

# Implementasi Pengalaman Panca Indra pada Interior Restoran Bentoya di Surabaya

Livia Stefany , Sriti Mayang Sari, Stephanie Melinda Frans  
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

*E-mail:* m41413039@john.petra.ac.id; sriti@petra.ac.id; stephanie.frans.sf@gmail.com

**Abstrak**— Indra penglihatan umumnya memainkan peran yang paling dominan dalam interior, seperti warna, material, bentuk, pencahayaan, dan lain-lain. Namun indra lainnya seperti bau, pendengaran, *haptic* cenderung kurang diperhatikan. Tanpa desain sensorik non-visual, pengalaman pengunjung tidak bisa maksimal. Karena sensasi sensorik non-visual dapat memperkuat persepsi visual pengunjung. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami mengenai pentingnya peranan indra sebagai salah satu instrumen untuk mengalami ruang. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan acuan dasar teori menurut Joy Monice Malnar dan mengambil studi kasus restoran Bentoya yang berada di lima mall di Surabaya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman panca indra ternyata memiliki peran besar bagi manusia dalam mengalami ruang. Secara keseluruhan, terdapat beragam pengalaman yang melibatkan berbagai indra pada ruang interior di restoran Bentoya. Pengalaman yang beragam dirasakan pengunjung melalui penerapan elemen-elemen khas Jepang yang diterapkan pada tiap restoran Bentoya, mulai dari lantai, dinding, plafon, hingga elemen dekoratif.

**Kata Kunci**— Indra, Interior, Pengalaman Ruang, Panca Indra, Sensori

**Abstrac**— The sense of vision commonly plays the most dominant role in interior, such as color, material, shape, lighting, and others. However other senses such as smell, auditory, haptic are typically less considered. Without the design of non-visual sensory, customers' could not feel maximum experience. This is due to non-visual sensory sensation that enhances visual perception of customers. The aim of this study is to understand the importance of the role of the senses as one of the instruments to experience space. The method used is the qualitative descriptive method based on the theory of Joy Monice Malnar and adopts the case study of Bentoya restaurants that are located in 5 malls throughout Surabaya. According to the analysis, it can be concluded that the experience of senses plays a prominent role for humans to experience space. Overall, there are various experiences that involve many of the senses in the interior of Bentoya restaurant. Customers go through various experiences through the implementation of distinctive Japanese elements in every Bentoya restaurant, starting from the floors, walls, ceiling, until the decorative elements. Haptic in theory is referred as the most influential sense in experiencing space, which is evident in the case study with various experience that could be felt by the body, be it directly or beginning with the other senses first. For example, the elements of wood and bamboo can be experienced through visual, auditory and haptic senses.

**Keyword**—Senses, interior, experiencing space, the senses, sensory

## I. PENDAHULUAN

KETIKA berbicara mengenai pengalaman ruang, aspek visual selama ini selalu dijadikan parameter utama dalam mengalami dan memahaminya. Dalam praktik interior, penglihatan umumnya memainkan peran yang paling dominan, seperti warna, material, cahaya, bentuk, dan ukuran, namun indra lainnya seperti bau, pendengaran, *haptic*, hampir tidak dianggap. Menurut Pallasmaa [1] kecenderungan tersebut dianggap merupakan perkembangan paradigma okulasentris, dimana penglihatan dianggap sebagai tumpuan utama dalam mengalami dan memahami ruang serta menjadi pertimbangan utama dalam desain. Padahal manusia sebagai makhluk hidup memiliki indra-indra lain selain mata yang juga sebenarnya mengalami dunia ini, termasuk ruang interior dan arsitektural, melalui seluruh indra tersebut [1].

Tanpa desain sensorik non-visual, pengalaman interior tidak bisa maksimal. Sensasi non-visual dapat memperkuat persepsi visual, dan memberikan identitas yang berbeda untuk ruang interior. Pengunjung datang ke restoran tidak hanya untuk menikmati makanan, tapi juga untuk bersosialisasi, melakukan negosiasi bisnis, dan aktivitas sosial lainnya. Restoran harus dapat menawarkan fungsi tidak hanya sebagai ruang makan, tapi juga ruang keluarga, ruang *meeting*, bahkan ruang untuk hiburan.

Seperti yang disebutkan oleh Pitaya [2], rahasia sukses restoran adalah fokus membuat pelanggan *happy* sejak pertama kali datang ke restoran, saat menikmati suasana dan hidangan di dalamnya, hingga mereka pulang dengan hati senang. Oleh karena itu, merupakan tanggung jawab perusahaan dan desainer untuk memahami preferensi pelanggan dan menerapkan prinsip-prinsip tertentu untuk memenuhi keinginan tersebut. Sebuah ruang makan yang mengesankan dan menguntungkan sangat penting bagi pemilik restoran untuk bertahan dalam pasar yang kompetitif.

