



Penerapan *instagramable interior design* di *café Meekow*

Yasmin Fitria Nopayanti^{1*}, Dwi Retno Sri Ambarwati²

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta, Jl. Colombo No. 1 Condongcatur Depok, Sleman, 55281, Indonesia

*Corresponding Author: yasminfn99@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan konsep penerapan *instagramable interior design* di *café Meekow* Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian yaitu *manager*, staff atau karyawan, pengamat interior dan pengunjung *café Meekow* sedangkan objeknya yaitu *café Meekow* yang terkait dengan *interior design* yang *instagramable*. Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis adanya penerapan *instagramable interior design* di *café Meekow* yaitu observasi, wawancara terstruktur, dokumentasi dan angket tertutup. Kemudian untuk memperkuat keabsahan data dipergunakan triangulasi yang terdiri dari triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi teori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan platform instagram oleh *café Meekow* dalam strategi pemasarannya cukup efektif mengingat jumlah pengguna instagram yang ada di Lombok semakin meningkat. Keefektifan penggunaan instagram ini terlihat dari banyaknya pengunjung dan konsep *café* dianggap memiliki desain yang lebih kekinian dibanding *café* lain dan layak dijadikan sebagai *background* foto untuk dibagikan pada instagram mereka sehingga sering diistilahkan sebagai *café* yang *instagramable*.

Kata Kunci: desain *instagramable*, interior design, *café Meekow*.

ABSTRACT

The purpose of this study is to describe the concept of applying *instagramable interior design* at the *Meekow café*, Selong District, East Lombok Regency. This study used descriptive qualitative method. The research subjects are managers, staff or employees, interior observers and visitors to the *Meekow café* while the object is the *Meekow café* which is related to *instagramable interior design*. The data analysis technique used to analyze the application of *instagramable interior design* at the *Meekow café* is observation, structured interviews, documentation and closed questionnaires. Then, to strengthen the validity of the data, triangulation was used which consisted of source triangulation, method triangulation and theory triangulation. The results of the study show that the use of the Instagram platform by *Café Meekow* in its marketing strategy is quite effective considering the increasing number of Instagram users in Lombok. The effectiveness of using Instagram can be seen from the large number of visitors and the concept of the *café* is considered to have a more contemporary design compared to other cafes and is suitable as a photo background to share on their Instagram so that it is often termed an *Instagramable café*.

Keywords: *instagramable design*, interior design, *café Meekow*.

Riwayat artikel

Dikirim:
5 Juli 2022

Diterima:
8 September 2022

Dipublikasikan:
30 Desember 2022

Sitasi:

Nopayanti. Y. F and Ambarwati. D. R. S. (2022). Penerapan *Instagramable Interior Design* di *Café Meekow* Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur *Sungging: Jurnal Seni Rupa, Kriya, Desain dan Pembelajarannya* 1(2): 126-140.

PENDAHULUAN

Café merupakan salah satu tempat terbaik untuk bersantai dan menghabiskan waktu luang dengan kerabat terdekat. Di Indonesia sudah banyak sekali *café* yang dibangun dengan berbagai gaya desain mulai dari minimalis, modern, klasik, industrial, retro, vintage, kolonial, dan lain sebagainya. Secara harfiah pengertian *café* adalah minuman (kopi), akan tetapi seiring berjalannya waktu berubah menjadi tempat yang menyediakan berbagai jenis minuman dan bukan hanya sekedar kopi saja tetapi terdapat suguhan minuman dengan kadar alkohol yang rendah.

Menurut Budiningsih (2009:51) *café* atau *cafe* merupakan sebuah restoran kecil yang berada di luar hotel. *Café* memiliki pilihan makanan yang sangat terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, namun menyediakan minuman seperti bir, soft drink, teh, kopi, rokok, *cake*, cemilan, dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Dictionary of *English Language and Culture*, Longman, *café* adalah restoran kecil yang melayani atau menjual makanan ringan dan minuman, *café* biasanya juga digunakan sebagai tempat untuk bersantai.

Tidak hanya rasa dan cara menyajikan makanan saja yang menjadi persaingan di kalangan pelaku industri kuliner, namun desain dari sebuah *café* juga tidak kalah penting untuk memenangkan hati para pengunjung. Saat ini, swafoto adalah hal yang sangat digemari oleh berbagai jenjang usia. Hal ini yang membuat para pengusaha *café* berlomba-lomba menggunakan berbagai desain interior yang berbeda dengan *café* lainnya agar menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung.



Gambar 1: Tampilan akun instagram *café* Meekow
(Sumber: instagram *café* Meekow)

Gambar di atas merupakan tampilan akun instagram yang bernama warung Meekow. Belakangan ini banyak pengusaha kuliner yang ada di Kabupaten Lombok Timur yang mulai tertarik menggeluti usaha *café* sebagai salah satu usaha yang dianggap bisa berkembang, khususnya para pengusaha lokal yang ada di Kecamatan Selong. Ini bisa dilihat selama periode tahun 2020-2021 sudah berdiri belasan *café* baru dengan penataan ruang dan desain interior maupun eksterior yang berbeda antara *café* yang satu dengan lainnya untuk bisa menarik minat pengunjung.

Dari belasan *café* yang ada di Kecamatan Selong, hanya beberapa saja yang terlihat masih banyak pengunjung dalam rentan waktu beberapa bulan setelah diresmikan, sedangkan *café* yang lain mulai sepi pengunjung sehingga tidak seperti saat baru pertama kali dibuka. Hal ini dikarenakan kesan yang ingin disampaikan kepada pengunjung melalui penataan ruang dan *interior design* maupun eksterior tidak terealisasikan dengan baik, sehingga dari sudut pandang pengunjung *café* tersebut terlihat biasa saja dan cenderung monoton.

Kalau melihat pengunjung *café* yang mayoritas anak-anak muda yang eksis di media sosial terutama instagram, *café* yang berdesain kekinian dan *instagramable* bisa dijadikan salah satu solusi untuk menarik minat pengunjung. Selain untuk menikmati makanan dan minuman, bisa juga dijadikan tempat berfoto karena desainnya yang kekinian dan layak dibagikan di media sosial.



