

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORITIKAL

2.1 TINJAUAN UMUM GALERI

2.1.1 Pengertian Galeri

Pengertian galeri menurut berbagai sumber antara lain :

1. Menurut Kamus Indonesia-Inggris (1990) : Galeri: serambi, balkon, balai, atau gedung kesenian¹.
2. Menurut KBBI : galeri merupakan ruangan atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni dan sebagainya².

2.1.2 Fungsi Galeri

Fungsi utama dari galeri yaitu alat komunikasi antara produsen (seniman) dengan konsumen (masyarakat dan kolektor). Berikut ini merupakan fungsinya menurut *artspace.id*³ :

1. Sebagai ruang pajang karya, karena memiliki fungsi untuk memajang karya seni dari seorang maupun kelompok seniman sehingga bisa dinikmati masyarakat.
2. Sebagai ruang ekonomi, berarti galeri bisa difungsikan sebagai sarana mesin ekonomi dengan melakukan kegiatan menjual berbagai karya seni pada masyarakat.
3. Sebagai ruang pendidikan, berarti galeri bisa difungsikan untuk kegiatan pendidikan seperti *gallery tour*, *workshop*, diskusi, atau seminar supaya masyarakat semakin mengerti, mengenal, menghargai, dan memelihara karya seni.
4. Sebagai ruang sosial, berarti galeri berpotensi sebagai jembatan untuk mempertemukan masyarakat juga termasuk kolektor dari berbagai asal daerah di galeri tersebut.

¹ John M. Echols dan Hassan Shadily. (1990). *Kamus Indonesia-Inggris*. Jakarta: Gramedia.

² KBBI. (2019). *Arti Kata Galeri Menurut KBBI* [Online Forum]. Retrieved from <https://kbbi.web.id/galeri>

³ Frino Bariarcianur. (2018, January 12). *Lima Fungsi Galeri Seni dalam Kehidupan Sosial*. [Blog Post]. Retrieved from <https://artspace.id/2018/01/12/lima-fungsi-galeri-seni-dalam-kehidupan-sosial/>

5. Sebagai ruang ekspresi, berarti galeri memiliki fungsi untuk menampung berbagai ekspresi para seniman yang mereka curahkan pada karya seni yang mereka ciptakan.

2.1.3 Jenis Galeri

Berbagai jenis galeri ditinjau dari masing-masing kategori sebagai berikut⁴ :

Jenis galeri ditinjau dari fungsi dan karakter :

1. Galeri Arsitektur
Merupakan galeri yang berfungsi untuk memamerkan karya-karya arsitektural.
2. Galeri Komersil
Merupakan galeri yang berfungsi untuk keperluan bisnis (mencari keuntungan dengan menjual karya seni).
3. Galeri Kontemporer
Merupakan galeri yang berfungsi komersial dan biasanya dimiliki swasta untuk mencari keuntungan dari penjualan karya karena terbuka untuk umum dan tidak dipungut biaya.
4. Galeri di Museum
Merupakan galeri yang berfungsi untuk memamerkan dan memelihara benda bersejarah atau langka.
5. *Vanity* Galeri
Merupakan galeri dimana seniman harus membayar untuk memamerkan hasil karyanya sehingga bisa menjadi keuntungan bagi galeri tersebut.

Jenis galeri ditinjau dari tingkat dan luasan koleksinya :

1. Galeri Lokal
Memamerkan karya seni dari daerah setempat.
2. Galeri Regional
Memamerkan karya seni dari tingkat daerah/ provinsi.
3. Galeri Internasional

⁴ Kezia Ribka Senduk. (2013). *Perancangan Galeri Lukis & Café dengan Pengaplikasian Konsep Kontemporer Melalui Pengolahan Ruang dan Massa Bangunan di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta (ID): Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Memamerkan karya seni dari berbagai negara.

Jenis galeri ditinjau dari tempat penyelenggaraannya :

1. *Traditional Art Gallery*

Mewadahi kegiatannya pada selasar atau lorong panjang.

2. *Modern Art Gallery*

Mewadahi kegiatannya pada bangunan yang diolah secara modern.

Jenis galeri ditinjau dari sifat kepemilikannya :

1. *Private Art Gallery*

Dimiliki oleh perseorangan atau kelompok.

2. *Public Art Gallery*

Dimiliki oleh pemerintah.

3. *Combination Art Gallery*

Merupakan kombinasi dari *private art gallery* dan *public art gallery*.

Jenis galeri ditinjau dari isi galeri :

1. *Art Gallery of Primitive Art*

Galeri yang mengadakan kegiatan dan pameran seni pada bidang seni primitif (seni yang berkembang pada zaman pra-sejarah).

2. *Art Gallery of Classical Art*

Galeri yang mengadakan kegiatan dan pameran seni pada bidang seni klasik. Seni klasik yaitu seni yang berkembang setelah zaman pra-sejarah, tetapi perkembangannya terhenti seperti arsitektur Yunani dan Romawi.

3. *Art Gallery of Modern Art*

Galeri yang mengadakan kegiatan dan pameran seni pada bidang seni modern.

Jenis galeri ditinjau dari macam koleksinya :

1. Galeri Pribadi

Galeri yang kepemilikannya bersifat pribadi/dimiliki sendiri. Galeri ini memamerkan hasil karya seni milik pribadi dan tidak memamerkan hasil

karya seni milik orang lain. Biasanya karya seni yang dipamerkan pada galeri pribadi bersifat tidak diperjualbelikan.

2. Galeri Umum

Galeri yang memamerkan hasil karya seni dari orang lain/seniman secara umum dimana semua seniman bebas memajang karyanya di galeri umum dan hasil karya seni tersebut bisa diperjualbelikan.

3. Galeri Kombinasi

Pada galeri ini, ada area yang menggabungkan karya seni seorang seniman yang bersifat pribadi sekaligus karya seni milik seniman lain yang dipajang menjadi satu area. Karya seni pada galeri ini biasanya ada yang bisa diperjualbelikan dan ada juga yang tidak bisa diperjualbelikan.

Jenis galeri ditinjau dari koleksi barang dan kegiatannya :

1. Galeri Tetap

Kegiatan dan barang koleksi yang dipamerkan bersifat permanen (tidak keluar dari area galeri).

2. Galeri Temporer

Kegiatan dan barang koleksi yang dipamerkan berlangsung sesuai jadwal waktu yang telah ditentukan (berubah-ubah).

3. Galeri Keliling

Kegiatan pameran yang dilakukan dengan berpindah-pindah.

2.1.4 Fasilitas Galeri

Fasilitas yang ditawarkan pada galeri :

1. *Exhibition Room* (untuk memamerkan karya)

2. *Workshop Room* (untuk memperbaiki karya)

3. *Stock Room* (untuk menampung karya)

4. *Restoration Room* (untuk memelihara karya)

5. *Auction Room* (untuk mempromosikan karya)

6. Sebagai wadah untuk berkumpulnya pecinta karya seni tersebut

Keenam fasilitas tersebut merupakan fasilitas standar yang harus ada dalam sebuah galeri.

2.1.5 Aktivitas Galeri

Aktivitas pada galeri sebagai berikut :

1. Aspek Pengunjung
 - a. Pengunjung datang dengan melakukan pendaftaran di *receptionist* dan mendapatkan pengarahannya
 - b. Pengunjung datang dengan tujuan melakukan rekreasi/*refreshing*
 - c. Pengunjung datang dengan tujuan hanya untuk mendapatkan informasi
2. Aspek Kurator
 - a. Menjaga dan memelihara benda-benda pameran
 - b. Mengumpulkan benda-benda yang akan dipamerkan
 - c. Mempublikasi benda-benda yang dipamerkan dalam galeri
 - d. Membantu tata acara dan keberlangsungan dari sebuah pameran, sistem pendokumentasian, dan kebijakan pengolahan koleksi

2.1.6 Jenis Kegiatan pada Galeri

Jenis kegiatan pada galeri dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Pengadaan
Pengadaan merupakan kegiatan memilah-milah benda yang akan dimasukkan ke dalam galeri, yaitu benda-benda yang memiliki nilai seni, estetis, dan *artistic*.
2. Pemeliharaan
Pemeliharaan terbagi menjadi 2 aspek :
 - a. Aspek Teknis
Menjaga dan merawat benda supaya tetap awet dan tercega dari kerusakan.
 - b. Aspek Administrasi
Benda koleksi harus mempunyai keterangan tertulis yang membuatnya bersifat monumental.
3. Konservasi
Konservasi merupakan kegiatan melestarikan dan melindungi benda-benda yang akan dimasukkan ke dalam galeri.
4. Restorasi

Restorasi merupakan kegiatan pemulihan pada barang-barang ke keadaan semula dengan melakukan perbaikan ringan pada bagian-bagian yang sudah usang/termakan usia.

5. Penelitian

Penelitian terbagi menjadi 2 aspek :

a. Penelitian Intern

Dilakukan oleh kurator untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

b. Penelitian Ekstern

Dilakukan oleh peneliti/pihak luar/pengunjung untuk kepentingan karya ilmiah atau skripsi.

6. Pendidikan

Kegiatan yang menekankan pada bidang edukasi tentang pengenalan karya yang dipamerkan misalnya melalui *gallery tour*, pengamatan, penelitian, dan seminar.

7. Rekreasi

Kegiatan untuk menikmati dan menghayati karya seni oleh pengunjung harus dilengkapi dengan fasilitas yang tidak menimbulkan kelelahan bahkan kebosanan.

8. Bisnis

Kegiatan jual-beli juga bisa dilakukan di galeri dengan menjual karya seni atau benda-benda langka yang dipamerkan di dalam galeri tersebut.

