

MUSEUM YANG INSTAGRAMABLE: Tinjauan Desain Interior yang Menjadi Tempat Favorit untuk Berfoto pada Museum De Tjolomadoe, Karanganyar

Article History:

First draft received:
31 Juli 2021

Revised:
19 Januari 2022

Accepted:
30 Januari 2022

First online:
1 Februari 2022

Final proof received:
Print:
5 Februari 2022

Online
5 Februari 2022

Jurnal Arsitektur ZONASI
is indexed and listed in
several databases:

SINTA 4 (Arjuna)
GARUDA (Garda Rujukan Digital)
Google Scholar
Dimensions
oneSearch
BASE

Member:
Crossref
RJI
APTARI
FJA (Forum Jurna Arsitektur)
IAI
AJPKM

Yemima Nathania Santoso¹
Sidhi Pramudito²

^{1,2} Departemen Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Indonesia
Jl. Babarsari No. 44 Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta
Email: yemimans13@gmail.com
sidhi.pramudito@uajy.ac.id

Abstract: *Instagram is a social media application that is very popular in this digital era. every photo or video that has been uploaded by the owner can describe what the account owner feels or experiences. From the photo or video hat have been uploaded, sometimes it can also be known what an individual or community is interested in at a certain time, which is often called something "instagramable". One of the things that often receive the term "instagramable" is architectural design, especially the interior design of a building.. Currently, many buildings are designed or renovated (especially interior design) to attract public interest, one of which is a museum. The De Tjolomadoe Museum in Karanganyar is used as the object of research because there are good ratings in several electronic media. In addition, this museum is unique because it is designed with an adaptive reuse approach. This research is a qualitative research with a grounded theory approach. The data collected is visual data (photos) that have been recorded on the upload of the Instagram application with the hash tag de tjolomadoe. The analysis was carried out by describing the visual data using the theory of interior design elements, which can then be found keywords in each interior design element. The results show that the combination of the "old-new" interior design concept is an attraction for visitors or can be said to be an "instagramable" museum. At the De Tjolomadoe Museum, the picture of an "instagramable" museum can be seen through the combination of the interior design of the existing sugar factory (floor, ceiling elements, space attributes) packaged with new interior elements (in the form of the use of colors, materials, and space facilities). This "old-new" interior design concept, apart from providing an attraction for visitors to take pictures, can also be an educational medium that supports aspects of the functionality of a museum. The findings of this study are expected to be an alternative interior design concept that can be considered for designing museums in the future that can attract public interest to visit.*

Keywords: *Museum; Instagramable; Interior Design; Interested in taking pictures*

Abstrak: Aplikasi Instagram merupakan aplikasi sosial media yang cukup populer di era digital ini. Unggahan foto atau video di aplikasi ini tak lain merupakan ungkapan/ekspresi sang pemilik akun. Dari unggahan foto atau video tersebut, terkadang dapat pula diketahui apa yang sedang diminati individu atau komunitas pada masa tertentu, dimana sering disebut sesuatu yang "instagramable". Satu hal yang seringkali mendapat istilah "instagramable" adalah desain arsitektur, khususnya desain interior suatu bangunan. Saat ini, banyak bangunan yang didesain atau direnovasi (khususnya desain interior) agar dapat menarik minat atau perhatian masyarakat untuk berkunjung, salah satunya museum. Museum De Tjolomadoe yang berada di Karanganyar dijadikan objek penelitian karena terdapat penilaian yang baik di beberapa media elektronik. Selain itu, museum ini memiliki keunikan karena dirancang dengan pendekatan *adaptive reuse*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*. Data yang dikumpulkan berupa data visual (foto) yang terekam pada unggahan aplikasi Instagram dengan tanda pagar De Tjolomadoe. Analisis dilakukan dengan mendeskripsikan data visual menggunakan teori elemen desain interior, yang kemudian dapat ditemukan kata kunci pada masing-masing elemen desain interior. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi konsep desain interior "lama-baru" menjadi

daya tarik bagi pengunjung atau dapat dikatakan sebagai museum yang “*instagramable*”. Pada Museum *De Tjolomadoe*, gambaran mengenai museum yang “*instagramable*” dapat terlihat melalui perpaduan desain interior pabrik gula eksisting (elemen lantai, plafond, atribut ruang) yang dikemas dengan elemen interior baru (berupa penggunaan warna, material, dan fasilitas ruang). Konsep desain interior “lama-baru” ini selain memberi daya tarik bagi pengunjung untuk berfoto, sekaligus dapat menjadi media edukasi yang mendukung aspek fungsionalitas sebuah museum. Temuan penelitian ini, diharapkan dapat menjadi alternatif konsep desain interior yang dapat dipertimbangkan untuk merancang museum di masa yang akan datang yang dapat menarik minat masyarakat untuk berkunjung.

