

## REDESIGN RUANG ROASTERY UNTUK MEMPERKUAT EKSISTENSI KAFE AESID MELALUI PENDEKATAN AROMA DALAM ARSITEKTUR

Shofa Setiyani<sup>1</sup>, Noor Cholis Idham<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia

<sup>1</sup>Surel: 19512211@students.uui.ac.id

**ABSTRAK:** Akses yang sulit dijangkau dan papan reklame yang menutupi fisik bangunan pada Kafe Aesid membuat orang-orang disekitarnya tidak mengetahui akan eksistensinya di tengah masyarakat. Melalui pendekatan aroma dalam arsitektur, aroma dimanfaatkan untuk meningkatkan eksistensi kafe dengan pengadaan ruang roastery. Ruang roastery adalah sebuah ruangan yang digunakan untuk memanggang biji-biji kopi dan pada proses inilah biasanya biji kopi mengeluarkan aroma yang sangat kuat dan khas. Melalui aroma kopi inilah yang akan digunakan untuk memperkuat eksistensi Kafe Aesid. Aroma dapat mengidentifikasi sebuah jarak dan mengintervensi perilaku manusia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui redesign ruang roastery seperti apa yang mampu memperkuat eksistensi Kafe Aesid. Metode pengumpulan data melalui observasi secara langsung pada lokasi penelitian, dokumentasi, wawancara, serta studi literatur. Hasil yang ditemukan adalah desain ruang roastery dengan dimensi 5x10 m yang dilengkapi dengan roasting machine didalamnya. Mesin tersebut disambungkan pada pipa exhaust untuk mengeluarkan panas beserta aroma yang dimanfaatkan untuk menyebarkan ke sekitarnya. Melalui aroma yang diterima oleh manusia akan memberikan perilaku konsumtif dan menyadari akan adanya keberadaan kafe tersebut.

**Kata kunci:** aroma dalam arsitektur, redesign Kafe Aesid, ruang roastery,

### PENDAHULUAN

Kafe Aesid adalah sebuah kafe berbasis komunitas yang berfokus pada cita rasa kopi. Jika dilihat secara administratif, Aesid terletak di Kabupaten Demak, Jawa Tengah yang lokasinya tepat diapit oleh persimpangan jalan dan tiga *traffic light*. Akses menuju Kafe Aesid jika dari arah Jalan Sultan Fatah maka harus memutar ke Jalan Kudus-Semarang dimana jalan tersebut akan ramai oleh kendaraan yang berhenti tepat di lampu merah (titik kuning 1), jika mengakses dari Jalan Pengapon maka harus melewati Jalan Kudus-Semarang dan menyebrang ke Jalan Lingkar Demak yang sebelumnya harus berhenti pada *traffic light* (titik kuning 2), dimana ketika melewati jalan Kudus-Semarang kendaraan-kendaraan akan bersamaan meningkatkan kecepatannya setelah lampu hijau menyala, dan jika mengakses melalui Jalan Kudus-Semarang di bagian selatan, maka harus berhenti pada *traffic light* (titik kuning-3) kemudian menyebrang ke Jalan Sultan Fatah lalu melewati Jalan Kudus-Semarang di bagian utara. Dengan ketiga rute akses menuju Kafe Aesid, hampir ketiganya memiliki risiko akses yang sulit karena harus menyebrang dan memutar ketika kendaraan-kendaraan meningkatkan kecepatannya. Salah satu jalan tersebut merupakan Jalan Pantura yang seperti kita ketahui bahwa jalan tersebut diisi oleh intensitas kendaraan yang padat dengan tipe kendaraan lebih variatif dan kecepatan yang tinggi. Satu-satunya akses yang sedikit mudah untuk diakses dan memiliki risiko rendah adalah melalui Jalan Sultan Fatah, namun sepanjang persimpangan jalan tersebut banyak dijumpai papan reklame dengan ukuran yang besar dan berjajar menutupi bangunan. Oleh sebab itu, disamping kafe yang sulit untuk diakses, Kafe Aesid keberadaannya sering tidak diketahui oleh masyarakat karena fisik bangunannya yang tidak terekspos. Kebanyakan *customer* yang datang merupakan kerabat akrab dari *owner*, bukan datang dari kesengajaan mengetahui keberadaan kafe tersebut. Oleh karena itu permasalahan papan reklame dan akses yang sulit dijangkau menjadi fokus permasalahan yang harus diselesaikan.



