

EXPOSED NEST.CO.LOGY

Chara Charisma El Miracle, Freddy H. Istanto, Maureen Nuradhi

Interior Architecture Department, Universitas Ciputra, UC Town, Citraland, Surabaya 60219, Indonesia
corresponding email: charamiracle@gmail.com

Abstract: Nowadays, people find restaurant or cafe not just for the food. But now restaurant or cafe become a place for recreation, meeting and leisure places. NEST.CO.LOGY will be one of recommended place to eat and get different dining experiences. NEST.CO.LOGY become the ambassador restaurant for NEST'co the bistro. Both of them are located in Semarang. NEST.CO.LOGY will bring a new concept with exposed design and molecular gastronomy. NEST.CO.LOGY exposing many detail. From the building form, interior design, service and this restaurant will exposing the process to make the food and beverage with modern technic culinary, molecular gastronomy. Molecular gastronomy is a technic that investigate physical and chemical transformation on food making process. The purpose is to make a different taste and texture of food. The design for this project will based on concept and style of Nest'co the bistro and based on molecular gastronomy character. This bistro use semi-industrial style. And molecular gastronomy have light color, transparent, and dynamic form.

Keywords: Interior Design, Restaurant, Nest'co the bistro, exposed

PENDAHULUAN

Latar Belakang Bisnis CHARA CHARISMA *Interior Consultant*

Jumlah penduduk kota Semarang mengalami peningkatan tiap tahunnya, dan tingkat ekonomi di Semarangpun cukup membaik tiap tahunnya. Keadaan ini adalah dasar peluang bisnis bisa dijalankan di kota Semarang.

Adapun Chara Charisma, pemilik bisnis berasal dari kota Semarang dan ia berniat untuk melanjutkan bisnis keluarga kedepannya. Bisnis orangtua penulis adalah di bidang *window treatment* dan *wallpaper*.

Melihat ketertarikan Chara Charisma pada desain interior khususnya dalam *commercial space*, bisnis konsultan interior ini dapat didirikan di Semarang. Karena pada saat ini banyak bangunan baru, public space, commercial space bermunculan di Semarang. CHARACHARISMA *interior consultant* ingin membuat *thematic design* dalam setiap proyek yang didapat.

CHARA CHARISMA *Interior consultant* juga akan bekerjasama dengan bisnis keluarga. Sistem *partnership* ini akan terus dikembangkan ke banyak perusahaan lainnya. Walaupun bekerjasama dengan orangtua, CHARA CHARISMA *interior consultant* akan berusaha menjadi bisnis yang mandiri.

Latar Belakang Desain Restoran NEST.CO.LOGY
Tidak setiap restoran memiliki daya tarik yang

berbeda. Banyak dari antaranya hanya sebagai tempat makan biasa. Seorang klien yang berprofesi sebagai chef ini ingin memiliki sebuah restoran yang berbeda yang memiliki konsep yang menarik.

Beberapa tahun lalu, ia sudah memiliki sebuah restoran bernama Nest'co di Semarang, dan kini ia ingin membawa konsep tersebut menjadi restoran yang lebih besar dengan konsep yang lebih kental. Klien menginginkan nama untuk restoran barunya adalah NEST.CO.LOGY. Posisi NEST.CO.GY adalah *ambassador restaurant* untuk klien dan Nest'co.

Klien ingin NEST.CO.LOGY memiliki daya tarik khususnya dalam *molecular gastronomy*. Beliau ingin restorannya bisa memberi pengetahuan khususnya dalam *molecular gastronomy*. Sehingga desain NEST.CO.LOGY akan terpengaruh dari konsep dan *style* interior Nest'co dan *molecular gastronomy*.

Dalam masa observasi, proyek untuk NEST.CO.LOGY ini masih dalam tahap pembangunan. Dan keadaan proyek mendukung untuk menjadi dasar konsep desain NEST.CO.LOGY.

Rumusan Masalah Desain Restoran NEST.CO.LOGY

Beberapa masalah yang ingin diselesaikan dalam perancangan desain interior Restoran NEST.CO.LOGY ini adalah:

1. Bagaimana menciptakan sebuah *ambassador restaurant* NEST.CO.LOGY?
2. Bagaimana menggabungkan *molecular gastronomy* ke dalam sebuah desain interior sebuah restoran
3. Bagaimana menciptakan sebuah restoran yang berbeda yang lebih berkonsep dari Nest'co dan restoran lain di kota Semarang?

INTEGRASI BISNIS DAN DESAIN

Bisnis CHARACHARISMA *interior consultant* adalah bisnis yang menghadirkan *thematic design* yang bekerjasama dengan perusahaan keluarga di bidang *window treatments* dan *wallpaper*.