Kata Kunci: Museum; *Instagramable*; Desain Interior; Minat Berfoto

1. Pendahuluan

Museum Indonesia adalah lembaga museum yang didirikan di Indonesia atau di luar Indonesia yang koleksinya bernapaskan kebudayaan Indonesia, bercita rasa Indonesia, dan mengungkapkan perkembangan atau khasanah kebudayaan Indonesia (Tjahjopurnomo et al., 2011). Museum *De Tjolomadoe* merupakan salah satu museum dan destinasi wisata khas lokal di daerah Karanganyar. Museum *De tjolomadoe* pada awalnya merupakan bangunan Pabrik Gula (PG) Colomadu yang telah berhenti beroperasi (Pitaloka & Yusran, 2019). Setelah berhenti beroperasi, bangunan ini menjadi tidak terawat tanpa fungsi yang berarti. Melihat peran dan statusnya sebagai bangunan cagar budaya, maka pemerintah melakukan revitalisasi bangunan tersebut untuk menjadi destinasi wisata pusat kebudayaan dan museum (Satwikasari, 2020). Proses revitalisasi tersebut tetap berpegang pada kaidah cagar budaya serta tetap mempertahankan bentuk aslinya (Surakarta, 2019). Beberapa elemen pabrik gula pun juga dipertahankan agar suasana tempo dulu dapat dirasakan pengunjung, seperti dengan tidak dihilangkannya mesin-mesin produksi gula.

Melalui pendekatan desain *adaptive reuse*, museum ini 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. Melalui respon yang diberikan oleh masyarakat, Museum *De Tjolomadoe* mendapatkan nilai 4.5 bintang di media *google*, terdapat lebih dari 24.500 foto yang diunggah di media sosial *instagram* dengan #*detjolomadoe*, dan lebih dari 1.000 foto yang diunggah melalui media *facebook* dengan nama *De Tjolomadoe*. Banyak masyarakat yang memberikan ulasan bahwa museum ini memiliki tempat yang bagus untuk difoto ataupun menjadi latar belakang foto.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi gambar foto maupun video secara *online* ke sosial media. Dengan aplikasi ini, pengguna dapat mencari konten pengguna lain dengan menggunakan fitur *hashtag* maupun lokasi, menyukai, mengomentari, dan berbagi konten (Wikipedia, 2021). Mengutip dari Kotler, dijelaskan bahwa media sosial memiliki peran yang efektif untuk memasarkan suatu produk atau jasanya. Selain sebagai sarana eksistensi diri (Putra et al., 2019), media sosial berguna untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap *image* produk yang berdampak pada peningkatan penjualan (Kotler, 1997) (Zein & Rachim, 2018) (Kirana & Pamungkas, 2020). Unggahan foto pada *instagram* oleh pengunjung memiliki efek yang besar bagi obyek yang difoto, yakni obyek semakin mudah dikenal ke lingkungan masyarakat yang lebih luas. Dampak dari hal tersebut, para pemilik obyek berlomba-lomba untuk menciptakan suatu tatanan yang indah dan fotogenic yang akan membuat pengunjung untuk tertarik berfoto pada tempat tersebut (Zappavigna, 2016) (Khairani et al., 2018) (Rahardjo, 2018). Pemilik juga kemudian berusaha mempercantik tatanan pada fasilitas yang dimilikinya agar pengunjung tertarik datang dan berfoto (Rahardjo, 2018) (Haristianti et al., 2021).

