



TUGAS AKHIR – DP 184838

**DESAIN AKSESORIS *SELF-SERVICE COFFEE SHOP* MENGGUNAKAN
MATERIAL KERAMIK BERKONSEP *INDONESIAN CULTURE***

**MASRUROH SABILA HELMI AZMI
NRP. 0831154000040**

Dosen Pembimbing:

Andhika Estiyono, S.T., M.T.

NIP. 19700122 199512 1 002

Program Studi Desain Produk

Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)



FINAL PROJECT – DP 184838

**DESIGN OF CERAMIC BASED SELF-SERVICE COFFEE SHOP
ACCESSORIES WITH INDONESIAN CULTURAL CONCEPT**

MASRUROH SABILA HELMI AZMI

NRP. 0831154000040

Supervisor:

Andhika Estiyono, S.T., M.T.

NIP. 197001221995121002

Industrial Design Programme

Faculty of Creative Design and Digital Business

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

2020

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN
DESAIN AKSESORIS SELF-SERVICE COFFEE SHOP MENGGUNAKAN
MATERIAL KERAMIK BERKONSEP INDOONESIAN CULTURE

TUGAS AKHIR (DP 184838)

Disusun untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)
pada
Program Studi S-1 Desain Produk
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

Masruroh Sabila Helmi Azmi

NRP. 08311540000040

Surabaya, 30 Januari 2020
Periode Wisuda 121 (Maret 2020)

Mengetahui,

Disetujui,

Kepala Departemen Desain Produk

Dosen Pembimbing



Bambang Tristiyono, S.T., M.Si.

Andhika Estryono, S.T., M.T.

NIP. 197007031997021001

NIP. 197001221995121002

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya mahasiswi Departemen Desain Produk, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dengan identitas :

Nama : **Masruroh Sabila Helmi Azmi**

NRP : **0831154000040**

Dengan ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang saya buat dengan judul **“DESAIN AKSESORIS *SELF-SERVICE COFFEE SHOP* MENGGUNAKAN MATERIAL KERAMIK BERKONSEP *INDONESIAN CULTURE*”** adalah :

1. Orisinil dan bukan merupakan duplikasi karya tulis maupun karya gambar atau sketsa yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan atau tugas-tugas kuliah lain baik di lingkungan ITS, universitas lain maupun lembaga-lembaga lain, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai kutipan atau referensi atau acuan dengan cara semestinya.
2. Laporan yang berisi karya tulis dan karya gambar atau sketsa yang dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data hasil pelaksanaan riset.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika tidak memenuhi persyaratan yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia apabila laporan tugas akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 30 Januari 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Masruroh Sabila Helmi Azmi

NRP. 0831154000040

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku tugas akhir dengan judul “Desain Aksesoris *Self-Service Coffee Shop* Menggunakan Material Keramik Berkonsep *Indonesian Culture*” sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya.

Penulis meyakini masih banyak yang perlu diperbaiki dalam penyusunan laporan ini, baik dari segi penelitian, penulisan, bahasa, dan tanda baca. Sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca sebagai bahan evaluasi penulis. Demikian, besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Surabaya, 30 Januari 2020
Penulis,

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas Akhir ini dapat selesai tepat waktu tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang sangat membantu. Pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Juremi dan Ibu Sulastri selaku kedua orang tua penulis dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan doa, bantuan moril dan materiil selama penulis menempuh perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir.
2. Bapak Andhika Estiyono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang sudah sangat membantu dalam mengarahkan dan membimbing kepada penulis selama pengerjaan Tugas Akhir selesai.
3. Bapak Ari Dwi dan Bapak Arie Kurniawan, selaku dosen penguji Tugas Akhir yang telah memberikan masukan selama proses penyelesaian Tugas Akhir.
4. Seluruh dosen pengajar, staff dan karyawan di Departemen Desain Produk, FDKBD ITS Surabaya yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Operator 3D printing 101, Rungkut dan Sinar Sentosa yang telah membantu penulis dalam proses eksperimen dan pembuatan prototype.
6. Bapak Soeharto selaku pemilik usaha kerajinan keramik di Malang, dan para karyawan selaku pengrajin keramik yang telah membantu penulis dalam proses analisis material hingga proses pengerjaan prototype selama Tugas Akhir ini.
7. Rizal Firmansyah yang telah mendengar keluhan penulis dan selalu memotivasi penulis juga membantu kelancaran dari awal pengerjaan hingga Tugas Akhir ini selesai.
8. Aina, Kurnyil, Asril, Almira, Betty, Bonita, Estika, Febi, teman-teman yang memberi semangat penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Teman-Teman penghuni Ruang TA yang telah berjuang bersama-sama hingga titik akhir untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

10. Dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini yang belum mampu penulis sebutkan.

Terimakasih atas segala bentuk bantuan,, dukungan dan doa yang sudah diberikan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Dalam penyusunan laporan, penulis menyadari bahwa hasil laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Terimakasih atas perhatiannya, semoga lapporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat.

Surabaya, 30 Januari 2020

Penulis,

DESAIN AKSESORIS *SELF-SERVICE COFFEE SHOP* MENGGUNAKAN MATERIAL KERAMIK BERKONSEP *INDONESIAN CULTURE*

Nama : Masruroh Sabila Helmi Azmi
NRP : 0831154000040
Program Studi : Desain Produk Industri
Fakultas : Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Dosen Pembimbing : Andhika Estiyono, ST., MT.

ABSTRAK

Meningkatnya mobilitas dan gaya hidup masyarakat urban yang modern di kota-kota besar khususnya Surabaya, mendorong perkembangan dunia perkopian meningkat sehingga banyak pelaku usaha yang mendirikan *coffee shop* dengan kemasan yang beragam. Saat ini banyak *coffee shop* yang menggunakan konsep *minimalis*, *vintage*, *modern clean* dan sistem *self-service* juga banyak diterapkan pada beberapa *coffee shop*. Salah satunya TBRK Rumah Kopi Rungkut yang ditetapkan sebagai studi kasus perancangan tugas akhir ini. Hasil dari beberapa kali pengamatan pada TBRK Rumah Kopi di Rungkut didapatkan hasil bahwa sistem *self-service* belum dapat diterapkan sepenuhnya kepada pengunjung. Namun memang fasilitas untuk menerapkan sistem *self-service* ini belum ada. Beberapa *home decor* meja pengunjung juga kurang sesuai dengan konsep TBRK Rumah Kopi. Adapun tujuan dari perancangan ini adalah membuat desain aksesoris perlengkapan *self-service* untuk *coffee shop*, untuk menjadi produk yang unik serta memiliki ciri khas dari tema yang diangkat oleh TBRK Rumah Kopi yakni *tropical*, *ethnic*, dan *natural look*. Disisi lain perancangan ini dilakukan untuk meningkatkan potensi pengrajin keramik dari Kampung Wisata Keramik Dinoyo yang memiliki nilai kearifan lokal yang sangat kuat.

Kata Kunci : coffee shop, self-service, aksesoris, keramik, natural look

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DESIGN OF CERAMIC BASED SELF SERVICE COFFEE SHOP ACCESSORIES WITH INDONESIAN CULTURAL CONCEPT

Nama : Masruroh Sabila Helmi Azmi
NRP : 0831154000040
Program Studi : Desain Produk Industri
Fakultas : Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Dosen Pembimbing : Andhika Estiyono, ST., MT.

ABSTRACT

The increasing of modern urban people's mobility and lifestyle in the big cities especially Surabaya is also increasing the development of coffee matter so many entrepreneur to build some coffee shops with many variety of packaging. A lot of coffee shops are using simple, vintage modern clean concept and also using a self-service system for some coffee shops. TBRK Rumah Kopi Rungkut is the study case of this final project. After did some research in TBRK Rumah Kopi Rungkut turns out the self-service system is not ready yet to be fully implemented to the customer. It is caused by the unavailability of the facilities for the self-service system. Some home decors on customer's tables are not really suit with the TBRK Rumah Kopi's concept. The purpose of this research is to make a design of self-service equipment accessories for the coffee shop until it becomes unique and has the characteristic of TBRK Rumah Kopi, those are tropical, ethnic, and natural look. The other purpose of this research is to enhance the potential of ceramic artists from Kampung Wisata Keramik Dinoyo who have a really strong local culture value.

Kata Kunci : coffee shop, self-service, accessories, ceramic, natural look

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR	ix
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Manfaat Perancangan	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Café	6
2.2.1 Pengertian <i>Café</i>	6
2.2.2 Sejarah <i>Café / Coffee Shop</i>	6
2.2.3 Bisnis <i>Coffee Shop</i>	7
2.3 TBRK Rumah Kopi	8
2.3.1 Tentang TBRK Rumah Kopi	8
2.3.2 Konsep <i>Self-Service</i>	8
2.4 Aksesori Perlengkapan Untuk <i>Coffee Shop</i>	9
2.5 Karakteristik dan Sifat Keramik	10
2.5.1 Keramik.....	10
2.5.2 Tanah Liat	11
2.5.3 Macam-macam Jenis Tanah Liat	12

2.6 Proses Pengolahan Keramik.....	13
2.7 Definisi Produk <i>Home Decor</i>	13
2.8 Desain Acuan	14
2.8.1 Jade Crompton.....	14
BAB III.....	17
METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Skema Penelitian	17
3.2 Definisi Judul	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	18
3.4 Rencana Kegiatan.....	20
BAB IV	23
STUDI DAN ANALISIS	23
4.1 MSCA	23
4.2 Positioning.....	23
4.2.1 <i>Positioning</i> Produk.....	24
4.2.2 <i>Positioning</i> Harga.....	24
4.3 Analisis Persona	25
4.4 Analisis Trend <i>Cafe</i>	28
4.5 Analisis Aktifitas.....	28
4.5.1 Analisis Aktifitas Pengunjung.....	29
4.6 Studi Aksesoris Perlengkapan <i>Coffee Shop</i>	31
4.7 Analisis Bentuk	33
4.8 Forming Development Produk	35
4.9 Analisis Material Keramik	36
4.9.1 Material Keramik	36
4.9.2 Analisis Teknologi Pengolahan Keramik.....	36
4.9.3 Analisis Pembuatan Protomodel	41
4.9.4 Eksplorasi Ketebalan pada Keramik	46
4.9.5 Eksplorasi Motif pada Keramik	47
4.10 Development Series.....	49
4.11 Analisis Proses Produksi	54

4.12 Rekap Hasil Wawancara	57
4.13 Branding.....	58
4.13.1 Logo	58
4.13.2 Seri Andaru	58
4.13.3 Seri Geomalia.....	59
4.14 <i>Market Strategy</i>	60
4.14.1 Bussiness Modal Canvas.....	61
4.14.2 Pemasaran	62
4.14.3 Analisis HPP	63
4.14.4 Packaging	63
4.15 Design Requirement and Objectives (DR&O).....	64
BAB V	65
IMPLEMENTASI DESAIN	65
5.1 Implementasi Konsep Desain.....	65
5.1.2 <i>Objective Tree Concept</i>	65
5.1.3 <i>Square Board Idea</i>	65
5.2 Konsep Desain	67
5.3 Gambar Teknik	68
5.4 Final Design	68
BAB VI.....	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	72
LAMPIRAN A.....	73
LAMPIRAN B	78
LAMPIRAN C	79
LAMPIRAN D.....	98
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 2. 1 Contoh Produk Saucer</i>	75
<i>Gambar 2. 2 Contoh Produk Reserved Sign</i>	75
<i>Gambar 2. 3 Contoh Produk Ashtray</i>	75
<i>Gambar 2. 4 Contoh Produk Tissue Holder</i>	76
<i>Gambar 2. 5 Contoh Produk Mini Planter</i>	76
<i>Gambar 2. 6 Contoh Produk Sugar Pack Holder</i>	76
<i>Gambar 2. 7 Contoh Produk Straw Holder</i>	77
<i>Gambar 2. 8 Contoh Produk Tray</i>	77
<i>Gambar 2. 9 Contoh Produk Display Stand</i>	77
<i>Gambar 2. 10 Proses pengolahan keramik</i>	78
<i>Gambar 2. 11 Jade Crompton ceramic designer</i>	78
<i>Gambar 2. 12 Koleksi tableware dari Jade Crompton</i>	78
<i>Gambar 3. 1 Skema Metode Penelitian</i>	17
<i>Gambar 3. 2 Hasil Eksperimen Pertama</i>	19
<i>Gambar 3. 3 Observasi di TBRK Rumah Kopi Surabaya</i>	20
<i>Gambar 3. 4 Wawancara Terhadap Sumber Ahli</i>	20
<i>Gambar 4. 1 Benchmarking Produk</i>	23
<i>Gambar 4. 2 Positioning Produk</i>	24
<i>Gambar 4. 3 Positioning Harga</i>	24
<i>Gambar 4. 4 Life Style Pengunjung Cafe</i>	25
<i>Gambar 4. 5 Persona Pengunjung Cafe Laki-Laki</i>	25
<i>Gambar 4. 6 Moodboard Persona Laki-laki</i>	26
<i>Gambar 4. 7 Persona Perempuan</i>	26
<i>Gambar 4. 8 Moodboard Persona Perempuan</i>	27
<i>Gambar 4. 9 Moodboard Persona</i>	27
<i>Gambar 4. 10 Konsep Cafe Tematik</i>	28
<i>Gambar 4. 11 Konsep Cafe Cultural</i>	28
<i>Gambar 4. 12 Inspirasi Bentuk dari Budaya Indonesia</i>	34
<i>Gambar 4. 13 Kerajinan Gerabah Anglo</i>	35
<i>Gambar 4. 14 Sketch Alternatif</i>	53
<i>Gambar 4. 15 Pengrajin Keramik Dinoyo Malang</i>	57
<i>Gambar 4. 16 Nama Branding Produk</i>	58
<i>Gambar 4. 17 Seri Andaru 3D Rendering</i>	59
<i>Gambar 4. 18 Model Render Seri Geomalia</i>	60
<i>Gambar 4. 19 Bussniness Modal Canvas</i>	61
<i>Gambar 4. 20 Postingan Pemasaran di Instagram</i>	62
<i>Gambar 4. 21 Packaging Produk</i>	64
<i>Gambar 5. 1 Obejctive Tree Concept</i>	65
<i>Gambar 5. 2 Square Idea Board</i>	66
<i>Gambar 5. 3 Foto Produk</i>	70

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2. 1 Unsur-Unsur Dalam Tanah Liat</i>	11
<i>Tabel 3. 1 Definisi Judul</i>	18
<i>Tabel 3. 2 Rencana Kegiatan Penelitian</i>	20
<i>Tabel 4. 1 Analisa Aktifitas Pengunjung</i>	29
<i>Tabel 4. 2 Studi Aksesoris Perlengkapan Cafe</i>	31
<i>Tabel 4. 3 Kelebihan Dan Kekurangan Material Keramik</i>	36
<i>Tabel 4. 4 Analisa Teknologi Pengolahan Keramik</i>	36
<i>Tabel 4. 5 Analisis Pembuatan Protomodel</i>	41
<i>Tabel 4. 6 Tabel Reduksi Pembuatan Cetakan Keramik</i>	44
<i>Tabel 4. 7 Eksplorasi Ketebalan Material Keramik</i>	46
<i>Tabel 4. 8 Analisis HPP</i>	63

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan produsen kopi terbesar ke empat di dunia. Produk kopi asal Indonesia memiliki daya tarik tersendiri sehingga banyak digemari oleh wisatawan mancanegara. Perkembangan konsumsi kopi saat ini meningkat seiring dengan gaya hidup masyarakat urban yang mana meminum kopi di *coffee shop* bahkan di warung kopi pinggir jalan menjadi kebiasaan sehari-hari. Hal itu menimbulkan fenomena banyaknya *coffee shop* baru yang bermunculan. Perkembangan bisnis *coffee shop* ini tercatat tumbuh sangat pesat dan diakui oleh Sekjend Asosiasi Pengusaha Kafe Restoran Indonesia (Apkrindo) Jatim, Mufid Wahyudi. Beliau mengakui bahwa bisnis *café* ditahun 2015 tumbuh sekitar 15%-20%.

Akibat dari fenomena tersebut adalah tingginya tingkat persaingan, sehingga para pengusaha *coffee shop* berlomba-lomba bukan dalam hal menciptakan rasa kopi yang nikmat saja namun juga memberikan suasana yang nyaman dan juga unik, misalnya seperti dari interior *café*, desain furnitur, *home decor*, dan aksen-aksen yang mendukung suasana *coffee shop* lebih menarik bagi para pengunjung. Peran dari pesatnya perkembangan zaman yakni media sosial yang juga memudahkan para pelaku usaha untuk mempromosikan *coffee shop* mereka dan trend meminum kopi di *coffee shop*. Aktivitas yang dapat dilakukan di *coffee shop* saat ini juga beragam seperti, hangout atau berkumpul bersama teman-teman, pertemuan bisnis, mengerjakan tugas, atau sekedar berfoto untuk mengisi konten di akun sosial media pribadi. Hal inilah yang membuat tren meminum kopi terus meningkat. Namun beberapa *coffee shop* juga menerapkan sistem yang berbeda-beda, salah satunya sistem *self-service*.

Sistem *self-service* ini kurang mendapat perhatian oleh pengunjung, budaya ini termasuk budaya yang positif untuk dilakukan namun masih sulit di terapkan sepenuhnya di Indonesia. Sehingga diperlukan atribut produk pendukung sistem tersebut. Menurut Kotler (2004:347) menyatakan bahwa atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Atribut produk mempunyai bermacam macam unsur, yaitu kualitas produk, fitur produk, dan design produk. Menurut Kotler (2004:332) berpendapat bahwa “design” merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan.

Produk yang dihasilkan secara handmade sedang banyak diminati oleh konsumen, hal tersebut dirasakan oleh beberapa industri kerajinan salah satunya kerajinan keramik Dinoyo, kecamatan Lowokwaru kota Malang Jawa Timur. Telah tercatat sebanyak 5.200 unit usaha yang telah menyerap tenaga kerja hingga 21.470 orang. Sentra industri kerajinan keramik Dinoyo masih mempertahankan cara tradisional dalam proses pembuatannya, dikembangkan dan dipelihara dengan sangat baik oleh masyarakat setempat dalam kearifan lokal untuk melestarikan budaya tradisional yang telah turun temurun

Keramik merupakan material yang telah digunakan sejak jaman dahulu kala untuk peralatan memasak yang dikenal juga sebagai gerabah. Proses pembuatannya harus melewati beberapa tahapan yang sangat panjang hingga menjadi produk yang siap pakai. Penggunaan produk berbahan keramik saat ini semakin bervariasi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Maka dari itu sebuah konsep yang mendukung sistem *self-service* itu sendiri adalah dengan cara *re-design* aksesoris perlengkapan sebuah *coffee shop* dengan konsep *Natural look sesuai dengan coffee shop* TBRK Rumah Kopi di Surabaya. Produk home decor merupakan usaha yang tepat untuk meningkatkan *value* dari produk-produk kebutuhan *coffee shop* seperti *straw holder, tissue holder, sugar pack holder, spoon holder, mini planter,*

ashtray, saucer, reserved table sign, display stand dan *tray* dengan motif dan warna yang khas dengan budaya Indonesia. penambahan nilai fungsi dan estetika yang berhubungan dengan tren coffee shop terkini akan dilakukan agar nilai jual dari produk yang dihasilkan oleh pengrajin keramik Dinoyo meningkat melalui produk appliance yang dihasilkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, ditemukan beberapa permasalahan antara lain:

1. Bagaimana merancang desain produk aksesoris perlengkapan sebuah *coffee shop* yang sesuai dengan studi kasus yang ada
2. Bagaimana mencari bentuk, tekstur, motif, dan keselarasan warna pada material keramik yang sesuai untuk produk aksesoris perlengkapan sebuah *coffee shop*
3. Bagaimana cara membangun suasana *coffee shop* semaksimal mungkin mulai dari aksesoris interior hingga perlengkapan self service.

1.3 Batasan Masalah

1. Merancang desain aksesoris perlengkapan self service *coffee shop* berupa *straw holder, sugar pack holder, spoon holder, tissue holder, coasters, ashtray, reserved table sign, mini plantery, dan display stand* dengan warna alam yang sesuai dengan konsep *Natural Look*
2. Produk menggunakan material keramik dengan teknik cetak tuang
3. Target pasar yang dituju yaitu coffee shop di kota-kota besar berkonsep natural.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Mendesain produk aksesoris perlengkapan *self service coffee shop* berbahan keramik yang memiliki ciri khas kultur Indonesia dan sebagai produk yang memiliki nilai jual tinggi

2. Menghasilkan produk aksesoris perlengkapan *self service coffee shop* berbahan keramik yang memiliki desain modern dan menarik untuk sebuah *coffee shop*
3. Memperbaiki sistem *self service coffee shop* menjadi lebih efektif dan tertata rapi
4. Memberikan alternatif teknologi untuk pengrajin keramik.

1.5 Manfaat Perancangan

1. Meningkatkan minat masyarakat terhadap produk keramik dengan ciri khas *ethnic modern*.
2. Memberikan alternatif pilihan produk *home decor* keramik yang baru untuk interior cafe yang *aesthetic*.
3. Memberikan inovasi baru produk *home decor* keramik yang mampu meningkatkan nilai jual produk.
4. Menambah *value* produk *home decor* keramik

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Hasil dari penelitian terdahulu merupakan referensi bagi peneliti melakukan penelitian ini. Penelitian yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Dias Yuanella mahasiswi Institut Teknologi Sepuluh Nopember pada tahun 2019 dengan judul “Desain *Coffee Set Manual Brew* dengan Konsep *Homey* Studi Kasus Moeng Kopi”. Penelitian dilakukan oleh saudari Dias ini adalah mendesain set alat seduh manual untuk kopi berbasis teknik seduh menggunakan V60 dengan konsep *homey* yang diterapkan pada studi kasus Moeng Kopi. Melakukan analisis aktifitas pembuatan *manual brew* dengan bertanya langsung kepada barista Moeng Kopi. Menentukan material untuk *dripper* yang dirancang dengan melakukan eksperimen material pada bambu, *copper*, dan keramik. Lalu menganalisis kuisisioner dari ketiga material yang berbeda, dan didapatkan material keramik memiliki hasil saringan dengan rasa kopi *strong* (kuat) dibandingkan material bambu dan *copper*.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Maghfira Qanita Yasmin mahasiswi Institut Teknologi Sepuluh Nopember pada tahun 2019 dengan judul “Desain Set Produk *Home Decor Cafe* Menggunakan Material Concrete dengan Teknik Motif Timbul Studi Kasus *Threelogy Coffee*”. Dalam penelitian ini Maghfira melakukan analisis eksperimen pada material *concrete* untuk mengetahui seberapa mampu material *concrete* dapat dibuat dan dititik berapa milimeter material menjadi sangat berat. Selanjutnya melakukan analisis tekstur tanaman dengan mengklasifikasi tanaman seperti daun, bunga, dan biji-bijian. Menghasilkan kesimpulan yakni ketebalan material antara 5 mm- 8mm dan tanaman yang digunakan adalah tanaman dengan daun dan bunga yang tebal, batang tanaman berdiameter minimal

1mm. Untuk analisis bentuk dan warna menyesuaikan dengan arsitektur bangunan dan suasana interior kafe yang dijadikan studi kasus.

Adanya penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk memperjelas posisi penelitian yang dilakukan. Dan penelitian ini memiliki titik-titik perbedaan dengan penelitian terdahulu. Meski demikian terdapat kesamaan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

2.2 Café

2.2.1 Pengertian *Café*

Café berasal dari bahasa Perancis *café* yang berarti (minuman) kopi. Seiring berjalannya waktu kata tersebut mengacu pada tempat dimana seseorang dapat minum-minum, tidak hanya kopi tetapi minuman yang lain juga, termasuk yang beralkohol rendah (Yasmin dalam Hermawan, 2018)

Sedangkan menurut kamus *Cambridge*, “*café* is a restaurant where simple and usually quite cheap meals are served” yang artinya sebuah restoran yang menghadirkan makanan dan minuman yang sederhana.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia kafe diartikan sebagai tempat untuk minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik, tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue, dan disebut juga dengan kedai kopi.

2.2.2 Sejarah *Café* / *Coffee Shop*

Istilah *café* berasal dari bahasa Perancis yang berarti kopi. Orang Perancis menyebut kedai kopi dengan istilah *café*. Perancis menjadi salah satu Negara yang di juluki “Negri Caffe” karena pesatnya perkembangan *café* disana dan dari Perancis lah Cafe mulai tersebar luas di dunia. (William H.Ukers:Adams Media,2012).