Gambar 2: Swafoto di akun instagram *café* Meekow
(Sumber: instagram *café* Meekow)

Gambar di atas merupakan hasil swafoto di *café* Meekow yang didapatkan dari instagram pengunjung *café*. *Instagramable* adalah kata baru yang belakangan ini populer di kalangan pengguna internet. Banyak tulisan yang berisi informasi tentang kata *instagramable*, misalnya tempat wisata, tempat makan, lokasi liburan, dan lain sebagainya. Istilah *instagramable* sendiri berasal dari industri perjalanan dan gaya hidup, jadi spot-spot *instagramable* adalah tempat pertama dan utama yang layak untuk difoto. Gambar-gambarnya benar-benar menarik perhatian dan hampir tampak tidak nyata karena pementasan dan pengeditan yang cermat. Gambar yang perfeksionis seperti ini yang nantinya akan dihargai dengan banyak like. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa spot-spot *instagramable* adalah tempat-tempat yang berpotensi dijadikan sebagai latar belakang untuk *instaphoto* yang sempurna. Semakin banyak orang mengunjungi dan mengunggah foto mereka ke jejaring sosial, semakin banyak jangkauan tempat yang *instagramable*. Agar foto menjadi *instagramable*, penting bagi pengguna intagram untuk memperhatikan latar belakang dengan pose mereka agar menjadi sebuah karya seni khusus. (<https://Meisight.com>, diakses tanggal 7 September 2022).

Dari banyaknya *café* yang tersebar di Kecamatan Selong, hanya sedikit sekali *café* yang benar-benar mempertimbangkan penggunaan desain pada bagaian interior maupun eksteriornya. Salah satu *café* yang mempertimbangkan penggunaan desainnya dan dijuluki *café* yang *instagramable* oleh masyarakat serta aktif media sosial adalah *café* Meekow yang terletak di Kota Selong, lebih tepatnya di Jalan TGH. Zainuddin Abdul Majid No.42, Pancor, Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. 83611. *Café* ini tidak pernah sepi dari pengunjung sejak baru dibuka hingga sekarang. Desain yang ditawarkan serba baru atau kekinian. Ada dua zona yang disediakan untuk pengunjung yang ingin menikmati nuansa di bagian interiornya, yaitu zona publik dan zona privat.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan *Instagramable Interior Design* di *Café* Meekow Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur”.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73) berpendapat bahwa penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena, baik yang bersifat alamiah maupun rekayasa manusia dan lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, serta keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memanipulasi atau mengubah variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya.

Penelitian ini dilaksanakan di *café* Meekow Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur. Adapun waktu penelitian dimulai dari pengajuan judul hingga penyusunan laporan penelitian berkisar antara bulan Februari hingga September 2022.

Subjek penelitiannya adalah *manager café* Meekow (Ihwan), staff atau karyawan (Aprian Jauhari), pengamat interior (Muhammad Azami) dan pengunjung *café* Meekow yang terletak di Kota Pancor, Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur yang sedang berkunjung pada saat penelitian ini dilakukan. Sedangkan objek penelitian yang diteliti yaitu *café* Meekow yang terkait dengan penerapan *instagramable interior design*.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), Kesimpulan, Penarikan, atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*) dan pengujian validitas atau keabsahan data. Pengujian validitas atau keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi. Terdapat tiga macam triangulasi yang dipergunakan yaitu triangulasi sumber, triangulasi metode dan triangulasi teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan memverifikasi informasi maupun data yang didapatkan dari wawancara dengan informan, selanjutnya data tersebut ditanyakan lagi kepada informan lain yang masih terkait satu sama lain. Sedangkan triangulasi metode adalah suatu cara untuk melakukan pengecekan hasil penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni wawancara, observasi dan dokumentasi serta angket sehingga derajat kepercayaan dapat valid. Kemudian triangulasi teori dilakukan dengan cara mengaitkan hasil penelitian dengan beberapa teori yang relevan dengan hasil penelitian. Peneliti menggunakan semua teknik pengumpulan data untuk memperkuat keabsahan data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian dan pembahasan disajikan data berupa hasil penelitian itu sendiri yang menjelaskan mengenai gambaran lokasi penelitian dan unsur-unsur *interior design*, sementara pada bagian pembahasan menjelaskan tentang keterkaitan antara *instagramable*, instagram dan media sosial lainnya serta penerapan *instagramable interior design* di *café* Meekow.

1. Gambaran Lokasi

Bangunan ini terletak di Jalan TGH Zainuddin Abdul Majid No. 42, Pancor, Kecamatan Selong, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Bangunan *café* ini merupakan salah satu area yang strategis karena berada tidak jauh dari pusat perbelanjaan kebutuhan primer dan sekunder salah satunya Sinar Bahagia (SB) yang menyediakan berbagai jenis sembako, alat elektronik dan lain sebagainya.

Café ini berdiri di atas tanah dengan luas sekitar 17 are atau setara dengan 1700 m² dengan luas setiap ruangan sebagai berikut: luas ruang privat atau area privat kisaran 37 m², luas interior area publik kisaran 280 m², luas *frozen*, *warehouse* dan *stage* kisaran 16 m² masing-masing area, luas kitchen area kisaran 76 m², luas *monitoring room* kisaran 12 m², luas mushola kisaran 6 m², luas toilet kisaran 4 m² serta luas ruang penjaga keamanan (satpam) kisaran 12.25 m².

Café ini terbagi dalam beberapa pembagian area yaitu area publik yang dapat diakses atau ditempati oleh siapa saja baik pengunjung yang datang berkelompok dengan teman maupun keluarga. Area semi publik yang biasanya ditempati oleh pengunjung yang tidak datang berkelompok

dan kursi yang disediakan lebih terbatas, misalnya ruangan lantai dua yang disediakan bagi yang ingin *ngedate* atau *double date* bersama orang terdekat atau ingin menghabiskan waktu dengan sahabat terdekat sembari melihat pemandangan di sekitar. Sementara area privat ini hampir sama dengan area semi publik namun lebih sempit dan kursi yang disediakan hanya untuk 2 orang, tempatnya lebih tertutup sehingga suara yang berasal dari luar tidak terlalu terdengar. Area ini juga biasanya dijadikan tempat rapat namun harus booking tempat terlebih dahulu, untuk area lainnya terdapat tempat parkir, *cashier area*, toilet, mushola, *kitchen area*, *frozen*, *warehouse*, *monitoring room*, *stage*, dan ruang penjaga keamanan (Satpam).

Jenis sirkulasi yang dipergunakan pada *café* Meekow adalah *random circulation*, yaitu pengunjung dapat memilih jalan yang mereka inginkan. Pengunjung bergerak dengan leluasa menuju tempat yang dikehendaki tanpa diberi batasan-batasan dinding pemisah. Hal ini terlihat ketika pengunjung sudah melakukan pemesanan dan pembayaran di area kasir, kemudian pengunjung dibebaskan untuk mencari tempat duduk yang paling nyaman menurut mereka.

