

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Sense of place akan selalu terikat dengan pengguna dan aktivitasnya. Pengunjung kedai didominasi oleh pengunjung dengan rentang usia 20-29 tahun serta menjadi pembentuk iklim sosial bagi kedai. Iklim sosial ini tampil dengan adanya aktivitas percakapan yang kasual. Suasana keberagaman dari segi ras, gender, kelas sosial juga sering ditemukan pada kedai. Keberagaman ini yang kemudian memberikan pengalaman dan kesan tersendiri bagi pengunjung lain.

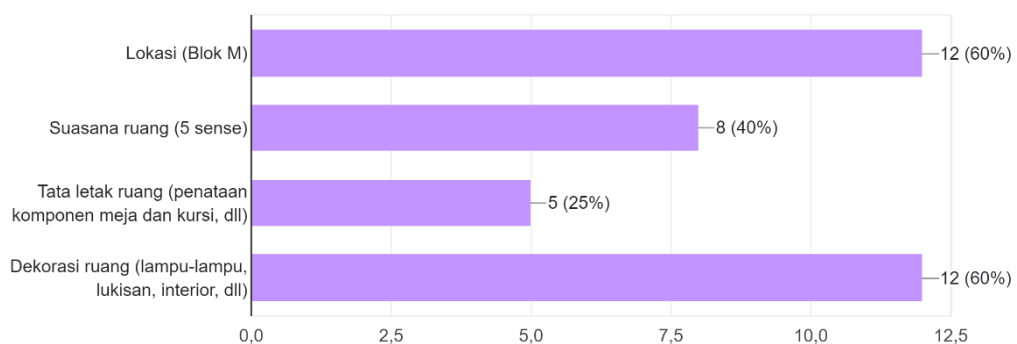
Berdasarkan hasil analisis dari data, observasi, kuisisioner dan wawancara yang dilakukan terhadap kedai Filosofi Kopi Melawai dan pengunjungnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Bagaimana sense of place terbentuk di kedai Filosofi Kopi Melawai?

Berbicara mengenai *sense of place* pada sebuah tempat tidak akan lepas dengan **konteks lokasinya**. Hal ini terbukti dengan adanya keterikatan antara identitas Blok M dengan kedai Filosofi Kopi Melawai. Berdasarkan hasil kuisisioner dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa identitas Blok M dengan identitas kedai saling membentuk *sense of place* di antara keduanya, sehingga menjadi daya tarik bagi masyarakat Jakarta dan sekitarnya untuk datang berkunjung ke tempat-tempat ini.

Secara keseluruhan, hal apa yang menurut anda paling menarik dari kedai Filosofi Kopi Melawai? (dapat pilih lebih dari satu)

20 jawaban



Gambar 58 Faktor Pembentuk *Sense of Place* Kedai Filosofi Kopi Melawai

Kemudian, *sense of place* yang terbentuk pada kedai Filosofi Kopi Melawai sendiri sangat dipengaruhi oleh faktor kognitif dan persepsi pengunjung terkait pengetahuan (knowledge) serta memori (memori) yang dimiliki oleh sebagian besar pengunjung terhadap **film Filosofi Kopi** yang ditayangkan pada tahun 2015 lalu. Mayoritas pengunjung baru pertama kali berkunjung dan hanya sesekali datang ke kedai Filosofi Kopi Melawai, serta ingin mendapatkan pengalaman ruang yang sama seperti pada film Filosofi Kopi (2015). Lalu, berkaitan dengan pembahasan pada paragraf di atas, **konteks lokasi (Blok M)** yang menjadi faktor pendorong yang paling mempengaruhi kunjungan pengunjung ke kedai Filosofi Kopi Melawai juga menjadi salah satu pembentuk *sense of place* kedai Filosofi Kopi Melawai sendiri.

Kemudian dari pada itu, mengingat adanya keterkaitan dengan film Filosofi Kopi Melawai serta kembali pada latar belakang pembangunan kedai yang mulanya diperuntukan sebagai latar film tersebut, berikut beberapa perbedaan yang ada pada ruang kedai dalam film dengan ruang nyata nya saat ini.

Tabel 7 Perbandingan Tampilan Visual dalam Sinema dan Ruang Nyata

Ilustrasi 3D Kedai dalam Film Filosofi Kopi (2015)	Ilustrasi 3D Kedai Filosofi Kopi Melawai (2022)
	
	
	



Lalu, *Elemen dan kualitas arsitektural apa yang membentuk sense of place kedai Filosofi Kopi Melawai?*

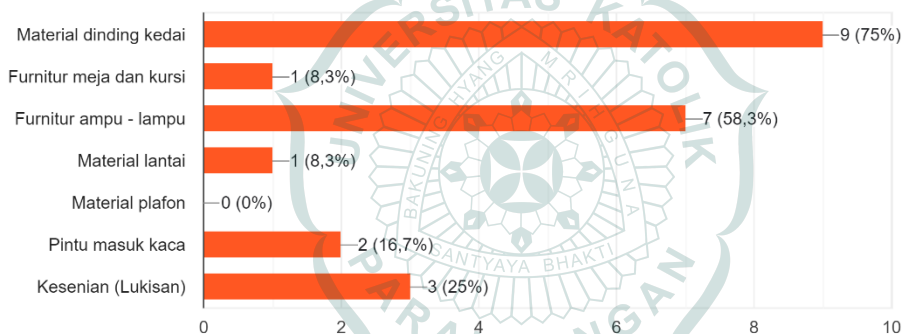
Berdasarkan hasil kuisisioner, **elemen dekorasi** menjadi aspek yang dianggap paling **menarik** dari kedai Filosofi Kopi Melawai dan mendorong perasaan senang dan nyaman pengunjung. Maka dari itu perlu diketahui bahwa terdapat beberapa perbedaan terkait elemen dekorasi yang ada pada film dan ruang nyata kedai saat ini. Adapun dekorasi yang ada pada film tentunya telah memberikan citra/*image* kedai tersendiri bagi sebagian besar pengunjung yang telah mengetahui atau menonton film Filosofi Kopi (2015).

