

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai tinjauan tentang standar dan persyaratan museum seperti fungsi dan tugas, lokasi, program ruang, standar utilitas, standar ergonomis, dan elemen pendukung museum. Selain itu, menjelaskan secara khusus mengenai kuliner soto sebagai konten museum. Data-data yang telah terkumpul dari tinjauan-tinjauan tersebut nantinya akan digunakan untuk analisis konsep desain Museum Soto Jawa di Jakarta Utara.

2.1 Tinjauan Umum

2.1.1 Definisi Museum

Museum adalah gedung yang digunakan sebagai tempat untuk pameran tetap bendabenda yang patut mendapat perhatian umum, seperti peninggalan sejarah, seni, dan ilmu; tempat menyimpan barang kuno (kbbi.web.id, 2016).

Museum adalah sebuah lembaga yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, melayani masyarakat dan perkembangannya, terbuka untuk umum, memperoleh, merawat, menghubungkan, dan memamerkan artefak-artefak perihal jati diri manusia dan lingkungannya untuk tujuan studi, pendidikan dan rekreasi (Murphy, 2011).

2.1.2 Fungsi Museum

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1995 : dalam Pedoman Museum Indonesia, 2008. Museum memiliki tugas menyimpan, merawat, mengamankan dan memanfaatkan koleksi museum berupa benda cagar budaya. Dengan demikian museum memiliki dua fungsi besar yaitu : (ngekutip

1. Sebagai tempat pelestarian

Kegiatan yang berkaitan dengan pelestarian adalah sebagai berikut.

- Penyimpanan, yang meliputi pengumpulan benda untuk menjadi koleksi, pencatatan koleksi, sistem penomoran dan penataan koleksi.
- Perawatan, yang meliputi kegiatan mencegah dan menanggulangi kerusakan koleksi.
- Pengamanan, yang meliputi kegiatan perlindungan untuk menjaga koleksi dari gangguan atau kerusakan oleh faktor alam dan ulah manusia.

2. Sebagai sumber informasi, museum melakukan kegiatan pemanfaatan melalui penelitian dan penyajian.

- Penelitian dilakukan untuk mengembangkan kebudayaan, ilmu pengetahuan dan teknologi.
- Penyajian harus tetap memperhatikan aspek pelestarian dan pengamanannya.

2.1.3 Jenis-jenis Museum

Beberapa jenis museum berdasarkan koleksi dan kedudukan museum (Ayo Kita Mengetahui Museum ; 2009), yakni sebagai berikut :

1) Jenis museum berdasarkan koleksi yang dimiliki:

- Museum Umum, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia dan atau lingkungannya yang berkaitan dengan berbagai cabang seni, disiplin ilmu dan teknologi.
- Museum Khusus, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan bukti material manusia atau lingkungannya yang berkaitan dengan satu cabang seni, satu cabang ilmu atau satu cabang teknologi.

2) Jenis museum berdasarkan kedudukannya, terdapat tiga jenis :

- Museum Nasional yakni museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang berasal, mewakili dan berkaitan dengan bukti material manusia dan atau lingkungannya dari seluruh wilayah Indonesia yang bernilai nasional.
- Museum Propinsi, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang berasal, mewakili dan berkaitan dengan bukti material manusia dan atau lingkungannya dari wilayah provinsi dimana museum berada.
- Museum Lokal, museum yang koleksinya terdiri dari kumpulan benda yang berasal, mewakili dan berkaitan dengan bukti material manusia dan atau lingkungannya dari wilayah kabupaten atau kota di mana museum tersebut berada.

2.1.4 Benda-Benda Koleksi Museum

Benda-benda koleksi yang terdapat dalam museum harus memenuhi kriteria atau persyaratan tertentu. Persyaratan untuk koleksi museum antara lain adalah :

1. Mempunyai nilai sejarah dan ilmiah termasuk nilai estetika.
2. Dapat diidentifikasi mengenai wujudnya, tipe, gaya, fungsi, makna dan asalnya secara historis dan geografis, generasi dan periodenya.
3. Harus dapat dijadikan dokumen, sebagai bukti atas realita dan eksistensinya dengan penelitian itu.
4. Dapat dijadikan monumen atau bakal menjadi monumen dalam sejarah alam dan kebudayaan.
5. Benda asli, replika atau reproduksi yang sah menurut persyaratan museum. (Museografika. Ditjen kebudayaan Direktorat permuseuman, Depdikbud, 1988).

2.1.5 Persyaratan Standard Kebutuhan Bangunan Museum

Berdasarkan standarisasi yang tertera pada buku *Time Saver Standards for Building Types* (De Chiara & Crosbie. 2001 : p.679), persyaratan bangunan museum, antara lain :

1. Standar Kebutuhan Site

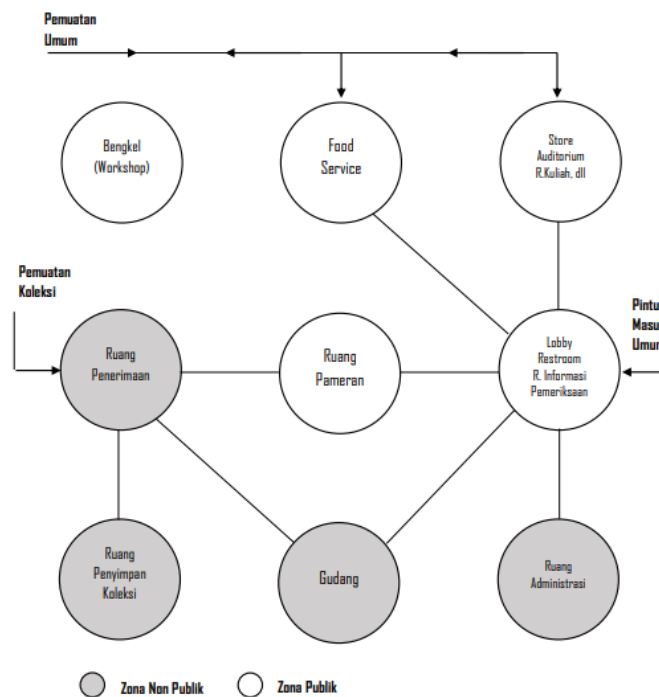
Penempatan lokasi museum dapat bervariasi, mulai dari pusat kota sampai ke pinggiran kota. Pada umumnya sebuah museum membutuhkan dua area parkir

yang berbeda, yaitu area bagi pengunjung dan area bagi karyawan. Area parkir dapat ditempatkan pada lokasi yang sama dengan bangunan museum atau disekitar lokasi yang dekat dengan bangunan museum. Untuk area diluar bangunan dapat dirancang untuk bermacam kegunaan dan aktivitas, seperti acara sosial, event, perayaan, pertunjukan dan pameran temporal.

2. Standar Organisasi Ruang

Secara umum, organisasi ruang pada museum terbagi menjadi 5 zona/area berdasarkan kehadiran publik dan koleksi/pajangan. Zona – zona tersebut antara lain :

- a) Zona Publik – Tanpa Koleksi
- b) Zona Publik – Dengan Koleksi
- c) Zona Non Publik – Tanpa Koleksi
- d) Zona Non Publik – Dengan Koleksi
- e) Zona Penyimpanan Koleksi



Bagan 2.1 Diagram Organisasi Ruang Museum
Sumber : Time Saver Standarts for Building Types

2.1.6 Teknik Perletakan dan Metode Penyajian Pada Ruang Pamer

1. Teknik Perletakkan Koleksi

Teknik perletakan koleksi museum ada 2 jenis, yaitu :

- Diorama,
- Sistem ruang terbuka.

2. Metode Penyajian

Standard teknis penyajian sangat mengikat sehingga tidak tergantung pada selera atau orang saja. Standard teknik penyajian ini meliputi ukuran minimal vitrin

dan panel, tata cahaya, tata warna, tata letak, tata pengamanan, tata suara, labeling dan foto penunjang.