2. Analisis Interior *Café* Meekow

Pembahasan mengenai analisis interior pada *café* Meekow ini memberikan informasi tentang semua unsur interior yang ditemukan pada *café* Meekow terkait dengan penggunaan elemen pembentuk ruang, tata kondisi ruang, perabot, warna, elemen estetis ruang serta tata letak atau layout.

a. Elemen Pembentuk Ruang

Elemen pembentuk ruang yang dianalisis pada *café* Meekow ini berkaitan dengan penggunaan lantai, dinding, plafon dan lain sebagainya.

1.) Lantai

Menggunakan lantai semen ekspos yang ditambahkan motif pada bagian tertentu yang ada pada area publik. Penggunaan lantai semen ini dapat meminimalisir pengeluaran dan mudah dirawat. Sementara di bagian lainnya menggunakan lantai semen ekspos tanpa corak, misalnya di area privat dan area kasir serta area *outdoor* nya.

2.) Dinding

Pada area publik, untuk interior *café* menggunakan dinding bata ekspos dengan nuansa merah bata bertekstur kasar. Pada area privat, ruang pengawas keamanan dan lain sebagainya yang terdapat di lantai 1 menggunakan dinding yang diplester dan difinishing dengan menggunakan cat berwarna *white doff*.

3.) Jendela

Jendela besar yang terdapat pada bagian interior area publik yang berhadapan langsung dengan jalan raya sangat berguna agar orang-orang bisa menyaksikan betapa nyamannya atmosfer sebuah *café* dari luar. Pemilihan penggunaan jendela berukuran besar juga dapat memaksimalkan pencahayaan alami yang masuk ke dalam ruangan, sehingga *café* akan tampak lebih hangat dan luas karena adanya pancaran sinar matahari dari luar ruangan. Pengunjung *café* juga dapat menikmati pemandangan di luar ruangan sembari menikmati makanan mereka.

4.) Pintu

Sebagian besar pintu yang dipergunakan pada setiap ruangan adalah pintu kaca. Pintu juga dibiarkan terbuka lebar agar sirkulasi udara bisa masuk ke dalam ruangan karena di *café* ini tidak menggunakan penghawaan buatan.

5.) Plafon

Memiliki plafon atau langit-langit ruangan yang berukuran tinggi dan terbuka di mana rangkanya tampak terlihat jelas. Langit-langitnya difungsikan secara maksimal untuk membuat pembatas di antara lantai dasar dan lantai berikutnya. Plafon dengan bahan spandek dan besi *hollow* ini sangat menarik perhatian meskipun hanya menggunakan warna hitam *doff*. Sementara untuk area privat *warehouse*, *stage* dan yang lainnya dipergunakan plafon gypsum putih.

6.) Bukaannya Ruang

Peletakan bukaan ruang sangat penting untuk mendapatkan pencahayaan alami yang berkualitas sehingga bagian interior dalam sebuah bangunan mendapatkan pencahayaan matahari yang cukup. Di *café* Meekow bukaan yang digunakan berada di dua sisi dinding sehingga dapat mengurangi kontras cahaya karena perbedaan gelap dan terang yang membuat ketidaknyamanan pada mata. Tidak hanya itu, bukaan ruang juga dapat mempengaruhi kelancaran sirkulasi udara di dalam bangunan yang berasal dari ventilasi atau bukaan pada jendela maupun pintu. Setelah melakukan pengamatan lebih lanjut, sirkulasi udara yang ada di *café* Meekow sebagian besar berasal dari pintu masuk dan salah satu sisi ruang yang sebagiannya sengaja dibuka sehingga di bagian lain selain kamar mandi tidak menggunakan ventilasi.

b. Tata Kondisi Ruang

Tata kondisi ruang membahas dan memberikan informasi tentang pencahayaan dan penghawaan yang diterapkan pada *café* Meekow di pagi hingga malam hari. Terdapat dua jenis pencahayaan yang dipergunakan pada *café* ini yaitu pencahayaan alami yang berasal dari sinar matahari dan pencahayaan buatan yang berasal dari penggunaan lampu gantung, *LED* dan *tumblr*. Cahaya matahari (masuk melalui jendela yang berukuran besar), sehingga tidak dibutuhkan penerangan tambahan di waktu-waktu tertentu.

Pada semua ruangan menggunakan penghawaan alami karena mengingat area ruangan yang terbilang cukup terbuka dan luas sehingga sirkulasi udaranya lebih lancar. Udara yang masuk berasal dari pintu yang sengaja dibuka lebar dan ditaruh di beberapa sisi dan dengan ukuran yang berbeda.

Pada umumnya untuk permasalahan akustik di *café* Meekow yaitu sebatas mengurangi kebisingan cukup teratasi karena *café* ini tidak menggunakan ventilasi dan kaca jendela yang besar tidak terbuka karena menyatu dengan dinding. Pemilihan kaca yang berukuran tebal juga akan menghambat perjalanan gelombang suara. Biasanya kaca tebal disebut juga dengan *double glass*. Kaca ini bisa dipasang pada jendela yang langsung berhadapan dengan ruang luar yang bising.

c. Perabot

Secara keseluruhan bentuk perabot yang dipergunakan hanya seputar persegi dan persegi panjang saja, bentuk yang membedakan hanya berasal dari gazebo payung saja. Untuk bahan meja dan kursi yang digunakan pada bagian interiornya adalah perpaduan kayu dan besi. Untuk area eksterior ditemukan meja dan kursi yang terbuat dari cor beton yang ditanam di atas permukaan lantai atau tanah, sehingga tidak bisa digeser. Di beberapa bagian eksteriornya terdapat gazebo yang terbuat dari bahan kain parasol *waterproof* yang dikombinasikan dengan tiang besi sebagai penyangga. Terdapat juga penggunaan replika rumput dan batu koral di beberapa bagian eksteriornya.

d. Warna

Warna yang digunakan adalah warna merah, warna putih, hitam dan warna coklat kayu sebagai pendukung yang berasal dari perabot dan warna kuning merah yang terdapat pada bagian aksesoris penghias dinding di lantai. Berikut ini adalah beberapa sampel warna yang ditemukan di *café* Meekow.

