

# PENGARUH PEMILIHAN JENIS DAN WARNA PENCAHAYAAN PADA SUASANA RUANG SERTA KESAN PENGUNJUNG KAFFE

*by* Dewi Nur Annisa

---

**Submission date:** 12-Jan-2021 01:29PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1486187605

**File name:** 11.\_OKE\_78-84\_Nisa.pdf (1.1M)

**Word count:** 3457

**Character count:** 21705

## PENGARUH PEMILIHAN JENIS DAN WARNA PENCAHAYAAN PADA SUASANA RUANG SERTA KESAN PENGUNJUNG KAFE

**7** Dewi Ayu Nur Annisa

Program Studi Arsitektur Universitas  
Pancasila  
e-mail: [dewiayu492@gmail.com](mailto:dewiayu492@gmail.com)

**7** Ki K. Lestari

Program Studi Arsitektur Universitas  
Pancasila  
e-mail: [kikilestari1159@gmail.com](mailto:kikilestari1159@gmail.com)

### ABSTRAK

Kafe saat ini tidak hanya sekedar tempat yang dikunjungi untuk kebutuhan mengisi perut semata, namun juga sudah menjelma menjadi sebuah tempat bagi kaum muda untuk bercengkerama dan bersosialisasi. Didasari oleh hal ini, pemilik dan perancang kafe berusaha membuat ruang kafe menjadi nyaman dan semenarik mungkin. Dalam rangka mewujudkan hal ini ada elemen-elemen terkait salah satunya adalah elemen pencahayaan. Dalam hal ini aspek yang diperhatikan dalam pencahayaan ruang kafe adalah jenis lampu dan warna cahaya digunakan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti tentang bagaimana pemilihan jenis dan warna pencahayaan pada kafe dapat membentuk suatu suasana ruang juga kesan / citra bagi pengunjung kafe. Metode yang digunakan metode kualitatif yaitu dengan mewawancarai narasumber terkait dan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengunjung Artivator Cafe untuk menentukan adakah keterkaitan antara jenis dan warna pencahayaan dengan suasana kafe dan kesan yang ditangkap oleh pengunjung berdasarkan pernyataan dari arsitek kafe. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa benar pemilihan jenis dan warna pencahayaan yang tepat dapat mempengaruhi kesan yang ditangkap oleh pengunjung. Pada Artivator Cafe pemilihan warna kekuningan (*warm white*) menimbulkan kesan akrab, santai dan ceria. Namun pemilihan warna cahaya kekuningan dianggap oleh sebagian pengunjung kurang efisien untuk tujuan-tujuan yang lebih dari sekedar makan, minum maupun bersosialisasi, contohnya untuk rapat dan presentasi.

**KATA KUNCI:** interior kafe, jenis lampu, kesan pengunjung, suasana ruang, warna cahaya.

### PENDAHULUAN

**11**  
Di era modern seperti saat ini gaya hidup masyarakat khususnya di kota besar menjadi semakin berkembang, tempat dengan fungsi komersial pun tidak bisa lepas dan juga dituntut untuk berkembang. Kafe menjadi **4** salah satu tempat komersial yang tumbuh pesat. Menurut Marsum (2005) kafe adalah tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji yang menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi. Kafe di kota-kota besar bersaing untuk menarik perhatian pengunjung dengan berbagai cara, salah satunya dengan meningkatkan fungsi awalnya yang semula hanya digunakan untuk makan dan minum sekarang juga digunakan sebagai tempat bercengkrama, berkumpul, dan bersosialisasi.

Dalam usahanya untuk menarik perhatian pengunjung maka kafe perlu memperhatikan tidak hanya fisik bangunan, namun juga berbagai elemen pendukungnya seperti interior (Savitri, 2007). Unsur penting yang harus diperhatikan saat merancang interior kafe adalah pencahayaannya. Hal ini

berkaitan dengan peran cahaya sebagai penampil wujud, warna, bentuk, tekstur, dan material benda di sekitarnya (Nugraha, dan Widia, 2014).

