

APLIKASI KONSEP MANGA JEPANG PADA DESAIN INTERIOR SUSHI TSUKI

**I Kadek Dwi Mardana Putra¹, Ni Ketut Rika Primadewi², Ni Luh Putu Diah Widhi Astiti³,
Ni Putu Devi Sujianti⁴, I Putu Udiyana Wasista⁵**

^{1,2,3,4,5}Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia
Denpasar

E-mail : kadekdwimardana@gmail.com, rikaprima164@gmail.com, diahwidhi7@gmail.com,
devisujianti57@gmail.com

Abstrak

Sushi Tsuki yang mengupayakan desain ruang beserta pengalaman yang akan diperoleh pelanggannya agar cukup *Instagramable* serta menjadi kebanggaan siapa saja yang bisa hadir serta mengabadikannya di media sosial. Setiap sudut ruang interior dirancang sedemikian rupa dengan keunikan sehingga akan diperoleh hasil gambar dari sesi foto yang *instagramable*. Pengalaman yang tidak akan terlupakan dan layak diabadikan dalam media sosial pilihan pelanggan terutama di Instagram. *Sushi Tsuki* mengambil konsep komik Jepang, dengan membuat interior didalam bangunan tersebut dibuat seolah-olah pelanggan berada didalam komik tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis konsep yang diterapkan pada kafe *Instagramable Sushi Tsuki*. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara melakukan analisis teori aplikasi komik Jepang pada elemen desain kafe *Shushi Tsuki*. Penggunaan telepon genggam pintar yang biasa disebut *smartphone* akhir-akhir ini sudah merupakan hal umum ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, saat ini *Sushi Tsuki* memanfaatkan kecepatan informasi kepada penggunaannya melalui aplikasi Instagram. Kafe ini mempunyai akun Instagram sendiri untuk mempromosikan tempatnya dengan nama akun '*sushitsuki*'. Interior ruang, karakteristik ruang, elemen dekoratif, dan konsep *Shushi Tsuki* yang diaplikasikan pada material, bentuk, cahaya, furniture sangat nyaman dikunjungi dari berbagai usia. Pada usia yang masih anak-anak sudah dipersiapkan kursi khusus sedangkan pada usia dewasa sampai lansia memakai kursi yang sama. *Sushi Tsuki* mampu menjadi alternatif tempat dimana masyarakat Bali bisa menikmati kuliner khas Jepang sembari nongkrong untuk berkumpul dengan teman, rekan bisnis dan keluarga.

Kata kunci : Kafe, Komik, Desain Interior, Sushi, *Instagramable*

Abstract

Sushi Tsuki strives to design the space and the experience that its customers will get to be quite Instagramable and become the pride of anyone who can attend and immortalize it on social media. Every corner of the interior space is designed in such a way that it is unique so that you will get images from Instagrammable photo sessions. An experience that will not be forgotten and deserves to be immortalized in the social media of customer choice, especially on Instagram. Sushi Tsuki takes the concept of Japanese comics, by making the interior in the building made as if the customer is in the comic. This research was conducted to analyze the concept applied to the Sushi Tsuki Instagramable kafe. In this study, it used a qualitative descriptive method which was carried out by conducting a theoretical analysis of the application of Japanese comics to the design elements of the Shushi Tsuki kafe. The use of smartphones commonly called smartphones these days has been a common thing found in everyday life, nowadays Sushi Tsuki utilizes the speed of information to its users through the Instagram application. This kafe has its own Instagram account to promote its place under the account name 'sushitsuki'. The interior of the space, the characteristics of the space, the decorative atmosphere, and the concept of Shushi Tsuki applied to materials, shapes, light, furniture are very comfortable to visit from different ages. At the age of children, a special chair has been prepared while in adulthood to the elderly use the same chair. Sushi Tsuki is able to be an alternative place where Balinese people can enjoy Japanese cuisine while hanging out to gather with friends, business partners and family.

