

Pengaruh Interior Toko Oen Malang terhadap Perilaku Pengunjung

Cynthia Aprilita, Sriti Mayang Sari
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
E-mail: cynthia_a92@hotmail.com ; sriti@peter.petra.ac.id

Abstrak—Desain interior suatu ruang umumnya menitikberatkan pada aspek fungsi. Namun dalam perkembangannya desain interior memiliki jangkauan yang lebih luas, salah satunya adalah aspek perilaku manusia sebagai pengguna ruang. Desain interior berhubungan erat dengan masalah kegiatan manusia, karena manusia menghabiskan sebagian besar hidupnya di dalam ruang. Faktor utama dalam desain interior dibedakan menjadi 3 unsur, yaitu manusia, ruang, dan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh interior Toko Oen Malang terhadap perilaku pengunjung, dengan menggunakan teori *behavior setting*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa interior tersebut memberikan pengaruh pada pola aktivitas pengunjung. Hal ini dapat dilihat melalui pola aktivitas yang terbentuk pada tiap kategori, dimana pola aktivitas pengunjung dipengaruhi oleh bentuk, warna, organisasi ruang, serta sirkulasi.

Kata Kunci—Behavior Setting, Interior, dan Psikologi.

Abstrac—The interior design generally focuses on the aspect of function, but the development has a wider outreach, one of which is an aspect of human behavior as user space. The interior design is closely related to the problem of human activity, because people spend most of his life in a space. The major factor in the design of the interior is divided into three elements, human, space, and environment. This study aims to determine the effect of the interior of Toko Oen Malang visitor behavior, by using the theory of behavior settings. The results of this research indicate that the interior of Toko Oen Malang an impact on visitor activity pattern. It can be seen through the pattern of activity that is formed in each category, where visitors activity patterns are influenced by the shape, color, space organization, and circulation.

Keyword—Behavior Setting, Interior, and Psychology.

I. PENDAHULUAN

LINGKUNGAN sebagai tempat manusia beraktivitas merupakan sumber stimulus yang memicu munculnya respon dari manusia. Respon tersebut dipengaruhi oleh persepsi manusia serta aspek sosial, dimana manusia berbagi ruang dengan sesamanya. Hal ini dapat diamati melalui pola perilaku manusia yang dikategorikan dalam kelompok-kelompok tertentu. Perilaku manusia di ruang publik seperti restoran berkaitan dengan unsur sosial, psikologis, serta psikologi lingkungan. Penelitian ini membahas dengan menggunakan pendekatan holistik mengenai hubungan antara

manusia dan ruang. Khususnya yang berhubungan dengan interior dan perilaku manusia. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah Toko Oen Malang. Daya tarik Toko Oen ialah suasana rumah makan tempo dulu yang khas. Dimana Toko Oen mempertahankan citarasa makanan serta interiornya untuk menghadirkan kembali suasana masa Kolonial Belanda pada saat itu. Oleh karena itu, banyak turis dari Belanda dan Eropa yang mengunjungi Toko Oen untuk sekedar bernostalgia. Kemampuan restoran dalam menyajikan suasana tempo dulu dari atmosfer dan interiornya membuat banyak komunitas "*HollandSpeaken*" serta wisatawan yang menyukai menu khas restoran ini.

