



ARCADE JURNAL ARSITEKTUR

p-ISSN: 2580-8613 (Cetak)

e-ISSN: 2597-3746 (Online)

<http://jurnal.universitaskebangsaan.ac.id/index.php/arcade>



KARAKTERISTIK ATRIBUT TERHADAP PERILAKU PENGGUNA PADA PUSAT KULINER DI KOPLAKAN BLORA

Glandisepa Chahyanita Dargayana¹, Suhargo Tri H², Siti Rukayah³

Departemen Arsitektur Universitas Diponegoro

E-mail: tesisglandis@gmail.com

Informasi Naskah:

Diterima:

30 Mei 2020

Direvisi:

19 September 2020

Disetujui terbit:

11 November 2020

Diterbitkan:

Cetak:

29 November 2020

Online

15 November 2020

Abstract: *Renovation will not succeed if the designer does not consider user attributes, so the results of the design will be changed according to the needs of user attributes. This happened in Koplakan Blora, which was more spacious and modern, but they complained about the lack of visitors after the renovation. This study aims to determine the characteristics of post-occupant users, interests, responses, and expectations of Koplakan users. Using descriptive qualitative research methods with instrument attributes (comfort, sociality, visibility, legibility) of the user, knowing the relationship between perceptions and user attributes, and knowing the comfortable space settings for the user. The results of the study are based on the required attributes, the user needs a large counter, the location of the sign that is easily visible to visitors, the size of a low counter barrier to be able to socialize with other traders, the shape of the building that is in accordance with the local culinary center.*

Keyword: *attribute characteristics, Behavior, physical space*

Abstrak: Renovasi tidak akan berhasil apabila perancang tidak mempertimbangkan atribut pengguna, sehingga hasil rancangannya akan diubah sesuai dengan kebutuhan atribut pengguna. Ini terjadi di Koplakan Blora yang bangunannya lebih luas dan modern, namun mereka mengeluhkan sepi pengunjung setelah renovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik pengguna pasca huni, minat, respon, dan harapan pengguna Koplakan. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan instrument atribut (kenyamanan, sosialitas, visibilitas, legibilitas) pengguna, mengetahui hubungan persepsi dan atribut pengguna, dan mengetahui setting ruang yang nyaman untuk pengguna. Hasil penelitian berdasarkan atribut yang dibutuhkan, pengguna membutuhkan counter yang luas, letak papan nama yang mudah terlihat oleh pengunjung, ukuran pembatas counter yang rendah agar bisa bersosialisasi dengan pedagang lain, bentuk bangunan yang sesuai dengan pusat kuliner local.

Kata Kunci: karakteristik atribut, Perilaku, ruang fisik

PENDAHULUAN

Perilaku menunjukkan manusia dalam aksinya, berkaitan dengan semua aktivitas manusia secara fisik; berupa interaksi manusia dengan sesamanya ataupun dengan lingkungan fisiknya. Disisi lain, desain arsitektur akan menghasilkan suatu bentuk fisik yang bisa dilihat dan bisa dipegang. Karena itu, hasil desain arsitektur dapat menjadi salah satu fasilitator terjadinya perilaku, namun juga bisa menjadi penghalang terjadinya perilaku.

Apa yang dibayangkan arsitek pada proses perancangan mungkin akan menghasilkan akibat yang berbeda pada saat atau setelah proses penghunian. Rancangan yang dianggap baik oleh perancang, mungkin saja diterima penggunanya sebagai lingkungan yang dingin, membosankan, bahkan tidak ramah. Hal ini terjadi antara lain karena persepsi pengguna kurang diperhatikan dalam proses perancangan.

Pembentukan perilaku seseorang adalah suatu proses yang multideterminan. Ada pengaruh budaya dan ada faktor pengaruh lingkungan yang saling terkait satu sama lain (Laurens, 2004). Karena itu, di dalam mendefinisikan kebutuhan pengguna, penting untuk dipertimbangkan oleh arsitek makna social yang mendasari perilaku dan persepsi pengguna atau kelompok pengguna dan bukan semata-mata berdasarkan apa yang dikatakan oleh para pengguna tentang apa yang dibutuhkannya. Yang diperhatikan dalam desain adalah tidak memaksakan pemuasan estetika sebagai kebutuhan dasar, tetapi lebih mempertimbangkan keindahan sebagai suatu persyaratan desain yang baik (Laurens, 2004).