Bentoya merupakan *Japanese Family Restaurant* yang menggunakan sentuhan khas budaya Jepang *modern*, memiliki berbagai menu makanan yang sesuai untuk dinikmati oleh masyarakat, dan memiliki suasana ruang yang nyaman untuk tempat berkumpul baik di kalangan anak muda hingga dewasa. Ketatnya persaingan dalam industri restoran tetap membuat

restoran Bentoya bertahan dan tetap ramai dengan pengunjung setiap hari. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk menjadikan Bentoya sebagai objek penelitian terkait dengan bagaimana penerapan tiap elemen desain restoran dapat membentuk pengalaman pengunjung melalui panca indra.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami mengenai pentingnya peranan indra sebagai salah satu instrumen untuk mengalami ruang dan faktor-faktor yang terkait. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui pengalaman panca indra pengunjung dalam interior restoran Bentoya Surabaya.

## II. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian kualitatif [3] adalah penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll.

Arikunto [4] mengemukakan bahwa pendekatan studi kasus sebagai salah satu jenis pendekatan deskriptif, yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu gejala tertentu dengan daerah atau subjek yang sempit.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi langsung pada kelima restoran Bentoya, wawancara terhadap pihak Bentoya dan pengunjung, studi literatur terkait dengan pengalaman panca indra, dan dokumentasi berupa foto di lima Restoran Bentoya di Surabaya.

Analisis data didasarkan pada acuan dasar teori panca indra menurut Malnar & Vodvarka [5]. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Data yang diperoleh akan diolah dalam bentuk paragraf dan tabel yang menjelaskan hasil analisis elemen interior pada Restoran Bentoya dan pengaruhnya terhadap panca indra pengunjung.

Ruang lingkup masalah untuk penelitian ini menggunakan acuan dasar dari buku Joy Monice Malnar [5] dikarenakan bahasan dari sumber tersebut mengenai pengalaman sensori sehingga sesuai dengan peneliti butuhkan untuk penelitian terkait dengan pengalaman panca indra pada restoran Bentoya di Surabaya.

## III. HASIL & ANALISIS

Analisis ini menggunakan acuan dasar dari teori Malnar & Vodvarka dalam buku *Sensory Design* terkait panca indra yang terdiri dari lima aspek, yaitu visual, penciuman (*olfactory*), pendengaran (*auditory*), peraba (*tactile*), dan rasa (*taste*). Aspek panca indra terdiri dari beberapa variabel kategori yaitu antara lain [5] :

- Visual : ornamen & skala, pencahayaan, warna
- Penciuman : bau & aroma
- Pendengaran : kebisingan & *background music*
- Rasa : Kesesuaian rasa dengan indra lainnya.
- Peraba : *touch (active & unconscious)*, suhu.

Analisis data dibuat dalam bentuk paragraf dan tabel.

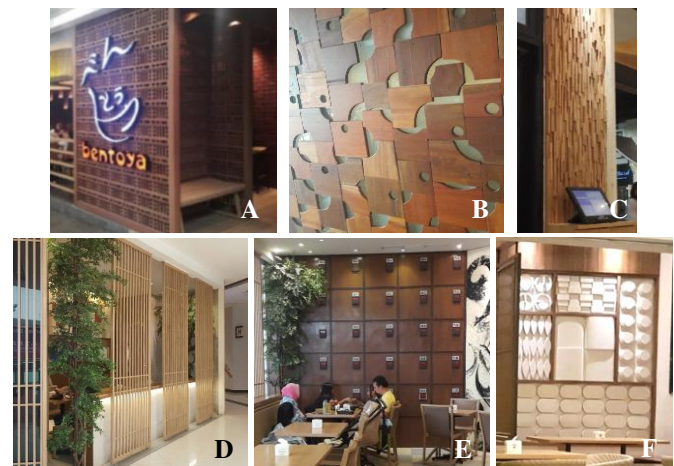
Paragraf memberikan analisis penjabaran lebih rinci terkait dengan pengalaman lima panca indra. Analisis dijabarkan dengan menyertakan acuan dasar teori dan pengalaman pengunjung. Setelah melakukan analisis per aspek indra penulis membuat komparasi hasil analisis yang dibuat dalam bentuk paragraf deksriptif dibantu dengan gambar pemetaan panca indra dalam bentuk layout restoran. Pada akhir analisis penulis menyertakan kesimpulan dalam bentuk tabel terkait rangsangan indra pada elemen-elemen di restoran Bentoya. Penggunaan tabel dapat memudahkan dalam menjabarkan tiap-tiap elemen dan indra apa saja yang terkait sesuai dengan pengalaman pengunjung.