Berikut elemen arsitektural yang paling mempengaruhi **perasaan senang dan nyaman** pengguna secara **visual** hingga paling tidak mempengaruhi:

- 1) **Material dinding kedai** : Penampilan ekspresi material yang diekspos serta keberagaman dari warna yang ditampilkan oleh masing-masing material.
- 2) **Dekorasi lampu-lampu** : Penempatan pencahayaan buatan dengan lampu-lampu sorot

- 3) **Lukisan (seni)** : Banyaknya lukisan yang ditampilkan pada dinding kedai memberikan pengalaman visual terhadap warna dan ambience yang dirasakan pengunjung.
- 4) Pintu masuk kaca : Buka lebar di sepanjang muka kedai memungkinkan akses visual yang menarik, baik dari luar ke dalam ruang maupun dari dalam ke luar ruang.
- 5) Furnitur meja dan kursi serta material lantai :Furnitur meja dan material lantai kedai menampilkan kesan dan suasana rumah rumah jaman dulu. Hal ini mendukung pengalaman yang berbeda bagi setiap pengunjung.
- 6) Material plafon

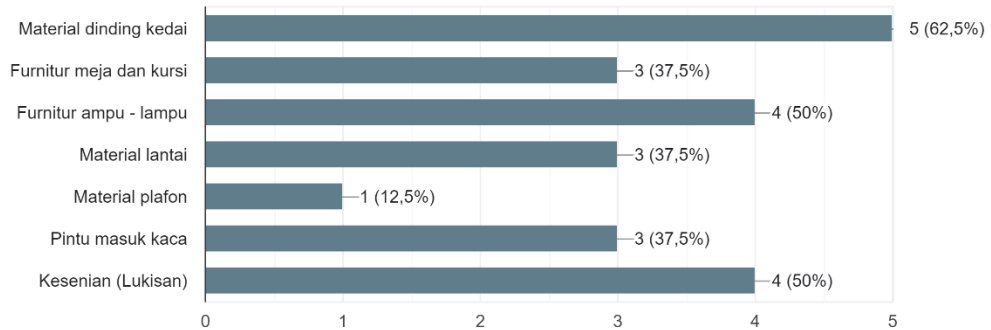
Dekorasi apa yang menarik secara Visual/ Penglihatan bagi Anda? (dapat pilih lebih dari satu)
12 jawaban



Gambar 59 Tanggapan Pengunjung yang **Telah** Menonton/Mengetahui Film Filosofi Kopi (2015) Terkait Dekorasi yang Paling Menarik

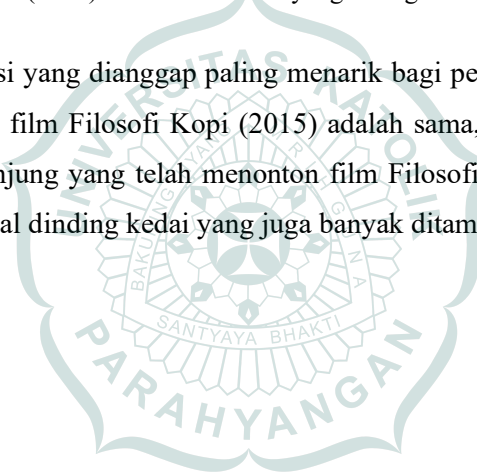
Dekorasi apa yang menarik secara Visual/ Penglihatan bagi Anda? (dapat pilih lebih dari satu)

8 jawaban



Gambar 60 Tanggapan Pengunjung yang **Belum/Tidak** Menonton/Mengetahui Film Filosofi Kopi (2015) Terkait Dekorasi yang Paling Menarik

Elemen dekorasi yang dianggap paling menarik bagi pengunjung yang mengetahui dan tidak mengetahui film Filosofi Kopi (2015) adalah sama, namun dengan persentase yang berbeda. Pengunjung yang telah menonton film Filosofi Kopi (2015) lebih banyak tertarik dengan material dinding kedai yang juga banyak ditampilkan dalam film.



DAFTAR PUSTAKA

- repository.unpar.ac.id
- eprints.undip.ac.id
- filosofikopi.id
- repository.untar.ac.id
- id.wikipedia.org
- Steele, Fritz. (1981). The Sense of Place.
- Hashemnezhad, H., Heidari, Ali Akbar, Hoseini, Parisa Mohammad. (2013). Sense of Place and Place Attachment. International Journal of Architecture and Urban Development Volume 3, No. I, Winter 2013(halaman 4-8).
- Waxman, Lisa. (2004). More Than Coffee: An Exploration of People, Place, and Community with Implication for Design