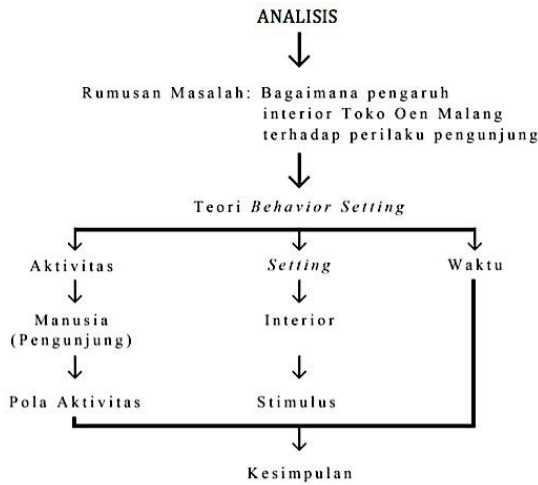
Penelitian ini akan mengulas mengenai pengaruh interior Toko Oen Malang terhadap perilaku pengunjung, khususnya dalam bentuk pola aktivitas. Menurut Egon Brurshwick (1903-1955) sebuah lingkungan fisik mempengaruhi manusia tanpa manusia sendiri sadari (dalam Laurens 15). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa interior sebagai lingkungan fisik akan mempengaruhi penggunaannya. Dimana dalam penelitian ini interior Toko Oen Malang juga mempengaruhi penggunaannya. Bentuk dari lantai, dinding, plafon, serta perabot memberikan pengaruh tertentu terhadap pola aktivitas pengunjung. Untuk itu perlu diadakan penelitian mengenai pengaruh apa saja yang ditimbulkan dari interior Toko Oen Malang terhadap perilaku pengunjungnya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kajian kualitatif deskriptif berbasis pendekatan perilaku lingkungan, yang menggunakan teori *behavior setting*. Observasi dilakukan dengan mencatat dan merekam secara visual semua aktivitas dan perilaku pengunjung Toko Oen, kemudian memetakan pola perilaku yang terbentuk.

A. Skema Analisis

Penelitian ini menggunakan teori *behavior setting* dalam menganalisis rumusan masalah. Roger Barker menyatakan *behavior setting* adalah sistem sosial berskala kecil yang terdiri dari manusia dan benda fisik yang disusun sedemikian untuk melakukan tindakan rutin dalam waktu dan tempat tertentu (Kopec 22).



Gambar 1. Skema analisis

III. URAIAN PENELITIAN

A. Hubungan Setting dengan Pengunjung

Toko Oen sebagai *setting* merupakan salah satu restoran yang menjual kenangan nostalgia, hal ini didasarkan pada hasil wawancara dimana hampir semua pengunjung datang untuk bernostalgia. Kenangan nostalgia merupakan kenangan manis akan peristiwa yang telah terjadi dimasa silam. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa biasanya pengunjung mengetahui kenangan tersebut dari keluarga, teman maupun rekanan. Hal ini menunjukkan bahwa kenangan tersebut tidak selalu dialami sendiri oleh pengunjung yang datang. Kenangan nostalgia tersebut bisa juga dialami oleh orang lain yang berada di sekitar pengunjung, dimana pengunjung yang datang ingin ikut merasakan kenangan akan orang tersebut.

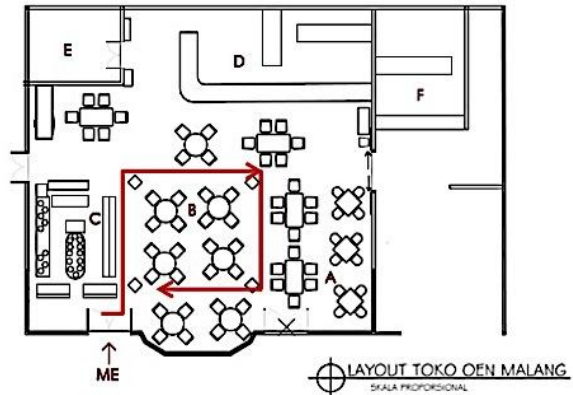
Kenangan nostalgia didukung oleh perabotan yang tidak mengalami perubahan, foto-foto jaman dahulu yang dipajang pada sekeliling dinding Toko Oen, selain itu menu makanan yang ditawarkan pun masih sama seperti dahulu yaitu menu ala Belanda dan Indonesia. Di Toko Oen pengunjung dapat menikmati hidangan dalam kondisi rileks, dimana pengunjung merasa santai. Kondisi rileks ini didukung dari bentuk kursi yang digunakan, dimana kursinya merupakan kursi santai. Selain itu warna yang digunakan didominasi warna hangat yang dapat membuat pengunjung merasa tenang dan santai. Dengan suasana yang seperti itu dapat mempermudah untuk merangsang memori nostalgia dari pengunjung.