Pada dasarnya *café* sendiri mempunyai arti secara harfiah kedai kopi/tempat menikmati makanan dan minuman sambil menikmati hiburan, dengan berkembangnya jaman cafe ini semakin luas, artinya tidak hanya menjadi

tempat menikmati makanan dan minuman tetapi juga menjadi tempat bersosialisasi dan mencari mencari teman baru (Hartawati & Pandu, 2016)

Kedai kopi pertama di Indonesia telah ada sejak empat abad lalu, tepatnya ketika India mengirimkan bibit biji kopi Yemen atau dikenal dengan Arabica kepada Pemerintah Belanda di Batavia pada tahun 1696. Meskipun kopi pertama sempat gagal tumbuh karena terkena banjir di Jakarta . Namun pada pengiriman yang ke dua kalinya, benih biji kopi tersebut dapat tumbuh di Indonesia. pada tahun 1711, biji-biji kopi mulai dikirim ke Eropa. Kurang dari 10 tahun, pengiriman kopi meningkat hingga 60 ton per tahun. Indonesia pun terkenal sebagai daerah penghasil kopi, selain Arab dan Ethiopia. Seperti Warung Tinggi Tek Sun Ho telah ada berdiri pada tahun 1878 dan Warung Kopi Ake 1921.(“Kedai Kopi Pertama di Indonesia”,n.d.).

2.2.3 Bisnis *Coffee Shop*

Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen, untuk mendapatkan keuntungan atau laba, kata bisnis berasal dari bahasa inggris “*business*”, yakni dari kata dasar “*busy*” berarti “sibuk” dalam konteks individu, komunitas maupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan (Yuanella, 2019 dalam T Chwee dkk, 1990)

Coffee shop yang berhasil adalah yang dapat membuat pelanggannya selalu kembali ke sana untuk menikmati kopi dan suasana, coffee shop yang berhasil bukan sekedar lahan bisnis untuk mencari keuntungan semata. Dengan usaha pemilik cafe membangun suasana coffee shop sedemikian rupa agara pelanggan merasa nyaman namun juga dari para pekerjanya yang juga peduli terhadap pelanggannya.

2.3 TBRK Rumah Kopi

2.3.1 Tentang TBRK Rumah Kopi

TBRK Rumah Kopi merupakan *Café* yang memiliki 3 cabang di Surabaya, cabang pertamanya terdapat di daerah Manukan, yang kedua di Rungkut lalu yang ketiga di Ngagel. Setiap *Café* memiliki desain atau style interior yang berbeda, sedangkan style interior TBRK Rumah Kopi cabang Rungkut mengambil tema *boho beach house*. TBRK Rumah Kopi cabang Rungkut juga merupakan sebuah studio foto yang dapat disewa untuk kebutuhan *pre-wedding, endorse, content* para selebriti instagram (*selebgram*) dan lain-lain. Warna-warna yang digunakan dominan putih dengan coklat dan sisanya warna-warna natural. Dinding *Café* menggunakan warna putih dan ada sebagian dinding kayu yang dicat putih dan beberapa bata exposed warna putih, sebagian lantai berupa semen exposed. Penonjolan material yang tidak difinishing yang diterapkan pada beberapa furnitur cafe, dinding, lantai hingga atap terlihat natural dan apa adanya menjadi kunci dari konsep *Café* ini. Dekorasi yang banyak digunakan yaitu anyaman rotan, anyaman bambu, kayu pada beberapa kursi hal tersebut memberikan kesan ethnic lewat motif tiap dekorasi, hangat dan tropis seperti di pinggir pantai.

2.3.2 Konsep Self-Service

Didunia *food and beverage* bisa dibagi antara *full service* dan *self service*. *Full service* dimulai dari proses reservasi dan penerimaan tamu di depan restoran dilayani oleh staf khusus yang bertugas di sini, khusus untuk menyiapkan dan mengantarkan tamu ke meja yang sudah disiapkan. Lalu di sini proses order-nya adalah tamu melihat dari menu yang sudah disiapkan. Sedangkan *self service* ada beragam gaya, salah satu contohnya *buffet service* dimana proses hanya dibedakan pada saat penyajian makanan, tamu akan mengambil makanannya di meja atau counter, namun tetap ada pelayan yang membersihkan peralatan makan yang selesai digunakan dan terkadang penyajian minuman masih harus dilakukan oleh para pelayan. Namun ada juga *self service* lainnya yaitu tamu datang langsung memesan

makanan dan minuman di counter khusus. Lalu untuk dapat duduk, tamu harus memilih meja yang masih kosong. Lalu biasanya tamu pun membuang sisa makanan dan peralatan makanannya sendiri ke counter atau tempat sampah yang sudah disediakan (Pangkarego, 2017).

Self service adalah suatu sistem kerja atau konsep suatu perusahaan atau toko di mana para pelanggan-nya menikmati produk atau jasa dari toko tersebut tanpa dilayani oleh pelayan maupun staff dari perusahaan atau toko tersebut, melainkan para pelanggan melayani diri mereka sendiri. Namun, bukan berarti perusahaan atau suatu toko yang menggunakan sistem *self service* itu tidak menyediakan pelayan atau pekerja sama sekali (Saerang,2019)

2.4 Aksesoris Perlengkapan Untuk *Coffee Shop*

Berikut adalah perlengkapan juga aksesoris yang dibutuhkan ketika akan membuka sebuah *coffee shop*:

a. *Saucer*

Saucer atau yang disebut juga sebagai *coasters* merupakan sebuah alas untuk cangkir dan gelas yang berisi minuman di atas meja dengan bentuk yang *flat*.

b. *Reserved table sign*

Merupakan sebuah tanda, biasa digunakan jika ada customer yang ingin memesan tempat atau meja khusus.

c. *Ashtray*

Merupakan tempat untuk membuang abu rokok saat sedang menikmati kopi.

d. *Tissue holder*

Tempat untuk menyimpan tisu, disediakan oleh *coffee shop* jika customer membutuhkan untuk membersihkan sisa makanan dan minuman dimuka atau sebagainya.

e. *Mini planter*

Merupakan tanaman kecil sejenis succulent yang mana perawatannya mudah, dan biasa menjadi dekorasi meja.

f. *Sugar pack holder*

Coffee shop yang menyediakan menu cappucino biasanya menyediakan *sugar pack* untuk customer sebagai gula tambahan untuk minuman yang dipesan.

g. *Straw holder*

Coffee shop yang menyediakan menu es kopi akan menyediakan *straw* untuk menikmati minuman dalam gelas dengan ukuran tinggi dan tanpa *holder*, *straw* yang disediakan juga beragam jenisnya seperti plastik, *stainles steel*, dan bambu.

h. *Tray*

Merupakan alat bantu untuk membawa orderan pengunjung dan juga mengembalikan cangkir dan peralatan makan lainnya saat selesai digunakan.

i. Display stand

Sebuah produk yang memiliki fungsi sebagai pajangan pemberi informasi (Terlampir pada Lampiran A, Gambar 2.1-2.9)

2.5 Karakteristik dan Sifat Keramik

2.5.1 Keramik

Keramik berasal dari bahasa Yunani Kuno yaitu “*keramos*” yang berarti tanah liat atau “*keramikos*” yang memiliki arti benda-benda yang terbuat dari tanah liat dan dibakar serta mengeras oleh api. Namun mengikuti perkembangan zaman pengertian keramik terus berkembang dan semakin luas, menurut Balai Besar Keramik Bandung “Keramik adalah produk yang terbuat dari bahan galian anorganik non-logam yang telah mengalami proses panas yang tinggi. Bahan jadinya mempunyai struktur kristalin dan non-kristalin atau campuran dari padanya” (Praptopo Sumitro, dkk, 1984:15). Pengertian lebih luas dan umum adalah “bahan-bahan yang dibakar dengan suhu tinggi”. Karena hal tersebut sebutan untuk keramik

menjadi beragam seperti gerabah, tembikar, mayolika, keramik putih, terracotta, porselin, stoneware, dan benda tanah liat lainnya.

2.5.2 Tanah Liat

Komposisi utama keramik terdiri dari 4 yaitu tanah liat (clay), kwarsa (flint), feldspar, dan serbuk kaca (cullet). Tanah liat merupakan bahan pokok untuk pembuatan keramik, sekitar 70% atau 80 % dari kulit bumi terdiri dari batuan merupakan sumber tanah liat. Tanah liat termasuk hidrosilikat alumina ($\text{Al}_2\text{O}_3 \cdot 2\text{SiO}_2 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$), dengan perbandingan berat tiap unsur-unsurnya sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Unsur-Unsur Dalam Tanah Liat

NO	Nama Unsur	Persentase
1	Oksida Silinum (SiO_2)	47%
2	Oksida Aluminium (Al_2O_3)	39%
3	Air (H_2O)	14%

Oleh karena itu tanah liat mempunyai sifat plastis jika dalam keadaan basah tetapi dalam keadaan kering akan menjadi keras sedangkan bila dibakar akan menjadi padat dan kuat dan sangat tahan terhadap suhu tinggi. Dari kepadatan material yang terkandung didalamnya, tanah liat dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu

2.5.2.1 Tanah Liat Primer

Tanah liat jenis ini dihasilkan dari pelapukan batuan feldspatik oleh tenaga endogen, karena tanah liat tidak berpindah tempat sifatnya lebih murni. Memiliki suhu matang sekitar 1300°C - 1400°C , bahkan ada yang mencapai 1750°C . Yang termasuk kedalam tanah liat primer yaitu, kaolin, bentonite, feldspatik, kwarsa, dan dolomite, biasanya terletak ditempat-tempat yang tinggi. Tanah liat primer memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- Warna putih sampai putih kusam
- Cenderung berbutir kasar

- Tidak plastis
- Daya lebur tinggi
- Daya susut kecil
- Bersifat tahan api

2.5.2.2 Tanah Liat Sekunder

Jenis tanah liat ini hasil dari pelapukan batuan felspatik yang berpindah jauh dari batuan induknya karena tenaga eksogen yang menyebabkan butiran-butiran tanah liat lepas dan mengendap ke daerah rendah seperti lembah sungai, tanah rawa, tanah marine, tanah danau. Karena adanya hal tersebut menjadikan sifat-sifat kimia maupun fisika tanah liat berubah tercampur dengan bahan-bahan organik dan anorganik lain. Mempunyai sifat berbutir halus, berwarna krem/abu-abu/coklat/merah jambu/kuning, dan suhu matang berkisar antara 900°C-1400°C. Menurut titik leburnya, tanah liat sekunder dapat dibagi menjadi lima kelompok besar, yaitu: Tanah liat tahan api (*fire clay*), tanah liat *stoneware*, *ball clay*, tanah liat merah (*earthenware clay*), dan tanah liat jenis *monmorilinit*.

2.5.3 Macam-macam Jenis Tanah Liat

Pada umumnya benda keramik menurut bahan yang digunakan dan suhu bakarnya dibedakan menjadi tiga, yaitu:

1. *Earthenware*

Termasuk jenis tanah liat *earthenware* adalah tanah liat gerabah, *pottery*, dan *terracotta* yang merupakan bahan utama yang digunakan untuk membuat benda keramik bakaran rendah (900°C–1180°C). Plastisitas tanah liat *earthenware* cukup tinggi sehingga susut kering dan susut bakarnya juga tinggi, jadi semakin tinggi plastisitas tanah liat semakin tinggi pula susut kering dan susut bakarnya. Perubahan struktur tanah liat *earthenware* dari hasil proses pembakaran:

2. *Stoneware*

Keramik *stoneware* biasanya di bakar rata-rata pada cone 4-cone 11 (1186°C-1315°C), *Stoneware* dikenal sebagai badan tanah liat yang bagus

karena kekuatannya, memiliki warna-warna alami, bersifat keras dan agak mengkilap. *Stoneware* jika dibakar pada suhu dimana tanah liat tersebut menjadi mengkilap maka hasilnya akan menjadi kedap air, tetapi pada umumnya *stoneware* tidak terlalu mengkilap. Glasir dan badan *stoneware* masak pada suhu yang sama sehingga akan membentuk ketepatan glasir yang sempurna.

3. *Porselin*

Porselin merupakan badan keramik yang terbuat dari tanah liat dan bahan halus lain berwarna yang putih. Produk keramik biasanya terbuat dari campuran bahan seperti *kaolin*, *kwarsa*, *ballclay*, dan *feldspar* namun dengan bahan *ballclay* kadang-kadang mengakibatkan porselin menjadi kurang putih, sebagai pengganti dapat digunakan *bentonite*. *Porselin* setelah melalui proses pembakaran akan menghasilkan benda putih yang padat, keras, kedap air seperti kaca dan translucent dengan ketebalan 3 mm. Pada umumnya temperatur bakar porselin berkisar antara 1250°C–1460°C. (Budiyanto, 2008)

2.6 Proses Pengolahan Keramik

Tanah liat atau hidrosilikat alumina memiliki sifat yang plastis sehingga mudah untuk dibentuk. Pembentukan keramik terdapat beberapa teknik salah satunya teknik cetak tuang (*slip casting*). Tahapan pertama pembuatan model desain cetakan, pengolahan bahan tanah liat, pembuatan dengan teknik cetak tuang (*slip casting*), kemudian pengeringan, penyempurnaan bentuk (*finishing tahap 1*), dekorasi atau pengglasiran (*finishing tahap 2*), lalu proses pembakaran. (Terlampir pada Lampiran B, Gambar 2.10)

2.7 Definisi Produk *Home Decor*

Pengertian *home decor* pada dasarnya mengacu pada aksesoris interior yang ditempatkan pada ruang-ruang rumah tinggal. Aksesoris atau dekorasi rumah dapat dikelompokkan menjadi dua, pertama objek dapat berfungsi sebagai perangkat tambahan dari total desain arsitektur dan furnishing, sedangkan yang kedua objek merupakan fokus dari desain dengan

membawa unsur lain (IuaNN Nissen, Ray Faulker, Sarah Faulker 1998). Maka oleh karena itu produk home decor merupakan produk atau barang , baik fungsional maupun sekedar elemen estetis yang dapat memberikan sebuah kesan terhadap interior pada sebuah ruang hunian. Kesan yang diberikan bisa sangat beragam sesuai dengan bentuk, warna, ukuran maupun konsep yang bersangkutan (Dzaidzul Zakaria,2017).

Menurut fungsinya, home decor dibagi menjadi dua, yaitu *functional accecories* dan *decorative accecories*.

a. *Functional accecories*

Merupakan aksesoris untuk ruangan yang dipilih berdasarkan aspek fungsi atau kegunaan. Sekalipun aspek fungsi lebih diutamakan, aspek lain seperti estetika tetap menjadi pertimbangan. Beberapa aksesoris ruang yang termasuk dalam kategori ini adalah gantungan handuk, perlengkapan plumbing (kran, shower, dan sebagainya), cermin, lampu, jam dinding, asbak, nampan, dan lain-lain (Prasetya,2009).

b. *Decorative accecories*

Secara umum decorative accecories tidak nilai lain selain kepuasan dari nilai estetikanya. Aksesoris ruangan yang tergolong kedalam kategori ini dibuat memang semata-mata sebagai elemen estetis ruangan, seperti benda-benda seni patung, lukisan, relief memang tidak memiliki fungsi lain selain untuk menambah kualitas estetika ruangan (Prasetya,2009).

2.8 Desain Acuan

2.8.1 Jade Crompton

Jade crompton adalah seorang desainer asal Inggris yang mengkombinasikan teknik tradisional dari pembuatan keramik yakni *slip casting* (cetak tuang) dengan *digital modelling* dan *3D printing*. Produk yang telah dihasilkan yaitu tableware dengan konsep kontemporer yang terinspirasi dari alam seperti batuan, es, dan lava. Dengan menggunakan 3D printing Jade Crompton telah mengembangkan metode pembuatan cetakan

yang baru, meningkatkan proses produksi dan mengakomodasi untuk desain yang rumit. Setelah menyelesaikan kuliah S2 nya serta pameran pertamanya di Liverpool's Baltic Creative, Ia ingin membangun bisnis dari keramik itu tadi. (Terlampir pada Lampiran B, Gambar 2.11-2.12)

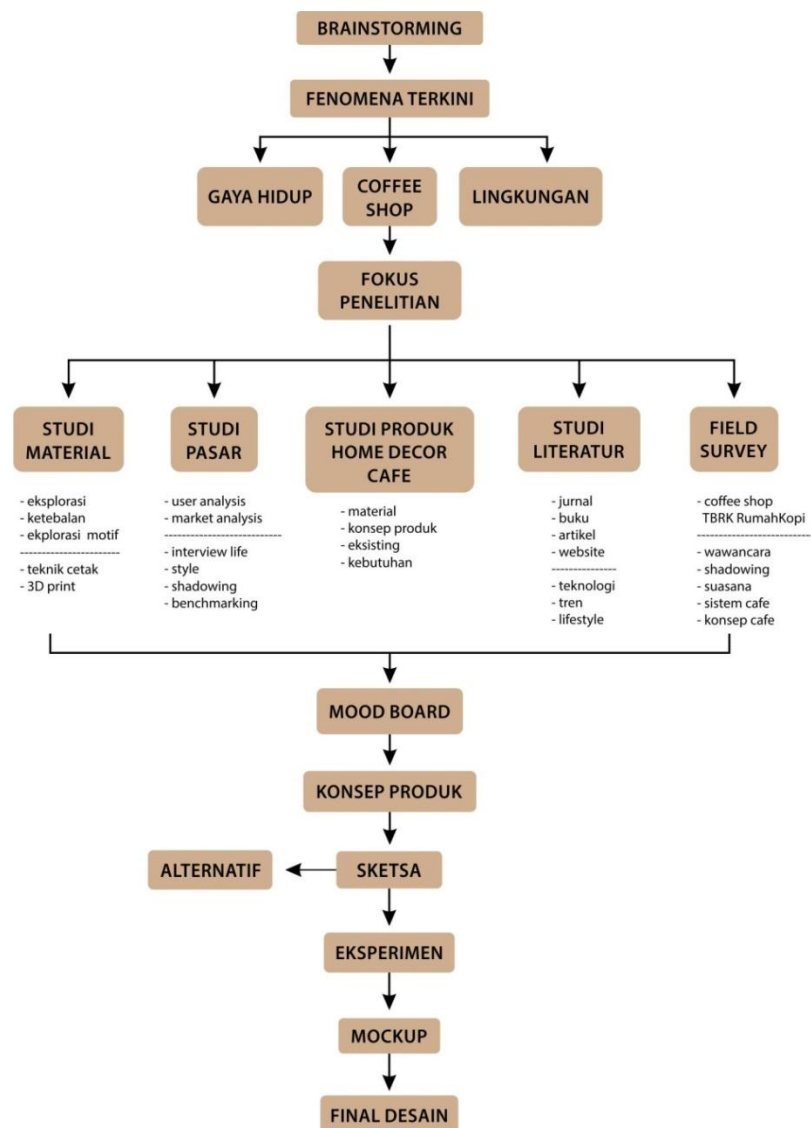
(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Skema Penelitian

Skema penelitian menjadi pedoman dalam proses pengumpulan dan pengolahan data agar riset dapat berjalan runtut, efektif serta efisien. Skema ini berisi tahapan, metode, hasil, alur penelitian yang digambarkan pada bagan dibawah ini :



Gambar 3. 1 Skema Metode Penelitian

(Sumber : Penulis, 2019)

Perancangan ini dilakukan melalui beberapa metode riset, diantaranya adalah studi literatur, *depth interview*, contextual inquiry, shadowing, dan eksperimen,. Penelitian tersebut dilakukan ahli di bidang *coffee shop* dan ahli di bidang kopi. Data-data hasil dari penelitian tersebut kemudian akan diolah menjadi analisis-*analisis* yang dibutuhkan, seperti analisis pasar, analisis aktifitas , analisis sistem terkait, analisis pengembangan fungsi dan kualitas. Hasil dari analisis tersebut kemudian dirangkum menggunakan metode *objective tree concept* untuk mendapatkan nilai-nilai yang kemudian akan diterapkan dalam konsep desain.

3.2 Definisi Judul

Judul perancangan ini adalah “Pengembangan Desain Aksesoris Perlengkapan *Self-Service Coffee Shop* Menggunakan Material Keramik Studi Kasus : TBRK Rumah Kopi”. Berikut penjelasan definisi judul tersebut secara terperinci :

Tabel 3. 1 Definisi Judul

Kata/Frasa	Makna
Desain Aksesoris <i>Self-Service Coffee Shop</i>	Aksesoris perlengkapan self-service coffee shop adalah suatu set produk untuk membantu aktivitas pengunjung di sebuah coffee shop yang juga dapat menghias ruangan
Menggunakan Material Keramik	Material yang akan digunakan adalah keramik
Berkonsep Indonesia Culture	Menggunakan konsep desain yang terinspirasi dari benda-benda tradisional Indonesia

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dikelompokkan menjadi 2 bagian yaitu data primer dan data sekunder. Metode untuk mendapatkan data primer antara lain: shadowing, depth interview. Metode tersebut dilakukan kepada pemilik

coffee shop, barista, dan pengrajin keramik. Data sekunder merupakan data yang didapat dari berbagai buku, jurnal, artikel, dan literatur.

a. Studi Literatur

Studi dengan melakukan pencarian data dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, web online, literatur tentang data yang sudah ada atau data yang sudah di uji oleh penulis lain dan menjadi acuan referensi pada perancangan.

b. Eksperimen Material

Metode dengan melakukan eksplorasi pada material dan mencari treatment yang sesuai, mencari langkah-langkah baru dalam proses pengolahan material.



Gambar 3. 2 Hasil Eksperimen Pertama

(Sumber : Penulis , 2019)

c. Observasi Partisipasi

Melakukan pengamatan secara langsung dan pencarian pada suatu objek, dengan tujuan untuk memenuhi data yang dibutuhkan peneliti. Penulis melakukan observasi terhadap situasi *coffee shop*, dari mulai sistem, aktivitas pengunjung, dekorasi, perlengkapan apa saja yang terdapat pada *coffee shop* tersebut.



Gambar 3. 3 Observasi di TBRK Rumah Kopi Surabaya
(Sumber : Penulis , 2019)

d. Wawancara

Merupakan data primer maupun data pelengkap dengan melakukan tanya jawab secara langsung mengenai data yang dibutuhkan dalam perancangan dan juga untuk menguji hasil dari pengumpulan data lainnya.



Gambar 3. 4 Wawancara Terhadap Sumber Ahli
(Sumber : Penulis , 2019)

3.4 Rencana Kegiatan

Merupakan suatu susunan serangkaian kegiatan dalam menyelesaikan penelitian ini dari awal pengumpulan data hingga eksekusi prototyping.

Tabel 3. 2 Rencana Kegiatan Penelitian

No.	Kegiatan	Output
1.	Pengajuan judul	<ul style="list-style-type: none"> - Tema atau ruang lingkup dan arahan perancangan - Menemukan judul perancangan

2.	Mencari acuan	<ul style="list-style-type: none"> - menemukan ide desain - mengembangkan ide desain - pedoman cara pembuatan
3.	Survey pengrajin keramik	<ul style="list-style-type: none"> - mendapatkan data studi lapangan - teknik pengolahan keramik - tinjauan aktivitas pengrajin keramik - produk eksisting
4.	Survey jasa 3D print	<ul style="list-style-type: none"> - mendata harga termurah - mengolah motif pada 3d modeling
5.	Mencari tinjauan pustaka	<ul style="list-style-type: none"> - mencari penelitian terdahulu - mencari literatur yang berhubungan dengan tema
6.	Mencari ide (<i>brainstorming</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - brainstorming konsep ide
7.	Menganalisa pasar	Segmentasi, <i>positioning</i> , <i>targeting</i>
8.	Analisa trend	Warna, bentuk, tekstur
9.	Membuat <i>image board</i>	<i>Square board</i> , <i>image board</i>

10.	Evaluasi judul	Proposal tahap akhir
11.	Studi, analisis dan eksperimen	- Studi eksisting produk - Studi acuan - Analisis positioning
12.	<i>Preliminary</i> studi model	Sketsa <i>brainstorming</i> ide
13.	Desain alternatif	Sketsa alternatif
14.	Evaluasi presentasi	Presentasi konsep desain
15.	Pengembangan desain	Pengembangan konsep desain

BAB IV

STUDI DAN ANALISIS

4.1 MSCA

MSCA bertujuan untuk mengetahui sasaran pasar dari produk yang akan dirancang, dengan menganalisa harga dan value produk eksisting yang telah ada dipasaran.