**Gambar 1** Rute akses menuju Kafe Aesid  
Sumber: *Google maps* yang telah diolah kembali, 23/10/22



**Gambar 2** Bangunan Kafe Aesid yang terhalangi oleh papan-papan reklame  
Sumber: *Google maps* yang telah diolah kembali, 23/10/22

Hingga saat ini, Kafe Aesid belum memiliki ruang *roastery* yang berfungsi untuk memanggang biji-biji kopi sebelum diolah untuk dihidangkan kepada *customer*. Biji kopi yang digunakan biasanya berasal dari biji kopi yang telah disangrai dari pabrik. Memiliki ruang *roastery* sendiri merupakan salah satu cita-cita owner untuk dapat menghadirkan racikan kopi secara original. Dengan *redesign*, menjadi tawaran solusi atas permasalahan yang dihadapi tanpa harus merubah keseluruhan bagian dari kafe. *Redesign* sendiri diartikan sebagai merancang kembali dengan penambahan atau pengurangan dari desain sebelumnya untuk mencapai manfaat atau tujuan yang lebih baik (Wulan Suci, Nurul 2018). *Redesign* difokuskan pada pengadaan ruang *roastery* guna membentuk sebuah identitas atas sebuah brand untuk meningkatkan atensi dan minat konsumen.



**Gambar 3** Penampakan eksisting Kafe Aesid  
Sumber: *Redraw* penulis, 2022

Berbicara tentang aroma, aroma dapat menjadi sebuah media komunikasi dengan manusia. Sama halnya seperti ketika kita berjalan di sekitar toko roti BreadTalk maka akan mencium aroma khas dari roti yang sedang dipanggang bahkan dari radius puluhan meter, melalui aroma yang khas tersebut maka akan memicu orang untuk sadar atas keberadaan toko roti tersebut, sehingga tubuh melalui indra penciuman akan merespon dengan mendekat pada sumber aroma dan melakukan perilaku konsumtif yang spontan.

Memunculkan aroma dalam ruang-ruang merupakan fenomena yang menarik dalam arsitektur. Pasalnya aroma dalam arsitektur seringkali hanya dianggap sebagai sebuah pendukung atas tampilan fisik atau visual arsitektur yang indah dipandang oleh mata.

Dalam memahami ruang, sebenarnya seluruh indera manusia berperan penting. Namun melalui aroma dalam arsitektur, ia mampu memberikan rasa khusus yang tidak dapat diberikan oleh ruang yang kasat mata. Menurut Tuan (1966) dalam Evanidya Fauzia (2011) mengatakan bahwa hidung manusia dapat memahami arah dan estimasi jarak relatif melalui kekuatan sebuah aroma. Jarak dan arah merupakan perwujudan sebuah dimensi atas ruang-ruang, oleh karena itu aroma memiliki kemampuan dalam mendefinisikan batas-batas ruang dan keberadaan sebuah tempat. Didukung oleh pendapat Steele (1981) menyatakan bahwa aroma mampu memberikan makna dan rasa serta kepribadian dan karakteristik pada sebuah tempat.

Oleh karena itu tujuan pada penelitian ini berfokus pada desain ruang roastery seperti apa untuk memperkuat eksistensi Kafe Aesid melalui pendekatan aroma dalam arsitektur.