Begitupun yang terjadi di Koplakan Blora yang baru selesai di renovasi tahun 2019 lalu. Kolplakan yang baru ini memiliki pengaruh besar bagi penggunanya, baik penjual ataupun pembeli.

Desain yang lebih luas, modern dan bersih ternyata bukan menjadi impian penggunanya. Dari wawancara dengan pengguna Koplakan, penjual mengeluhkan menurunnya minat pembeli setelah adanya renovasi. Bentuk pembatas counter yang membuat komunikasi antar pedagang tidak semudah dulu (atribut sosialitas). Begitupun pengunjung saat diwawancara mengeluhkan kesulitan menemukan kounter jenis makanan yang mereka inginkan, terutama yang sudah memiliki tempat langganan (atribut legibilitas).

Karakteristik rumah makan diperlukan sebagai identitas. Tiap bangunan membutuhkan identitas supaya dengan mudah dikenali dan dipahami oleh masyarakat, terutama tipologi fungsi bangunan tertentu maupun budaya atau kedaerahan. Identitas tersebut disampaikan dengan bahasa arsitektur tertentu untuk mengungkapkan ekspresi dan karakter yang diinginkan melalui pemakaian elemen dan unsur-unsur pembentuk bangunan yang merupakan kombinasi dari metode dan gaya tertentu (Khamdevi 2014).

Identitas juga bersinggungan dengan pengertian *brand image* (citra merk) secara luas, yang merupakan salah satu cara pemasaran dalam sebuah strategi bisnis, terutama pada restoran. Brand atau merk adalah suatu nama, kata, tanda, symbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk dan jasa tertentu (Kotler, 2003).

Oleh sebab itu untuk menarik kembali minat pembeli dan meningkatkan penjualan, penjual berusaha membenahi identitas kounternya sesuai dengan metode dan gaya masing-masing agar mudah dikenali oleh pelanggan, penjual juga menambahkan meja dan kursi di luar area counter agar pembeli lebih tertarik karena tempat makannya luas (atribut visitabilita). Hal ini tidak sejalan dengan perancangan arsitek karena pasca huni, fasilitas tersebut banyak berubah sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Perubahan desain yang terjadi pasca huni di Koplakan dapat di teliti dengan teori atribut perilaku dan menjadi penting untuk diteliti agar dapat memberi masukan pada perancang selanjutnya dalam meredesain Koplakan lebih baik sesuai dengan kebutuhan pengguna berdasarkan teori atribut (kenyamanan, sosialitas, visitabilita, legibilitas).

Tujuan penelitian secara umum adalah mengetahui dan menganalisis karakteristik pengguna pasca huni, sedangkan secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat, respon, dan harapan pengguna Koplakan, mengetahui karakteristik atribut (kenyamanan, sosialitas, visabilitas, legibilitas) pengguna, mengetahui hubungan persepsi dan atribut pengguna, dan mengetahui setting ruang yang nyaman untuk pengguna.

TINJUAN PUSTAKA

Bangunan ada untuk memberi wadah atribut perilaku penggunanya.

Menurut J. Wiesman dalam (Lang, 1987) ada tiga komponen yang mempengaruhi interaksi antara manusia dengan lingkungannya, kerangka interaksi tersebut disebut model sistem perilaku lingkungan, model tersebut yaitu:

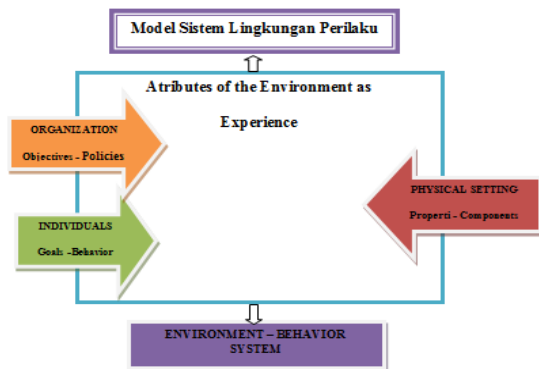
- Setting fisik disebut lingkungan fisik, tempat tinggal manusia. Setting dapat dilihat dalam dua hal, yaitu komponen dan properti.
- Fenomena Perilaku individu manusia yang menggunakan setting fisik dengan tujuan tertentu.
- Organisasi, organisasi dapat dipandang sebagai institusi atau pemilik yang mempunyai hubungan dengan setting. Kualitas hubungan antara setting dengan organisasi disebut atribut atau "Fenomena Perilaku".