Bench mark	 MANAKALA	 KALOKA POTTERY	 ALARASATI	 NUANZA CERAMIC	 JENGGALA
material	stoneware + glasir	stoneware + glasir	stoneware + glasir	earthenware + glasir	earthenware + glasir
jenis produk	cup, tumbler, vas	cup, tableware, vas, dripper, aroma terapi	plate, cup, coaster	home accessories, tableware	dinnerware, bathroom amenities, home accessories
harga	Rp 180.000 - Rp 260.000	Rp 55.000 - Rp 300.000	Rp 250.000 - Rp 300.000	Rp 71.000 - Rp 400.000	Rp 45.000 - Rp 700.000
user	masyarakat umum, semua gender	cafe shop, masyarakat umum, semua gender	masyarakat umum, wanita	hotel, resto, spa, masyarakat umum	resto, hotel, cafe shop masyarakat umum

Gambar 4. 1 Benchmarking Produk

(Sumber : Penulis , 2019)

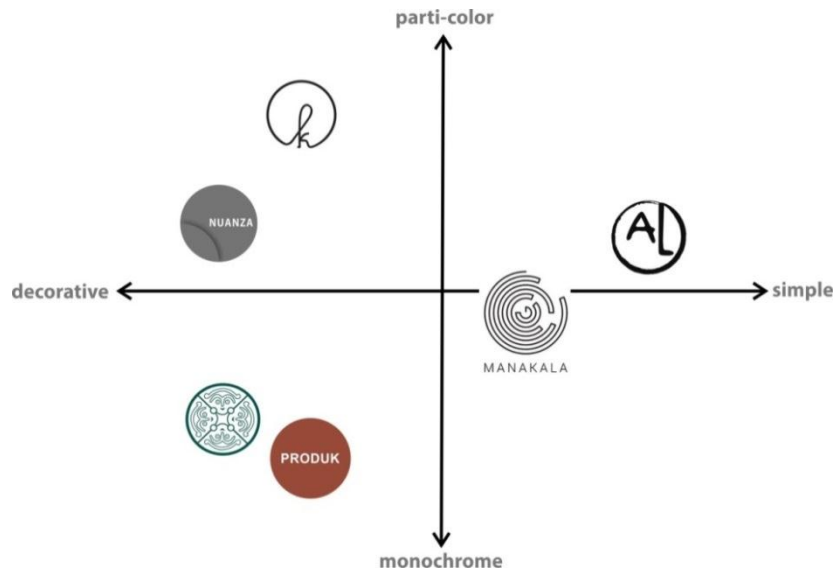
Kesimpulan :

Dari hasil analisa eksisting produk yang sudah ada dipasaran, dapat disimpulkan bahwa produk eksisting memiliki range harga dibawah Rp1.000.000 dan sasaran user cafe, hotel, dan juga masyarakat umum. Finishing produk menggunakan glasir dan teknik pengolahan dengan teknik putar dan cetak.

4.2 Positioning

Positioning bertujuan untuk mengetahui posisi pasar dari produk yang dirancang. Hasil dari *positioning* market ini yaitu terciptanya proporsi nilai yang sesuai dimata konsumen dan mampu menjadi alasan konsumen membeli produk yang dirancang ini.

4.2.1 Positioning Produk

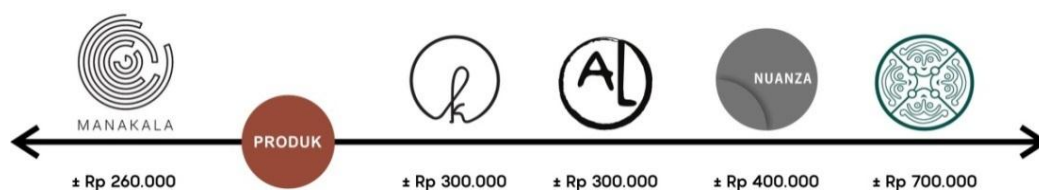


Gambar 4. 2 Positioning Produk

(Sumber : Penulis , 2019)

Dalam bagan diatas menunjukkan bahwa produk perancangan penulis tergolong ke dalam decorative monochrome. Tergolong decorative karena terdapat motif timbul dan cekung yang menjadi pattern pada produk ini. Sedangkan monochrome yaitu warna produk yang digunakan hanya 1 tone warna.

4.2.2 Positioning Harga



Gambar 4. 3 Positioning Harga

(Sumber : Penulis , 2019)

Dari bagan diatas menunjukkan bahwa produk yang dirancang mempunyai segmentasi pasar untuk kalangan menengah-kebawah dan menengah ke atas.

4.3 Analisis Persona

Persona mendiskripsikan pola dasar perilaku user ke dalam bentuk representatif yang bertujuan memanusiasiakan fokus desain, skenario pengujian dan bantuan dalam komunikasi. Tujuan dari analisa persona adalah untuk mengetahui selera pasar dari studi kasus yang ada dengan metode *secondary* persona. Berikut beberapa *life style* dari pengunjung cafe.



Gambar 4. 4 Life Style Pengunjung Cafe
(Sumber : Penulis , 2019)

Gambar berikut persona yang mewakili life style pengunjung cafe laki-laki, serta barang-barang pribadi yang dekat dengan kebiasaan user.



Gambar 4. 5 Persona Pengunjung Cafe Laki-Laki
(Sumber : Penulis , 2019)



Gambar 4. 6 Moodboard Persona Laki-laki
(Sumber : Penulis , 2019)

Berikut persona yang mewakili life style pengunjung cafe perempuan, beserta moodboard barang-barang pribadi yang ada digunakan sehari-hari.



Nama	: Zara
Usia	: 23 tahun
Domisili	: Surabaya
Pekerjaan	: Selebgram
Penghasilan	: Rp 15.000.000 - Rp 25.000.000
Aktivitas	: swa foto, membuat konten, hangout bersama teman
Hobi	: fotografi, membaca

Gambar 4. 7 Persona Perempuan
(Sumber : Penulis , 2019)



*Gambar 4. 8 Moodboard Persona Perempuan
(Sumber : Penulis , 2019)*

Berdasarkan selera persona dapat disimpulkan moodboard persona tersebut sebagai berikut untuk menentukan desain dan karakteristik produk yang akan dirancang.



*Gambar 4. 9 Moodboard Persona
(Sumber : Penulis , 2019)*

4.4 Analisis Trend Cafe

Analisis trend cafe dilakukan bertujuan untuk mengetahui memetakan tren cafe yang menyesuaikan selera konsumen dari hasil analisis persona sebelumnya.



Gambar 4. 10 Konsep Cafe Tematik

(Sumber : Penulis , 2019)

Terdapat banyak cafe dengan konsep tematik, salah satunya tema *cultural*.



Gambar 4. 11 Konsep Cafe Cultural

(Sumber : Penulis , 2019)




4.5 Analisis Aktifitas



Analisis aktifitas dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan selama aktifitas pemesanan oleh pengunjung. Aktifitas saat pemesanan minuman dan makanan oleh pengunjung kepada barista cafe akan dilampirkan hasil dokumentasi dan dianalisis satu per-satu agar menjadi lebih rinci dan detail

4.5.1 Analisis Aktifitas Pengunjung

Dari pengamatan aktifitas pengunjung selama di cafe ini akan ditemukan beberapa kebutuhan yang belum terpenuhi. Gambar dibawah merupakan aktifitas yang dilakukan pengunjung.

Tabel 4. 1 Analisi Aktifitas Pengunjung

No	Dokumentasi	Keterangan
1		Pengunjung datang dan langsung memesan minuman atau snack pada barista
2		Barista mencatat pesanan pengunjung dan langsung memberikan nota pembayaran
3		Situasi meja barista untuk meracik minuman dan makanan




4		<p>Selagi pesanan dibuat, pengunjung mencari dan memilih tempat duduk atau mencari spot untuk berfoto</p>
5		<p>Pesanan yang telah siap diletakkan oleh barista pada area pengambilan orderan dengan memanggil nama si pemesan tadi</p>
6		<p>Situasi meja untuk pengunjung meletakkan minuman dan makanan yang dipesan</p>
7		<p>Selesai dengan aktifitas menikmati kopi di cafe dan puas berfoto pengunjung lekas meninggalkan meja tanpa merapikan kembali sisa makanan dan minuman yang dipesan</p>





Dari pengamatan aktifitas pengunjung didalam cafe ditemukan beberapa kebutuhan yang belum terpenuhi. Tabel diatas merupakan step by step pengunjung yang datang untuk memesan kopi dan bersantai menghabiskan waktu di cafe dengan berfoto atau bercengkrama.

4.6 Studi Aksesoris Perlengkapan *Coffee Shop*

Berikut ini adalah gambar dari macam-macam produk Aksesoris yang sudah ada di TBRK *Café*.

Tabel 4. 2 Studi Aksesoris Perlengkapan *Cafe*

No.	Jenis Produk	Keterangan
1.	 <p data-bbox="536 1010 715 1043">Mini Plantery</p>	<p data-bbox="847 651 1369 853">Mini <i>planter</i> ada disetiap meja customer telah menggunakan material yang sesuai namun juga berpotensi untuk didesain ulang pada set produk.</p>
2.	 <p data-bbox="572 1496 678 1529">Ashtray</p>	<p data-bbox="847 1122 1369 1379"><i>Ashtray</i> atau asbak ini telah menggunakan produk yang sesuai dan material yang aman, namun berpotensi untuk dikembangkan desainnya agar sesuai dengan tema dari <i>coffee shop</i></p>
3.		<p data-bbox="847 1608 1369 1865">Reserved table atau caution sign telah menggunakan material yang aman, namun berpotensi untuk dikembangkan dalam segi desain agar menarik dan sesuai dengan tema dari <i>coffee shop</i></p>

	Reserved Table Sign	
4.	 <p>Spoon Holder</p>	<p>Untuk menyimpan sendok teh menggunakan toples kaca, maka dari itu perlu adanya produk untuk menunjang kegunaan tersebut agar menambah nilai pada fungsi</p>
5.	 <p>Straw Holder</p>	<p>Straw holder menggunakan keranjang yang terbuat dari rotan dan diberi gelas kaca sebagai pemisah jenis-jenis sedotan. Sehingga diperlukan sebuah produk untuk menunjang kegunaan tersebut.</p>
6.	 <p>Tissue Holder</p>	<p>Tempat tisu hanya menggunakan pembungkus tisu itu sendiri sehingga memerlukan adanya produk yang dapat menunjang kegunaan tersebut agar menambah nilai dalam fungsi</p>
7		<p>Tempat untuk gula sachet menggunakan keranjang kecil terbuat dari rotan, sehingga dibutuhkan produk yang menunjang kegunaan tersebut</p>

Sugar Pack Holder		
8	 <p>Tray Roti</p>	Tempat untuk memajang roti sudah menggunakan produk yang sesuai dan material yang aman
9	 <p>Saucer / Costers</p>	Telah menggunakan produk yang sesuai dan material yang aman, berpotensi untuk didesain ulang dalam pembuatan set produk

Kesimpulan :

Dari produk-produk yang sudah digunakan oleh TBRK Rumah Kopi sebagai studi kasus, diambil beberapa produk untuk didesain kembali dengan tujuan untuk menambah ke aesthetic an dan value pada produk tersebut. Produk yang didesain kembali adalah mini plantery, ashtray, coaster, tag reserved, tempat gula sachet, tempat sedotan, tempat sendok. Kasus ini dapat juga diaplikasikan pada bidang usaha lainnya seperti eatry, perhotelan, resto, salon & spa dan sebagainya.

4.7 Analisis Bentuk

Analisa bentuk dilakukan untuk mencari kesimpulan output bentuk produk yang akan dirancang, sesuai dengan segmen pasar dan demografi konsumen yang telah dilakukan pada positioning dan persona sebelumnya. Terdapat beberapa inspirasi bentuk yang dapat dikembangkan.

<i>Gamelan</i>		<i>Alat musik tradisional Indonesia</i>
<i>Anglo</i>		<i>Alat dapur tradisional Indonesia</i>
<i>Gasing</i>		<i>Permainan tradisional Indonesia</i>
<i>Candi Borobudur</i>		<i>Peninggalan sejarah Indonesia</i>
<i>Reog Ponorogo</i>		<i>Tari tradisional Indonesia</i>

*Gambar 4. 12 Inspirasi Bentuk dari Budaya Indonesia
(Sumber : Penulis , 2019)*

Melihat dari analisis persona yang berkaitan dengan domisili dan budaya tradisi setempat (geografis) serta analisis aktifitas pengunjung pada coffee shop yakni berkaitan dengan kebiasaan yang dilakukan. Anglo merupakan budaya yang sesuai untuk diangkat menjadi inspirasi dari desain produk aksesoris self service coffee shop.

4.8 Forming Development Produk

Berdasarkan kesimpulan yang didapat, forming development dengan melakukan metode stilasi inspirasi produk budaya yang sesuai dalam hal ini adalah Anglo.

Anglo (Tungku Gerabah)



Anglo merupakan alat memasak seperti kompor yang berbahan dari tanah liat dan termasuk hasil kerajinan dari gerabah. Anglo memiliki berbagaimacam ukuran yaitu kecil yang biasa digunakan memasak kue serabi, membakar kemenyan, merebus lilin untuk membuat, ukuran sedang di daerah Solo digunakan memasak tongseng, mie jawa, sedangkan ukuran besar untuk keperluan memasak sehari-hari, bahan bakar anglo berupa kayu/ranting kering.



Pengrajin Anglo di daerah Sulawesi Tenggara yang masih aktif memproduksi karena masih ada peminat oleh masyarakat sekitar



Anglo di daerah Jawa yang masih digunakan untuk memasak masakan khas daerah

Gambar 4. 13 Kerajinan Gerabah Anglo

(Sumber : Penulis , 2019)

Anglo memiliki bentuk familiar karena merupakan peralatan masak tradisional yang memiliki nilai budaya yang dibentuk dari kebiasaan dari tradisi setempat.

4.9 Analisis Material Keramik

4.9.1 Material Keramik

Berikut Kekurangan dan kelebihan dari material keramik.


Tabel 4. 3 Kelebihan Dan Kekurangan Material Keramik



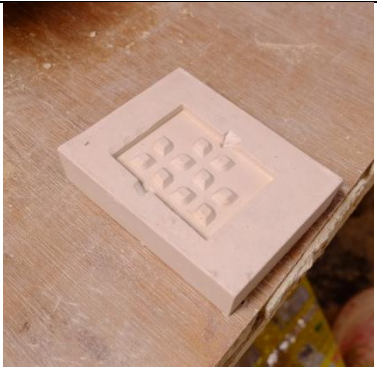

Kelebihan	Kekurangan
Material awet dan tidak mudah berkarat (kuat terhadap cuaca)	Penyusutan yang tinggi setelah dibakar
Tahan terhadap suhu tinggi	Pembuatan secara manual dan tradisional memerlukan beberapa tahapan yang panjang
Perawatan yang mudah	Mudah pecah jika terjatuh
Bahan baku berlimpah	Tidak menjangkau detail-detail yang kecil jika menggunakan cetakan




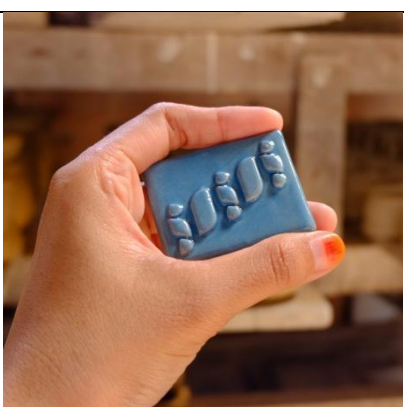
4.9.2 Analisis Teknologi Pengolahan Keramik

Berikut ini adalah teknik yang digunakan oleh pengrajin keramik di Kampoeng Wisata Keramik Dinoyo dalam pembuatan kerajinan keramik.





Tabel 4. 4 Analisi Teknologi Pengolahan Keramik

No	Dokumentasi	Proses Pembuatan
1		Pembuatan rangkai untuk mencetak gipsum cair

2		<p>Membuat adonan gipsuam cair lalu dituang ke dalam rangkai cetakan</p>
3		<p>Proses pelepasan master model dari gipsuam yang telah mengeras (padat)</p>
4		<p>Hasil gipsuam yang telah padat yang memiliki motif dan bentuk siap digunakan untuk mencetak keramik (slip)</p>
5		<p>Penuangan keramik/tanah liat cair (slip) pada cetakan gipsuam</p>

6		<p>Proses penyusutan pertama yaitu menunggu tanah liat cair menjadi padat, jika sudah susut dilakukan penuangan kembali</p>
7		<p>Pelepasan tanah liat yang telah padat dari cetakan gipsum</p>
7		<p>Hasil finishing pertama dengan merapikan permukaan dengan spons basah</p>
8		<p>Hasil setelah dilakukan finishing kedua yaitu pemberian warna dengan glasir dan lalu dibakar dengan suhu $\pm 700^{\circ}\text{C}$</p>

		
9		<p>Cara lain pembuatan cetakan, dengan membagi badan model menjadi dua bagian</p>
10		<p>Pemberian lapisan pemisah yaitu campuran sabun dan minyak</p>
11		<p>Proses pembuatan rangkai dan penuangan gipsum cair</p>

12		<p>Proses merapikan bagian cetakan yang sudah mengeras, diberi cekungan maupun tonjolan sebagai kunci dari cetakan.</p>
13		<p>Proses pembuatan cetakan bagian sebelah lainnya</p>
14		<p>Hasil dari dua bagian cetakan yang sudah mengeras dan telah dilepas dari master model cetakan</p>
15		<p>Hasil setelah melalui proses finishing pewarnaan glasir dan pembakaran</p>

Kesimpulan dari analisis teknologi pengolahan keramik yakni terdapat perbedaan proses pembuatan pada model cetakan berupa lempengan dengan bentuk profil yang utuh. Peralatan yang digunakan oleh pengrajin masih tradisional dan sederhana.





4.9.3 Analisis Pembuatan Protomodel

Analisis ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui perubahan ukuran dari awal model cetakan hingga menjadi produk berbahan keramik, serta menganalisis proses pembuatan.

Tabel 4. 5 Analisis Pembuatan Protomodel

No	Gambar	Keterangan
1		Model cetakan mini planter dengan motif timbul 4mm, diameter 9cm, tinggi 5cm
2		Model cetakan coasters dengan diameter 9cm, tebal 1cm, dan motif cekung sedalam 3mm


3		<p>Model cetakan ashtray dengan motif timbul setebal 4mm, diameter 9cm, tinggi 4cm</p>
4		<p>Hasil mini planter yang telah berbahan keramik, mengalami penyusutan menjadi berdiameter 8cm, tinggi menjadi 4,2cm</p>
5		<p>Hasil coasters yang telah berbahan keramik, mengalami penyusutan menjadi berdiameter 8cm, tebal menjadi 8mm</p>
6		<p>Hasil ashtray yang telah berbahan keramik, mengalami penyusutan menjadi berdiamater 8 cm, dan tinggi menjadi 3,5cm</p>


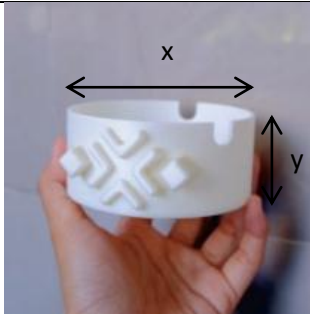
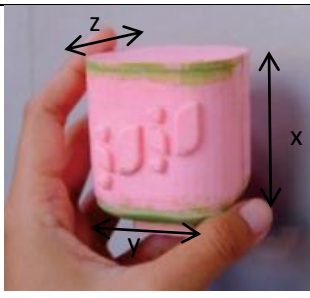
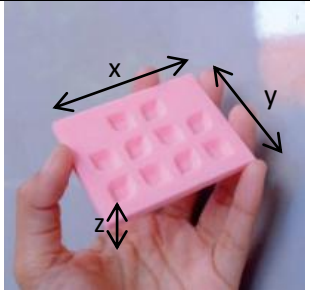
7		<p>Eksperimen model cetakan bentuk pertama menggunakan motif timbul dari stilasi motif batik parang. Memiliki tinggi 6,5cm panjang 5,5cm, dan lebar 5,5cm</p>
8		<p>Eksperimen bentuk pertama yang telah berbahan keramik dengan motif timbul mengalami penyusutan yaitu, tinggi menjadi 5,5 cm, panjang 4,7cm, lebar 4,7cm</p>
9		<p>Eksperimen model cetakan motif cekung kawung dnegan kedalaman 2,5mm, panjang 6,5cm, lebar 5cm, dan tebal 5mm</p>
10		<p>Hasil eksperimen yang telah berbahan keramik dengan motif cekung berupa stilasi dari motif batik kawung mengalami penyusutan menjadi, panjang 5,8cm, lebar 4,4cm, dan tebal 4mm</p>

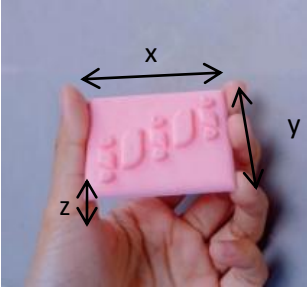
11		<p>Eksperimen model cetakan motif timbul dengan motif timbul setinggi 2,5mm stilasi dari motif batik parang memiliki ukuran panjang 5,8cm, lebar 4,5cm, tebal 3mm</p>
12		<p>Hasil eksperimen motif yang telah berbahan keramik mengalami penyusutan yakni, panjang menjadi 5cm, lebar 4cm, tebal 3mm</p>

Kesimpulan melihat perbedaan antara cetakan dan barang yang telah dicetak, memiliki perbedaan ukuran yang berarti dalam proses pembuatan keramik dengan teknik cetak tuang ini memiliki tingkat susut yang cukup tinggi. Sehingga perlu pembesaran ukuran saat akan membuat model cetakan agar ukuran yang diinginkan pada produk bisa sesuai.

Tabel 4. 6 Tabel Reduksi Pembuatan Cetakan Keramik

Produk	Dimensi Master	Barang Jadi	Reduksi	Keterangan
 Mini planter	$x = 9\text{cm}$ $y = 5\text{cm}$	$x = 8\text{cm}$ $y = 4,2\text{cm}$	$x = 11,1\%$ $y = 16\%$	$x = \text{diameter}$ $y = \text{tinggi}$



	<p>x= 9cm y= 1cm</p>	<p>x= 8cm y= 0,8cm</p>	<p>x=11,1% y = 20%</p>	<p>x= diameter y= tinggi</p>
<p>Coasters</p>				
	<p>x= 9cm y= 4cm</p>	<p>x= 8cm y= 3,5cm</p>	<p>x=11,1% y= 12,5 %</p>	<p>x= diameter y= tinggi</p>
<p>Ashtray</p>				
	<p>x= 6,5cm y= 5,5cm z= 5,5cm</p>	<p>x= 5,5cm y= 4,7cm z= 4,7cm</p>	<p>x=15,3% y=14,5% z=14,5%</p>	<p>x= tinggi y= panjang z= lebar</p>
<p>Mini pot</p>				
	<p>x= 6,5cm y= 5 cm z= 5 mm</p>	<p>x= 5,8cm y= 4,4cm z= 4 mm</p>	<p>x= 10,7% y= 12% z= 20%</p>	<p>x= panjang y=lebar z=tebal</p>
<p>Motif Kawung</p>				


	x= 5,8cm y= 4,5cm z= 3 mm	x= 5 cm y= 4 cm z= 3 mm	x=13,7% y=11,1% z = 0	x= panjang y=lebar z =tebal
Motif Parang				

4.9.4 Eksplorasi Ketebalan pada Keramik

Eksplorasi ketebalan pada keramik ini berguna untuk mengetahui seberapa mampu material keramik dibuat. Eksplorasi ini diuji dengan cara material keramik dibuat seperti lempengan dengan tebal ukuran dimulai dari 3 mm, 5 mm, dan 7 mm. Berikut hasil dari eksplorasi ketebalan :

Tabel 4. 7 Eksplorasi Ketebalan Material Keramik

Dokumentasi	Tebal	Keterangan
	3 mm	Pada ketebalan 3 mm sifat material padat namun ringkih dan ringan
	5 mm	Pada ketebalan 5 mm material dapat dibuat sempurna, kuat dan tidak rapuh juga tidak terlalu berat

	7 mm	Pada ketebalan keramik 7 mm dapat dibuat sempurna, tidak rapuh namun sedikit lebih berat
---	------	--

Kesimpulan :


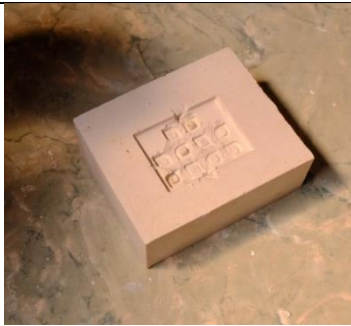
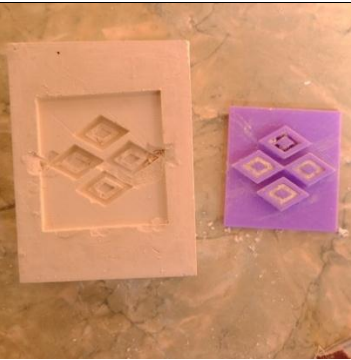
Keramik dengan ketebalan dibawah 3 mm tidak mungkin dibuat karena terlalu rapuh. Untuk ketebalan 3mm mungkin untuk dibuat namun dengan permukaan atau dimensi produk yang kecil. Ketebalan 5mm merupakan ketebalan minimum untuk membuat suatu produk, tidak terlalu tebal sehingga tidak berat dan cukup kuat.