Didapati penggunaan warna hitam dibagian area publik. Warna hitam adalah simbol elemen air. Variasi warna hitam antara lain seperti warna biru dongker, hijau tua, dan abu-abu gelap. Warna hitam dapat dikatakan sebagai lambang warna elemen air karena air sendiri memiliki sifat dasar yang tenang. Warna hitam dapat memberikan kesan tenang dan dalam, sangat baik digunakan sebagai aksesoris pada ruang-ruang eksterior. Sementara penggunaan warna asli dari bata merah yang tanpa melalui proses *finishing*. Warna asli dan tekstur bata yang sengaja diekspos pada bagian *interior café* membuat kesan dingin dan estetik untuk dijadikan latar belakang pada saat berfoto.

e. Elemen Estetis Ruang

Pembahasan mengenai elemen estetis ruang ini akan memberikan informasi seputar elemen

estetis *café* Meekow yang berkaitan dengan penggunaan warna dan hiasan yang menjadi daya tarik pada *café* ini. Area dapur yang terbuka dan berhadapan langsung dengan kursi pengunjung sehingga para karyawan bisa memasak sembari melihat keadaan luar. Area ini juga sejajar dengan peletakan *cashier area* sehingga cashier dan karyawan yang bekerja di bagian dapur lebih mudah berkomunikasi terkait ketersediaan stok makanan yang tersisa.

Warna-warna khas desain industrial seperti warna merah, hitam, coklat dan lain sebagainya tampak dipergunakan di *café* ini. Saat pertama kali datang, tampilan warna merah di bagian dapurnya terlihat mencolok atau kontras, ditambah dengan tekstur sedikit bergelombang di beberapa bagiannya sangat mencuri perhatian pengunjung saat pertama kali datang dan mengantri di kasir. Kemudian pemandangan di bagian interior area publik juga tak kalah menariknya untuk dilihat karena memunculkan warna-warna alami dari bata yang sengaja diekspos dan masih bertekstur kasar dengan perpaduan warna kayu yang khas dari meja dan kursinya serta dimunculkannya warna asli lantai semen ekspos menjadi suatu kolaborasi warna yang sangat menarik dipandang mata terlebih didukung dengan warna lampu yang temaram.

Pada interior lain yang ukurannya lebih kecil juga dibuat sedemikian rupa dengan perpaduan warna putih (*white doff*) dan warna khas kayu jati dan pencahayaan lampu yang mendukung membuat suasananya menjadi lebih berkkelas karena memang dikhususkan untuk pengunjung tertentu. Penggunaan plafon yang berbahan dasar spandek dan dikombinasikan dengan besi *hollow* yang sengaja diekspos dengan menampilkan rangkanya sebagaimana ciri khas dari gaya industrial sehingga membuat tampilan ruangan tersebut menjadi unik dan tidak biasa.

Suasana *café* pada siang hari ketika menggunakan pencahayaan alami yang berasal dari matahari. Pencahayaan alami pada siang hari membuat semua bagian baik itu bentuk maupun tekstur elemen interiornya terlihat jelas saat dijadikan latar belakang ketika berfoto. Namun pada saat malam hari penggunaan pencahayaan buatan yang bersumber dari lampu gantung di bagian interior dapat menciptakan kesan estetik yang nyaman dipandang oleh mata dan menjadi sesuatu yang menarik untuk difoto. Begitu pula dengan bagian interior di area privat, meskipun ruangnya lebih kecil dengan penggunaan lampu LED yang menempel langsung pada dinding tetapi membuat ruangan tersebut tampak memiliki kelas sendiri di antara ruangan atau area lainnya karena memang ruangan tersebut hanya bisa diakses untuk beberapa orang saja dan untuk kepentingan tertentu seperti rapat atau pertemuan dan momen lain yang sifatnya lebih formal.

f. Tata Letak atau *Layout*

Tata letak tidak hanya mempengaruhi kesan sempit dan luasnya suatu ruangan, namun juga berpengaruh terhadap sirkulasi ruang atau arus masuk dan keluarnya pengunjung di *café* Meekow. Di sini, penempatan perabot disesuaikan dengan kebutuhan ruang serta kebutuhan ukuran dan bentuk perabot yang sudah di konsepskan sebelumnya. Namun seringkali didapati pengaturan jarak antar kursi tidak terkontrol dengan baik.

3. Keterkaitan *Instagramable*, Instagram dan Media Sosial Lainnya

Media sosial saat ini dapat dikatakan sebagai sumber informasi tercepat yang menjadi bagian dari kehidupan manusia yang dipercaya dapat membantu untuk mengetahui aktivitas terkini yang ada di luar maupun dalam negeri. Lembaga survei yang berfokus pada layanan wawasan konsumen asal ibu kota, Populix melakukan survei pada 9 Juni 2022 mengenai media sosial. Survei tersebut bertajuk "*Social Media Habit and Internet Safety*". Dalam keterangannya, Populix menyatakan bahwa media sosial tidak hanya mampu memberikan manfaat secara positif, tetapi juga bisa memicu adanya resiko keamanan dan privasi yang bersifat ancaman aktivitas kriminal seperti *stalker*, intimidasi, pencurian identitas, hingga peretasan apabila digunakan secara tidak semestinya.

Dari survei yang dilakukan Populix diperoleh informasi bahwa ada beberapa alasan utama masyarakat mengakses media sosial antara lain: untuk mengisi waktu luang dan melihat informasi

terakhir, menggunakan media sosial untuk tetap terhubung dengan teman dan kolega nya, berjejaring, berbelanja dan mencari pekerjaan, tempat menyebarkan opini nya, tempat berbisnis, mengikuti komunitas dan mencari pasangan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *We Are Social*, terdapat 5 platform media sosial yang paling banyak digunakan orang Indonesia pada tahun 2022 yaitu: *WhatsApp* dengan persentase sebanyak 80 persen dari seluruh pengguna media sosial di Indonesia. Selanjutnya disusul oleh aplikasi *instagram*, *facebook*, *tik tok*, dan *telegram*. Untuk mengetahui sejauh mana manfaat yang ditawarkan berbagai jenis platform yang tersedia di era digital ini, terutama untuk urusan bisnis dan periklanan maka disajikan informasi lebih lanjut mengenai kekurangan dan kelebihan nya agar dapat menjadi perbandingan media sosial seperti apa yang tepat dipergunakan sesuai dengan kebutuhannya. Adapun beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh 5 platform unggulan tersebut yaitu:

