

PENGAJIAN PROKSEMIK PADA LUAS AREA PELANGGAN DI KEDAI KOPI

Dio Ramadhanu^{1*}, Alfath Bintang Astito¹, Achmad Firmansyah¹

¹Arsitektur, UPN “Veteran” Jawa Timur, Jl. Raya Rungkut Madya; Gunung Anyar; Surabaya; Jawa Timur;
Indonesia 60294

*21051010127@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Arsitektur merupakan keilmuan multidisiplin sehingga banyak faktor yang menjadi pertimbangan dalam mendesain, salah satunya yaitu kebutuhan ruang. Kebutuhan ruang merupakan bagian dari konsep programatik dalam dunia arsitektur. Kebutuhan ruang seringkali hanya mempertimbangkan seputar kapasitas pengguna, aktivitas pengguna, ukuran objek, dan sirkulasi. Namun, arsitektur tidak hanya soal ukuran tapi ada faktor lain yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan kebutuhan ruang, seperti jarak sosial. Proksemik merupakan jarak antar-manusia sesuai dengan cara mereka berinteraksi. Proksemik merupakan istilah yang diperkenalkan oleh Edward T. Hall pada 1966. Menurut Hall, postur dan jarak fisik merupakan reaksi alamiah ketika indra menerima rangsangan, seperti fluktuasi suara atau nada bicara seseorang. Jarak fisik manusia dipercaya berhubungan dengan jarak sosial. Dengan pengimplementasian proksemik pada kalkulasi kebutuhan ruang, arsitek tidak hanya memperhitungkan unsur teknis tapi juga unsur sosial sebagaimana keilmuan arsitektur yang merupakan ilmu multidisiplin. Metode penelitian yang digunakan pada isu kali ini yaitu pendekatan kuantitatif melalui perbandingan perhitungan kebutuhan ruang dengan mengimplementasikan proksemik dengan perhitungan kebutuhan ruang tanpa pengimplementasian proksemik terhadap luas ruang sesungguhnya pada objek.

Kata kunci: ruang, proksemik, jarak, sosial

PROKSEMIC ASSESSMENT OF CUSTOMER AREA IN COFFEE SHOPS

ABSTRACT

Architecture is a multidisciplinary science so many factors are taken into consideration in designing, one of which is space requirements. Space requirements are part of the programmatic concept in the world of architecture. Space requirements often only consider user capacity, user activity, object size, and circulation. However, architecture is not only a matter of size but there are other factors that can be considered in determining space requirements, such as social distancing. Proxemics is the distance between humans according to the way they interact. Proxemics is a term introduced by Edward T. Hall in 1966. According to Hall, posture and physical distance are natural reactions when the senses receive stimulation, such as fluctuations in a person's voice or tone. Human physical distance is believed to be related to social distance. By implementing proxemic in the calculation of space requirements, architects not only take into account technical elements but also social elements as the science of architecture which is a multidisciplinary science. The research method used in this issue is to use a quantitative approach through a comparison of the calculation of space requirements by implementing proxemics with the calculation of space requirements without implementing proxemics of the actual spatial area of the object.

Keywords: space, proxemics, distance, social

PENDAHULUAN

Arsitektur merupakan keilmuan multidisiplin sehingga banyak faktor yang menjadi pertimbangan dalam mendesain, salah satunya yaitu kebutuhan ruang. Kebutuhan ruang merupakan bagian dari konsep programatik dalam dunia arsitektur. Kebutuhan ruang seringkali hanya mempertimbangkan seputar kapasitas pengguna, aktivitas pengguna, ukuran objek, dan sirkulasi. Namun, arsitektur tidak hanya soal ukuran tapi ada faktor lain yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan kebutuhan ruang, seperti jarak sosial. Proksemik merupakan jarak antar-manusia sesuai dengan cara mereka berinteraksi.