### A. Analisis Pengalaman Panca Indra Pengunjung Bentoya

#### 1. Pengalaman Indra Penglihatan (Visual)

Pengalaman aspek visual terdiri dari ornamen, warna, dan pencahayaan. Bentoya banyak menerapkan ornamen khas Jepang mulai dari panel kayu 3D, pattern-pattern Jepang, lukisan kaligrafi, hingga warna-warna natural. Penggunaan ornamen kayu Jepang seperti yang terlihat pada Gambar 1 menarik pengunjung secara visual, karena mampu memberikan nuansa Jepang yang tradisional dan khas, hal ini sesuai dengan teori Malnar [5] bahwa ornamen dapat digunakan untuk memberikan identitas sosial dan budaya kepada pengunjung.

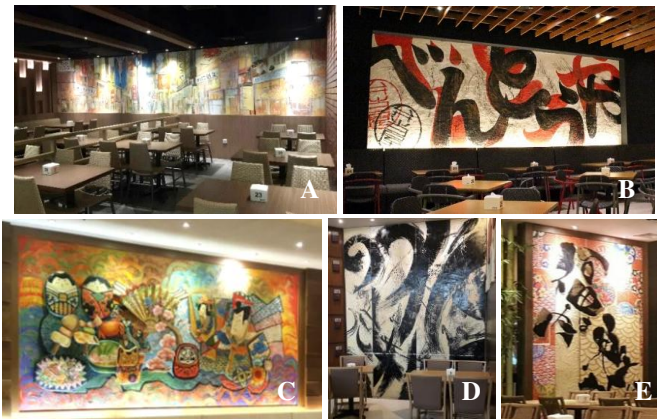
Pada Bentoya Supermall, bentuk ornamen pada area *main entrance* seperti pada Gambar 1A dapat mengalihkan pengunjung untuk lebih sabar saat menunggu antrian, karena terlihat sederhana tetapi detail dan unik. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang ditulis oleh Lawless [6] bahwa detail yang rumit digunakan untuk membuat pengunjung tinggal lebih lama dalam suatu ruangan, karena rincian ornamen tidak dapat diingat untuk waktu yang lama.



Gambar 1. Ornamen khas Jepang pada Restoran Bentoya Supermall (A), Lenmarc (B), Ciputra World (C), Grand City (D&E), Galaxy Mall (F)

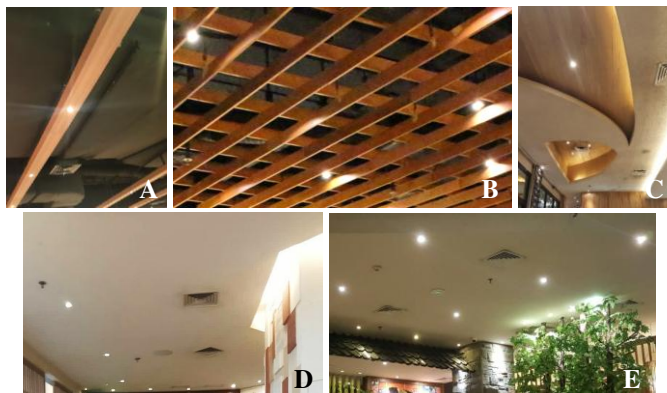
Selain ornamen, tiap restoran Bentoya menerapkan lukisan besar yang menjadikannya sebagai *focal point* dalam ruang, serta penekanan akan budaya Jepang seperti yang terlihat pada Gambar 2. Lukisan sendiri merupakan seni visual yang menjadi ciri khas negara Jepang yang tertua dan menjadi suatu

ornamen yang biasa digunakan untuk mendekorasi dinding rumah-rumah Jepang [7].



Gambar 2. Lukisan khas Jepang dan Kaligrafi di Restoran Bentoya Supermall (A), Lenmarc (B), Ciputra World (C), Grand City (D), Galaxy Mall (E).

Bentoya menerapkan pencahayaan *warm lighting* yang diharapkan dapat memberikan efek nyaman dan relaksasi bagi pengunjung. Dimana sesuai dengan teori Fritz Hollwich [8], bahwa pencahayaan buatan dengan intensitas yang tinggi dapat menimbulkan stress dan kelelahan pengunjung. Namun ada beberapa respon pengunjung yang beranggapan bahwa pencahayaan di Bentoya Supermall (Gambar 3A) sedikit terlalu gelap, sehingga kurang dapat menyinari hidangan makanan yang disajikan. Karena meja perlu mendapatkan cukup penerangan untuk menekankan presentasi dan plating dari makanan yang disajikan [9].