Gambar 2. Pengunjung dalam kondisi rileks

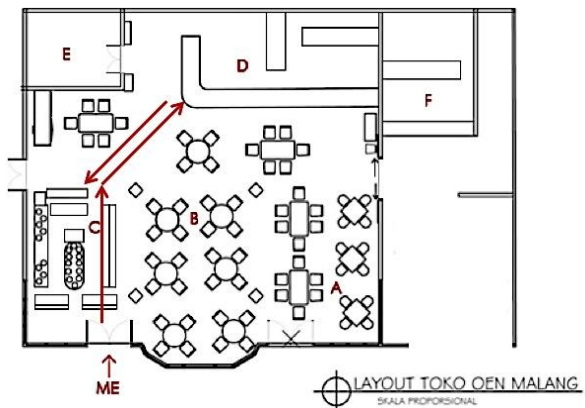
B. Hubungan Sirkulasi dengan Pengunjung

Ruang Toko Oen dibagi menjadi 4 area yaitu area bakery, area service, area kasir, area pengunjung. Dari pintu masuk pengunjung dapat melihat keseluruhan area toko. Sirkulasi yang pada Toko Oen berbentuk linear, dengan bentuk sebuah putaran (Ching 265).



Gambar 3. Pola sirkulasi pada Toko Oen

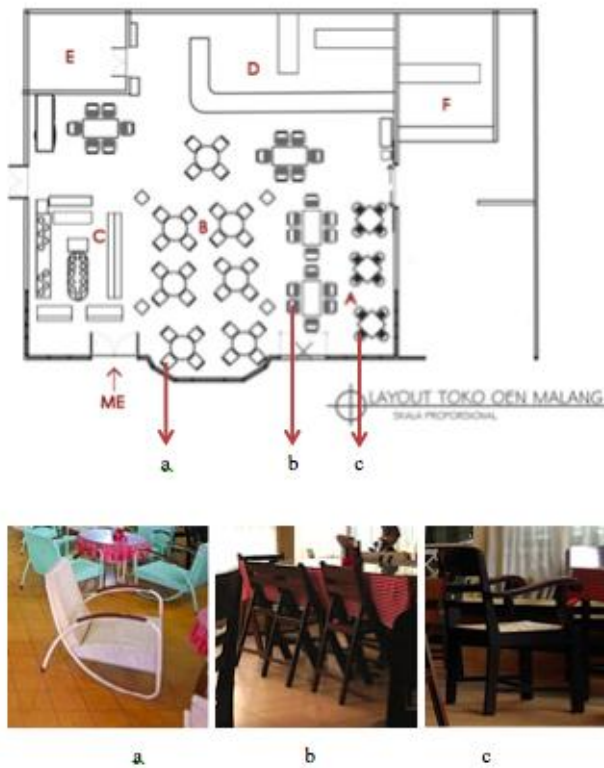
Pola sirkulasi pada Toko Oen juga dipengaruhi oleh sistem pelayanannya. Dimana pelayanan pada Toko Oen tidak hanya menggunakan sistem table service namun juga menggunakan sistem self service, sistem ini digunakan pada area bakery. Sistem *self service* tersebut dilakukan oleh pengunjung yang ingin membeli kue.



Gambar 4. Pola sirkulasi pembelian kue

C. Area Pengunjung

Area pengunjung di Toko Oen dibagi menjadi 2 macam, area kursi kayu dan area kursi rotan. Pembagian tersebut tidak mempengaruhi pemilihan tempat duduk pengunjung. Dimana dalam memilih tempat duduk pengunjung dipengaruhi oleh letak tempat duduk itu sendiri daripada bentuk kursinya. Hanya pengunjung dari kategori sendiri dan kategori pasangan yang memilih area tertentu untuk duduk.



Gambar 5. Macam bentuk kursi pengunjung

Area yang paling disukai oleh pengunjung adalah area cerung. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan diketahui bahwa pengunjung Toko Oen menyukai duduk di area yang dekat jendela. Hal ini yang membuat area cerung tersebut menjadi tempat duduk yang digemari.



