

DESAIN INTERIOR AGROWISATA REMPAH NUSANTARA SEBAGAI DESTINASI WISATA EDUKASI DI UBUD, BALI

I Gede Richi Rizki¹, I Wayan Balika Ika², Putu Ari Darmastuti³

^{1,2,3} Desain Interior, Fakultas Seni Rupa Dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar

E-mail : richi.rizki.rr@gmail.com, balikaika@gmail.com, putuari@isi-dps.ac.id

Abstrak

Rempah-rempah merupakan komoditi unggulan Nusantara sejak dahulu. Faktanya kini edukasi tentang keragaman jenis rempah yang ada di Indonesia masih rendah. Melihat masalah di atas, edukasi mengenai rempah nusantara hendaknya mendapatkan perhatian khusus. Bali belum memiliki wisata edukasi rempah yang memiliki fasilitas memadai untuk mendukung meningkatnya pengetahuan dan minat pengunjung terhadap rempah-rempah yang tidak bergantung pada cuaca serta dipilihnya lokasi Ubud adalah sebagai faktor yang dapat menunjang tumbuhnya tanaman rempah serta lokasi wisata yang strategis untuk memasarkan agrowisata kepada wisatawan. Maka dari itu, tujuan dirancangnya Agrowisata Rempah Nusantara adalah untuk menjadi solusi dari minimnya edukasi rempah nusantara bagi masyarakat. Perancangan Agrowisata Rempah Nusantara juga melihat tren saat ini yang sedang dan terus diminati. Dengan gaya interior yang kekinian, agrowisata diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung. Pengunjung tidak hanya datang dan melihat, namun juga mengambil beberapa foto dan kemudian mengunggahnya di berbagai media sosial. Agrowisata Rempah Nusantara menggunakan metode penelitian *human-centered design*. Perancangan program ruang pada desain interior Agrowisata Rempah Nusantara agar dapat menjadi sarana wisata edukasi dengan mendesain ruang yang dapat menambah pengetahuan pengunjung terhadap sejarah dan pengolahan rempah khususnya rempah nusantara sekaligus memenuhi kebutuhan akan pencitraan masyarakat melalui media visual. Alhasil, pengaplikasian Konsep *instagramable* pada desain interior Agrowisata Rempah Nusantara telah menciptakan media edukasi dan *photo spot* yang estetik dengan pemilihan gaya *arches* atau lengkungan yang kini menjadi sebuah tren arsitektur dan juga tren foto.

Kata kunci : rempah, edukasi, *instagramable*.

Abstract

Spices have been the main commodity of the archipelago since ancient times. The fact is that education about the diversity of spices in Indonesia is still low. Seeing the problems above, education about the spices of the archipelago should receive special attention. Bali does not yet have a spice education tour that has adequate facilities to support increasing visitor knowledge and interest in spices that do not depend on the weather and the chosen location of Ubud is a factor that can support the growth of spice plants as well as a strategic tourist location to market agro-tourism to tourists. Therefore, the purpose of designing Nusantara Spice Agrotourism is to be a solution to the lack of Indonesian spice education for the community. The design of Nusantara Spice Agrotourism also looks at the current trend that is being and continues to be in demand. With a contemporary interior style, agro-tourism is expected to be able to attract people's attention to visit. Visitors not only come and see, but also take some photos and then upload them on various social media. Rempah Nusantara Agrotourism uses the Human-Centered Design research method. The design of the space program in the interior design of the Nusantara Spice Agrotourism so that it can become a means of educational tourism by designing a space that can increase visitors' knowledge of the history and processing of spices, especially Indonesian spices, while at the same time meeting the need for public imagery through visual media. As a result, the application of the Instagramable concept to the interior design of Rempah Nusantara Agrotourism has created educational media and aesthetic photo spots by choosing the Arches or arch style which has now become an architectural trend as well as a photo trend.