Weisman dalam (Lang, 1987) juga merumuskan atribut perilaku sebagai berikut:

- **Kenyamanam (*comfort*)** adalah keadaan lingkungan yang memberikan rasa yang sesuai kepada pancaindra dan antropometrik disertai oleh fasilitas- fasilitas yang sesuai dengan kegiatannya. Antropometrik adalah proporsi dan dimensi tubuh manusia serta karakteristik fisiologis dan kesanggupan berhubungan dengan berbagai kegiatan manusia yang berbeda-beda. Antropometrik disebut juga sebagai faktor manusiawi yang secara dimensional mempengaruhi perancangan Arsitektur.
- **Sosialitas (*sociality*)** adalah tingkat kemampuan seseorang dalam melaksanakan hubungan sosial di suatu setting. Suatu tingkat dimana manusia dapat mengungkapkan dirinya dalam hubungan perilaku sosial dihubungkan secara langsung pada susunan tempat duduk dan meja di suatu ruang umum. Jarak antar individu, perilaku non verbal seperti sudut tubuh, kontak mata, ekspresi muka akan menunjukkan kualitas sosialisasi.
- **Visibilita (*visibility*)** adalah kemampuan untuk dapat melihat tanpa terhalang secara visual pada objek yang dituju. Visibilitas berkaitan dengan jarak yang dirasakan oleh manusia. Namun jarak yang dirasakan tersebut bukan hanya jarak secara dimensional/geometrik saja, namun menyangkut persepsi visual di mana manusia merasa ada tidaknya halangan untuk mencapai objek yang dituju.
- **Aksesibilitas (*accessibility*)** adalah kemudahan bergerak melalui dan menggunakan lingkungan. Kemudahan bergerak yang dimaksud adalah berkaitan dengan sirkulasi (jalan) dan visual.
- **Adaptabilitas (*adaptability*)** adalah kemampuan lingkungan untuk dapat menampung perilaku berbeda yang belum ada sebelumnya.
- **Rangsangan inderawi (*sensory stimulation*)** adalah kualitas dan intensitas perangsangan

sebagai pengalaman yang dirasakan oleh indera manusia.

- Kontrol (*control*) adalah kondisi suatu lingkungan untuk mewujudkan personalitas menciptakan teritori serta membatasi suatu ruang.
- Aktivitas (*activity*) adalah perasaan adanya intensitas pada perilaku yang terus menerus terjadi di dalam suatu lingkungan.
- Kesusakan (*crowdedness*) adalah perasaan tingkat kepadatan (*density*) di dalam suatu lingkungan.
- Privasi (*privacy*) adalah kemampuan untuk memonitori jalannya informasi yang terlihat dan terdengar baik dari atau di suatu lingkungan. Privasi adalah keinginan atau kecenderungan pada diri seseorang untuk tidak diganggu kesendiriannya.
- Makna (*meaning*) adalah kemampuan suatu lingkungan menyajikan makna-makna individual atau kebudayaan bagi manusia.
- **Legibilitas (*legibility*)** adalah suatu kemudahan bagi seseorang untuk dapat mengenal atau memahami elemen- elemen kunci dan hubungan dalam suatu lingkungan yang menyebabkan orang tersebut menemukan jalan atau arah.



Gambar1. Skema Atribut

Atribut-atribut yang disebutkan dalam teori tersebut muncul dari interaksi manusia dan lingkungannya (Effendi, Dewinita, dkk 2016).

Seperti halnya yang terjadi di Koplakan Blora, pengguna mengubah bangunan yang sudah disediakan dengan rancangan dari arsitek sebagai respon yang muncul dari interaksi manusia (pengguna) dan lingkungan (bangunan hasil renovasi).