Pada era digital saat ini, penggunaan *instagram* sangat berpengaruh di kalangan masyarakat karena terdapat lebih dari 62,9 juta masyarakat Indonesia yang menjadi pengguna aplikasi ini pada tahun 2020 (Iman, 2020). Karena sangat populer terciptalah istilah baru yang disebut “*instagramable*”, yaitu unggahan yang pantas/layak dibagikan ke sosial media khususnya *instagram*. Istilah “*instagramable*” erat kaitannya dengan suatu hal yang unik, terbaru, kekinian, dan hits/ terkenal sehingga banyak dijadikan kata kunci untuk mencari sesuatu yang baru dan menarik (Baimbach, 2019). Kata *instagramable* sendiri menurut *urban dictionary* berarti *worth putting into Instagram, something or person that look great on the photo* (Triana, 2020). Beberapa kajian menyebutkan terdapat beberapa indikator yang sesuai dengan kata *instagramable*, yaitu pemilihan unsur pembentuk ruang, unsur pencahayaan alami dan buatan, elemen dekoratif yang tidak berlebihan, serta memberikan pengalaman baru dan kreatif (Yupardhi & Noorwatha, 2019).

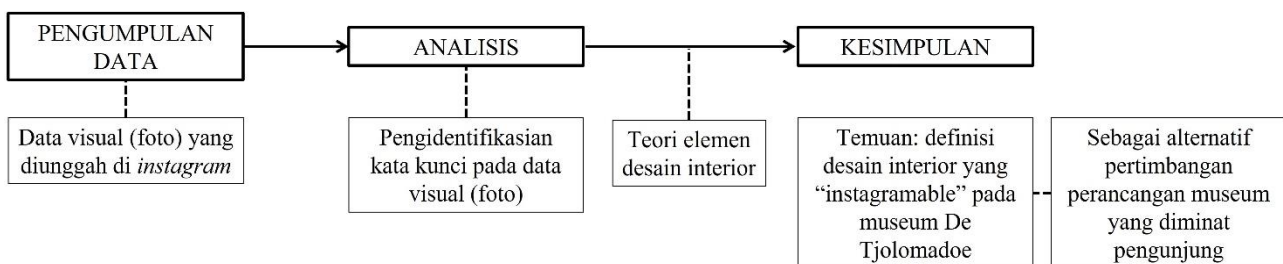
Seiring dengan perkembangan teknologi dan juga munculnya istilah “*instagramable*”, media sosial menjadi salah satu media promosi yang sangat kuat dan memberi banyak pengaruh bagi penggunaannya. Selain itu juga dapat digunakan sebagai sumber referensi desain obyek seperti apa yang sedang banyak digemari dan diminati oleh masyarakat pada masa tertentu. Menurut teori *User Centered Design* (UCD), pengguna merupakan pusat utama dari perancangan sebuah produk, aplikasi, maupun pengalaman. Dengan menggunakan UCD memungkinkan terciptanya sebuah desain untuk lebih mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna sehingga dapat dihasilkan desain yang menarik bagi pengguna (*user friendly*) (Zein & Rachim, 2018).

Salah satu desain obyek tersebut adalah interior bangunan, dimana desain interior memiliki daya tarik visual yang dapat memberikan suasana bagi penggunanya. Sebuah bangunan juga dapat dikatakan sebagai tempat yang “*instagramable*” karena memiliki desain interior yang secara visual menarik untuk dilihat dari berbagai sudut pandang dan tampak bagus dari segala macam aspek saat difoto oleh pengunjung. Interior dengan karakter atau tema yang unik dapat memberi pengalaman tersendiri bagi konsumen. Desain interior yang unik dan bertema juga dapat berperan dalam mengenalkan suatu *brand* kepada masyarakat (Susanti et al., 2021).

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diketahui preferensi/minat masyarakat terhadap desain interior suatu bangunan, khususnya tipologi museum. Minat masyarakat menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam pembangunan sebuah rancangan, dalam hal ini sebuah tempat wisata baru. Selain itu melalui penelitian ini juga diharapkan dapat diketahui elemen pembentuk desain interior yang dianggap sesuai dengan kriteria “*instagramable*” yang memiliki dampak besar terhadap kegiatan dan minat masyarakat. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai dasar awal atau acuan dalam perancangan suatu tempat wisata baru khususnya tipologi museum, agar sesuai dengan aspek-aspek yang diminati oleh masyarakat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan *grounded theory*. Penelitian ini dilakukan untuk menyusun sebuah kesimpulan yang berkaitan dengan proses, kegiatan antara manusia dengan lingkungan fisiknya berdasarkan tinjauan sudut pandang/preferensi manusia. Sesuai dengan tujuan penelitian ini, peneliti mencoba mengumpulkan data melalui unggahan foto dari masyarakat terhadap obyek penelitian. Data yang dikumpulkan adalah data visual berupa foto sebanyak 100 buah foto. Data kemudian dianalisis menggunakan teori elemen desain interior untuk ditemukan kata kunci yang mewakili masing-masing foto. Kata kunci yang mirip kemudian dikelompokkan menjadi kategori, sehingga dapat disimpulkan tentang desain interior apa yang paling menarik minat masyarakat. Kesimpulan ini pada akhirnya dapat menggambarkan istilah “*instagramable*” yang lebih definitif pada desain interior obyek penelitian.