4.9.5 Eksplorasi Motif pada Keramik

Eksplorasi ini dilakukan dengan membuat desain digital lalu di print menggunakan 3D printing, hasil dari 3D print tadi dijadikan sebagai model cetakan negatif.

Tabel 4. 8 Eksplorasi Motif pada Keramik

Dokumentasi	Motif	Keterangan
	Kawung (cekung)	Motif pada bidang datar terlihat jelas dan pelepasan model dari cetakan tidak sulit

	<p>Parang (timbul)</p>	<p>Motif pada bidang datar terbaca jelas serta model terlepas dari cetakan dengan mudah</p>
	<p>Parang (timbul)</p>	<p>Motif pada profil terbaca jelas, namun terjadi penyusutan sebanyak 1 cm dari model awal cetakan .</p>
	<p>Kawung (timbul)</p>	<p>Motif terlalu kecil (detail) dan sempit jarak antar motif sehingga ketika di angkat model dari cetakannya tidak terbaca sempurna motifnya</p>
	<p>Toraja (toraja)</p>	<p>Motif toraja pada bidang datar gagal diaplikasikan karena motif yang terlalu rapat sehingga ketika model diangkat dari cetakan, motif menjadi rusak karena terbungkil</p>

Kesimpulan :

Bentuk motif yang dapat diterapkan pada teknik cetak keramik adalah yang memiliki jarak paling dekat minimal 3mm. Jika jarak yang dimiliki

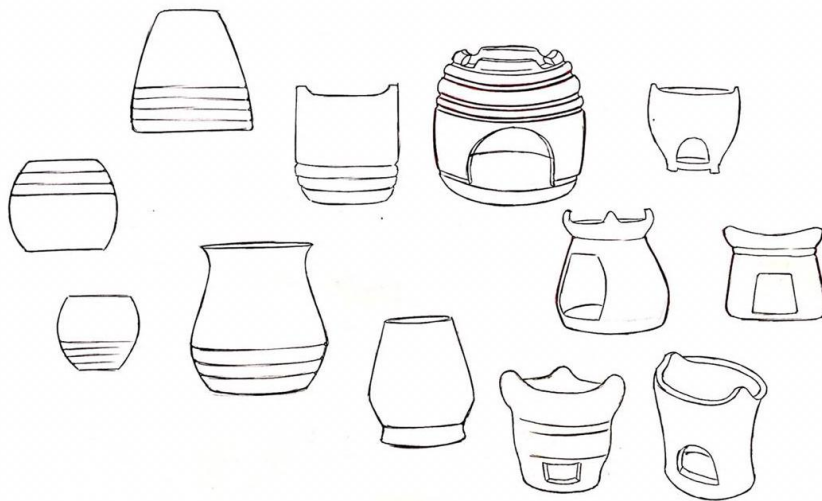
kurang dari 3mm, master model akan sulit dilepas dari cetakan dan cetakan yang dibuat akan tidak sempurna bentuknya karena beberapa bagian cetakan ikut tersangkut master model.

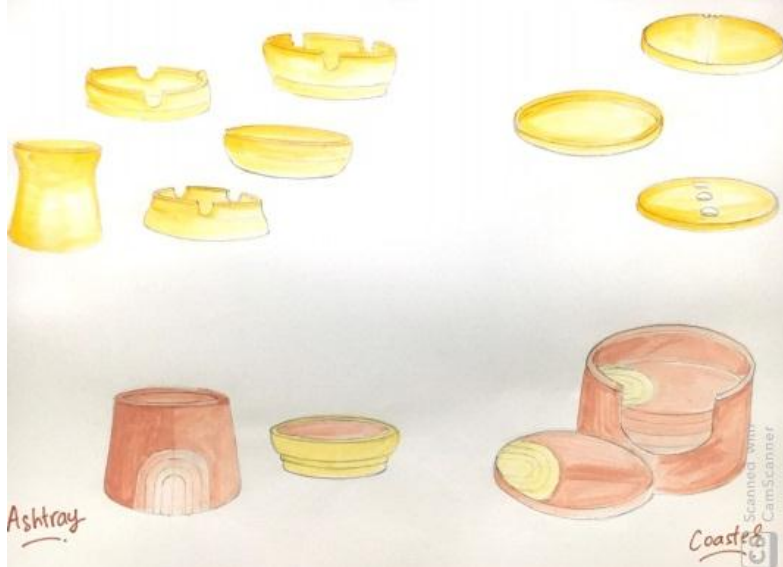
4.10 Development Series

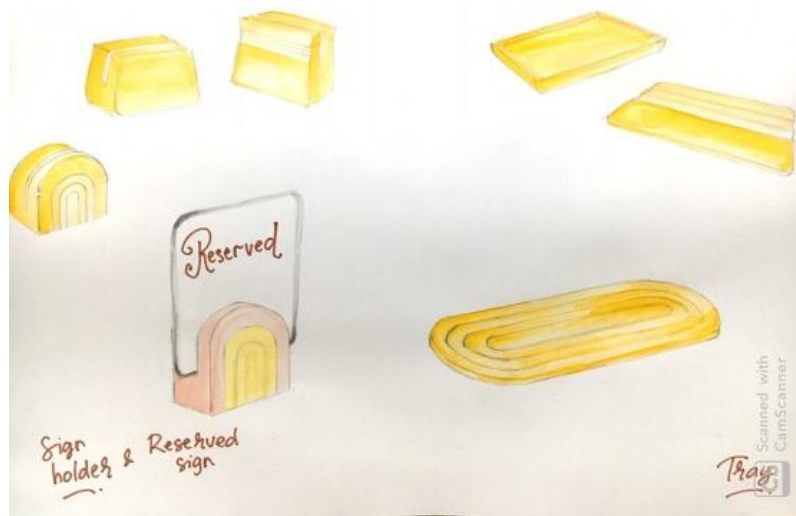
Dari hasil beberapa tahapan analisis yang dilakukan untuk menentukan bentuk produk, didapatkan terinspirasi dari Anglo dari daerah Jawa. Terdapat 2 set alternatif seri, berikut transformasi bentuk yang dibuat dalam *thumbnail sketch*.

4.10.1 Sketch Alternatif 1

Sketch alternatif 1 ini mengambil sample bentuk dari anglo khas jawa.

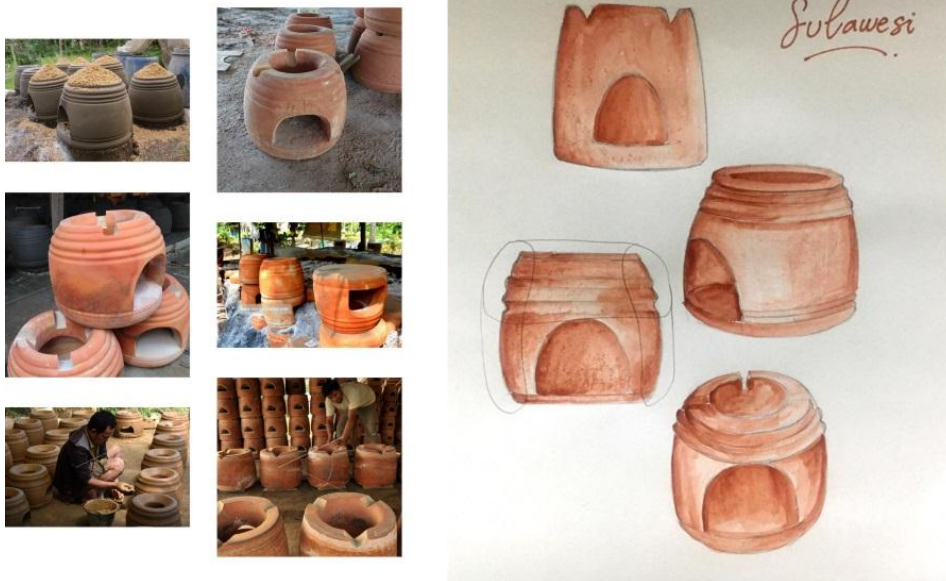


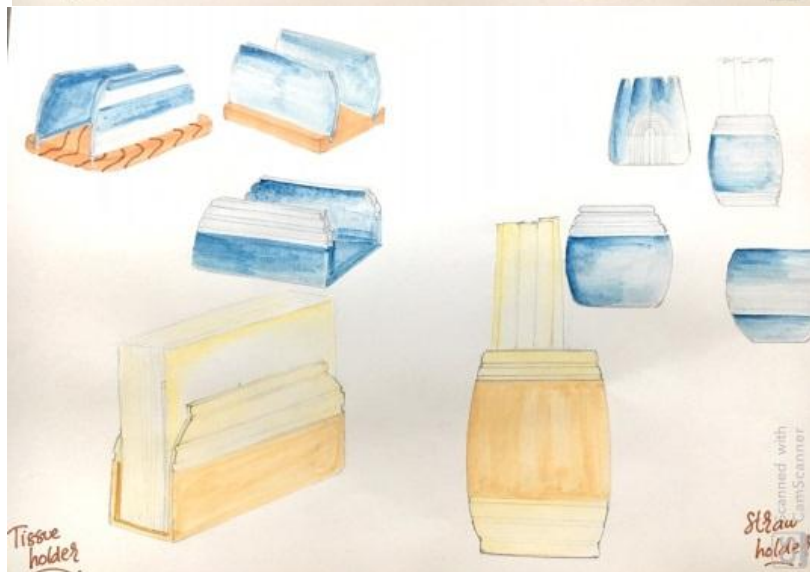
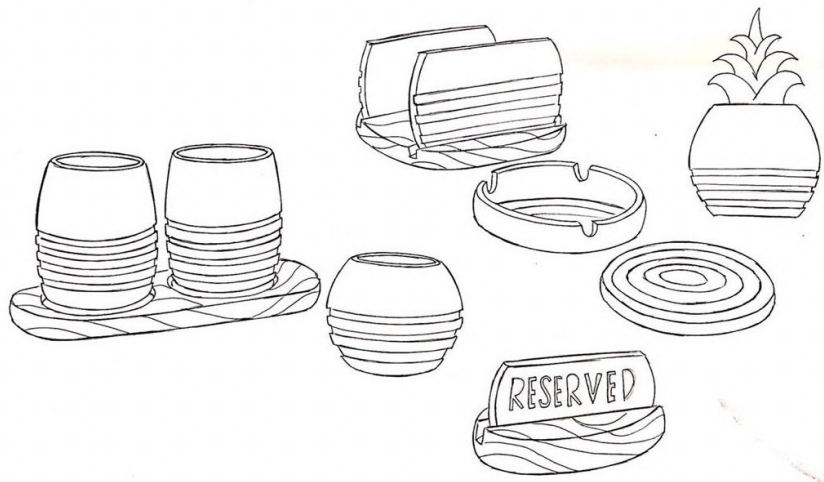


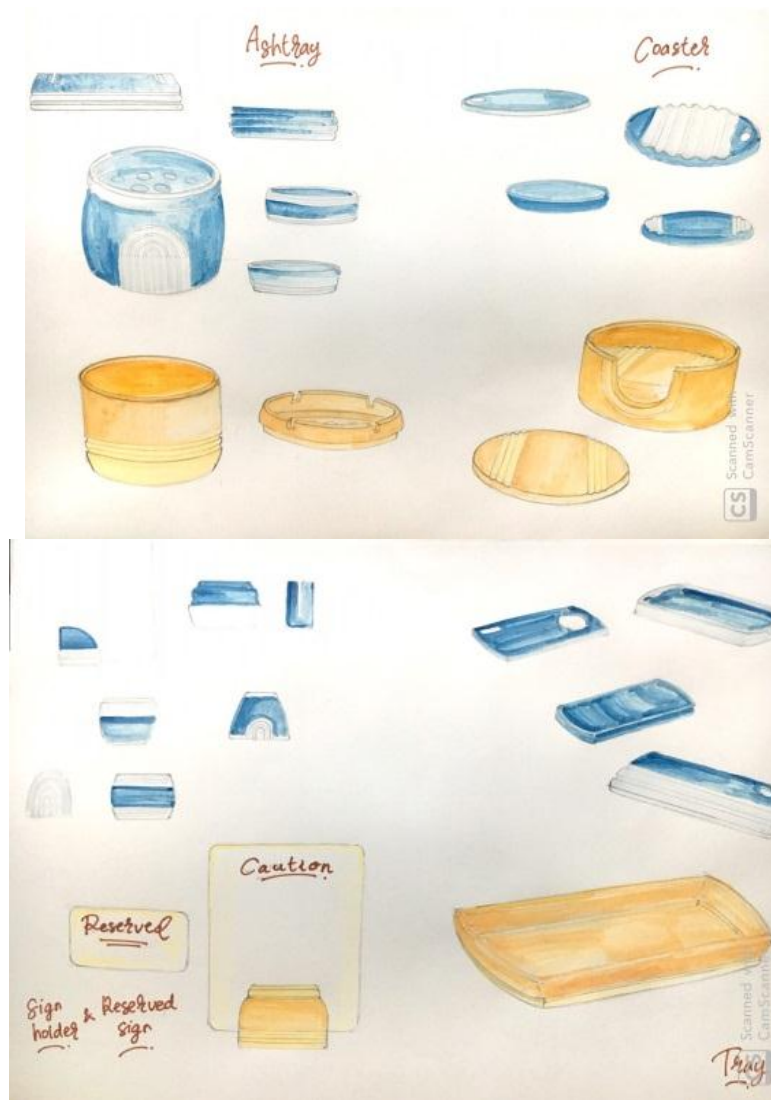


4.10.2 Sketch Alternatif 2

Sketch alternatif 1 ini mengambil sample bentuk dari anglo yang berasal dari daerah Sulawesi.







Gambar 4. 14 Sketch Alternatif
(Sumber : Penulis , 2019)

Produk-produk yang akan dibuat ini berdasarkan analisis aktifitas pengunjung, kebiasaan pengunjung dan kebutuhan pengunjung di cafe. Salah satunya untuk menjalankan sistem self service diperlukan adanya sebuah tray untuk membantu pengunjung membawa pesannya dan merapikan kembali meja serta peralatan makan yang telah digunakan untuk membiasakan para pengunjung melayani dirinya sendiri (self service).



4.11 Analisis Proses Produksi

Proses pada tahapan analisis proses produksi ini untuk mewujudkan suatu desain yang awalnya dari ideasi dan brainstorming hingga produk jadi. Banyak eksperimen dan percobaan yang berhasil maupun yang gagal, dan setiap prosesnya merupakan penentu hasil akhir produk. Berikut adalah tabel tahapan dari proses produksi :

Tabel 4. 9 Analisa Proses Produksi

No	Tahapan Kegiatan	Tujuan	Alat dan Bahan	Estimasi Waktu	Keterangan
1.	Pembuatan cetakan positif	Sebagai master cetakan 1:1	3D print	2 hari	Membuat 3D modelling
	Pendempulan	Jika hasil printer 3D		1 hari	melakukan finishing juga

2.	dan pengamplasan cetakan positif	terdapat bagian yang kurang bagus	Dempul dan amplas		terdapat bagian yang kurang bagus
3.	Pembuatan cetakan	Menghasilkan media untuk mencetak keramik	gypsum	1 hari	Menggunakan master cetakan (positif) untuk menghasilkan cetakan (negatif)
4.	pembuatan adonan keramik	Menghasilkan adonan keramik (tanah liat) yang siap cetak	Tanah liat bongkahan yang siap pakai, air, mixer	1 hari	Komposisi antara tanah liat dengan air 3:2
5.	Pengecoran keramik dari cetakan gypsum	Menghasilkan produk keramik setengah jadi	Gelas takar, cetakan gypsum	1 hari	Penuangan adonan diulang 2-3 kali dan ditunggu hingga benar-benar set
No	Tahapan Kegiatan	Tujuan	Alat dan Bahan	Estimasi Waktu	Keterangan
6.	Pelepasan keramik dari cetakan gypsum	Memperoleh produk berbahan keramik (tanah liat)	pisau	1 hari	Pelepasan manual dengan alat bantu pisau sebagai peyungkit

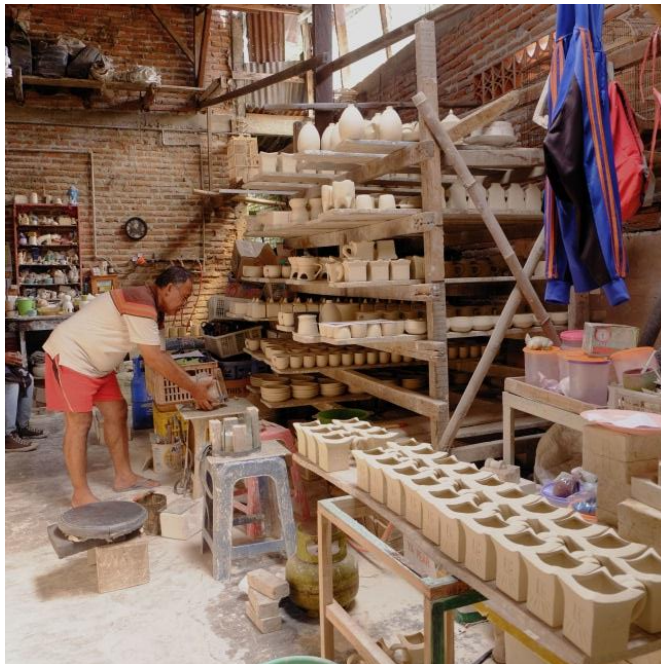
		sebelum dibakar			
7.	Finishing pertama	Merapikan bagian bekas cetakan	Pisau, spons, air	1 hari	Memotong bagian sisa dan menghaluskan permukaan keramik (tanah liat) dengan spons basah
8.	Pejemuran keramik	Agar keramik benar-benar kering	-	2 hari	Hanya perlu diangin-anginkan saja jangan terkena sinar matahari langsung
9.	Finishing kedua	Memberikan warna pada keramik	Cairan glasir	1 hari	Dengan menyelupkan benda keramik tadi kedalam cairan glasir
10.	Pembakaran	Menghasilkan produk akhir	Tungku pembakaran	2 hari	Dibakar dalam suhu 400-500°C dan ditunggu hingga suhudidalam tungku dingin baru bisa untuk dikeluarkan

4.12 Rekap Hasil Wawancara

Dalam pengerjaan perancangan ini membutuhkan wawancara sebagai data primer yang terkait dengan judul perancangan. Wawancara dilakukan kepada sumber ahli, pengrajin, barista, dan owner cafe TBRK Rumah Kopi sebagai studi kasus.

4.12.1 Wawancara Sumber Ahli dan Pengrajin

Mewawancarai pengrajin keramik sebagai sumber ahli dalam perancangan ini untuk mendapatkan informasi yang detail dan lebih dalam tentang proses tahapan pembuatan keramik dengan teknik cetak tuang. Terdapat 1 narasumber yang diwawancarai yaitu dengan salah satu pemilik usaha di Kampong Wisata Keramik Dinoyo Malang Jawa timur.



Gambar 4. 15 Pengrajin Keramik Dinoyo Malang

(Sumber : Penulis , 2019)

Tempat usaha kerajinan keramik yang dimiliki pak soeharto merupakan sebuah home industry kecil yang rata-rata pesanan berupa souvenir, gelas, aroma terapi, dan lain-lain.

Teknik cetak tuang salah satu teknik yang dapat menghasilkan produk dengan cepat dan presisi satu sama lain, tidak perlu takut ukuran akan berbeda satu dengan yang lainnya. Pencampuran tanah liat padat dengan air biasanya bisa sampai 250 kg tanah liat padat : 20 liter air untuk sekali pencampuran didalam tong besar yang dilakukan dengan mesin mixer. Untuk suhu pembakaran disini mencapai 700°C-800°C dengan hanya sekali pembakaran. Cetak tuang seperti ini memiliki tingkat penyusutan yang cukup tinggi, pada saat sebelum dibakar dan sesudah dibakar.

4.13 Branding

4.13.1 Logo

Nama yang dipilih sebagai nama brand produk aksesoris perlengkapan coffee shop ini adalah “Dialek Bumiayu”. Kata “Dialek” memiliki arti bahasa, sedangkan “Bumiayu” berarti tempat tinggal manusia yang cantik. Pemilihan gabungan dari kata Dialek Bumiayu ini memiliki harapan agar produk yang diciptakan memiliki kesederhanaan dalam bentuk agar mudah dipahami oleh user dalam penggunaannya dan ciri khas yang kuat seperti logat dalam berbahasa sehari-hari. Logotype “Dialek Bumiayu” menggunakan nama brand dengan pemilihan font yaitu menggunakan “monalisa”, dipilih karena memberikan kesan kesederhanaan sehingga sangat sesuai dengan karakter produk.

The image shows the brand name 'Dialek Bumiayu' written in a fluid, cursive script. The letters are connected and have a natural, handwritten appearance. The 'D' is particularly large and loops around the start of the word. The overall style is elegant and personal, reflecting the 'monalisa' font mentioned in the text.

*Gambar 4. 16 Nama Branding Produk
(Sumber : Penulis , 2019)*

4.13.2 Seri Andaru

Mewakili Anglo daerah Jawa, nama Andaru juga berasal dari bahasa Jawa yang artinya suka menolong dan dermawan. Seri ini memiliki motif yang terletak dibagian depan berbentuk huruf “U” terbalik yang mewakili

lubang dari Anglo untuk memasukkan batu bara sebagai bahan bakar. Seri Andaru terdiri dari *mini plantery, ashtray, tray, utensil holder/straw holder, sugar pack holder, tissue holder, card holder/sign holder, coasters, coasters holder*.



*Gambar 4. 17 Seri Andaru 3D Rendering
(Sumber : Penulis , 2019)*

4.13.3 Seri Geomalia

Nama Geomalia diambil dari salah satu hewan endemik daerah Sulawesi, bentuk siluet produk seri Geomalia terinspirasi dari anglo daerah Sulawesi Tenggara. Terdapat bagian produk yang sengaja tidak diberi finishing glasir untuk mengekspos tekstur material asli.