Selain atribut tersebut, persepsi juga mempengaruhi respon pengguna terhadap lingkungan, bahwa persepsi lingkungan atau *environmental perception* adalah interpretasi tentang suatu setting oleh individu, didasarkan latar belakang budaya, nalar, dan pengalaman individu tersebut. Setiap individu memiliki persepsi lingkungan yang berbeda, karena latar belakang budaya, nalar, serta pengalamannya berbeda (Setiawan, Haryadi (2010).

Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat aktivitas pengguna pada bangunan sebelum direnovasi yang pasti akan diketahui persepsi

lingkungan yang berbeda dengan bangunan setelah renovasi.

Penggunaan istilah setting dipakai dalam kajian arsitektur lingkungan (fisik) dan perilaku, yang menunjuk pada hubungan integrasi antara ruang (lingkungan fisik secara spasial) dengan segala aktivitas individu/sekelompok individu dalam kurun waktu tertentu.

Pengertian setting diartikan sebagai tatanan suatu lingkungan yang dapat mempengaruhi Perilaku manusia, artinya ditempat yang sama, perilaku manusia dapat berbeda kalau settingnya (tatanannya) berbeda (Tony, Subrata, 2008).

Kemampuan manusia didalam memahami ruang yang dibuat untuk memenuhi kebutuhannya, sangat tergantung dari bagaimana interksi antara manusia dengan lingkungan binaan (dibuat untuk memenuhi kebutuhannya), dan bagaimana pengaruh ruang atau lingkungan binaan tersebut terhadap sikap dan tingkah laku manusia (Tony, Subrata, 2008).

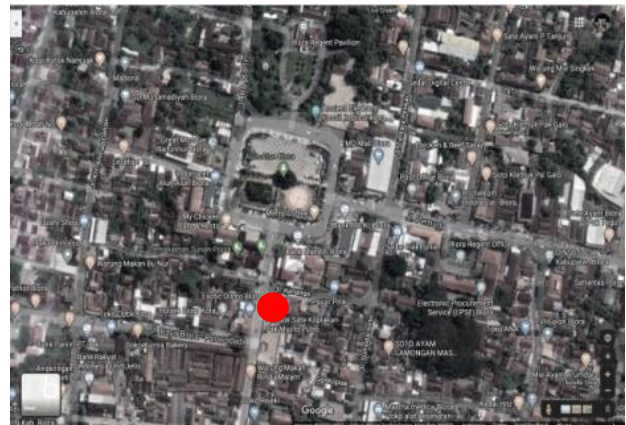
Ada faktor yang menyakut pemahaman tentang ruang (tingkah laku), yaitu faktor psikologi dari pemakai, bagaimana persepsinya mengenai suatu ruang, dan bagaimana kebutuhan interaksi sosialnya (Tony, Subrata, 2008).

Pemahaman ruang dapat membentuk pemahaman karakteristik bidang, Karakteristik bidang dari seluruh tempat dapat merubah kemampuan seseorang untuk bersatu atau berpisah, karakteristik bidang tidak seperti pembatas, tetapi melalui konteks fisik yang diubah, sedangkan faktor indera seperti, visual, aural, olfactory, tactile dan hubungan persepsi ikut mengambil peranan (Tony, Subrata, 2008).

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian adalah rangkaian dari cara atau kegiatan pelaksanaan penelitian dan didasari oleh pandangan filosofis, asumsi dasar, dan ideologis serta pernyataan dan isu yang dihadapi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan penelitian perilaku yang berkaitan dengan hubungan antara manusia dan lingkungan (setting), dengan fenomena dan data yang terjadi di lapangan untuk menemukan suatu kesimpulan atau rekomendasi.



Gambar2. Lokasi Koplakan Blora

Sumber: Gmaps

Lokasi penelitian berada di Koplakan yaitu pusat kuliner yang dikelola pemerintah pusat kota Blora

tidak jauh dengan alun-alun kota dan pasar kota tepatnya di jalan Mr. Iskandar.

Lokasinya yang mudah ditemukan dan jenis makanan yang khas daerah Blora, menjadi salah satu tujuan wisata kuliner bagi pendatang dan warga setempat. Tidak heran jika Koplakan direnovasi karena keberadaannya dianggap penting oleh masyarakat.