Keywords : *spices, education, instagramable*

Artikel ini diterima pada : 12 Januari 2022 dan Disetujui pada : 15 Februari 2022

PENDAHULUAN

Sejarah telah mencatat bahwa rempah-rempah pernah mengharumkan Nusantara. Negeri ini pernah menjadi pemain penting dan pemasok utama dalam perdagangan dunia, jauh sebelum bangsa Eropa melakukan aktivitas perdagangan di Asia Tenggara (Atqa,

2020). Sayangnya, jejak sejarah rempah sepertinya tenggelam oleh zaman. Kesadaran akan masa lalu belum atau tidak dirasakan penting sehingga masyarakat kita tidak terjaga memori kolektifnya akan kekayaan Nusantara. Seiring dengan itu, edukasi tentang pembudidayaan, keragaman jenis, penggunaan dan pemanfaatan rempah-rempah masih rendah (LPMP Jatim, 2021). Pola edukasi rempah yang masih jauh di bawah kopi, jika melihat menjamurnya kedai kopi hingga profesi barista (Atqa, 2020). Melihat masalah di atas, edukasi mengenai rempah nusantara hendaknya mendapatkan perhatian khusus. Maka dari itu, desain Agrowisata Rempah Nusantara merupakan solusi dari minimnya edukasi rempah nusantara bagi generasi penerus.

Namun terdapat satu agrowisata rempah di Bali yaitu "Sang Natha" yang terletak di Kota Singaraja. Agrowisata seluas 1,2 Ha ini memiliki kurang lebih 130 jenis tanaman rempah. Bukan hanya tanaman asli Buleleng dan Bali, berbagai jenis tanaman rempah dari Indonesia timur hingga India, ada di museum ini. Sang Natha dikemas dengan fasilitas serta kegiatan seperti berkeliling melihat tanaman rempah dan kelas edukasi mengenai rempah (Herwato, 2021). Agrowisata rempah ini terlihat hanya berfokus pada mengedukasi pengunjung tanpa dengan fasilitas seadanya. Selain itu, proses edukasi pada agrowisata lebih banyak berada pada area *outdoor* sehingga sangat bergantung pada cuaca. Oleh karena faktor tersebut, ada baiknya beberapa fungsi pada kawasan agrowisata berada di dalam ruangan. Agrowisata Rempah Nusantara idealnya didesain agar dapat mengedukasi pengunjung dengan cara berinteraksi melalui jenis-jenis rempah nusantara serta dapat merasakan pengalaman baru. Interaksi pengunjung dengan tanaman rempah dapat berupa; memetik rempah dan langsung mengolahnya menjadi produk siap pakai, memasak rempah dan mengabadikan momen di area agrowisata.

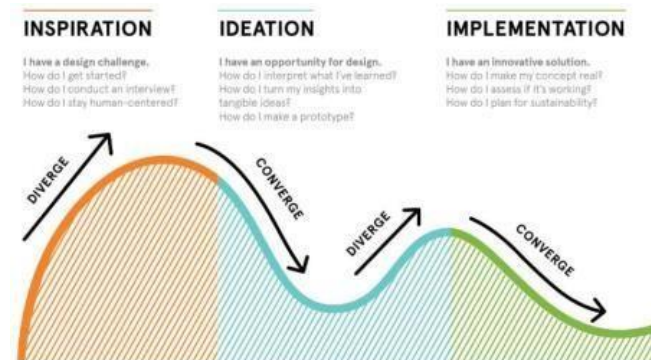
Agrowisata Rempah Nusantara akan lebih banyak mengedukasi pengunjung dengan mengedepankan interior yang menyesuaikan ketertarikan masyarakat sehingga pengunjung dapat belajar sekaligus berfoto di dalamnya. Pentingnya peran interior pada Agrowisata Rempah Nusantara disebabkan oleh sebagian besar proses edukasi berlangsung di interior sehingga tidak akan bergantung pada faktor cuaca, dengan begitu Agrowisata Rempah Nusantara dapat menyuguhkan pengalaman baru bagi pengunjung dengan agrowisata yang terletak di dalam ruangan. Tidak hanya di dalam ruangan, proses edukasi juga terdapat pada area *outdoor* bagi pengunjung yang memiliki tiket khusus dan akan mendapat pengalaman memetik tanaman rempah untuk langsung diolah di *workshop* rempah. Antusias masyarakat Indonesia terhadap aktivitas memotret dan berbagi foto melalui media sosial seperti Instagram sangatlah tinggi. Fenomena ini kemudian memunculkan istilah "*instagramable*" untuk menggambarkan lokasi-lokasi yang estetik untuk diposting dalam Instagram (Febriyanti, 2018).

Dilihat dari latar belakang, maka dapat ditentukan rumusan masalah yaitu bagaimana desain interior Agrowisata Rempah Nusantara dapat menyajikan informasi dan mengedukasi pengunjung dan bagaimana mengaplikasikan konsep *instagramable* dalam desain interior Agrowisata Rempah Nusantara agar tercipta media edukasi rempah serta *photo spot* yang estetik.