2.1.7 Prinsip Perancangan Galeri

2.1.7.1 Persyaratan Umum

Menurut Neufert (1996), galeri harus memenuhi beberapa syarat, seperti terlindung dari cahaya matahari langsung, debu, kelembaban, kerusakan, dan pencurian⁵.

2.1.7.2 Persyaratan Khusus

1. Tata Cara Display Koleksi Galeri

Menurut Patricia Tutt dan David Adler (*The Architectural Press, 1979*), ada 3 macam penataan benda koleksi, yaitu⁶ :

⁵ Ernst Neufert. (1996). *Data Arsitek (Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.

a. *In Show Case*

Dengan cara dimasukkan ke dalam kotak tembus pandang yang terbuat dari kaca, selain untuk memperjelas tema benda koleksi itu, juga bisa untuk melindungi benda tersebut dari berbagai macam kerusakan.



Gambar 2. 1 Tata Cara *In Show Case*

Sumber : mattfife.com

b. *On Wall or Panels*

Karya seni 2 dimensi seperti karya seni lukis dan karya seni fotografi bisa dipamerkan dengan cara ditempelkan di dinding atau partisi dengan dilengkapi material pendukung agar karya seni tersebut bisa terjaga kualitasnya.



Gambar 2. 2 Tata Cara *On Wall or Panels*

Sumber : jamaipanese.com

⁶ Patricia Tutt dan David Adler. (1979). *New Matrix Handbook*. London: The Architectural Press.

c. *Free Standing on the Floor or Plinth or Supports*

Karya seni yang memiliki dimensi yang besar seperti patung dan produk instalasi seni membutuhkan tempat yang besar juga seperti panggung untuk memamerkan karya tersebut.



Gambar 2. 3 Tata Cara *Free Standing on the Floor*

Sumber : loong-updates.blogspot.com

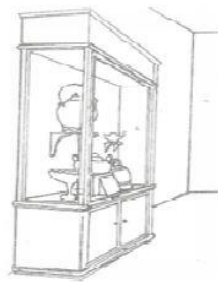
2. *Vitrine*

Merupakan lemari untuk menata dan memamerkan benda koleksi.

Menurut penempatannya, *vitrine* dibagi menjadi :

a. *Vitrine Dinding*

Diletakkan berhimpitan dengan dinding, benda koleksi bisa dilihat dari sisi depan dan samping.

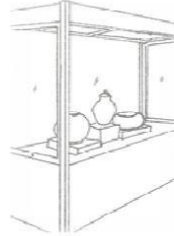


Gambar 2. 4 *Vitrine Dinding*

Sumber : docplayer.info

b. *Vitrine* Tengah

Diletakkan di tengah ruangan dan tidak berhimpitan dengan dinding, benda koleksi bisa dilihat dari semua sisi.



Gambar 2. 5 *Vitrine* Tengah

Sumber : docplayer.info

c. *Virtrine* Sudut

Diletakkan di sudut ruangan, benda koleksi hanya bisa dilihat dari bagian depan saja.

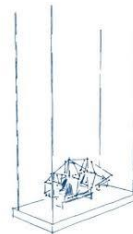


Gambar 2. 6 *Vitrine* Sudut

Sumber : docplayer.info

d. *Vitrine* Lantai

Diletakkan diatas permukaan lantai dengan jarak yang dekat dari lantai, sehingga untuk melihat benda koleksi ini perlu dengan cara jongkok untuk melihat objek dari dekat.



Gambar 2. 7 *Vitrine* Lantai

Sumber : elib.unikom.ac.id

e. *Vitrine* Tiang

Sama seperti *vitrine* tengah, tetapi benda koleksi yang dipajang pada *vitrine* tiang ini menempel/mengelilingi sisi-sisi pada tiang yang berada di dalam ruangan.



Gambar 2. 8 *Vitrine* Tiang

Sumber : elib.unikom.ac.id

3. Elemen Interior

a. Elemen Lantai

Menurut DK. Ching (1979), elemen horizontal yaitu lantai merupakan elemen pembentuk suatu ruang dapat dipertegas dengan cara meninggikan atau menurunkan bidang lantai maka akan tercipta artistik visual pada ruang galeri⁷.

b. Elemen Ceiling

Menurut DK. Ching (1979), langit-langit merupakan elemen penting yang memiliki fungsi untuk meletakkan komponen yang berkaitan dengan teknik pencahayaan⁸.

c. Elemen Fleksibilitas

Menurut DK. Ching (1979), elemen fleksibilitas merupakan elemen pembentuk ruang yang sewaktu-waktu bisa diubah-ubah untuk keperluan yang berbeda pada ruang yang sama⁹.

4. Sistem Pencahayaan

Menurut Honggowidjaja (2003), dengan adanya cahaya pada ruang dalam yang memiliki fungsi menyinari elemen-elemen

⁷ Francis D.K. Ching. (1979). *Arsitektur: Bentuk – Ruang dan Susunannya*. Penerbit Erlangga.

⁸ *ibid.*

⁹ *ibid.*

yang ada di dalam ruang, sehingga ruangan menjadi teramati dan dapat dirasakan suasana visualnya¹⁰. Pencahayaan di dalam ruang galeri menjadi faktor penting supaya benda yang akan dipamerkan bisa menunjukkan tema yang membuatnya menjadi semakin menarik. Berdasarkan sumber dan fungsinya, pencahayaan dibagi menjadi :

a. *Natural Lighting* (Pencahayaan Alami)

Merupakan pencahayaan yang bersumber dari sinar matahari. Pencahayaan alami dapat diperoleh dari jendela, ventilasi, dan bukaan yang terkena sinar matahari langsung.

b. *General Artificial Lighting* (Pencahayaan Buatan)

Merupakan pencahayaan yang bersumber dari sumber listrik. Pencahayaan buatan dilakukan jika suatu ruangan sukar untuk mendapatkan pencahayaan alami. Berikut ini syarat-syarat yang harus dipenuhi pencahayaan buatan :

- Intensitas cahaya yang harus sesuai dengan jenis kegiatan di dalam ruang tersebut.
- Tidak menimbulkan penambahan suhu udara di dalam ruangan akibat pencahayaan tersebut.
- Memberikan intensitas yang menyebar secara merata, tidak menyilaukan, dan tidak berkedip.

Untuk menciptakan suasana yang diinginkan dari sebuah ruangan, maka diperlukan teknik pencistribusian cahaya menurut *Industrial Hygiene Engineering (1998)*¹¹ :

- *Direct Lighting*

Pada sistem ini, 90%-100% cahaya diarahkan langsung pada benda yang perlu diterangi yang dapat dirancang secara menyebar/memusat.

- *Indirect Lighting*

¹⁰ S.P. Honggowidjaja. (2003). "Pengaruh Signifikan Tata Cahaya pada Desain Interior". Dalam jurnal Dimensi Interior Vol 1 No 1 : 1-15. Surabaya : Universitas Kristen Petra.

¹¹ John T. Talty, P.E. (1988). *Industrial Hygiene Engineering*. USA: Noyes Data Corporation.

Pada sistem ini, 90%-100% cahaya diarahkan ke langit-langit dan dinding atas, kemudian dipantulkan untuk menerangi seluruh ruangan. Positifnya yaitu tidak menimbulkan silau yang berlebih dan negatifnya mengurangi cahaya yang jatuh ke permukaan kerja.

- *Semi-direct Lighting*

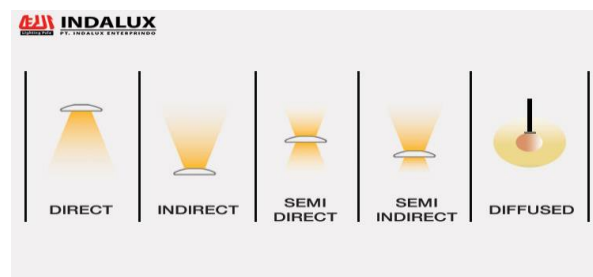
Pada sistem ini, 60%-90% cahaya diarahkan langsung pada benda yang perlu diterangi dan sisanya dipantulkan ke langit-langit atau ke dinding.

- *Semi-indirect Lighting*

Pada sistem ini, 60%-90% cahaya diarahkan langsung ke langit-langit dan dinding bagian atas dan sisanya diarahkan ke bagian bawah.

- *Diffused Lighting*

Pada sistem ini, 40%-60% cahaya diarahkan langsung pada benda yang perlu diterangi dan sisanya dipantulkan ke langit-langit dan dinding. Dalam pencahayaan ini, setengah cahaya dipancarkan ke bawah dan sisanya dipancarkan ke atas.



Gambar 2. 9 Teknik Pendistribusian Cahaya

Sumber : indalux.co.id

Arah pencahayaan menurut (Ruang Artistik dengan Pencahayaan, 2006) sebagai berikut¹² :

- *Downlight* (arah cahaya ke bawah)

¹² S. Istiawan. (2006). Ruang Artistik dengan Pencahayaan. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Pencahayaan datang dari atas ke bawah untuk menerangi objek dibawahnya.

- *Uplight* (arah cahaya ke atas)

Pencahayaan datang dari bawah ke atas untuk menerangi objek diatasnya. Sistem ini digunakan untuk memberikan kesan megah, dramatis, dan memunculkan dimensi.

- *Backlight* (arah cahaya dari belakang)

Pencahayaan datang dari belakang objek untuk menimbulkan siluet. Sistem ini memberikan cahaya pada pinggiran objek sehingga terlihat lebih menarik.