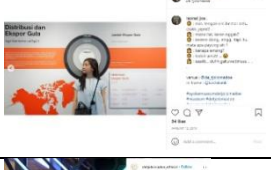

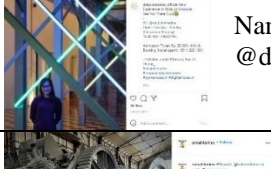
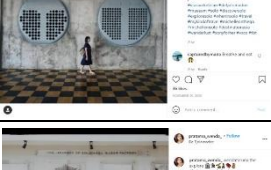

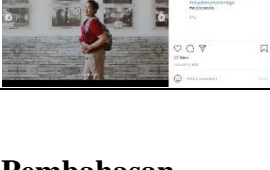
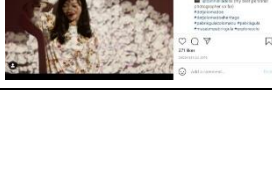
Gambar 1. Diagram Metode Penelitian
(Sumber: analisis, 2021)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Pengamatan

Data hasil pengamatan diperoleh dengan metode memori kolektif melalui pengumpulan 100 foto yang berada di Museum *De Tjolomadoe*, bersumber dari aplikasi instagram dengan beberapa tanda pagar yang menyertakan kata Museum *De Tjolomadoe*. Beberapa sampel hasil pengamatan dari foto-foto yang didapatkan dengan kata kunci pencarian #*detjolomadoe* antara lain:

Tabel 1. Sampel Data Hasil Pengamatan

Foto			
	Nama akun Instagram: @nana_kara		Nama akun Instagram: @vina.suryani
	Nama akun Instagram: @detjolomadoe_official		Nama akun Instagram: @leonel_joe
	Nama akun Instagram: @miss_nidy		Nama akun Instagram: @detjolomadoe_official
	Nama akun Instagram: @michelletandean		Nama akun Instagram: @omahlorinn @soloindonesia
	Nama akun Instagram: @pratama_wenda_		Nama akun Instagram: @feifei_khoe

Sumber: Survei 2021

3.2 Pembahasan

Berdasarkan metode penelitian, tahap pembahasan data dilakukan dengan mengidentifikasi kata kunci dari masing-masing foto. Kata kunci kemudian dikelompokkan menjadi kategori untuk melihat kecenderungan elemen desain interior yang menarik minat pengunjung untuk berfoto sehingga definisi museum yang “instagramable” dapat menjadi lebih jelas. Peneliti mencoba melakukan kajian berbagai literatur tentang elemen-elemen dasar pembentuk desain interior, antara lain:

Tabel 2. Elemen Dasar Desain Interior

No	Elemen-elemen Dasar Desain Interior	Sumber Literatur
1	Cahaya: merupakan unsur interior yang dapat mempengaruhi atmosfer ruang dan mendukung fungsi ruang.	(Wicaksono & Trisnawati, 2014), (Ching, 2012), (Thabroni, 2019)
2	Warna: dapat memberikan kesan yang berbeda-beda terhadap keberadaan sebuah ruang.	(Wicaksono & Trisnawati, 2014)
3	Pola: adalah desain dekoratif yang disusun secara berulang berada pada sebuah objek.	(Wicaksono & Trisnawati, 2014)
4	Tekstur: adalah nuansa, penampilan, dan konsistensi permukaan atau zat yang berkaitan dengan material dan bahan yang digunakan.	(Wicaksono & Trisnawati, 2014)
5	Dekorasi atau Aksesoris: lebih mengarah pada benda-benda yang memberi estetika dan keindahan dalam ruang, sehingga menambah visual dan rasa pada suatu tatanan interior.	(Ching, 2012)
6	Lantai: adalah bidang datar pada bagian bawah ruang yang memiliki dasar rata pada ruang interior.	(Ching, 2012), (Thabroni, 2019)
7	Dinding: adalah elemen arsitektur yang pentik dalam bangunan, berfungsi sebagai struktur pemikul lantai, langit-langit, dan atap.	(Ching, 2012), (Thabroni, 2019)
8	Plafond: adalah elemen yang menjadi naungan dalam desain interior dan menyediakan perlindungan fisik serta psikologis untuk penggunaannya.	(Ching, 2012), (Thabroni, 2019)