METODE

Human-centered design adalah sebuah metode pendekatan dalam menyelesaikan permasalahan. Metode ini dirancang agar desainer dapat terjun langsung dan mengenal lebih dalam pengguna dari produk yang dihasilkan, sehingga kemudian dapat menghasilkan solusi baru yang dibuat khusus untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. *Human-Centered Design* sangat terkait tentang membangun empati mendalam dengan target pengguna; mengeluarkan banyak ide; membuat *prototype*; dan akhirnya menghasilkan solusi inovatif. Metode *Human-Centered Design* terdiri dari tiga tahap, yaitu *inspiration*, *ideation*, *implementation*. Tahap *inspiration* adalah tahap pengumpulan data. Tahap ini berisi pertemuan antara desainer dan pengguna, serta mendata kebutuhan mereka. Dari pendataan ini, desainer mampu merasakan kebutuhan pengguna dan juga berempati terhadap kebutuhan tersebut. Tahap *ideation* desainer akan semakin memahami kebutuhan

dari pengguna, mengidentifikasi berbagai peluang desain yang dapat diciptakan, dan pada tahap ini desainer menentukan konsep yang akan di gunakan. Tahap *implementation* adalah proses untuk mewujudkan desain menjadi solusi nyata yaitu bentuk visual desain berupa gambar 3D (Indrayanti dkk., 2021)



Gambar 1. Metode Penelitian Human- Centered Design
(Sumber: Indrayanti dkk, 2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agrowisata erat kaitannya dengan eduwisata, dengan agrowisata kita dapat berwisata sambil belajar. Eduwisata merupakan konsep wisata yang menerapkan pendidikan atau pengetahuan kepada wisatawan yang berkunjung pada suatu objek wisata. Di tempat tersebut pengunjung dapat melakukan kegiatan wisata dan belajar dengan metode yang menyenangkan (Kurniati, 2015). Jika pengembangan agrowisata dilakukan dengan baik dan sukses, maka agrowisata tersebut bisa dikategorikan sebagai kawasan eduwisata lokal yang tepat digunakan untuk menunjang kegiatan studi para pengunjung. Eduwisata merupakan suatu program dimana para wisatawan melakukan kegiatan wisata yang mengutamakan unsur pendidikan pada tempat tertentu dan tujuan utamanya mendapat pengalaman belajar secara langsung terkait dengan lokasi yang dikunjungi (Kurniati, 2015).

1. Jenis Agrowisata

a. Agrowisata Ruang Terbuka Buatan

Kawasan-kawasan spesifik dan tata ruang agrowisata didesain sesuai dengan daya dukung dan komoditas pertanian yang dikembangkan untuk nilai jual wisata.

b. Agrowisata Alami

Berada pada areal dimana kegiatannya dilakukan langsung oleh masyarakat setempat sesuai dengan kehidupan keseharian mereka.

Agrowisata Rempah ini masih jarang dijumpai khususnya di Provinsi Bali. Melihat presentasi edukasi rempah nusantara di masyarakat Indonesia yang semakin sedikit, maka perancangan Agrowisata Rempah Nusantara ini akan berguna bagi masyarakat dan memiliki nilai potensi yang tinggi untuk mengedukasi pengunjung terhadap rempah nusantara. Pemilihan lokasi di daerah Ubud, Gianyar, dikarenakan berlokasi di area hijau dan perkebunan yang dapat menunjang tumbuhnya tanaman rempah yang akan ditanam. Lokasi dekat dengan kawasan wisata Ubud yang merupakan salah satu destinasi wisata favorit di Bali. Terletak di pinggir sungai Ayung yang menjadi wisata adrenalin arum jeram menjadikan Agrowisata Rempah Nusantara akan menarik perhatian bagi mereka yang melintasinya. Lokasi *site* berada di kawasan perhotelan dan resort menjadi suatu keuntungan bagi Agrowisata Rempah Nusantara mengingat pengunjung yang menginap di kawasan ini tidak hanya berasal dari Indonesia namun juga mancanegara. Hal tersebut menjadi suatu kesempatan untuk lebih memperkenalkan rempah nusantara kepada para pengunjung.

