya kembali normal separate

sebelum pandemi, malah membuat masyarakat menjadi terbiasa dengan sistem bekerja di luar kantor atau secara *remote* (Trisna et al, 2022). Banyak orang yang memilih kafe sebagai salah satu tempat bekerja, atau biasa dikenal dengan istilah WFC atau *work from café*. Alasan yang mendukung adalah karena kafe dapat berfungsi sebagai tempat multifungsi yang meliputi kesenangan, interaksi, produktivitas bekerja, dan *virtual socialization* (Trisna et al, 2022).

Trisna, et al (2022) menyatakan bahwa sebesar 82% responden yang merupakan *remote workers* memilih *work from café* karena merasa jenuh dan memerlukan suasana yang berbeda dari biasanya. Sebesar 94,1% responden merasa betah bekerja di kafe yang memiliki *ambient* yang nyaman. *Ambient* ruang meliputi pencahayaan, suara, bau, dan suhu ruang (Utami, 2022). *Ambient* ruang dapat mempengaruhi *mood*, kenyamanan, konsentrasi, dan rasa betah pengguna di dalam suatu ruangan. Betah adalah suatu kondisi psikologis seseorang yang

merasa nyaman dan puas terhadap tempat tersebut sehingga dapat tinggal di tempat tersebut dalam jangka waktu yang lama. (Rachman & Kusuma, 2014). Pengertian lain dari kebetahan juga diungkapkan oleh Farasa & Kusuma (2015) yaitu kondisi psikologis di mana seseorang telah menghabiskan waktu yang lama di suatu tempat secara tak sadar karena merasa nyaman, senang, dan puas dengan segala suasana maupun fasilitas yang ada.

Farasa & Kusuma (2015) menemukan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi motivasi dan rasa betah pengunjung untuk datang ke kafe yang dapat dibedakan berdasarkan gender. Motivasi perempuan ke kafe cenderung untuk belajar dan berfoto. Faktor yang mendukung adalah estetika bangunan, *furniture* yang bagus, alas duduk tidak keras, jarak tempat duduk yang sesuai. Motivasi laki-laki datang ke kafe cenderung untuk pertemuan, *meeting*, dan *refreshing*. Faktor yang mendukung adalah ketersediaan fasilitas ruang, unsur alam, dan keberadaan orang lain. Maka aspek-aspek interior penting untuk diperhatikan adalah estetika dan suasana ruang yang indah, serta *furniture* dan fasilitas yang mendukung.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Sholihah (2020), yaitu kepuasan pengunjung kafe dipengaruhi oleh suasana kafe dan kualitas pelayanan. Pernyataan ini menunjukkan bahwa selain estetika dan fungsi ruang, kebutuhan pengguna juga penting untuk diperhatikan. Salah satu pengaruhnya adalah pada kualitas pelayanan, yang mana dapat dicapai salah satunya dengan meningkatkan kenyamanan dan produktivitas karyawan dalam beraktivitas. Penyusunan interior yang disesuaikan dengan pola aktivitas dan kebutuhan dapat mendukung produktivitas pengguna. Produktivitas karyawan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan kepada pengunjung, meningkatkan kenyamanan, rasa betah, dan minat pengunjung untuk datang kembali ke kafe tersebut.

Maka dari itu, topik pendekatan *human-centered design* diangkat untuk diterapkan pada interior kafe. Pendekatan *human-centered design* merupakan pendekatan yang memfokuskan desain pada manusia sebagai ‘pengguna’ desain. Pendekatan *human-centered design* memiliki 3 fase utama dalam suatu proses desain, yaitu (1) Fase inspirasi, yaitu fase memahami pengguna dengan cara memposisikan

diri sebagai pengguna untuk dapat mendalami psikologi pengguna secara mendalam. (2) Fase ideasi, yaitu fase mengidentifikasi peluang desain untuk mengembangkan gagasan dan solusi desain sesuai kondisi pengguna. (3) Fase implementasi, yaitu fase merealisasikan ide dan solusi pada perancangan, yang akan diuji oleh segmen pengguna. Tujuannya untuk menghasilkan desain yang mampu menyelesaikan permasalahan dan kebutuhan yang telah diidentifikasi sebelumnya (Ideo, 2015).