Sasaran obyek penelitian ini adalah pedagang yang menempati counter di pusat kuliner tersebut. Pedagang tersebut dibagi dalam dua kali waktu jualan yaitu shift pagi hingga sore dan shift sore hingga tengah malam.

Variabel pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini adalah setting counter (ruang) dengan indikator pengamatan minat, respon, dan harapan pengguna terhadap counter. Sedangkan variabel bebas pada penelitian ini adalah atribut persepsi kenyamanan, sosialitas, visibilitas dan legibilitas pengguna.

Teknik pengumpulan data dengan observasi setting fisik (konter pedagang) dan wawancara langsung ke pengguna yaitu pedagang di Koplakan dan pengunjung (pembeli).

Teknik analisis penelitian ini adalah data dari observasi dan wawancara yang diperoleh dianalisis dengan teori yang telah ditentukan yaitu teori atribut (kenyamanan, sosialitas, visibilitas, dan legibilitas) pada pengguna Koplakan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- Perubahan fisik Koplakan Blora sebelum dan sesudah renovasi



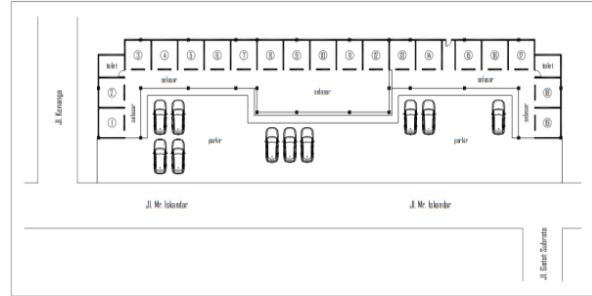
Gambar3. Koplakan sebelum renovasi
Sumber: Gmaps



Gambar4. Koplakan setelah direnovasi
Sumber: survey 2020

Koplakan Blora direnovasi oleh pemerintah karena bangunan tersebut terbakar, dan selesai direnovasi tahun 2019 lalu dengan merubuhkan bangunan kanan kiri kompleks pusat kuliner tersebut. Koplakan hasil renovasi lebih luas dan dilengkapi dengan fasilitas yang lebih baik.

- Kondisi eksisting Lokasi penelitian :



Gambar5. Denah Koplakan setelah renovasi
Sumber: Analisa 2020

Koplakan adalah pusat kuliner di Blora yang ada di dekat alun-alun Blora tepatnya jalan Mr. Iskandar. Lokasinya dihook jalan dan bangunan terbentang melintang panjang dengan gaya Jawa modern. Fasilitas parkir sangat luas menampung kendaraan. Koplakan terdiri dari kumpulan counter pedagang makanan. Ada 19 petak counter pedagang berjajar di dalamnya. Ukuran tiap counter adalah 4x4 meter, dengan pembatas counter di kanan kiri depan setinggi 120cm. pembatas depan dilapisi material batu alam untuk menambah aksen natural. Tinggi plafon 5 meter. Finishing dinding adalah bata ekspos tanpa di cat ulang. Di depan tiap counter terdapat selasar yang merupakan ruang sirkulasi pengguna, namun dijadikan sebagai ruang tambahan bangku untuk pembeli oleh pedagang tiap counter. Papan nama tiap counter terletak 2,5 meter dari lantai dengan bahan neon box ukuran 50 x 70 cm dengan gambar makanan dan tulisan dengan font kecil. Tiap counter terdapat meja tempat cuci peralatan masak dan meja persiapan masak. Di dalam counter juga digunakan pedagang untuk meletakkan gerobak untuk memasak dan menyajikan makanan dengan rata-rata berukuran 2 x 1 meter. Selain itu di dalam counter pedagang meletakkan satu atau dua bangku panjang untuk pembeli. Toilet berada di ujung bangunan.