Berdasarkan analisis data yang telah dijelaskan di atas didapat sintesis yaitu Bali belum memiliki wisata edukasi rempah yang memiliki fasilitas memadai untuk mendukung meningkatnya pengetahuan dan minat pengunjung terhadap rempah-rempah yang tidak bergantung pada cuaca serta dipilihnya lokasi Ubud adalah sebagai faktor yang dapat menunjang tumbuhnya tanaman rempah serta lokasi wisata yang strategis untuk memasarkan agrowisata kepada wisatawan.

2. Solusi dan Gagasan Ide

Upaya untuk mengedukasi dan meningkatkan minat pengunjung adalah dengan meningkatkan sarana dan prasarana edukasi (Septianto, 2019). Sarana Edukasi Rempah pada Agrowisata Rempah Nusantara akan dirancang tidak hanya bergantung pada faktor cuaca dengan didesain pada ruang *indoor*. Serta memenuhi kebutuhan pengunjung akan pencitraan melalui media visual mereka. Dengan begitu, Agrowisata mampu menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung. Pengunjung tidak hanya datang dan melihat, namun juga mengambil beberapa foto dan kemudian mengunggahnya di berbagai media sosial seperti Google, Instagram, Facebook, dan lain-lainnya (Santoso & Pramudito, 2022).

Konsep yang digunakan akan menyesuaikan tujuan Agrowisata Rempah Nusantara yaitu mengedukasi dan memenuhi kebutuhan pencitraan. Gaya interior Agrowisata akan menyesuaikan dengan tren arsitektur saat ini yang akan menjadi tren hingga 10 tahun kedepan. Interior dengan gaya *Arches* atau lengkungan adalah ciri khas arsitektur tradisional dan sekarang mengalami kebangkitan dan menjadi sebuah tren hingga 1 dekade kedepan berkat arsitek dan desainer yang menambahkan pintu lengkung, jendela bundar, dan cermin lengkung ke proyek desain interior mereka (Mora, 2020). Lengkungan muncul sebagai cara baru untuk menambahkan lekukan dan lebih banyak bentuk organik di interior, tidak hanya melalui lengkungan yang sebenarnya tetapi juga melalui pola dekoratif yang dilukis di dinding.

3. Penggalan Ide

Pada perancangan Agrowisata Rempah Nusantara ini menggunakan jenis konsep esensi. Jenis konsep esensi merupakan sebuah konsep yang mengambil hakekat dari permasalahan atau hal yang mendasar dan yang paling penting untuk desain tersebut. Konsep esensi juga tidak hanya memperhatikan fungsi dari seluruh aktivitas dalam bangunan, tetapi dikembangkan melalui pendekatan pragmatis. Sehingga konsep ini merupakan hasil identifikasi dan penemuan pokok masalah dan didapatkan sebuah istilah yang menjadi konsep umum di dalam mencerminkan desain interior Agrowisata Rempah Nusantara ini yang dipilih untuk memecahkan permasalahan pada desain interior yaitu: Menciptakan desain interior Agrowisata Rempah Nusantara menjadi sarana wisata edukasi rempah-rempah sekaligus memenuhi kebutuhan pengunjung akan pencitraan melalui media sosial dengan desain yang *instagramable* dan *memorable*.

Konsep umum tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut: Desain Interior Agrowisata Rempah Nusantara bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta ketertarikan pengunjung terhadap kawasan agrowisata melalui desain interior yang edukatif dan *instagramable*. Edukasi pada Agrowisata dirancang pada bagian interior sehingga tidak bergantung pada cuaca. Agrowisata Rempah Nusantara mengadakan kegiatan-kegiatan edukatif, seperti diskusi, melihat sejarah dan peninggalan rempah, memetik rempah, mempelajari cara mengolah rempah, pemutaran film dokumenter dan outlet rempah sebagai upaya menarik minat pengunjung untuk mengunjungi Agrowisata. Kegiatan edukatif tersebut sebagian besar berada pada ruang *indoor* yang didesain semenarik mungkin.

Desain interior *instagramable* digunakan dalam perancangan Agrowisata Rempah Nusantara bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan pengunjung terhadap kawasan agrowisata. Apabila pengunjung mengunjungi agrowisata tersebut dan melihat interior dengan desain yang *instagramable*, maka pengunjung akan dengan sendirinya melakukan

dokumentasi dan mengunggah kegiatan mereka ke media sosial. Dengan begitu secara tidak langsung eksistensi Agrowisata Rempah Nusantara akan bertambah.