Menurut Savitri (2007), dalam rangka merancang suatu kafe faktor *mood* perlu ditekankan. Di dalam ilmu arsitektur, *mood* memiliki makna yang sama dengan *sense of place*. "Pencahayaan menyediakan beberapa nilai pembentuk yang digunakan oleh orang untuk menginterpretasikan atau membuat *sense of place*" (Flynn, 1975).

Pemilihan pencahayaan yang tepat dapat memperkuat suasana, kesan atau citra yang ingin ditampilkan oleh pemilik kafe pada benak pengunjung. **15** e dengan pencahayaan yang tidak tepat dapat menyebabkan rasa tidak nyaman dan dapat mengganggu aktivitas pengunjung. Perasaan seperti ini memicu adanya kesan tidak baik dalam benak pengunjung untuk segera beranjak pergi (*fast turn-14*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan bagaimana pemilihan warna pencahayaan yang tepat dapat membentuk dan

mempertegas suasana dan kesan (*as image builder*) ruang kafe bagi pengunjung.

## TINJAUAN PUSTAKA

<sup>3</sup> Cahaya biasanya terpancar ke berbagai arah dan menyebar ke daerah yang lebih besar ketika keluar dari sumbernya. Ketika menyebar, cahaya juga berbeda intensitas menurut jarak dari sumbernya (Ching, dan Binggeli, 2011).

Dalam perancangan arsitektural maupun perancangan interior, pencahayaan adalah elemen yang sangat penting. Cahaya tidak harus menerus diterapkan sebagai inovasi struktural, justru yang sering terjadi adalah struktur inilah yang dikembangkan untuk membuat suatu kemungkinan pencahayaan yang dikehendaki dan untuk memberikan efek keruangan atau cahaya efek spasial (Lam, 1997).

Pencahayaan memiliki unsur fungsional yaitu untuk memberikan penerangan pada suatu ruang, sedangkan unsur estetika (keindahan) dari pencahayaan buatan akan menghasilkan suatu kesan yang ditangkap oleh pengunjung kafe. Menurut John Pile (1980) unsur estetika pada pencahayaan buatan dikelompokkan menjadi (1) *Visual Perception*, yaitu unsur-unsur visual yang akan membuat orang yang melihatnya akan memberikan citra tertentu, (2) *Visual Impression*, yaitu unsur visual yang membuat seseorang memiliki kesan mendalam, dan (3) *Visual Imaginary*, yaitu unsur visual yang membuat orang yang melihatnya akan memiliki pemikiran yang lebih jauh.

<sup>1</sup> Peran pencahayaan dalam menentukan suasana ruang dalam restoran dapat dikatakan sangat signifikan. Tidak hanya berfungsi sebagai penerangan ruangan, namun cahaya juga dapat mempengaruhi suasana hati (*mood*) seseorang dan juga membentuk suasana tertentu yang ingin ditonjolkan dalam sebuah ruangan (Quinn, 1981).

Elemen pencahayaan ini memainkan peranan yang sangat besar pada penampilan dan juga suasana pada sebuah kafe atau restoran. Hal ini disebabkan karena 80% informasi yang diterima manusia adalah berupa informasi visual (Kurniawati, 2008).

### Jenis Pencahayaan Buatan

Berdasarkan intensitasnya, cahaya buatan dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu sinar penuh (*full light*), sinar sedang (*medium light*) dan sinar rendah (*low light*). Berdasarkan tempatnya, cahaya buatan dikelompokkan menjadi lima jenis, yaitu pada plafon (*ceiling lamp*), tergantung dari plafon (*pendant lamp*), ditempelkan ke dinding (*wall lamp*), diletakkan di meja (*table lamp*), dan lampu berkaki (*standing lamp*). Berdasarkan arahnya, cahaya buatan

dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu mengarah ke atas (*uplight*), mengarah ke bawah (*downlight*) dan menyorot (*spotlight*). Berdasarkan fungsinya, cahaya buatan dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu umum (*general lighting*), khusus (*task lighting*), dan aksen (*accent lighting*). Berdasarkan penampakannya, cahaya buatan dikelompokkan menjadi dua, yaitu cahaya langsung (*direct lighting*) dan cahaya tidak langsung (*indirect lighting*) (Savitri, 2007).