Gambar 6. Area cerung

Area cerung menunjukkan adanya penekanan ruang. Dimana area tersebut merupakan satu-satunya area yang memiliki dinding berbentuk cerung. Area ini juga memiliki plafon yang lebih rendah dibanding area yang lain. Jika ketinggian plafon pada area lain mencapai 3,5 meter, ketinggian pada area cerung tersebut hanya mencapai 3 meter.

Area cerung ini banyak digemari oleh pengunjung Toko Oen, kecuali pengunjung dari kategori pasangan. Mereka lebih memilih untuk duduk di area yang tidak dekat dengan jendela. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pengunjung dari kategori pasangan tidak terlalu menyukai duduk di area cerung karena merasa kurang nyaman jika terlihat orang. Pengunjung dari kategori pasangan membutuhkan area yang

lebih intim dan privat.

D. Hubungan Pengunjung dengan Area Kasir dan Bakery

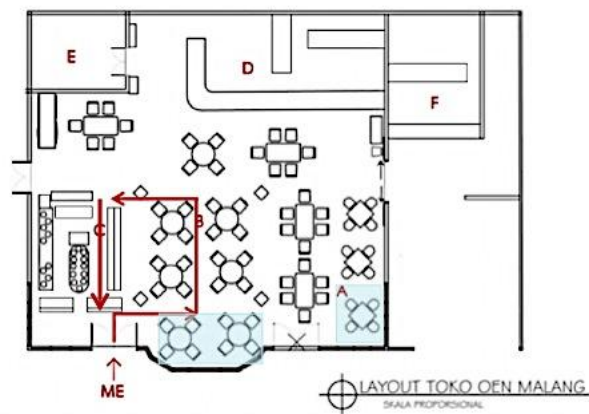
Di Toko Oen pengunjung dapat membayar langsung di kasir dan membayar melalui pelayan. Berdasarkan hasil pengamatan diketahui bahwa lebih banyak pengunjung yang memilih membayar sendiri di kasir karena dapat melihat ke arah area service yang berada di samping area kasir. Pengunjung dapat melihat bagaimana pelayan menyajikan hidangan. Dimana mesin yang digunakan untuk membuat es krim adalah mesin kuno sehingga menjadi daya tarik tersendiri.



Gambar 7. Mesin pembuat es

Pengunjung yang membayar di area kasir juga dapat melihat foto kuno di dinding serta rak yang memajang kartu pos dan koran. Rak untuk koran harian terletak di seberang area kasir. Namun tidak banyak pengunjung yang membaca koran tersebut, karena peletakkan rak yang jauh dari area pengunjung. Pengunjung biasanya baru menyadari terdapat rak koran dan kartu pos saat akan membayar di kasir. Selain itu aktivitas membaca hanya dilakukan oleh pengunjung dari kategori sendiri yang jumlahnya tidak terlalu banyak.

E. Hubungan Setting dengan Pola Aktivitas Pengunjung (Kategori Sendirian)



Gambar 8. Pola aktivitas kategori sendirian

Pola aktivitas pada pengunjung dari kategori sendirian ada beberapa. Pola yang paling banyak terjadi adalah pola seperti gambar 8. Dimana pengunjung dengan kategori ini lebih

banyak yang memilih tempat duduk terlebih dahulu lalu melihat kue.

Pengunjung yang datang sendirian biasanya memilih tempat duduk yang dekat dengan jendela. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa mereka memilih dekat jendela karena tidak dekat dengan pengunjung lain, untuk membaca area tersebut lebih terang sehingga tidak cepat lelah, jika ingin mengamati sekitar dapat melihat melalui jendela, serta dapat melihat Toko Oen secara menyeluruh dari area tersebut.

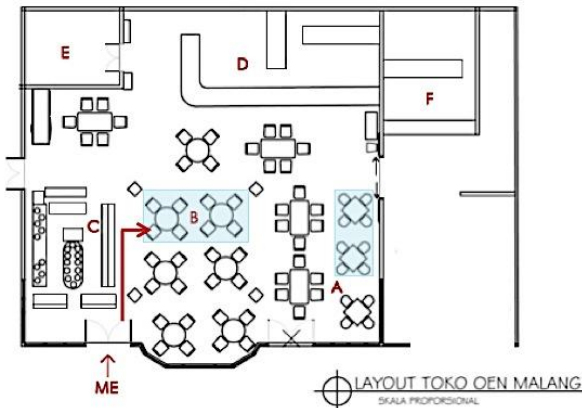
Pengunjung dari kategori ini lebih memilih area yang menyendiri, mereka akan memilih tempat yang tidak dekat dengan pengunjung lain. Tetapi pengunjung yang datang sendirian selalu mencari yang dekat dengan jendela.