## STUDI PUSTAKA

### 1. Aroma dalam arsitektur

Dalam memahami aroma dalam arsitektur, ada baiknya dimulai dari bagaimana indera manusia bekerja dalam memahami sebuah ruang arsitektur. Indera adalah alat untuk menerima kualitas-kualitas yang dimiliki oleh sebuah ruang, sedangkan ruang adalah sesuatu yang selalu melingkupi kita dalam sehari-hari. Aroma merupakan salah satu bentuk informasi perspektif yang hadir bersamaan dengan adanya elemen dan udara yang menempati ruang yang dialami manusia. Informasi tersebut kemudian diproses dan dimatangkan dalam pikiran manusia menjadi sebuah informasi persepsional. Halim (2005) menyatakan bahwa aroma bersama suara merupakan kualitas *ambience* yang dapat memunculkan respon emosional dan menstimulasi kebutuhan. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Lawson (2005) bahwa aroma juga mampu berbahasa seperti kualitas-kualitas arsitektur dan memberikan identitas yang dimiliki pada sebuah tempat. Informasi-informasi yang diterima manusia terkait kualitas-kualitas tersebut dianggap dapat membuat manusia menyadari adanya dimensi atas batas-batas yang pada akhirnya akan mempengaruhi gerak dan perilakunya. Fenomena kesadaran manusia atas batas-batas tersebut dikenal dengan sebutan *spatial awareness*. *Spatial awareness* adalah sebuah kemampuan manusia dalam memahami sesuatu melalui indera. *Spatial awareness* disadari ketika terjadi perubahan aroma secara signifikan pada sumber aroma (Cicarelli & Meyer, 2006). Setelah munculnya *spatial awareness* melalui hadirnya aroma, dapat terwujudnya adanya sebuah tempat. Steele (1988) mengungkap dalam bukunya yang berjudul *sense of place*, ada dua hal yang mengindikasikan terjadinya sebuah tempat, yaitu:

1. *Sense of place*: suatu pengalaman seseorang terhadap suatu setting.
2. *Spirit of place*: sebuah kombinasi dari beberapa karakteristik yang memberikan rasa atau kepribadian kepada suatu lokasi.

Aroma memenuhi kedua kriteria dalam mewujudkan adanya sebuah tempat jika dilihat dari kedua aspek di atas. Dalam arsitektur, ruang yang tercipta karena adanya aroma akan memiliki kemampuan mempengaruhi manusia yang hidup dan berkegiatan di sekitar dan di dalamnya. Diperkuat oleh pendapat Tuan (1977) yang menyatakan bahwa bahasa yang dimiliki ruang buatan memiliki kekuatan yang jauh lebih dalam mempengaruhi manusia dibanding ruang yang alami, dalam hal ini ruang yang tercipta oleh aroma yang disengaja keberadaannya termasuk dalam ruang buatan. Setiap aroma memiliki bahasa tersendiri dalam mengkomunikasikan kepada pengguna ruang bagaimana mereka berfikir, merasakan, bergerak, dan bersikap menentukan arah dan jarak, dapat berupa menyebar dan menghindar atau mendekat dan berkumpul (Pallasma, 2005)

Dari banyaknya bahasa yang dimiliki oleh aroma, Aroma sendiri memiliki dua perbedaan dalam pendefinisian, yakni bau dan wangi. Bau lebih cenderung mengarah ke aroma tidak sedap, dan sebaliknya wangi cenderung mengarah ke aroma sedap. Sebagai contoh

adalah aroma rokok cenderung memiliki bahasa untuk menginstruksikan orang-orang disekitar sumber aroma untuk menjauh dan aroma wewangian seperti parfum yang menginstruksikan untuk mendekat dan berkumpul.

Dalam hal ini aroma kopi sendiri masuk dalam kategori aroma yang sedap, faktanya banyak dari jenis parfum atau penyedap kue yang dijumpai memiliki aroma kopi. Aroma kopi dimanfaatkan untuk menstimulasi orang-orang dalam bergerak dan berperilaku dalam kasus Kafe Aesid yang akan diselesaikan.