Keywords : Kafe, Comics, Interior Design, Sushi, *Instagramable*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kafe di Indonesia saat ini sedang berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat banyaknya kafe yang bermunculan dikarenakan kafe sudah menjadi gaya hidup masyarakat (Hariyanto, 2019). Kafe saat ini tidak hanya berperan sebagai tempat makan dan minum sematanamun lebih dari itu. Kafe memiliki peran sebagai media dalam gaya hidup dan kegiatan sosial manusia (Abdusshomad, 2021). Pengunjung dapat memanfaatkan fasilitas pada kafe untuk melakukan berbagai aktivitas seperti bekerja, belajar, diskusi, melakukan berbagai kegiatan pelatihan dan lain-lain (Izzati dkk., 2017).

Bervariasinya kebutuhan konsumen untuk bersantai, berbincang, dan bertemu dengan kolega, kemudian diikuti kreatifitas dan kemauan para pembuat kafe untuk mewadahi kebutuhan tersebut. Akhirnya para pengusaha kafe, berlomba-lomba menciptakan tempat yang nyaman dan sesuai dengan tren gaya hidup generasi Y dan Z (Arisanti, 2021; Barkah dkk., 2021). Ditambah lagi dengan adanya pertumbuhan ekonomi yang menyebabkan semakin maraknya persaingan pada usaha kafe. Situasi ini membuat para pemilik kafe termotivasi membuat strategi-strategi untuk menarik minat konsumen. Strategi umum digunakan oleh para pemilik dalam menarik konsumen yaitu dengan cara membuat dekorasi kafe mengikuti tren yang sedang diminati masyarakat, membuat inovasi pada setiap produk, dan membuat suasana kafe sesuai dengan yang diinginkan para konsumen seperti menyediakan hiburan berbentuk musik serta meningkatkan pelayanan kepada para konsumen (Sukarno & Nirawati, 2016).

Meningkatkan pengalaman konsumen terhadap suasana kafe menjadi salah satu poin penting yang mampu menjadi daya tarik. Pengalaman konsumen dapat diukur dengan dimensi *feel, think, act, dan relate*. Khususnya pada dimensi *feel, think, dan act* merujuk pada suasana atau pengalaman meruang konsumen di sebuah kafe (Ailudin & Sari, 2019). Kesan kafe yang unik, berbeda dari yang lainnya, nyaman, dan enak buat nongkrong, mejadi sebuah syarat yang harus ada dalam gaya hidup generasi milenial. Apalagi tempatnya enak dijadikan tempat ber-swafoto, yang istilah kerennya *Instagrammable*. Tentunya akan menambah daya tarik pengunjung untuk datang (Hidayatullah, 2017; Triana, 2020).

Sushi Tsuki yang terletak di Jl. Gatot Subroto Barat No.18G, Daging Puri Kaja, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Bali, merupakan kafe untuk menikmati sajian makanan dan minuman bernuansa Jepang. Kafe ini memiliki atmosfer yang unik, terinspirasi dari analogi komik Jepang (*manga*). Tempatnya yang unik, diminati anak-anak muda sekitar Denpasar untuk berswafoto. Artikel ini bertujuan membahas, narasi konsep yang terproyeksi pada elemen-elemen pembentuk desain interiornya. Dari pembahasan tersebut, nantinya dapat dijadikan sebuah analisis perkembangan kafe yang memiliki keunikan desain interior, dengan melihat dan mengidentifikasi penerapan analogi *manga* Jepang pada setiap elemen desain interiornya.