Tabel 1 : Kelebihan dan kekurangan media sosial

Media sosial	Kelebihan	Kekurangan
Whatsapp	<ul style="list-style-type: none"> • Sinkronisasi otomatis • Tersedia fitur <i>backup chat</i> dan <i>story</i> untuk promosi • Lebih mudah dikontrol dan lebih aman karena sifatnya yang lebih privasi • Terintegrasi dengan media sosial lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur yang disediakan sangat terbatas • Digemari oleh berbagai jenjang usia termasuk kaum milenial akan tetapi memiliki jangkauan yang lebih terbatas
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan <i>brand awareness</i> • Memiliki banyak fitur gratis • Meningkatkan keterampilan artistik • Terdapat <i>highlight post</i> • Dapat menautkan link, <i>hyperlink</i> akun dan <i>hashtag</i> melalui bio instagram. • Dapat menggunakan IG <i>live</i> serta dapat menggunakan IGTV • Diminati masyarakat dengan berbagai jenjang usia terlebih generasi milenial dan para pebisnis 	<ul style="list-style-type: none"> • Harus diupdate secara berkala • Tidak kompatibel dengan semua sistem operasi • Rawan penipuan
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan <i>brand awareness</i> • Mudah digunakan • Dapat mengupload foto dan dapat 	<ul style="list-style-type: none"> • Fitur yang disediakan tidak seberagam yang dimiliki instagram • Sudah mulai ditinggalkan oleh generasi milenial • Rawan penipuan

	melakukan siaran langsung	
	<ul style="list-style-type: none"> • Wadah bisnis yang potensial 	
Tik tok	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan <i>brand awareness</i> • Memiliki banyak konten menarik yang bersifat produktif • Mudah digunakan • Sebagai media informasi dan hiburan • Disediakan beragam filter • Ada banyak diskon atau promosi yang diberikan ketika berbelanja pada live tik tok • Populer di kalangan Gen Y dan Gen Z 	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah terkena banned • Berfokus pada postingan video hiburan • Kurang populer di kalangan orang dewasa
Telegram	<ul style="list-style-type: none"> • Mudah digunakan • Mampu mengirim <i>file</i> berukuran besar • Tampungannya jumlah orang dalam grup lebih banyak dari <i>Whatsapp</i> • Memiliki sarana hiburan 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak memiliki fitur story seperti <i>Whatsapp</i> • Kurang cocok untuk dijadikan tempat promosi • Jangkauan lebih sempit

Berdasarkan banyaknya keunggulan yang dimiliki, bisa dikatakan saat ini instagram adalah media sosial yang paling fleksibel, mudah digunakan dan memiliki keunggulan yang memang dapat menjadi daya tarik tersendiri sehingga dapat diminati oleh kaum milenial. Informasi yang beredar di instagram juga lebih mudah didapatkan baik dalam bentuk postingan foto maupun video. Postingannya juga disajikan dengan lebih menarik dengan memanfaatkan banyaknya fitur gratis yang bisa diakses kapan saja.

Belakangan ini juga sering dipergunakan istilah *instagramable* pada sesuatu yang dianggap kekinian atau sedang tren baik itu yang berkaitan dengan suatu tempat seperti tempat wisata, *café* dan lain sebagainya. Pada dasarnya, istilah *instagramable* sendiri merupakan teknik marketing yang diciptakan sejalan dengan meningkatnya peluang yang dapat dipergunakan dari aplikasi tersebut.

Apalagi untuk saat ini instagram dapat terhubung dengan layanan berbagai situs jejaring sosial. Oleh sebab itu, bisa dikatakan bahwa instagram dan *instagramable* adalah dua hal yang saling berkaitan satu sama lain, karena melalui instagram kita dapat mengetahui tentang apa saja yang sedang tren dengan melihat berbagai macam postingan foto maupun video pendek yang beredar dan diperbincangkan sebagai sesuatu yang *instagramable* yang nantinya dapat dijadikan sebuah celah untuk mempromosikan suatu. Karena itu, hingga saat ini hanya ada istilah *instagramable* dan tidak ditemukan adanya istilah lain seperti: *watshappable*, *facebookable* atau istilah serupa pada media sosial lainnya karena mengingat adanya kecenderungan masyarakat yang lebih berfokus dan berpatokan

atau mengikuti hal-hal baru yang sedang *booming* di instagram agar tidak dianggap ketinggalan zaman.

Pada kenyataannya para pebisnis juga menggunakan instagram untuk menggali informasi seputar *interior design café* seperti apa yang sedang diminati saat ini, sehingga nantinya *interior design café* yang mereka gunakan dapat dikatakan sebagai desain yang *instagramable* oleh masyarakat dan lebih mudah dikenal. Penggunaan desain yang *instagramable* juga dapat memunculkan keinginan untuk berkunjung di *café* tersebut dan menjadikannya latar belakang berfoto untuk di upload pada media sosial mereka yang sekaligus bisa menjadi wadah promosi gratis untuk tempat tersebut. Dengan adanya keunggulan seperti ini, banyak juga para pengusaha yang memanfaatkan instagram sebagai alat untuk menunjang bisnis mereka agar dapat lebih dikenal dan hal ini juga diberlakukan di *café* Meekow.

4. Penerapan Unsur-Unsur Interior Design di Café Meekow

Ada beberapa hal yang dikaji untuk memperoleh informasi mengenai penerapan unsur interior design sekaligus untuk mengetahui tingkat kenyamanan dan ketertarikan pengunjung pada *café* Meekow. Unsur interior design yaitu meliputi elemen pembentuk ruang, perabot, elemen estetis ruang, warna, dan tata kondisi ruang serta penerapan unsur tata letak atau *layout*. (<https://www.pinhome.id>, diakses tanggal 09 Juli 2022 pukul 08.11).

Berdasarkan hasil wawancara, angket dan observasi yang dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar ketertarikan dan kenyamanan pengunjung terkait dengan pemilihan elemen interior *café* diperoleh informasi bahwa, menurut informan bernama Bapak Aprian Jauhari selaku *staff* yang ditunjuk sebagai perwakilan di *café* Meekow menyatakan bahwa:

Menurut *staff café* yang dijadikan narasumber, kemungkinan para pengunjung merasa tertarik dengan elemen pembentuk ruang yang sudah disebutkan tadi terutama pada bagian dindingnya, hal ini terlihat dari beberapa postingan pengunjung yang menandai instagram *café* Meekow dengan adanya dokumentasi foto yang menjadikan dinding *café* sebagai latar belakang fotonya. Pendapat ini juga sejalan dengan hasil angket yang menunjukkan bahwa 97 tertarik dengan pemilihan elemen pembentuk ruang seperti lantai, dinding dan lain sebagainya yang dipergunakan di *café* Meekow dan 3 orang lainnya menyatakan tidak tertarik dengan pemilihan elemen pembentuk ruang seperti lantai, dinding dan lain sebagainya yang dipergunakan di *café* Meekow.