**Gambar 4** Jenis-jenis parfum dengan aroma kopi  
Sumber: *Google image* "parfum wangi kopi", 25/10/22

Aroma kopi yang muncul melalui ruang roastery menjadi strategi *marketing* dan *branding* untuk menarik para konsumen datang dan melakukan perilaku konsumtif yang spontan. Agar mudah untuk mengidentifikasi karakter yang akan ditonjolkan, aroma kopi digunakan sebagai trik propaganda memunculkan sebuah identitas-*place brand* dari sebuah tempat.

## 2. Ruang *roastery*

Ruang *roastery* adalah sebuah ruangan yang didalamnya terdapat mesin-mesin untuk menyangrai biji-biji kopi yang telah mencapai tingkat kekeringan yang ideal. Dari biji kopi mentah (*green bean*) berubah menjadi biji kopi panggang (*roasted bean*). Kegiatan menyangrai kopi disebut *roasting* (Mulato, 2002). Aroma khas kopi yang dihasilkan melalui proses *roasting* berasal dari reaksi kimia antar senyawa di dalam nya sampai terbentuk senyawa volatil (senyawa pembentuk aroma) dan senyawa non volatil (senyawa pembentuk rasa) (Lutfiah, 2008).

Sebenarnya komponen-komponen di dalam ruang roastery tidak ada syarat khusus namun untuk membantu mengeluarkan aroma khas kopi guna membantu memperkuat eksistensi Kafe Aesid dibutuhkan *roasting machine* tentunya. *Roasting machine* ini pada umumnya memiliki prinsip cara kerja yaitu dengan memanaskan biji kopi yang berputar pada suhu tertentu hingga pemanasan dapat merata (Eko Joni Pristianto, 2016). Pada saat terjadinya proses pemanggangan tersebut, mesin akan mengeluarkan semacam asap yang bersamaan keluar dengan aroma kopi tersebut. Aroma dan asap tersebut biasanya akan disedot dan keluar melalui pipa yang tersambung ke mesin dan keluar menyebar ke udara luar. Sehingga tidak jarang pada pabrik-pabrik kopi ketika melintas di depannya akan tercium aroma kopi yang sangat harum.

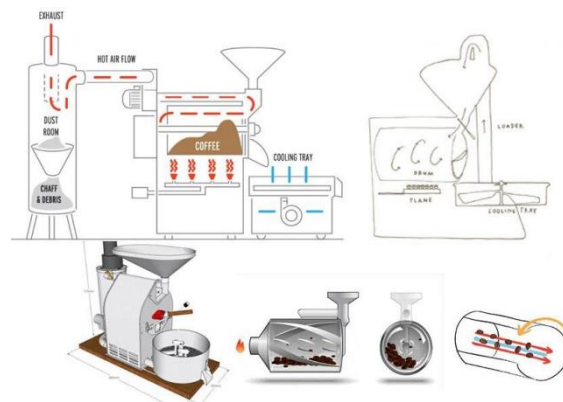


**Gambar 5** Contoh roasting machine dengan pipa  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=WYBGZmf7Zs>

Sebesar 80% udara dari dalam *roasting machine* akan dikembalikan lagi ke dalamnya untuk lebih menghemat energi, sedangkan 20% lainnya dikeluarkan untuk menghindari ledakan. 20% tersebut merupakan keluaran dari asap dan aroma kopi (Anonym, 2020)

Berikut adalah peralatan yang terdapat pada *roasting machine*:

1. *Drum roaster*: berfungsi untuk menyimpan kopi yang dapat mengalirkan panas dan berputar untuk meratakan panas pada biji-biji kopi.
2. *Paddle roaster*: berfungsi untuk mencampur biji kopi secara merata. prinsip kerjanya adalah
3. *Bowl roaster*: berbentuk mangkuk yang berputar untuk mendorong biji kopi masuk pada ruang pemanggangan. Setelah dirasa telah biji matang, biji akan digeser pada ruang pendinginan.
4. *Fluidized-bed Roasters*: berfungsi menggerakkan biji kopi dan memanggangnya dengan kecepatan lebih tinggi dibanding *drum roaster*.



