

The logo of Universitas Kristen Maranatha is a large, light blue watermark in the background. It features a shield-like shape with a cross in the center. Inside the cross is a lamp of knowledge. Below the cross is an open book. The text "UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA" is written in a circular path around the central emblem.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini tempat makan dapat dijumpai di berbagai tempat, khususnya perkotaan. Tempat makan dan gaya hidup zaman sekarang sudah tidak bisa lepas dari kehidupan masyarakat. Perkembangan munculnya tempat makan sekarang sangat pesat, dan dikemas sedemikian rupa sehingga para konsumen tertarik untuk mencoba hal baru yang disajikan oleh tempat makan yang mereka kunjungi. Gaya hidup era tahun 2015 juga mempengaruhi bagaimana konsumen menyikapi setiap sajian yang mereka konsumsi, salah satunya adalah pengaruh media sosial yang membuat para konsumen memiliki keinginan untuk memperlihatkan dan memamerkan objek yang mereka beli di tempat makan.

Salah satu cara yang dipergunakan oleh para konsumen untuk menarik perhatian dan memperlihatkan kepada orang lain apa yang mereka konsumsi adalah melalui foto. Akibatnya dibutuhkanlah suatu fasilitas ataupun perangkat yang membuat foto sesuai dan semenarik aslinya. Tempat makan dengan fasilitas yang mendukung masih kurang

bisa didapatkan saat ini, susahnyanya untuk mencari *spot* yang tepat didalam tempat makan tidak bisa didapatkan setiap saat ataupun dari pagi hingga malam. Salah satu cara untuk mendapatkan hasil yang baik adalah melalui pencahayaan yang terdapat pada tempat makan.

Melalui media sosial, para konsumen memperlihatkan hasil foto-foto mereka. *Trend* media sosial 2015 menggunakan foto diantaranya adalah *Path*, *Instagram*, *Facebook*, *Pinterest*, *Twitter* dan *Blog*. Melalui media tersebut, seluruh orang di penjuru dunia dapat melihat apa saja yang terdapat pada tempat makan atau bahkan negara lain di seluruh dunia. Tapi seringkali ditemukan kualitas foto yang tidak menarik sehingga minat orang yang melihat menjadi berkurang.

Bukan hanya lewat media sosial, sekarang bisa dilihat begitu banyak acara di media televisi juga sudah mendunia. Minat kuliner sudah tidak dapat dipungkiri lagi, semakin maraknya berbagai macam jenis makanan membuat orang-orang tertarik untuk mencoba hal-hal yang baru. Tidak hanya makanan dan minuman diekspos oleh media sosial dan media lainnya, seringkali bisa dilihat tempat dan kondisi lokasi yang menarik dan berbeda menjadi daya tarik sendiri untuk beberapa kalangan. Contoh saja sekarang terdapat banyak acara televisi lokal dan internasional yang *me-review* berbagai tempat makan yang menarik untuk dikunjungi dari segi hidangan ataupun suasananya.

Selain dengan adanya gaya hidup media sosial tersebut, kegiatan mengkonsumsi makanan sekarang juga semakin berkembang. Makan bukan hanya sekedar untuk mengenyangkan perut, tapi juga karena gaya hidup pada era sekarang yang disebut dengan istilah “kekinian” membuat para konsumen selain mengejar rasa kenyang, juga mengejar rasa ingin tidak ketinggalan zaman. Istilah “kekinian” era 2015 merupakan aktifitas mengkonsumsi makanan yang tadinya hanya untuk mengenyangkan perut, sekarang semakin bergeser ke aktifitas pemuas lainnya. Bisa dibilang sekarang terdapat beberapa tipe penikmat kuliner dengan adanya perkembangan zaman, antara lain yaitu konsumen yang sekedar mengejar