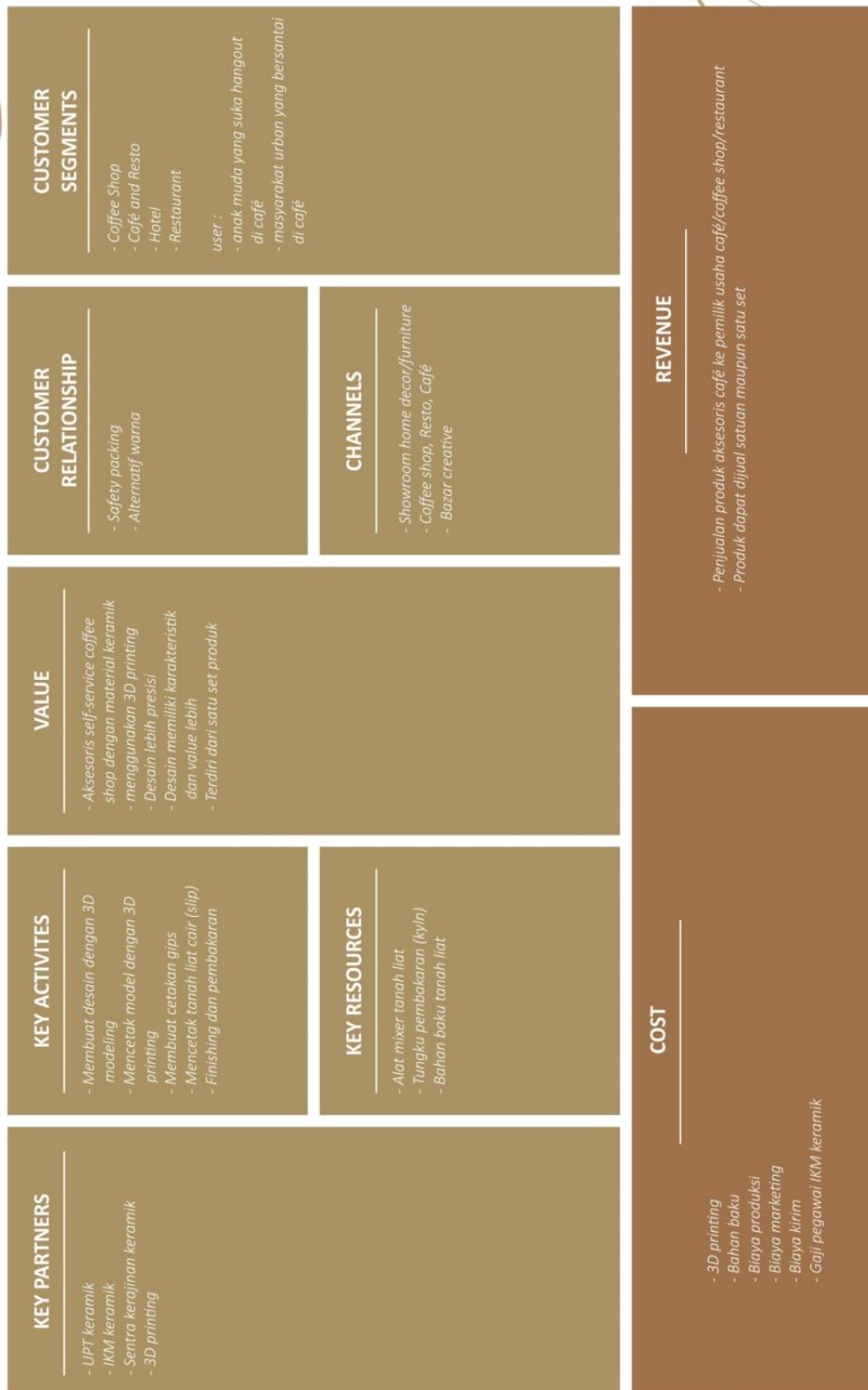
Gambar 4. 18 Model Render Seri Geomalia

(Sumber : Penulis , 2019)

4.14 Market Strategy

Market strategy diperlukan untuk rencana kedepan membangun bisnis dari produk yang akan dirancang ini.

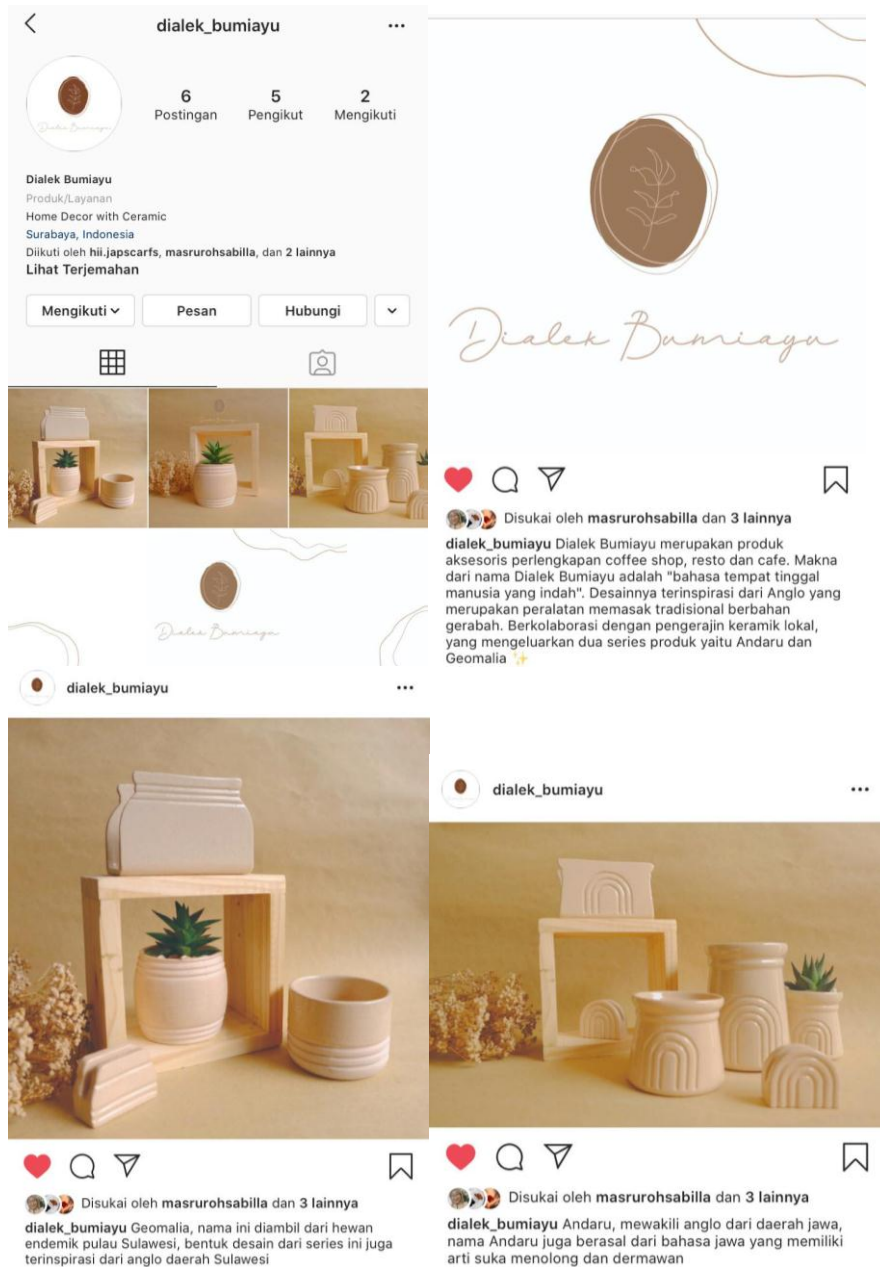
4.14.1 Business Modal Canvas



Gambar 4. 19 Bussniness Modal Canvas
(Sumber : Penulis , 2019)

4.14.2 Pemasaran

Salah satu cara pemasaran dan promosi yang dilakukan di jaman serba digital ini adalah dengan pemasaran online salah satunya adalah instagram.



Gambar 4. 20 Postingan Pemasaran di Instagram

(Sumber : Penulis , 2019)

4.14.3 Analisis HPP

Perhitungan harga bahan baku yang dibutuhkan dalam menghasilkan satu series yang terdiri dari beberapa macam produk.

Tabel 4. 8 Analisis HPP

No	Material	Jumlah	Harga	Total
1.	3D print @gram	389 gram	Rp 700	Rp 272.300
2.	Gypsum A plus @kg	18 kg	Rp 1.700	Rp 30.600
3.	Tanah liat @kg	20 kg	Rp 2000	Rp 40.000
Total				

1 set produk terdiri dari :

- 1 ashtray
- 1 mini plantery
- 4 coasters
- 1 coasters holder
- 1 tempat tisu
- 2 straw holder
- 2 Reserved table
- 1 sugar pack holder

4.14.4 Packaging

Pengemasan produk yang menarik juga diperlukan untuk menarik minat pembeli dan memberi jaminan keamanan produk sampai ke tangan user.



Gambar 4. 21 Packaging Produk
(Sumber : Penulis , 2019)

4.15 Design Requirement and Objectives (DR&O)

DR&O merupakan kebutuhan desain dari produk yang sedang dibuat, ini merupakan kesimpulan dari analisis hasil eksperimen dan data yang terkait dengan desain.

1. Dapat mempersingkat waktu produksi dengan memanfaatkan *3D modeling* dan *3D printing* untuk membuat master cetakan
2. Mengakomodasi desain dengan motif timbul atau cekung dengan ketelitian tertentu
3. Efisiensi proses dalam perubahan/revisi desain atau membuat desain baru dengan *3D modeling*
4. Desain yang informatif kepada pengunjung cafe agar sistem *self service* yang diberlakukan berjalan
5. Peluang pasar *coffee shop* yang berkonsep natural di kota-kota besar
6. Desain yang dihasilkan selaras dengan tema cafe berkonsep *natural look*

BAB V

IMPLEMENTASI DESAIN

5.1 Implementasi Konsep Desain

Konsep desain merupakan dasar pemikiran yang menjelaskan tentang inti dari perancangan tersebut. Memecahkan masalah dengan menemukan sebuah solusi dan dari situlah timbul batasan-batasan yang dapat dan tidak dapat dilakukan. Pencarian konsep desain ini dengan *Objective Tree*.

5.1.2 *Objective Tree Concept*

Setelah melakukan beberapa tahapan studi dan analisis, kemudian didapatkan kriteria desain yang akan desain yang akan digunakan sebagai acuan dalam menciptakan desain serial produk. Kriteria desain tersebut disampaikan dalam bentuk bagan *Objective Tree Concept* seperti pada gambar di bawah.



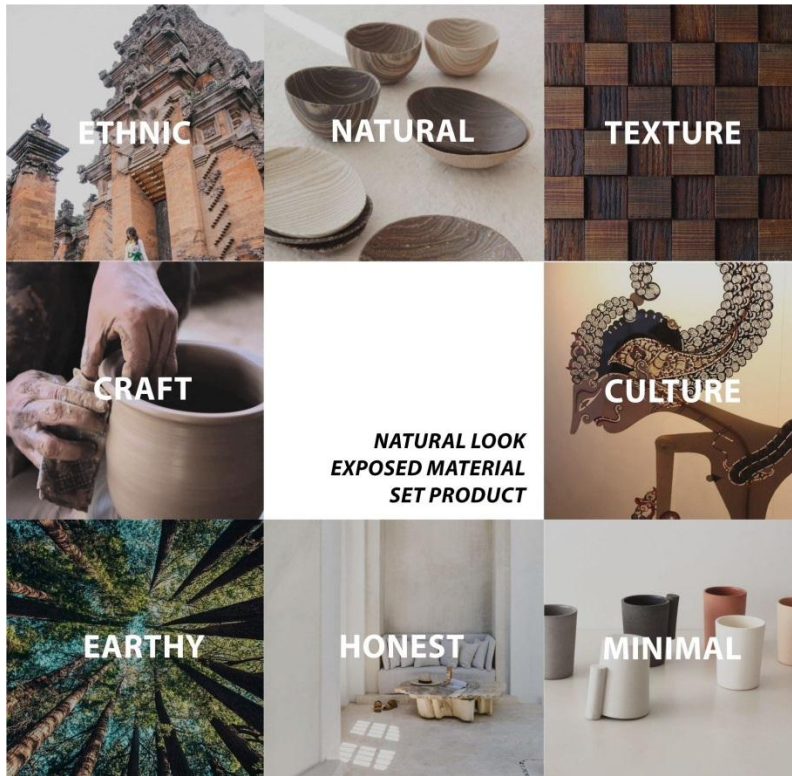
Gambar 5. 1 *Objective Tree Concept*

(Sumber : Penulis , 2019)

5.1.3 *Square Board Idea*

Pada penjelasan bagan *Objective Tree Concept* didapati kriteria desain yang menggambarkan konsep perancangan. Kata kunci ini akan

menjadi acuan mendesain dan diterapkan kepada pengembangan produk home decor cafe. Berikut *Square Idea Board*.



Gambar 5. 2 *Square Idea Board*

(Sumber : Penulis , 2019)

Keterangan :

1. *Ethnic* : merupakan suatu golongan manusia yang anggota-anggotanya mengidentifikasi dirinya dengan sesamanya seperti, garis keturunan.
2. *Natural* : material yang bersifat alam atau alamiah, bukan buatan.
3. *Texture* : unsur yang menunjukkan rasa permukaan material untuk memberikan rasa tertentu pada permukaan bidang sebuah produk.
4. *Craft* : hasil produk di buat oleh tangan para pengrajin lokal yang masih menggunakan teknik-teknik tradisional dalam proses pembuatan.
5. *Culture* : sebuah budaya yang sangat erat dengan kehidupan bermasyarakat.

6. *Earthy* : corak warna yang diaplikasikan disebuah produk terinspirasi dari alam seperti batuan, tanah, kayu, dan daun kering. *Earthy colours* digunakan untuk membangun suasana tradisional dan sifat unik dari sebuah desain produk karena warna-warna ini cenderung lembut dan hangat.
7. *Honest* : material ang ditampilkan apa adanya, tanpa finishing yang berlebihan dengan tujuan untuk mengekspos karakteristik material yang digunakan.
8. *Minimal* : desain bentuk yang sederhana agar pengguna mudah mengetahui kegunaan produk tersebut.

5.2 Konsep Desain

Dalam desain yang akan diimplementasikan, terdapat konsep produk tersebut diantaranya Konten Produk yang mengutamakan pada nilai-nilai material yang terlihat dari sebuah produk seperti mengenai jenis produk, tampilan visual produk, dan fungsi. Selain itu ada pula konteks produk yang merupakan nilai-nilai imateriil yang tidak terlihat misalnya seperti, nilai cerita dan ideologi.

5.2.1 Konten Produk

1. Jenis produk

Produk-produk yang akan didesain berupa *mini planter, ashtray, soucer, reserved table, display stand*, tempat tisu, tempat sedotan, tempat sendok, tempat gula sachet, dan *tray*

2. Visual produk

Visual produk meliputi tampilan luar produk yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh pengguna antara lain tekstur material, bentuk, warna, dan motif.

3. Fungsi produk

Fungsi produk dalam sebuah produk dibagi menjadi dua, yaitu fungsi utama sebagai organizer barang-barang keperluan sebuah coffee

shop dan fungsi pendukung yaitu sebagai media penunjang estetika pada tampilan sebuah ruangan.

5.2.2 Konteks Produk

1. Pengembangan teknologi

Produk adalah hasil dari teknik cetak tuang pada kerajinan keramik yang kemudian dikombinasikan dengan teknologi 3D model dan 3D printing untuk menciptakan master model cetakan sebagai salah satu upaya memberikan pengetahuan baru kepada para pengrajin dan variasi baru dalam pengembangan material dan teknik pembuatan keramik.

2. Pengembangan desain

Memberikan variasi desain dan motif kedalam produk dengan teknologi 3D model dan 3D printing sebagai alternatif produk.

5.3 Gambar Teknik

(Terlampir pada Lampiran B)

5.4 Final Design







*Gambar 5. 3 Foto Produk
(Sumber : Penulis , 2019)*

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Desain Aksesoris Perlengkapan Self-Service Coffee Shop menggunakan Material Keramik Berkonsep Indonesian Culture dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam merancang produk aksesoris perlengkapan sebuah *coffee shop*, beberapa hal perlu diperhatikan yaitu :
 - a. Market
Produk aksesoris self service coffee shop berbahan keramik menarget pasar pada cafe-cafe di kota-kota besar yang berkonsep natural dan cultural, yang dihasilkan dari positioning produk, pemetaan persona dan trend cafe dan berpotensi membuka pasar nasional.
 - b. Bentuk
Desain aksesoris self service coffee shop berbahan keramik menyesuaikan trend cafe natural dan cultural .
 - c. Manufaktur
Melakukan pembuatan produk aksesoris self servide coffee menyesuaikan studi material dan studi pengolahan keramik yang ada di pengrajin lokal daerah Dinoyo Malang.
2. Metode desain yang digunakan dalam mencari bentuk desain produk aksesoris cafe menggunakan metode morfologi sesuai archetype inspirasi produk budaya yang menjadi identitas bentuk.
3. Produk aksesoris cafe di rancang sesuai kebiasaan dan aktifitas pengunjung yang bersentuhan langsung dengan produk. Bentuk yang digunakan adalah bentuk-bentuk yang familiar yang mempengaruhi psikologis pengunjung.

6.2 Saran

Sebagai pengembangan desain produk aksesoris cafe berbahan keramik , penulis menyarankan agar :

1. Perlunya melakukan pengembangan desain yang lebih eksploratif sebagai produk serial dan lebih ikonik sehingga mempunyai ciri khas masing-masing.
2. Perlunya melakukan eksplorasi terhadap penerapan teknologi terbaru yaitu 3D modeling dan 3D printing untuk menunjang produk aksesoris cafe.
3. Melakukan eksplorasi mengenai teknik finishing yang dapat menghasilkan visual yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Coffeeland. (n.d.). Kedai Kopi Pertama di Indonesia. Diakses dari <https://coffeeland.co.id/kedai-kopi-pertama-di-indonesia/>
- Dimiyati, N. S. (2009). Komunitas Kafe Sebagai Gaya Hidup (Studi tentang Motif Mahasiswa dan Konstruksi Kuliner Kafe di Yogyakarta). Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Diakses dari <http://digilib.uin-suka.ac.id/3199/1/BAB%20I%20CIV%20%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>
- Hartanto, K. M. (2014). Perancangan Furniture dan Aksesoris pada “Coffee Innstitute”. Skripsi, Universitas Bina Nusantara. Diakses dari http://library.binus.ac.id/Collections/ethesis_detail/2014-1-00470-DI
- Hermawan, N. (2018). Study Literatur Cafe. Diakses dari https://kupdf.net/download/studyliteraturcafe_5c24a2b0e2b6f53f1ae6709c_pdf
- Hermawan, N. (2018). Study Literatur Cafe. Diakses dari https://kupdf.net/download/studyliteraturcafe_5c24a2b0e2b6f53f1ae6709c_pdf
- Kumparan. (2018). Fenomena ‘Demam’ *Coffee Shop* di Indonesia. Diakses dari <https://kumparan.com/@kumparanfood/fenomena-mewabahnya-demam-coffee-shop-di-indonesia>
- Kompas. Apa Bedanya Restoran "Full Service" dan "Self Service"?. Diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2017/04/24/143500327/apa.bedanya.restoran.full.service.dan.self.service.?page=all>.
- Prasetya, R. D. (2009). Home Accessories Membuat Ruang Tampak Idiosinkratis. Diakses dari <http://deprazz.blogspot.com/2009/06/home-accessories-membuat-ruang-tampak.html>

- Yana, H. (2018). Manfaat Desain Interior; Apa Saja yang Bisa Anda Dapatkan dari Desain Interior? Diakses dari <https://interiordesign.id/manfaat-desain-interior/>
- Yasmin, Q. M. (2019) Desain Set Produk *Home Decor Cafe* Menggunakan Material *Concrete* Dengan Teknik Motif Timbul Studi Kasus *Threelogy Coffee*. Tugas Akhir, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Yuanella, D. (2018). Desain *Coffee Set Manual Brew* Dengan Konsep *Homey* Studi Kasus Moeng Kopi. Tugas Akhir, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Zakaria, D. D. (2017). Desain Produk Urban Home Decor Berkonsep Modular dengan Pemanfaatan Lumpur Lapindo. Tugas Akhir, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

LAMPIRAN A



Gambar 2. 1 Contoh Produk Saucer

(sumber : google)



Gambar 2. 2 Contoh Produk Reserved Sign

(sumber : google)



Gambar 2. 3 Contoh Produk Ashtray

(sumber : google)



*Gambar 2. 4 Contoh Produk Tissue Holder
(sumber : google)*



*Gambar 2. 5 Contoh Produk Mini Planter
(sumber : google)*



*Gambar 2. 6 Contoh Produk Sugar Pack Holder
(sumber : google)*



*Gambar 2. 7 Contoh Produk Straw Holder
(sumber : google)*



*Gambar 2. 8 Contoh Produk Tray
(sumber : google)*



*Gambar 2. 9 Contoh Produk Display Stand
(sumber : google)*

LAMPIRAN B



*Gambar 2. 10 Proses pengolahan keramik
(sumber : google)*

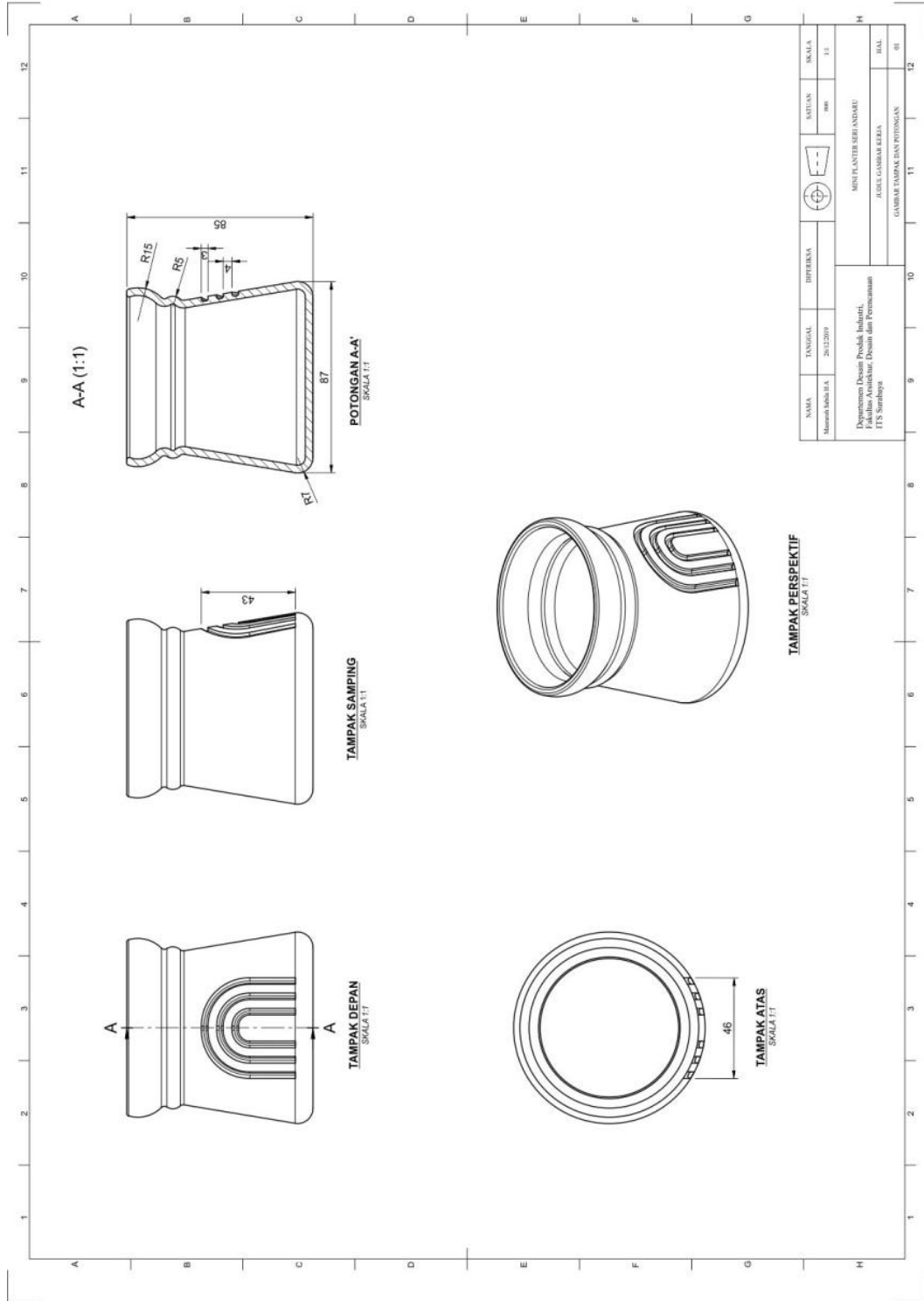


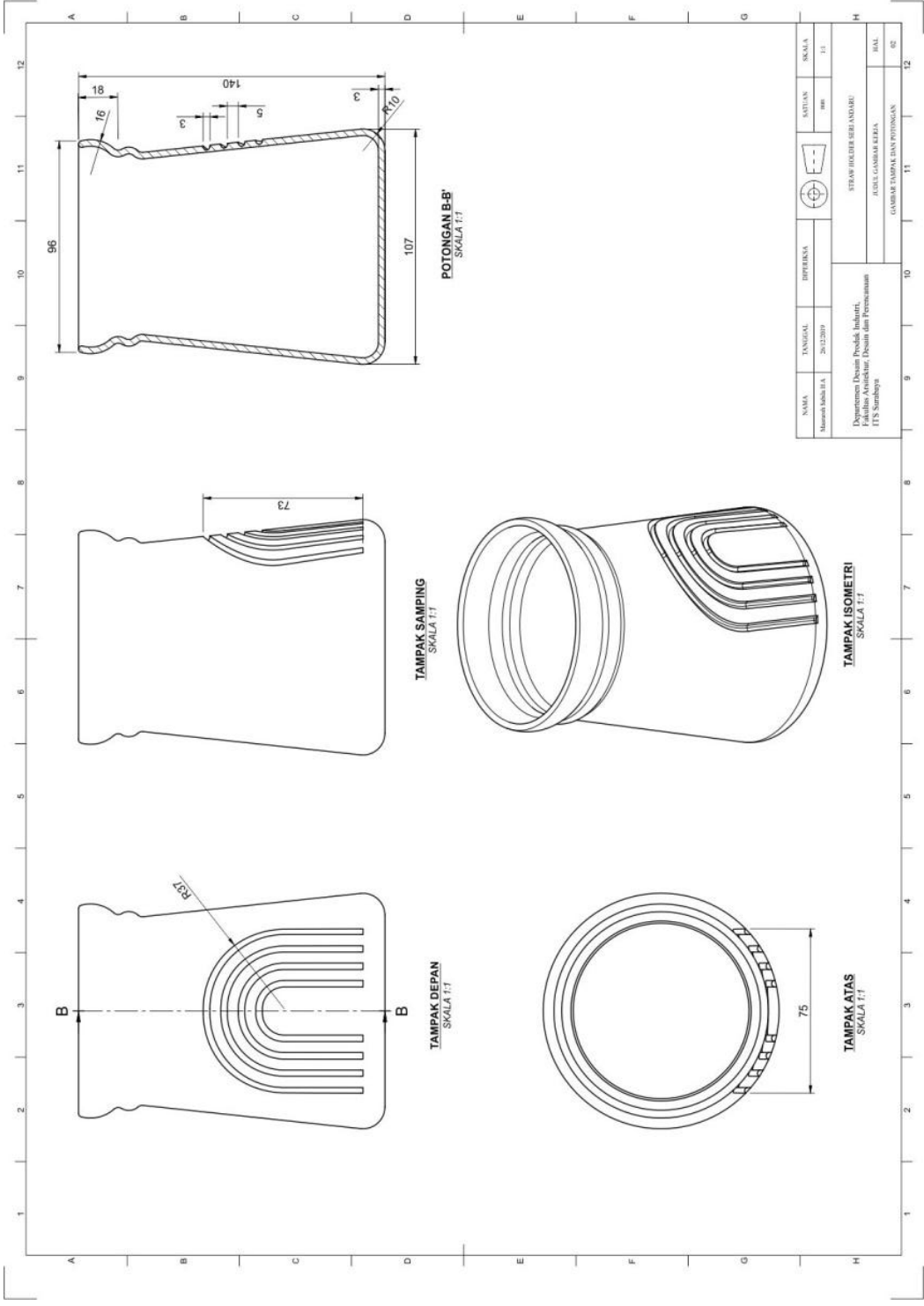
*Gambar 2. 11 Jade Crompton ceramic designer
(sumber : <http://jadecromptonceramics.blogspot.com/>)*