Proyek restoran NEST.CO.LOGY sesuai dengan bisnis CHARACHARISMA *interior consultant* yang ingin membuat sebuah desain yang berbeda yang lebih berkonsep.

Konsep dari NEST.CO.LOGY sendiri sudah kuat yang ingin memberikan pengetahuan kepada pengunjung melalui *molecular gastronomy*. Pemilik restoran ingin setiap pengunjung yang datang tidak hanya kenyang secara fisik tetapi juga mendapatkan asupan tentang ilmu kuliner.

Adapun restoran NEST.CO.LOGY adalah sebuah proyek komersial di Semarang. Sehingga proyek ini sesuai dengan CHARACHARISMA *interior consultant* yang memiliki spesialisasi di *commercial space*.

Metodologi Penelitian

Sementara itu metodologi penulisan yang digunakan dalam membuat laporan desain ini adalah:

1. Observasi
Penulis melakukan observasi langsung ke lokasi proyek yang sedang direnovasi di Semarang. Mengamati keadaan bangunan dan sekitarnya.
2. *Interview* singkat
Penulis melakukan *interview* singkat kepada pemilik restoran, arsitek dan beberapa orang yang berada di proyek renovasi. Penulis mendapatkan banyak informasi mengenai latar belakang restoran dan keinginan klien dan pendapat arsitek mengenai proyek.
3. Mencari inspirasi dan studi pustaka
Penulis mendapatkan banyak referensi dari banyak pihak untuk mendesain restoran NEST.CO.LOGY ini. Mulai dari bimbingan berkala dengan dosen dan dari buku-buku sebagai acuan desain.

DESAIN

EXPOSED NEST.CO.LOGY

Penulis melihat adanya keadaan yang menarik yang bisa digabungkan menjadi suatu konsep desain. Keadaan proyek yang masih dalam proses renovasi, keinginan klien untuk mengekspos

molecular gastronomy dan Nest'co. Sehingga diambil sebuah problem statement yang menjadi dasar pembuatan desain, yaitu "Bagaimana mendesain restoran NEST.CO.LOGY sebagai *ambassador restaurant* menjadi *trendsetter* di Semarang dengan kondisi bangunan yang memiliki banyak *leveling* lantai dan minim dinding?"

Untuk menyelesaikannya, konsep yang diambil adalah EXPOSED NEST.CO.LOGY. Nama konsep ini dipilih karena banyak hal yang akan diekspos dalam restoran NEST.CO.LOGY

EXPOSED NEST.CO.LOGY:

1. *Exposed existing building*
2. *Exposed interior*
3. *Exposed service* dan *molecular gastronomy*

Style yang dipilih adalah gabungan dari Nest'co yang memiliki *style* semi industrial dan dari karakteristik *molecular gastronomy*.



Gambar 1. Nest'co the bistro, Semarang
Sumber : Observasi, 2014



Gambar 1. Nest'co the bistro, Semarang
Sumber : Observasi, 2014



Gambar 2. Molecular Gastronomy
Sumber : Observasi, 2015

Implementasi Desain

EXPOSED NEST.CO.LOGY

Lantai dasar

Mulai dari *entrance* restoran, pengunjung bisa membaca informasi tentang apa saja yang ada di dalam restoran, filosofi restoran, dan *background* berdirinya restoran tersebut.

Waiting room dibuat menyerupai *mini library*. Pengunjung yang menunggu tempat duduk bisa membaca buku di *waiting room*. Tujuan dibuatnya *mini library* di *waiting room* ini adalah untuk meningkatkan minat dan pengetahuan pengunjung tentang kuliner. Area *dining* dipisahkan dengan pola lantai menjadi beberapa area. Ada beberapa tipe pengunjung yang akan datang ke restoran. Dan untuk menyiasati keadaan ini area dining dibagi menjadi beberapa bagian. Pembagian ini diwujudkan melalui pemilihan jenis sofa atau kursi. Sebagian area *dining* didesain untuk pengunjung yang hanya ingin makan dan pulang. Sehingga meja kursi yang disediakan adalah meja makan formal. Ada pula disediakan sofa yang bisa digunakan untuk bersantai dan ngobrol dengan teman. Untuk area yang dikhususkan untuk santai, disediakan *power outlet* sebagai fasilitas restoran.



Gambar 3. Area *dine-in* lantai dasar
Sumber : Dokumen pribadi, 2015



Gambar 3. Area *dine-in* lantai dasar
Sumber : Dokumen pribadi, 2015

Sebagai aplikasi untuk mengedukasi tentang kuliner dan *molecular gastronomy*, restoran ini mengekspos *kitchen* sehingga pengunjung bisa mengetahui proses pembuatan menu makanan dan minuman yang ada. Proses pembuatan yang diekspos lebih dikhususkan ke menu *molecular gastronomy*. *Open kitchen* ini terletak di tengah restoran sehingga menjadi daya tarik dan *vocal point* restoran. *Open kitchen* dilengkapi dengan meja bar dan *stool* mengelilingi *open kitchen*. Pengunjung bisa langsung duduk dan melihat pembuatan makanan dari jarak dekat.