No	Elemen-elemen Dasar Desain Interior	Sumber Literatur
9	Bukaan: Jendela adalah elemen yang menghubungkan satu ruang ke ruang lain atau ruang luar baik secara visual dan fisik. Pintu merupakan jalan masuk untuk akses fisik pengguna dan perabot dari suatu ruang ke ruang lain dalam bangunan.	(Ching, 2012), (Thabroni, 2019)
10	Tangga: adalah sirkulasi vertikal yang menghubungkan antar lantai yang memiliki kriteria fungsional terpenting yaitu keselamatan dan kemudahan untuk diakses.	(Ching, 2012)
11	Perabot: selalu ada pada semua desain interior yang menjadi perantara antara arsitektur dan pengguna.	(Ching, 2012)

Berdasarkan kajian berbagai literatur yang telah dikumpulkan, peneliti mengelompokkan literatur elemen desain interior tersebut ke dalam beberapa kategori. Berikut kategori elemen desain interior yang dapat dilihat pada Tabel 3.


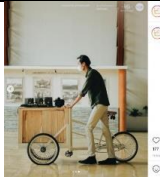
Tabel 3. Kategori Elemen Dasar Desain Interior (EDDI)


No	Kategori Elemen Dasar Desain Interior (EDDI)	Teori Elemen Dasar Pembentuk Desain Interior
1	Elemen pembentuk dan pelengkap ruang	- Lantai (nomor 7) - Dinding (nomor 8) - Plafond (nomor 9) - Bukaan (nomor 10)
2	Elemen Fasilitas	- Tangga (nomor 15) - Perabot (nomor 16)
3	Elemen Utilitas Pencahayaan	- Cahaya (nomor 1)
4	Elemen Dekoratif	- Pola (nomor 3) - Dekorasi atau Aksesoris (nomor 5)
5	Material dan Warna	- Warna (nomor 2)
6	Tema dan Gaya Desain	- Tekstur (nomor 4)

Sumber: Analisis 2021

Berdasarkan 6 (enam) kategori elemen dasar desain interior yang telah ditemukan, selanjutnya dilakukan analisis terhadap data visual (foto) yang sudah dikumpulkan. Masing-masing foto (sejumlah 100 buah) dianalisis menggunakan 6 (enam) kategori elemen dasar desain tersebut. Analisis ini dilakukan untuk menemukan kecenderungan minat berfoto pengunjung untuk dapat menggambarkan definisi museum yang “instagramable” melalui foto yang diunggah dengan tanda pagar. Gambaran mengenai museum yang “instagramable” dapat ditemukannya melalui kata kunci yang muncul. Berikut sampel analisis data visual (foto) yang dilakukan:

Tabel 4. Kategori Elemen Dasar Desain Interior

No	Foto	EDDI	Penjelasan	Kata Kunci
1		1	Lantai memiliki bentuk kotak-kotak dengan warna kuning-hitam; Dinding terbentuk dari dinding acian ekspos	Lantai kotak-kotak berwarna kuning-hitam, Dinding acian ekspos
		2	Tidak ditemukan	-
		3	Cahaya menyebar secara keseluruhan pada ruangan	Cahaya menyebar
		4	Pola berbentuk lingkaran melalui elemen dekorasi; Dekorasi berbentuk lingkaran besar dengan lingkaran-lingkaran kecil	Dekorasi bentuk geometris
		5	Didominasi dengan warna monokrom khususnya abu-abu, dan warna hitam kuning yang merupakan ciri khas museum	Warna monokrom
		6	Memiliki nuansa semi kuno, yang ditunjukkan melalui dinding acian ekspos	Nuansa semi kuno
2		1	Lantai bermotif polos dengan warna terang; Dinding berwarna putih polos dan sedikit aksen coklat kayu	Lantai dan dinding polos berwarna terang
		2	Perabot berupa gerobak minuman berbentuk sepeda yang dapat didorong	Perabot yang dapat digunakan
		3	Cahaya menyebar ke seluruh ruangan	Cahaya menyebar
		4	Pola pada foto dominan bentuk bujur sangkar; Dekorasi berupa gerobak minuman berbentuk sepeda dan foto peninggalan sejarah museum yang berada di belakang.	Dekorasi berbentuk geometris yang sama