Gambar 3. Pencahayaan di Restoran Bentoya Supermall (A), Lenmarc (B), Ciputra World (C), Grand City (D), Galaxy Mall (E).

## 2. Pengalaman Indra Penciuman (*Olfactory*)

Aspek penciuman terdiri dari bau dan aroma. Dari segi desain restoran, bau memainkan peran penting. Bau secara signifikan dapat meningkatkan persepsi rasa. *“Taste and smell usually function in concert and can be regarded as alternatives ways to experience similar phenomenon”* [5].

Restoran Bentoya cenderung memiliki aroma yang khas yaitu aroma *sushi* dan *shoyu* (kecap asin), yang dapat meningkatkan nafsu makan pengunjung, walaupun aroma tersebut tidak dominan pada tiap restoran Bentoya. Aroma *shoyu* lebih dominan pada Bentoya Lenmarc, Ciputra World,

dan Galaxy Mall dikarenakan Bentoya Ciputra World dan Galaxy Mall menerapkan sistem *open kitchen* sehingga aroma makanan masuk ke area makan pengunjung.

## 3. Pengalaman Indra Pendengaran (*Auditory*)

Aspek selanjutnya adalah *auditory* (indra pendengaran) yang terdiri dari aspek kebisingan dan *background music* berpengaruh terhadap tingkat kenyamanan pengunjung. Restoran Bentoya menerapkan *background music* berupa lagu-lagu vokal Jepang yang *slow* dan menenangkan. Dengan mendengarkan musik yang menyenangkan tanpa disadari pengunjung akan betah beraktivitas dalam suatu ruang. Seperti yang disebutkan oleh Malnar [5] *“Without sounds, visual perception is different: less contrasting, less attention-demanding, and less informative”*.

Untuk kebisingan restoran Bentoya cenderung memiliki suasana yang kondusif dan nyaman bagi pengunjung, suasana kurang kondusif dirasakan ketika jumlah pengunjung yang meningkat pada hari-hari *weekend*, sehingga *background music* menjadi kurang terdengar.

## 4. Pengalaman Indra Perasa (*Taste*)

Tidak hanya dari rasa makanan, penataan makanan yang menarik dapat meningkatkan selera makan pengunjung, sehingga makanan terasa lebih enak. Bentoya menerapkan penataan makanan mulai dari jenis piring yang berbeda-beda, yang dibeli langsung dari Jepang, memberikan pengalaman makan restoran khas Jepang. Komposisi seperti tekstur, bentuk dan warna dari makanan pun juga diperhatikan. Warna makanan yang kontras, terang, dan cerah memberi kesan segar dan menggoda, serta yang terakhir merupakan rasa dari makanan itu sendiri.



Gambar 4. Penataan makanan di Restoran Bentoya.

Bentoya Grand City dan Galaxy Mall menerapkan sistem *open kitchen* seperti yang terlihat pada Gambar 5 yang memungkinkan pengunjung dapat melihat langsung proses memasak hidangan di dapur. Dapur yang terbuka memberikan sebuah “pemandangan” teknik memasak dan tentunya memberikan pengalaman sensorik yang dapat meningkatkan *“meal experience”* pengunjung. Dengan penerapan konsep ini, konsumen dapat melihat pihak pertama yang meng”handle” makanan yang akan mereka makan [10].

Suara panci, wajan, desis saat memasak makanan dan bahkan suara piring serta aroma makanan dapat menambah energi dan antisipasi untuk pengalaman bersantap. Berbagai rangsangan tersebut memberikan pengalaman sensorik yang dapat meningkatkan *“meal experience”*.



Gambar 5 *Open kitchen* pada Bentoya Grand City (A) dan Galaxy Mall (B).

**5. Pengalaman Indra Peraba (*Haptic*)**

Restoran Bentoya banyak menerapkan unsur-unsur natural yang merangsang indra *haptic*. Yang pertama adalah penerapan material kayu pada interiornya, mulai dari material lantai, ornamen pada dinding dan plafon, hingga perabot, seperti yang terlihat pada Gambar 6. Penggunaan material kayu tanpa *finishing* (hanya dihaluskan) memberikan tekstur yang halus dan keras serta warna coklat memberikan kesan yang hangat dan natural di mata pengunjung. Kayu dipilih oleh masyarakat Jepang karena bahan konstruksi ini memiliki tekstur yang indah, kedekatan emosional (berasal dari alam) dan sangat ramah terhadap lingkungan karena dapat terurai secara alami [11].