- *Sidelight* (arah cahaya dari samping)

Pencahayaan datang dari samping untuk memberikan penekanan pada elemen interior atau benda seni yang perlu ditonjolkan nilai seninya.

- *Frontlight* (arah cahaya dari depan)

Pencahayaan datang dari depan objek dan digunakan untuk menerangi objek dua dimensi seperti lukisan/foto.

5. Sistem Penghawaan

Kenyamanan thermal tidak cukup dicapai dengan banyaknya jendela, ventilasi, kondisi lingkungan, jumlah manusia, dimensi ruang, dan material yang digunakan. Solusi untuk mengatasinya bisa menggunakan sistem penghawaan seperti AC (*Air Conditioner*). Berikut ini jenis-jenis AC menurut peletakannya :

- a. *Mounted Type*

Ditanam di dalam dinding atau di dalam plafond.

- b. *Ceiling Type*

Dipasang di langit-langit ruangan.

- c. *Custom Floor Type*

Diletakkan di atas lantai tanpa ada pemasangan khusus.

- d. *Wall Mounted Type*

Dipasang menempel pada dinding.

Tiga jenis AC yang banyak di pasaran (Suptandar, 1982)¹³ :

a. *AC Window*

Biasanya digunakan di rumah-rumah yang dipasang pada dinding dengan batas ketinggian dari lantai yang tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah serta penyemprotan udara yang tidak mengganggu pengguna.

b. *AC Central*

Biasanya digunakan di perkantoran, supermarket, hotel dengan pengontrolan yang dilakukan dari suatu tempat.

c. *AC Split*

Bentuk dari AC ini hampir sama dengan *AC Window*, hanya peletakkannya yang mengikuti letak alat kondensator berada.

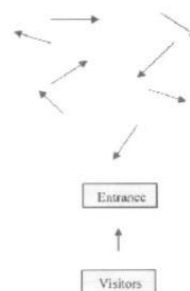
6. Sirkulasi Ruang

Sirkulasi untuk menciptakan komunikasi antara pengunjung dengan karya yang dipamerkan pada galeri tersebut sehingga pesan dari seni bisa terseampaikan baik kepada pengunjung.

Menurut *Time Saver Standards for Building Types* (1973), tipe sirkulasi yang dapat digunakan pada suatu ruang¹⁴ :

a. *Sequential Circulation*

Sirkulasi ini berbentuk ulir atau memutar yang pada akhirnya kembali menuju pusat *entrance* pada galeri tersebut.



Gambar 2. 10 Pola Jalur *Sequential Circulation*

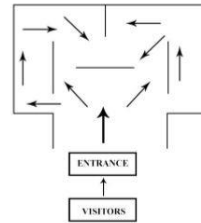
Sumber : De Chiara dan Dan Callender, 1973

¹³ Pamudji Suptandar. (1982). *Interior Design II*. Jakarta: Djambatan.

¹⁴ J. De Chiara dan J. Dan Callender. (1973). *Time-Saver Standards For Building Types*. Edisi Ke 2. New York: Mc Graw – Hill Book Company.

b. *Random Circulation*

Sirkulasi ini memberikan kebebasan bagi pengunjung untuk memilih jalurnya sendiri tanpa adanya ruang atau dinding pemisah ruang.

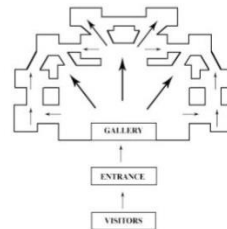


Gambar 2. 11 Pola Jalur *Random Circulation*

Sumber : De Chiara dan Dan Callender, 1973

c. *Ring Circulation*

Sirkulasi ini mempersilakan pengunjung untuk memilih 2 jalur sirkulasi yang berbeda untuk berkeliling dan pada akhirnya menuju ke pintu keluar dari suatu ruangan tersebut.

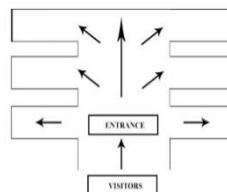


Gambar 2. 12 Pola Jalur *Ring Circulation*

Sumber : De Chiara dan Dan Callender, 1973

d. *Linear Bercabang*

Sirkulasi ini merupakan sirkulasi yang jelas karena pembagian peletakkan koleksi pada ruangan tersebut menjadi jelas dan teratur sehingga pengunjung merasa nyaman dan bebas melihat-lihat koleksi yang dipamerkan.



Gambar 2. 13 Pola Jalur *Linear Bercabang*

Sumber : De Chiara dan Dan Callender, 1973

2.2 TINJAUAN UMUM *CAFÉ*

2.2.1 Pengertian *Café*

Menurut Sugiarto (1996), *café* adalah usaha di bidang makanan yang menawarkan banyak jenis makanan atau makanan kecil pada para tamu dalam suasana yang tidak formal juga tidak terikat oleh peraturan dan biasanya beroperasi selama 24 jam¹⁵.

Menurut Marsum (2005), *café* adalah tempat untuk menikmati makanan dan minuman cepat saji yang biasanya menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar *café*. Kebanyakan *café* tidak menyajikan makanan berat, tetapi berfokus pada makanan ringan seperti roti, kue, sup, dan minuman¹⁶.

Kebanyakan *café* tidak menyediakan menu sebanyak restoran. Kebanyakan *café* menawarkan suasana relaksasi bagi para pengunjung dari rasa jenuh dan lelah.

2.2.2 Sejarah *Café*

Pada akhir abad ke-19, istilah *café* mulai diadopsi oleh kota-kota di Inggris dimana sebelumnya istilah *café* sering dijumpai di Negara Perancis. Istilah *café* berasal dari kata *coffee* yang memiliki arti kopi.

Menurut berbagai sumber sejarah, *café* pertama kali muncul di Eropa ditandai sebagai awal munculnya kesadaran kaum terpelajar dimana mereka menjadikan *café* sebagai tempat untuk berdiskusi.

Pada dasarnya, *café* memiliki arti kedai kopi (tempat untuk makan dan minum sambil menikmati hiburan. Tetapi seiring berkembangnya zaman, fungsi *café* tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman saja, tetapi juga untuk bersosialisasi dan mencari teman baru.

2.2.3 Fasilitas *Café*

Fasilitas pada *café* yaitu :

1. Fasilitas untuk Pengunjung
 - a. Tempat berkumpul

¹⁵ Endar, Sugiarto, dan Sri Sulartiningrum. (1996). *Pengantar Industri Akomodasi dan Restoran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

¹⁶ Marsum A.W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya, Edisi IV*. Yogyakarta: Andi.

- b. Tempat untuk menikmati makanan dan minuman terutama kopi
 - c. Tempat untuk mengadakan acara seperti nonton bareng
2. Fasilitas untuk Menunjang Kinerja Pegawai
 - a. Tempat untuk pengunjung memesan makanan dan minuman
 - b. Tempat untuk pengunjung membayar makanan dan minuman
 - c. Tempat untuk menyimpan bahan makanan dan minuman
 - d. Tempat untuk menyimpan alat makan dan minum
 - e. Tempat untuk membuat makanan dan minuman
 - f. Tempat untuk memajang produk makanan dan minuman
 3. Fasilitas untuk Pegawai
 - a. Ruang kerja kepala pegawai
 - b. Ruang kerja pegawai
 - c. Tempat penyimpanan barang pegawai

2.2.4 Aktivitas *Café*

Aktivitas pada *café* dapat dibedakan menjadi 3, yaitu :

1. Aspek Pengunjung
 - a. Pengunjung datang dan memesan hidangan
 - b. Setelah memesan, pengunjung membayar produk yang dipesan
 - c. Setelah membayar, pengunjung menunggu hidangan disiapkan
 - d. Setelah mendapat hidangan, pengunjung mencari tempat duduk
2. Aspek Penunjang Kinerja Pegawai
 - a. Pegawai melayani pengunjung yang memesan hidangan
 - b. Pegawai melayani pengunjung yang membayar hidangan
 - c. Pegawai membuat dan menyiapkan hidangan yang telah dipesan
3. Aspek Pegawai
 - a. Pegawai membuat laporan pengeluaran dan pendapatan *café*
 - b. Pegawai mengadakan rapat terkait kinerja *café*
 - c. Pegawai mengadakan pergantian jadwal kerja antar pegawai

2.2.5 Jenis Kegiatan pada *Café*

Jenis kegiatan pada *café* dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Konsumsi

Kegiatan pengunjung sebagai konsumen yang membutuhkan produk yang dijual pada *café* tersebut.

2. Rekreasi

Kegiatan untuk menikmati fasilitas pada *café* tersebut sehingga menimbulkan nyaman, segar, rileks, dan santai.

3. Pendidikan

Kegiatan ini terutama untuk kerja kelompok pelajar atau pertemuan bisnis atau perusahaan.

2.2.6 Organisasi Ruang pada *Café*

Di dalam perancangan ruang dalam dari sebuah *café*, organisasi ruang harus diperhatikan secara keseluruhan dimana setiap bagian harus mencerminkan konsep dari ruang tersebut. Pada fasilitas makan, umumnya dibagi menjadi 2 area, yaitu :

1. *The Front of the House* (area bagian depan yang langsung berhubungan dengan pengunjung), yaitu :

- *Entry and Waiting Areas*

Pintu masuk pada *café* merupakan transisi dari area luar dengan area dalam yang memberikan kesan pertama pengunjung terhadap *café* tersebut. Untuk area tunggu, digunakan untuk mengatasi keramaian di pintu masuk.

- *Dining Areas*

Pada area makan, harus memperlihatkan dengan jelas konsep yang akan diperlihatkan mulai dari bentuk, penataan, jumlah kapasitas, meja dan tempat duduk yang digunakan.