Pameran dalam museum harus mempunyai daya tarik tertentu untuk sedikitnya dalam jangka waktu 5 tahun, maka sebuah pameran harus dibuat dengan menggunakan suatu metode. Metode yang dianggap baik sampai saat ini adalah metode berdasarkan motivasi pengunjung museum. Metode ini merupakan hasil penelitian beberapa museum di Eropa dan sampai sekarang digunakan. Penelitian ini memakan waktu beberapa tahun, sehingga dapat diketahui ada 3 kelompok besar motivasi pengunjung museum, yaitu:

- Motivasi pengunjung untuk melihat keindahan koleksi - koleksi yang dipamerkan
- Motivasi pengunjung untuk menambah pengetahuan setelah melihat koleksi-koleksi yang dipamerkan
- Motivasi pengunjung untuk melihat serta merasakan suatu suasana tertentu pada pameran tertentu.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka untuk dapat memuaskan ketiga motivasi tersebut, metode-metode yang dapat dilakukan adalah :

- Metode penyajian artistik, yaitu memamerkan koleksi - koleksi terutama yang mengandung unsur keindahan

- Metode penyajian intelektual atau edukatif, yaitu tidak hanya memamerkan koleksi bendanya saja, tetapi juga semua hal yang berkaitan dengan benda tersebut, misalnya cerita mengenai asal usulnya, cara pembuatannya sampai fungsinya.
- Metode penyajian romantik atau evokatif, yaitu memamerkan koleksi-koleksi disertai semua unsur suasana lingkungan di mana koleksi tersebut berada.

2.1.7 Persyaratan Pencahayaan Pada Museum

Kebutuhan dan sistem pencahayaan pada museum akan berbeda menyesuaikan fungsi ruang dan jenis display. Pada ruang eksterior, pencahayaan ruang luar dapat digunakan untuk mendramatisir dan memperlihatkan tampilan museum. Kerusakan akibat cahaya bersifat kumulatif dan tak terhindarkan. Energi dari panas cahaya dapat mempercepat kerusakan pada objek. Energi ini dapat menaikkan suhu permukaan benda, dengan demikian hal tersebut menciptakan iklim-mikro dengan berbagai tingkat kelembaban relatif dan reaktivitas kimia. Pencahayaan yang berlebihan dapat menyebabkan koleksi memudar, gelap, dan mempercepat penuaan. Cahaya yang terlihat adalah kombinasi dari berkas cahaya merah, jingga, kuning, hijau, biru, nila dan ungu dengan panjang gelombang cahaya sekitar 400-700 nanometer (nm). Rentang cahaya ultraviolet adalah 300-400 nm. Cahaya di kisaran biru hingga akhir dari spektrum ultraviolet memiliki energi lebih dan dapat lebih merusak objek.

Karena tidak satupun sinar ultraviolet (UV) atau inframerah (IR) yang boleh mempengaruhi objek pameran, keduanya harus dihilangkan sepenuhnya dari area pameran, area penyimpanan koleksi, dan area penanganan. Dua sumber utama sinar UV adalah sinar matahari (pencahayaan alami) dan lampu neon (pencahayaan buatan).

Jenis cahaya yang digunakan pada bangunan adalah sinar ultraviolet dan cahaya tampak yang berasal dari cahaya matahari (sunlight), cahaya siang (daylight) ataupun cahaya buatan (artificial light) seperti lampu tabung (fluoresens), lampu pijar atau lampu halogen. Pada koleksi museum, kerusakan akibat cahaya dapat disebabkan oleh adanya faktor-faktor sebagai berikut:

a. Adanya sejumlah cahaya ultraviolet dalam sumber cahaya yang sering disebut nilai UV dengan satuan mikrowatt per lumen (mW/lumen). Nilai ini tergantung dari sejumlah cahaya yang digunakan. Nilai UV tertinggi berasal dari cahaya matahari halogen dan fluoresense memiliki nilai UV yang sedang, sedangkan lampu pijar hampir tidak memiliki kandungan UV dalam cahayanya. Rekomendasi internasional untuk koleksi yang sensitif, seperti lukisan dan cat nilai UV nya harus dijaga agar tetap dibawah 75 mikrowatt/lumen.

b. Adanya nilai intensitas iluminasi cahaya, yaitu terang tidaknya cahaya yang mengenai koleksi. Nilai ini dinyatakan dalam satuan lux (lumen / cm²). Makin tinggi intensitas cahaya maka nilai lux akan makin tinggi. Sebagai

perbandingan nilai 10 lux = cahaya 1 batang lilin. Koleksi yang sangat sensitif seperti tekstil direkomendasikan dibawah 50 lux. Sedangkan koleksi yang tidak terlalu sensitive seperti cat minyak dan gading direkomendasikan tetap di bawah 200 lux,

Berdasarkan sensitifitas koleksi terhadap cahaya, terdapat 3 kelompok koleksi, yaitu:

- Koleksi sangat sensitif, yaitu tekstil, kertas, lukisan cat air, foto berwarna, Kekuatan terhadap cahaya adalah 50 lux untuk 3000 jam pameran/tahun atau 150 lux untuk 250 jam/tahun
- Koleksi sensitif; yaitu koleksi cat minyak, foto hitam putih, tulang, kayu. Kekuatan terhadap cahaya adalah 200 lux untuk 3000 jam pameran/tahun
- Koleksi kurang sensitif; yaitu koleksi batu, logam, gelas, keramik. Koleksi jenis ini tahan terhadap cahaya

a. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan lebih baik dari pada pencahayaan alami supaya tidak merusak, cahaya buatan harus tetap dimodifikasi pada iluminasi (tingkat keterangan cahaya) tertentu, untuk mengurangi radiasi sinar ultraviolet. Pada sebagian besar museum, perlengkapan pencahayaan di semua daerah pameran dan daerah koleksi lain harus berpelindung UV hingga kurang dari 75 microwatts per lumen dan tertutup untuk mencegah kerusakan terhadap objek jika terjadi kerusakan lampu.

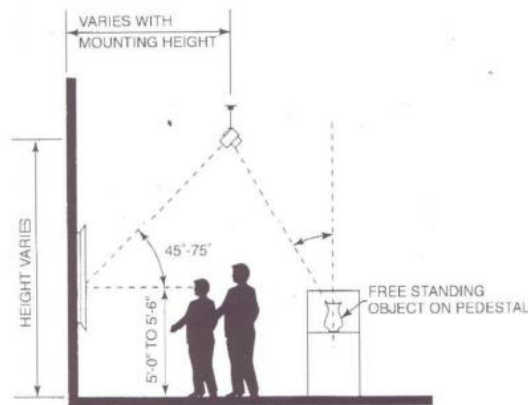
Secara umum, berdasarkan ketentuan nilai iluminasi yang dikeluarkan Illumination Engineers Society Of North Amerika (Lighting Handbook For General Use). Pada area pameran, tingkat pencahayaan paling dominan di permukaan barang koleksi itu sendiri. Diatas permukaan benda paling sensitif, termasuk benda dari bahan kertas (seperti hasil print dan foto), tingkat pencahayaan tidak boleh lebih dari 5 Footcandles (Fc). Kebutuhan pencahayaan eksibisi akan berbeda sesuai jenis pameran, ukuran karya, dan tata letak setiap pameran (Tabel 3). Tujuannya mungkin untuk menerangi objek individu, bukan seluruh ruang.