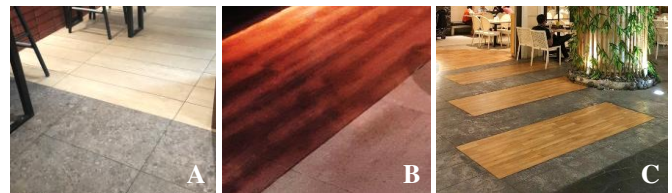
Gambar 6. Penerapan material kayu pada elemen-elemen interior Bentoya Supermall (A), Lenmarc (B), Ciputra World (C), Grand City (D&E), Galaxy Mall (F)

Unsur natural lain yang diterapkan pada restoran Bentoya adalah penerapan pohon, tanaman bambu, dan tanaman sintesis sebagai elemen partisi dan dekoratif ruang seperti yang terlihat pada Gambar 7. Selain memberi kesan alami, penggunaan tanaman memberi kesan sejuk, natural, dan kedekatan dengan alam yang sesuai dengan prinsip desain Jepang. Warna hijau pada tanaman dapat dikaitkan dengan warna alam, yaitu memberi efek menenangkan, menyejukkan, meredakan stress, memberi rasa aman [12]. Tanaman bambu juga memberikan kesan arsitektur tropis alami yang sejuk dan nyaman.



Gambar 7. Tanaman bambu dan pohon alami / sintesis pada Bentoya Supermall (A), Lenmarc (B), Ciputra World (C&D), Grand City (E&F), Galaxy Mall (G)

Kombinasi material lantai yang beragam juga memberikan sensasi *haptic* yang berbeda-beda bagi pengunjung, seperti yang terlihat pada Gambar 8. Seperti penggunaan lantai keramik memberi kesan dingin dan halus, lantai kayu memberi kesan hangat, sedangkan lantai batu alam memberi kesan dingin dan kasar. Selain untuk mengidentifikasi area satu dengan yang lain, perbedaan material lantai dengan tekstur yang spesifik meningkatkan kesadaran konsumen terhadap tekstur permukaan dan memperkuat persepsi sentuhan [5].



Gambar 8. Kombinasi material lantai memberikan sensasi *haptic* yang beragam bagi pengunjung. Lantai pada Bentoya Supermall (A), Lenmarc (B), Ciputra World (C).

Tidak hanya melalui penerapan elemen interior, material pada perabot juga memberikan rangsangan *haptic* kepada pengunjung. Restoran Bentoya menggunakan anyaman rotan sintesis pada semua kursi, bench, dan sofa pada area makan di restoran Bentoya, seperti yang terlihat pada Gambar 9 dan 10. Penggunaan anyaman rotan memberikan tekstur yang licin dan berserat, memberi kesan lentur namun kuat, namun tetap ergonomis dan nyaman digunakan oleh pengunjung.



Gambar 9. Fasilitas duduk dengan material anyaman rotan sintesis di Bentoya Supermall (A), Lenmarc (B), Ciputra World (C)

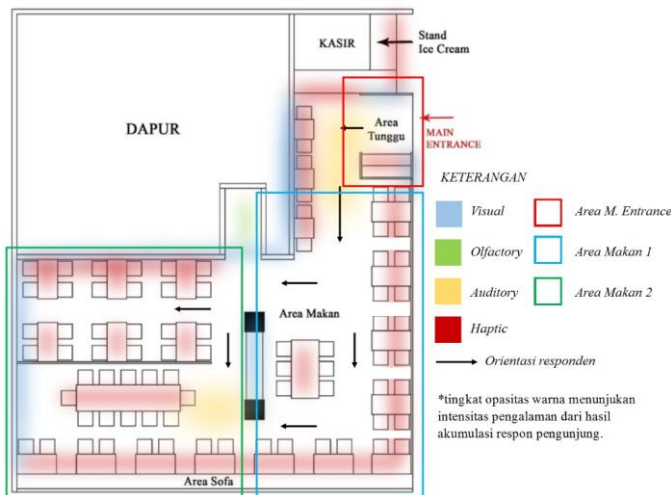


Gambar 10. Fasilitas duduk dengan material anyaman rotan sintetis di Bentoya Ciputra World (D), Grand City (E), Galaxy Mall (F).

B. Hasil Analisis Pengalaman Panca Indra Pengunjung

1. Bentoya Supermall

Pada Bentoya Supermall, pengalaman yang paling dominan adalah pengalaman visual dan *haptic*, pernyataan tersebut terlihat dari layout Bentoya Supermall pada Gambar 11. Pada area *main entrance*, indra yang dominan adalah visual dari pattern kayu Jepang, *haptic* dari kursi rotan serta material kayu yang merangsang *haptic* dan *auditory*. Pada area makan juga didominasi oleh indra visual dan *haptic* dari penerapan elemen-elemen khas Jepang. Untuk pengalaman penciuman tidak terdapat aroma khusus, namun bau cenderung netral dan nyaman bagi pengunjung.