rasa kenyang, konsumen kuliner untuk bisnis, dan konsumen yang tidak ingin merasa tertinggal oleh gaya hidup konsumtif zaman sekarang.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan adanya gaya hidup era 2015, melalui media sosial membuat orang tidak bisa lepas dari aktifitas memotret makanan atau minuman yang mereka beli di tempat makan. Dengan segala upaya dilakukan untuk membuat apa yang dikonsumsi dapat terfoto sebgus dan semenarik mungkin. Akan tetapi hal tersebut harus juga didukung oleh kondisi tempat makan dan fasilitasnya. *Spot* yang tepat untuk memotret makanan biasanya sangat dicari dan pendukung tersebut tidak selalu bisa didapatkan. Disini munculah sebuah masalah yang membuat para pemotret makanan harus mencari tempat dengan kondisi yang mendukung agar hasil foto tidak berbeda dari tampilan asli dan tetap menarik.

Tidak semua tempat makan memiliki pencahayaan yang baik dan cukup untuk dipergunakan memotret, seringkali ditemukan adanya masalah kekurangan cahaya untuk mendapatkan hasil yang bagus dan menarik. Hasil dari kekurangan cahaya atau kondisi yang mendukung tersebut dapat mengakibatkan hasil foto tidak menarik, tidak sesuai dengan kondisi aslinya, ataupun hasilnya *blur*.

Keadaan cahaya yang tidak menentu setiap waktu, contohnya ketika tidak ada cahaya alami yang masuk atau keadaan sudah senja dan malam hari maka dengan otomatis konsumen langsung mencari-cari tempat yang memiliki cahaya paling baik. Hal ini menimbulkan suatu masalah yang sering dialami oleh para konsumen ketika ingin memotret.

Selain dari keadaan tersebut, dapat dilihat juga dari keadaan konsumtif zaman sekarang dibutuhkan tempat yang tidak hanya memenuhi keperluan konsumen yang lapar, tapi juga tempat dimana para konsumen dapat bersosialisasi secara langsung ataupun secara media. Tempat dimana mereka dapat menikmati makanan juga dapat berekspresi sesuai keinginannya untuk menunjang eksistensi sosial. Kebutuhan tinggi akan tempat yang mewadahi konsumen untuk gaya hidupnya sekarang sedang

dalam keadaan memuncak sehingga dibutuhkan tempat semacam ini dapat terlihat dan dirasakan.

1.3 Ide / Gagasan Perancangan

Merancang *food court* yang didalam satu kawasan memiliki berbagai jenis macam makanan dari beberapa tempat makan dengan ditambah fasilitas yang mendukung untuk menghasilkan foto makanan yang menarik. Selain membuat fasilitas tersebut, secara interior dirancang agar dapat memenuhi kebutuhan para penikmat kuliner pengikut zaman untuk bisa berekspresi sesuai dengan kehidupan sosialnya.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang sudah dijabarkan, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mewujudkan sebuah tempat makan yang memenuhi kebutuhan para konsumen kuliner saat ini yang tidak hanya memiliki keinginan makan namun juga kebutuhan untuk *exist* dalam media sosial
2. Bagaimana menciptakan sebuah fasilitas untuk memotret makanan dan konsumen (selfie atau kelompok) sehingga mendapatkan hasil foto yang memiliki cukup cahaya dan *background* khusus
3. Bagaimana mendesain *foodcourt* yang dapat menampung beberapa *stand* makanan memenuhi syarat secara teknis yang baik (ventilasi dan pencahayaan) dan mampu menarik minat konsumen untuk berfoto baik selfie atau kelompok

1.5 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan-tujuan yang ingin dicapai dari Desain Interior yang akan diterapkan dalam *food court social expression*, diantaranya:

1. Merancang *food court* yang tidak hanya memiliki fasilitas tempat makan tetapi juga memiliki fasilitas pendukung konsumen *exist* dalam media sosial
2. *Food court* dirancang untuk menarik minat konsumen berfoto dalam suatu area khusus dan pada setiap *sitting area* disediakan fasilitas *food*

photobooth untuk wadah memotret secara cepat serta memenuhi kualitas pencahayaan dengan *background* yang menarik