Ruang	Material	Tingkatan Cahaya (FC)
Pameran (sangat sensitif)	Benda-benda dari kertas, hasil print, kain, kulit, berwarna	5 – 10
Pameran (sensitif)	Lukisan cat minyak, temperan dan kayu	15 – 20
Pameran (kurang sensitif)	Kaca, batu, logam, keramik	30 – 50
Penyimpanan barang koleksi		5
Penanganan barang koleksi		20 – 50

Tabel 2.2 Tingkat pencahayaan ruang koleksi museum
Sumber : Lerenahadi R. 2018

Ruang pameran biasanya memiliki susunan track lighting berkualitas tinggi yang fleksibel. Tata letak harus mempertimbangkan lokasi dinding non-permanen. Tata letak track lighting harus mengakomodasi letak dinding permanen dan non – permanen :

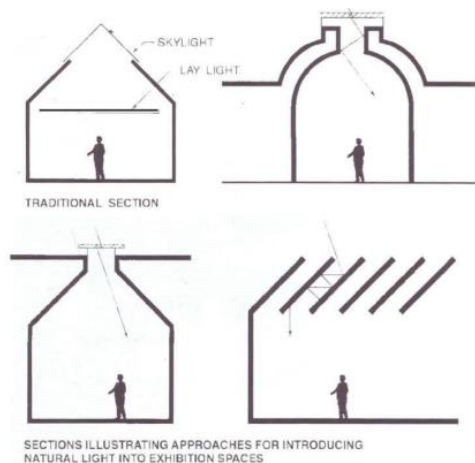
- Sudut yang diukur mulai dari titik yang di dinding dan 5-kaki 4-kaki inchi diatas lantai (yang merupakan rata-rata eye level untuk orang dewasa) harus antara 45 dan 75 derajat ke atas dari bidang horizontal ke posisi lampu.
- Untuk dinding yang permanen, sudut yang ideal biasanya antara 65 – 75 derajat.
- Semakin sensitif material koleksi, semakin sedikit pencahayaan yang perlu disediakan.



Gambar 2.1 Teknik untuk pencahayaan buatan
 Sumber: Time Saver Standart for Building Types

b. Pencahayaan Alami

Pencahayaan alami dapat digunakan sebagai pengaruh besar untuk mendramatisir dan membuat suasana desain dari sebuah bangunan menjadi lebih menarik. Beberapa arsitek menggunakan cahaya alami sebagai pembentuk desain bangunan.



Gambar 2.2 Teknik untuk pencahayaan alami
Sumber: Time Saver Standards for Building Types

Pencahayaan alami dapat mengakibatkan kerusakan pada beberapa bahan koleksi seperti tekstil, kertas, koleksi ilmu hayati adalah bahan yang peka terhadap cahaya, namun batu, logam, keramik pada umumnya tidak peka terhadap cahaya, sehingga tahan terhadap pencahayaan alami.

Perancang museum harus memahami dan menerima bahwa museum yang profesional lebih menghargai penyajian dan pelestarian koleksi mereka diatas segala manfaat arsitektural pencahayaan alami yang melimpah pada area koleksi. Terlalu banyak cahaya dan panjang gelombang tertentu mampu menyebabkan kerusakan pada koleksi-koleksi yang sangat bernilai.

2.1.8 Persyaratan Elemen Pendukung Museum Lainnya

1. Temperatur / Kelembaban

Kondisi tempat yang terlalu kering atau terlalu lembab dapat berpengaruh buruk dan merusak benda koleksi. Oleh karena itu, beberapa benda koleksi harus diperhitungkan dan dijaga kelembabannya, bahkan perlu juga diperhitungkan intensitas panas yang ditimbulkan dari pencahayaan buatan (lighting). Suhu dan kelembaban yang optimum tidak hanya diterapkan pada ruang pameran saja, melainkan juga pada ruang penyimpanan koleksi dan ruang konservasi (New Metric Hand Book, Museum and Galleries).

2. Penghawaan

Museum yang baik sebaiknya tetap menerapkan penghawaan alami yang perwujudannya bisa melalui perletakan jendela yang satu dengan yang lainnya (Cross Ventilation). Sedangkan untuk tujuan pemeliharaan objek benda pameran, sebaiknya menggunakan AC karena dapat mengatur temperatur dan kelembaban yang diinginkan. Hal ini tentunya tergantung pada bahan objek pameran tersebut, apakah peka terhadap kelembaban atau tidak (Smita J. Baxi Vinod p. Dwivedi, modern museum, Organization and partice in india, New Delhi, Abinar publications, hal 34.).

3. Akustik

Dalam sebuah ruangan, terdapat fenomena suara yang terjadi didalamnya. Fenomena tersebut akan cukup mempengaruhi suara yang diterima oleh pengguna ruangnya. Dalam ruangan tertutup terdapat dua hal yang dapat mempengaruhi suara pada saat diterima oleh pengguna ruang, suara langsung yang diterima dari sumber suaranya dan suara pantul yang dipantulkan oleh elemen-elemen interior yang terdapat dalam ruangan itu sendiri, baik dinding, lantai, maupun plafonnya. Jarak sumber dengan pendengar cukup mempengaruhi besarnya suara yang diterima pendengar. Karakter atau sifat sebuah ruangan juga mempengaruhi besarnya energi suara yang sampai kepada pendengar. Ruangan sendiri memiliki karakter yang berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Ada ruangan yang bersifat memantulkan suara yang terdengar dalam ruangan, namun ada juga ruangan yang menyerap suara tersebut. Ruangan yang bersifat memantulkan suara akan memantulkan suara yang terjadi di dalam ruangan tersebut, sedangkan ruangan yang bersifat menyerap akan menyerap energi suara yang sampai sehingga tidak ada suara pantul yang dikeluarkan oleh elemen-elemen interior ruangan. Selain itu, terdapat beberapa reaksi permukaan yang berpengaruh terhadap gelombang suara yang terjadi. Reaksi yang terjadi terhadap gelombang suara antara lain:

a. Reaksi Serap (absorption)

Reaksi serap ini terjadi akibat turut bergetarnya material terhadap gelombang suara yang sampai pada permukaan material tersebut. Sebagian dari getaran tersebut terpantul kembali ke ruangan, sebagian berubah menjadi panas dan

sebagian lain diteruskan ke bidang lain dari material tersebut. Contohnya, musik dari ruang sebelah dapat terdengar apabila tidak dipasang peredam suara. Bahan kapas, karpet, dan sejenisnya memiliki reaksi serap yang lebih tinggi terhadap gelombang suara dan frekuensi tinggi dibandingkan dengan frekuensi rendah. Sedangkan tembok, kaca, besi, kayu umumnya meneruskan sebagian energi gelombang nada rendah ke sisi lain dari material tersebut, dan sebagian gelombang suara bergetarnya menjadi panas dan sebagian lain dipantulkan kembali ke ruang dengar.

b. Reaksi Pantulan (reflection)

Dalam ruang kosong apabila menepuk tangan dan mendengar suara pantulan setelah menepuk tangan. Suara pantulan terjadi berkali-kali dengan waktu dan bunyi yang tidak teratur. Cara mengatasi suara pantulan yang terjadi adalah dengan meletakkan panel akustik yang berfungsi sebagai penyerap suara yang tidak diinginkan atau diffuser yang menyebarkan energi pantulan ke berbagai arah dan akan meniadakan pantulan suara. Materialnya bisa berupa permadani yang digantung di dinding, karpet di atas lantai, korden pada dinding atau jendela, atau material penyerap suara di dinding.

c. Reaksi Sebar atau Ditembuskan (transmission)

Salah satu solusi akustik yang terbaik adalah meletakkan panel serap dan sebar (difusi) pada bidang pantul paralel. Frekuensi rendah biasanya tidak diserap oleh karpet atau rug, sehingga menghasilkan fase negatif pada frekuensi midbass yang saling meniadakan, akibat dari interferensi suara langsung dan suara pantulan

yang sering nama desainer loudspeaker Roy Allison. Panel sebar mengubah energi suara dari satu arah dan satu besaran menjadi kebeberapa arah dengan beberapa besaran.

