

1. PENDAHULUAN

1.1. Penjelasan Judul

“Pengaruh Warna terhadap Kenyamanan Pengunjung pada Interior *Coffee House Starbucks* Plasa Tunjungan IV.”

Pengertian judul dari karya tulis ini adalah sebagai berikut :

- Pengaruh adalah:
Daya yang ada atau yang timbul dari sesuatu (orang, benda, dan sebagainya) (Poerwadarminta 731).
- Warna adalah:
 - Warna merupakan bentuk komunikasi non-verbal yang berfungsi sebagai metode penyampaian pesan dan makna yang paling instan atau menghasilkan pengaruh dengan seketika (Eiseman 6).
 - Warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau dapat mempengaruhi emosi manusia. Warna dapat pula menggambarkan suasana hati seseorang (Darmaprawira, *Kreativitas* 30).
- Terhadap adalah:
Megacu kepada, berkenaan dengan (Poerwadarminta 337)
- Kenyamanan adalah:
 - Kenyamanan dibatasi oleh sifat tugas dan aktivitas yang sedang kita laksanakan, lamanya kegiatan dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi seperti kualitas pencahayaan dan bahkan kondisi pikiran pada saat itu (Ching 242).
 - Menurut Sari, vol 2:
Rasa aman, hangat dan nyaman merupakan beberapa hal yang memiliki karakteristik ruang yang mirip. Ketiga rasa tersebut memiliki pandangan bahwa sebuah ruang hendaknya memiliki suasana yang familiar dengan kondisi fisik dan psikologis anak. Rasa nyaman mampu mengkondisikan seorang anak untuk tetap beraktivitas selama ia mau dan mampu untuk melakukannya. Rasa nyaman yang dipengaruhi oleh pengolahan ruang berpengaruh

kepada aspek psikologis anak. Seorang anak akan merasa terasing dan bosan apabila tidak merasakan kenyamanan ketika berada dalam ruangan (29).

Pernyataan diatas dapat dijadikan tolok ukur pada sebuah *Coffee House* Starbucks yang juga membutuhkan suasana nyaman bagi para pengunjung.

- Pengunjung adalah:
Orang yang mengunjungi atau mendatangi (Poerwadarminta 539)
- Interior adalah :
 - Tatanan perabot di dalam ruang dalam sebuah gedung (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3: 383).
 - Daerah yang terletak di dalam/ keadaan di dalam (Wehmier 709).
 - Karya arsitek atau desainer yang menyangkut khusus bagian dalam suatu bangunan, bentuk-bentuknya sejalan perkembangan ilmu dan teknologi yang dalam proses perancangan selalu dipengaruhi unsur-unsur geografi setempat dan kebiasaan-kebiasaan sosial yang diwujudkan dalam gaya-gaya kontemporer (Suptanar 11).
- *Coffee House* adalah:
 - *A restaurant which specialized in different kinds of coffee and light refreshment and sometimes features entertainment, a similar eating place of seventeenth-century England which was used for informal meetings and discussions* (“*Grolier Webster International Dictionary*”, vol. 1: 195).
 - Sebuah restoran yang menyediakan berbagai macam kopi dan makanan ringan dan terkadang menampilkan hiburan, sama seperti tempat makan *of seventeenth-century England* yang digunakan untuk melakukan pertemuan informal dan berdiskusi (“*Grolier Webster International Dictionary*”, vol. 1: 195).

Berdasarkan definisi diatas, maka pengertian judul “Pengaruh Warna terhadap Kenyamanan Pengunjung pada Interior *Coffee House* Starbucks Plasa Tunjungan IV” adalah daya yang timbul dari komunikasi non-verbal, yang dapat mempengaruhi jiwa dan emosi manusia (warna), yang mengacu kepada suasana yang familiar, baik dari kondisi fisik dan psikologis bagi orang yang mengunjungi

ruang bagian dalam sebuah restoran yang menyediakan berbagai macam kopi, makanan ringan dan hiburan, yaitu *Coffee House* Starbucks Plasa Tunjungan IV.