**Gambar 6** Prinsip kerja roastery machine  
Sumber: Anonym, 2020

## METODE PENELITIAN

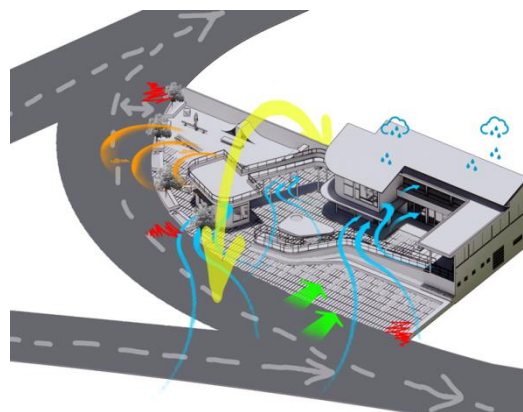
Pengumpulan data didukung melalui metode observasi dan wawancara kepada owner Kafe Aesid. Untuk observasi dilakukan langsung ke Kafe Aesid yang berlokasi di Gang Neraka, Jalan Lingkar Demak Nomor 1, Jogoloyo, Kabupaten Demak. Data observasi berupa gambar-gambar kondisi eksisting Kafe Aesid. Sementara untuk wawancara dilakukan kepada kedua pihak pemilik kafe, wawancara dilakukan untuk menggali informasi terkait kebutuhan ruang roastery.

Pengumpulan data selanjutnya dilakukan melalui studi pustaka untuk dilakukan pendalaman teori-teori yang relevan dengan kasus yang diambil. Hasil dari pendalaman teori kemudian dikaitkan dengan permasalahan pada kafe untuk selanjutnya ditindaklanjuti

untuk mendapatkan solusi berupa *redesign* ruang *roastery* Kafe Aesid melalui pendekatan aroma dalam arsitektur.

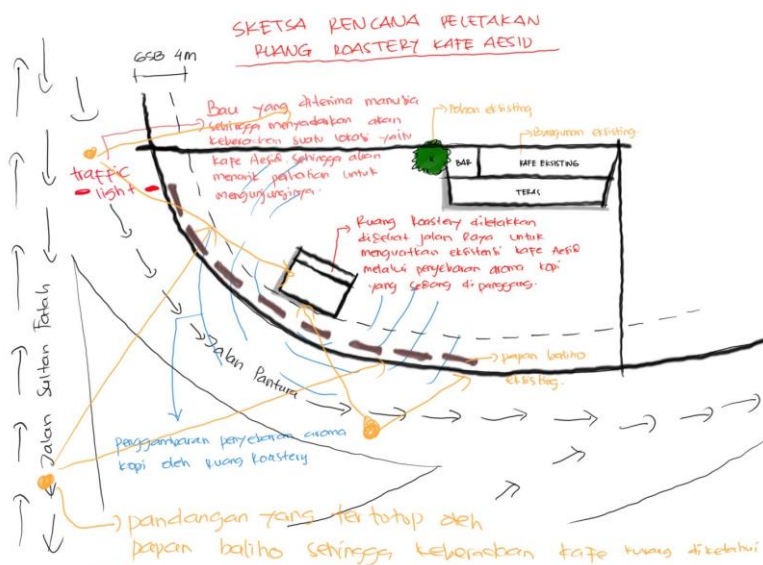
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertama yang dilakukan adalah dengan mematuhi adanya GSB sebesar 4 meter. Untuk itu desain diletakkan minimal 4 meter dari bahu jalan. Desain direncanakan lebih dekat dengan jalan karena alasan untuk memudahkan penyebaran aroma kopi di sekitar ruang *roastery* melalui cerobong mesin *roastery* yang akan direncanakan. Melalui aroma yang diterima oleh manusia akan memberikan perilaku konsumtif dan menyadari akan adanya keberadaan kafe tersebut. Dalam hal ini, arah angin sangat mempengaruhi keberhasilan desain. Arah angin mengarah dari selatan ke utara dengan kecepatan 4,3 m/s, dan hal ini sangat berguna karena posisi arah angin sangat strategis yaitu mengarahkan ke jalan dimana jalan tersebut yang akan digunakan untuk memperkuat eksistensi kafe dengan menambah kesadaran orang-orang yang lalu lalang disekitarnya.