Dalam perancangan akustik sebuah ruang, tidak pernah terlepas dari yang namanya pemilihan material dalam desain ruangan tersebut. Pemilihan materialmaterial yang digunakan sangat mempengaruhi sistem kedap suara atau yang lebih dikenal dengan sebutan sistem akustik ruangan. Menurut Peter (1986:33), bahan-bahan penyerap bunyi sendiri dibedakan menjadi:

a. Bahan peredam berpori-pori (porous absorbers)

Terdiri dari material berupa butiran dan berserat, diproduksi dari kaca atau mineral fibers.

b. Peredam berselaput (membrane absorbers)

Berbentuk panel tipis, biasanya berupa kayu lapis yang terdapat diatas ruang hampa udara dan di depan sebuah penopang keras.

c. Penyerap berongga (cavity or Helmholtz absorbers)

Biasanya berupa volume tertutup dengan penghubung udara berbentuk leher celah sempit dengan udara disekitarnya. Perancangan ruang dengan sistem akustik yang sesuai memang perlu dipikirkan dengan baik bagi seorang perancang ruang. Sistem keterasingan terkadang juga dibutuhkan untuk memberikan area privasi bagi penggunaanya sesuai dengan fungsi ruang yang ada. Sebagai perencana akustik ruang, pengelompokan ruang dengan kesamaan interferensi akustik (ruang

kantor, kelas, ruang rapat) mengharuskan perencana ruang mengetahui tingkat kebisingan yang dihasilkan. Kriteria dasar sebuah ruangan yang digunakan untuk speech yang baik adalah suara yang ada dapat didengar dengan jelas dan cukup keras (Lawrence, 1970:126). Akustik untuk speech merupakan akustik dengan tingkat kenyaringan yang cukup tinggi sehingga pendengar dapat menerima suara yang disampaikan oleh pembicara dengan baik. Gaung dan dengung yang ada harus diminimalisasi sehingga tidak menimbulkan noise atau efek feedback yang mengganggu bagi pendengar. Dalam perancangan ruang kuliah, hal-hal yang harus diperhatikan adalah:

- a. Bentuk dan volume ruang kuliah,
- b. Faktor-faktor yang sangat mempengaruhi kondisi mendengar, dan
- c. Pengaruh geometri pandangan ruang, yaitu pelingkup horisontal dan vertikal garis pandang yang baik.

Reverberation time ruang kelas yang penuh berkisar antara 0,6 sampai 0,8 detik pada frekuensi tengah, dan biasanya bergantung volumenya. Dalam usaha menghindari bising eksterior, ruang kuliah sekarang lebih memilih untuk menggunakan pencahayaan dan penghawaan buatan, yang mana pencahayaan dan penghawaan buatan tersebut juga memberikan background noise dalam sebuah ruang itu sendiri.

4. Keamanan

Bangunan museum harus dibuat aman seluruhnya, bukan hanya oleh sistem para penjaga aktif dan sistem elektronik, tetapi juga oleh rancangan dan tata letak

yang sesuai. Semua aspek dari museum harus dirancang untuk menjaga keamanan koleksi. Koleksi harus dilindungi dari kerusakan, pencurian, dan penyalahgunaan. Hal ini berlaku bagi pengunjung, staf penanganan, dan staf keamanan. Museum hanya boleh memiliki satu pintu masuk umum dan biasanya pintu masuk staff yang terpisah tergantung ukuran bangunan museum. Prioritasnya adalah keamanan koleksi yang berbeda dari standar keamanan gedung-gedung pada umumnya. Lima zona keamanan yang harus dipikirkan:

- Zona 1 : Keamanan Tertinggi Penyimpanan Koleksi
- Zona 2 : Keamanan Tinggi Koleksi tanpa akses publik
- Zona 3 : Keamanan Tinggi Koleksi dengan akses publik
- Zona 4 : Aman Tanpa koleksi /akses publik
- Zona 5 : Aman Akses publik tanpa koleksi

Rancangan arsitektur harus menyediakan sebuah organisasi yang mengabungkan zona-zona keamanan ini dan operasi yang efisien. Berbagai aspek dari desain bangunan dan konstruksi juga terlibat dalam memuaskan kebutuhan keamanan. Ini termasuk desain HVAC, pintu, dan perangkat keras, konstruksi dinding, dan konstruksi atap dan skylight.

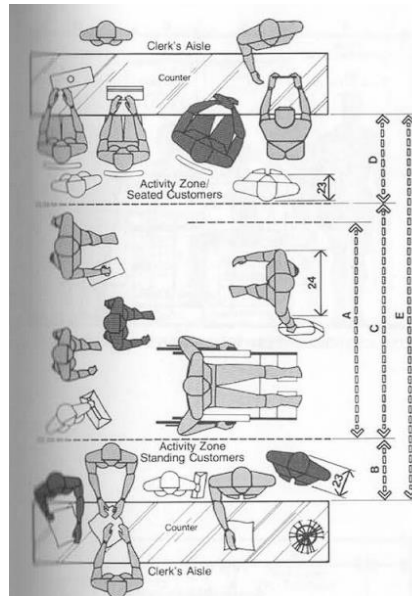
5. Fire Protection

Pelestarian dan pengelolaan koleksi museum dari bahaya api memerlukan sistem deteksi kebakaran dan sistem penekanan yang memanfaatkan alat deteksi peringatan dini untuk perlindungan yang maksimal. Perlindungan dan pelestarian tersebut sangat penting untuk misi dan fungsi museum. Sistem ini harus diintegrasikan dengan sistem keamanan untuk melaporkan alarm serta kondisi yang dapat menyebabkan alarm pada waktunya untuk tindakan korektif oleh staf terlatih. Perlindungan paling efektif adalah proteksi kebakaran otomatis (sprinkler) di seluruh sistem. Namun, banyak profesional museum yang tidak menggunakan sistem tersebut karena takut kerusakan akibat air yang disebabkan oleh gerakan mesin, kebocoran, dan alarm palsu.

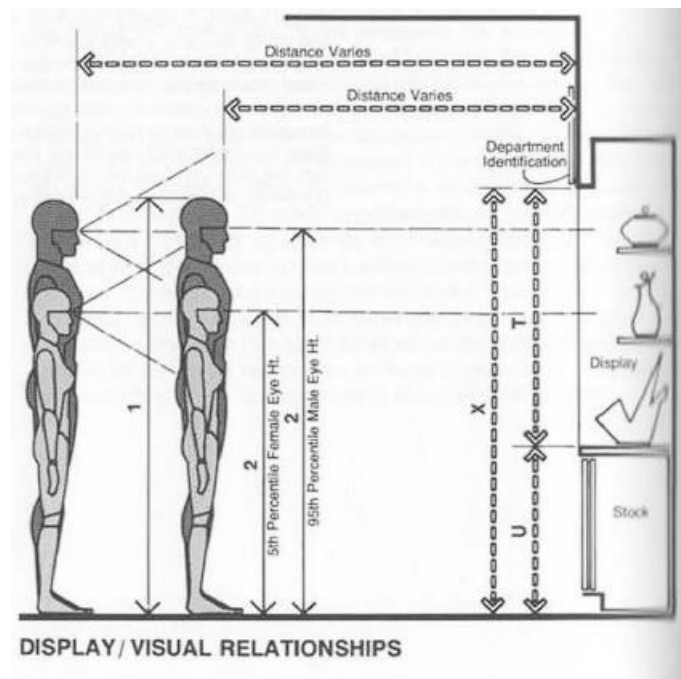
6. Plumbing/Perpipaan

Sistem plumbing/perpipaan, termasuk letak arsitektural toilet, harus menghindarkan dari kerusakan koleksi yang disebabkan oleh kebocoran dan penguapan. Semua sistem perpipaan harus diarahkan naik dan mengalir melalui dan di atas koridor layanan atau daerah non-koleksi saja. Pipa saluran air atau drainase tidak boleh berada pada area ruang koleksi dan area ruang pameran.