Membaca adalah jendela dunia, karena dengan membaca maka manusia dapat mengetahui banyak hal yang tidak diketahuinya. Kemampuan dan kemauan membaca akan mempengaruhi pengetahuan dan keterampilan seseorang (Witanto, 2018). Namun, menurut data statistik dari UNESCO, dari total 61 negara, Indonesia berada di peringkat 60 dengan tingkat literasi rendah (Witanto, 2018). Penyebab rendahnya minat membaca siswa Indonesia adalah karena model pembelajaran secara umum belum membuat siswa harus membaca (Wahyuni, 2010). Oleh karena itu, sistem edukasi pada agrowisata akan dirancang semenarik mungkin untuk meningkatkan pemahaman akan edukasi rempah salah satunya adalah dengan membaca. Tak hanya membaca, sistem edukasi rempah pada Agrowisata Rempah Nusantara akan memanfaatkan kelima panca indera manusia agar pengunjung tidak merasa bosan serta aktif dalam berinteraksi dengan media edukasi.

4. Konsep Khusus

Konsep *instagramable* didapatkan dari hasil penggalian ide. Sarana edukasi akan dirancang semenarik mungkin sesuai dengan tren dan minat pengunjung agar pengunjung tertarik untuk membaca dan berinteraksi dengan media edukasi. Perancangan interior tidak terlepas dari bentuk, bahan, warna, tekstur dan lain-lain. Oleh karena itu, Agrowisata Rempah Nusantara mengambil gaya arches yang sesuai dengan tren arsitektur dan minat masyarakat saat ini yang menyukai sesuatu yang *instagramable* (Mora, 2020).

Perancangan fasilitas media edukasi bagi pengunjung pada interior agrowisata akan memanfaatkan kelima panca indera yaitu:

a. Penglihatan

Desain media edukasi akan berupa mural / tulisan pada dinding yang menampilkan informasi mengenai suatu rempah yang dapat dibaca. Selain itu tersedia fasilitas display peninggalan penjajah saat memperebutkan rempah, display olahan rempah, theater dan monitor *touch screen*.

b. Penciuman

Fasilitas yang disediakan akan berupa display rempah kering yang tersimpan di dalam lemari kaca dengan rongga udara yang aromanya dapat dihirup oleh pengunjung.

c. Perasa

Terdapat fasilitas tester bubuk rempah dan olahan rempah lainnya.

d. Peraba

Fasilitas yang disediakan adalah display rempah kering dimana pengunjung dapat menyentuh dan meraba tanaman rempah kering.

e. Pendengaran

Pengunjung dapat mendengarkan penjelasan dari pemandu wisata mengenai rempah-rempah serta audio pada *theater*.



Gambar 2. Penjabaran Konsep
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2021)

Gambar di atas merupakan penjabaran konsep atau pola pikir desainer yang di peroleh dari konsep Instagramable. Konsep tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam proses desain interior Agrowisata Rempah Nusantara. Adapun yang dapat dijelaskan yaitu sebagai berikut:

a. Warna

Pengaplikasian warna pada agrowisata sebagian besar adalah warna netral dan warna coklat (hangat). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa warna “hangat” (merah, kuning dan oranye) adalah lebih membangkitkan dari pada rona “dingin” biru dan hijau (Majidah dkk., 2019). Sementara itu warna merah muda dan hijau akan menjadi aksen untuk diaplikasikan pada fasilitas ruang pada interior agrowisata.

b. Garis

Pengaplikasian garis pada interior agrowisata rempah nusantara adalah garis lurus dan melengkung. Garis lurus digunakan sebagai perancangan denah agrowisata sementara garis melengkung diaplikasikan pada fasilitas ruang dan elemen pelengkap pembentuk ruang.

c. Strategi Klaster (*clustered*)

Strategi ini menggabungkan ruang yang identik atau berbeda secara informal melalui penggunaan strategi berkerumun. Di sini ukuran dan bentuk ruang individu mungkin berbeda, dan bangunannya bisa diatur dalam konfigurasi asimetris dimana ruang-ruangnya saling tumpang tindih.

d. Tekstur

Tekstur yang digunakan memadukan 2 buah tekstur yaitu halus dan kasar. Hal ini dilakukan agar perancangan memiliki keragaman jenis tekstur.

e. Bidang

Jenis bidang yang digunakan adalah bidang datar.

f. Bentuk

Mengingat Agrowisata Rempah Nusantara mengaplikasikan gaya arches atau lengkungan, maka bentuk yang di gunakan adalah setengah lingkaran, persegi dan persegi panjang.

g. Material

Material yang digunakan dalam desain ini berpacu pada material gaya *arches* dan material yang kerap digunakan pada interior *instagramable* saat ini, diantaranya adalah; teraso, semen dengan teknik spray coat, batu alam, Kayu dan semen dengan finishing mural.