### Kesan Dari Warna Berbeda

Setiap warna terbukti bisa mempengaruhi mood, emosi, reaksi, fisik, dan citra ruang secara keseluruhan (Grant-Hays, dan Kimberley A, 2003).

Tabel 1. Tabel Citra Warna

| Warna   | Asosiasi   |
|---------|--|
| Kuning  | Matahari, Keceeriaan.  |
| Biru    | Langit, Laut, Kesejukan, Ketenangan.                                     |
| Merah   | Kehidupan, Panas Api, Kekuatan, Kekuasaan, Hangat, Agresif, Menstimulasi |
| Hijau   | Hutan, Istirahat, Menyembuhkan, Memperbaharui, Ketenangan.               |
| Ungu    | Royalty, Spiritual, Menyembuhkan, Keajaiban.                             |
| Oranye  | Dikenal dapat meningkatkan selera makan, Menghangatkan, Memberi energi.  |
| Cokelat | Bumi, Kayu, Alam Sekitar, Netral.  |
| Putih   | Kemurnian, kesederhanaan.  |
| Hitam   | Dramatis.  |

(Sumber : Grant-Hays, dan Kimberley A, 2003)

### <sup>1</sup> Pengertian Citra

Citra (*image*) di dalam psikologis adalah “apa yang dilihat orang dengan mata hatinya” (Wardono, Prabu, 1997). Bila dilihat dalam pengertian yang lebih luas, citra adalah sebuah hal yang dirasakan oleh seseorang setelah melewati beberapa proses pemikiran (Savitri, 2007). Dalam perancangan sebuah kafe, citra adalah sebuah kesan yang ingin ditampilkan oleh pemilik kafe untuk menarik perhatian pengunjung.

Dalam usaha membangun sebuah citra/kesan tertentu maka ada berbagai elemen yang harus diperhatikan. Elemen-elemen inilah yang mampu membentuk suasana, citra dan kesan pada penak pengunjung kafe. Elemen ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu : (1) bagian yang tidak teraga (*intangible*). Adapun yang termasuk dalam elemen *intangible* adalah : aspek pemandangan (*visual*), aspek sentuhan (*tactile*), aspek penciuman (*olfactory*), aspek

pendengaran (audio,) aspek temperature (*thermal*) dan kenyamanan pelayanan. (2) Teraga (*tangible*). Adapun yang termasuk dalam elemen *tangible* adalah pencahayaan interior, pengaturan iklim, suhu dan kelembapan, warna, furniture, dinding, langit-langit, lantai, bentuk dan ukuran ruang, kebersihan, akustik, musik, dan faktor usia (Quinn, 1981).

#### 1. Deskripsi Cahaya

Pasangan kata berlawanan yang dapat digunakan dalam penyesuaian pengaruh secara verbal dan deskripsikan intensitas rasa pada pikiran pengunjung tentang suasana yang dibentuk oleh pencahayaan buatan restoran adalah (Lam, 1997):

1. Fokus – Fokus
2. Silau – Tidak Silau
3. Suram – cerah
4. Menjemukan – menarik
5. Semrawut – teratur
6. Tidak menyenangkan – menyenangkan
7. Tidak bersahabat – bersahabat
8. Kebingungan – tidak bingung
9. Mengantuk – ceria
10. Dingin – hangat
11. Menjengkelkan – melegakan
12. Mengganggu – membantu
13. Sangat kontras – tidak kontras

#### Pendeskripsian Citra Restoran atau Kafe

1. Eksklusif/mewah: Bersuasana formal, bermaterial mahal, memiliki elemen yang dibentuk khusus dan biasanya memiliki efek kilau, latar suasana diberi efek gelap.
2. Nyaman (*cozy*): Bersuasana tidak formal dan cenderung bersuasana kasual, memiliki elemen yang simple, memiliki atmosfer restoran yang hangat dibantu dengan pencahayaan hangat (berwarna kuning).
3. Segar/ceria: Memiliki pasaran untuk keluarga, bersuasana tidak formal dan cenderung meriah. Menggunakan pencahayaan terang dan umum (*general lighting*) yang menerangi seluruh restoran, namun tidak menutupi kemungkinan bahwa restoran seperti ini menggunakan penerangan tambahan seperti lampu dinding (*wall lamp*), lampu sorot (*spotlight*), dan sebagainya.
4. Bersih dan terang: Bersuasana tidak formal dan pencahayaan yang digunakan di restoran biasanya berwarna putih (*fluorescent*) dan umum (*general lighting*).
5. Elegan: Bersuasana tidak formal, warna yang digunakan cenderung monokromatis, pencahayaan yang dipilih cenderung tidak ramai, berkesan lembut, cenderung redup dengan warna kekuningan.