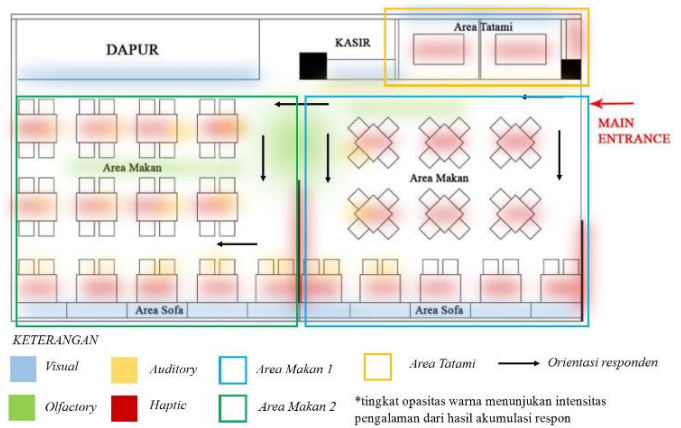


Gambar 11. Pemetaan Pengalaman Panca Indra Bentoya Supermall.

2. Bentoya Lenmarc Mall

Pada Bentoya Lenmarc Mall, indra visual dan *haptic* juga cukup mendominasi dikarenakan banyaknya penerapan ornamen yang juga merangsang indra *haptic* mulai dari area makan hingga area *tatami* yang terlihat pada layout Bentoya Lenmarc pada Gambar 12. Untuk pengalaman penciuman terdapat aroma sushi dan *shoyu* pada saat memasuki restoran Bentoya Lenmarc, namun aroma hanya tercium pada area makan dekat dapur. Untuk area lain bau cenderung netral dan nyaman bagi pengunjung.

Untuk pengalaman *auditory*, Bentoya menerapkan *background music* berupa lagu-lagu vokalis Jepang yang cenderung slow dan menenangkan. Pengalaman *auditory* juga dirasakan melalui penerapan lantai kayu karena memberikan suara derap langkah pengunjung.

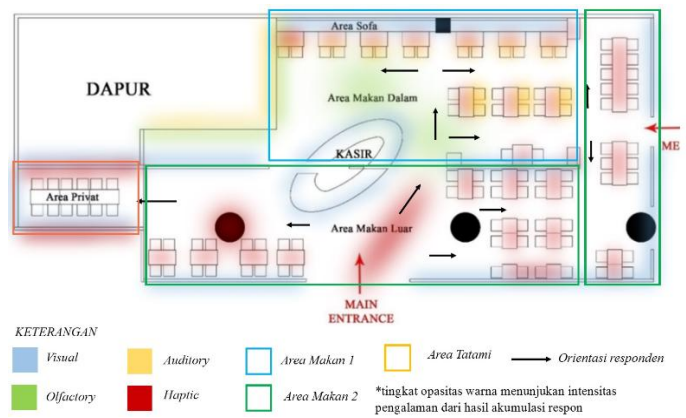


Gambar 12. Pemetaan Pengalaman Panca Indra Bentoya Lenmarc Mall.

3. Bentoya Ciputra World

Pada Bentoya Ciputra World, indra visual dan *haptic* cukup mendominasi dikarenakan penerapan ornamen yang juga merangsang indra *haptic*. Namun pengalaman *haptic* pengunjung cenderung lebih dominan dikarenakan banyaknya elemen yang merangsang indra *haptic* yang terlihat pada Gambar 13. Rangsangan *haptic* cukup dominan pada area *main entrance* yaitu penerapan kombinasi material lantai yang berbeda, pada area makan 1 dan 2 rangsangan *haptic* tidak hanya timbul dari penggunaan kursi anyaman rotan, tetapi juga dari penerapan unsur dekoratif berupa tanaman bambu.

Pengalaman *auditory* dan *olfactory* juga lebih terasa dibandingkan Bentoya Supermall dan Lenmarc dikarenakan penerapan *open kitchen*. Pengalaman *auditory* lain yang dirasakan yaitu *background music* berupa lagu-lagu vokalis Jepang yang cenderung slow dan menenangkan, namun pengalaman ini hanya dominan pada area makan 1.