Pendekatan ini bertujuan untuk membangun rasa empati dengan cara mengamati dan mendalami aktivitas, kebutuhan, keinginan, dan psikologi pengguna. Empati merupakan “kotak peralatan” bagi seorang desainer, yang diartikan sebagai suatu cara memahami dan mendalami pengguna dengan berinteraksi dan hidup dengan produk (Ideo, 2015). Pendekatan ditujukan kepada seluruh pengguna baik karyawan maupun pengunjung, dengan menyesuaikan interior dengan pola aktivitas, kebutuhan, dan fungsi ruang. Tujuannya untuk memberikan kepuasan pada pengunjung dengan menyuguhkan suasana interior yang nyaman serta kualitas pelayanan yang mendukung.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan antara lain: (a) Bagaimana desain interior kafe yang dapat memfokuskan desain pada penggunanya (*human-centered design*)?; (b) Bagaimana desain interior Dunkin’ Donuts yang dapat meningkatkan *brand awareness* pengunjung?. Tujuan dari perancangan ini adalah: (a) Menerapkan pendekatan *human-centered design* pada interior kafe, yang dapat mendukung aktivitas seluruh pengguna di dalamnya; (b) Mengimplementasikan *brand image* Dunkin’ Donuts pada desain interior untuk meningkatkan minat pengunjung.

2. METODOLOGI



Gambar 1. Metode *Design Thinking*
(Sumber: Data penulis, 2024)

Perancangan interior Dunkin’ Donuts RMI Ngagel Surabaya ini menggunakan metode *design thinking*. Metode yang digunakan terdiri dari 6 tahap yaitu:

2.1. Understand

2.1 | Tinjauan Pustaka



Gambar 2. Tahap *Understand* (Sumber: Data penulis, 2024)

Tahap *Understand* yaitu tahap awal yang dilakukan dalam suatu perancangan, yaitu melakukan eksplorasi data literatur terkait topik perancangan yang akan dijadikan sebagai landasan teori pada kegiatan perancangan nantinya (Margaretha et al, 2022). Literatur yang dicari berupa pengertian kafe, jenis pelayanan, standarisasi, pendekatan *human-centered design*, dan lain sebagainya.

2.2. Observe

2.1 | Site Exploration



Gambar 3. Tahap *Observe* (Sumber: Data penulis, 2024)

Tahap *Observe* yaitu tahap mengumpulkan data lapangan yang meliputi data tapak dalam dan tapak luar, yang digunakan sebagai berkas dasar dalam perancangan (Margaretha et al, 2022). Pada

tahap ini dilakukan beberapa metode, yaitu *site data measurement*, *interview*, *site analysis*, dan *typology*. Informasi yang dikumpulkan berupa profil kafe, fungsi ruang, pola aktivitas, standarisasi kafe, permasalahan dan kebutuhan ruang, dan *zoning-grouping* ruang.

2.3. Point of View

3.3 | Emphaty Map



Gambar 4. Tahap *Point of View* (Sumber: Data penulis, 2024)

Tahap *Point of View* yaitu tahap melakukan analisa dan programming data untuk menciptakan ide awal sebagai solusi terhadap permasalahan dan kebutuhan yang ada (Margaretha et al, 2022). Metode yang digunakan yaitu *9 interior elements analysis*, *affinity diagram*, *emphaty map*, *bubble diagram*, *framework*, dan *programmatic concept*.

2.4. Ideate

4.1 | Design Concept



Gambar 5. Tahap *Ideate* (Sumber: Data penulis, 2024)

Tahap *Ideate* yaitu tahap melakukan *brainstorming* ide untuk mencari solusi dari permasalahan yang ada dalam bentuk skematik desain (Santoso, 2019). Solusi dari permasalahan tersebut akan digabungkan menjadi suatu konsep desain yang akan dijadikan dasar pegangan dalam perancangan yang dilakukan. Metode yang digunakan yaitu *mind map*, *moodboard*, dan skematik desain. *Mind map* adalah susunan poin-poin penting yang menghasilkan pada suatu konsep. *Moodboard* adalah gagasan awal dari konsep yang diangkat, berupa susunan potongan gambar *furniture*, material, warna, dan elemen interior lainnya. Skematik desain adalah bentuk visualisasi desain dari rencana desain yang akan dirancang. Dalam tahap ini, skematik desain disajikan dalam bentuk sketsa digital menggunakan 3D modelling software, yaitu *SketchUp*.