5. Denah Penataan

Pada denah penataan menampilkan fasilitas yang terdapat pada ruangan Agrowisata Rempah Nusantara. Dikarenakan *layout* ruang terlalu besar yang berskala 1:500 maka

untuk memudahkan penyampaian informasi pada layout fasilitas, denah akan diparsialkan agar fasilitas dapat terlihat dan terdata secara terperinci. Denah penataan ini menggambarkan aplikasi konsep dalam interior Agro Wisata Rempah Nusantara wujud sebenarnya pada sebuah ruangan yang dilengkapi dengan warna dan material yang digunakan pada desain ini di dominasi dengan material alam dan warna natural.



Gambar 3 Denah Penataan
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

6. Perspektif Ruang

Pengunjung agrowisata yang akan melakukan wisata edukasi rempah akan dimulai dari membeli tiket pada ruang loket yang ada pada area *lobby*. Pada area *lobby* terdapat media edukasi berupa mural yang berisikan informasi terhadap beberapa jenis rempah yang dibudidayakan di Agrowisata Rempah Nusantara. Tak hanya itu, beberapa bibit atau tanaman rempah juga ditampilkan pada *plantation box* pada area *lobby* yang merupakan *highlight* dari Agrowisata itu sendiri.



Gambar 4 Perspektif Lobby
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Setelah membeli tiket selanjutnya pengunjung akan menuju area resepsionis untuk melakukan *check-in*. Selanjutnya pengunjung akan menunggu di area tunggu tur untuk diantarkan oleh pemandu tur mengelilingi Agrowisata Rempah Nusantara.



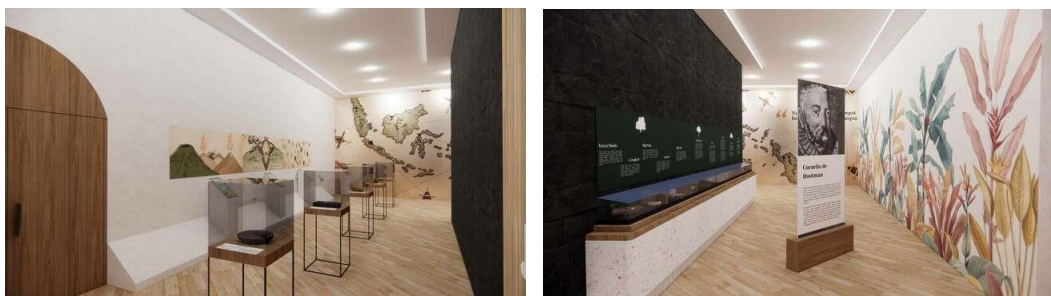
Gambar 5 Perspektif Area Tunggu Tour
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Sebelum pengunjung memasuki ruang museum, terdapat 1 spot foto estetik yang mana pengunjung dapat berfoto di dalamnya.



Gambar 6 Perspektif Spot Foto
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Selanjutnya pengunjung akan diajak memasuki museum rempah. di museum rempah, di sini pengunjung akan didedikasi mengenai bagaimana rempah nusantara menjadi primadona pada masanya hingga menjadi komoditi unggulan saat ini. Terdapat pula fasilitas monitor, *display* peninggalan dan *standing display* yang menjelaskan sejarah rempah dan peninggalan-peninggalan penjajah saat memperebutkan rempah dan alat mengolah rempah di masa penjajahan. Selain itu terdapat display rempah kering, yang mana pengunjung dapat menyentuh langsung tanaman rempah dan menghirup aromanya.