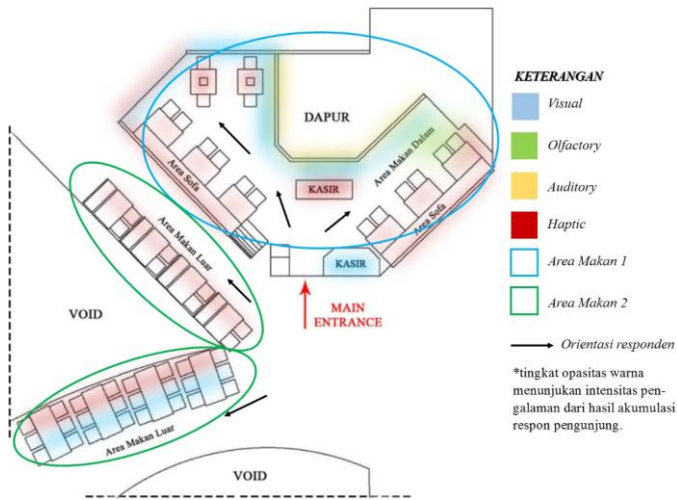


Gambar 13. Pemetaan Pengalaman Panca Indra Bentoya Ciputra World.

4. Bentoya Grand City

pada Bentoya Grand City pengalaman visual dan *haptic* cukup dirasakan terlihat pada Gambar 14. Hal tersebut dikarenakan Bentoya Grand City tidak terlalu banyak menerapkan ornamen dan letak area makan 2 yang berada di area sirkulasi mall. Penerapan sistem *open kitchen* yang berada di depan area makan 1 memberikan pengalaman visual karena memungkinkan pengunjung untuk melihat proses memasak.

Pengalaman *auditory* terkait *background music* dan *olfactory* juga tidak terlalu dirasakan pengunjung, baik pada area 1 dan area 2. Namun penerapan *open kitchen* memberikan sedikit rangsangan *auditory* terutama di area makan 1.

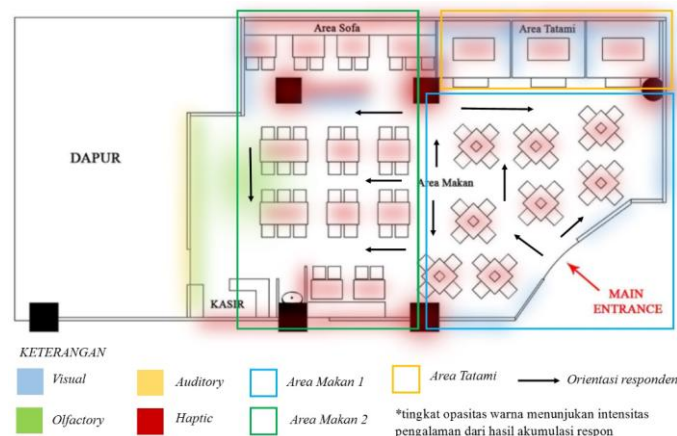


Gambar 14. Pemetaan Pengalaman Panca Indra Bentoya Grand City.

**5. Bentoya Galaxy Mall**

Pengalaman sensorial pada Bentoya Galaxy Mall lebih didominasi oleh pengalaman *haptic* daripada visual yang terlihat pada Gambar 14. Hal ini disebabkan banyaknya elemen-elemen natural yang diterapkan pada Bentoya Galaxy Mall, seperti partisi bambu, pohon sintesis, kolom batu alam, dan material kayu. Hal ini terlihat pada Gambar di area makan 2, dimana rangsangan *haptic* cukup banyak dirasakan dikarenakan banyaknya elemen natural. Untuk area makan 1 karena berada di depan dan sedikit terbuka sehingga pengalaman *haptic* dan visual tidak terlalu dominan. Pada area *tatami* juga didominasi oleh indra visual dari ornamen 3D pada dinding, serta *haptic* dari material kayu pada perabot.

Penerapan *open kitchen* membuat aroma makanan dan suara saat memasak di dapur terasa di ruang makan, memberikan rangsangan *auditory* dan *olfactory* pada area makan 2. Lingkungan suara pada Bentoya Galaxy Mall cenderung kondusif dan nyaman bagi pengunjung.



Gambar 15. Pemetaan Pengalaman Panca Indra Bentoya Galaxy Mall.

**IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman panca indra ternyata memiliki peran besar bagi manusia dalam mengalami ruang. Secara keseluruhan, terdapat beragam pengalaman yang melibatkan berbagai indra pada ruang interior di restoran Bentoya. Pengalaman yang beragam dirasakan pengunjung melalui penerapan elemen-elemen khas Jepang yang diterapkan pada tiap restoran Bentoya, mulai dari lantai, dinding, plafon, hingga elemen dekoratif

Aspek visual yaitu indra penglihatan memiliki andil yang sangat besar bagi pengalaman manusia dalam mengalami ruang interior. Penerapan elemen khas Jepang pada interior restoran Bentoya seperti ornamen, lukisan, serta warna alami dan natural ditangkap secara langsung oleh indra visual pengunjung dan memberikan identitas budaya Jepang yang sesuai dengan tujuan perusahaan.

