

# Perancangan Interior Wardah *Beauty House* di Surabaya

Viviyenlii, Sriti Mayang Sari, Celine Junica  
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra  
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya  
 E-mail: viviyenlii97@gmail.com; [sriti@petra.ac.id](mailto:sriti@petra.ac.id)

*Abstrak*— Padatnya jadwal kegiatan dan rutinitas sehari – hari membuat masyarakat mudah merasa lelah, jenuh, dan *stress* sehingga dapat membuat produktivitas kerja menurun. Untuk mengatasi rasa lelah, jenuh, dan *stress*, masyarakat seringkali mengunjungi pusat kecantikan dan relaksasi tubuh untuk mendapatkan perawatan agar kedepannya dapat menjadi lebih produktif dalam bekerja. Selain untuk mengatasi rasa lelah, jenuh dan *stress*, tujuan masyarakat mengunjungi pusat kecantikan dan relaksasi tubuh adalah untuk mempercantik diri, relaksasi tubuh dan memanjakan diri. Tujuan dari Perancangan ini adalah untuk menjawab kebutuhan masyarakat di Surabaya, mendapatkan fasilitas perawatan kecantikan, dan relaksasi tubuh dalam satu tempat. Sehingga masyarakat dapat melepas rasa lelah, jenuh dan *stress* akibat rutinitas sehari – hari dan kebutuhan mereka dapat terpenuhi secara efektif dan efisien. Fasilitas yang akan diberikan pada perancangan ini adalah fasilitas perawatan wajah, perawatan tubuh, perawatan rambut, *make-up*, *hair-do*, dan area retail yang menjual produk Wardah. Perancangan ini mengangkat konsep *Earth, Love, Life*. Konsep tersebut menunjukkan kesan alami dan natural dari bumi dengan nuansa yang *relaxing* agar pengunjung dapat melepaskan kepenatan dengan nyaman. Perancangan ini juga ingin membantu meningkatkan pandangan masyarakat mengenai *brand* kecantikan lokal agar lebih diminati oleh masyarakat luas.

*Kata Kunci*—*Beauty House*, Interior, Surabaya, Wardah.

*Abstrac*— The The tight schedule of activities and daily routines makes people easy to feel tired, bored, and *stressed* so that they can reduce work productivity. To treat fatigue, boredom, and *stress*, people often visit the body's beauty and relaxation center to get treatment so that in the future they can be more productive at work. In addition to treating fatigue, boredom and *stress*, the goal of the community to visit the body's beauty and relaxation center is to beautify themselves, relax the body and pamper themselves. The purpose of this design is to be able to answer the needs of the community in Surabaya to get body beauty and relaxation facilities in one place. So that people can release fatigue, boredom and *stress* due to daily routines and their needs can be fulfilled effectively and efficiently. The facilities that will be provided in this design are facial care, body care, hair care, make-up, hair care, and retail areas that sell Wardah products. This design's concept is *Earth, Love, Life*. That concept shows the natural impression of the earth with a relaxing feel so that visitors can release fatigue comfortably. This design also wants to help improve people's views about local beauty brands to be more attractive to the wider community.

*Keyword*— *Beauty House*, Interior, Surabaya, Wardah.

## I. PENDAHULUAN

Padatnya jadwal kegiatan dan rutinitas sehari – hari membuat masyarakat mudah merasa lelah, jenuh, dan *stress* sehingga dapat membuat produktivitas kerja menurun. Untuk mengatasi rasa lelah, jenuh, dan *stress*, masyarakat terutama kaum wanita seringkali mengunjungi pusat kecantikan dan relaksasi tubuh untuk mendapatkan perawatan. Selain untuk mengatasi rasa lelah, jenuh dan *stress*, tujuan masyarakat mengunjungi pusat kecantikan dan relaksasi tubuh adalah untuk mempercantik diri, relaksasi tubuh dan memanjakan diri. Saat ini belum banyak pusat kecantikan di Surabaya yang sudah melengkapi fasilitas perawatan kecantikan dalam satu wadah. Sehingga bagi masyarakat perkotaan yang sibuk dan memiliki jadwal padat, untuk mendapatkan perawatan kecantikan serta relaksasi tubuh dalam satu tempat tidak dapat terpenuhi.