- Data dan pembahasan pengamatan setting fisik dan wawancara persepsi pengguna:

a. Atribut Kenyamanan



Gambar6. Suasana sebelum renovasi
Sumber: gmaps

Dalam foto tersebut atribut kenyamanan terlihat dari perilaku pengguna baik itu penjual dan pembeli sangat akrab. Penjual dan pembeli berada dalam sebuah counter. Antar counter pedagang satu dengan lainnya semua pembeli menjadi satu masuk dalam counter berhadapan dengan penjual yang sedang menyiapkan hidangannya. Para pembeli tampak menunggu penjual menyiapkan hidangan dengan mengobrol dengan sesama pembeli (gb.6)



Gambar7. Suasana setelah renovasi
Sumber: survey 2020

Hasil observasi lapangan sangat berbeda dengan suasana sebelum renovasi. Setelah wawancara ke beberapa pedagang, mereka mengeluhkan sepi pengunjung dan mereka merasa ukuran counter sangat kecil dan sempit tidak seperti dahulu sebelum renovasi. Bahkan dulu saat puasa biasanya pengunjung antri dan bahkan berebut tempat duduk untuk berbuka puasa bersama, tahun lalu sepi apalagi tahun ini sudah sepi ditambah ada wabah covid 19 tambah sepi.



Gambar8. Pedagang menambah bangku di luar kounter
Sumber: Survei 2020

Suasana dari luar bagus dan mewah tapi setelah duduk di warung lebih enak duduk diluar karena sumpek kalau di dalam warung. Pengguna mengharapkan kenyamanan yaitu pedagang dan pembeli menginginkan counter yang lebih luas.

b. Atribut Sosialitas



Gambar9. Suasana interaksi pengguna sebelum renovasi
Sumber: Gmaps



Gambar 10. Suasana interaksi pengguna sebelum renovasi
Sumber: Gmaps

Dari gambar tersebut memperlihatkan interaksi social yang terjadi dalam counter antara pedagang dan pembeli, pedagang dengan pedagang yang lainnya. Pembeli dapat mengobrol dengan pembeli lain dan juga ke pedagang. Pembeli juga dapat menyaksikan bagaimana pedagang menyiapkan hidangan untuk pembeli (gb.9). Sesama pedagang juga dengan mudah berinteraksi walaupun terdapat pembatas counter (gb.10).



Gambar11. pedagang menambah bangku di luar kounter
Sumber: Survei 2020

Ukuran counter yang hanya dapat menampung perabot masak pedagang dan sedikit bangku pembeli, mengharuskan pedagang menambah bangku untuk pembeli di luar kounternya. Hal ini tentukan akan memberi pengalaman yang berbeda dari interaksi yang terjadi sebelum renovasi. Pembeli yang tidak dapat tempat dalam counter tidak akan mendapat pengalaman yang sama dengan pembeli yang duduk dalam counter. Pembeli di luar tidak bisa berinteraksi dan menyaksikan penjual menyiapkan hidangan mereka.



Gambar12. Pedagang menambah bangku di luar counter
Sumber: Survei 2020

Menurut pengakuan Nola (pedagang sate 48 tahun), pengunjung lebih memilih duduk diluar karena tidak merasa sempit, dan jika tempat duduk diluar sudah terisi, maka pengunjung lain enggan mampir karena mereka pikir tempat duduknya sudah penuh.

Begitu pula pengakuan Toni (pengunjung 63 tahun), ia merasa lebih nyaman duduk di luar karena tidak merasa sesak walaupun tidak bisa melihat cara bakar satunya

Ternyata pengguna membutuhkan sosialitas dalam counter yang lebih luas.

c. Atribut Visibilitas



Gambar13. Koplakan Blora sebelum direnovasi
Sumber: google.com

Sebelum direnovasi, pedagang memberi penanda kounternya dengan label yang besar dan jelas, terletak tepat di depan kounternya sehingga memudahkan pembeli yang lewat untuk mengetahui keberadaanya. Pembeli juga akan mudah mengetahui apakah pedagang berjualan atau tutup dari posisi peralatan dan furniture di dalam kounternya, juga ada tidaknya pedagang di dalam counter mudah terlihat dari jalan raya karena papan pembatas counter bagian depan rendah dan tidak menutupi seluruh muka counter.



Gambar14, 15. Koplakan Blora setelah direnovasi
Sumber: survey 2020

Untuk memudahkan pengunjung mengetahui keberadaan penjual dan mengetahui jenis makanan yang dijual, pedagang memasang penanda yang tulisannya lebih besar daripada yang sudah disediakan arsitek. Tata letak dan kejelasan tulisan dirasa pedagang menjadi lebih terlihat oleh pengunjung.