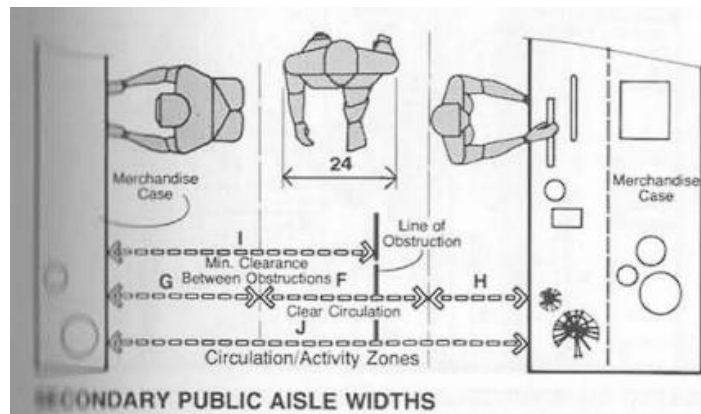
7. Souvenir Area



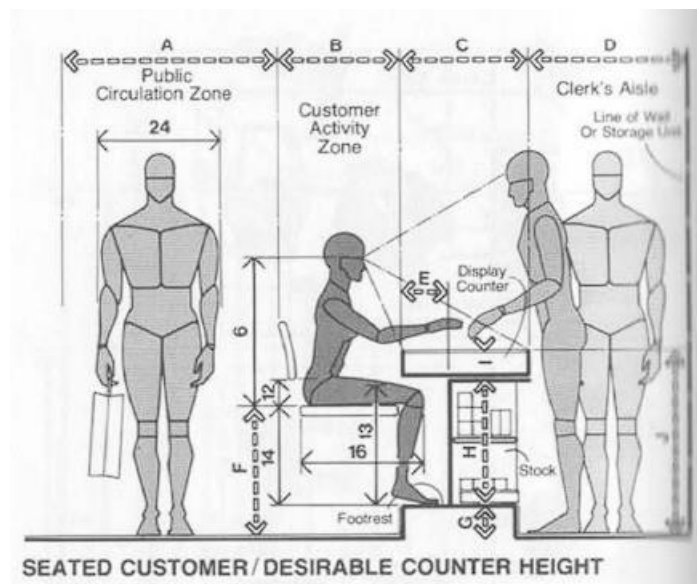
Gambar 2.3 Sirkulasi antar meja
 Sumber: *Human Dimension : Interior Space*
 Julius Panero & Martin Zelnik



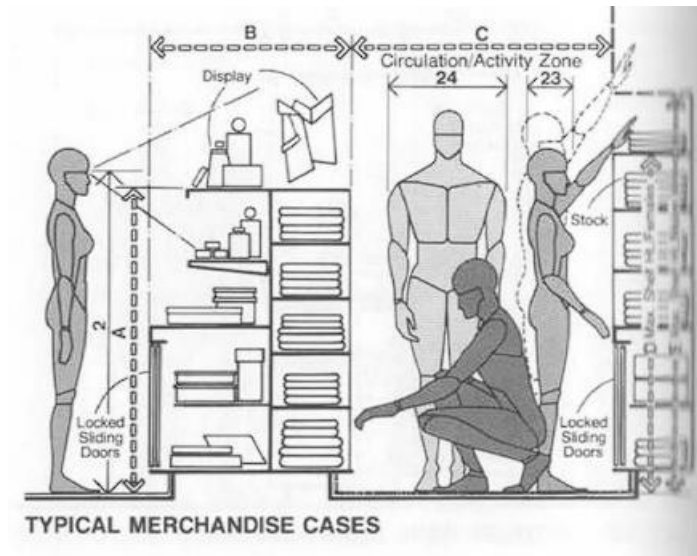
Gambar 2.4 Standar tinggi display
 Sumber: *Human Dimension : Interior Space*
 Julius Panero & Martin Zelnik



Gambar 2.5 Standar sirkulasi orang gerak antar display
 Sumber: *Human Dimension : Interior Space*
 Julius Panero & Martin Zelnik



Gambar 2.6 Standar sirkulasi orang gerak meja resepsionis
 Sumber: *Human Dimension : Interior Space*
 Julius Panero & Martin Zelnik



Gambar 2.7 Standar ukuran mengambil barang display
 Sumber: *Human Dimension : Interior Space*
 Julius Panero & Martin Zelnik

8. Video mapping

Teknologi Projection mapping menggunakan proyektor yang kesehariannya digunakan pada bidang datar (presentasi power point), digunakan untuk menyinari suatu objek 3D biasa menjadi suatu tampilan yang interaktif. Secara umumnya teknologi projection mapping adalah suatu tampilan yang berupa gambar atau video pada bidang yang tidak datar. Teknologi Projection mapping sendiri dapat digunakan untuk periklanan, live concerts, theater, permainan, komputasi, dekorasi dan masih banyak lagi. Dengan menggunakan software-software yang mendukung maka konten-konten virtual pun dapat diselaraskan dengan benda-benda fisik lainnya.

2.2 Tinjauan Khusus

2.2.1 Kuliner

2.2.1.1 Identitas kuliner

Identitas kuliner suatu daerah bisa dipengaruhi oleh lingkungan (geografi dan iklim) dan budaya (sejarah dan etnis) terhadap tekstur, aroma, dan hal-hal lain dalam suatu makanan dan minuman. Danhi (2003) mengemukakan ada enam unsur penting dalam menentukan identitas gastronomi atau ilmu kuliner suatu daerah atau negara, yakni Geografi, Sejarah, Keragaman etnis, Etiket kuliner, Rasa dan Resep (Indra Ketaren, n.d.).

- Geografi merupakan faktor yang menentukan bagi identitas gastronomi karena sangat penting dalam memahami suasana dan kebiasaan ruang lingkup dapur di daerah atau negara tertentu.
- Sejarah memiliki pengaruh yang besar terhadap karakteristik yang dapat diidentifikasi melalui pengenalan terhadap bahan-bahan dasar yang dipergunakan, aturan, teknik dan metode tradisional dalam memasak.
- Keragaman Etnis memiliki dampak besar terhadap keunikan makanan tradisional yang disajikan di daerah tertentu. Keragaman ini berubah dari waktu ke waktu dan menciptakan evolusi yang terus berlangsung terhadap produk makanan yang diakibatkan oleh perpaduan dari perspektif dan budaya etnis yang berkembang.

- Etiket Kuliner sebagai identifikasi tentang bagaimana dan apa budaya makan tertentu yang berlaku di suatu daerah atau negara.
- Rasa meliputi lima karakteristik yakni: manis, asam, pahit, asin dan gurih.
- Resep merupakan elemen dominan dalam pola penggunaan bahan-bahan dasar, teknik memasak dan seni presentasi makanan.

2.2.1.2 Sejarah Soto




Soto sebagai makanan khas tradisional Indonesia, memiliki potensi yang besar dalam pemajuan Kebudayaan Tradisional Indonesia, karena pada dasarnya sebagai makanan yang berasal dari negara Tiongkok ini, dalam perkembangan sejarahnya berasimiliasi dan berkembang sebagai makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sejak zaman colonial Belanda. Banyak simpang siur hingga kini dari mana soto berasal. Hal ini dikarenakan tidak ada catatan atau bukti nyata bahwa soto adalah makanan khas yang berasal dari daerah di Indonesia sejak dahulu. Tidak dapat dipungkiri berbagai macam jenis soto ini berasal dari akulturasi budaya asing dengan Indonesia. (Setiawan, 2022) Menurut buku Denys Lombard dalam buku Nusa Jawa: Silang Budaya di jilid II diungkapkan bahwa soto adalah makanan Cina bernama caudo atau jao to. Pernyataan tersebut kemudian diperkuat dengan penelitian Ary Budiyo dan Intan Kusuma yang berjudul ‘Menyantap Soto Melacak Jao To’.