- *Restrooms*

Pada fasilitas makan, kamar mandi dengan fasilitas WC dan wastafel tentunya menjadi hal yang penting bagi karyawan maupun pengunjung *café* yang bisa diletakkan di bagian depan maupun di bagian belakang. Untuk ukuran dan jumlah kamar mandi, disesuaikan dengan jumlah kapasitas karyawan dan pengunjung.

2. *The Back of the House* (area belakang yang tidak berhubungan langsung dengan penjung), yaitu :

- *Kitchen*

Dapur terbagi menjadi 3 area, yaitu *hot-food preparation* (tempat untuk membuat makanan berat yang membutuhkan proses memasak), *cold-food preparation* (tempat untuk membuat makanan dingin seperti *dessert* atau *appetizer*), dan *preparation area* (tempat mencuci dan menyiapkan bahan makanan). Pada area ini, biasanya menggunakan material berbahan *stainless steel*, *fiberglass*, atau bahkan keramik juga menggunakan lampu *fluorescent* yang baik dan cocok digunakan untuk kegiatan di dapur.

- *Receiving Area*

Tempat ini untuk menerima barang-barang yang terhubung dengan *loading dock area*.

- *Warewashing Area*

Tempat ini untuk mencuci peralatan yang kotor dan sudah digunakan sehingga membutuhkan area kerja, area cuci, dan area untuk meletakkan peralatan yang telah dicuci bersih.

- *Food Storage Area*

Area ini terbagi menjadi 3 jenis, yaitu, *dry* (menyimpan peralatan umum), *refrigerated* (menyimpan bahan makanan), dan *frozen* (menyimpan makanan yang perlu dibekukan).

- *Office*

Tempat ini digunakan oleh *owner*, *manager*, dan *chef* untuk melakukan pekerjaannya dan untuk menyimpan berkas serta biasanya terletak jauh dari area publik.

2.2.7 Prinsip Perancangan *Café*

2.2.7.1 Persyaratan Umum

Menurut Baraban dan Durocher, perpaduan yang tepat antara elemen interior di dalam sebuah *café* sangat mempengaruhi keberhasilan *café*

itu sendiri¹⁷. Contohnya, perabot yang nyaman akan membuat pengunjung betah berlama-lama berada di *café* tersebut, begitu juga sebaliknya. Beberapa kriteria persyaratan *café* secara umum :

- a. Menarik perhatian
- b. Pencahayaan dan penghawaan yang baik dan cukup
- c. Ruang untuk sirkulasi yang lapang
- d. Adil bagi perokok dan non-perokok
- e. Desain furniture yang menunjukkan kekhasan dari sebuah *café*
- f. Tidak membuat pengunjung cepat bosan

2.2.7.2 Persyaratan Khusus

1. Elemen Interior

- Lantai

Lantai yang digunakan pada interior *café* harus dekoratif, dimana diharapkan lantai yang menggambarkan kenyamanan, kehangatan, dan ketenangan serta kebersihan juga menjadi pertimbangan (Lawson, 1976)¹⁸.

- Dinding

Dinding yang digunakan selain diperlukan perancangan struktur yang stabil juga diperlukan penerapan pola, tekstur, dan warna yang kuat yang akan mengundang perhatian pengunjung. Beberapa bahan yang biasa digunakan untuk dinding yaitu batu bata, kayu, dan *gypsum board*.

- *Ceiling*

Ceiling yang akan digunakan sebaiknya dipilih sesuai konsep dari *café* tersebut dengan menggunakan bahan yang mudah dibersihkan dan tidak mudah terbakar serta memiliki jangka waktu minimal 5 tahun (Suptandar, 1982)¹⁹.

¹⁷ Regina S Baraban dan Joseph F. Durocher. (2010). *Successful Restaurant Design*. John Wiley & Sons.

¹⁸ Fred Lawson. (1976). *Hotel Motels and Condominiums (Design Planning and Maintenance)*, First Publish Great Britain by The Architectural Press LTD, London.

¹⁹ Pamudji Suptandar. (1982). *Interior Design II*. Jakarta: Djambatan.

2. Sirkulasi dan Penataan Fasilitas Makan

Area sirkulasi merupakan area yang penting dan perlu diperhatikan dalam merancang sebuah *café*, terutama sirkulasi antara karyawan dengan pengunjung supaya tidak bersilangan. Bersilangan disini menyebabkan tabrakan atau saling menunggu antara karyawan dengan pengunjung. Hendaknya jalur sirkulasi dibuat lebar sehingga bisa dilewati karyawan sekaligus pengunjung atau pelayan memiliki jalur sirkulasi sendiri untuk menghindari tabrakan atau saling menunggu antara karyawan dengan pengunjung. Menurut Ching, ada beberapa jenis sirkulasi, antara lain²⁰ :

- *Linear Circulation*

Pola sirkulasi ini bisa berupa satu atau dua arah dengan pola yang sederhana dan pencapaian yang mudah dan praktis. Pola ini membuat pengunjung diarahkan ke satu tujuan dengan satu jalan dan pengunjung diharuskan melewati jalur tersebut.

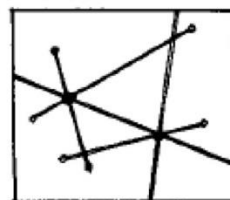


Gambar 2. 14 *Linear Circulation*

Sumber : DK Ching Form Space and Order, 2012

- *Network Circulation*

Pola sirkulasi ini dapat mengarah pada ruang yang dominan, berkembang ke segala arah, pengunjung bebas untuk memilih jalur yang akan mereka lewati sehingga mereka dapat bergerak bebas tanpa adanya dinding atau partisi pemisah.



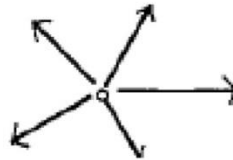
Gambar 2. 15 *Network Circulation*

Sumber : DK Ching Form Space and Order, 2012

²⁰ Ching, Francis D.K. (2012). *Architecture: Form, Space, and Order:Third Edition*. New York: John Wiley & Sons.

- *Radial Circulation*

Pola sirkulasi ini memiliki ciri-ciri seperti memiliki pusat ruang, berkembang ke semua arah, hubungan antar ruang begitu erat, dan membutuhkan luasan tapak yang luas. Pola radial memiliki jalur linier dari atau berakhir di titik pusat seperti menyebar dari satu titik atau memusat ke satu titik.

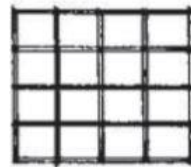


Gambar 2. 16 Radial Circulation

Sumber : DK Ching Form Space and Order, 2012

- *Grid Circulation*

Pola sirkulasi ini memiliki ciri-ciri seperti tidak memiliki pusat ruang, ke segala arah, terdiri dari dua jalur sejajar yang berpotongan pada interval reguler dan menciptakan area ruang berbentuk persegi panjang atau bujur sangkar.

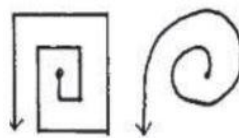


Gambar 2. 17 Grid Circulation

Sumber : DK Ching Form Space and Order, 2012

- *Spiral Circulation*

Pola sirkulasi ini memiliki ciri-ciri seperti mengelilingi pusatnya dengan bergerak melingkar, berawal dari suatu titik pusat, dan melewati jalur tunggal yang menerus berawal dari sebuah titik pusat.



Gambar 2. 18 Spiral Circulation

Sumber : DK Ching Form Space and Order, 2012

2.2.8 Aspek Perancangan *Café*

Dalam merancang sebuah *café* membutuhkan banyak pertimbangan agar *café* tersebut tidak hanya sekedar memberikan fasilitas *café* kepada masyarakat, tetapi juga memberikan penghargaan atau pencapaian yang baik yang meningkatkan nama baik dari *café* tersebut.

1. Aspek utama yang perlu diperhatikan mengacu pada Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 1098/MENKES/SK/VII/2003 Tentang Persyaratan *Hygiene* Sanitasi Rumah Makan dan Restoran²¹, yaitu :

a. Aspek Kenyamanan dan Keamanan

- Memiliki lahan parkir yang cukup

Fasilitas lahan parkir merupakan fasilitas pendukung yang penting dan tetap harus diperhatikan, karena lahan parkir merupakan kesan pertama pengunjung dalam mengunjungi suatu tempat. Pada area ini perlu diperhatikan yaitu jalur sirkulasi dan kapasitas kendaraan baik roda dua dan roda empat, jalur sirkulasi pejalan kaki, dan tata ruang lahan.

- Memiliki struktur yang kuat

Struktur yang kuat tentunya akan menciptakan selain keamanan juga kenyamanan. Pondasi, dinding, atap, maupun struktur lain yang kuat, tahan cuaca, dan tahan bencana alam perlu diciptakan pada suatu bangunan. Pemilihan struktur untuk menanggapi alam, lingkungan sekitar, keselamatan, keamanan, dan kenyamanan.

- Memiliki penghawaan yang cukup

Suhu yang cukup tentunya akan menciptakan kenyamanan agar semua kegiatan bisa berjalan dengan baik. Beberapa kriteria mengenai suhu sebuah *café* seperti suhu berkisar 18°C-20°C, kelembaban 40%-60%, dan tingkat pertukaran udara 25m³/jam.