3. Area *tenant foodcourt* dirancang sedemikian rupa sehingga system ventilasi dan pencahayaan baik dan pada area masing-masing *tenant* dibuat elemen estetis untuk menarik minat konsumen berfoto

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan *food court social expression* dengan *food photobooth* ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perancang

Sebagai salah satu media untuk mempelajari dan mengembangkan wawasan mengenai sebuah interior *food court*, beserta pengembangan ide untuk membuat fasilitas baru.

2. Bagi Fakultas Seni Rupa dan Desain

Sebagai salah satu sumbangsih karya perancangan interior yang dapat memberikan sumbangan koleksi literatur berupa data dan desain, khususnya dalam bidang perancangann *food court* dan *food photobooth*.

3. Bagi Penikmat Kuliner dan Pengguna Media Sosial

Sebagai pengalaman baru dan pemuasan kebutuhan akan keinginan mencapai hasil foto yang menarik dengan fasilitas yang ada di tempat makan untuk memenuhi keinginan eksistensi kehidupan sosialnya.

4. Bagi Masyarakat Awam

Sebagai pemenuh kebutuhan kuliner untuk merasakan beberapa jenis makanan dari tempat makan yang berbeda dengan konsep dan fasilitas interior yang baru.

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan dimaksudkan untuk menjawab kebutuhan para *blogger*, pecinta kuliner, dan konsumen “kekinian” untuk mendapatkan hasil menarik dan memuaskan dalam hal eksistensi yang pada kenyataannya sering mengalami masalah karena fasilitas yang dimiliki tempat makan atau tempat makan kurang memadai. Perancangan mencakup beberapa hal yaitu mengenai market tempat makan, lokasi, kompetisi, *trend*, *menu*, *pricing*, *style of service*, *financial issues*,

perancangan tempat makan, pencahayaan yang baik, serta bagaimana fasilitas pendukung untuk sosial dan *photobooth* makanan secara sederhana.

1.8 Sistematika Penulisan

Adapun susunan sistematika dalam perencanaan, perancangan interior *food court social expression* dengan *food photobooth* adalah :

Tahap I PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, serta sistematika penulisan.

Tahap II TEORI TENTANG *FOOD COURT* DAN *PHOTOBOOTH*

Berisikan mengenai studi-studi literatur yang menjelaskan hal-hal apa saja yang patut diperhatikan dalam perancangan dan pendesainan sebuah *food court* secara teoritis dan lebih terperinci, dan mengenai fungsi-fungsi ruang yang akan dijadikan fokus dari proyek tersebut dan dikaitkan dalam pembahasan bidang desain interior.

Tahap III DESKRIPSI *FOOD COURT SOCIAL EXPRESSION* DENGAN *FOOD PHOTOBOOTH*

Mendeskripsikan mengenai informasi-informasi yang didapatkan di lapangan, mencakup analisis *site*, menganalisa fungsi ruang yang dibutuhkan, mengidentifikasi *user* beserta aktifitasnya, *flow activity*, *zoning* serta *blocking* dan hal-hal tersebut dikaitkan pada konsep yang akan diterapkan dalam perancangan *food court* tersebut.

Tahap IV APLIKASI KONSEP PADA *FOOD COURT* DENGAN *FOOD PHOTOBOOTH*

Berisikan tentang analisa data perencanaan, perancangan dan pendesainan *food court* yang lebih membahas lembar kerja dari proyek tersebut.

Tahap V KESIMPULAN

Memberikan rangkuman atas hasil analisa data, serta pembahasan secara garis besar mengenai konsep perancangan yang diterapkan dan keputusan-keputusan desain yang menjadi solusi desain dari setiap *problem statement* yang muncul.