*Brand* kecantikan menjadi salah satu hal yang diperhatikan masyarakat saat memilih tempat perawatan kecantikan. Kebanyakan masyarakat lebih memilih dan percaya untuk menggunakan *brand* kecantikan luar dibandingkan *brand* lokal, karena masyarakat merasa *brand* kecantikan luar lebih aman dan ampuh. Namun kenyataannya, saat ini beberapa *brand* lokal telah berinovasi, memiliki kualitas yang bagus dan telah teruji aman. *Brand* yang digunakan penulis sebagai objek perancangan yaitu Wardah. Wardah merupakan salah satu *brand* kecantikan lokal Indonesia yang memiliki produk kosmetik, *skin care* dan perawatan rambut. Keunggulan *brand* Wardah adalah harganya yang terjangkau, produk – produk yang berkualitas dan dikenal sebagai satu-satunya *brand* kosmetik halal. Wardah juga memiliki *Beauty House* yang terdapat di beberapa Kota Besar di Indonesia, salah satunya adalah Surabaya. Saat ini penggemar brand Wardah telah semakin meningkat, hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya penjualan hingga lebih dari 20%.

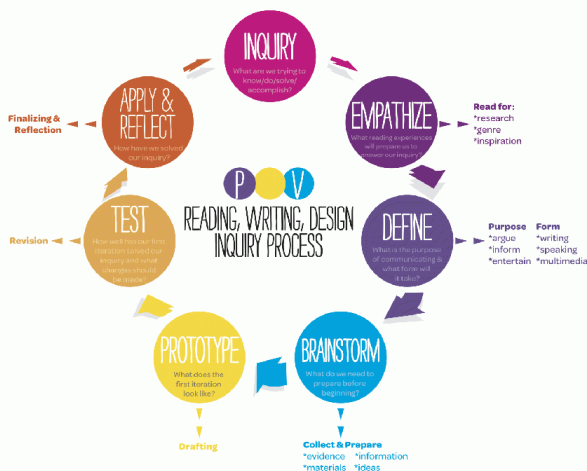
Berdasarkan hal di atas maka tujuan dari Perancangan Interior Wardah *Beauty House* di Surabaya ini adalah untuk menjawab kebutuhan masyarakat di Surabaya untuk mendapatkan fasilitas perawatan kecantikan dan relaksasi tubuh dalam satu tempat. Sehingga masyarakat dapat melepas rasa lelah, jenuh dan *stress* akibat rutinitas sehari – hari dan kebutuhan mereka dapat terpenuhi secara efektif dan

efisien baik dari segi waktu, *cost*, serta tenaga. Selain itu, juga dapat membantu *brand* Wardah sebagai salah satu *brand* kecantikan lokal Indonesia agar dapat lebih diminati oleh masyarakat. Dengan demikian, permasalahan dari perancangan ini adalah bagaimana merancang Wardah *Beauty House* yang sesuai dengan karakteristik *brand* Wardah agar dapat menjawab kebutuhan pengunjung dalam satu tempat. Fasilitas yang akan diberikan pada perancangan ini adalah fasilitas perawatan wajah (*face treatment*), perawatan tubuh, perawatan rambut, *make-up*, *hair-do*, dan area retail yang menjual produk Wardah. Perancangan ini juga ingin membantu *brand* kecantikan lokal agar lebih diminati oleh masyarakat luas.

## II. METODE PERANCANGAN

Metode yang digunakan dalam perancangan interior Wardah *Beauty House* di Surabaya adalah adopsi dari proses *design thinking* menurut Shula Ponet dengan tahapan sebagai berikut:

Metode *design thinking* yang digunakan adalah:



Gambar 1. Metode Design Thinking

### A. Inquiry

Tahap ini merupakan tahap awal bagi perancang untuk mencari dan menentukan objek perancangan. Pada tahap ini perancang mencari informasi umum mengenai pusat kecantikan dan relaksasi tubuh yang ada di Surabaya dan sekitarnya.

### B. Emphatize

Perancang mengumpulkan dan menganalisis data-data yang diperlukan, antara lain:

1. Data literatur, berupa teori mengenai tempat perawatan kecantikan dan relaksasi tubuh, jenis-jenis perawatan kecantikan, standar ruang perawatan, studi antropometri pada salon, standar *furniture* pada salon dan spa, dan standar material yang baik untuk digunakan pada salon dan spa. Data-data tersebut diperoleh melalui buku, jurnal dan e-jurnal sebagai landasan teori perancangan.

2. Data lapangan, diperoleh dengan melakukan observasi ke lapangan dan melakukan wawancara kepada Wardah *Beauty House*. Data lapangan yang diperoleh terdiri dari data fisik bangunan seperti denah *eksisting*, elemen interior (lantai, dinding, plafon, perabot), sistem interior (mekanikal elektrik, pencahayaan, penghawaan, proteksi kebakaran, keamanan), data tapak luar dan dalam. Data lapangan non-fisik yaitu data aktivitas pengguna dan kebutuhan pengunjung serta data mengenai *brand* Wardah.
3. Data tipologi, diperoleh dengan melakukan perbandingan dengan perancangan sejenis.