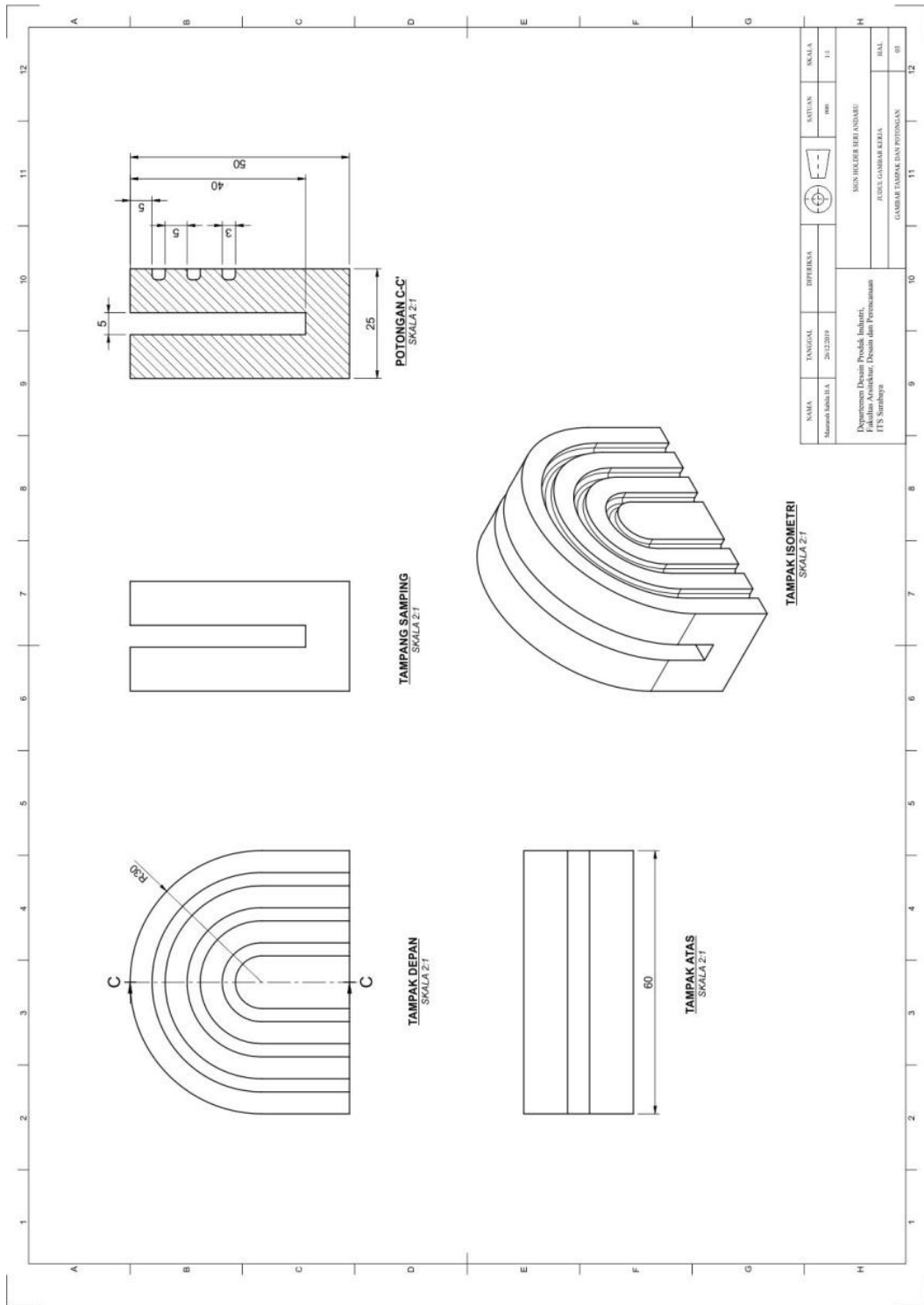


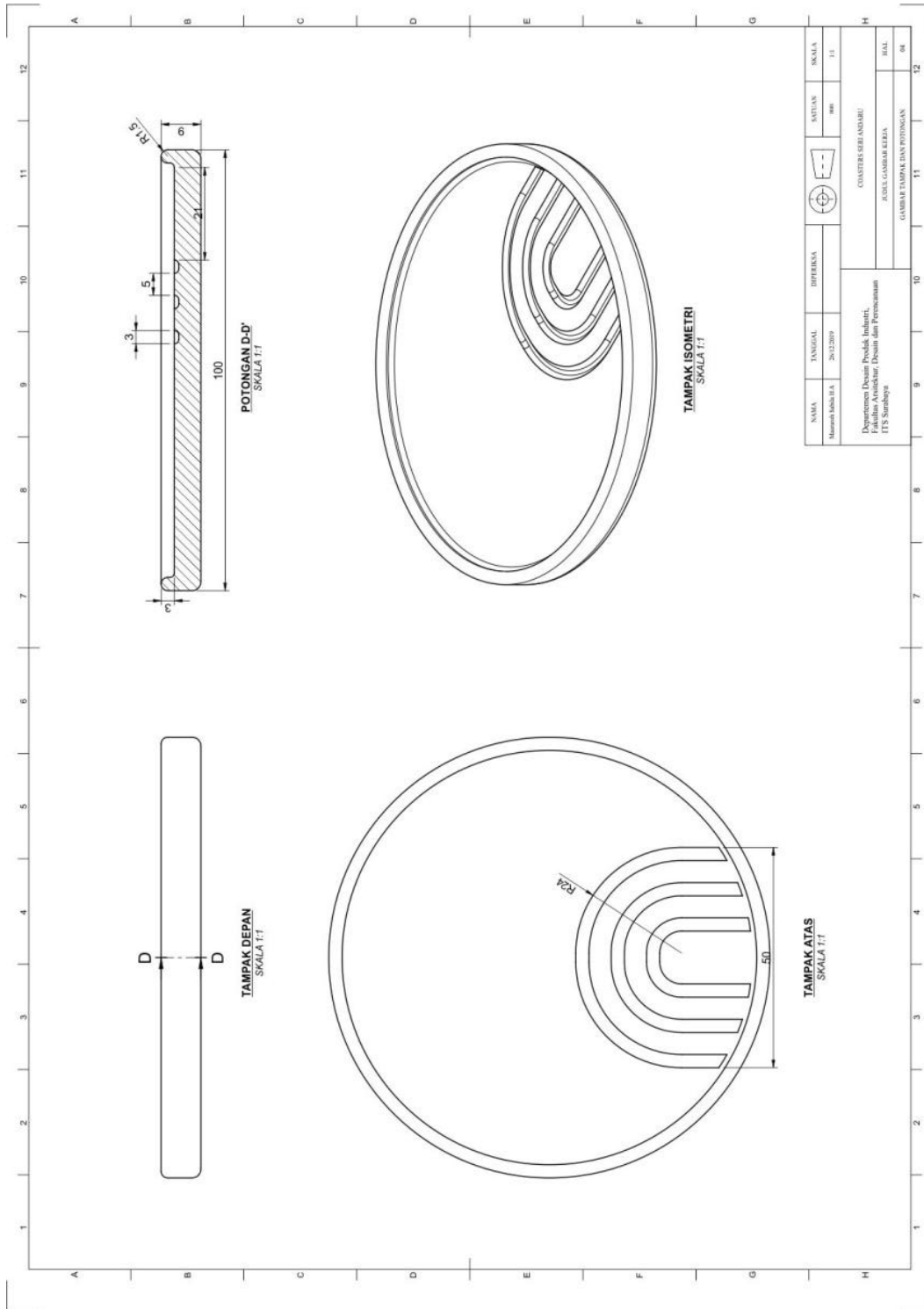
*Gambar 2. 12 Koleksi tableware dari Jade Crompton
(sumber : <http://jadecromptonceramics.blogspot.com/>)*

LAMPIRAN C

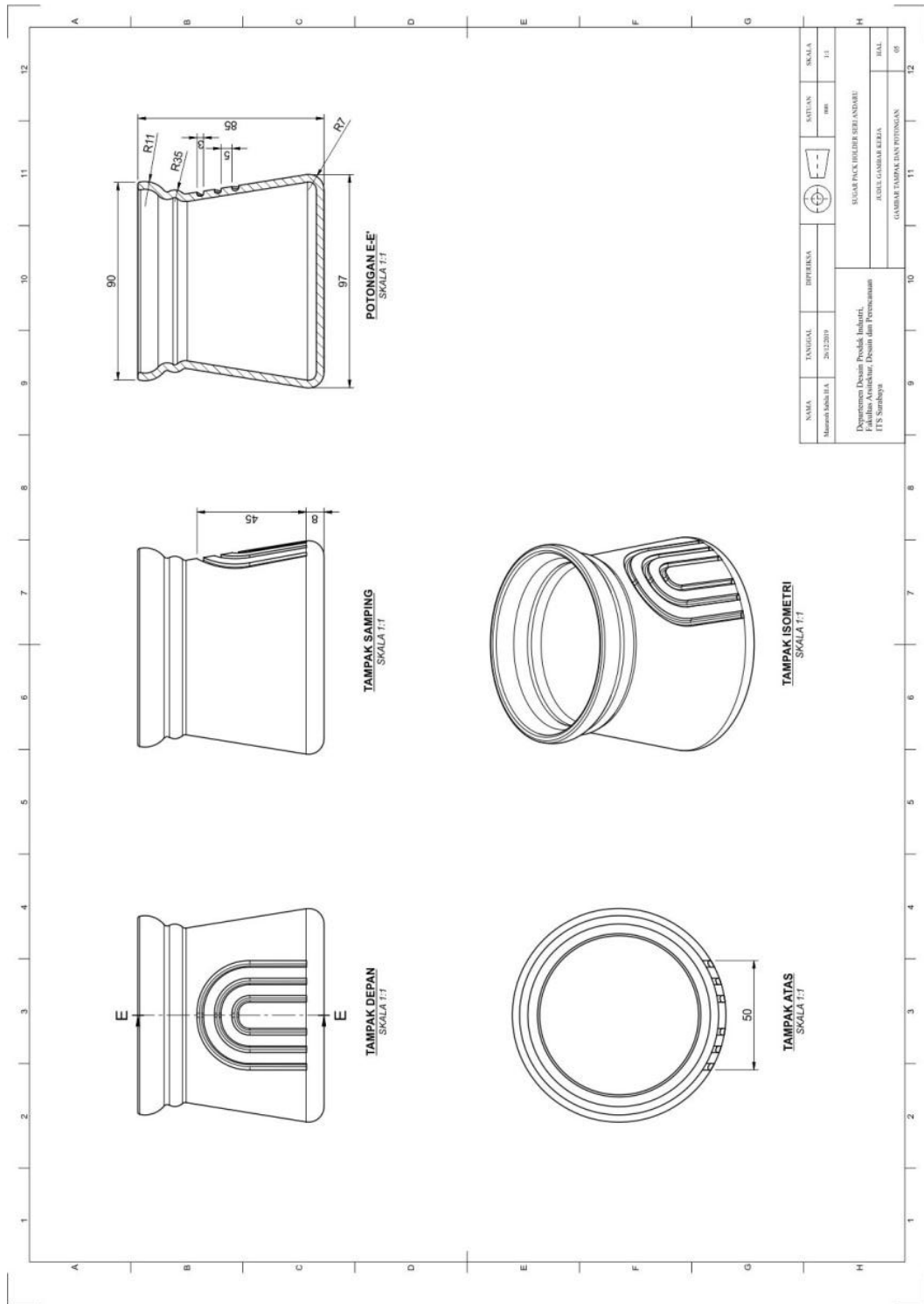




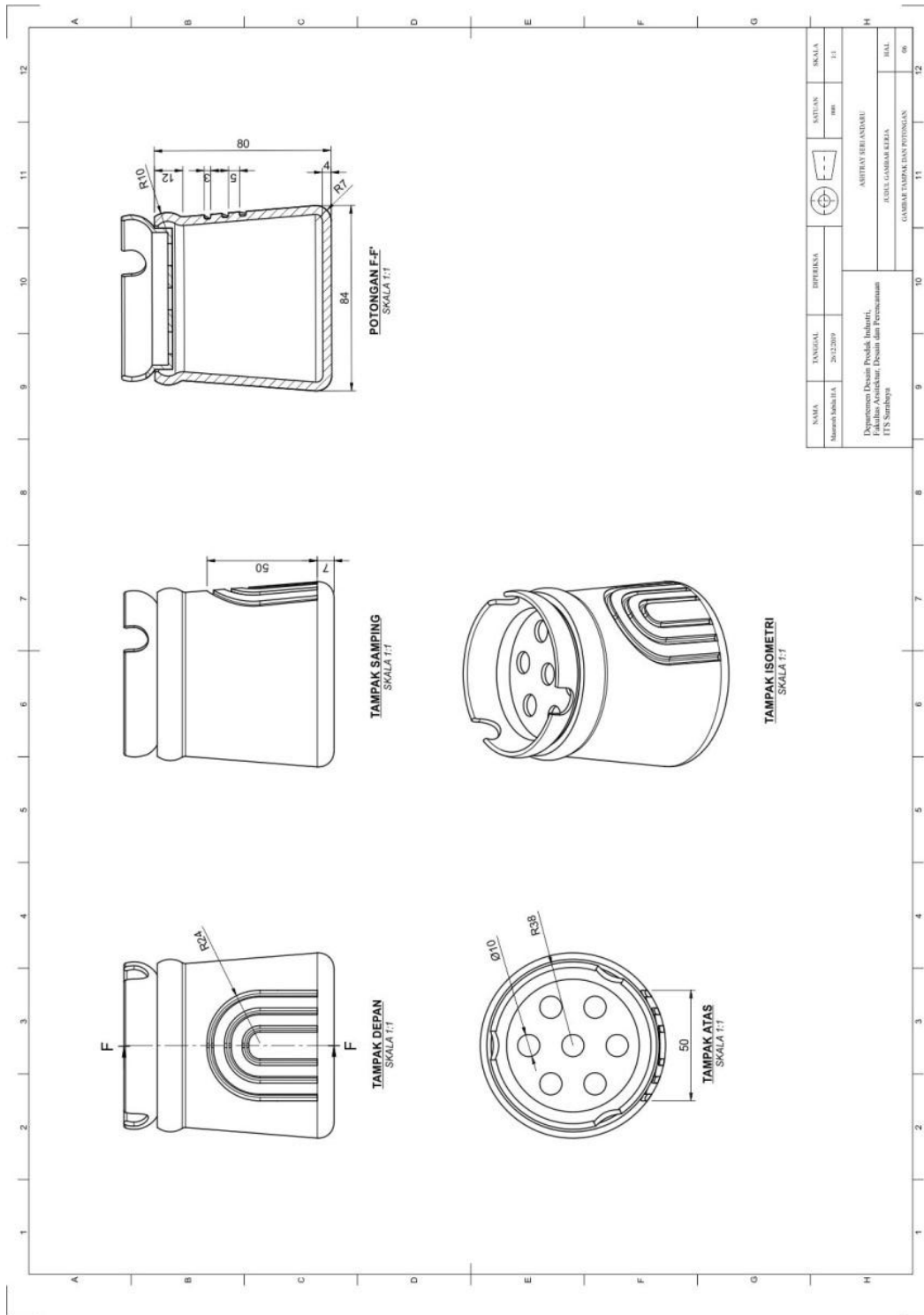




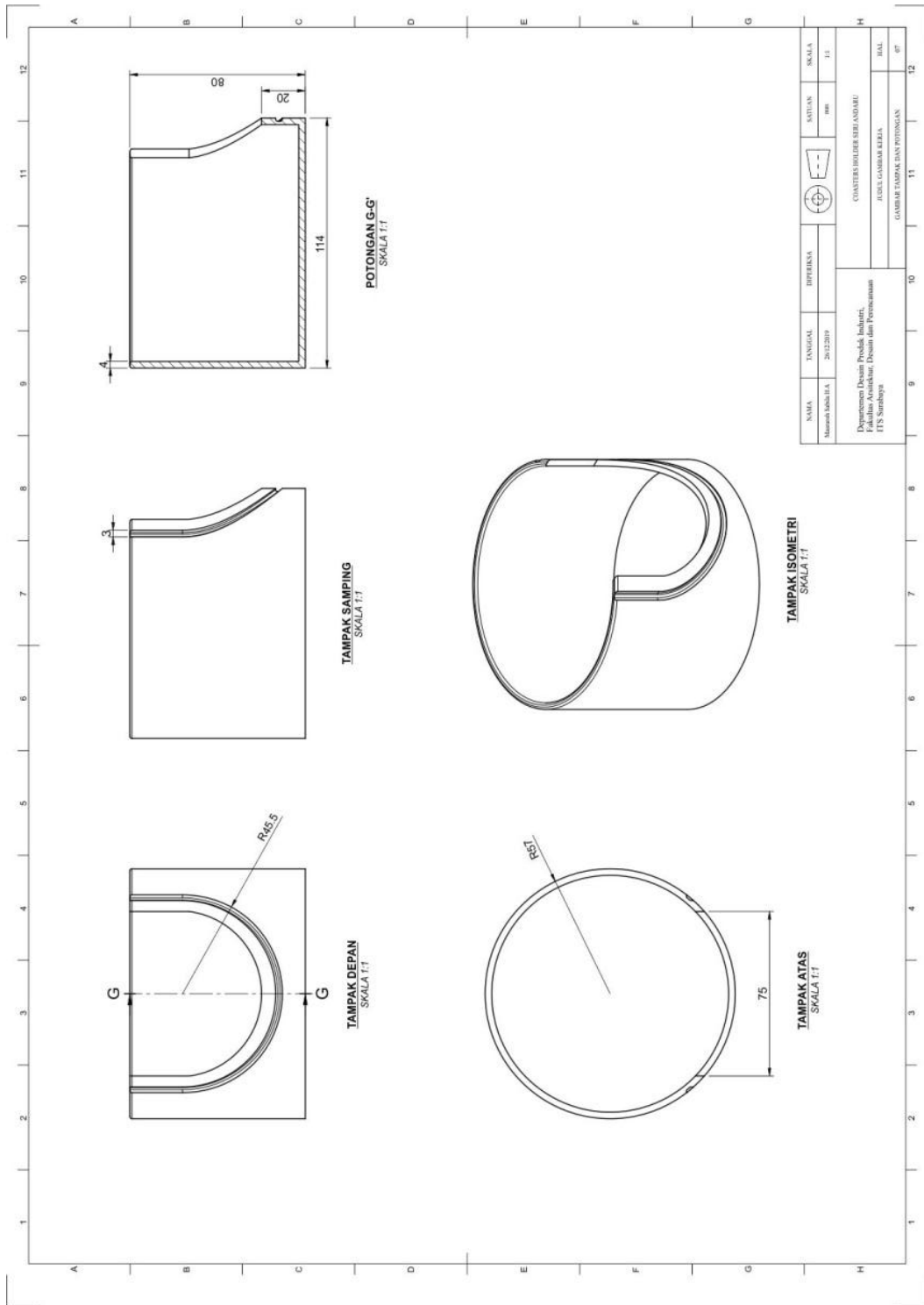
NAMA	TANGGAL	DITERIMA	SATUAN	SKALA
Muhammad Akhmad A.A.	20/12/2019		mm	1:1
Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya.				
CONTOH SEBELAH				HAL
RUBEL GAMBAR KERJA				08
GAMBAR TAMPAK DAN POTONGAN				12

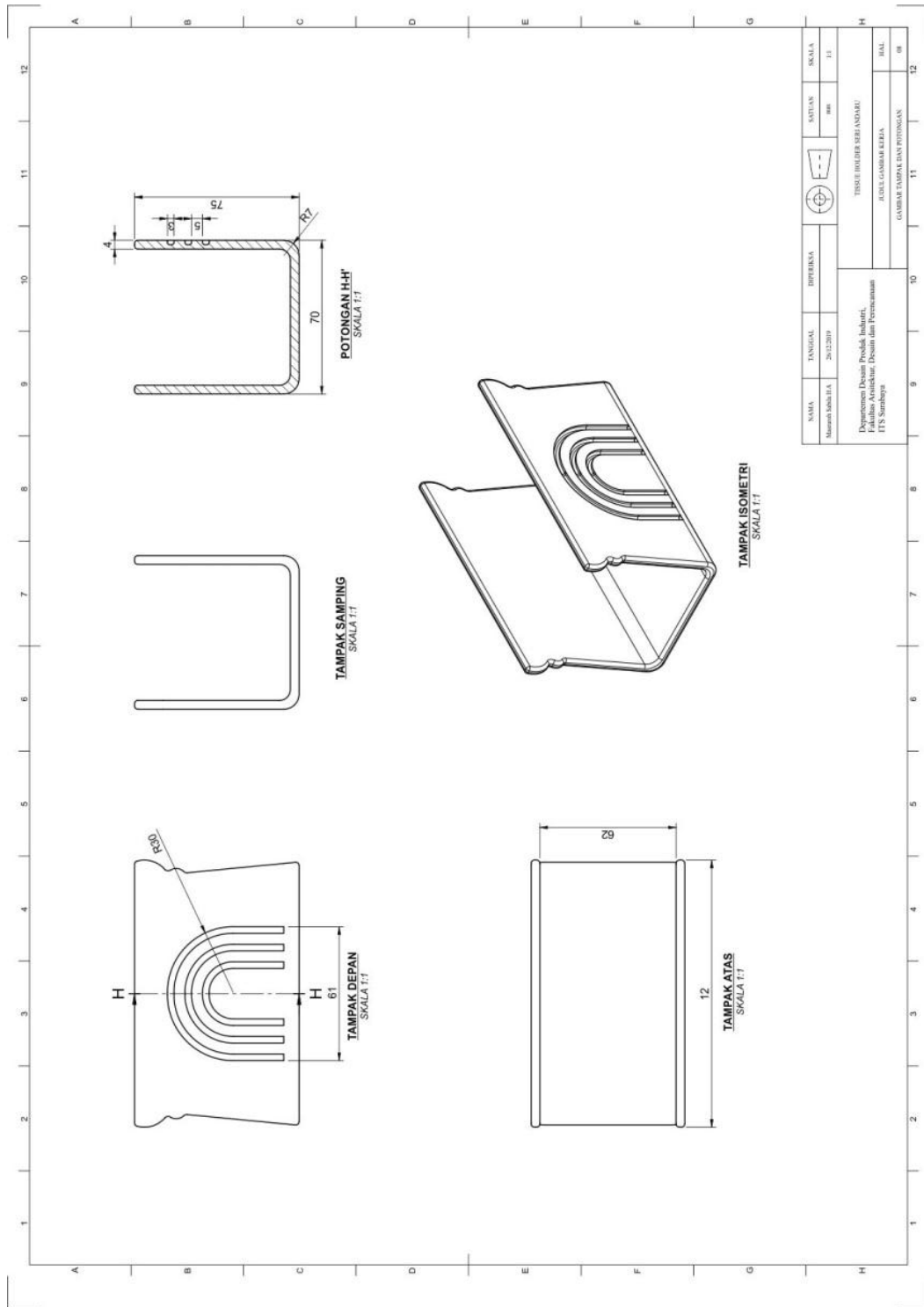


NAMA	TANGGAL	DISERVISI	STATUS	SKALA
Muhammad Akhmal I.A.A.	20-11-2019		REVISI	1:1
DEPARTEMEN DESAIN PRODUK INDUSTRI, FAKULTAS TEKNIK, DESAIN DAN PERANCANGAN ITS SURABAYA				
JUDUL GAMBAR/REVISI GAMBAR TAMPAK DAN POTONGAN				HAL 06