6. Akrab: Suasana restoran dapat cenderung semi formal, maupun tidak formal, pencahayaan yang dipilih biasanya cukup terang agar dapat melihat semua pengunjung di dalam restoran.
7. Eksotis: Memiliki elemen yang sederhana, cenderung menggunakan suatu budaya tertentu sebagai nilai restoran, penggunaan cahaya secara tidak langsung (*indirect lighting*), cahaya dipantulkan atau cahaya berkesan remang-remang (Savitri, 2007)

8

#### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu dengan mewawancarai pemilik sekaligus arsitek kafe untuk bertanya tentang pemilihan warna pencahayaan dan citra/kesan yang ingin ditampilkan baik di area publik maupun di area privat.

Metode lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif untuk melihat respon pengunjung terhadap warna pencahayaan dan kesan/citra yang muncul di benak mereka saat berada di kafe. Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang dibagi menjadi 2 kelompok yaitu 50 orang di area publik dan 50 orang di area privat yang dipilih secara acak dan diberikan kuesioner yang berisi pernyataan arsitek terkait pencahayaan kafe. Setelah itu responden akan menjawab pernyataan tersebut menggunakan tiga poin yaitu : cukup, tidak, dan ya.

10

#### Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Maret hingga bulan Juni.

1. Maret, studi literatur selama 4 minggu.
2. April, pertemuan dengan Chief Operating Officer (COO) Artivator Café, dan wawancara kepada pemilik sekaligus arsitek kafe.
3. April–Mei, survei dengan memberikan kuesioner pada 100 responden selama 2 minggu.
4. Juni, perekapan hasil kuesioner dalam bentuk grafik, dan penyelesaian jurnal.

#### Lokasi Studi Kasus

Artivator Café berlokasi di Jl. Pemuda No.86, Depok.



Gambar 1. Artivator Café

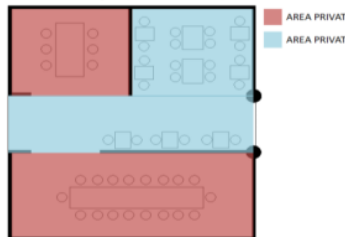
(sumber: Artivator café official instagram, 2019)



## HASIL DAN PEMBAHASAN

Artivator Cafe adalah sebuah kafe berkonsep galeri seni yang dibuat dengan mengedepankan citra nyaman, santai, dan akrab. Dirancang dengan menggunakan pencahayaan yang diibaratkan sebagai roh bangunan dan juga untuk menguatkan karakter bangunan tua dari eksterior kafe. Selain itu pemilihan pencahayaan pada keseluruhan kafe diharapkan dapat menimbulkan suasana menarik, menyenangkan, hangat, dan bersahabat.

Kafe ini dipisahkan menjadi dua area yang berbeda yakni area *outdoor* dan area *indoor*. Area *outdoor* adalah bagian dari kafe yang disewakan untuk acara penting seperti pernikahan. Sedangkan area *indoor* terdiri dari beberapa bagian yakni bagian publik, bagian privat, dan galeri seni. Penelitian difokuskan pada bagian *indoor* yaitu area publik *non smoking* dan area privat yang dianggap dapat mewakili area lainnya (Gambar 2).



Gambar 2. Denah tanpa skala area publik dan privat  
(sumber: Analisa penulis, 2019)

### Analisa Pengunjung

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan saat berada di Artivator Cafe, pengunjung kafe kebanyakan datang berkelompok, setidaknya 2-6 orang. Rata-rata pengunjung pada area publik melakukan kunjungan 40-70 menit, dan pengunjung pada area privat kunjungan 60-120 menit.