Gambar 9. Pengunjung dari kategori sendirian

Pengunjung dari kategori sendirian lebih menyukai dinding karena dapat menciptakan privasi dan memberikan kesan melindungi (Ching 124).

F. Hubungan Setting dengan Pola Aktivitas Pengunjung (Kategori Pasangan)



Gambar 10. Pola aktivitas kategori pasangan

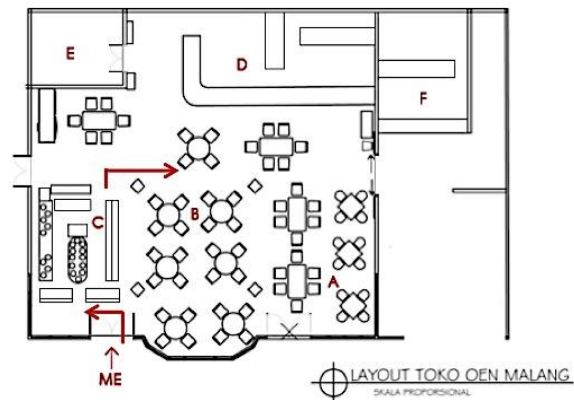
Pengunjung dari kategori pasangan biasanya begitu datang langsung memilih tempat duduk. Selama pengamatan hanya sedikit pengunjung dari kategori ini yang membeli kue di area bakery. Mereka memiliki kebiasaan begitu datang langsung memilih tempat duduk. Area tempat duduk yang dipilih oleh kategori ini dapat dilihat pada area biru pada gambar 10.



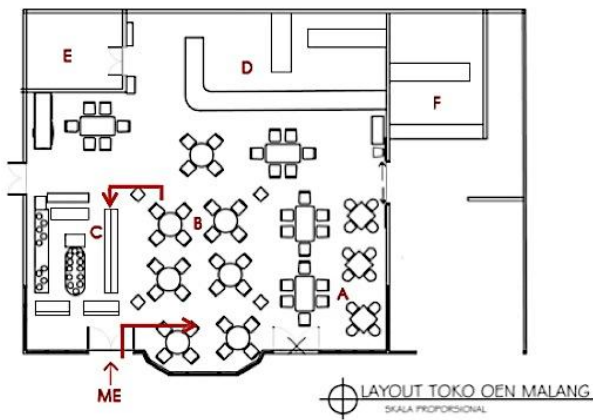
Gambar 11. Pengunjung dari kategori pasangan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara diketahui bahwa pengunjung memiliki kebiasaan untuk menghindari tempat yang ramai seperti area cerung. Dimana area cerung tersebut bersebelahan langsung dengan pintu utama. Pengunjung dari kategori ini lebih tertarik untuk duduk di dekat pintu samping karena jarang dilewati pengunjung lain. Pengunjung dari kategori ini tidak terlalu banyak mengamati interior toko seperti pengunjung dari kategori sendirian, mereka lebih banyak berbincang bersama pasangannya sambil menikmati suasana. Hal ini didukung juga oleh penyebaran cahayanya, dimana area yang tidak dekat dengan jendela memiliki pencahayaan yang tidak terlalu terang. Pencahayaan seperti ini dapat meningkatkan privasi dan memberi kesan santai (Indrani 66-67).