KAJIAN PUSTAKA

Proksemik

Proksemik merujuk pada pengaturan jarak dan ruang yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dalam komunikasi manusia. Setiap individu memiliki zona-zona atau wilayah-wilayah yang digunakan dalam berkomunikasi, yang merupakan ekstensi dari tubuh mereka dan dianggap sebagai milik pribadi. Zona-zona jarak tersebut adalah sebagai berikut:

1. Zona Intim: Zona ini memungkinkan kontak fisik dan sangat penting karena dianggap sebagai zona pribadi seseorang. Hanya orang-orang yang memiliki kedekatan emosional seperti pasangan, orangtua, suami-istri, anak-anak, kerabat, dan sanak saudara yang diizinkan memasuki zona ini. Jarak umumnya berkisar antara 15 cm - 45 cm.
2. Zona Pribadi: Zona ini digunakan dalam situasi sosial seperti pesta, acara kantor, atau makan di restoran. Jarak yang umumnya dijaga berkisar antara 45 cm - 1,2 meter.
3. Zona Sosial: Zona ini berlaku ketika berinteraksi dengan orang yang belum dikenal dengan baik, seperti saat berbicara dengan pelayan di toko. Jarak yang dijaga umumnya berkisar antara 1,2 - 3,7 meter.
4. Zona Publik: Zona ini berlaku ketika berinteraksi dengan orang yang belum dikenal dengan baik atau bahkan orang asing. Jarak yang umumnya dijaga berkisar antara 3,7 - 7,6 meter.

Istilah proksemik diperkenalkan oleh antropologis Edward T. Hall untuk menjelaskan bagaimana jarak antara manusia dapat mempengaruhi cara mereka berinteraksi. Secara naluri, manusia memiliki ruang pribadi (proksemik) yang berbeda-beda tergantung pada kebiasaan dan budaya setempat.

Kedai kopi

Kedai kopi merupakan tempat yang menyajikan kopi espresso dan makanan ringan. Seiring dengan kemajuan zaman, kedai kopi juga menyediakan berbagai minuman selain kopi, serta makanan kecil dan makanan berat. Terkadang, fungsi kedai kopi juga digabungkan dengan restoran, *co-working space*, atau kombinasi lainnya. Berbeda dengan kedai kopi tradisional yang hanya memiliki bangku, meja, kompor untuk memanaskan air, meja untuk mengaduk kopi, dan tempat untuk camilan, kedai kopi modern modern membutuhkan ruang tidak hanya untuk pelanggan tetapi juga untuk barista atau ahli dalam

meracik kopi. Kedai kopi modern dilengkapi dengan mesin kopi otomatis yang dapat mengatur takaran dan komposisi kopi. Beberapa kedai kopi bahkan dilengkapi dengan mesin pemanggang kopi.

Kelas Sosial

Secara umum, kelas sosial merupakan pengelompokan dari sekelompok masyarakat yang saling berinteraksi dan memiliki beberapa persamaan yang mendasarinya membentuk suatu kelas atau strata sosial. Banyak hal yang melatarbelakangi pengelompokan ini secara tidak langsung, dapat dikarenakan persamaan kondisi perekonomian, kondisi sosial, dan lain sebagainya. Pengelompokan masyarakat menjadi beberapa kelas ini, memungkinkan masyarakat untuk lebih mudah dalam menyamakan pola pemikiran serta kehidupannya. Sehingga nantinya, mereka dapat dengan mudah mempertimbangkan hal apa yang penting dan tidak penting untuk mereka. Kelas sosial juga seringkali disebut dengan sistem hierarki dari masyarakat.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada isu kali ini yaitu pendekatan kuantitatif melalui perbandingan perhitungan kebutuhan ruang dengan mengimplementasikan proksemik dengan perhitungan kebutuhan ruang tanpa pengimplementasian proksemik terhadap luas ruang sesungguhnya pada objek yang dipilih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat dua kedai kopi yang dipilih sebagai objek penelitian kali ini, yang pertama starbucks yang dipandang sebagai tempat kedai kopi di berkelas sedangkan Angop dianggap sebagai kedai kopi yang merakyat. Pemilihan kedua tempat ini sebagai objek penelitian dianggap dapat merepresentasikan kedai kopi dari berbagai kelas sosial karena kedua tempat ini selalu ramai dikunjungi oleh pelanggan dengan kelas sosialnya masing-masing.

Kedai Kopi Angop

Kedai kopi ini berada di Jl. Raya Medokan Sawah No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294. Angop selalu ramai akan pelanggan yang kebanyakan dari kalangan pekerja dan mahasiswa. Kedai ini memiliki harga yang merakyat dan fasilitas seadanya sehingga kebanyakan pengunjungnya berasal dari kelas sosial menengah ke bawah. Kedai kopi memiliki area pelanggan dengan luas kurang-lebih 270 m².