### Area Publik

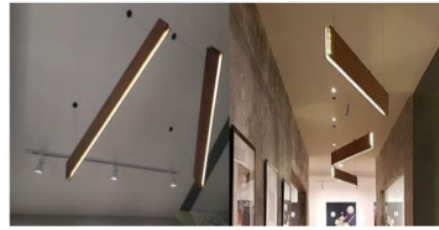
Area publik adalah area yang dapat ditempati oleh semua pengunjung kafe. Area ini dipisahkan menjadi area *smoking*, *non smoking*, dan galeri seni.



Gambar 3. Area publik Artivator Café  
(sumber: Artivator café official instagram, 2019)

Gambar 3 merupakan gambaran area publik. Dikatakan bahwa pencahayaan pada area publik

menekankan kesan hangat dan nyaman, hal ini dibantu dengan penggunaan cahaya buatan yang tidak terlalu terang-benderang (tidak silau).



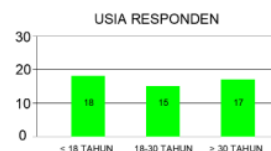
Gambar 4. Pencahayaan buatan area publik  
(sumber: Data lapangan, 2019)

Gambar 4 merupakan jenis pencahayaan yang digunakan pada area publik. Pada area publik elemen pencahayaan yang dipilih terbagi menjadi beberapa jenis. Gambaran pencahayaan pada area publik adalah sebagai berikut:

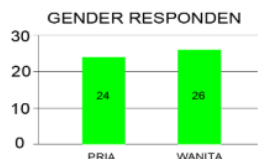
1. Lampu yang digunakan terdiri dari beberapa jenis yaitu lampu plafon (*ceiling lamp*), tergantung dari plafon (*pendant lamp*), dan diletakkan di meja (*table lamp*).
2. Lampu gantung diberi aksesoris tambahan berupa *box* kayu pipih agar lebih menarik dan cocok dengan konsep kafe.
3. Masing-masing dari lampu ini memiliki cahaya sedang (*medium light*) dengan fungsi sebagai pencahayaan umum (*general lighting*).
4. Pada area publik juga diletakkan beberapa lampu sorot (*spotlight*) yang menyorot beberapa karya seni berupa lukisan yang diletakkan di dinding.
5. Warna pencahayaan yang dipilih untuk area publik adalah warna kekuningan (*warm white*).
6. Pemilihan warna cahaya ini juga didukung dengan peletakan lampu gantung (*pendant lamp*) yang mendominasi ruangan, cahaya pada lampu tidak ditujukan langsung diatas meja makan, dimana tujuannya adalah mengurangi suasana kaku dan menekankan kesan santai.

### Analisa Kesan Pengunjung Area Publik

Secara garis besar pengunjung pada area publik Artivator Cafe dapat digolongkan menjadi 3 kelompok yang berbeda yakni : (1) Usia, (2) Gender, dan (3) Tingkat pendidikan.



Grafik 1. Usia responden pada area publik Artivator Cafe  
(sumber: Analisa penulis, 2019)



**Grafik 2 .** Gender responden pada area publik Artivator Cafe  
(sumber: Analisa penulis, 2019)



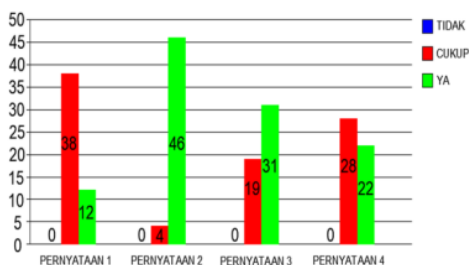
**Grafik 3 .** Tingkat pendidikan responden pada area publik Artivator Cafe  
(sumber: Analisa penulis, 2019)

Pada grafik 1, 2, dan 3 telah dijabarkan masing-masing jumlah dari usia, gender, dan tingkat pendidikan pengunjung area publik Artivator Cafe yang terdiri dari 50 orang. Setiap orang diberikan kuesioner berisi 4 pernyataan arsitek tentang elemen pencahayaan area publik. Pernyataan pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Pernyataan Tentang Pencahayaan Area Publik

|              |   |
|--------------|---|
| Pernyataan 1 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café sudah baik.                                    |
| Pernyataan 2 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café menguatkan kesan "Bangunan Tua"                |
| Pernyataan 3 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café menimbulkan perasaan senang ( <i>exited</i> ). |
| Pernyataan 4 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café memiliki kesan hangat dan nyaman.              |