2.5. Prototype



Gambar 6. Tahap *Prototype*
(Sumber: Data penulis, 2024)

Tahap *Prototype* yaitu tahap transformasi hasil desain akhir yang divisualisasikan (Margaretha et al, 2022). Tahap ini merupakan hasil penerapan

gagasan dan konsep pada perancangan desain. Metode yang digunakan adalah *working drawings*, *presentation drawings*, *details drawings*, *3D model rendering*, *3D walkthrough video*. Penyusunan gambar kerja, presentasi, detail menggunakan *software AutoCAD* dan *Layout Sketchup*. Untuk *rendering* foto dan video menggunakan *software Enscape*.

2.6. Test

Tahap *Test* yaitu tahap evaluasi hasil perancangan untuk mendapatkan *feedback* dari khalayak umum dengan sudut pandang yang berbeda. Hasil *feedback* akan digunakan sebagai pertimbangan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas desain (Lumintan et al, 2019).

3. PEMBAHASAN

3.1. Data Tapak Luar



Gambar 7. Lokasi Objek Perancangan
(Sumber: Dokumentasi penulis acuan Google Maps, 2024)

Objek perancangan ini adalah Dunkin' Donuts, yang merupakan kafe yang spesialis menjual *coffee & donuts*. Lokasi objek berada di Jl. Nggel Jaya Selatan Ruko RMI C/1-3, Surabaya. Bangunan terdiri dari 4 lantai dengan total luas $\pm 930 \text{ m}^2$, dengan kapasitas ± 100 pengunjung. Bangunan dikelilingi oleh ruko perkantoran, restoran, dan universitas.

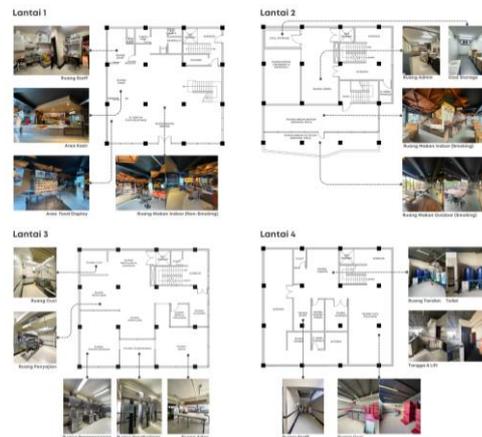
Tapak Luar



Gambar 8. Data Tapak Luar Objek Perancangan (Sumber: Data penulis acuan Google Maps, 2024)

Data tapak luar lainnya meliputi hasil observasi dan analisa tentang kondisi lingkungan seperti, arah hadap bangunan, arah matahari, aliran angin, tingkat kebisingan, dan suasana lingkungan sekitar. Posisi bangunan terletak di ujung sehingga terdapat 2 akses jalan. Bagian depan bangunan menghadap ke arah jalan raya besar 2 arah (utara), serta bagian samping bangunan menghadap ke arah jalan kecil ruko (barat). Akses bangunan dibagi menjadi 2 yaitu, akses pengunjung melalui *main entrance* (utara) dan akses staf dan *loading dock* melalui *side entrance* (barat). Bangunan terletak di antara ruko-ruko, sehingga akses cahaya matahari terhadap bangunan tidak menyilaukan. Arah matahari pagi datang dari kanan dan matahari sore dari kiri. Sumber kebisingan berasal dari lalu lalang kendaraan pada jalan raya besar. Aliran angin mengarah ke bagian depan bangunan, yang mana bagus untuk sirkulasi udara pada ruang makan *outdoor* lantai 2. *View* bagian depan bangunan adalah jalan raya dengan beberapa pohon dan ruko-ruko.