Hal ini juga dilihat langsung oleh peneliti pada saat melakukan observasi, dengan dipergunakannya lantai semen ekspos membuat kesan kotor pada lantai menjadi sedikit berkurang dan lebih mudah dibersihkan sehingga tidak mengganggu pandangan. Jika dilihat, penggunaan bata ekspos bertekstur kasar pada dinding tidak hanya terlihat unik dan menarik namun dari segi fungsionalnya juga dapat mengatasi pantulan cahaya yang berlebih di siang hari dan penggunaan dinding yang bertekstur halus di bagian ruangan yang lebih kecil (area privat) dapat membantu penyebaran cahaya secara maksimal, baik itu di siang maupun di malam hari. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari (idea.grid.id diakses tanggal 9 September 2022) yang mengatakan bahwa permukaan dinding yang licin atau halus akan memantulkan cahaya dengan baik. Sedangkan dinding yang bertekstur kasar justru akan menyerap cahaya yang datang.

Hal seperti ini dapat dipergunakan untuk mengatasi kekurangan ruang yang ada. Misalnya di ruang yang cahayanya sedikit, dinding yang bertekstur licin akan membantu menebarkan cahaya lebih luas. Sementara itu, penggunaan plafon atau langit-langit ruangan yang berukuran tinggi dan terbuka di mana rangkanya terlihat tampak jelas menciptakan kesan unik dan menarik perhatian ketika berada di *café* Meekow. Bukaan yang digunakan berada di dua sisi dinding sehingga dapat mengurangi kontras cahaya karena perbedaan gelap dan terang yang membuat ketidak nyaman pada mata.

Menurut staff *café* yang dijadikan narasumber, sebagian besar pengunjung nyaman dengan pencahayaan dan penghawaan serta akustik di bagian interior *café* Meekow, hanya saja di beberapa area tertentu terkadang di siang hari terpapar cahaya matahari dan tidak ditempati oleh pengunjung dan meskipun letak *café* ini di pinggir jalan tidak terlalu masalah dengan suara kendaraan karena tertutupi dengan suara musik yang diputarkan. Pendapat ini juga sejalan dengan hasil angket yang menunjukkan bahwa 78 orang dari 100 responden menyatakan nyaman dengan pencahayaan dan penghawaan di *café* Meekow dan 22 lainnya menyatakan kurang nyaman dengan pencahayaan dan penghawaannya.

Hal ini juga dilihat langsung oleh peneliti pada saat melakukan observasi, di beberapa bagian memang terkena paparan sinar matahari pada saat matahari sedang bersinar terik di siang hingga menjelang sore hari. Pada malam hari digunakan lampu gantung di bagian ruangan yang luas dengan pancaran sinar yang lebih condong ke warna kuning dan penggunaan lampu yang menempel pada plafon di bagian ruangan yang lebih kecil dengan warna cahaya yang condong ke warna putih. Penggunaan warna dan tipe lampu yang disesuaikan dengan kebutuhan penyorotan di setiap ruang ini juga seringkali dipergunakan untuk kebutuhan berfoto. Hal ini sesuai dengan, pemaparan Ni Nyoman Sri Rahayu (2015: 4) yang mengatakan bahwa cahaya kuning dan warna-warna hangat membuat ruangan terasa nyaman. Cahaya putih juga bisa dikatakan mampu menciptakan kesan ruang yang terlihat lebih luas dan terbuka. Kombinasi warna-warna seperti ini dapat memberikan efek ruang terlihat lebih lapang dan nyaman. Permainan cahaya bisa mempengaruhi kesan indah dan luas pada suatu ruangan.

Berhubungan dengan suara, selama melakukan penelitian tidak ditemukan sumber suara yang membuat peneliti merasa sangat terganggu karena pihak *café* juga mengakali suara yang ditimbulkan dari kendaraan yang beraktivitas dengan cara memutar lagu. Hal ini sesuai dengan pendapat Ma'ruf (2005 : 208) yang mengatakan suara dan musik, menurut volume, *pitch*, *temp* berpengaruh pada suasana hati (*mood*). Musik yang lembut membuat pengunjung suatu gerai menjadi lebih santai dibandingkan dengan musik dengan hentakan yang keras.

Menurut staff *café* yang dijadikan narasumber, sejauh ini pengunjung masih tertarik dengan penggunaan perabot di Meekow karena terlihat khas atau berbeda dengan *café* yang lainnya, pengunjung juga banyak yang menampilkan perabotan di sini pada foto yang mereka unggah dan banyak dari masyarakat yang dapat dengan mudah mengenali tempat ini. Pendapat ini juga sejalan dengan hasil angket yang menunjukkan bahwa 89 orang dari 100 responden menyatakan tertarik dengan pemilihan perabot sementara 11 orang lainnya merasa tidak tertarik dengan pemilihan perabot yang ada di *café* Meekow.

Hal ini juga dilihat langsung oleh peneliti pada saat melakukan observasi. Secara keseluruhan bentuk perabot yang dipergunakan hanya seputar persegi dan persegi panjang saja, bentuk yang membedakan hanya berasal dari gazebo payung saja. Namun mungkin karena penggunaan perabot yang ada di *café* ini berbeda dengan *café* lainnya yang ada di Kecamatan Selong dapat menjadi identitas tersendiri di *café* ini.

Jika dilihat selama kegiatan observasi berlangsung, penggunaan warna pada meja dan kursi yang menampilkan warna asli kayu dan sedikit mengkilap sehingga berkesan halus. Terbuat dari kayu jati yang di padukan dengan besi kotak berukuran 4 cm×4 cm dan dilapisi dengan plitur atau politur *impra*. Sejalan dengan itu, dalam buku karangan (Bambang Irawan dan Priscilla Tamara : 2013) dikatakan bahwa keberadaan tekstur pada bentuk dapat memengaruhi kualitas permukaan benda, peradaban, dan refleksi dari cahaya. Hal-hal yang dapat dipengaruhi oleh warna salah satunya adalah kesan kasar halus nya permukaan yang dimiliki suatu benda. Misalnya benda yang warnanya tampak mengkilat memiliki kesan permukaan halus. Sebaliknya, bila tidak mengkilat atau kusam warnanya maka permukaan benda tersebut berkesan kasar. Dan karena hal inilah yang menjadikan perabotan

di Meekow memiliki kelas tersendiri di kalangan pengunjung.

Menurut staff *café* yang dijadikan narasumber, sebagian besar pengunjung tidak mempermasalahakan hiasan ruangnya karena tidak banyak yang dipergunakan. Hanya ada aksent-aksent garis di beberapa bagian dan hiasan lampu gantung yang dapat menambah kesan unik dalam ruangan. Pendapat ini juga sejalan dengan hasil angket yang menunjukkan bahwa 76 orang dari 100 responden menyatakan tertarik dengan hiasan ruang yang dipergunakan sedangkan 24 orang lainnya merasa tidak tertarik dengan hiasan ruang yang dipergunakan. Hal ini juga dilihat langsung oleh peneliti pada saat melakukan observasi, memang tidak dipergunakan banyak hiasan pada setiap ruang. Bahkan di salah satu ruang tidak ditemukan hiasan apapun, dan mungkin bagi beberapa pengunjung hal itu kurang menarik untuk dilihat. Hal ini berkaitan dengan pemaparan Sekar jati Ningrum (1) yang mengatakan bahwa pendekatan secara estetis ini sangat penting karena pada dasarnya proses pemahaman terhadap ruang atau kontak pertama manusia dengan ruang sekitarnya adalah melalui pengalaman visual.