Menurut penelitian tersebut, soto merupakan makanan yang berasal dari Cina dengan sebutan cau do, jao to, atau chau tu. Arti dari nama tersebut adalah jeroan dan rempah-rempah. Soto pertama kali diperkenalkan pada awal abad ke 19 di pesisir pantai utara Jawa. Bentuknya adalah makanan berkuah yang didalamnya terdapat potongan daging dan jeroan. Diungkapkan juga dalam buku Nusa Jawa bahwa pada abad ke 18, telah banyak imigran Cina yang datang ke pesisir utara Jawa. Mereka membuka banyak rumah makan sebagai usaha. Meningkatnya jumlah imigran dari Cina membuat mereka akhirnya mendominasi saat itu. Pada saat inilah jao to mulai diperkenalkan kepada masyarakat pribumi. Kebiasaan orang Cina yang sering menggunakan daging babi dalam jao to kemudian diubah. Menyesuaikan dengan masyarakat yang sudah banyak beragama islam, maka isian jao to dirubah menjadi daging sapi, kerbau dan juga ayam. Soto berkembang di Nusantara tepat ketika penjajahan Belanda berlangsung. Rakyat selalu mengkonsumsi soto yang memiliki isian dari jeroan, dan pantang masuk ke dapur Belanda. Alasannya adalah jeroan, bagi penjajah jeroan bukanlah makanan yang dapat dikonsumsi. Para bangsawan Belanda menganggap jeroan adalah makanan yang tidak sehat bahkan higienis. Sehingga hanya rakyat jelata saja yang mengkonsumsi soto sebagai makanan sehari-hari. Bahkan kala itu, rakyat tidak menggunakan sendok untuk mengkonsumsinya.







Kemudian soto berkembang, dan mulai menggunakan bahan-bahan yang tidak lagi berasal dari jeroan, dan sudah menggunakan daging sebagai salah satu bahannya, dan tertuang dalam Indisch Kookboek, sebagai salah satu makanan dari hindia belanda. Saat ini di Indonesia soto sudah sangat berkembang, dan masing-







masing daerah memiliki resep soto khas masing-masing daerah sendiri. Sampai dengan saat ini ada sekitar lebih dari 1000 (seribu) resep soto di Indonesia, dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia.







Tabel data soto-soto di wilayah Jawa:






JENIS SOTO	KETERANGAN	GAMBAR
SOTO BANTEN	Ciri khas dari soto ayam banten ini adalah penggunaan kentang potong yang digoreng sebagai bahan pelengkap dan tomat yang dimasak kedalam kuah kaldu sotonya. Sedangkan untuk pemakaian bumbu dapur lainnya tidak berbeda dengan soto pada umumnya. Sebenarnya soto ini aslinya menggunakan jeroan daging sapi bukan suwiran ayam. Keistimewaan rasa kuah soto banten terletak pada penambahan tomat potong segar yang dimasak bersama bumbu halus dan bumbu dapur lainnya.	
SOTO BETAWI KUAH SUSU	Ciri khas dari soto ini adalah kuahnya yang terbuat dari campuran santan dan susu sehingga membuat rasanya semakin gurih. Isian dari soto betawi biasanya berupa daging dan jeroan sapi, seperti babat, paru, torpedo, dan hati.	
SOTO JAKARTA	Ciri khas dari soto ini adalah kuah yang gurih dengan campuran susu. isian dari soto jakarta dengan daging sapi campur usus, babat, dan jando.	

JENIS SOTO	KETERANGAN	GAMBAR
SOTO BANDUNG	Soto Bandung terdiri dari daging sapi, irisan lobak yang tipis, dengan taburan kacang kedelai yang renyah dan gurih, ditambah garnis tomat, seledri, dan bawang goreng. Selain enak soto Bandung juga memiliki kandungan gizi yang baik.	
SOTO SADANG PURWAKARTA	soto ini merupakan soto khas dari Purwakarta, Jawa Barat. Ciri khas Soto Sadang isian dan bumbunya sederhana dan mengandalkan rasa kaldu kuah sapi. Konsumen umumnya bisa memilih kuah Soto Sadang bening atau bersantan.	
SOTO BANJAR	Soto Banjar ini menggunakan ayam kampung sebagai bahan utamanya. Bumbu yang di haluskan berupa bawang merah, bawang putih, merica. Bumbu rempah yang di gunakan berupa kapulaga, cengkeh, kayu manis dan pala. Rasa gurih dari kaldu dan bumbu yang menyatu dalam kuah soto memberikan cita rasa yang kuat pada Soto Banjar ini. Selain itu perpaduan bahan pelengkap yang bermacam - macam tadi membuat sensasi yang berbeda saat menyantapnya.	
SOTO TASIKMALAYA	soto ini memiliki cirikhas berkuah santan dengan rasa yang gurih. untuk isian menggunakan ayam kampung. untuk tambahan diracik dengan kuah dan suun serta taburan kedelai goreng.	
SOTO BOGOR	Hal unik dari kuliner berkuah ini adalah penyajiannya dilengkapi dengan mi kuning, umumnya soto disajikan hanya menggunakan mi soun atau bihun.	
SOTO AYAM SEMARANG	Soto Semarang dikenal dengan kuah yang bening, gurih, dan menggunakan daging ayam kampung. Selain itu terdapat lauk pelengkap berupa sate kerang, perkedel kentang, tempe goreng, dan kripik tempe.	

JENIS SOTO	KETERANGAN	GAMBAR
SOTO BOYOLALI SEGER	Soto Seger identik dengan kuah yang bening dan rasa gurih menyegarkan, seperti namanya. Soto Seger ada yang terbuat dari ayam dan juga daging sapi. Soto seger yang disajikan di Boyolali banyak yang menggunakan kobis. Ada pula yang dinikmati dengan menambahkan acar mentimun.	
SOTO KEMIRI PATI	Soto Kemiri merupakan soto ayam. Jika kuah soto pada umumnya cenderung bening, maka Soto Kemiri menggunakan kuah bersantan. Dalam penyajiannya, nasi ditaruh di mangkok kemudian diberi suwiran ayam dan diguyur dengan kuah santan yang berwarna kuning. Warung-warung soto kemiri mudah dijumpai ketika mampir ke Pati kota.	
SOTO BANJAR NEGARA	Ciri khas soto banjar yaitu menggunakan ayam kampung sebagai bahan utamanya. Ditambah dengan berbagai bumbu istimewa seperti bawang merah, bawang putih, merica, serta rempah-rempah yang menciptakan rasa soto yang khas. Rempah-rempah yang digunakan yaitu seperti pala, kayu manis, cengkeh dan kapulaga.	
SOTO PURWOREJO	soto ini berasal dari progo, yogyakarta. banyak orang mengenal soto ini yaitu soto stasiun. satu mangkuk kecil soto yang berisi nasi, potongan daging sapi, dan taube dengan taburan daun seledri dan bawang goreng. kuah yang disajikan bening dan tidak berminyak.	
SOTO TAMANWINAGUN KEBUMEN	Selain menggunakan daging entok, keunikan dari soto khas Kebumen ini adalah penggunaan kacang tanah yang membuat tekstur kuahnya menjadi keruh. Selain itu, soto ini juga diracik dengan bumbu-bumbu alami sehingga aman untuk dikonsumsi setiap hari.	
SOTO GOMBONG	soto gombong kuliner khas Jawa Tengah yang unik. Berbeda dari soto lainnya, hidangan ini menggunakan getuk ketela yang terbuat dari singkong kukus dihaluskan, lalu diberi bumbu dan digoreng sampai garing. Getuk ketela menjadi ciri khas soto gombong.	