(Sumber : Analisa Penulis, 2019)



**Grafik 4.** Pilihan responden atas pernyataan terkait pencahayaan kafe  
(sumber: Analisa penulis, 2019)

Pada grafik 4 yang berisi pilihan responden atas pernyataan terkait pencahayaan kafe, dapat dilihat bahwa kecenderungan responden memilih jawaban cukup dan ya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis dan warna pencahayaan di dalam area publik berhasil menguatkan kesan bangunan tua dari eksterior kafe, serta menimbulkan perasaan senang ketika berada di dalam ruangan. Namun, sebagian besar responden menganggap pencahayaan pada area belum terlalu baik, dan pemilihan pencahayaan ruang dirasa cukup mampu memberi kesan nyaman dan hangat.

### Area Privat

Area privat merupakan area yang harus dipesan terlebih dahulu. Area privat kerap kali digunakan untuk kepentingan seperti rapat dan presentasi. Area privat memiliki dua ruangan yaitu ruangan dengan kapasitas sedang dan besar.



**Gambar 5.** Area privat Artivator Café  
(sumber: Data lapangan, 2019)

Gambar 5 adalah gambaran area privat. Sama halnya dengan pencahayaan pada area publik, dikatakan bahwa pencahayaan pada area publik menekankan kesan hangat dan nyaman. Namun berbeda dengan area publik, area privat memiliki lampu dengan cahaya yang lebih terang karena ruang ini sering digunakan untuk kegiatan yang membutuhkan konsentrasi.

Pada area privat elemen pencahayaan yang dipilih terbagi menjadi beberapa jenis. Gambaran pencahayaan pada area privat adalah sebagai berikut:

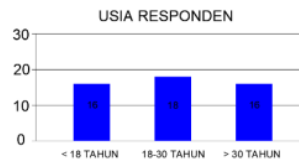
1. Lampu yang digunakan pada area ini terdiri dari beberapa jenis lampu yaitu: plafon (*ceiling lamp*), tergantung dari plafon (*pendant lamp*), serta diletakkan di meja (*table lamp*).
2. Masing-masing dari lampu ini memiliki intensitas cahaya yang berbeda. Lampu plafon memiliki intensitas cahaya penuh (*full light*), dan memiliki fungsi sebagai pencahayaan umum (*general lighting*). Lampu gantung memiliki intensitas sedang (*medium light*) dan penuh, berfungsi sebagai pencahayaan khusus (*task lighting*).
3. Warna pencahayaan yang dipilih untuk area publik adalah warna kekuningan (*warm white*)

dimaksudkan agar peserta *meeting* atau presentasi tetap merasakan suasana yang santai dan akrab, juga tetap bisa merasakan perasaan *exited* dan tidak kaku seperti ruang kantor.

4. Berbeda dengan area publik, lampu gantung pada area privat langsung ditunjukkan ke atas meja bertujuan untuk memfokuskan cahaya pada kegiatan di bawahnya.

#### Analisa Kesan Pengunjung Area Privat

Secara garis besar pengunjung pada area privat Artivator Cafe dapat digolongkan menjadi 3 kelompok yang berbeda yakni : (1) Usia, (2) Gender, dan (3) Tingkat pendidikan.



Grafik 5. Usia responden pada area privat Artivator Cafe (sumber: Analisa penulis, 2019)



Grafik 6. Gender responden pada area privat Artivator Cafe (sumber: Analisa penulis, 2019)



Grafik 7. Tingkat pendidikan responden pada area privat Artivator Cafe (sumber: Analisa penulis, 2019)

Pada grafik 5, 6, dan 7 telah dijabarkan bahwa dari 50 orang responden yang ada masing-masing responden telah dikelompokkan sesuai dengan usia, gender, dan tingkat pendidikan. Setiap orang diberikan kuesioner berisi 5 pernyataan arsitek tentang elemen pencahayaan area privat. Pernyataan pada kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.