3.2. Data Tapak Dalam



Gambar 9. Tapak Dalam Objek Perancangan (Sumber: Data penulis, 2024)

Objek perancangan yang terdiri dari 4 lantai ini akan dilakukan re-desain interior pada sebagian besar ruang. Ruang terbagi menjadi 5 area, antara lain:

- Area jual-beli, meliputi area kasir dan area *food display*.
- Area makan, meliputi *indoor* dan *outdoor dining room*, yang terbagi menjadi ruang *smoking area* dan *non-smoking area*.
- Area produksi, meliputi ruang masak, ruang pendinginan, ruang penggorengan, ruang pengemasan dan penyajian.
- Area servis, meliputi ruang cuci, gudang, toilet, musholla, ruang tandon, ruang genset, tangga, dan lift.
- Area kerja, meliputi ruang staf, ruang kepala produksi, ruang *maintenance*, dan lain-lain.

3.3. Pola Aktivitas

2.4 | Pola Aktivitas

Pola Produksi Makanan



2.4 | Pola Aktivitas

Pola Penjualan Produk



Gambar 10. Pola Aktivitas Pengguna
(Sumber: Data penulis, 2024)

Pola aktivitas pengguna terbagi menjadi 2 yaitu, pola aktivitas produksi (staf) dan pola aktivitas penjualan (staf dan pembeli). Pertama, pola produksi makanan merupakan proses produksi yang dimulai dari *loading-in* bahan mentah melalui *side entrance*, pengolahan bahan, kemudian dijual dan dikirim ke cabang lain. Kedua, pola penjualan produk merupakan proses transaksi antara penjual dan pembeli, serta penggunaan dan pembersihan ruang makan.

3.4. Problem Statement

Pada objek perancangan ini yaitu, Dunkin Donuts RMI Ngagel Surabaya terdiri dari beberapa area yang memiliki

fungsi dan aktivitas yang beragam, yaitu area jual-beli, area makan, area produksi, area servis, dan area kerja. Setiap area terbagi lagi menjadi ruang yang beragam. Dari hasil analisa dan *programming*, diperoleh permasalahan yaitu kurang efektifnya penataan furniture terhadap aktivitas pengguna, serta identitas *brand* Dunkin' Donuts kurang kuat pada interior ruang makan.

3.5. Batasan Desain

a) Konsep Desain

Konsep perancangan yang digunakan adalah *Funzy Cafe*, merupakan gabungan dari kata *fun* (menyenangkan) dan *cozy* (nyaman). *Funzy Cafe* merupakan konsep desain suatu kafe yang memiliki suasana ruang yang menyenangkan, serta mengutamakan kenyamanan pengguna. Kata *fun* mencakup aplikasi bentuk organik, *focal point color*, *accent light*, *pop decorations*. Untuk kata *cozy* mencakup penataan layout sesuai aktivitas dan kebutuhan pengguna, furniture ergonomis untuk mendukung aktivitas, pengaturan jarak untuk sirkulasi, serta mengutamakan fungsi. Penerapan konsep mengarah pada pendekatan *human-centered design* untuk dapat memecahkan permasalahan dan kebutuhan ruang serta dapat

mengoptimalkan aktivitas dan kebutuhan penggunanya.

b) Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah *playful modern*. *Playful* adalah gaya desain yang unik, permainan warna yang ceria, menyenangkan, dan menarik (Salsabila & Sulistyono, 2021). Modern adalah gaya desain yang mengutamakan fungsi ruang sebagai titik awal dalam desain. Ciri gaya modern adalah fungsional, *stylish*, bersih, dan *up-to-date* (Atmadi, 2007). Maka, *playful modern* berarti gaya desain yang ceria, *stylish*, menyenangkan, dengan menitikberatkan pada fungsi ruang dan kenyamanan pengguna.

c) Warna

Desain menggunakan kombinasi warna netral dan warna kontras sebagai *focal point*. Warna yang digunakan adalah warna netral yaitu coklat, abu-abu, krem, dan putih. Warna netral dapat memberikan suasana hangat, nyaman, rasa aman, keyakinan bagi penggunanya (Wijaya et al, 2017). Warna dapat membentuk suatu suasana ruang yang menjadi pembeda pada suatu kafe (Sarihati et al, 2020). Maka, pada perancangan ini warna pada logo Dunkin' Donuts digunakan sebagai

warna khas pembeda dan *branding* kafe, yaitu warna *orange* dan pink.

d) Target Pengguna Desain

Desain ditargetkan pada 2 kategori yaitu, pembeli dan staf. Target pembeli adalah seluruh kalangan, namun sebagian besar adalah kaum pekerja kantoran dan mahasiswa (20-35 tahun), sedangkan pengguna staf adalah kalangan dewasa (26-45 tahun).