METODE

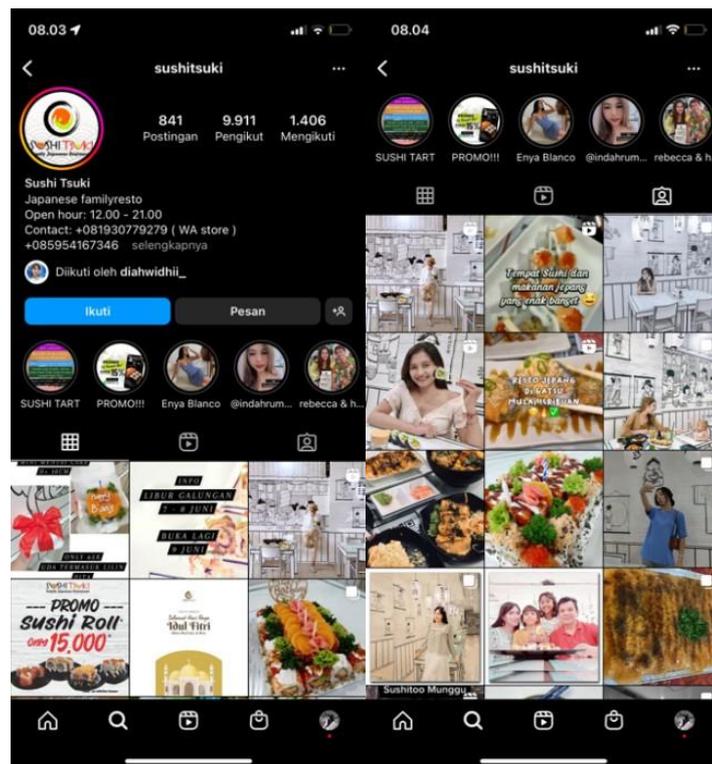
Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan dengan cara melakukan analisis aplikasi bentuk komik Jepang pada elemen desain kafe Sushi Tsuki. Analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan tabel analisis setiap indikator kepada gambar desain interior kafe Sushi Tsuki. Adapun Teknik pengumpulan data yang dipakai dalam penyusunan penulisan ini antara lain : Wawancara yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan langsung dari narasumber. Wawancara dilakukan Dengan mewawancarai pemilik kafe. Kemudian adapula metode dokumentatif dengan cara mendokumentasikan data yang menjadi bahan penyusunan penulisan ini. Cara pendokumentasian data adalah dengan memperoleh gambar visual dari foto-foto yang dihasilkan. Metode observasi dengan pengamatan langsung studi kasus. Pengamatan dilakukan dengan mengamati kasus untuk melihat karakteristik interiornya. Dari data-data yang telah terkumpul, dilakukan identifikasi dan analisa untuk memperoleh gambaran yang cukup lengkap mengenai karakteristik dan kondisi yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan telepon genggam pintar yang biasa disebut *smartphone* akhir-akhir ini sudah merupakan hal umum ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi pada *smartphone* tidak hanya berupa tulisan dan audio saja tetapi sudah merambah ke *image* dan video. Kemudahan dalam memberi dan menerima informasi dalam berkomunikasi tanpa harus berhadapan langsung menjadikan media ini semakin banyak penggemarnya, tidak hanya dikalangan remaja dan anak muda saja tetapi hampir semua pengguna *smartphone* tanpa batasan umur menggunakan aplikasi yang dapat menampilkan ekspresi diri (Zein & Rachim, 2018).

Mengikuti kemajuan teknologi saat ini, Sushi Tsuki memanfaatkan kecepatan informasi kepada penggunanya melalui aplikasi Instagram. Kafe ini mempunyai akun Instagram sendiri untuk mempromosikan tempatnya dengan nama akun '*sushitsuki*'. Lalu adanya akun publik dari para pengunjung yang pernah datang dan mengunggah foto atau video pada saat berkunjung ke kafe dengan mencantumkan tanda pagar yang mengacu ke *Sushi Tsuki* (*#sushitsuki*), sehingga nama kafe tersebut semakin banyak yang mengetahui di media sosial. Tanda pagar tersebut memudahkan pengunjung untuk mencari foto yang dimaksud. Foto yang ditampilkan tidak hanya menu saja tetapi juga menampilkan suasana kafe tersebut.

Tempat yang dibuka pada tahun 2015 ini didirikan oleh Agnez Yulie beserta suaminya. Terdiri dari 1 lantai yang dominan digunakan untuk tempat makan sambil mengobrol santai. Tempat makan yang tidak biasa ini menjadi daya tarik sendiri bagi pengunjung untuk datang, terlihat dari hasil unggahan Instagram pengunjung yang lebih banyak mengambil spot dekorasi dinding untuk berfoto.