JENIS SOTO	KETERANGAN	GAMBAR
SOTO KUDUS	memiliki kuah yang bening. Meski demikian, soto kudus memiliki cita rasa kuah yang lezat dan khas, la. Selain itu, soto kudus biasanya dihidangkan dalam mangkuk kecil. Keunikan dari soto kudus adalah soto ini menggunakan daging kerbau sebagai isian dagingnya. Pada zaman dahulu, Sunan Kudus datang membawa ajaran agama Islam ke Kudus.	
SOTO JEPARA	soto ini dapat ditemukan di wilayah kecamatan mayong kota jepara. soto ini memiliki bahan pelengkap seperti tahu, tempe, horok-horok, bumbu, dan sate jeroan. cirikhas dari soto ini memiliki kucai dengan isian ayam kampung.	
SOTO AYAM LAMONGAN	Ciri khas dari Soto Lamongan ini adalah kuahnya yang berwarna kuning. Rasanya semakin lezat karena adanya berbagai rempah di dalamnya. Kuah soto yang berwarna kuning bening dengan rasa gurih dan khas terbuat dari bumbu halus, seperti bawang putih, ketumbar sangrai, merica, kemiri sangrai dan kunyit.	
SOTO LENTHOK YOGYA	ciri khas dari soto ini memiliki kuah bening segar serta penyajian dengan lenthok atau prekedel singkong. terkadang ada tambahan daun kemangi	
SOTO MADURA	Soto daging madura memiliki ciri khas kuah kuning tanpa santan. Selain daging, biasanya soto ini berisi babat, paru, juga usus sapi yang membuat rasanya semakin gurih. Soto ini juga memiliki rasa sedikit pedas dari merica	
SOTO PAMEKASAN	Soto di Wilayah Pamekasan memiliki ciri - ciri dan keunikan seperti berikut : bahan dasarnya terdiri dari kentang rebus, perkedel kentang, tauge, daging sapi atau daging ayam, soun, lontong, dan disiram dengan kaldu bening. Sedangkan untuk bumbunya terdiri dari merica dan bawang putih.	

JENIS SOTO	KETERANGAN	GAMBAR
SOTO AYAM PACITAN	Soto Pacitan memiliki ciri khas kuah yang jernih atau bening. Rasanya kaya rempah dan ada taburan kacang goreng dan kecambah muda atau tauge. Selain itu, Soto Pacitan kerap mempertahankan suwiran daging ayam kampung agar lebih nikmat. Jika Anda penasaran ingin mencicipi Soto Pacitan, cabalah ke Warung Soto Ponadi	
SOTO MALANG/SOTO LOMBOK	Dalam semangkok soto terdapat nasi putih, kuah yang pekat, irisan ayam kampung yang melimpah, kubis, kentang, tauge, taburan seledri, serta sesendok koyah kelapa yang gurih. Soto ini lebih nikmat jika disantap bersama kerupuk ikan berukuran besar yang juga menjadi ciri khas dari Soto Lombok.	
SOTO KEDIRI	Soto Kediri merupakan kuliner berkuah khas dari Kota Kediri, Jawa Timur, dengan kuah santan yang encer. Soto Kediri juga dikenal dengan Soto Tamanan karena banyak dijumpai di kawasan Terminal Tamanan, Mojoroto, Kota Kediri sejak tahun 1969. Ayam yang dipakai menggunakan ayam afkir atau ayam petelur yg sudah tidak bisa bertelur lagi.	
SOTO NGAWI	soto ngawi tidak jauh beda dengan soto lamongan, bening kekuningan. Begitu banyak kuah yang ada di mangkuk membuat potongan kikil dan daging sapi tak tampak. Hanya ada taburan daun bawang dan seledri yang kelihatan di permukaan.	
SOTO KRIYIK PURBALINGGA	Soto Kriyik adalah hidangan soto khas Purbalingga, Jawa Tengah. Soto kriyik (soto) memiliki ciri khas yaitu soto yang berisi kuah yang rasanya khas disantap dalam keadaan panas, dan ditaburi daging ayam yang digoreng sangat garing.	
SOTO TAUCO PEKALONGAN	Tauto sendiri merupakan soto khas Pekalongan. Ciri khas sajian ini adalah aroma kuahnya yang kuat dari taoco. Selain itu, tauto juga dihidangkan bersama bihun goreng di atasnya, perkedel, emping, dan lontong	

JENIS SOTO	KETERANGAN	GAMBAR
SOTO GROMBYANG PEMALANG	Nasi grombyang merupakan salah satu makanan khas Pemalang. Kuliner ini berisikan nasi putih dan daging sapi atau daging kerbau dengan bumbu rempah. Nama grombyang berasal dari bahasa Pemalang yang artinya mengapung di permukaan atau bergoyang-goyang.	
SOTO SURABAYA	Soto Sulung khas Surabaya memiliki ciri khas kuah bening, dan bagian isi berupa jeroan seperti usus, paru, dan babat. Soto sulung sendiri diberi nama dari jalan raya, di mana kedai soto pertama kali dibuat. Soto sulung diberi bumbu halus yaitu bawang merah, bawang putih, kunyit, jahe, merica, dan garam.	
SOTO SOKARAJA	Ciri khas soto Sokaraja yaitu menggunakan ketupat dalam sajiannya sebagai pengganti nasi. Ada beberapa varian soto yaitu soto daging, soto ayam, soto jeroan maupun soto campur. Isian soto ini yaitu ketupat yang diiris-iris, kecambah pendek, kerupuk warna warni, daun bawang, daging dan disiram dengan kuah soto.	
SOTO TAUCO TEGAL	ciri khas soto Tegal ini adalah sambal tauco. Soto berkuah pekat ini memiliki perpaduan rasa gurih, pedas, manis, dan sedikit asam. Biasanya, bila makan soto tauco di Tegal, pedagang akan menyajikannya dalam mangkuk kecil dengan sendok bebek. Isian soto yang melimpah, pun akan terlihat dengan jelas. Warna kuahnya yang pekat kecokelatan, berpadu manis dengan taburan suwiran ayam, daging, atau pun babat goreng. Soto yang juga dilengkapi soun dan tauge rebus ini pun terlihat makin sedap dengan taburan daun bawang serta bawang goreng.	
SOTO BANYUMAS	Ciri khas dari soto ini dengan menggunakan isian daging sapi, soun, toge, dan telur. untuk pendukung rempah-rempahnya menggunakan bawang putih, bawang merah, kemiri goreng, merica bulat, kunyit bakar, jahe, lengkuas, serai, daun salam, daun jeruk. dan ada tambahan pendukung kacang tanah sangrai, bawang putih iris goreng, dan kerupuk udang ghoreng. untuk kuah yang disajikan bening.	

Tabel 2.3 data-data soto jawa
Sumber: Pribadi

2.2.2 Customer Experience

2.2.2.1 Customer experience

Pengertian *Customer Experience* atau model customer experience adalah suatu model dalam pemasaran yang mengikuti customer equity. Model ini dikembangkan oleh Bern Schmitt (1999) dalam bukunya *Customer Experience Management*, yang merupakan kelanjutan dari buku sebelumnya, yaitu *Experiential Marketing*. Experience adalah peristiwa pribadi yang terjadi sebagai jawaban atas beberapa rangsangan. Pengalaman melibatkan seluruh dalam setiap peristiwa kehidupan. Dengan kata lain, sebagai pemasar harus menata lingkungan yang benar untuk pelanggan dan apa sebenarnya yang diinginkan pelanggan. Melalui pengalaman yang tepat diberikan maka dapat membuat konsumen merasakan sensasi atau hal yang berbeda dalam produk dan jasa. Menurut Gentile (2007), customer experience didefinisikan berasal dari satu set interaksi antara pelanggan dan produk, perusahaan, atau bagian dari organisasi, yang menimbulkan reaksi. Pengalaman ini benar-benar pribadi dan menyiratkan keterlibatan pelanggan pada tingkat yang berbeda (baik secara rasional, emosional, sensorik, fisik, dan spiritual).