3.6. Hasil Perancangan

a) Denah

Berikut adalah denah hasil perancangan interior Dunkin Donuts Ngagel RMI Surabaya:



Gambar 11. Denah Perancangan
(Sumber: Data penulis, 2024)

b) Potongan

Berikut adalah tampak potongan interior Dunkin Donuts Ngagel RMI Surabaya:



Gambar 12. Tampak Potongan
(Sumber: Data penulis, 2024)

c) Perspektif

- **Main entrance**

Main entrance adalah jalan akses masuk pengunjung ke dalam ruang. Terdapat tangga dengan ketinggian 15cm, serta *ramp* untuk akses kursi roda di bagian kanan.



Gambar 13. Perspektif *Main Entrance*
(Sumber: Data penulis, 2024)

- **Area kasir & food display**

Area kasir terletak menghadap ke *main entrance* agar *food display* dapat

langsung dilihat oleh pengunjung ketika memasuki ruang. Terdapat fasilitas *self order machine* untuk para pengunjung yang ingin melakukan pembayaran secara mandiri dan lebih praktis. Terdapat signage “*order*” dan “*pick up*” di atas *counter* sebagai penanda dan mengarahkan pengunjung. Ketinggian *signage* dan *digital menu board* disesuaikan ukuran antropometri pengguna. Bentuk *counter* melengkung dengan pembagian *section* sesuai alur aktivitas pengunjung yaitu, memilih donat pada *food display*, memesan dan membayar di *section* “*order*”, mengambil pesanan di *section* “*pick up*”, memilih tempat duduk (*dine-in*), atau langsung keluar (*take-away*).



Gambar 14. Perspektif Kasir & *Food Display*
(Sumber: Data penulis, 2024)

- **Ruang makan (non-smoking area)**

Ruang makan *indoor (non-smoking area)* terletak di lantai 1. Setiap meja dilengkapi stop kontak yang terletak pada bagian bawah *banquet* dan sekat meja bar. Akses stopkontak ini penting karena merupakan salah satu kebutuhan dari pengunjung Dunkin' Donuts ini. Meja menggunakan material solid surface dan *plywood finishing HPL laminates*. Pemilihan bentuk meja segi empat dengan sudut meja yang melengkung agar aman, mudah dibersihkan, tidak berbahaya (Candra et al., 2017). *Top table* meja bertekstur rata dan halus agar pengunjung nyaman dan betah ketika menggunakan untuk bekerja atau menulis. Kursi menggunakan material yang empuk dilengkapi sandaran agar nyaman ketika digunakan dalam waktu yang lama (Susanto & Darmayanti, 2024). Pencahayaan ruang berasal dari jendela (cahaya alami) dan lampu (cahaya buatan). Ukuran jendela yang besar untuk memaksimalkan pancaran sinar matahari. Lampu yang digunakan beragam, yaitu *downlight, ceiling light, led strip, spot light, pendant light*. Keberagaman jenis lampu dapat memberikan kesan menarik dan menyenangkan pada ruang. Warna lampu yang digunakan adalah putih

kekuningan (*warm white*), dapat membentuk kesan ruang hangat, santai, dan ceria (Annisa & Lestari, 2021).



Gambar 15. Perspektif Ruang Makan (*Non-Smoking Area*)
(Sumber: Data penulis, 2024)

- **Ruang makan (smoking area)**

Ruang makan (*smoking area*) terbagi menjadi *indoor* dan *outdoor*. Material kursi menggunakan *fire retardant fabric* untuk mencegah penyebaran api. *banquet* dilengkapi dengan stop kontak. Ruang indoor dilengkapi dengan *air purification* serta *exhaust fan* untuk menyaring asap rokok dan mengontrol udara dalam ruang.





Gambar 16. Perspektif Ruang Makan
(*Smoking Area*)
(Sumber: Data penulis, 2024.)