Pada penelitian ini dapat terlihat bahwa banyak penerapan elemen-elemen khas Jepang di restoran Bentoya yang tidak hanya dirasakan secara visual, namun juga secara *haptic*, mulai dari sentuhan langsung (*active touch*) hingga sentuhan tidak langsung (*unconscious touch*). *Haptic* dalam teori disebut sebagai indra yang banyak berpengaruh dalam mengalami ruang terbukti pada studi kasus dengan beragamnya pengalaman yang dirasakan melalui rasa pada tubuh ini, baik secara langsung maupun melalui indra lain terlebih dahulu. Contoh : elemen kayu dan tanaman bambu yang dirasakan secara *visual*, *auditory*, dan *haptic*.

Elemen-elemen khas Jepang ini tidak hanya menyediakan pola untuk dipersepsikan secara visual semata, namun juga oleh indra-indra lain yang saling mendukung pembentukan keutuhan pengalaman di dalamnya. Dengan adanya paradigma okularsentris tidak menyangkal bahwa informasi ditangkap terlebih dahulu oleh indra penglihatan, namun selanjutnya terjadi suatu bentuk integrasi dengan indra lain dalam proses *synaesthesia*, khususnya *haptic (unconscious touch)*.

Melalui tahapan analisis yang dilakukan pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pengolahan elemen-elemen dapat membentuk kekayaan pengalaman pengunjung dan berpotensi menimbulkan beragam sensasi, tidak hanya terhadap indra penglihatan, namun indra-indra lainnya. Walaupun tanpa disadari seringkali elemen-elemen yang memicu pengalaman panca indra telah menjadi bagian dari desain dalam ruang, namun alangkah baiknya jika kualitas ini dikaji dan dijadikan bahan pertimbangan secara lebih peka dan mendalam pada proses perancangan. Dengan begitu, diharapkan desain pada ruang apapun yang menjadi bagian dari kehidupan manusia mampu memberikan pengalaman ruang yang lebih holistik, berkesan, dan diapresiasi dengan baik bagi pengunjungnya. Seperti yang disebutkan oleh Pallasmaa [12] “*It is evident that “life-enhancing” architecture has to address all the senses simultaneously*”.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Tuhan YME, Ibu Sriti Mayang Sari selaku dosen pembimbing utama dan Ibu Stephanie Melinda Frans selaku dosen pembimbing kedua, berbagai pihak dari restoran Bentoya yang membantu selama proses penelitian mulai dari pemilik, HRD, manager, *asisten captain*, desainer, hingga karyawan di restoran Bentoya. Penulis juga mengucapkan terima kasih pada keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan inspirasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pallasmaa, Juhani. *The eyes of the skin: Architecture and the Senses*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, 2012.
- [2] "Sukses Bisnis Restoran karena Pelanggan "Happy"". *Kompas*. 3 November 2012 <<http://bola.kompas.com/read/2012/11/03/12393841/sukses.bisnis.restoran..>>
- [3] Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2007
- [4] Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta, PT.Rineka Cipta, 2006.
- [5] Malnar, Joy Monice & Vodvarka, Frank. *Sensory design*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004.
- [6] Lawless, Harry T. *Recognition of common Odors, Pictures, and Simple Shapes, Perception and Psychophysics*, 1978.
- [7] Suzanne, Slesin, Stafford, Daniel. *Japanese Style*. Japan: Thames and Hudson, 1999.
- [8] Hollwich, Fritz. *The Influence of Ocular Light Perception on Metabolism in Man and in Animal*. Hunter and Hildegard Hannum. New York: Spring-Verlag, 1979.
- [9] Yu, Xue. *Sensory Study in Restaurant Design*. Iowa State University, 2009.
- [10] Alonso, A.D. Exploring Consumers 'Images Of Open Restaurant Kitchen Design. *Journal of Retail & Leisure Property* Vol. 9, 3, 247–259. Australia : Macmillan Publishers Ltd, 2010.
- [11] "Rumah Kayu Negeri Sakura". Ali Awaludin. 10 Maret 2017. <<http://awaludin.staff.ugm.ac.id/rumah-kayu-negeri-sakura/>>
- [12] Astrisia, Nathania. *Aplikasi Gaya Desain Jepang pada Interior Restoran Takigawa di Surabaya*. Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2012.