Seluruh pedagang mendesain ulang tatanan penanda counter mereka. Bentuk dan letaknya pun bervariasi. Ada yang di atas pembatas counter depan (gb15) ada yang di dinding counter, ada pula yang ditempelkan di bangku luar (gb14). Pedagang berusaha merenovasi sesuai dengan kemampuan dan gaya mereka.

Atribut Visibilitas sangat dibutuhkan oleh pengguna.

d. Atribut Legibilitas



Gambar16, 17. Koplakan Blora sebelum direnovasi
Sumber: survey 2020

Dari foto tersebut menggambarkan walaupun beraneka ragam counter makanan namun pengunjung dapat dengan mudah menemukan pedagang makanan yang mereka tuju.

Mereka bahkan mengantri untuk mendapatkan tempat duduk dalam counter makanan pilihan mereka.



Gambar18. Tidak ada kejelasan fungsi bangunan
Sumber: survey 2020

Dengan ukuran yang memanjang, pengunjung harus lebih dekat lagi dan berjalan memasuki Koridor antar counter agar bisa menemukan pedagang makanan pilihan mereka, sebab dari jalan raya tidak terlihat jelas nama counter tersebut. Hal ini atribut legibilitas dibutuhkan pengguna dalam bangunan tersebut.



Gambar 19. Tidak ada tribut legibitas pada bangunan
Sumber: survey 2020

Bagi masyarakat local, keberadaan koplakan sudah melekat, namun bagi pendatang atau wisatawan kuliner mereka akan kesulitan mengenali bangunan Koplakan ini sebagai pusat kuliner, karena tidak memperlihatkan bahwa bangunan ini berisi berbagai macam kuliner Blora.

KE Simpulan

Dalam Koplakan setelah renovasi terdapat beberapa perilaku pengguna yang menyebabkan perubahan desain untuk memenuhi kebutuhan atribut mereka yaitu atribut kenyamanan, sosialitas, visitabilitas dan legibilitas.

Pedagang mengharapkan counter yang lebih luas agar dapat menampung banyak pembeli, pedagang mengharapkan papan nama yang dapat dengan mudah terlihat dan ditemukan oleh pembeli, pedagang menginginkan ukuran pementas counter yang dapat memberi keleluasaan dapat berinteraksi dengan pedagang disamping kanan kirinya. Pedagang mengharapkan fungsi bangunan yang jelas agar pembeli mengetahui bahwa Koplakan adalah pusat kuliner.

Diharapkan dalam renovasi berikutnya arsitek lebih memperhatikan rancangan berdasarkan kebutuhan atribut pengguna, agar fasilitas bangunan yang dirancang akan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada bapak ibu R. Siti Rukayah sebagai pembimbing dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Laurens, Joyce Marcella. (2004). *Arsitektur Dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Grasindo
- Khamdevi, Muhammar, Nasution, Iqbal Rasyid. (2014). *Studi Karakteristik Arsitektur Khas pada Warung Tegal di JABODETABEK*. Jurnal Arsitektur Universitas Lampung, vol.2, No. 4, Juni 2014
- Kotler, dkk. (2003). *Marketing Management, 11th Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Lang, J (1987). *Creating Architecture Theory: The Role of the Behavior Sciences in Environmental Design*. New York : Van Nostrand Reinhold Company
- Effendi, Dewinita, dkk (2016). *Pola Perilaku Masyarakat Terhadap Pemanfaatan ruang terbuka Publik di Pusat Kota Ternate*. Manado: Universitas Sam Ratulangi
- Setiawan, B, Haryadi (2010). *Arsitektur, Lingkungan dan Perilaku*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

- Tony, Subrata (2008). *Hubungan Setting Trotoar dengan Tuntutan Atribut Persepsi Pedagang Kaki Lima*. Semarang: Program Pasca Sarjana Magister Teknik Arsitektur Universitas Diponegoro
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Jakarta : Alfabeta
- Hidjaz, Taufan. 2014. *Interaksi Perilaku dalam Suasana Ruang Terbatas Studi Kasus Hotel Kapsul The Pod Singapura*. Bandung: Institut Teknologi Nasional Desain Interior
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta : Erlangga