No	Foto	EDDI	Penjelasan	Kata Kunci
3		5	Warna dominan monokrom; Terdapat material kayu pada dekorasi	Warna monokrom
		6	Memiliki nuansa semi kuno, yang ditunjukkan melalui material dan warna yang digunakan	Nuansa semi kuno
		1	Dinding menjadi media <i>background</i> (letak dekorasi)	Dinding sebagai background dekorasi
		2	Tidak ditemukan	-
		3	Cahaya cenderung gelap agar dekorasi yang memiliki warna terang dapat menjadi sorotan utama	Cahaya utama gelap dengan dekorasi terang
		4	Dekorasi gambar berwarna terang yang dipantulkan ke dinding	Dekorasi berupa gambar yang terang
		5	Warna dominan <i>colorful</i> , dengan dinding warna hitam sehingga dekorasi dapat lebih terlihat.	Warna dominan <i>colorful</i>
		6	Nuansa yang terbentuk menyenangkan, didukung dengan adanya warna yang <i>colorful</i>	Nuansa menyenangkan

Sumber: Analisis 2021

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian, maka muncilah kata kunci yang dominan pada setiap elemen dasar interior. Berikut pembahasan pada masing-masing kata kunci pada setiap elemen dasar desain interior untuk menggambarkan desain interior yang paling menarik minat pengunjung dan kemudian banyak dibagikan pada aplikasi Instagram sebagai istilah “*instagramable*”:

1. Elemen Pembentuk dan Pelengkap Ruang

Berdasarkan hasil foto pengunjung museum, elemen pembentuk dan pelengkap ruang yang paling diminati antara lain lantai menggunakan motif kotak-kotak dengan warna yang sesuai dengan ciri khas dari museum tersebut yaitu kuning-hitam; elemen plafond ekspos sehingga terlihat rangka atap secara keseluruhan dan terbentuk suasana seperti berada di pabrik gula; elemen dinding memiliki warna terang yang polos dengan dekorasi pada dinding; dan elemen bukaan yang memiliki ukuran besar sehingga cahaya alami masuk kedalam ruangan.



Gambar 2. Lantai dengan corak dan motif khas Museum De Tjolomadoe
(Sumber: Instagram)



Gambar 3. Plafond ekspos dan terlihat struktur atap
(Sumber: Instagram)



Gambar 4. Dinding dasar berwarna terang polos
(Sumber : Instagram)



Gambar 5. Bukaan dengan ukuran yang besar
(Sumber: Instagram)

2. Elemen Fasilitas

Berdasarkan foto-foto pengunjung yang diunggah pada aplikasi Instagram, elemen fasilitas yang paling diminati adalah elemen perabot yang dapat digunakan oleh pengunjung dengan material dan warna yang menyesuaikan ruangan, perabot juga dapat menambah estetika dan memberi ide gaya dalam berfoto; sedangkan elemen tangga kurang diminati oleh pengunjung museum untuk berfoto.



Gambar 6. Perabot berupa tempat duduk dan meja yang dapat digunakan
(Sumber : Instagram)



Gambar 7. Perabot berupa tempat duduk yang dapat digunakan
(Sumber : Instagram)

3. Elemen Utilitas Pencahayaan

Berdasarkan hasil foto yang diunggah oleh pengunjung, cahaya yang menyebar secara keseluruhan pada ruangan paling diminati oleh pengunjung. Dengan cahaya menyebar merata, foto dapat memperoleh hasil yang jelas.



Gambar 8. Cahaya menyebar keseluruh ruangan
(Sumber : Instagram)



Gambar 9. Cahaya menyebar keseluruh ruangan
(Sumber : Instagram)

4. Elemen Dekoratif

Pada kategori dekoratif, pengunjung paling berminat untuk berfoto pada desain interior dengan elemen pola berbentuk geometris yang berulang, seperti lingkaran, bujur sangkar, dan segitiga; pada elemen dekorasi merupakan ciri khas dari museum tersebut dan berhubungan dengan jenis museum, pada objek terdapat mesin produksi gula yang berbentuk unik dan berukuran besar.