Gambar 1. Instagram Sushi Tsuki
(Sumber : Instagram Susi Tsuki, 2022)

Dengan semakin berkembangnya media sosial sekarang ini, kafe tidak lagi melarang pengunjung untuk berfoto di dalamnya. Hal ini merupakan ajang promosi gratis tanpa harus bersusah payah mengeluarkan biaya promosi yang mahal-mahal. Promosi di Sushi Tsuki cukup dilakukan dengan membiarkan pengunjung berswafoto, dengan menampilkan suasana ruang yang unik dan *Instagrammable*, yang akan menarik minat pengunjung untuk datang ke tempat ini. Konsep yang diusung dari *manga* Jepang, menjadi sebuah potensi yang mendukung pemasaran kafe ini di media sosial.

1. Interior Ruang

Ketika memasuki Sushi Tsuki maka hal yang dapat ditemukan adalah area makan dan duduk dengan kapasitas 24 orang, toilet untuk pengunjung, kasir, dan dapur.

- a. Pada bagian lantai menggunakan keramik cream type palazzo seina dengan ukuran 40x40 cm, yang bertujuan untuk menciptakan suasana *modern* pada ruangan. Selain itu, warna putih lantai mengisyaratkan panel pada *manga* Jepang yang didominasi warna putih dari kertas komiknya. Adanya lantai berwarna putih, seolah membuat elemen interior lainnya berada di atas sebuah kertas putih.



Gambar . Lantai Sushi Tsuki
(Sumber: Peneliti, 2022)

- b. Dinding menggunakan dinding bata berplester dengan finishing cat putih yang dilengkapi dengan elemen dekorasi seperti cermin besar bertujuan agar ruangan tampak lebih luas dan juga tirai bambu yang dilukis secara 2D menyerupai dengan konsep *manga* Jepang.



Gambar 2. Dinding Sushi Tsuki
(Sumber : Peneliti, 2022)

- c. Plafon menggunakan gypsum *board* dengan finishing cat putih dan serat kayu menggunakan cat hitam. Aplikasi cat warna ini membuat plafon seperti sebuah gambar pada buku komik.



Gambar 3. Plafon Sushi Tsuki
(Sumber :Peneliti, 2022)

2. Karakteristik Ruang

- a. Suasana ruang dibuat sangat realistis dan unik dengan pengadaptasian konsep *manga* 2D Jepang yang dapat memberikan pengalaman baru bagi pengunjung.



Gambar 4. Suasana Ruang
(Sumber : Peneliti, 2022)

- b. Pencahayaan ruang dengan pencahayaan alami pada pintu masuk dan penerangan lampu yang cukup, tidak remang-remang, tidak panas, serta cukup luas dengan lahan yang terbatas menunjang kenyamanan pelanggan Sushi Tsuki.
- c. Sistem penghawaannya adalah penghawaan buatan berupa AC dan kipas angin
- d. Sistem akustik berasal dari pelantang suara pada bagian plafon ruangan.

3. Elemen Dekoratif

Secara keseluruhan elemen dekoratif dari Sushi Tsuki tampak pada bagian interiornya yang menggunakan lukisan cat hitam membentuk karakter 2D *manga* Jepang yang mendukung suasana ruang. Kombinasi warna hitam putih yang monokrom tampil pada elemen dekorasi yang menciptakan atmosfer seolah berada di dalam buku komik.



Gambar 5. Elemen Dekoratif
(Sumber : Peneliti, 2022)

4. Konsep Analogi



Gambar 6. Konsep Analogi *Manga* Jepang
(Sumber : My Hero Academia dan Peneliti, 2022)

Analogi adalah persamaan atau korespondensi antara benda-benda (Noorwatha, 2020). Menurut Hidayat dan Satwikasari (2019), analogi dapat digunakan dengan bermacam cara, salah satunya adalah sebagai alat komunikasi seseorang di dalam mengekspresikan pemikirannya secara tidak langsung. Suatu benda dikatakan analogi dengan benda lainnya apabila keduanya memiliki beberapa kesamaan.