NAMA	TANGGAL	DIREKSI	NOTULIS	SKALA
Muhammad Kabilah, I.A.	20/12/2019		100%	1:1
Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya				
ABHITRAK BELANDARU JELUK GABAR BELUKA				HAL
GAMBAR TAMPAK DAN POTONGAN				06

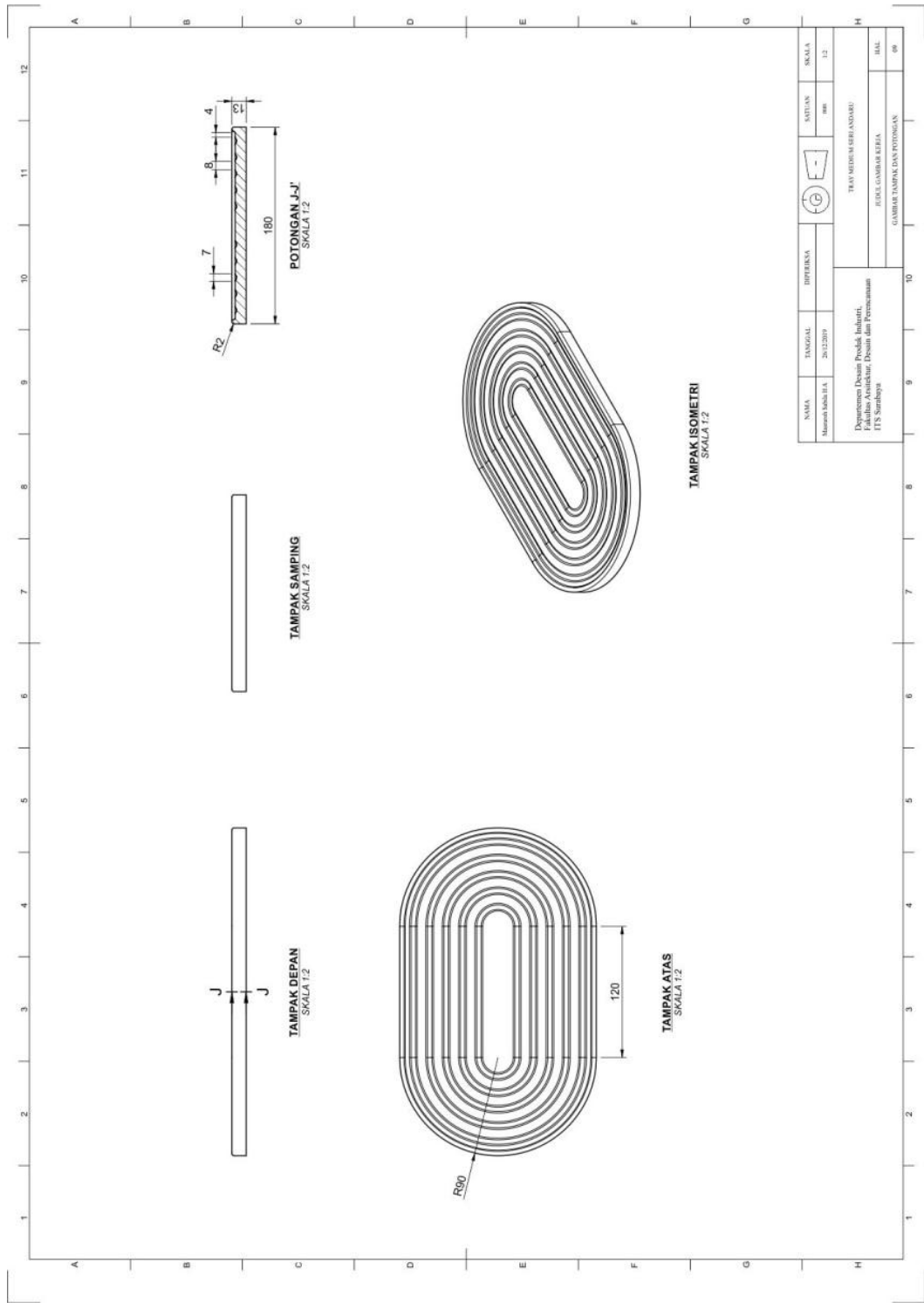


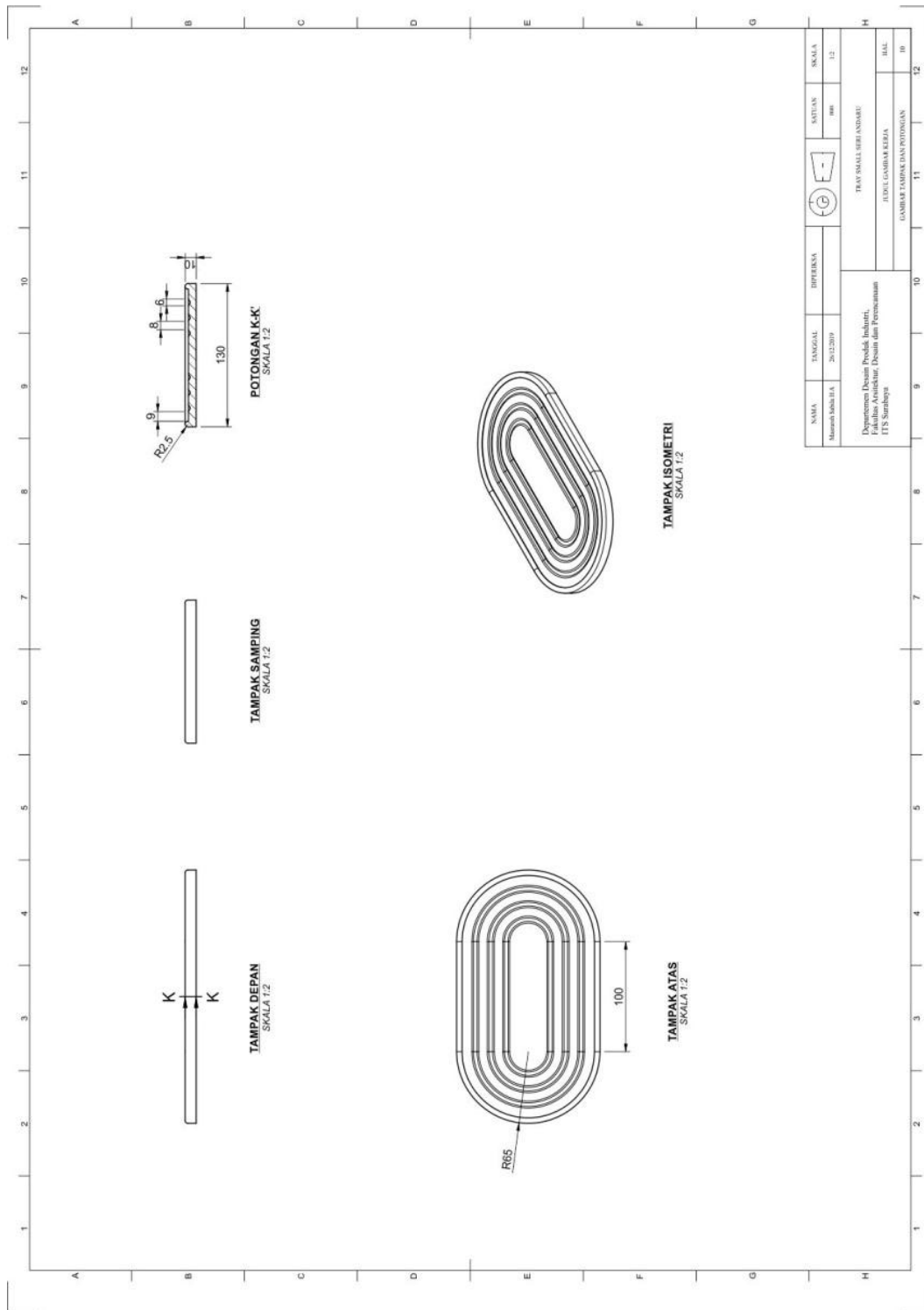


NAMA	TANGGAL	DISERVISI	SATUAN	SKALA
Muhammad Ihsanul Fala	20/12/2019		mm	1:1

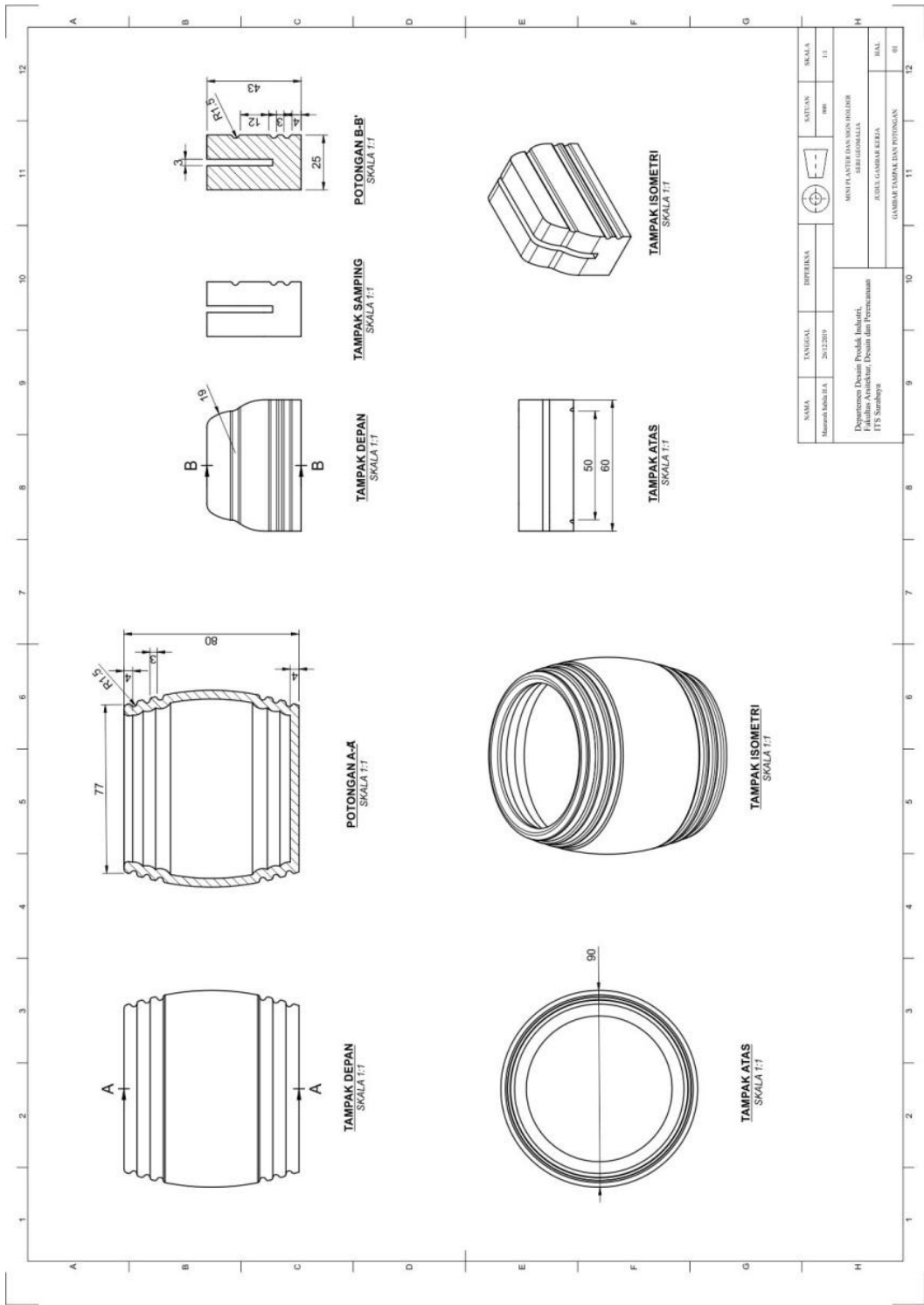
Diserwisikan Dengan Perseksi Industri,
 Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan
 ITS Surabaya

TITEL: BODER KEMAH
 JUDUL GAMBAR: BERSA
 BAGIAN: BODER
 GAMBAR TAMPILAN: POTONGAN

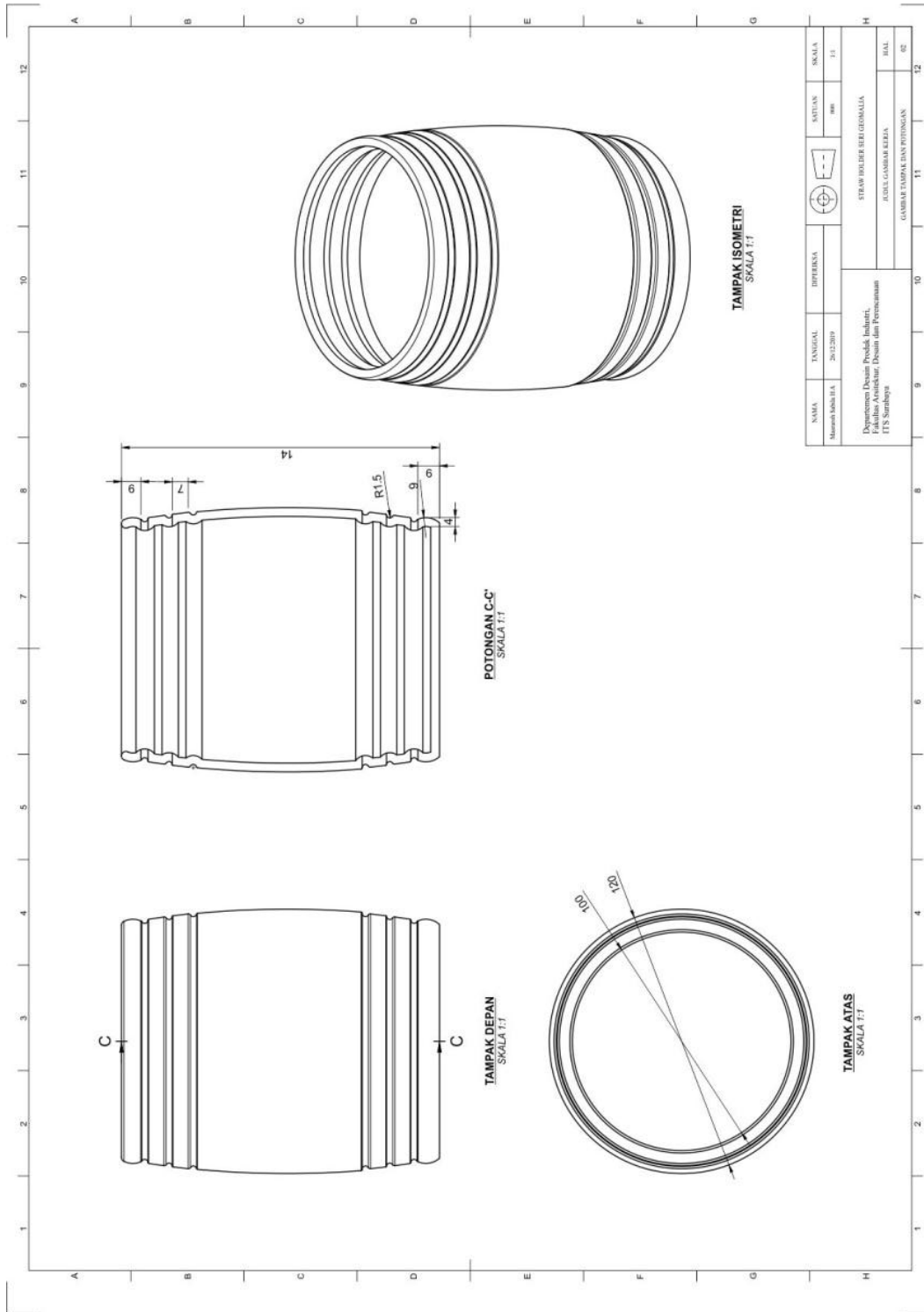


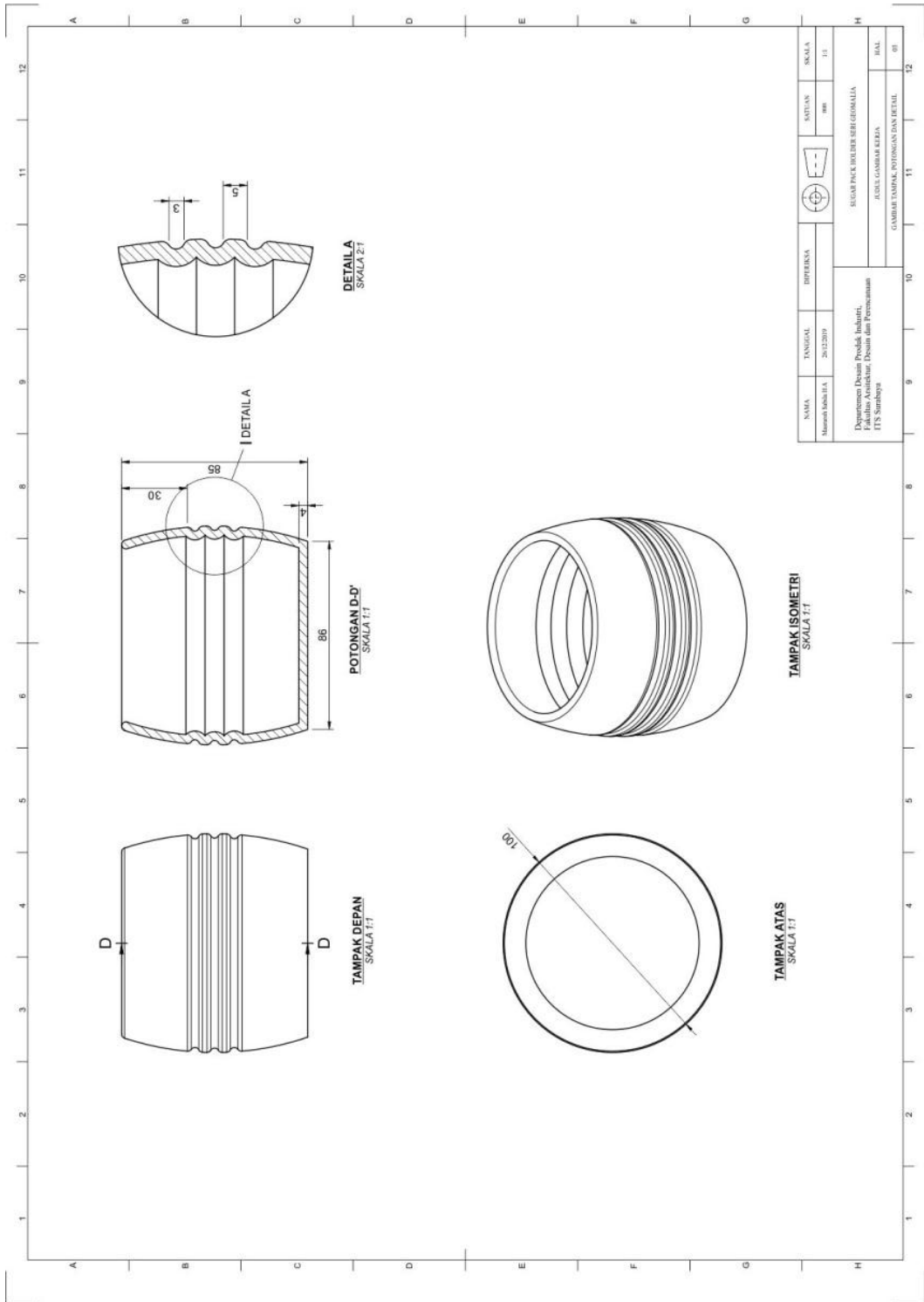


NAMA	TAMBAHAL	DIPERIKSA	SATUAN	SKALA
Muhammad Khasbi A.	201222019		mm	1:2
TRAY SMALL BERI ANDARI Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya.				
JUDUL GAMBAR KERJA				HILL
GAMBAR TAMPAK DAN POTONGAN				10
				12