Gambar 10. Pola lingkaran pada dekorasi dan bujur sangkar pada lantai
(Sumber : Instagram)



Gambar 11. Dekorasi mesin produksi gula dengan bentuk unik ukuran besar
(Sumber : Instagram)

5. Material dan Warna

Berdasarkan hasil foto pengunjung yang diunggah pada aplikasi Instagram, elemen material yang paling diminati pengunjung yaitu material *unfinished*, seperti acian ekspos dan bata ekspos, serta material kayu yang cenderung bersifat lokal. Sedangkan warna desain interior yang paling disukai adalah warna dengan satu tema seperti warna monokrom dan *colorful*.



Gambar 12. Penggunaan material batu bata ekspos dan warna monokrom
(Sumber : Instagram)



Gambar 13. Desain interior dengan warna colorful dari dekorasi
(Sumber : Instagram)

6. Tema dan Gaya Desain

Berdasarkan hasil foto pengunjung, suasana yang paling diminati untuk berfoto adalah suasana yang terbentuk dengan disesuaikan berdasarkan jenis museum, pada objek terbentuk suasana yang berada di pabrik gula, didukung dengan adanya dekorasi mesin produksi gula dan bentuk plafond ekspos. Sedangkan nuansa yang paling diminati adalah desain interior yang semi kuno.



Gambar 14. Suasana yang tercipta seperti berada di pabrik gula
(Sumber : Instagram)



Gambar 15. Nuansa desain interior semi kuno
(Sumber : Instagram)

4. Kesimpulan

Pada sebuah desain museum, salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan adalah perancangan desain interior agar dapat menarik perhatian para wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini menemukan bahwa 6 elemen dasar desain interior yang diterapkan di Museum *De Tjolomadoe* dimana menciptakan desain yang diminati pengunjung (*“instagramable”*) adalah desain interior museum dengan konsep kombinasi lama dan baru (semi kuno). Konsep lama dan baru (semi kuno) ini diwujudkan dengan tetap mempertahankan elemen-elemen khas pabrik gula yang mana dapat menjadi daya tarik visual tersendiri bagi pengunjung. Elemen-elemen khas pabrik gula kemudian dikemas dengan suasana yang masa kini sehingga dapat memberikan suasana kebaruan yang semakin memperkuat keberadaan elemen-elemen lama. Suasana lama pabrik gula tetap dapat dirasakan melalui penerapan elemen lantai, plafond yang masih dipertahankan serta penggunaan material alami dan *unfinished*. Di samping itu juga dilakukan penambahan elemen fasilitas dan dekorasi (*furniture*, atribut ruang), serta komposisi warna masa kini (satu tema: monokrom atau *colorful*) untuk menarik dan memberi ruang eksplorasi pengunjung dalam berekspresi. Dukungan bukaan yang lebar dan pencahayaan buatan juga diterapkan, dimana hal ini menjadi salah satu elemen yang diminati pengunjung, yakni interior yang terang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka temuan tentang elemen desain interior tersebut diharapkan dapat dijadikan alternatif pertimbangan sebagai ide/gagasan perancangan interior museum. Dari temuan tersebut, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dalam perancangan desain interior museum agar menarik minat pengunjung masa kini (*“instagramable”*) antara lain dengan mempertahankan elemen lama menjadi bagian dari interior bangunan, dimana sekaligus dapat menjadi daya tarik pengunjung dan media edukasi. Selain itu pengolahan desain interior dapat dilakukan dengan memberikan sentuhan aspek masa kini berupa *furniture*, fasilitas, dekorasi ruang, warna agar elemen lama sebagai media edukasi menjadi lebih menarik. Hal lain yang tidak kalah penting untuk menciptakan ketertarikan pengunjung saat ini dengan menerapkan bukaan yang lebar agar bangunan lama memiliki suasana yang lebih terbuka dan terang.

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan baik. Selain itu ucapan terima kasih juga disampaikan penulis kepada :

1. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sebagai sarana bagi penulis untuk memperoleh ilmu dan kesempatan dalam melaksanakan penelitian Kerja Praktek.
2. Bapak Adityo, S.T., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Sidhi Pramudito, S.T., M.Sc., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar mendukung dan memberi bimbingan dalam proses Kerja Praktik dari awal hingga selesai.
4. Orang tua, keluarga, serta sahabat yang telah mendukung proses kegiatan Kerja Praktik.