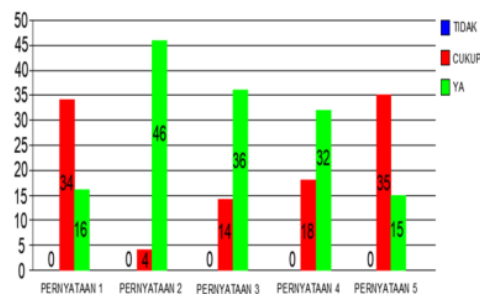
Pada Gambar 8 dapat dilihat hasil dari pilihan responden atas pernyataan yang diajukan. Dapat dilihat bahwa sama seperti pada area publik, responden cenderung memilih jawaban cukup dan ya. Lebih dari separuh responden menyimpulkan bahwa pencahayaan baru cukup baik dan cukup mampu meningkatkan konsentrasi, walau begitu lebih dari separuh responden condong membenarkan bahwa pencahayaan pada area privat mampu menguatkan kesan bangunan tua, mampu

menimbulkan perasaan senang, serta memiliki kesan hangat dan nyaman.

Tabel 3. Pernyataan Tentang Pencahayaan Area Privat

|              |   |
|--------------|---|
| Pernyataan 1 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café sudah baik.                                    |
| Pernyataan 2 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café menguatkan kesan "Bangunan Tua".               |
| Pernyataan 3 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café menimbulkan perasaan senang ( <i>exited</i> ). |
| Pernyataan 4 | Menurut saya pencahayaan di dalam Artivator Café memiliki kesan hangat dan nyaman.              |
| Pernyataan 5 | Menurut saya pencahayaan di ruang privat mampu membantu untuk lebih berkonsentrasi dan fokus.   |

(Sumber : Analisa Penulis, 2019)



Gambar 8. Pilihan responden atas pernyataan terkait pencahayaan kafe (sumber: Analisa penulis, 2019)

#### KESIMPULAN

Dalam merancang interior sebuah ruangan, dalam kasus ini adalah interior ruangan Artivator Café, elemen pencahayaan menjadi suatu hal yang sangat dipertimbangkan. Pencahayaan baik jenis maupun warnanya dipilih untuk dapat memperkuat kesan bangunan tua, menciptakan suasana yang nyaman, hangat, dan santai. Pada Artivator Café, pencahayaan sejenis ditempatkan di dua area yang berbeda yaitu area publik dan area privat.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa persepsi tentang kesan dan suasana ruang yang ingin disampaikan oleh perancang kafe dapat tersampaikan dengan baik pada pengunjung secara menyeluruh dari segala usia, gender, dan tingkat pendidikan. Dengan ini pula dapat diketahui bahwa pemilihan berbagai jenis lampu seperti lampu plafon (*ceiling lamp*), tergantung dari plafon (*pendant lamp*), dan lampu meja (*table lamp*) yang memiliki sinar kekuningan (*warm white*) memang benar dapat memperkuat kesan bangunan

tua, menimbulkan kegembiraan, kehangatan, dan suasana santai.

Namun dapat juga diketahui bahwa penggunaan warna cahaya ini walaupun intensitas cahayanya lebih besar, tetap tidak terlalu mampu membantu responden pada area privat untuk fokus dan konsentrasi. Hal ini dikarenakan warna kekuningan ini dianggap tidak cukup terang untuk kegiatan seperti rapat atau presentasi.

Penelitian ini dapat ditindaklanjuti sebagai referensi dalam merancang elemen pencahayaan pada kafe, restoran, serta ruangan lain yang membutuhkan sebuah kesan dan suasana tertentu yang ingin disampaikan pada masyarakat umum, antara lain sebagai berikut :

1. Pemilihan jenis lampu yang berbeda dari yang biasa ditemukan pada ruangan-ruangan umum akan menimbulkan ketertarikan dan kesan menyenangkan pada suatu ruangan. Contohnya pemakaian lampu gantung yang dilengkapi dengan tambahan dekorasi tertentu.
2. Pemilihan warna cahaya kekuningan (*warm white*) cocok untuk ditempatkan pada ruangan yang ingin diberi kesan hangat, gembira, dan santai. Hanya saja untuk ruangan yang fungsinya lebih spesifik, seperti ruang untuk presentasi dan rapat, warna cahaya ini dianggap masih belum baik. Sehingga ada baiknya ruang kafe atau restoran yang sekaligus difungsikan untuk kegiatan tersebut memilih warna pencahayaan yang lebih terang namun tetap ditambahkan dekorasi yang menyesuaikan dengan citra restoran.