- Memiliki pencahayaan yang cukup

²¹ Peraturan Menteri Kesehatan. (2003). Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1098/MENKES/SK/VII/2003 Tentang Persyaratan *Hygiene* Sanitasi Rumah Makan dan Restoran [Online Forum]. Retrieved from <http://pelayanan.jakarta.go.id/download/regulasi/keputusan-menteri-kesehatan-nomor-1098-menkes-sk-vii-2003-tentang-persyaratan-hygiene-sanitasi-rumah-makan-dan-restoran.pdf>

Sumber pencahayaan bisa berasal dari alam (sinar matahari) dan buatan (lampu). Pada pagi-siang hari, sinar matahari bisa masuk melalui bukaan-bukaan, maka dari itu desain bukaan juga harus diperhatikan, tidak membuat ruangan gelap dan tidak silau. Pada sore-malam hari, bisa menggunakan lampu sebagai sumber cahaya, juga harus yang menciptakan kenyamanan dengan intensitas cahaya yang cukup (tidak silau).

- Memenuhi standar akustika

Akustik dan *noise* harus mempertimbangkan 4 aspek :

- Pencegahan kebisingan dari luar ruang
- Pengurangan kebisingan dari dalam ruang
- Pencegahan kebisingan dari peralatan
- Nilai akustik seperti ruang musik/ arena panggung

Faktor lain yang mempengaruhi suara latar yaitu waktu (siang dan malam), situasi (kota dan lingkungan), karakter suara (tunggal atau campuran), kondisi (keakraban pada suara), dan perulangan (frekuensi perulangan).

b. Aspek Persyaratan *Hygiene*

Kebersihan merupakan sebagian dari iman, dan kebersihan merupakan faktor yang tak kalah penting harus diperhatikan dalam merancang sebuah *café*. *Hygienesanitation* perlu diupayakan untuk mencegah makanan, peralatan, pelaku, dan tempat yang berkemungkinan memiliki penyakit atau gangguan kesehatan. Maka dari itu, sebuah *café* membutuhkan fasilitas sanitasi dimana fasilitas itu memiliki fungsi untuk memelihara kualitas lingkungan dan mencegah berbagai faktor lingkungan yang bisa menyebabkan penyakit antara lain tempat sarana air bersih, wastafel, tempat sampah, saluran pembuangan limbah, kamar mandi, loker. Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan :

- Ruang dapur dengan peralatan dan *kitchen set* yang harus bersih
- Penggunaan ubin yang bertekstur, tidak licin, mudah dibersihkan
- Gudang bahan makanan yang perlu dijaga kebersihannya
- Pemisahan area pematangan daging mentah dengan area lain

2. *Café* yang berhasil tidak hanya memenuhi aspek-aspek diatas, tetapi juga aspek lain. Setelah beberapa aspek tersebut terpenuhi, berikut ini beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk mencapai keberhasilan sebuah *café* :
 - a. *Good Location and Parking Facilities*

Pemilihan lokasi yang strategis merupakan faktor penentu awal keberhasilan sebuah *café*. Kebanyakan lokasi yang strategis akan menentukan lanjut tidaknya usaha *café* tersebut. Selain itu, fasilitas parkir yang memadai juga mempengaruhi keberhasilan, fasilitas parkir dengan memperhatikan sirkulasi kendaraan dan pejalan kaki, serta pengolahan lahan yang membuat usaha *café* semakin maju.
 - b. *Good Atmosphere*

Suasana baru yang nyaman dan menyenangkan merupakan hal pertama yang dicari pengunjung saat mengunjungi sebuah *café*. Maka dari itu, suasana pada *café* merupakan faktor utama dan penting yang harus diperhatikan. Suasana yang nyaman dan menyenangkan bisa diciptakan dengan desain interior, penataan ruang, dan kebersihan.
 - c. *Good Foodsand and Driks*

Makanan dan minuman yang disuguhkan kepada pengunjung haruslah melalui penyimpanan bahan yang baik dan bersih, pengolahan yang baik dan bersih, peralatan yang baik dan berkualitas, dan tentunya menciptakan cita rasa yang enak.
 - d. *Good Pleasant and Couteous Service*

Tata cara penyajian makanan dan minuman dari dapur hingga ke meja pengunjung harus memuaskan karena hal tersebut memberikan sugesti kepada pengunjung jika tata cara penyajiannya baik dan berkualitas.
 - e. *Good Reputation*

Reputasi yang baik tentunya akan tetap menjaga nama baik dari keberhasilan dan kelanjutan dari *café* tersebut. Reputasi ini bisa didapat dari berbagai segi, seperti pemilihan lokasi, tempat parkir, suasana, makanan dan minuman, dan cara penyajiannya dimana masyarakat yang menilaiya.

2.3 TINJAUAN UMUM GUNPLA

2.3.1 Pengertian *Gunpla*

Gunpla dikenal dengan kepanjangan *Gundam Plastic Model* yang merupakan mainan *model kit gundam* (mainan yang dirakit) yang diadaptasi dari film *anime* yang berjudul *Mobile Suit Gundam* dan diproduksi oleh Bandai dimana Bandai tersebut sudah memiliki lisensi eksklusif di bidang manufaktur dan pemasaran di seluruh dunia.

Mainan *gunpla* ini dominan berbahan dasar plastik jenis polisterin yang kemudian harus dipotong terlebih dahulu sebelum dilakukan perakitan.

2.3.2 Sejarah *Gunpla*

Gundam pertama kali dikenalkan oleh Yoshiyuki Tomino dan Hajime Yatate dalam *anime* series *gundam* garapan mereka dengan judul *Mobile Suit Gundam* atau dalam bahasa Jepang dikenal dengan sebutan *Kidou Senshi Gandamu* yang pertama kali tayang di Jepang pada April, 1979. *Anime* ini memiliki 43 *episode* dengan pemeran robot *gundam* utama yaitu *Gundam RX-78*. *Anime series* ini juga diproduksi oleh Studio Sunrise Jepang²².

Anime Mobile Suit Gundam merupakan *film* dengan *genre* fantasi yang memiliki latar cerita peperangan politik antar negara dimana manusia menaiki robot untuk saling berperang. Karakter-karakter pada *film* tersebut tidak semata-mata manusia dan robot seperti pada umumnya, tetapi seperti manusia yang memiliki kekuatan super dari hasil eksperimen, robot yang memiliki kekuatan dari teknologi yang terlalu canggih.

Pihak Clover, perusahaan mainan Jepang yang saat itu yang menjadi sponsor *Anime Mobile Suit Gundam* tersebut sempat berniat untuk menghentikan produksi *film* tersebut pada episode 39 karena penjualan mainan *gundam* yang mereka produksi tidak sesuai yang mereka harapkan. Tetapi, pihak Studio Sunrise Jepang melakukan negosiasi dengan pihak Clover dan akhirnya diputuskan untuk tetap menamatkan *film* tersebut di episode 43.

²² Farahdina. (2016). *Gundam dan Tokusatsu*. hlm. 13-18.

Saat itu, pihak Clover memproduksi mainan *gundam* dalam bentuk *chogokin* (diambil dari kata *chougoukin* yang memiliki arti campuran logam super). Kata *chogokin* sendiri yaitu sebutan untuk mainan yang berwujud *action figure* yang berbahan dari metal. Mainan tersebut sudah dikenal di Jepang pada tahun 70an.

Pada tahun 1980, *Mobile Suit Gundam* mendapatkan sponsor baru yaitu Bandai, setelah kehilangan sponsor dari Clover. Bandai merupakan perusahaan mainan di Jepang yang menyelamatkan eksistensi dari mainan *Mobile Suit Gundam* tersebut dan sudah sangat terkenal hingga saat ini. Pihak Bandai memberikan terobosan dengan menjadikan model robot *gundam* menjadi *model kits* yang sering disebut dengan *gunpla*.

Mainan *gunpla* ini diproduksi dengan memiliki berbagai jenis tergantung bentuk, kualitas, *detail*, dan tingkat kesulitan saat merakitnya. Mainan ini berbahan dasar plastik dan membutuhkan alat perekat untuk menyatukan tiap komponen sehingga membentuk satu robot *gundam* seutuhnya. Karena berbahan dasar plastik, maka harga yang ditawarkanpun juga relatif murah, maka dari itu, mainan ini sangat diminati para penggemar *gundam*.



Gambar 2. 19 Gunpla Pertama, RX-78

Sumber : Farahdina, 2016

Anime Mobile Suit Gundam mulai dibuat dalam bentuk novel dan *manga* dimana diterbitkan tepat sebelum *anime series*-nya berakhir. Novel *gundam* terdiri dari 3 volume, sedangkan *manga* terdiri dari 2 *chapter* saja.

Pada tahun 1981, Sunrise membuat ulang *Mobile Suit Gundam* ke dalam bentuk *film theater* dimana dibagi menjadi 3 film trologi. Film tersebut lebih populer dibandingkan dengan versi *anime episode* sebelumnya. Hal ini juga disebabkan karena produksi mainan *gunpla* oleh Bandai yang juga laris di kalangan masyarakat. Akhirnya, masyarakat mulai penasaran dan tertarik dengan cerita *gundam* yang diangkat di *theater* tersebut dan mulai menaikkan popularitas *film* tersebut. Kesuksesan *Mobile Suit Gundam* tersu berlanjut dan *gundam* menjadi pelopor “*real robot genre*”.

Setelah selesai dengan pembuatan *film theater* tersebut, pihak studi Sunrise kembali membuat *anime gundam* dengan cerita dan karakter yang berbeda. *Series* pertama yang dibuat menyesuaikan dengan carita pertama, tetapi selebihnya dibuat dalam bentuk cerita yang berbeda. Meskipun berbeda, inti dari *anime* tersebut yaitu peperangan, dimana manusia menaiki sebuah robot yang dijadikan alat untuk bertempur melawan musuh. Hingga saat ini, *anime gundam* memiliki banyak *series* dalam bentuk *anime*, *manga*, dan novel.