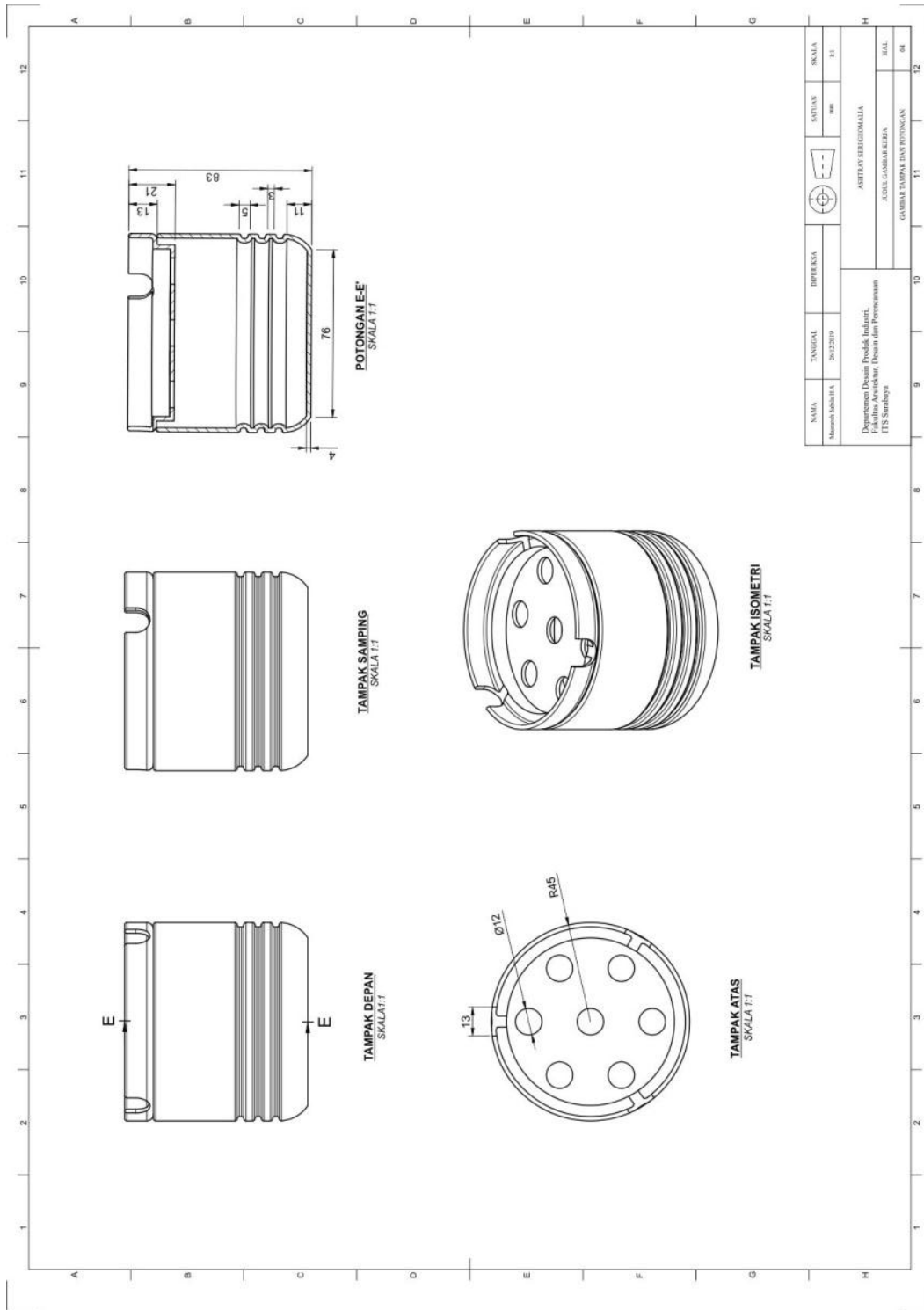


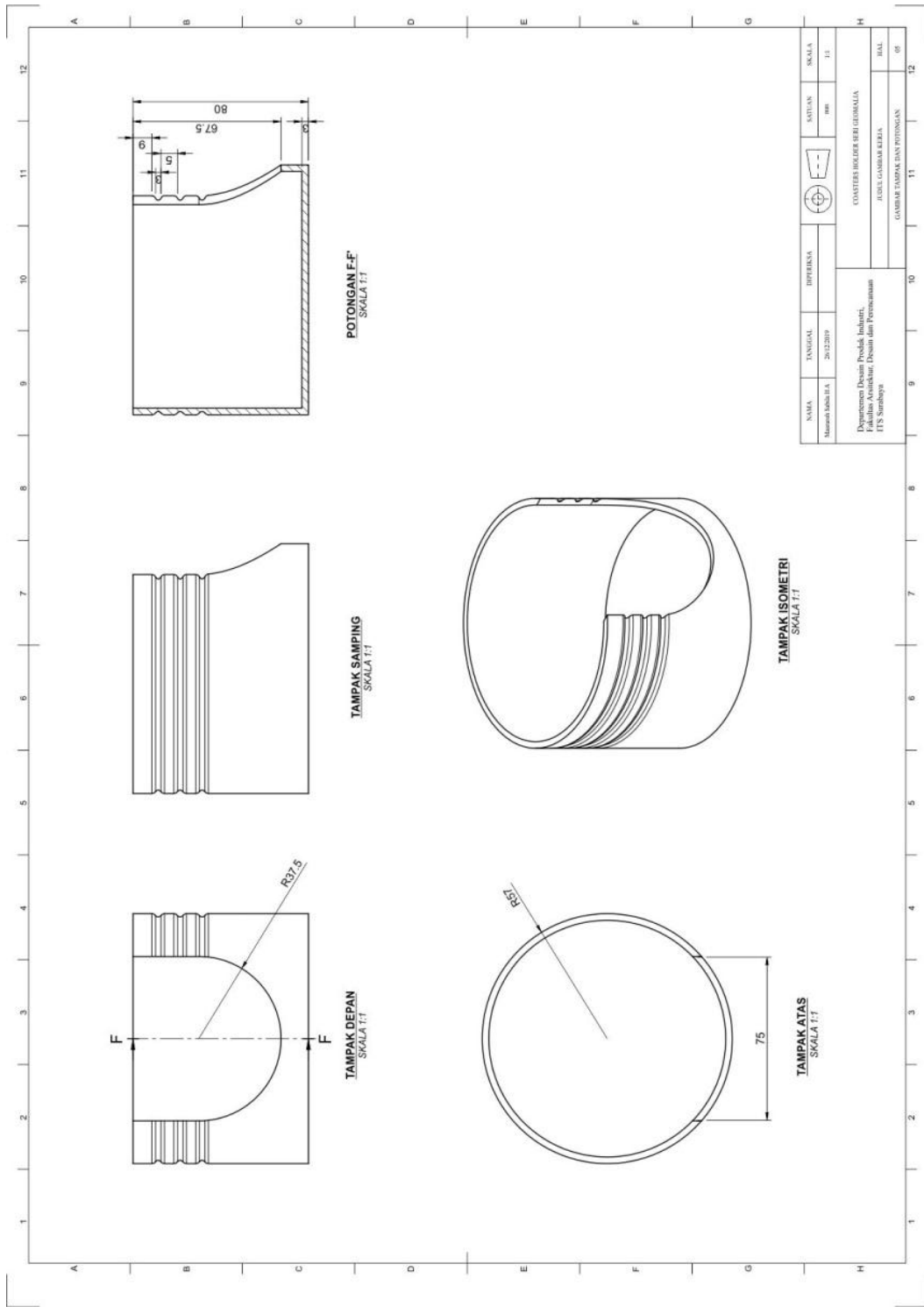
NAMA	TANGGAL	DIREKSI	SATUAN	SKALA
Harunah Kholillah	20122011		mm	1:1
Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya				
NISI PLANTER DAN SPON HOLLER SRI-GEMALA				
JUREL GAMBAR BERSA				
GAMBAR TAMPILAN POTONGAN				

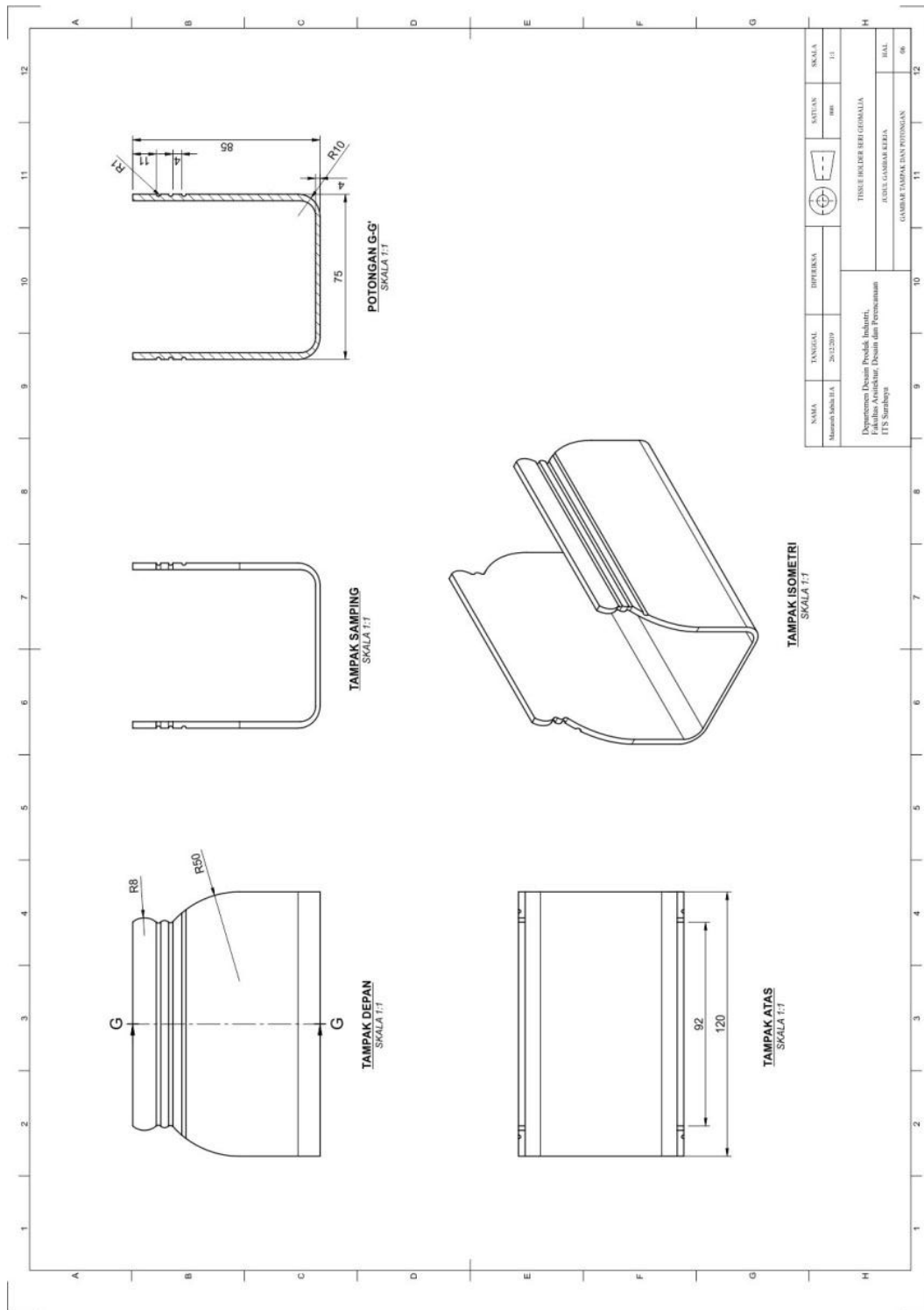


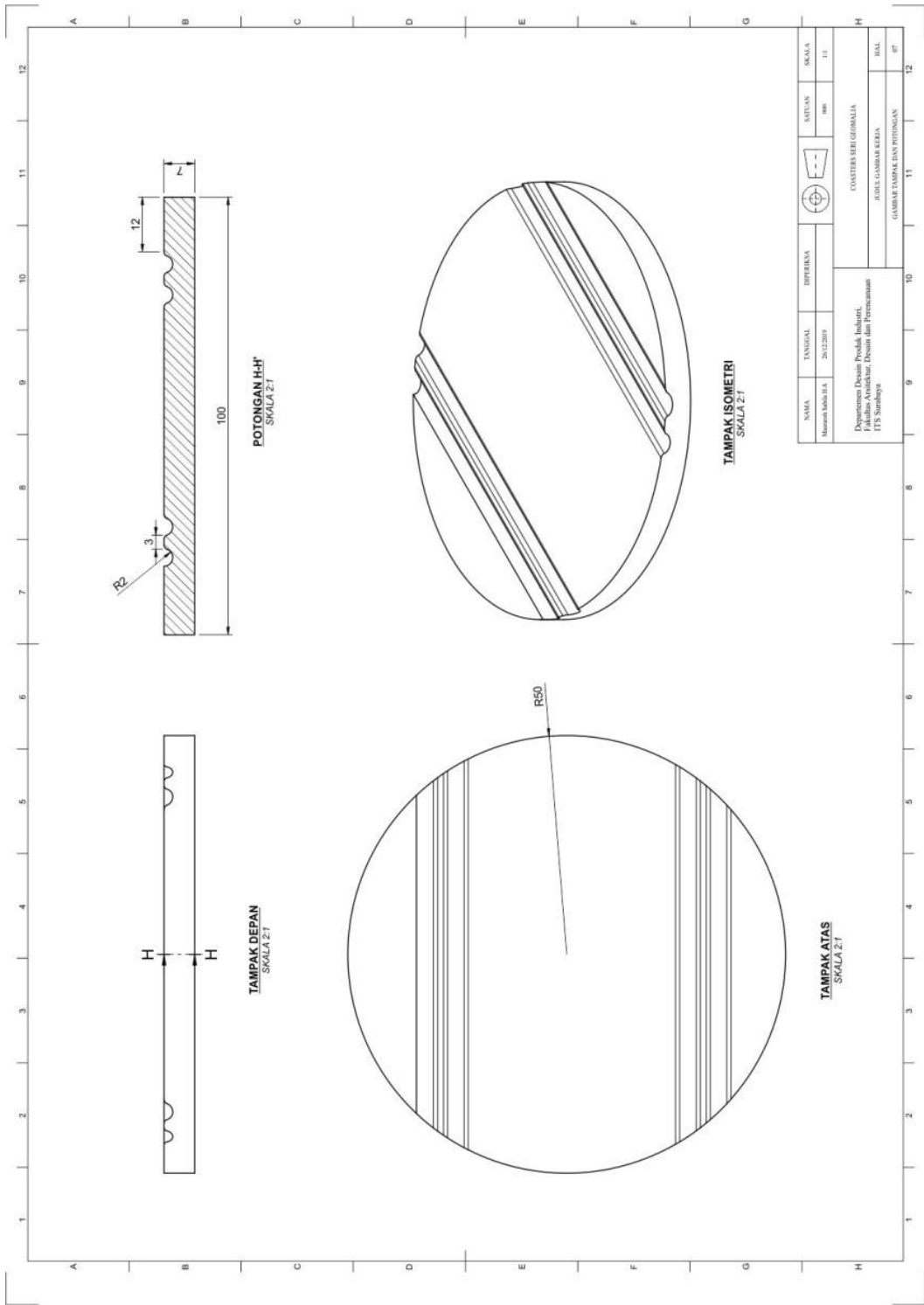


NAMA	TANGGAL	DISKUSI	SKALA
Muhammad Fauzan A.	20/12/2019		1:1
Departemen Desain Produk, Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya		SUDUT PAKU, INDIKOR BERGEMALALA JARUM GEMAR BERBA GAMBAR TAMPAK POTONGAN DAN DETAIL	12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

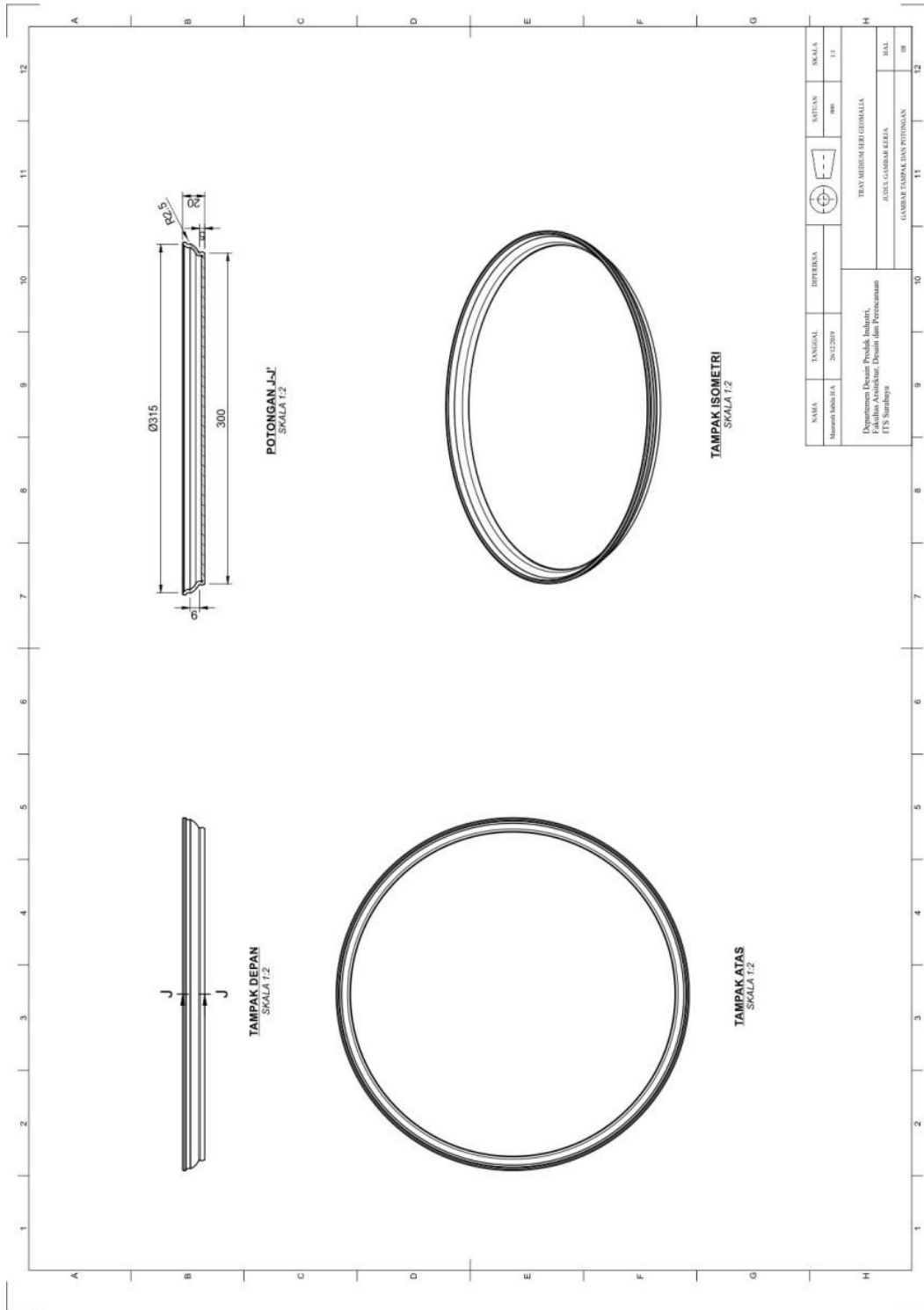




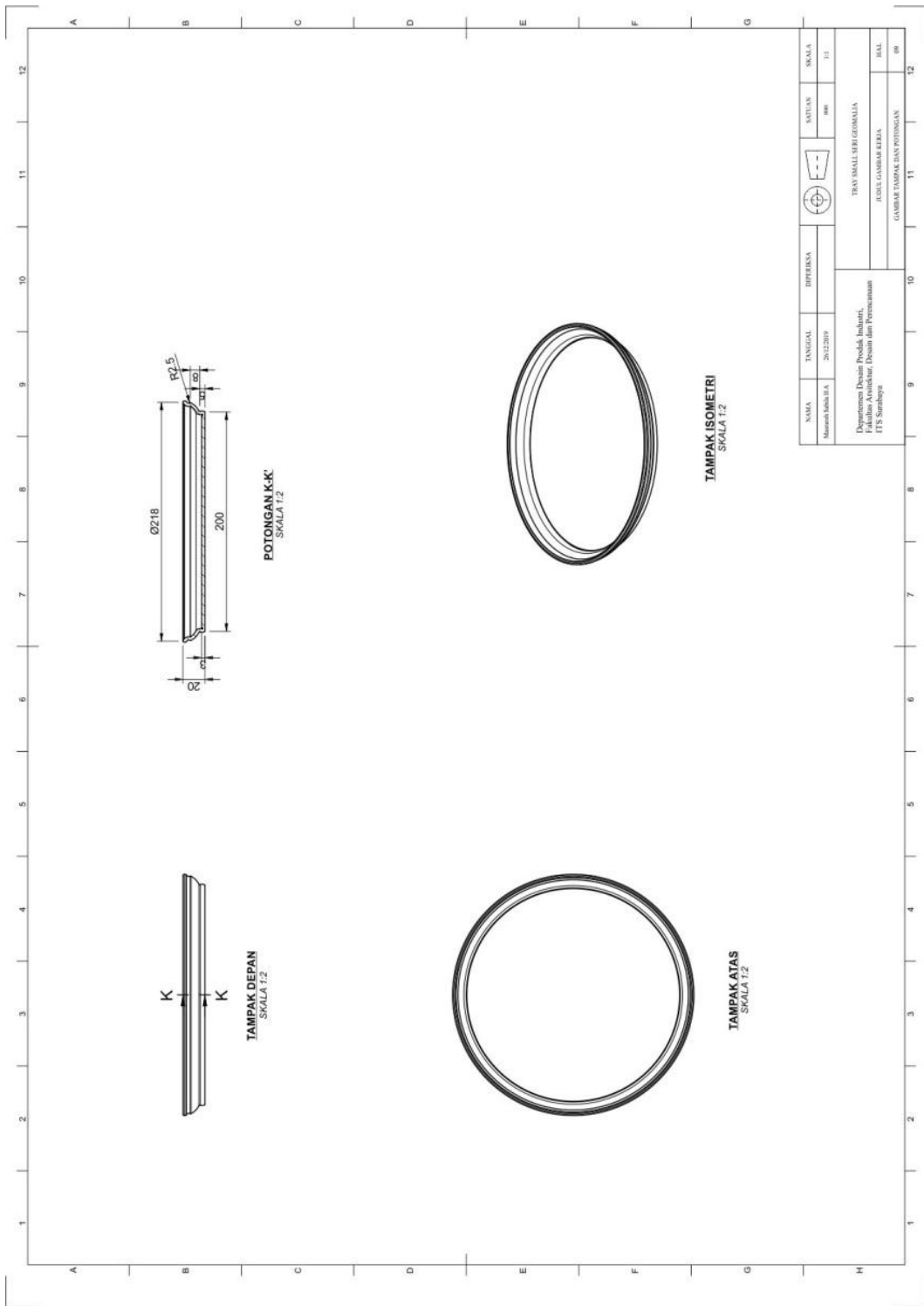




NAMA	TANGGAL	DIREKSI	SATUAN	SKALA
Harunudin, A. A.	2012/2011		mm	1:1
Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya				
COOKERS SERGIOROMALIA JUREL GAMBAR RIBA				JILID
GAMBAR TAMPAK DAN POTONGAN				07



NAMA	TANGGAL	DIREKSI	SITUS	SKALA
Muhammad Akhmal R.A.	20/12/2019		000	1:1
TRAY MEDIUM BEDI (DIDAWALIA) Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan ITS Surabaya				
JUDUL GAMBAR KERJA				HAL
GAMBAR TAMPAK DAN POTONGAN				08



LAMPIRAN D



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

DEPARTEMEN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS ARSITEKTUR, DESAIN DAN PERENCANAAN

UNTUK MAHASISWA

LOG BOOK

MATA KULIAH : RISET DESAIN
NAMA MHS : MASRUOH SABILA HA
NRP : 0831154000040

No	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	CEK	TANDA TANGAN
1.	15/10 2018	Diperjelas style yg. alien dibuat.		
2.	16/10 2018	carri etching kategori high craft		
3	26/9 2018	Tema diperjelas		
4	12/10 2018	penggabungan material keramik dgn rotan.		

halaman ke :



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

DEPARTEMEN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS ARSITEKTUR, DESAIN DAN PERENCANAAN

UNTUK MAHASISWA

LOG BOOK

MATA KULIAH : Riset Desain
NAMA MHS : MASRUOH SABILA HELMI AZMI
NRP : 08311540000040

No	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	CEK	TANDA TANGAN
5	27/11 2018	- sketsa 3 series produk - Log book material (Eksperimen)		
6	29/11 2018	Judul Topik. Batasan Langkah.		
7	07/12 2018	- SKETCH ALTERNATIF DESAIN 3 SERIES BER-DNA - MELENGKAPI BAB 2 TENTANG GAYA DESAIN SKANDINAVIAN, ZEN DESAIN, FAIZEN, EMOTIONAL DESAIN. - MELENGKAPI PRODUK EKISTING		
8	15/02 2019	BAB 3 - SEMA PENELITIAN		

halaman ke :



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

DEPARTEMEN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS ARSITEKTUR, DESAIN DAN PERENCANAAN

UNTUK MAHASISWA

LOG BOOK

MATA KULIAH : Tugas Akhir
NAMA MHS : Masrurah Sabila H.A
NRP : 08311540000040

No	TANGGAL	URAIAN KEGIATAN	CEK	TANDA TANGAN
	27/10 2019	- Penguatan konsep dsai: aku menggali informasi berkaitan dengan tema objek penelitian.		
	30/10	- Tinjau pustaka TA pelajar sub yg nomor 2 Drs Y. Firda dkk. Ciri yg diteliti form 'ke Needs' kon konsep		
	31/10	TINJAUAN PUSTAKA - penelitian terdahulu analisis dan hasil penelitian Observasi awal (terhadap) aktivitas customer		
	27/11	- morfologi bentuk menyesuaikan dgn konsep. - sketsa diwarnai. - rasio model, cetakan		

halaman ke :

BIODATA PENULIS



Penulis dengan nama Masruroh Sabila Helmi Azmi, dengan nama panggilan Ella, lahir di Surabaya, Jawa Timur pada tanggal 24 Juni 1997. Penulis merupakan anak ke dua dari dua bersaudara. Riwayat Pendidikan formal yang ditempuh dimulai dari SD Muhammadiyah 21 Surabaya pada tahun 2003-2009, lalu dilanjutkan di SMPN 27 Surabaya yang ditempuh pada tahun 2009-2012 dan SMAN 8 Surabaya pada tahun 2012-2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital dengan program studi Desain Produk Industri.

Selama masa perkuliahan penulis aktif mengikuti kepanitiaan dan bergabung dalam organisasi kemahasiswaan, yaitu Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan (FADP) selama satu periode pada tahun 2019 sebagai staff pada departemen Ardesplan. Mengikuti beberapa kepanitiaan acara di Desain Produk seperti panitia dekorasi 1001 IDE, perlengkapan IDE ART, panitia dekorasi Malam Wisuda 115, Penulis mengikuti Lomba Desain Perhiasan 2018 mendapatkan juara 3 kategori casual. Penulis mengikuti Kerja Praktek di Kaloka Pottery, Yogyakarta.

e-mail : masrurohsabila4@gmail.com