9

## DAFTAR PUSTAKA

- A.W Marsum. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Indonesia: Andi Publisher
- 3 Ching, Francis D.K, dan Binggeli, Corky. (2011). *Interior Desain dengan Ilustrasi, Edisi 2*. Jakarta: Indeks

1

Flynn, John E., T.J.Spencer, O.Martynuck dan C.Hendrick. (1975). *Interior Report: The Effect of Light on Human Judgment and Behavior*. Di dalam : Smith, Fran Kellogg dan Bertolone, Fred J. (ed). (1986) *Bringing Interiors to Light, The Principles and Practices of Lighting Design*. New York : Whitney Library of Design

Grant-Hays, Brenda dan Kimberley A. Mikula. (2003). *Color in Small Spaces*. New York: McGraw Hill.

Kurniawati, Lia. (2008). *Pengaruh Pencahayaan LED Terhadap Suasana Ruang Cafe dan Restoran*.

1 Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.

Lam, William M.C. (1997). *Perception and Lighting as Formgivers for Architecture*. New York: McGraw-Hill Book Company

Pile, John F. (1980). *Interior Design*. New York: Harry N. Abrams Inc. Publisher

Quinn, Thomas. (1981). *Atmosphere in The Restaurant*. Michigan: Michigan State University

5 Savitri, Mila Andria . (2007). *Peran Pencahayaan Buatan dalam Pembentukan Suasana dan Citra Ruang Komersial Studi kasus pada Interior Beberapa Restoran Tematik di Bandung*. Jurnal *Ambiance*, 1 (1)

1 Saputra, Nugraha dan Edwin Widya. (2014). *Analisa Tata Pencahayaan Pada Interior Kafe Cocorico di Bandung*. Jurnal *Rekajiva*. 1 (2)

1 Wardono. Prabu. (1997). *Corporate Interiors as the Expression for Corporate Image [Tesis]*. Sydney: Faculty of Design, Architecture and Building, University of Technology.



# PENGARUH PEMILIHAN JENIS DAN WARNA PENCAHAYAAN PADA SUASANA RUANG SERTA KESAN PENGUNJUNG KAFE

## ORIGINALITY REPORT

21%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[media.neliti.com](https://media.neliti.com)

Internet Source

12%

2

[journals.ums.ac.id](https://journals.ums.ac.id)

Internet Source

2%

3

[ejurnal.itenas.ac.id](https://ejurnal.itenas.ac.id)

Internet Source

1%

4

[123dok.com](https://123dok.com)

Internet Source

1%

5

[repository.maranatha.edu](https://repository.maranatha.edu)

Internet Source

1%

6

[text-id.123dok.com](https://text-id.123dok.com)

Internet Source

1%

7

[journal.uin-alauddin.ac.id](https://journal.uin-alauddin.ac.id)

Internet Source

<1%

8

[zombiedoc.com](https://zombiedoc.com)

Internet Source

<1%

|    |   |      |
|----|---|------|
| 9  | <a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a><br>Internet Source                       | <1 % |
| 10 | <a href="http://fr.scribd.com">fr.scribd.com</a><br>Internet Source                                 | <1 % |
| 11 | <a href="http://promkes.kemkes.go.id">promkes.kemkes.go.id</a><br>Internet Source                   | <1 % |
| 12 | <a href="http://journal.unpad.ac.id">journal.unpad.ac.id</a><br>Internet Source                     | <1 % |
| 13 | <a href="http://www.repository.trisakti.ac.id">www.repository.trisakti.ac.id</a><br>Internet Source | <1 % |
| 14 | <a href="http://de.scribd.com">de.scribd.com</a><br>Internet Source                                 | <1 % |
| 15 | <a href="http://obatobatanherbal.org">obatobatanherbal.org</a><br>Internet Source                   | <1 % |

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off