

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya jaman, makanan hadir dalam berbagai jenis, variasi serta tahapan dalam mengkonsumsinya. Masuknya budaya barat ke Indonesia semakin mendukung berkembangnya variasi bisnis makanan. Kota Bandung merupakan pusat perkembangan dan industri. Pada saat ini Bandung selain terkenal dengan daerah wisata belanja, juga terkenal sebagai pusat kuliner, baik kuliner lokal maupun kuliner dari berbagai belahan dunia. Dibuktikan dari semakin banyaknya restoran yang didesain dengan baik, terkonsep serta fasilitas yang diberikan mulai beragam. Diikuti oleh banyaknya peminat dari masyarakat sendiri khususnya anak muda, dan beberapa komunitas yang saat ini memiliki kebiasaan / gaya hidup milinial salah satunya yaitu *nongkrong*. Tidak hanya pada akhir pekan saja masyarakat memadati restoran dan kafe, namun pada usai jam pelajaran sekolah, kuliah, bahkan sepulang jam kantor, restoran dan kafe masih dipadati oleh masyarakat secara bergantian. Mulai dari tempat kuliner yang eksklusif, mewah dan mahal sampai tempat kuliner yang unik dan tradisional, dari tempat kuliner nongkrong di *mall* maupun tempat kuliner dipinggiran jalan semuanya tersedia di Bandung dalam waktu 24 jam.

Selfie / berfoto juga telah menjadi gaya hidup milinial hampir semua pemilik ponsel berkamera. Di mana pun, siapa pun dan hampir dalam kondisi apapun. Kebutuhan melakukan *selfie* ini bermacam-macam. Dari sekedar dokumentasi, hingga demi eksistensi diri di dunia maya. Gaya hidup masyarakat saat ini lebih mengutamakan kehidupan di dunia maya dibandingkan kehidupan di dunia nyata. Sebagai contoh banyaknya remaja yang datang ke restoran untuk *nongkrong* hanya dengan memesan sedikit makanan atau hanya minuman untuk berlama-lama mengobrol bersama teman dan berfoto. Sehingga dibutuhkan tempat yang dapat menampung kebutuhan masyarakat saat ini yaitu memfasilitasi gaya hidup milinial khususnya nongkrong dan *selfie*.

Restoran sendiri adalah tempat untuk bersantai atau berkumpul satu orang atau lebih dengan produk utama yang ditawarkan berupa minuman dan makanan ringan tanpa unsur alkohol, dengan bermodalkan makan dan minum masyarakat bisa berlama – lama *nongkrong*.

Magnum adalah produk es krim yang berkualitas dan banyak diminati di Indonesia dan telah menjadi produk es krim yang pertama kali dikhususkan untuk para remaja dan orang dewasa. Magnum dimiliki oleh perusahaan Unilever, dan dijual sebagai bagian dari produk Heartbrand di sebagian besar negara. Es krim ini pada awalnya dibuat oleh Frisko di Aarhus, Denmark. Terdapat pergantian nama dari The Magnum 1.987 kemudian diganti menjadi Magnum Classic. Es krim Magnum ini terdiri dari sebuah bar tebal es krim vanilla pada tongkat, ditutupi dengan coklat putih atau gelap, dengan berat 86 gram (120ml). Pada tahun 1994 perusahaan juga mulai menjual Es Krim Magnum di kalangan masyarakat yang hingga saat ini Magnum memiliki berbagai rasa.

Untuk mengatasi dan memfasilitasi gaya hidup masyarakat maka merek Magnum memiliki daya tarik yang besar dan sesuai untuk permasalahan saat ini. Restoran dan Museum Magnum merupakan ide perancangan penulis karena restoran magnum yang dulu sudah tutup dikarenakan ingin memberikan inovasi baru pada restoran dan menunya. Restoran tersebutpun hanya pernah ada di ibu kota Jakarta. Restoran ini dinikmati dan dicari oleh banyak peminat, karena tidak hanya memiliki keunggulan pada menu bagian penutup (*dessert*) saja tetapi pada menu lainnya yaitu menu pembuka (*appetizer*) dan menu utama (*maincourse*) juga banyak diminati. Terlihat pada penelusuran *review* comment di *blog* serta sosial media yang melunjak untuk menghadirkan Restoran Magnum di kotanya masing – masing. Penulis berinovasi untuk membuat restoran dengan museum didalamnya yang menjadikan restoran berwawasan dengan sisi edukatif tentang es krim magnum yang memiliki sarana rekreasi.