Gambar 4. *Open Kitchen*
Sumber : Dokumen pribadi, 2015

Tidak semua area *kitchen* perlu untuk diekspos. Ada ruangan khusus untuk *loading*, *preparation* dan *dish washing area*, di mana area ini tidak perlu diekspos. Selain itu pada lantai dasar juga dilengkapi dengan *office* dan toilet.

Office ini digunakan sebagai ruang untuk *manager* dan *staff* restoran. Bentuk desain *office* dibuat seperti ruang meeting. Sehingga bisa digunakan untuk rapat sewaktu-waktu. Ruang *office* dilengkapi dengan proyektor dan *screen*. Antara lantai dasar dan lantai atas dihubungkan dengan *void*. Letak *void* ini ada di bagian depan restoran dan di tengah restoran. Dari lantai dasar ke lantai atas maupun sebaliknya makanan dan minuman diantarkan melalui lift makanan (*dumbwaiter*).

Lift ini terletak di *void* tengah restoran. *Lift* ini menghubungkan *open kitchen* ke *bar* di lantai atas. Desain *lift* ini sendiri transparan dan mengekspos motor didalamnya. Terdapat dua *lift*, *lift* untuk makanan yang akan diantarkan ke pengunjung dan *lift* untuk piring kotor.

Lantai Atas

Di lantai atas restoran dilengkapi dengan *coffee bar* dan *bar* untuk minuman dan *beer*. Seperti konsep untuk NEST.CO.LOGY yang juga ingin mengekspos kegiatan dalam restoran, *coffee bar* dan *bar* dibuat terbuka dan bisa dilihat oleh pengunjung. Area *coffee bar* dilengkapi dengan *coffee table* dan sofa untuk bersantai. Sedangkan

area *bar* dilengkapi dengan meja *bar* panjang. Dari *bar* di lantai atas menerima makanan dari *open kitchen* di lantai dasar melalui lift. *Waiter* akan mengantarkan makanan ke pengunjung.



Gambar 5. Bar area lantai atas
Sumber : Dokumen pribadi, 2015



Gambar 6. Coffee bar area lantai atas
Sumber : Dokumen pribadi, 2015



Gambar 7. Outdoor area lantai atas
Sumber : Dokumen pribadi, 2015

KESIMPULAN

Tujuan dari desain ini adalah untuk membuat suatu tatanan restoran yang berbeda, di mana setiap pengunjung yang datang dapat merasakan *exposed design* dari interior dan kegiatan yang ada dalam restoran. Beberapa hal yang diekspos adalah *existing building*, interior design ruang, servis dan *molecular gastronomy*.

Pengunjung dapat melihat langsung pembuatan makanan dan minuman yang dipesan dengan teknik *molecular gastronomy*. Selain itu dapat dirasakan perpaduan antara semi industrial dan *molecular gastronomy* pada interior restoran. Pengunjung dapat makan dan bercengkrama dengan nyaman dengan memilih di mana ia ingin duduk. Terdapat beberapa area yang dapat dipilih (*coffee bar, bar, dine-in area formal, outdoor area* dan area di *open kitchen*). NEST.CO.LOGY juga menawarkan area *outdoor* yang memiliki *view* kota Semarang.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik (BPS), diakses dari <http://semarangkota.bps.go.id/> pada tanggal 28 November 2014 pada pukul 23.20 WIB
- Bogadenta, Aryo (2013). *The Secret of Business Plan*. Yogyakarta: Laksana.
- Ching, F. D. K. (2008). *Arsitektur: Bentuk, Ruang dan Tatanan*. Terjemahan oleh H a n g g a n Situmorang. 2009. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil), diakses dari <http://dispendukcapil.semarangkota.go.id/> pada tanggal 29 November 2014 pada jam 16.30 WIB.
- Himpunan Desainer Interior Indonesia (1987). Buku Pedoman Hubungan Kerja Antara Desainer Interior dan Pemberi Tugas. HDII
- Katsigris, C. & Thomas, C. (2009). *Design and Equipment for Restaurant and Foodservices*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Kodrat, David Sukardi (2009). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Neufert, E. (1996). *Data Arsitek*. Terjemahan oleh Sunarto Tjahjadi. 1996. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Panero, J. & Zelink, M. (1979). *Human Dimension & Interior Space*. New York: Watson-Guptill Publications.
- Santosa, Adi. Pendekatan Konseptual dalam Perancangan Interior, 7-9
- Wahyudi, Sandy (2012). *Entrepreneurial Branding and Selling*. Yogyakarta: Graha Ilmu.