- **Toilet pengunjung**

Pada toilet pengunjung terdapat 2 kloset duduk, 2 wastafel, dan cermin. Terdapat *signage* “toilet” sebagai penanda untuk pengunjung. Ukuran ketinggian dan jarak sirkulasi disesuaikan dengan antropometri pengguna. Pencahayaan menggunakan lampu yang cukup untuk menerangi ruangan.



Gambar 17. Perspektif Toilet Pengunjung
(Sumber: Data penulis, 2024)

- **Ruang Produksi**

Ruang produksi terdiri dari beberapa ruang yang diletakkan berurutan sesuai pola aktivitas produksi yaitu, ruang kepala produksi, ruang alergen, ruang adon, ruang pendinginan, ruang penggorengan, ruang penyajian dan pengemasan, ruang cuci. Ruang kepala produksi terletak di tengah dan menggunakan partisi berupa jendela *clear glass* pada keseluruhan ruang untuk memudahkan kepala produksi untuk memantau ruang lain. Seluruh peralatan produksi menggunakan material *stainless steel* karena mudah dibersihkan, anti karat, tidak terkontaminasi bakteri (Candra et al., 2017). Ruangan menggunakan lampu berwarna putih agar warna asli produk terlihat jelas. *Top table* meja adon diberi lapisan *politetrafluoroetilena teflon sheet* (PTFE) karena memiliki sifat tahan suhu tinggi, tahan tekanan atau gesekan, tahan korosif, tahan bahan kimia (Aryanta, 2017). Serta menggunakan AC split untuk menjaga kestabilan temperatur ruangan (adonan harus berada di temperatur dingin). Lantai menggunakan material granite tiles matt berwarna putih agar tidak licin dan mudah dibersihkan. Dinding dan plafon

berwarna putih agar ruang terlihat bersih dan mudah dibersihkan bila terlihat noda. Menggunakan tirai PVC bening untuk menjaga kebersihan ruang dari debu maupun serangga. Sirkulasi udara didukung dengan sistem penghawaan buatan yaitu AC split untuk menjaga kestabilan temperatur ruang (ruang adon), *exhaust duct* untuk mengeluarkan udara panas dan mengontrol pergerakan udara (koridor & ruang penggorengan), dan *cooker hood* untuk mengeluarkan asap dan menjaga kelembapan ruangan (ruang penggorengan).



Gambar 18. Perspektif Area Produksi
(Sumber: Data penulis, 2024)

- **Ruang Cuci Food Box**

Ruang cuci ini terletak di lantai 4, fungsinya khusus untuk mencuci *food box*. Terdapat wastafel yang ukurannya besar dengan 3 buah *hanging faucet*, agar lebih mudah diarahkan dan mengurangi *space*. Wastafel diletakkan di tengah ruang agar sirkulasi pengguna lebih mudah dan leluasa. Pada bagian tepi ruang terdapat *drainer* untuk peniris

food box setelah dicuci. Lantai dibuat menurun dan dilengkapi *floor drain* pada ujung ruang untuk jalur pembuangan air.



Gambar 19. Perspektif Ruang Cuci Food Box
(Sumber: Data penulis, 2024)

- **Gudang**

Pada gudang terdapat beberapa rak besi untuk menyimpan barang dan keperluan lain.



Gambar 20. Perspektif Gudang
(Sumber: Data penulis, 2024)

4. KESIMPULAN

Perancangan Dunkin' Donuts RMI Ngagel Surabaya menggunakan konsep "Funzy Cafe" dengan pendekatan *human-centered design*. Tujuan perancangan ini untuk menciptakan kafe yang memberikan suasana menyenangkan dan nyaman bagi penggunanya. Tingkat kenyamanan pengguna dapat mempengaruhi minat

dan kepuasannya terhadap suatu tempat. Oleh karena itu, perancangan ini menggunakan pendekatan *human-centered design* yang fokus pada aktivitas, kebutuhan, dan keinginan pengguna. Tujuannya untuk menyesuaikan desain dengan pola aktivitas, alur sirkulasi, fungsi ruang, dan kebutuhan pengguna, sehingga dapat menjawab rumusan permasalahan pertama “Bagaimana desain interior kafe yang dapat memfokuskan desain pada penggunaanya (*human-centered design*)?”. Selain itu, untuk menjawab rumusan permasalahan kedua “Bagaimana desain interior Dunkin’ Donuts yang dapat meningkatkan *brand awareness* pengunjung?”, pada perancangan ini mengimplementasikan karakter Dunkin’ Donuts (warna, bentuk, *focal point*) sebagai ciri khas yang unik bagi identitas kafe.