**Gambar 7** Sintesa Analisis site  
Sumber: Penulis, 2022

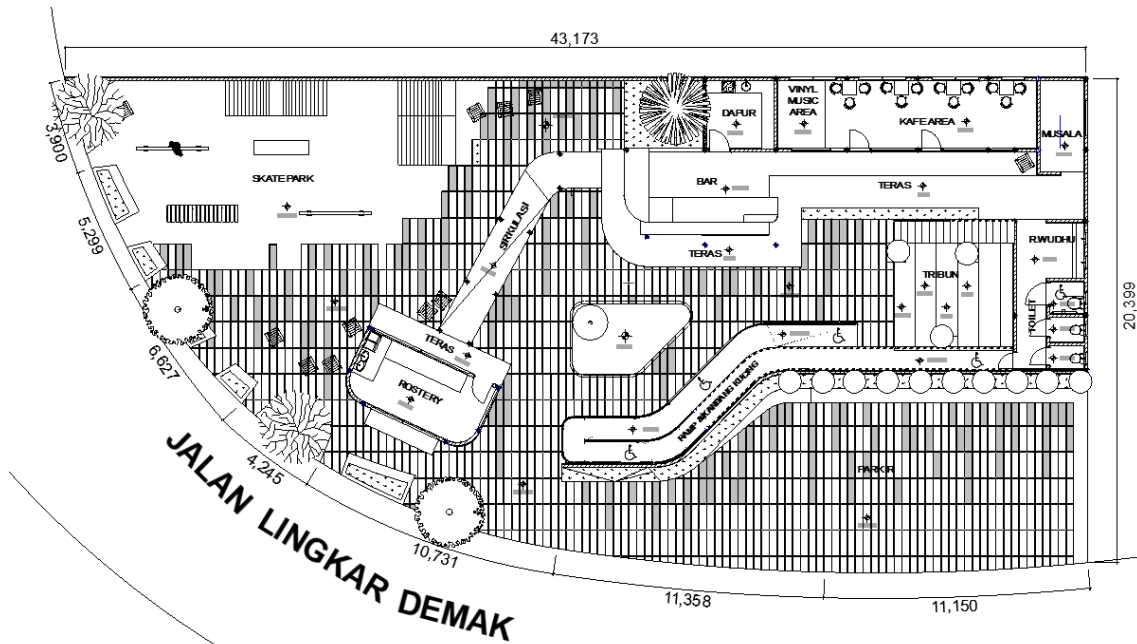
Berikut adalah bagaimana proses dari mulai peletakan zona ruang *roastery* dan bagaimana ruang *roastery* tersebut mengintervensi para pengendara di sekitar lokasi.



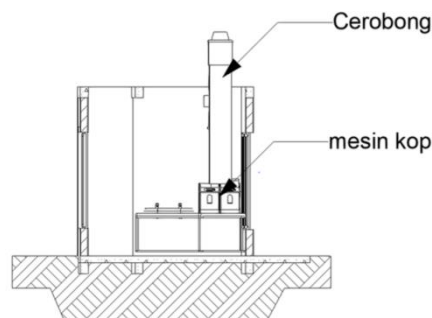
**Gambar 8** Sketsa Rencana Peletakan Ruang Roastery Kafe Aesid  
Sumber: Penulis, 2022



Pertama adalah biji-biji kopi yang akan dipanggang akan masuk ke mesin kemudian ketika mesin roastery tersebut bekerja, kopi akan menghasilkan aroma yang sangat khas dari biji-bijinya yang kemudian akan diteruskan dan disebarkan melalui cerobong. Manusia disekitarnya akan merespon aroma tersebut yang diterima oleh indera penciuman kemudian akan menyadarkan atau memberikan memori terdahulu tentang aroma kopi. Secara sadar maupun tidak sadar, manusia akan membayangkan elemen-elemen yang terdapat dalam kopi, misalkan gelas kopi, biji kopi, seduhan kopi, dan bentuk bangunan-bangunan kafe yang mungkin pernah mereka kunjungi. Oleh karena itu, otak akan secara tidak langsung memberikan sinyal-sinyal akan kesadaran bahwa disekitar mereka melintasi jalan tersebut terdapat bangunan kafe.