Fasad Angop



Interior Angop

Berikut perbandingan antara perhitungan luas area pelanggan Angop yang menerapkan proksemik dengan perhitungan luas area pelanggan Angop tanpa menerapkan proksemik. Luasan didapat dari perhitungan luas lingkaran yang mengelilingi kita dengan jari-jari 45 cm yang didapat dari jarak intim proksemik. Pemilihan jarak intim proksemik dikarenakan kedai kopi kelas merakyat cenderung digunakan untuk nongkrong sehingga memiliki jarak sosial yang lebih dekat.

OBJEK	KUANTITAS	UKURAN	KEBUTUHAN RUANG
PELANGGAN	300 ORANG	0,8 M ²	240 M ²
MEJA	50 BUAH	0,72 M ²	36 M ²
KURSI	100 BUAH	0,48 M ²	48 M ²
TOTAL			324 M ²

Perhitungan luas area pelanggan Angop tanpa menerapkan proksemik menghasilkan luasan 20% lebih luas daripada luas riil area pelanggan Angop.

OBJEK	KUANTITAS	UKURAN	KEBUTUHAN RUANG
PELANGGAN	300 ORANG	0,64 M ²	192 M ²
MEJA	50 BUAH	0,72 M ²	36 M ²
KURSI	100 BUAH	0,48 M ²	48 M ²
TOTAL			276 M ²

Perhitungan luas area pelanggan Angop yang menerapkan proksemik menghasilkan luasan 2% lebih luas daripada luas riil area pelanggan Angop.

3.2 STARBUCKS

Kedai kopi ini berada di Jl. Dr. Ir. H. Soekarno, Kedung Baruk, Rungkut, Surabaya, Jawa Timur 60298. Starbucks memiliki interior dan pelayanan yang berkelas sehingga memiliki reputasi sebagai kedai kopi berkelas. Harga produk yang ditawarkan pun cenderung tinggi menyesuaikan kualitas pelayanan yang diberikan. Maka, pelanggan yang datang pun berasal dari kelas sosial menengah ke atas. Kedai kopi ini memiliki area pelanggan seluas kurang-lebih 300 m².



Fasad Starbucks



Interior Starbucks

Berikut perbandingan antara perhitungan luas area pelanggan Starbucks MERR yang menerapkan proksemik dengan perhitungan luas area pelanggan Starbucks MERR tanpa menerapkan proksemik. Luasan didapat dari perhitungan luas lingkaran yang mengelilingi kita dengan jari-jari 75 cm yang didapat dari jarak sosial proksemik. Pemilihan jarak sosial proksemik dikarenakan kedai kopi dengan kelas elit cenderung digunakan sebagai gaya hidup atau menunjukkan kelas sosial.

OBJEK	KUANTITAS	UKURAN	KEBUTUHAN RUANG
PELANGGAN	84 ORANG	0,8 M ²	67,2 M ²
MEJA	42 BUAH	0,28 M ²	11,87 M ²
KURSI	84 BUAH	0,24 M ²	20,16 M ²
TOTAL			99,2 M ²

Perhitungan luas area pelanggan Starbucks MERR tanpa menerapkan proksemik menghasilkan luasan 66% yang lebih sempit daripada luas riil area pelanggan Starbucks MERR.

OBJEK	KUANTITAS	UKURAN	KEBUTUHAN RUANG
PELANGGAN	84 ORANG	1,77 M ²	148,68 M ²
MEJA	42 BUAH	0,28 M ²	11,87 M ²
KURSI	84 BUAH	0,24 M ²	20,16 M ²
TOTAL			279,81 M ²

Perhitungan luas area pelanggan Starbucks MERR yang menerapkan proksemik menghasilkan luasan 7% yang lebih sempit daripada luas riil area pelanggan Starbucks MERR. Dengan membandingkan rata-rata hasil perhitungan luas area pelanggan dari kedua objek penelitian, baik yang menerapkan proksemik maupun yang tanpa menerapkan proksemik terhadap luas area pelanggan riil pada objek penelitian; perhitungan luas area pelanggan yang menerapkan proksemik memiliki akurasi kurang-lebih 20% lebih tepat dalam mendekati luas area pelanggan riil pada objek penelitian.

PENUTUP

Kami sebagai pemakalah mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak penyelenggara yang telah mengadakan kegiatan ini. Dengan kegiatan ini, kami berharap bisa mengembangkan kemampuan dan pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Handayani, T. W., Sidik, A. I., & Rizal, M. (2022). Analisis zona proksemik Pada Kedai Kopi di Pangalengan. *GEOPLANART*, 4(1), 47.

Hall, Edward T. (1966). *The Hidden Dimension*. Anchor Books.