Alasan *anime gundam* menduduki peringkat 4 dari 5 peringkat teratas penjualan *anime* di dunia yaitu penjualan ritel barang atas nama *gundam* pada tahun 2000 mencapai 5 milyar dollar dan pada tahun 2008 mencapai 50 milyar yen dimana penjualan tertinggi berasal dari mainan *model kits gundam* yang membuat *gunpla* memegang 90% dari pasar *model kits* di Jepang.

Saat ini, *gundam* sudah menjadi *icon* di Negara Jepang , buktinya *gundam* dengan skala 1:1 telah dibangun sebagai perayaan 30 tahun *gundam* dan telah dibuka untuk umum pada 11 Juli 2009 di Shiokaze Park Odaiba, Tokyo yang berhasil menarik 4 juta pengunjung. Pada bulan September 2009 diturunkan dan didirikan kembali pada bulan Juli 2010 di Kota Shiokaze dengan mengalami penambahan pada patung tersebut berupa *beam saber* dan cahaya yang keluar dari matanya yang terlihat seperti laser.

Selain dibuat sebagai mainan, ternyata ada rencana akan direalisikannya mainan *gundam* menjadi robot di dunia nyata. Ada beberapa kasus yang membahas realisasi dari mainan *gundam* ini. Pertama, pihak pemadam kebakaran Jepang menggunakan *gundam* untuk mempromosikan pemadam kebakaran Jepang di masa yang akan datang. Kedua, pihak MHI

(Mitsubishi Heavy Industry) mengadakan seminar di Jepang yang membahas syarat dan proses untuk membangun Gundam RX-78 oleh institusi tersebut. Ketiga, Mitsubishi juga telah membangun simulator konsep mobil dengan bentuk seperti *cockpit gundam*. Terakhir, pada tahun 2008, diadakan konferensi di Hiroshima yang membahas mengenai hubungan sains dan teknologi modern dunia.

Walaupun berasal dari sebuah *anime*, masyarakat Jepang yakin bahwa robot *gundam* bisa direalisasikan di dunia nyata karena pandangan mereka pada teknologi yang ada pada *gundam* yang tidak jauh dengan impian mereka.



Gambar 2. 20 Poster *Gundam* dan Pemadam Kebakaran Jepang

Sumber : Farahdina, 2016

2.3.3 Jenis-jenis Model Kits *Gunpla*

Mainan *gunpla* memiliki banyak jenis ukuran, skala, detail, material, dan tingkat kesulitan dalam perakitannya dibagi dari waktu mereka pertama kali diproduksi hingga saat ini, yaitu²³ :

1. *Gunpla* yang pertama kali diproduksi :
 - a. Skala 1/144 *Gundam*
Pertama kali dipasarkan pada Juli, 1980, memiliki tinggi 13-15cm, dengan harga 300 yen (setara dengan 30-45ribu rupiah).
 - b. Skala 1/100 *Gundam*
Pertama kali dipasarkan bersamaan dengan skala 1/144, memiliki tinggi 18cm, dengan harga 700 yen (setara dengan 70-85ribu rupiah).

²³ Farahdina. (2016). *Gundam dan Tokusatsu*. hlm. 21-27.

c. Skala 1/60 *Gundam*

Pertama kali dipasarkan pada Desember, 1980, memiliki tinggi 30cm, dengan harga 2000 yen (setara dengan 200-300ribu rupiah).

2. Karena minat masyarakat pada mainan *gunpla* yang meningkat, maka Bandai membuat versi baru dari *gunpla* dengan menambahkan *detail* dan tingkat kesulitan *gunpla*. Berikut ini jenis *gunpla* dari versi baru hingga saat ini :

a. SD (*Super Deformed*)

Gunpla ini memiliki ukura terkecil dibanding ukuran lainnya. Jenis ini memiliki ketinggian hanya sekitar 8-10cm. Kekurangan dari *gunpla* ini yaitu pose yang monoton (tidak bisa diubah-diubah sesuai keinginan). Hal ini dikarenakan *gunpla* tersebut tidak memiliki bagian sendi yang fleksibel. *Gunpla* ini menonjolkan sisi imut dan lucu sehingga banyak digemari oleh anak-anak perempuan yang tidak suka kerumitan. Versi ini dibanderol di pasaran dengan harga sekitar 70-200ribu rupiah.



Gambar 2. 21 SD Gundam

Sumber : mygundamtricks.com

b. HG (*High Grade*)

Gunpla ini dipasarkan pada Maret, 1990, untuk memperingati 10 tahun *gunpla* yang menjadi versi standar hingga saat ini. Jenis ini memiliki ketinggian sekitar 13-18cm dengan skala 1/144. Versi ini cocok bagi pemula karena bentuknya yang sederhana dan dengan artikulasi yang sederhana. Detail pada versi ini bisa menggunakan *sticker* tambahan

untuk membuat detail menjadi lebih terlihat keren. Versi ini dibanderol di pasaran dengan harga sekitar 120-400ribu rupiah.



Gambar 2. 22 HG Gundam

Sumber : mygundamtricks.com

c. *RG (Real Grade)*

Gunpla ini keluar pada tahun 2010 yang merupakan pengembangan dari versi MG, tetapi dengan skala yang lebih kecil. Ukuran dari RG sama dengan versi HG hanya tingkat desain yang lebih detail dibanding versi HG. Tingkat kesulitan RG sama dengan MG tetapi dengan *parts* yang lebih kecil dibanding MG. Versi ini dibanderol di pasaran dengan harga sekitar 300-600ribu rupiah.



Gambar 2. 23 RG Gundam

Sumber : mygundamtricks.com

d. MG (*Master Grade*)

Gunpla ini dipasarkan pada tahun 1995, untuk memperingati 15 tahun *gunpla*. Versi MG mengalami 4 kali perubahan dan penambahan pada tahun 2000, 2002, 2007, dan 2008 agar *gunpla* terlihat lebih nyata. Jenis ini memiliki ketinggian sekitar 17-19cm dengan skala 1/100. Merakit *gunpla* versi ini membutuhkan waktu lebih lama karena memiliki ukuran yang lebih besar dibanding versi sebelumnya dan memungkinkan perakit melakukan pengecatan sendiri dalam merakit sesuai imajinasi masing-masing. Versi ini dianjurkan bagi yang menyukai tantangan dan lebih sabar. Versi ini dibanderol di pasaran dengan harga sekitar 400ribu-1juta rupiah.



Gambar 2. 24 MG Gundam

Sumber : mygundamtricks.com

e. PG (*Perfect Grade*)

Gunpla ini dipasarkan pada tahun 1998. Jenis ini memiliki ketinggian sekitar 30cm dengan skala 1/60. Tingkat kesulitan dari merakit PG bisa dilihat dari *parts* yang berjumlah lebih dari 1000 *parts* dan perlu skrup kecil untuk mengencangkan beberapa bagian persendian. Selain dari banyaknya *part* yang menjadikan harga dari versi ini yaitu beberapa bagian yang berbahan besi, aksesoris dan senjata dari bahan metal, dan biasanya memiliki LED yang bisa dipasang kabel di dalam mainan tersebut sehingga *gunpla* dapat bersinar seperti yang ada pada *anime*.

Meskipun dibanderol di pasaran dengan harga yang sekitar 1,5-3juta rupiah, tetapi versi PG ini tidak kehilangan penggemar, karena ada kenikmatan tersendiri ketika merakit *gunpla* dengan ukuran yang besar dan detail yang keren.



Gambar 2. 25 PG Gundam

Sumber : mygundamtricks.com

f. Mega Size

Gunpla ini keluar pada tahun 2010. Jenis ini memiliki ketinggian sekitar 40cm dengan skala 1/48. Perbedaan *gunpla* ini dengan yang lainnya yaitu tidak adanya bagian yang perlu dilepas menggunakan alat, cukup menggunakan tangan sehingga dalam proses merakitnya menjadi praktis. Versi ini cocok bagi permula yang senang dengan *gunpla* tetapi tidak ingin repot merakit. Versi ini dibanderol di pasaran dengan harga sekitar 800ribu-1juta rupiah.



Gambar 2. 26 Mega Size Gundam

Sumber : mygundamtricks.com

g. HGUC (*High Grade Universal Century*)

Gunpla ini keluar pada tahun 2001. Jenis ini memiliki skala 1/144 yang dikembangkan dengan teknik *molding injection* yang lebih modern sehingga desain *gunpla* menjadi lebih halus. Versi ini dibanderol dengan harga sekitar 150-450ribu rupiah.



Gambar 2. 27 HGUC Gundam

Sumber : unicorn-toys.com

h. RE/100 (*Reborn-one Hundred*)

Gunpla ini merupakan produk keluaran baru pada tahun 2014. RE/100 memiliki skala 1/144 yang memiliki kualitas lebih baik daripada HG, tetapi kualitas yang tidak lebih baik daripada RG dan MG. Hal tersebut

membuat konsumen kecewa dengan kehadiran produk ini yang tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan yang berkisar 900ribu rupiah.



Gambar 2. 28 RE/100 Gundam

Sumber : unicorn-toys.com

i. NG (*No Grade*)

No Grade merupakan sebutan atau istilah bagi para penggemar *gunpla* karena Bandai tidak memberi nama pada *gunpla* ini. Jenis ini memiliki ukuran yang sama dengan HG hanya perbedaannya pada *gunpla* ini yang tidak memiliki rangka dalam sehingga menjadikan *gunpla* ini memiliki ruang gerak yang sedikit bahkan hampir tidak bis digerakkan. Versi ini dibanderol di pasaran dengan harga sekitar 200ribu rupiah.