1.2. Latar Belakang

Melihat persaingan kafe sebagai tempat eksklusif yang menjamur di kota-kota besar, mendorong perubahan gaya hidup yang cukup signifikan, salah satunya adalah gaya hidup untuk menikmati makanan dan minuman di kafe atau restoran. Di Surabaya, pertumbuhan kafe atau restoran berkembang sangat cepat, mulai dari makanan lokal, internasional, maupun kafe yang menyediakan produk minuman seperti kopi, teh dan makanan ringan.

Ini mengakibatkan para pengusaha tertarik berkompetisi untuk membuat keunikan tersendiri, yaitu menciptakan suatu tempat yang dapat memberikan suasana nyaman bagi konsumen dan juga mempunyai keunggulan lain selain produknya, seperti lingkungan sosial. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, sehingga muncul adanya kebutuhan akan sebuah tempat berkumpul yang nyaman dan mampu menghadirkan suatu kehangatan untuk bersosialisasi dengan sesama rekan kerja atau sahabat dari kepadatan aktivitas dan kesibukan sehari-hari.

Konsep *Coffee House* memiliki fungsi khusus memberikan suatu kenyamanan, yang dapat memadukan suasana dengan komunitas (Schultz 55-57). Dalam konteks ini, *Coffee House* merupakan bagian dari lingkungan fisik. Sukmana menegaskan bahwa lingkungan fisik lebih banyak berhubungan dengan Psikologi Kerekayasaan (dikutip dalam Prasetya 9). Pernyataan ini didukung oleh Sari, vol.2 yang berpendapat bahwa lingkungan psikis sangat dipengaruhi oleh lingkungan fisik (23). Kondisi fisik *Coffee House* diharapkan dapat menciptakan kenyamanan bagi pengunjung.

Menurut Gilliant sebuah arsitektural mempunyai batas-batas fisik yang meliputi lantai, dinding, pintu, jendela, sebagai *major areas of colour* yaitu bagian ruang yang memiliki area warna yang utama, yang mampu memberikan efek visual warna dominan bagi pemakai ruang itu (dikutip dalam Prasetya 9).

Warna merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan suasana bagi pengunjung, apabila hal tersebut ditonjolkan oleh sebuah kafe, maka

pengunjung akan merasa nyaman di tempat tersebut, karena pada umumnya alasan konsumen yang berkunjung ke kafe bukan hanya untuk sekedar menikmati produk yang ditawarkan, melainkan untuk bersantai maupun melepaskan kepenatan setelah pulang bekerja atau sekedar capek berjalan-jalan di plaza.

Warna dapat mempengaruhi jiwa manusia dengan kuat atau dapat mempengaruhi emosi manusia. Warna dapat pula menggambarkan suasana hati seseorang (Darmaprawira, *Kreativitas* 30). Hal ini berkaitan dengan indera penglihatan yang bekerjasama dengan otak untuk membentuk persepsi tertentu. (Darmaprawira, *Seni* 39). Faktor warna inilah yang dapat menimbulkan kesan tertentu bagi manusia yang diterjemahkan sebagai sebuah efek psikologis yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung.

Kafe Starbucks yang memiliki tempat nyaman serta pelayanan yang memusakan. Pemilihan obyek penelitian didasarkan karena *Coffee House* Starbucks merupakan spesialis kopi terkemuka di seluruh dunia yang menurut hasil pengamatan memiliki pangsa pasar menengah ke atas yang dominan didatangi oleh kaum remaja, dewasa hingga orang tua. Kafe Starbucks memiliki jaringan hampir di seluruh dunia, salah satunya di Plaza Tunjungan yang merupakan sebuah pusat perbelanjaan terbesar di Surabaya, sekaligus plaza yang paling populer di masyarakat kota Surabaya.