6. Referensi

- Baimbach. (2019). *Apa itu Instagramable? Berikut adalah Arti dan Penjelasan*. Humaniora. <https://www.kompasiana.com/baimbach2019/5c5d39f3677ffb68c624aa35/apa-itu-instagramable-berikut-adalah-arti-dan-penjelasan>
- Ching, F. D. K. (2012). *Arsitektur: Bentuk, Ruang, dan Tata*. Erlangga.
- Haristianti, V., Raja, M. T. M., & Putri, C. T. (2021). Analisis Faktor Kebetahan Pengunjung Coffee Shop Melalui Penilaian Kinerja Elemen Interior . Studi Kasus : Kafe dan Cofee Shop di Kawasan L.R.E Martadinata, Bandung. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 4(2), 196–209.
- Iman, M. (2020). *Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial*. Iptek. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Khairani, Z., Soviyant, E., & Aznuriyandi, A. (2018). Efektivitas Promosi Melalui Instagram Pada Umkm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Benefita*, 3(2), 239. <https://doi.org/10.22216/jbe.v3i2.2738>
- Kirana, W. A., & Pamungkas, L. S. (2020). Peran kontekstualitas kawasan dalam desain tourism information center borobudur magelang. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 3(1), 65–75. <https://doi.org/doi.org/10.17509/jaz.v3i1.17854>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo.
- Pitaloka, A. R., & Yusran, Y. A. (2019). Penilaian Keaslian Bangunan De Tjolomadoe Menggunakan Instrumen Nara Grid. *Review of Urbanism and Architectural Studies (RUAS)*, 17(2), 27–40. <https://doi.org/10.21776/ub.ruas.2019.017.02.3>
- Putra, A. A., Santosa, A., Nilasari, P. F., Studi, P., Interior, D., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2019). Kajian Perbandingan Kenyamanan Ruang Desain Interior Kafe yang Instagramable di Surabaya (Studi Kasus : Carpentier Kitchen dan Threelogy Coffee). *Jurnal Intra*, 7(2), 933–941.
- Rahardjo, S. (2018). Preferable Interior Elements On Instagram Photos At Contemporary Coffee Shops. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 33(3), 388. <https://doi.org/10.31091/mudra.v33i3.534>
- Satwikasari, A. F. (2020b). Kajian Konsep Arsitektur Hijau Pada Bangunan Museum Geologi Studi Kasus : Museum Geologi Bandung. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 3(2), 211–219.
- Surakarta, D. P. K. (2019). *De Tjolomadoe*. <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/destinations/de-tjolomadoe/>
- Susanti, A., Triana Dewi, P. S., & Adnyana Putra, I. W. Y. (2021). Desain Interior Coffee Shop di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya: Generasi Y dan Z. *Waca Cipta Ruang*, 7(1), 1–17. <https://doi.org/10.34010/wcr.v7i1.4383>
- Thabroni, G. (2019). *Desain Interior: Pengertian, Sejarah, Tujuan & Ruang Lingkup*. Desain. <https://serupa.id/desain-interior-pengertian-sejarah-tujuan-ruang-lingkup/>
- Tjahjopurnomo, R., Munandar, A. A., Perdana, A., Rahayu, A., Gultom, A. M., Susanto, D., Asiarto, L., & Arbi, Y. (2011). *Sejarah Permuseuman di Indonesia* (1st ed.). Direktorat Permuseuman Direktorat Jenderal Sejarah dan Purbakala Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. [http://repositori.kemdikbud.go.id/7742/1/SEJARAH PERMUSEUMAN DI INDONESIA.pdf](http://repositori.kemdikbud.go.id/7742/1/SEJARAH_PERMUSEUMAN_DI_INDONESIA.pdf)
- Triana, F. (2020). *Karakteristik Visual Interior Restoran yang Instagramable di Kota Yogyakarta Studi kasus Kalluna, The Canopy, dan Tujuan*. Institut Seni Indonesia.
- Wicaksono, A. A., & Trisnawati, E. (2014). *Teori Interior*. Griya Kreasi.
- Wikipedia. (2021). *Instagram*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>
- Yupardhi, T. H., & Noorwatha, I. K. D. (2019). Instagrammable Interior : Studi Preferensi Tampilan Estetik dan Kreatif Interior Tempat Kuliner untuk Generasi Milenial. *Seminar Nasional Sandyakala*, 46–55. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/38>
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292. <https://doi.org/10.1177/1470357216643220>
- Zein, A. O. S., & Rachim, A. A. (2018). Tinjauan Café Instagramable Pada One Eighty Coffee Bandung. *Jurnal ATRAT*, 6(3), 286–293.