Gambar 2. 29 No Grade Gundam

Sumber : unicorn-toys.com

2.3.4 Komunitas *Gunpla*

Bisa bergabung dengan suatu komunitas penggemar/ pecinta mainan yang disukai sungguh menyenangkan dan memiliki banyak manfaat, seperti bisa mendapatkan informasi lebih mengenai mainan tersebut, bisa saling barter (saling bertukar koleksi), bisa saling bertukar pikiran mengenai mainan yang sedang digeluti, bisa saling jual-beli mainan yang *limited edition*, dan bisa mendapatkan banyak teman/ relasi sehingga rasa semangat terhadap hobi yang sedang digeluti bisa meningkat. Kegiatan yang sering dilakukan oleh sebuah komunitas dalam mengadakan acara *gathering* yaitu seperti fotografi *gunpla*, lelang *gunpla*, lomba merakit *gunpla*, dan masih banyak lagi.

Di Indonesia, para pecinta mainan *gunpla* mulai menggemari bahkan mengoleksi dari pertama kali mainan *gunpla* ini muncul hingga masa sekarang, dan bukannya presentase menurun tetapi justru semakin meningkat. Munculnya serial animasi juga membuat *gunpla* semakin terkenal. Maka dari itu terdapat banyak komunitas resmi dan sudah terkenal yang berisikan para pecinta *gunpla*. Komunitas tersebut terdapat di beberapa kota-kota besar seperti Bandung, Surabaya, Semarang, dan Yogyakarta.

GBA (Gundam Bandung Advance) begitulah sebutan dari komunitas resmi pecinta *gunpla* yang berada di Kota Bandung. Komunitas ini terbentuk pada bulan Oktober 2013 yang beranggotakan lebih dari 2000 orang, 90% berasal dari Bandung dan sisanya berasal dari luar Bandung. Awal mula komunitas ini terbentuk karena para penggemar *gunpla* membutuhkan wadah yang bisa untuk berbagi info seputar *gunpla*. Jadwal rutin yang biasa diselenggarakan GBA yaitu setiap bulan sekali seperti lomba merakit *gunpla*, lomba menghilangkan *nubmark*, lomba mengecat, dan masih banyak lagi. GBA juga pernah diliput oleh Bandung TV dan Trans 7. Selain diliput, GBA juga diundang untuk mengisi acara yang berhubungan dengan Jepang²⁴.

²⁴ Dian Rosadi. (2015, November 15). *Ini Komunitas Penggemar Robot Gundam di Bandung* [Online Forum]. Retrieved from <https://www.merdeka.com/peristiwa/ini-komunitas-penggemar-robot-gundam-di-bandung.html>

Ini Komunitas Penggemar Robot Gundam di Bandung

Minggu, 15 November 2015 15:46
Reporter : Dian Rosadi



Komunitas robot Gundam. ©2015 Merdeka.com/Dian Rosadi

Gambar 2. 30 Komunitas *Gunpla* Bandung (GBA)

Sumber : merdeka.com

Selain Bandung yang memiliki GBA, Surabaya juga memiliki AGS (Arek Gunpla Surabaya) sebagai komunitas pecinta *gunpla* yang berdiris sejak 10 Mei 2013. AGS memiliki visi yaitu merangkul teman-teman pecinta *gunpla* di Surabaya dan misi yaitu memperkenalkan *gunpla* pada warga Surabaya dan sekitarnya serta berusaha membawa anggotanya mengikuti GBWC (*Gunpla Builders World Cup*). AGS ini sering muncul di *event-event* yang berlangsung di Surabaya dan juga memiliki jadwal *gathering* satu bulan sekali²⁵.

Single Focus

Arek Gunpla Surabaya Jatuh Cinta Pada Gunpla Gara-gara Serial Animasinya

Senin, 19 November 2018 20:00



Komunitas Arek Gunpla Surabaya rutin menggelar pertemuan di mall, kafe maupun lokasi yang disepakati anggotanya. Komunitas ini juga pernah ditegur security mall karena terlalu banyaknya anggota yang berkumpul dan memadat area foodcourt sebuah mall di Surabaya.

Gambar 2. 31 Komunitas *Gunpla* Surabaya (AGS)

Sumber : surabaya.tribunnews.com

²⁵ Delya Octovie. (2018, November 19). *Arek Gunpla Surabaya Jatuh Cinta Pada Gunpla Gara-gara Serial Animasinya* [Online Forum]. Retrieved from <https://surabaya.tribunnews.com/2018/11/19/arek-gunpla-surabaya-jatuh-cinta-pada-gunpla-gara-gara-serial-animasinya>

Semarang, merupakan kota yang juga memiliki komunitas pecinta *gunpla*. Nama komunitas tersebut yaitu GUNS (Gunpla Semarang). Dunia *gundam* di Semarang ternyata dikenal secara luas, maka dari itu, komunitas GUNS mengakomodasi ratusan pecinta *gunpla* dari berbagai usia. Komunitas yang didirikan sejak 31 Desember 2011 memiliki pendiri bernama Decky Chandra Christian Hanindita. Dahulu terbentuk hanya karena iseng, tetapi lama kelamaan semakin berkembang karena antusias dari anak-anak yang suka mainan *gunpla* berkumpul di toko milik Decky sekaligus sebagai pemilik toko Unicorn Toys yang menjual *gunpla*. Setiap tahun, GUNS sering diminta mengisi *event* pameran di Semarang dan mengadakan lomba yang berhubungan dengan *gunpla*²⁶.



Gambar 2. 32 Komunitas *Gunpla* Semarang (GUNS)

Sumber : radarsemarang.com, 2016

Kota Yogyakarta juga memiliki komunitas pecinta *gunpla* yang bernama GUNJO (Gundam Jogja) yang berdiri dari awal tahun 2015. Dikarenakan adanya toko Unicorn Toys cabang Jogja yaitu Unicorn Jogja yang membuat banyak kalangan muda mulai mengenali, menggemari, bahkan mengoleksi mainan *gunpla* tersebut, maka didirikannya komunitas tersebut. GUNJO juga sering mengadakan *gathering* dan mengisi *event-event* yang

²⁶ Anonim. (2016, March 24). *Semakin Rumit Perakitan Semakin Menantang* [Online Forum]. Retrieved from <https://radarsemarang.jawapos.com/2016/03/24/semakin-rumit-perakitan-semakin-menantang/>

berhubungan dengan Jepang yang diadakan di Yogyakarta. Komunitas ini memiliki grup online di website *facebook* dan masih aktif hingga tahun 2019²⁷.



Gambar 2. 33 Komunitas *Gunpla* Jogja (GUNJO)

Sumber : facebook.com

2.3.5 Kebutuhan Komunitas *Gunpla*

Sebuah komunitas tentunya membutuhkan fasilitas dimana mereka bisa bertemu, saling bertukar pikiran, menjalin keakraban, bertemu teman baru, bahkan bisa berjualan barang yang digeluti di komunitas tersebut. Komunitas *gunpla* tentunya juga membutuhkan fasilitas tersebut dimana fasilitas tersebut dilengkapi dengan beberapa ruang yang menunjang berbagai kegiatan pada komunitas tersebut, antara lain²⁸ :

1. *Exhibition Room*

Ruang ekshibisi merupakan ruangan yang digunakan untuk memamerkan karya, produk, barang seni untuk menarik minat pengunjung.



Gambar 2. 34 Ruang Eksibisi

Sumber : pinterest.com

²⁷ GUNJO. (2015). *Gundam Jogja – GUNJO* [Facebook Status Update]. Retrieved from https://www.facebook.com/pg/Gundam-jogja-GUNJO-114012372278617/about/?ref=page_internal

²⁸ Yoas Tri Purboyo. (2015). *Diecast Café and Gallery*. Yogyakarta (ID): Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

2. *Meeting Room*

Menurut Fred Lawson, *'meeting room is defined as an assembly some common object or for the change of ideas, news and formation or common interest'*²⁹. Pada pernyataan tersebut, memiliki arti bahwa ruang pertemuan merupakan ruangan yang digunakan untuk kegiatan tertentu yang membicarakan masalah umum atau sesuatu yang menarik.



Gambar 2. 35 Ruang Pertemuan

Sumber : flickr.com

3. *Workshop Room*

Ruang kerja merupakan wadah/ ruangan yang digunakan untuk memproduksi sesuatu atau memperbaiki karya. Ruang *workshop* terbagi menjadi 3 kelompok kegiatan :

- Ruang modifikasi
Kegiatan yang biasanya dilakukan di ruangan ini yaitu merakit, mengecat, dan memberikan *decal* pada mainan *gunpla*. Biasanya juga memodifikasi mainan *gunpla* menjadi jenis yang berbeda.
- Ruang diorama
Kegiatan yang biasanya dilakukan di ruangan ini yaitu kegiatan yang membuat mainan *gunpla* akan terasa lebih nyata dengan diberi tambahan seperti *hangar*, *pilot*, dan banyak komponen daratan.
- Ruang fotografi

²⁹ Fred Lawson. (1981). Conference, Convention and Exhibition Facilities. The Architectural Press, London.

Kegiatan yang biasanya dilakukan di ruangan ini yaitu memotret (mengambil gambar) dari objek yang akan difoto biasanya untuk arsip pribadi atau di unggah ke media sosial.



Gambar 2. 36 Ruang Kerja

Sumber : reddit.com

4. *Mini Shop/Retail*

Retail merupakan toko yang kegiatannya menjual berbagai macam barang secara langsung pada konsumen, dan biasanya barang yang dijual disusun dengan rapi. *Retail* merupakan fasilitas pendukung selain membantu pecinta atau kolektor mencari benda yang diinginkan, juga untuk mencari penghasilan tambahan untuk komunitas dari barang-barang yang dijual.