REFERENSI

- Annisa, D. A. N. & Lestari, K. K. (2021). Pengaruh pemilihan jenis dan warna pencahayaan pada suasana ruang serta kesan pengunjung cafe. *Jurnal Arsitektur*, 18(1), 78-84.
- Aryanta, H., Ma’ruf, A., Khoirul, F. K., & Finahari, N. (2017). Analisis pengaruh serat limbah teflon terhadap sifat mekanik komposit fiber sebagai material pengganti alas cor beton. *Jurnal ROTOR*, 10(2), 6-11.
- Atmadi, T. (2017). Kajian desain interior kantor PT. Pupuk Sriwidjaja dengan konsep modern minimalis. *Narada*, 4(3), 303-313.
- Candra, C., Santosa, A., & Rizky, M. T. (2017). Perancangan mebel multifungsi untuk “Daily Treats” Surabaya. *Jurnal Intra*, 5(2), 322-331.
- Farasa, N & Kusuma, H. E. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebetahan di Cafe: Perbedaan Preferensi Gender dan Motivasi: *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2015*. Malang: IPLBI.
- IDEO (2015). The field-guide to human centered design. Canada: IDEO.org.
- Lumintan, W. V., Kusumarini, Y., Suprobo, F. P. (2019). Perancangan produk interior kelas premium dengan pengembangan kreativitas upcycling kayu bekas peti kemas. *Jurnal Intra*, 7(2), 155-163.
- Margaretha, G., Wibowo, M., Basuki, L. (2022). Re-desain perancangan interior commercial space pada Hotel Rich Palace Surabaya. *Jurnal Desain*, 10(1), 121-142.
- Musika, Y. A. (2023). Work from cafe, kenapa tidak?. Retrieved from <https://ottencoffee.co.id/Majalah/Kedai-Kopi-Menjadi-Tempat-Kerja-Mengapa-Tidak>
- Nadra, W. (2023). *Pemanfaatan media sosial Instagram untuk meningkatkan pengunjung di Café Rumah Bacofee Bukittinggi* (Thesis). Retrieved from Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat.
- Rachman, R, A. & Kusuma, H. E. (2014). Definisi Kebetahan Dalam

- Ranah Arsitektur dan Lingkungan Perilaku: Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2014. Palembang: IPLBI.
- Rahmadani, H. (2016). *Persepsi masyarakat terhadap aktivitas café di Gampong le Masen Ulee Kareng Kec. Ulee Kareng Kota Banda Aceh* (Thesis). Retrieved from UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Salsabila, H. I. & Sulistyono, IF. B. (2021). Interior design of Daycare Center with playful concept in Salatiga. *Pendhapa*, 12(1), 22-33.
- Santoso, R. D. (2019). Perancangan interior Café Game di Surabaya. *Jurnal Intra*, 7(1), 16-20.
- Sarihati, T., Imammodin, & Safianatunajah, A. (2020). Analisa penerapan warna pada interior cafe Upnormal. *Jurnal ATRAT*, 8(2), 201-208.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750-756.
- Susanto, G. J. & Darmayanti, T. E. (2024). Pengaruh suasana pada kenyamanan ruang Cafe Pet Friendly: Ben and Lou Coffee, Bandung. *Jurnal Desain Interior*, 9(1), 35-50.
- Trisna, N. M. S. W., Utami, N. K. Y., & Effendi, N. R. (2022). Pengaruh ambient interior cafe terhadap pemilihan tempat bekerja remote worker di era pandemi COVID-19. *Waca Cipta Ruang*, 8(2), 68–76.
- Utami, N. K. Y. (2022). Ambient intervention dalam Wellness Cafe (Studi kasus: Clear Cafe Ubud). *Waca Cipta Ruang*, 8(1), 42-52.
- Wijaya, S. J., Sitindjak, R. H. I., & Suryanata, L. (2017). Implementasi konsep dynamic pada interior Creative Industry Co-working Space di Surabaya. *Jurnal Intra*, 5(2), 740-749.