Menurut staff *café* yang dijadikan narasumber, sebagian besar pengunjung tertarik dengan perpaduan warna yang dipergunakan di *café* (karena tidak ada warna yang terlihat norak atau tidak cocok untuk dipadukan) kalau seandainya tidak menarik pengunjung tidak akan tertarik dan terus berdatangan ke sini hanya untuk berfoto sambil menikmati makanannya. Pendapat ini juga sejalan dengan hasil angket yang menunjukkan bahwa 99 orang dari 100 responden menyatakan tertarik dengan perpaduan warna yang dipergunakan dan 1 orang lainnya merasa tidak tertarik dengan perpaduan warna yang dipergunakan. Hal ini juga dilihat langsung oleh peneliti pada saat melakukan observasi. Tidak ditemukan kombinasi warna yang kurang serasi, dan warna-warna yang dipergunakan pun sudah sesuai dengan ciri khas gaya desain industrial. Jadi apabila ada responden yang kurang menyukai perpaduan warnanya, kemungkinan karena memiliki selera yang berbeda. Menurut (Andie A. Wicaksono, dan Endah Tisnawati : 2014) dikatakan bahwa warna berpengaruh terhadap keberadaan sebuah ruangan secara psikologis. Seorang perancang atau desainer interior dapat mengolah pewarnaan ruangan untuk menghasilkan kesan tertentu sesuai dengan yang dikehendakinya. Hal ini terlihat dari penggunaan warna merah pada bagian dapurnya yang menurut psikologi warna, penggunaan warna merah dapat meningkatkan selera makan.

Kemungkinan pengunjung merasa nyaman dengan tata letak yang ada di *café* karena untuk tata letak misalnya, meja atau kursi juga akan disesuaikan dengan kebutuhan saat itu. Pendapat ini juga sejalan dengan hasil angket yang menunjukkan bahwa 88 orang dari 100 responden menyatakan nyaman dengan tata letak yang diterapkan pada *café* Meekow dan 12 orang lainnya tidak nyaman dengan tata letak yang diterapkan. Hal ini juga dilihat langsung oleh peneliti pada saat melakukan observasi, terlihat bahwa jarak antara kursi yang satu dengan yang lain terkesan terlalu dekat sedangkan di beberapa bagian masih banyak ruang kosong jadi pemanfaatan ruang belum optimal. Pada saat pengunjung yang datang meningkat secara drastis, ada penambahan kursi di beberapa area yang membuat area tersebut terlihat penuh dan hanya memiliki sedikit sekali jarak. Menurut Zulkifli Harahap (2021 : 30-31) dalam beberapa aturan desain teknik, ruang sirkulasi sebuah restoran tersedia setidaknya 20% dari luasan total ruangan yang terpakai untuk makan. Jika ruangan utama restoran yang terpakai untuk makan adalah 120 m², maka setidaknya 24 m² harus disediakan untuk pergerakan orang. Sirkulasi ruang pada restoran sudah dimulai dari pintu masuk. Setidaknya harus tersedia 1,5 m hingga 2 m ruang sirkulasi yang bebas tanpa kursi dan meja atau perabotan lainnya dari arah pintu menuju meja pemesanan.

5. Penerapan Konsep *Instagramable Interior Design* di *Café Meekow*

Penerapan unsur *instagramable* ini sendiri terdapat 3 hal yang akan di analisis atau dikaitkan dengan unsur interior *café* untuk mendapatkan kesimpulan sejauh mana penerapan *instagramable interior design* di *café* Meekow. Berdasarkan teori yang dijadikan acuan oleh peneliti yang bersumber

dari theverge.com, ada 3 unsur desain yang *instagramable* yaitu:

a. Kitschy

Kata *kitschy* dalam desain bisa diartikan sebagai sesuatu yang unik meski agak aneh, vulgar, provokatif, berlebihan tetapi disengaja untuk menarik perhatian. Menurut staff *café* yang dijadikan narasumber, menyatakan bahwa kemungkinan para pengunjung merasa tertarik pada bagian dindingnya, hal ini terlihat dari beberapa postingan pengunjung yang menandai instagram *café* Meekow dengan adanya dokumentasi foto yang menjadikan dinding *café* sebagai latar belakang fotonya.

Berdasarkan dari hasil pengamatan, peneliti memang menemukan adanya beberapa desain unik yang terlihat sedikit aneh atau berbeda dari desain yang lain yaitu pada penggunaan plafon yang berbahan dasar spandek dan dikombinasikan dengan besi *hollow* yang sengaja diekspos dengan menampilkan rangkanya sebagaimana ciri khas dari gaya industrial sehingga membuat tampilan ruangan tersebut menjadi unik dan tidak biasa. Tekstur dinding bata yang sengaja diekspos dan penggunaan lampu gantung di beberapa bagian pada plafon juga menjadi keunikan tersendiri pada *café* ini.

b. Colorful

Colorful ini sendiri dapat diartikan sebagai sesuatu yang penuh warna atau memiliki banyak warna, berwarna warni atau warna warni. Menurut *staff café* yang dijadikan narasumber, sebagian besar pengunjung tertarik dengan perpaduan warna yang dipergunakan di *café*.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti ditemukan adanya beberapa warna yang digunakan pada *café* Meekow seperti penggunaan warna merah di bagian dapurnya yang sangat mencolok atau kontras dengan tekstur sedikit bergelombang di beberapa bagiannya sehingga dapat mencuri perhatian pengunjung. Pada bagian interior area publik dipergunakan perpaduan warna hitam (*black doff*) dan didominasi warna bata merah yang diekspos, kemudian ditambahkan warna kayu yang khas dari meja dan kursinya yang sengaja dimunculkan dan digunakan warna asli lantai semen ekspos yang menjadi suatu kolaborasi warna yang sangat menarik dipandang mata. Pada area interior lain yang ukurannya lebih kecil juga dibuat sedemikian rupa dengan perpaduan warna putih (*white doff*) dan warna khas kayu jati dengan pencahayaan lampu yang mendukung membuat suasananya menjadi lebih berkelas.

c. Irresistible to photographers atau menarik bagi fotografer

Pada dasarnya tempat yang *instagramable* selain mempunyai 2 unsur tersebut juga harus menarik atau layak dijadikan tempat berfoto bagi para pengunjung atau fotografer. Jadi kedua unsur sebelumnya haruslah perlu dipertimbangkan dengan memilih konsep gaya desain tertentu.