Gambar 2. 37 Ruang Belanja

Sumber : lifestyle.kompas.com

5. *Office Room*

Setiap komunitas pasti ada para pendiri dan pengelola. Ruangan kantor biasanya digunakan untuk kegiatan para pengelola untuk membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan *gunpla*, entah menambah koleksi, menjual koleksi, rencana kedepan, *event* yang akan berlangsung, dan lain-lain.



Gambar 2. 38 Ruang Kantor

Sumber : google.com

6. *Event Room*

Selama ini ada beberapa *event* seperti lomba merakit *gunpla* yang diselenggarakan di Indonesia. Betapa praktis dan menyenangkan ketika dilengkapi ruangan dengan fasilitas untuk diadakannya *event* sederhana.



Gambar 2. 39 Ruang Event

Sumber : beckycustomizer.com

2.4 STUDI KOMPARASI

2.4.1 Deskripsi Bangunan Iconic Gelato & Bistro

Perkembangan *café* dari zaman ke zaman tentunya semakin modern, dilihat dari desain eksterior maupun interior, makanan dan minuman yang disajikan yang mulai bervariasi, fasilitas yang semakin canggih dan modern, bahkan mengalami penambahan fungsi, yang tadinya berfungsi hanya untuk *café*, sekarang dilengkapi dengan fungsi untuk galeri. Jadi, sebuah bangunan yang memiliki multi-fungsi, yaitu *café* sekaligus galeri.

Di Yogyakarta baru-baru ini muncul suatu bangunan dengan fungsi ganda, yaitu *café* sekaligus galeri. Nama bangunan tersebut yaitu *Iconic Gelato & Bistro Anime*. Bangunan ini terletak di Jalan Magelang km 5,8 di sebelah Kangen Boutique dan Jogja City Mall dan juga baru dibuka pada Februari 2018. Bangunan ini menjadi ikon yang akan memanjakan penikmat kuliner dan pecinta *action figure superhero*³⁰.



Gambar 2. 40 Icon dari Iconic Gelato & Bistro Jogja

Sumber : iconicjogja.co.id

Selain memiliki fasilitas galeri yang memamerkan *action figure* yang bertemakan *superhero* (*Marvel* seperti *Avengers* dan *X-Men*, *DC* seperti

³⁰ Hotelopedia. (2018, July 22). *Nongkrong Kulineran Dikelilingi Superhero di Iconic Gelato & Bistro* [Online Forum]. Retrieved from <https://hotelopedia.id/2018/07/nongkrong-kulineran-dikelilingi-superhero-di-iconic-gelato-bistro/>

Justice League, Star Wars, dan masih banyak *superhero* lagi), juga memiliki fasilitas *café* yang menyediakan menu *Western-Asian Fusion*.

2.4.2 Desain Eksterior dan Interior Iconic Gelato & Bistro

2.3.2.1 Desain Eksterior

Iconic Gelato & Bistro bisa disebut *Toys Gallery* dan *Café*. Desain eksterior bangunan yang menerapkan banyak bentuk kotak dan didominasi menggunakan warna hitam. Bentuk bangunan ini menganut arsitektur modern, diterapkan pada bangunan ini.



Gambar 2. 41 Eksterior Iconic Gelato & Bistro Jogja

Sumber : iconicjogja.co.id

2.3.2.2 Desain Interior

Interior Iconic yang terbagi menjadi 3 bagian yaitu bagian *café* (untuk memesan makanan dan minuman), *connecting room* (ruang peralihan antara *café* dengan galeri), dan *toys gallery* (rungan yang memajang berbagai macam mainan).

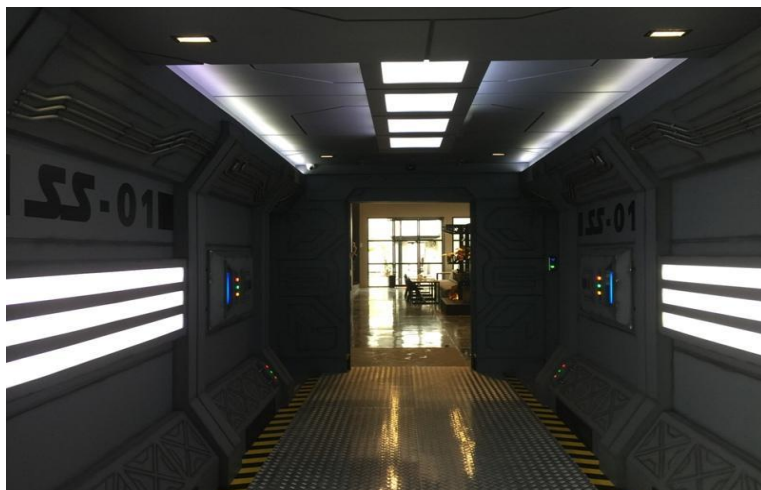
Setelah melewati ruang luar (halaman dan parkir) dan akan masuk ke ruangan dalam, ruangan pertama yang menyambut dan ditemui setelah *entrance* yaitu area *café* yang *instagrammable*. Di ruangan ini belum dimunculkan *action figure superhero* yang menjadi konsep bangunan ini. Pengunjung diberi kebebasan dimana mereka akan menikmati fasilitas yang ada.



Gambar 2. 42 Interior Café

Sumber : iconicjogja.co.id

Hal yang sungguh mengejutkan yaitu berada pada *connecting room* (ruangan penghubung) dengan dilengkapi *connecting door* (pintu penghubung) yang di desain dengan konsep interior dan desain pintu ala *Star Wars* yang menggambarkan suasana luar angkasa yang membuat pengunjung merasa sedang berada di pesawat *Stars Wars*. Sungguh sebuah peralihan ruangan yang unik, seolah-olah pengunjung diantar ke dimensi lain.



Gambar 2. 43 Connecting Room

Sumber : duniaku.net



Gambar 2. 44 Connecting Door

Sumber : iconicjogja.co.id

Toys Gallery merupakan ruangan yang sangat digemari pengunjung dan merupakan ruangan ketiga yang bisa diakses publik setelah melewati *café* dan *connecting room*. Di ruangan ini, pengunjung bisa menikmati menu sambil melihat-lihat puluhan bahkan ratusan koleksi *action figure* yang diadaptasi dari berbagai macam *film*. Tata cara *display*, tata letak perabot, pemilihan material, pencahayaan dan penghawaan sangat diperhatikan di ruangan ini.



Gambar 2. 45 Interior Toys Gallery

Sumber : hotelopedia.id

Ratusan koleksi mainan *action figure* ini dipamerkan menggunakan dua cara, yaitu dengan cara *in show case* dan *vitrine* lantai. Mainan-mainan yang dipamerkan dengan dimasukkan ke dalam lemari kaca dilengkapi dengan *display* gambar diatas lemari tersebut yang menunjukkan mainan *superhero* apa yang dipamerkan pada lemari bawahnya yang tentunya semakin artistik. Sedangkan teknik *vitrine* lantai, menggunakan miniatur dari suatu lokasi yang membuat *action* dari mainan-mainan tersebut semakin nyata.



Gambar 2. 46 Sistem *Display In Show Case*

Sumber : duniaku.net



Gambar 2. 47 Sistem *Display Vitrine Lantai*

Sumber : iconicjogja.co.id

2.4.3 Unsur Perancangan Iconic Gelato & Bistro

Selain membuat *café* untuk tempat nongkrong yang asik dan sensasi unik dengan menonjolkan konsep *superhero*, beberapa unsur juga diperhatikan dalam merancang Iconic Gelato & Bistro ini, yaitu³¹ :

1. Unsur Industrial

Pengaplikasian unsur industrial bisa dilihat dari desain interiornya. Seperti penggunaan unsur besi dan kayu pada meja dan kursi, penggunaan lampu gantung, penggunaan warna kuning pada kap lampu yang memberikan kesan cerah, penggunaan banyak warna hitam dan abu-abu gelap khas gaya industrial, juga terdapat pipa saluran besar pada langit langit. Unsur industrial sangat terlihat dan cocok dengan konsep *superhero* yang identik dengan hal-hal yang berkaitan dengan industri.



Gambar 2. 48 Lampu Gantung dan Kap Lampu Gantung

Sumber : media.rooang.com



Gambar 2. 49 Meja, Kursi, dan Pipa

Sumber : iconicjogja.co.id

³¹ Niyasyah. (2018, June 4). *Iconic Gelato & Bistro, Kafe Instagramable Yang Jadi Markasnya Superhero* [Online Forum]. Retrieved from <https://media.rooang.com/2018/06/iconic-gelato-bistro-kafe-jogja-instagramable/>

2. Unsur Alam

Meskipun menggunakan konsep perancangan yang kekinian, dimana segala sesuatu mengandalkan teknologi canggih, penggunaan unsur alam tetap diperhatikan dalam merancang bangunan tersebut. Contohnya penggunaan tanaman pot yang disusun vertikal yang ditempel pada salah satu dinding untuk menghemat *space* dalam ruangan, untuk mengefisiensikan ruang.



Gambar 2. 50 Tanaman Vertikal

Sumber : media.rooang.com

2.4.4 Fasilitas pada Iconic Gelato & Bistro

Iconic Gelato & Bistro selain menyediakan fungsi *café* dan galeri, juga menyediakan fungsi pendukung lainnya, seperti tempat parkir motor dan mobil, ruangan ber-AC, dan toilet.