Pusat perbelanjaan ini mempunyai 4 bangunan utama yang saling berhubungan (Tunjungan Plaza 1-4). Plaza Tunjungan 4 adalah bagian terbaru, yang mempunyai SOGO sebagai *anchor tenant* nya ("Wikipedia," par 1), sehingga menciptakan keunikan tersendiri untuk dijadikan objek penelitian. Kafe Starbucks menjual kopi, minuman panas berbasis *espresso*, minuman dingin dan panas lainnya, makanan ringan, serta cangkir dan biji kopi yang didukung oleh suasananya yang nyaman. Sehingga kafe ini biasanya dijadikan tempat untuk berkumpul bagi kaum muda dan untuk bertemu dengan rekan kerja atau sahabat

Penelitian ini akan membahas tentang pengaruh komposisi warna terhadap kenyamanan pengunjung pada interior *coffee house* Starbucks Plaza Tunjungan IV. Topik ini menarik untuk dibahas sebab berhubungan dengan efek psikologis warna yang mempengaruhi kenyamanan pengunjung pada interior Kafe Starbucks.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

- Apakah komposisi warna yang diterapkan pada interior *Coffee House* Starbucks Plasa Tunjungan IV dapat memberikan suasana nyaman bagi pengunjung?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui komposisi warna yang berpengaruh bagi kenyamanan pengunjung pada interior *Coffee House* Starbucks Plasa Tunjungan IV.

1.5. Manfaat Penelitian:

Manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah :

1.5.1. Bagi Ilmu Pengetahuan Desain Interior

Memberi kontribusi positif bagi pengembangan ilmu Desain Interior khususnya efek psikologis warna pada interior yang memberikan dampak bagi kenyamanan pengunjung.

1.5.2. Bagi Masyarakat Umum

Memberi sumbangan bagi masyarakat umum tentang pengaruh warna terhadap efek psikologis manusia yang mempengaruhi kenyamanan.

1.5.3. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan kepekaan dalam menggunakan warna dalam interior, serta mengetahui pengaruh positif dan negatif dari warna pada ruang interior terhadap manusia, khususnya bagi pengunjung Kafe Starbucks.

1.6. Metode Penelitian

Untuk mengetahui komposisi warna yang berpengaruh bagi kenyamanan pengunjung pada interior *Coffee House* Starbucks Plasa Tunjungan IV, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif yang berupa perwujudan kata-kata (deskriptif). Data kualitatif merupakan sumber dari deskripsi yang luas dan

berlandaskan kokoh, serta memuat penjelasan tentang proses-proses yang terjadi dalam lingkup setempat (Miles & Huberman 1).

1.6.1. Obyek Penelitian:

Obyek penelitian adalah Kafe Starbucks yang berlokasi di Plasa Tunjungan 4, SOGO, lantai UG, Surabaya.

1.6.2. Metode Pendekatan:

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif. Dalam metode deskriptif, penulis bisa saja membandingkan fenomena-fenomena tertentu, sehingga merupakan studi komparatif (Nazir 55).

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir 54).

1.6.3. Metode Pengumpulan Data:

Pengumpulan data tidak lain dari suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting dalam metode ilmiah. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode mengumpulkan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan (Nazir 174).

Langkah yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

- Observasi Langsung:

Pada tahap ini, peneliti melakukan observasi langsung ke seluruh gerai Starbucks Coffee yang ada di Surabaya, yang digunakan sebagai data pembanding. Akan tetapi, disini peneliti akan membahas secara lebih *detail* pada *Coffee House* Starbucks Plasa Tunjungan IV. Observasi yang dilakukan adalah

mendata dan mendeskripsikan komposisi warna nyaman pada interior *Coffee House* Starbucks melalui elemen pembentuk ruang yang meliputi lantai, dinding, plafon, *lighting*, *furniture* dan sirkulasi.

- Wawancara (*interview*):

Pada proses wawancara, peneliti melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak *Coffee House* Starbucks, yaitu *barista*, *supervisor*, *manager* dan para pengunjung *Coffee House*.

- Studi Pustaka:

Studi pustaka diperoleh dari buku-buku tentang warna yang didukung dari hasil pengamatan pada *Coffee House* Starbucks, artikel dan internet.

- Kuisisioner:

Kuisisioner adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Kuisisioner harus mempunyai *center* perhatian, yaitu masalah yang ingin dipecahkan. Tiap pertanyaan harus merupakan bagian dari hipotesis yang ingin diuji (Nazir 203).