G. Hubungan Setting dengan Pola Aktivitas Pengunjung (Kategori Keluarga)



Gambar 12. Pola aktivitas kategori keluarga (a)



Gambar 13. Pola aktivitas kategori keluarga (b)

Pada gambar 12 dan 13 menunjukkan adanya 2 pola aktivitas pengunjung. Pada gambar 12 pengunjung yang datang melihat kue terlebih dahulu, kemudian memilih tempat duduk. Sedangkan pada gambar 13 memiliki dua pola, yang pertama pengunjung datang memilih tempat duduk dahulu. Kemudian setelah memesan mereka melihat kue di area bakery sambil menunggu hidangan. Pola yang kedua ialah pengunjung melihat kue di area bakery setelah selesai menikmati hidangan. Namun ada pula yang melakukan kedua pola aktivitas tersebut secara bersamaan. Saat menunggu hidangan pengunjung melihat kue di area bakery, kemudian ketika akan pulang pengunjung kembali melihat kue.

Dari dua pola aktivitas tersebut lebih banyak yang memiliki pola seperti gambar 13. Dimana pengunjung membeli kue saat akan pulang. Hal ini mempengaruhi pengunjung dari kategori keluarga untuk membayar sendiri di area kasir.



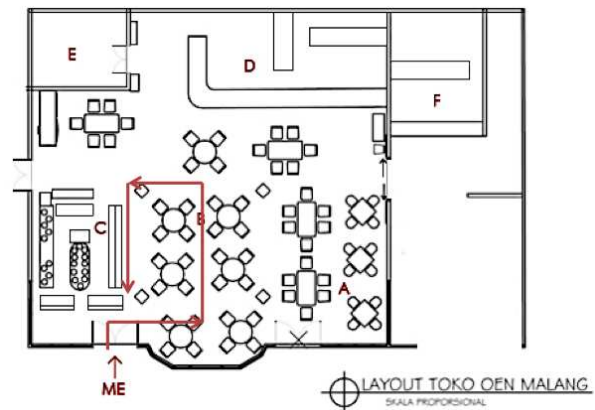
Gambar 14. Pengunjung dari kategori keluarga

Pengunjung dari kategori keluarga dapat duduk di semua area tempat duduk. Dari yang berada dekat dengan jendela, pintu, hingga area kasir dan service. Pengunjung dari kategori ini merupakan pengunjung Toko Oen yang paling sering

melihat kue di area bakery. Pengunjung dari kategori keluarga memilih tempat yang sesuai jumlah anggota mereka, tidak ada area tertentu yang dipilih. Bagi pengunjung dari kategori ini yang utama adalah kebersamaan dengan anggota keluarganya. Dimana mereka dapat menikmati suasana di Toko Oen sambil berbincang santai.

Suasana yang tercipta di Toko Oen dapat membuat pengunjung merasa rileks. Hal ini dipengaruhi oleh penggunaan warna yang dominan warna-warna hangat. Dimana warna hangat tersebut dapat membuat orang merasa tenang dan rileks. Sehingga pengunjung dapat berbincang dengan santai, dapat dilihat dari lamanya waktu berbincang.

H. Hubungan Setting dengan Pola Aktivitas Pengunjung (Kategori Teman dan Rekanan)



Gambar 15. Pola aktivitas kategori teman dan rekanan

Pengunjung dari kategori teman dan rekanan memiliki kesamaan pola aktivitas. Pola aktivitas tersebut dapat dilihat pada gambar 15. Pada gambar 15 menunjukkan bahwa pengunjung dari kategori teman dan rekanan ketika datang langsung memilih tempat duduk, hampir semua pengunjung dari kategori teman dan rekanan melihat area bakery saat akan pulang. Tetapi jumlah pengunjung yang melihat area bakery sedikit. Aktivitas yang paling sering dilakukan oleh pengunjung dari kategori teman dan rekanan adalah berbincang. Pengunjung dari kategori ini tidak memiliki area tempat duduk tertentu. Pemilihan tempat duduk hanya didasarkan pada jumlah pengunjung.

Perbedaan dari kedua kategori ini adalah latar belakang berkunjung di Toko Oen. Berdasarkan hasil wawancara pengunjung dari kategori teman berkunjung ke Toko Oen karena beberapa alasan, antara lain diberitahu oleh teman, mendengar cerita dari saudara maupun keluarga, pernah berkunjung bersama keluarga, serta melihat di jejaring sosial.