Berdasarkan kesimpulan dari pernyataan hasil wawancara yang dilakukan dengan *staff café* diperoleh informasi bahwa sebagian besar unsur-unsur interior design yang dipergunakan di *café* Meekow menarik untuk dijadikan tempat berfoto. Hal ini sejalan dengan hasil temuan yang didapatkan oleh peneliti selama melakukan pengamatan. Terdapat beberapa objek yang menarik untuk dijadikan tempat berfoto seperti pintu dan jendela kaca berukuran besar yang seringkali dipergunakan sebagai latar belakang berfoto oleh para pengunjung yang kemudian dibagikan di instagramnya. Contoh lainnya adalah penggunaan beberapa lampu gantung yang seringkali sengaja ditampilkan oleh para pengunjung pada saat mengabadikan momen di *café* Meekow, baik itu pada malam ataupun siang hari karena merupakan salah satu ciri khas di *café* tersebut yang membedakannya dengan *café* yang lain.

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa *café* Meekow menerapkan interior design yang *instagramable* karena telah memenuhi ketiga unsur desain *instagramable*. Berkaitan dengan hasil analisis tersebut, dari hasil angket juga diperoleh informasi bahwa dari 100 responden terdapat 98 orang menyatakan bahwa mereka setuju jika *café* Meekow dikatakan sebagai *café* yang

instagramable dan 2 orang lainnya menyatakan tidak setuju jika *café* Meekow dikatakan sebagai *café* yang *instagramable*.

Penerapan *instagramable interior design* di *café* Meekow secara tidak langsung akan mempengaruhi keinginan pelanggan untuk datang berkunjung. Berdasarkan hasil dari penyebaran angket diperoleh informasi bahwa dari 100 responden terdapat 34 orang yang menyatakan bahwa ini pertama kalinya mereka mengunjungi *café* Meekow dan 66 orang lainnya menyatakan ini bukan pertama kalinya mereka mengunjungi *café* Meekow. Sementara itu, dari 100 responden terdapat 74 orang yang menyatakan bahwa mereka pelanggan tetap *café* Meekow dan 26 orang lainnya menyatakan bahwa mereka bukan pelanggan tetap *café* Meekow. Dari 100 responden terdapat 64 orang yang menyatakan bahwa mereka mengetahui *café* Meekow dari media sosial seperti instagram atau sejenisnya dan 36 orang lainnya menyatakan bukan melalui media sosial seperti instagram atau sejenisnya mereka mengetahui *café* Meekow.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dianalisis dengan teori yang relevan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan platform instagram oleh *café* Meekow dalam strategi pemasarannya dirasa cukup efektif mengingat jumlah pengguna instagram yang ada di Lombok semakin meningkat. Keefektifan penggunaan instagram ini terlihat dari banyaknya pengunjung yang memilih *café* Meekow sebagai tempat untuk menghabiskan waktu luang mereka serta dianggap memiliki desain yang lebih kekinian dibanding *café* lain dan layak dijadikan sebagai background foto untuk dibagikan pada instagram mereka sehingga sering diistilahkan sebagai *café* yang *instagramable*.
2. *Instagramable* merupakan istilah yang belakangan ini dipergunakan para pengguna instagram untuk menyebutkan suatu hal yang sedang eksis di instagram baik itu yang berkaitan dengan tempat wisata, gaya desain dan lain sebagainya yang memang layak dibagikan di instagram. Desain *instagramable* sendiri merupakan salah satu konsep desain yang dinamis karena dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman. Artinya, konsep desain yang *instagramable* tidak berpatokan pada satu jenis desain saja dan bersifat *universal*.
3. Penerapan konsep desain *instagramable* dengan pemilihan gaya tertentu tidak hanya membuat penataan desain di suatu ruang lebih terkonsep namun juga lebih berkelas dan kekinian sehingga dapat menarik minat pengunjung karena desainnya memiliki daya tarik yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, Ansyahrudin. 2015. Analisis Desein Interior Perpustakaan Sebagai Sarana Edukasi Pada Perpustakaan Masjid Al-Markaz Al-Islami Makassar. Skripsi. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Goodstats. 2022. Apa Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial?.<https://goodstats.id/article/apa-alasan-utama-masyarakat-indonesia-menggunakan-media-sosial-nxvod>, diakses tanggal 07 November pukul 14.12.
- Goodstats. 2022. Daftar Media sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2022. <https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>, diakses tanggal 07 November pukul 15.00.

- Idea Grid. Manfaatkan Tekstur pada Dinding untuk Ciptakan Empat Hal Ini. <https://idea.grid.id/read/092312284/manfaatkan-tekstur-pada-dinding-untuk-ciptakan-empat-hal-ini?page=all>. diakses tanggal 9 September 2022.
- Irawan, Bambang dan Priscilla Tamara. 2013. Dasar-Dasar Desain Untuk Arsitektur, Seni Rupa, Desain Produk Industri Dan Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Griya Kreasi.
- Meisight. 2020. What does “Instagrammable” mean?. <https://Meisight.com/what-does-Instagrammable-mean/>, diakses tanggal 6 September 2022
- Ningrum, Sekar Jati. Elemen Estetis Pada Ruang Arsitektur (Ruang Luar dan Ruang Dalam).<http://lib.ui.ac.id/opac/themes/green/detail.jsp?id=20245788&lokasi=1> okal diakses tanggal 13 Mei pukul 22.41.
- Pinhome. Apa Itu Industrial?. <https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/industrial/> diakses tanggal 09 Juli 2022 pukul 08.11.
- Rahayu, Ni Nyoman Sri . 2015. Menata Ruang Sempit Agar Terlihat Lebih Luas. Jurnal Desain Interior Vol. II No. 1. <https://www.icreate.id>, diakses tanggal 23 Mei 2022 pukul 18.54.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Pinhome. Apa Itu Industrial?. <https://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti/industrial/> diakses tanggal 09 Juli 2022 pukul 08.11.
- Wicaksono, Andie A. dan Endah Tisnawati. 2014. Teori Interior. Cibubur, Jakarta Timur:Griya Kreasi (Penebar Swadaya Grup).
- Zulkifli, Harahap dkk. 2021. Bisnis Resto Minim Risiko. Malang: Inteligencia Media.