Dalam pembuatan kuisisioner ini, peneliti menggunakan jenis pertanyaan berstruktur, yaitu pertanyaan yang dibuat sedemikian rupa, sehingga responden dibatasi dalam memberi jawaban kepada beberapa alternatif saja ataupun kepada satu jawaban saja, seperti “Ya” atau “Tidak” (Nazir 207).

Dalam pengisian kuisisioner, peneliti memiliki target dan karakteristik responden, yaitu 100 responden pria dan wanita dengan rentang usia antara 17-60 tahun dari kalangan menengah ke atas yang memiliki profesi sebagai profesional, eksekutif muda, pelajar atau mahasiswa di Surabaya. Isi kuisisioner berkaitan dengan kenyamanan, warna interior dan warna cahaya yang sesuai dengan konsep *Coffee House* Starbucks.

- Dokumentasi Foto:

Untuk mendukung data-data deskriptif yang diperoleh, peneliti juga mendokumentasikan dalam bentuk gambar/ foto yang diambil pada *Coffee House* Starbucks yang bertujuan untuk menggambarkan suasana secara visual.

1.6.4. Metode Analisis Data:

Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisislah, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Berdasarkan analisis dan penafsiran yang dibuat, perlu pula ditarik kesimpulan-kesimpulan yang berguna, serta implikasi-implikasi dan saran-saran untuk kebijakan selanjutnya (Nazir 346).

Metode analisis data yang digunakan adalah metode komparatif yang membandingkan antara data lapangan dengan teori pendukung. Untuk mengetahui komposisi warna yang mempengaruhi suasana nyaman pada interior *coffee house*, maka digunakan sistem *CMYK*. Sistem *CMYK* adalah sistem standar penjabaran sebuah warna berdasarkan prosentase *Cyan*, *Magenta*, *Yellow* dan *Key*, yang merupakan pengembangan dari sistem warna Munsell. Sistem warna *CMYK* terdiri dari *Cyan* (biru), *Magenta* (merah), *Yellow* (kuning) dan *Key*, warna hitam berfungsi sebagai warna pengunci.

Sistem ini dapat menghasilkan warna-warna lembut yang hampir tidak mungkin dihasilkan sistem lainnya dan umumnya *image* warna mendekati aslinya. Sistem warna *CMYK* ini dipilih karena diterapkan dalam *Software Computer Microsoft* sehingga mudah untuk dioperasikan dan merupakan sistem standar warna di Amerika dengan menggunakan *Optical Society of America (OSA) – Uniform Color Scales (UCS) (Golding and White* pada Sari 13). Selain itu, penggunaan sistem *CMYK* bertujuan untuk mengetahui *chroma* dan *value* warna, serta dapat mengidentifikasi warna sesuai ketepatan *hue* nya

Masing-masing warna akan ditinjau menggunakan sistem *CMYK* untuk mengetahui kuat lemah dan terang gelapnya warna tersebut. Dari penjabaran tabel *CMYK* akan dianalisis pengaruh warna tersebut pada interior *Coffee House Starbucks* yang dihubungkan dengan teori warna. Untuk mengetahui respon pengunjung terhadap suasana nyaman pada interior *Coffee House Starbucks*, analisis juga dilengkapi dengan hasil pembahasan kuisisioner, sehingga akan memaparkan kesimpulan dan saran.

1.6.5. Sistematika Penulisan

- BAB I

Bab ini merupakan awal dari penulisan skripsi yang mencakup penjelasan judul, latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metode penelitian

- BAB II

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung penelitian, yaitu mengenai teori warna, sirkulasi, pencahayaan dan konsep *coffee house*

- BAB III

Bab ini membahas tentang data lapangan (fisik dan non-fisik) *Coffee House Starbucks Plaza Tunjungan IV*, yang diperoleh dari observasi langsung maupun wawancara.

- BAB IV

Bab ini menguraikan analisis data secara kualitatif yang diperoleh dari observasi, wawancara, gambar/ foto yang dikomparasikan dengan teori pendukung dan hasil pembahasan kuisioner.

- BAB V

Bab ini merupakan bagian akhir dari penulisan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran yang menjawab rumusan masalah.