Menurut Meyer & Schwager (2007), customer experience adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Hubungan secara langsung ini biasanya dikarenakan adanya inisiatif dari konsumen. Hal ini biasanya terjadi pada bagian pembelian dan pelayanan. Sedangkan hubungan

tidak langsung sering melibatkan pertemuan yang tidak direncanakan, seperti penampilan produk dan merek, iklan, dan eventpromosi lainnya. Sementara menurut Chen & Lin (2014), customer experience didefinisikan sebagai pengakuan kognitif atau persepsi menstimulasi motivasi pelanggan. Pengakuan atau persepsi tersebut dapat meningkatkan nilai produk dan jasa. Customer experience merupakan hasil interaksi konsumen dengan perusahaan secara fisik dan emosional. Hasil interaksi ini dapat membekas di benak konsumen dan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap perusahaan. Schmitt(1999) dalam Roberto Gunawan Pranoto (2017) menyarankan ada lima tipe customer experience sebagai dasar untuk analisis pemasaran pengalaman keseluruhan, yakni: sense, feel, think, act, dan relate. Dimensi Customer Experience:

- 1) *Sense*, pengalaman konsumen yang berkaitan dengan panca indra melalui penglihatan, suara, sentuhan, rasa dan bau.
- 2) *Feel*, adalah pengalaman konsumen yang berkaitan dengan emosional yang diciptakan antara konsumen.
- 3) *Think*, adalah pengalaman konsumen yang berkaitan dengan rangsangan kreatifitas dan rasional dari konsumen.
- 4) *Act*, yaitu pengalaman konsumen yang berkaitan dengan gaya hidup/lifestyle, kegiatan fisik dan image yang dibentuk.
- 5) *Relate*, yaitu pengalaman konsumen dengan suasana atau komunitas sosial setelah berkunjung.

2.2.2.2 Sensory experience

Sensory experience merupakan usaha untuk menciptakan pengalaman yang berkaitan dengan panca indra, meliputi penglihatan, suara, bau, rasa dan sentuhan. *Sensory experience* ini dapat disampaikan melalui produk serta store environment yang akan dijelaskan dibawah ini:

1) Produk, Penampilan desain dan penampilan produk yang unik dan menarik bagi konsumen. Rasa cita rasa makanan dan minuman yang khas yang menstimulasi indera perasa konsumen.

2) *Store environment*, Menurut Tiwari (2009) dalam Livia (2014) mengungkapkan bagian-bagian dari *store environment* antara lain yaitu:

a) Interior, meliputi desain interior dan perabot restoran yang fungsional, efisien dan nyaman.

b) Pencahayaan, penggunaan cahaya alami dan buatan yang dikombinasikan dapat memberikankesan yang ceria dan terbuka.

c) Suara, tingkat kebisingan harus memungkinkan terjadinya percakapan oleh konsumen.

d) Bau atau aroma di area restoran yang mempengaruhi indera penciuman konsumen.

2.2.2.3 Emotional experience

Emotional Experience merupakan strategi dan implementasi untuk memberikan pengaruh afektif kepada konsumen terhadap suatu perusahaan melalui komunikasi, produk, lingkungan, website, dan orang yang menawarkan produk. *Emotional experience* dapat dirasakan oleh konsumen ketika perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas untuk konsumen.

Tujuan dari emotional experience ialah melakukan gerakan stimulus emosional melalui kejadian, agen, dan obyek sehingga mampu membangkitkan perasaan dan emosi internal dalam diri konsumen serta mempengaruhi emosi dan suasana hati konsumen. Emosi yang diberikan konsumen berbeda-beda tersebut dipicu oleh tiga aspek utama yaitu suatu event atau kejadian, agen (orang, institusi, situasi), dan obyek. Menurut Smith dan Wheeler (2002) dalam Livia (2014) dijelaskan bahwa kualitas yang perlu dimiliki oleh karyawan agar dapat menyampaikan customer experience, yaitu:

A) *Knowledge (the head)* adalah seorang karyawan harus mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dan apa yang diperlukan oleh kebutuhan konsumen.

B) *Attitude (the heart)* yang merupakan karyawan harus memiliki sikap yang profesional, ramah, dan sopan terhadap setiap konsumen.

C) *Skill (the hand)* ialah karyawan harus memiliki skill yang nantinya dibutuhkan untuk memberikan sebuah customer experience kepada konsumen.

2.2.2.4 Social Experience

Social experience bertujuan untuk menghubungkan individu kepada orang lain, kepada suatu kelompok sosial (kelompok profesi, kelompok etnis, kelompok gaya hidup, dan lain-lain), maupun kepada suatu entitas sosial yang lebih abstrak seperti suatu negara, masyarakat, atau budaya tertentu yang direfleksikan dalam suatu brand. Melalui *social experience*, konsumen menjadi terhubung dengan suatu lingkungan sosial yang lebih luas sehingga menumbuhkan *brand relation* dan brand communities. Komponen utama dari brand menurut Sexton (2010) dalam Livia (2014) meliputi:

- 1) *Identifier* yaitu nama, logo, warna, bentuk dan segala hal yang membuat konsumen mengenali sebuah perusahaan, produk, atau jasa.
- 2) *Attributes*, segala yang timbul di pikiran konsumen mengenai sebuah brand.
- 3) *Associations* yaitu hubungan antara *identifiers* dan *attributes* yang terdapat pada benak konsumen

2.2.2.5 Kepuasan konsumen

Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang timbul dari perbandingan kinerja produk yang diterima dengan harapannya. Kotler dan Keller (2008), kepuasan pelanggan (customer satisfaction) diartikan sebagai fungsi dari seberapa sesuai harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. Sedangkan menurut Zeithaml, et.al. (2006), bahwa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan merupakan respon pemenuhan dari konsumen. Hal ini merupakan penilaian mengenai bentuk dari produk dan

layanan, atau mengenai produk atau layanan itu sendiri, dalam menyediakan tingkat kepuasan dari konsumsi yang terpenuhi. Jadi untuk memenuhi kepuasan konsumen maka dapat diukur dari sisi kognitif pembeli yang merasa dihargai setara atau tidak setara dengan pengorbanan yang dilakukannya.

Menurut Tjiptono & Gregorius, (2005) dalam Roberto Gunawan Pranoto (2017) membedakan tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan, yaitu:

- 1) *Demanding customer satisfaction*, tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Adanya pengalaman positif dari konsumen, yakni optimisme dan kepercayaan.
- 2) *Stable customer satisfaction*, konsumen dengan tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang menuntut. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan *steadiness* dan *trust* dalam relasi yang terbina saat ini. Konsumen menginginkan segala sesuatunya tetap sama.
- 3) *Resigned customer satisfaction*, konsumen dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih.
- 4) *Stable customer dissatisfaction*, konsumen dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerjanya, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa.
- 5) *Demanding dissatisfaction*, tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku menuntut. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi.

Menurut Juwandi (2004:37) dalam Azhari (2015) faktor yang pendorong kepuasan pelanggan yaitu:

1) Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas jika produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik.

2) Harga, untuk pelanggan yang sensitif terhadap harga, biasanya harga yang murah akan menjadi sumber kepuasan yang penting. Karena jika pelanggan bisa mendapatkan harga yang rendah dengan kualitas yang baik, maka akan timbul rasa kepuasan dari pelanggan tersebut.

3) *Service Quality*, pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan bisa membuat nyaman dan sesuai atau melebihi yang diharapkan.

4) *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan emotional value yang diberikan oleh merek produk tersebut.

Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) mengatakan bahwa terdapat empat faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisa kepuasan konsumen adalah sebagai berikut: kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga, biaya.

Tingkatan Kepuasan Konsumen Faktor –faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen menurut (Lupiyoadi, 2001), yaitu:

1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5) Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.