Dengan demikian diharapkan perancangan restoran dan museum magnum tersebut dapat menarik minat masyarakat untuk datang, mencoba dan menghabiskan waktunya di tempat tersebut. Karena restoran dan museum magnum ini hadir untuk pertama kalinya di kota Bandung, sehingga selain dapat menikmati

hidangan pada restoran tapi pengunjung juga dapat bersenang – senang di museum magnum untuk berfoto. Selain menciptakan inovasi baru bagi masyarakat, tempat tersebutpun menjadi tempat rekreasi yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan masyarakat tentang gaya hidup saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah dalam Perancangan Interior Restoran dan Museum Magnum di Bandung ini adalah :

- a. Belakangan ini banyak kafe dan restoran yang bermunculan dan berlomba untuk mengekspresikan restoran yang memiliki ciri khas dan atmosfer.
- b. Salah satu gaya tarik publik saat ini adalah gaya hidup berfoto sehingga dibutuhkan tempat yang dapat menampung kebutuhan tersebut.
- c. Penikmat es krim magnum sangat banyak, namun restoran Magnum yang ada sebelumnya tutup karna akan di renovasi. (Menurut Atiek Fatimah, Senior Brand Manager Magnum. Sumber : <http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/16/06/29/o9inpq328-magnum-tutup-dua-kafanya-di-gi-dan-pim>)

1.3 Ide / Gagasan Perancangan

Perancangan Interior Restoran dan Museum Magnum ini menggunakan denah yang diambil dari Jonas Photo yang terletak di Jalan Banda No.38, Citarum, Bandung Wetan, Citarum, Kota Bandung, Jawa Barat 40115, Indonesia. Tempat ini akan dibangun dengan merealisasikan kesan premium sesuai dengan produk yang dijualnya.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam Perancangan Interior Restoran dan Museum Magnum di Bandung ini adalah :

- a. Bagaimana merancang Interior yang dapat mengekspresikan Magnum kedalam Restoran dan Museum Magnum?
- b. Bagaimana merancang Interior Restoran dan Museum Magnum yang menarik perhatian?

1.5 Tujuan Perancangan

1.5.1 Tujuan yang ingin dicapai dalam Perancangan Interior Restoran dan Museum Magnum di Bandung ini adalah :

- a. Merancang Interior Restoran dan Museum Magnum yang mengekspresikan kemewahan es krim *black espresso* dan keceriaan es krim magnum *pink pomegranate*.
- b. Merancang suatu Restoran dan Museum yang berfungsi sebagai spot foto.

1.6 Manfaat perancangan

Beberapa manfaat yang didapat dari Interior Restoran dan Museum Magnum di Bandung ini adalah :

- a. Bagi Perancang: Makin luas wawasan dan pengetahuan perancang yang lebih mengenai bagaimana merancang sebuah Restoran dan Museum Magnum. Dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan masyarakat Bandung sebagai penyuka kuliner. Membagikan wawasan tentang produk yang dijual kepada pengunjung.
- b. Bagi Pengunjung: Menjadi alternatif rekreasi bagi masyarakat dan menambah pengetahuan tentang es krim. Pengunjung lebih leluasa melakukan aktivitas di dalamnya dan menikmati suasana yang akrab dan nyaman. Menjadi sebuah tempat khusus yang menyenangkan dan mewadahi gaya hidup masyarakat dalam menikmati produk yang ditawarkan sekaligus fasilitas rekreasi bagi masyarakat. Menjadi sebuah tempat untuk mempererat hubungan pengunjung dalam setiap kelompok maupun individu. Menjadi sebuah tempat yang memberikan pengetahuan dan pengalaman baru bagi pengunjung untuk dapat mengembangkan kreatifitas tiap individu dalam hal kuliner.

1.7 Batasasan Perancangan

Agar perancangan ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan perancangan yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan

“Perancangan Interior Restoran dan Museum Magnum di Bandung”. Judul tersebut dipilih karena dunia kuliner selalu diminati oleh masyarakat dan sudah menjadi kebutuhan gaya hidup di masa kini. Berikut ruang lingkup perancangan adalah sebagai berikut :

1. Objek perancangan berupa Interior Restoran dan Museum Magnum di Bandung dengan luasan 2400 m².
2. Area perancangan meliputi :
 - a. *Main Foyer*
 - b. *Lobby*
 - c. Museum
 - d. Area Restoran
 - e. Area Pemesanan dan Kasir
 - f. Area *Counter / Bar* Es Krim
 - g. Area *Photobooth* Es Krim
 - h. Dapur
3. Jam operasional kerja 09.00 – 22.00.
4. Target market dimulai dari anak-anak, remaja, dewasa dan lanjut usia dengan tingkat ekonomi menengah ke atas.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk lebih memahami dan mengerti laporan ini maka disusun berdasarkan pemaparan dengan pengelompokan materi bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I : PENDAHULUAN

Bab I ini merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang perancangan, tujuan dan manfaat dari perancangan, penjelasan mengenai ide dan isi perancangan, serta ruang lingkup batasan perancangan.

2. BAB II : DATA LITERATUR

Berisi tentang pengertian, standar ergonomi, kajian literatur yang mendukung proses perancangan interior restoran, serta studi banding yang sudah dilakukan terkait objek perancangan.

3. Bab III : DESKRIPSI DAN PROGRAM PERANCANGAN INTERIOR RESTORAN DAN MUSEUM MAGNUM

Berisi tentang analisa fisik dari objek studi yang akan dipakai untuk perancangan, identifikasi user, struktur organisasi, *flow activity*, dan *zoning blocking* ruangan pada objek perancangan.

4. BAB IV : PERANCANGAN INTERIOR RESTORAN DAN MUSEUM MAGNUM

Berisi tentang hasil perancangan interior restoran dan museum serta penjelasan mengenai konsep perancangan.

5. BAB V : PENUTUP

Berisi simpulan dan saran oleh penulis mengenai hasil perancangan yang telah penulis lakukan.