Analogi memiliki tiga hal dasar, yaitu kesamaan, struktur atau susunan, dengan kegunaan. Analogi ditekankan untuk mengidentifikasi struktur atau susunan paralel antara sumber dan benda objek. Setiap elemen benda objek harus terhubung dengan hanya satu elemen pada sumber (Hidayat & Satwikasari, 2019). Sehingga analogi dapat diartikan sebagai pengungkapan makna dari kata “analogi” penyesuaian atau penyamaan antara sifat. adapun “analogi” dalam dunia arsitek adalah penyesuaian atau penyamaan antara dua bentuk.

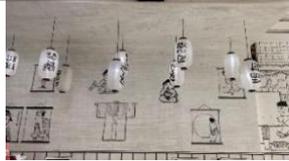
5. Analisa Studi Kasus Terhadap Konsep

Analisa konsep dilakukan dengan metode tabel analisa berdasarkan tujuh indikator yaitu : 1) Ruang; 2) Warna; 3) Bentuk; 4) Cahaya; 5) Furnitur; 6) Kebutuhan dan Faktor Manusia. Semua gambar berbentuk foto didapatkan melalui hasil dokumentasi yang dilakukan pada lokasi kasus. Analisis dilakukan berdasarkan pengamatan dari foto dan melihat hubungan dengan konsep yang digunakan.

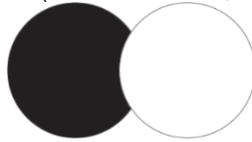
Tabel 1: Analisis keterkaitan konsep pada desain interior Sushi Tsuki
(Sumber: Peneliti, 2022)

Parameter	Ekisting	Analisa
Ruang	 <p data-bbox="453 987 753 1039">Gambar 7. Tampak Ruang 1 (Sumber : Peneliti, 2022)</p>  <p data-bbox="453 1274 753 1326">Gambar 8. Tampak Ruang 2 (Sumber : Peneliti, 2022)</p>  <p data-bbox="453 1561 753 1612">Gambar 9. Tampak Ruang 3 (Sumber : Peneliti , 2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konsep analogi terlihat jelas pada finishing elemen pembentuk ruang, elemen pelengkap pembentuk ruang, dan furniture dengan memberikan gambar-gambar kartun dengan warna monokrom. ▪ Gambar-gambar komik hitam putih dengan karakter garis khas Jepang yang terpajang pada dinding, juga makin memperkuat konsep analogi <i>manga</i>.

Warna



Gambar 10. Warna desain interior (Sumber : Peneliti, 2022)



Gambar 11. Warna Monokrom (Sumber : Peneliti, 2022)

- Warna yang diterapkan dan menjadi ciri khas dari Sushi Tsuki adalah hitam (#000000) dan putih (#FFFFFF).
- Kedua warna tersebut tampak diaplikasikan pada hampir di setiap elemen ruang, misalnya dinding, plafon hingga furnitur.
- Aplikasi warna dalam desain interior Sushi Tsuki sesuai dengan tampilan *manga* 2D Jepang sehingga ada korelasi antara desain interior dengan konsep ruang.
- Garis hitam karakter komik pada media gambar berwarna putih, ditransfer ke dalam tiap elemen ruangan. Menjadikan tiap guratan memiliki warna khas *manga* Jepang.
- Pemilihan warna yang kontras ini dapat menjadi suatu daya tarik tertentu sehingga dapat memberikan kesan yang dalam terhadap ingatan pengunjung terhadap Sushi Tsuki karena keunikan tersendiri.