Gambar 7 Perspektif Museum Rempah
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Setelah mengunjungi museum rempah, kemudian media edukasi akan dialihkan menjadi edukasi melalui media *audiovisual*. Pembelajaran menggunakan media audiovisual lebih efektif dibandingkan dengan pembelajaran melalui pendekatan konvensional. Media audiovisual dapat digunakan sebagai alat bantu mengajar yang mempunyai bentuk gambar dan mengeluarkan suara. Media *audiovisual* menampilkan unsur gambar dan suara bersamaan pada saat menerima pesan atau informasi. Kelebihan dari edukasi menggunakan media *audiovisual* adalah memberikan gambaran yang lebih nyata serta meningkatkan retensi memori karena lebih menarik dan mudah diingat (Yulistasari & Dewi, 2010). Pengunjung akan diarahkan menuju ruang *theater* untuk menonton film pendek mengenai sejarah rempah nusantara di masa lalu hingga pengolahannya di masa kini.



Gambar 8 Perspektif Theater
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Setelah dari *theater*, pengunjung akan diarahkan menuju *outlet* rempah dimana pemandu wisata akan mengajak pengunjung untuk berbelanja berbagai olahan rempah nusantara, diantaranya adalah kosmetik, makanan dan minuman. Penerapan gaya *arches* pada *outlet* ini dapat dilihat pada bentuk jendela dan bentuk fasilitas.



Gambar 9 Perspektif Outlet Rempah
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Keluar dari *outlet* rempah, pengunjung mulai memasuki area terbuka hijau dan terdapat beberapa spot foto seperti *swing*, jembatan dan sawah terasering yang mengarah langsung ke Sungai Ayung. Agrowisata menyediakan fasilitas fotografer dimana hasil foto dapat langsung di cetak dan diambil di ruang hasil foto.



Gambar 10 Perspektif Area Terbuka Hijau
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Lelah berwisata, pengunjung dapat menikmati sajian kuliner nusantara yang diolah dengan beragam rempah-rempah. Resto ini dirancang berada di ruangan semi *outdoor* agar penunjung dapat menikmati sajian dengan *view* kebun rempah dan Sungai Ayung. Atap pada restoran menggunakan atap berbentuk setengah lingkaran dan memanjang dengan material *smoked glass*, sehingga pengunjung dapat melihat sekeliling agrowisata tanpa perlu khawatir suhu menjadi meningkat karena banyaknya sinar matahari yang masuk.



Gambar 11 Perspektif Restoran
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Tak hanya itu, pengunjung yang membeli tiket khusus akan mendapatkan akses ke kebun rempah dan memetik langsung tanaman rempah bersama petani untuk dibawa ke *workshop* dan akan diolah langsung bersama ahlinya. Di sini, pengunjung akan mendapatkan edukasi mengenai cara mengolah rempah-rempah menjadi produk olahan. *Workshop* didesain berada di area *indoor* dan *outdoor*. Pada area *indoor*, pengunjung akan mengolah rempah menjadi produk jadi seperti makanan, minuman dan kosmetik.



Gambar 12 Perspektif *Workshop Indoor*
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Sementara itu, pada area *outdoor* proses edukasi akan berlangsung dengan membawa hasil panen dan menjemur rempah yang telah dipetik langsung dari kebun rempah sebelum mulai mengolahnya. Pada area *outdoor* terdapat 1 meja yang berfungsi sebagai tempat menjemur rempah. Selain itu pada *workshop* rempah ini terdapat beberapa tanaman rempah.



Gambar 13 Perspektif *Workshop Outdoor*
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

Mengingat Agrowisata menyediakan fasilitas fotografer, hasil foto dapat langsung di cetak dan diambil di ruang hasil foto. Ruang hasil foto didesain berada di area pintu keluar.



Gambar 14 Perspektif Ruang Hasil Foto
(Sumber: Dokumen Mahasiswa, 2022)