Gambar 10 Siteplan Kafe Aesid  
Sumber: Penulis, 2022



Gambar 10 Potongan ruang roastery  
Sumber: Penulis, 2022

## KESIMPULAN

Dari hasil redesign menjelaskan bahwa ruang roastery kafe Aesid diletakkan 4 meter dari sisi jalan karena untuk memudahkan dan memperkuat penyebaran aroma ke sekitar jalan. Ruang *roastery* tersebut berdimensi 5x10 m yang dilengkapi dengan *roastery machine* di dalamnya. *roastery machine* tersambung pada pipa exhaust yang berfungsi untuk membuang panas dan aroma kopi keluar serta menyebarkannya ke sekitar. Oleh karena itu dengan penyebaran aroma di sekitar lokasi akan diterima oleh indra penciuman

pengendara sehingga melalui aroma tersebut akan memberikan perilaku konsumtif dan menyadari akan adanya keberadaan kafe tersebut. sehingga pada akhirnya kafe tersebut akan banyak didatangi oleh pengunjung karena rasa ingin tahu mereka akan sumber aroma tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, G. (2014). Sistem Pengaturan Kontrol Otomatis Kecepatan Exhaust Fan untuk Membuang Gas Polutan Pada Proses Pengolahan Roasting Kopi Menggunakan Fuzzy . *Repository.unej.ac.id*.
- Anita Hartati, A. S. (2019). Pengalaman Ruang melalui Lima Indra. *Jurnal Stupa*.
- Anonym. (2020). *Industrial Coffee Roasting*. Cafesospeso.
- Anwar, s. (2019). Coffee Shop dan roastery Kota Pontianak. *Jurnal online mahasiswa arsitektur universitas tanjungpura*.
- Eko Joni Pristianto, H. A. (2016). *Sistem Pengendali Pemanas Pemanggang Kopi Menggunakan Logika Fuzzy*. INKOM, Vol.10, No.2.
- Evanindya, F. (2011). Aroma dalam ruang arsitektur. <https://lib.ui.ac.id>.
- Gayo, T. K. (2019). *Ruang Produksi Rebbbee Gayo Roastery 2019*. Youtube.
- Lutfiah, L. (2018). Analisis Kandungan Senyawa Volatil, Kadar Lipid dan Nitrogen Total dalam Kopi Robusta Olah Basah. *Digital Repository Universitas Jember*.
- Masdakaty, Y. (2015). Mengenal macam-macam proses pengolahan kopi. [ottencoffee.co.id](http://ottencoffee.co.id)
- Moniaga, C. (2019). Kajian Aroma Sebagai Salah Satu Pertimbangan Desain Ruang Huni Studi Kasus Cluster Naraya BSB Semarang . *MUDRA Jurnal Seni Budaya Volume 34, Nomor 3*.
- Musthofa Zainurrohim, M. S. (2022). Place Attachment Berorientasi Smellscape Sebagai Alternatif Pengembangan Kawasan. *Repository.ugm.ac.id*.
- Trip, E. c. (2022). *How Coffee Roasters Innovate? A Tour At Hard Beans Roasting Space*. Youtube.
- Usaha, B. M. (2020). *Coffee Roasting Process | Coffee Roasting Machine | Roasted Coffee*. Youtube.
- Yualianto, F. A. (2014). *Fasilitas Agrowisata Kebun Kopi Robusta di Jember*. *Publication.petra.ac.id*.
- Yuliandri, M. T. (2017). Perjalanan kopi: prapanen, panen, dan pascapanen. [ottencoffee.co.id](http://ottencoffee.co.id)