Material



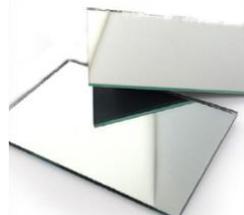
Gambar 12. Plafon Ruang (Sumber : Peneliti, 2022)



Gambar 13. Dinding Ruang (Sumber : Peneliti, 2022)



Gambar 14. Dinding Ruang (Sumber : Peneliti, 2022)



Gambar 15. Cermin Pada Ruang (Sumber : Peneliti, 2022)

- Material yang diaplikasikan pada Sushi Tsuki sesuai dengan citra yang ingin dibangun, yaitu pada plafon menggunakan gipsum dengan finishing warna yang digambar hitam putih, dinding yang dicat bergambar hitam putih, serta penerapan tirai bambu yang telah dicat serupa sebagai elemen dekorasi. Kaca cermin juga digunakan pada ruangan sehingga ruangan terlihat lebih besar, serta merefleksikan gambar-gambar yang berada pada ruangan.
- Penggunaan material tersebut bertujuan menguatkan finishing ruang dan pencitraan yang ingin dicapai.

Bentuk



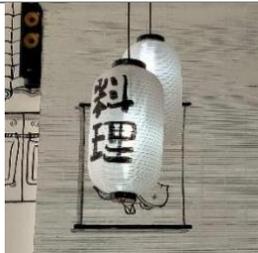
Gambar 16. Bentuk Ruang 1
(Sumber : Peneliti, 2022)



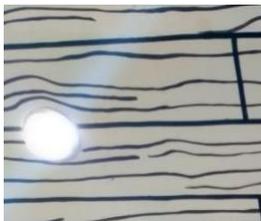
Gambar 17. Bentuk Ruang 2
(Sumber : Peneliti, 2022)

- Bentuk-bentuk yang digunakan pada interior Sushi Tsuki menggunakan bentuk garis-garis panel yang sangat identik dengan *manga* 2D Jepang yang kemudian diterapkan pada hampir keseluruhan elemen interior yang berfungsi memberi penekanan dan berkesan pada pengunjung.
- Bentuk panel kotak pada *manga* Jepang, digunakan pada bentuk fasilitas dan dekorasi untuk menguatkan citra konsep. Garis-garis tepi hitam, pada fasilitas dan elemen pembentuk ruang, menciptakan suasana bagi pengunjung seolah-olah berada dalam cerita sebuah komik.
- Kombinasi bentuk, material dan warna merupakan bentuk penekanan yang besar sehingga memberikan ruang interior yang ikonik untuk Sushi Tsuki.

Cahaya



Gambar 18. Lampu Lentera
(Sumber : Peneliti, 2022)



Gambar 19. Downlight
(Sumber : Peneliti, 2022)

- Karakter pencahayaan dari Sushi Tsuki lebih banyak memanfaatkan cahaya buatan. Hal ini diakibatkan sumber cahaya alami hanya terpusat pada bagian depan bangunan.
- Dapat terlihat pada gambar desain interior Sushi Tsuki menggunakan lampu downlight berwarna natural white. Terdapat juga lampu lentera dengan huruf kanji Jepang, untuk memperkuat identitas Jepang yang melankolis

Furnitur



Gambar 20. Kursi duduk bayi
(Sumber : Peneliti, 2022)

- Berdasarkan pengamatan lapangan furniture merupakan elemen pengisi ruangan untuk menunjang aktivitas pengunjung. Pada Sushi Tsuki area duduk terbagi menjadi dua, area kursi kayu biasa dan kursi sofa.
- Konsep analogi manga nampak pada konsep warna fasilitas. Warna monokrom hitam putih membuat fasilitas ibarat gambar pada sebuah komik. Kontur garis hitam pada gambar dan panel manga, ditransfer menjadi pinggiran hitam pada fasilitas (*edging*)



Gambar 21. Meja dan Kursi duduk
(Sumber : Peneliti, 2022)



Gambar 22. Kursi Sofa
Sumber : (Peneliti, 2022)

Kebutuhan dan Faktor Manusia



Gambar 23. Tampak Toilet
Sumber : (Peneliti, 2022)

- Dekorasi ruang pada Sushi Tsuki sangat identik dengan kesan yang ingin ditonjolkan yakni kesan *manga* 2D Jepang.
- Kebutuhan ruang Sushi Tsuki terdiri atas, toilet untuk pengunjung, kasir, dan dapur. Terlihat pada gambar-gambar garis pada desain interior ruang, ada korelasi dengan konsep sehingga mengingatkan pengunjung dengan kesan *manga* 2D Jepang.