SIMPULAN

Perancangan program ruang pada desain interior Agrowisata Rempah Nusantara bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta ketertarikan pengunjung terhadap kawasan agrowisata melalui desain interior yang edukatif. Edukasi pada Agrowisata dirancang pada bagian interior sehingga tidak bergantung pada cuaca. Sistem edukasi pada agrowisata didesain memanfaatkan kelima panca indera manusia agar pengunjung tidak merasa bosan serta aktif dalam berinteraksi dengan media edukasi. Fasilitas Edukatif pada agrowisata rempah berupa Museum, Theater dan Workshop dimana pengunjung dapat memahami sejarah hingga pengolahan rempah di masa kini. Agrowisata dirancang dengan mendesain ruang yang dapat menambah pengetahuan pengunjung terhadap sejarah dan pengolahan rempah nusantara sekaligus memenuhi kebutuhan akan pencitraan melalui media visual masyarakat saat ini dengan mengangkat konsep *instagramable*. Konsep *Instagramable* didapatkan dari hasil penggalian ide. Sarana edukasi dirancang semenarik mungkin sesuai dengan tren dan minat pengunjung agar pengunjung tertarik untuk membaca dan berinteraksi dengan media edukasi. Perancangan interior tidak terlepas dari bentuk, bahan, warna, tekstur dan lain-lain. Oleh karena itu, Agrowisata Rempah Nusantara mengambil gaya *arches* yang sesuai dengan tren arsitektur dan minat masyarakat saat ini yang menyukai sesuatu yang *instagramable* sebagai upaya menarik minat pengunjung untuk mengunjungi Agrowisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Atqa, M. (2020, Agustus 20). *Urgensi Edukasi Rempah Nusantara*. <https://mediaindonesia.com/opini/338083/urgensi-edukasi-rempah-nusantara>
- Febriyanti, S. N. (2018). Instagramable: Concerning Expectation and Reality (Netizen Perception to Photo Object in Instagram). *Prosiding Semnasfi*, 1(1), 175. <https://doi.org/10.21070/semnasfi.v1i1.1142>
- Herwato. (2021). *Museum Rempah Sang Natha Wisata Edukasi Untuk Milenial*. <https://www.kompas.tv/article/180423/museum-rempah-sang-natha-wisata-edukasi-untuk-milenial>
- Indrayanti, N. P. S., Mulyati, M. I., Wasista, P. U., & Indah, J. N. (2021). *DESAIN INTERIOR PUSAT HIDROTERAPI BAGI PENDERITA INSOMNIA DI DESA UBUD, GIANYAR*. 13.
- Kurniati, D. (2015). *POTENSI PENGEMBANGAN AGROWISATA SEBAGAI KAWASAN EDUWISATA LOKAL DI AGROWISATA CILANGKAP JAKARTA TIMUR*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/43746/1/DESNA%20KURNIATI-FITK.pdf>
- LPMP Jatim. (2021). *Lomba Penulisan dan Foto Serta Lomba Vlog Bumi Rempah Nusantara untuk Dunia*. <https://lpmpjatim.kemdikbud.go.id/site/detailpost/lomba-penulisan-dan-foto-serta-lomba-vlog-bumi-rempah-nusantara-untuk-dunia>
- Majidah, M., Hasfera, D., & M. Fadli, M. F. (2019). PENGGUNAAN WARNA DALAM DISAIN INTERIOR PERPUSTAKAAN TERHADAP PSIKOLOGIS PEMUSTAKA. *RISTEKDIK* :

- Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 4(2), 95.
<https://doi.org/10.31604/ristekdik.2019.v4i2.95-106>
- Mora, P. (2020, Desember 8). *Interior Design Trends That Will Shape the Next Decade*.
<https://www.archdaily.com/945290/interior-design-trends-that-will-shape-the-next-decade>
- Santoso, Y. N., & Pramudito, S. (2022). *MUSEUM YANG INSTAGRAMABLE: Tinjauan Desain Interior yang Menjadi Tempat Favorit untuk Berfoto pada Museum De Tjolomadoe, Karanganyar*. 5. <https://ejournal.upi.edu/index.php/jaz/article/view/37200>
- Septianto, G. F. (2019). *UPAYA MENINGKATKAN MINAT KUNJUNGAN MASYARAKAT KE TAMAN BACAAN MASYARAKAT KOLONG DI BAWAH FLYOVER CIPUTAT DAERAH KOTA TANGERANG SELATAN*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/49814/1/Gilang%20Fajar%20Septianto%2011140150000079.pdf>
- Wahyuni, S. (2010). *MENUMBUHKEMBANGKAN MINAT BACA MENUJU MASYARAKAT LITERAT* (No. 1). 1, 11.
- Witanto, J. (2018). *MINAT BACA YANG SANGAT RENDAH*.
https://www.researchgate.net/publication/324182095_Rendahnya_Minat_Baca
- Yulistasari, Y., & Dewi, A. P. (2010). *EFEKTIVITAS PENDIDIKAN KESEHATAN MENGGUNAKAN MEDIA AUDIOVISUAL TERHADAP PERILAKU PERSONAL HYGIENE (GENITALIA) REMAJA PUTRI DALAM MENCEGAH KEPUTIHAN*. 7.