Gambar 16. Pengunjung dari kategori teman

Sedangkan pengunjung dari kategori rekanan berkunjung tidak hanya karena mengetahui dari orang lain, tetapi ada yang karena pernah berkunjung sendiri pada jaman Belanda. Dimana kunjungan tersebut memberikan kenangan yang menimbulkan keinginan untuk kembali berkunjung saat ini.



Gambar 17. Pengunjung dari kategori rekanan

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini diketahui bahwa interior Toko Oen Malang memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung. Pengaruh tersebut dapat dilihat melalui pola aktivitas. Meskipun pengunjung dikategorikan menjadi 5 kategori, terdapat pola aktivitas yang memiliki kesamaan antar kategorinya. Hal ini dipengaruhi oleh penataan letak area *bakery*, area pengunjung, serta area kasir dan *service*. Sistem pelayanan *self-service* yang digunakan secara tidak langsung akan mendorong pengunjung untuk mengelilingi area tersebut. Perbedaan antar kategori terdapat pada pemilihan tempat duduk, dimana pengunjung dari kategori sendirian dan pasangan lebih memilih dibandingkan pengunjung dari kategori keluarga, teman, dan rekan. Pemilihan tempat duduk ini dipengaruhi oleh aktivitas yang dilakukan serta letak bukaan seperti pintu masuk dan jendela.

Melalui penelitian ini dapat diketahui bahwa organisasi ruang membentuk pola sirkulasi tertentu yang dapat digunakan untuk mengarahkan pengunjung. Sirkulasi pengunjung tidak hanya berfungsi untuk mengarahkan pengunjung mengelilingi area Toko Oen, tetapi sirkulasi juga dapat mempengaruhi tingkat kenyamanan pengunjung. Hal ini disebabkan tidak adanya penumpukan pengunjung pada satu area tertentu. Saat berada di Toko Oen pengunjung merasa nyaman, dapat dilihat dari lamanya waktu yang dihabiskan. Selain itu tingkat kenyamanan pengunjung juga dipengaruhi oleh bentuk perabot, warna, dan organisasi ruang.

V. SARAN

Penelitian mengenai hubungan antara ruang dengan pengguna disarankan untuk menggunakan teori *behavior setting* dalam menganalisis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan teori *behavior setting* dianggap sesuai, karena teori ini mempelajari bagaimana sebuah *setting* menciptakan kondisi yang mempengaruhi manusia pada waktu tertentu. Namun penggunaan teori *behavior setting* ini lebih baik digabungkan dengan teori lain yang mempelajari secara detail bentuk-bentuk stimulus dari sebuah ruang. Hal ini dikarenakan teori tersebut tidak membahas secara mendetail bentuk stimulus yang dapat mempengaruhi pola aktivitas pengunjungnya.

Penelitian mengenai pengaruh sebuah ruang terhadap pengunjungnya dapat dikembangkan lebih mendalam. Jika pada penelitian ini pengguna ruang dibedakan berdasarkan hubungan relasi. Pada penelitian berikutnya dapat membahas dari segi persepsi, dengan membedakan pengunjung berdasarkan jenis kelamin. Untuk membahas mengenai persepsi dapat menggunakan *gestalt theory of perception*. Teori tersebut menyatakan bahwa persepsi masyarakat tentang ruang akan mempengaruhi respons mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis C.A. mengucapkan terima kasih kepada Sriti Mayang Sari selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan dan dukungan selama proses pengerjaan jurnal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ching, Francis D.K., *Arsitektur; Bentuk, Ruang, dan Tatanan*. Trans. Hangan Situmorang. Jakarta: Erlangga(2008).
- [2] Ching, Francis D.K., *Design Interior Illustrated*. 3th ed. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc(2012).
- [3] Kopec, Dak., *Environmental Psychology for Design*. New York: Fairchild Publications, Inc (2006).
- [4] Laurens, Joyce M., *Studi Perilaku Lingkungan*. Surabaya: Percetakan Universitas Kristen Petra(2001).
- [5] Laurens, Joyce M., *Arsitektur dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT Grasindo(2004).