SIMPULAN

Sushi Tsuki mampu menjadi alternatif tempat dimana masyarakat Bali bisa menikmati kuliner khas Jepang sembari nongkrong untuk berkumpul dengan teman, rekan bisnis dan keluarga. Penggunaan konsep analogi manga Jepang menjadi salah satu daya tarik untuk momen berswafoto yang *Instagrammable*. Analogi konsep *manga* Jepang dibuat dengan detail dan menyeluruh. Totalitas konsep sangat terasa ketika masuk ke dalam ruangan. Seluruh elemen desain interior tidak luput dari aplikasi konsep *manga* Jepang tersebut. Warna monokrom hitam putih yang menjadi warna khas *manga* Jepang, mengajak pengunjung merasakan seolah berada dalam sebuah buku komik. Demikian pula kontur hitam pada panel *manga* Jepang dijadikan bagian pinggiran pada fasilitas. Aplikasi konsep ini mengakibatkan desain interiornya menjadi sebuah dimensi dalam dunia fantasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshomad, A. (2021). Gaya Hidup Nongkrong di Kafe dan Perilaku Gosip sebagai Kontrol Sosial. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 16(1), 57–68. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v16i1.593>
- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *eProceedings of Management*, 6(1). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/9026>
- Arisanti, P. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial dan Desain Coffe Shop. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 579–590. <https://doi.org/10.38043/jmb.v18i4.3318>
- Barkah, M., Agustriana, K., Sharif, S. A., Ekomadyo, A. S., & Susanto, V. (2021). Komparasi Pengaruh Hubungan Keterikatan Tempat dan Citra Tempat Ketiga terhadap Desain Kafe. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 4(1), 8–20. <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i1.29926>
- Hariyanto. (2019, Desember 17). *Riset TOFFIN: Bisnis Kedai Kopi Makin Menggeliat di 2019*. Industry.co.id. <https://www.industry.co.id/read/58786/riset-toffin-bisnis-kedai-kopi-makin->

- menggeliat-di-2019
- Hidayat, T., & Satwikasari, A. F. (2019). Penerapan Konsep Analogi pada Bangunan Bentang Lebar. *PURWARUPA Jurnal Arsitektur*, 3(4), 75–80.
- Hidayatullah, N. A. (2017). *REALITAS KAFE KEKINIAN BAGI KALANGAN MAHASISWA PADA KOMUNITAS INSTAMEET SURABAYA* [Skripsi, Universitas Airlangga]. <http://lib.unair.ac.id>
- Izzati, A. W., Maharani, Y., & Wiyancoko, D. (2017). Relasi Desain dan Tata Letak Sarana Duduk Terhadap Kenyamanan Pengunjung Kafe. *Jurnal Desain Interior*, 2(1), 55–62. <https://doi.org/10.12962/j12345678.v2i1.2379>
- Noorwatha, I. K. D. (2020). *Rachana Vidhi: Metode Desain Interior Berbasis Budaya Lokal dan Revolusi Industri 4.0* (A. A. T. A. Adipurwa, Ed.). Pusat Penerbitan LP2MPP ISI Denpasar.
- Sukarno, G., & Nirawati, L. (2016). Kontribusi Human Capital dan Customer Capital Dalam Menggapai Kinerja Cafe dan Resto di Surabaya. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(2), 137–149.
- Triana, F. (2020). *Karakteristik Visual Interior Restoran Yang Instagramable Di Kota Yogyakarta Studi Kasus Kalluna, The Canopy, dan Tujuan* [Skripsi, UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta]. <http://digilib.isi.ac.id/9589/>
- Wasista, I. P. U. (2021). Color Trend of Residential Houses in Denpasar City as a Sociopsychological Reflection of the Covid-19 Pandemic. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 2(1), 37–46.
- Zein, A. O. S., & Rachim, A. A. (2018). Tinjauan Cafe Instagramable pada One Eighty Coffee Bandung. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 6(3).