### C. Define

Pada tahap ini perancang mengolah dan menganalisa data-data yang telah diperoleh untuk merumuskan permasalahan yang ada dan untuk membuat *programming* berupa pola aktivitas pengguna, kebutuhan ruang, karakteristik ruang, hubungan antar ruang, *zoning*, *grouping* dan besaran ruang.

### D. Brainstorm

Pada tahap ini perancang memikirkan konsep desain dan menuangkan konsep ke dalam bentuk skematik desain berupa sketsa manual dan gambar 3D menggunakan komputer. Konsep desain disesuaikan dengan karakteristik *brand* Wardah.



Gambar 2. Logo Wardah

### E. Prototype

Tahapan ini merupakan tahapan dimana perancang membuat desain akhir Wardah *Beauty House* dalam bentuk perspektif 3D *rendering* sesuai dengan konsep desain yang telah ada, membuat gambar kerja, detail elemen interior dan detail perabot, membuat *design board*, skema material yang dipakai dalam perancangan Wardah *Beauty House* dan membuat maket presentasi dengan skala 1:50.

### F. Test

Tahapan ini merupakan tahap pengujian, berupa ujian sidang akhir dan presentasi bersama dengan penguji dan pembimbing.

G. Apply and Reflection

Perancang membuat sebuah refleksi mengenai tugas akhir yang telah dijalani dan menerima saran-saran yang dapat digunakan untuk mengembangkan perancangan di masa depan.

III. KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Salon

Salon kecantikan adalah sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang jasa kecantikan yang berhubungan dengan perawatan kecantikan dan kosmetik untuk pria dan wanita. Dimana salon kecantikan sebagai tempat untuk memperindah dan mempercantik tubuh dengan menyediakan perawatan berkaitan dengan kesehatan kulit, keindahan rambut, estetika wajah, perawatan kaki, perawatan kuku, *waxing* atau *hair removal* lainnya, dan sebagainya yang berhubungan dengan pelayanan kecantikan tubuh. [3]

B. Standar Ruang Salon

Dalam buku *The Official Guide to the City & Guilds Certificate in Salon Services* [1] hal-hal yang perlu diperhatikan untuk keselamatan dan kesehatan lingkungan sebuah salon adalah perlunya diperhatikan ventilasi dan kelembaban udara di setiap ruangan, toilet dan area pencucian peralatan salon harus diperhatikan, area sirkulasi atau koridor tidak boleh ada halangan, pemilihan lantai yang sesuai dengan standar material salon, pemeliharaan dan kebersihan peralatan elektronik dalam salon, penyediaan pembuangan limbah khusus karena adanya bahan-bahan kimia yang digunakan dalam salon, seperti pewarna rambut, *shampoo*, dan sebagainya, sistem proteksi kebakaran yang baik (apar atau *hydrant*) dan juga perlunya koridor untuk evakuasi.

C. Standar Ruang Perawatan Wajah

Pada ruang perawatan wajah, pencahayaan diusahakan tidak menimbulkan bayangan yang dapat mengganggu aktivitas *technician*. Jenis pencahayaan yang tepat adalah pencahayaan langsung (*direct*) yaitu pencahayaan dengan mengarahkan sinar langsung ke bidang objek. Pencahayaan jenis ini biasa dipasang di *ceiling* dan memiliki kualitas cahaya sangat maksimal. [2]

D. Standar Ruang Perawatan Rambut

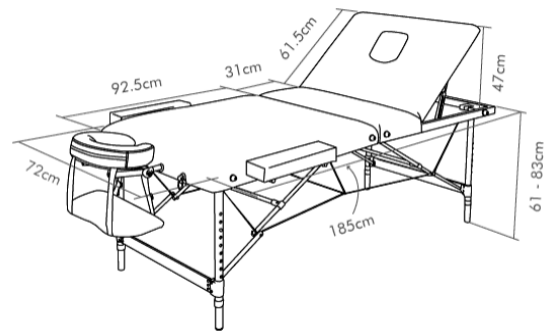
Pada ruang perawatan rambut diperlukan kaca-kaca besar untuk melihat proses perawatan yang sesuai dengan keinginan pengunjung. Jenis pencahayaan yang digunakan pada ruang perawatan rambut adalah *general lighting*. Pencahayaan umum (*General Lighting*) merupakan penerangan dari sumber cahaya yang cukup besar kepada keseluruhan ruang untuk memberikan pencahayaan yang merata. [2]

E. Standar Furniture Pada Salon

Ada dua macam sistem furnitur yang dipakai pada salon dan spa, yaitu *loose furniture* dan *built-in furniture*. Semua *furniture* yang dipakai harus memenuhi standar, baik dari ukuran, ketahanan dan material. Berikut penjabaran mengenai *furniture* beserta standarisasi ukuran, ketahanan dan materialnya:

1. Massage Bed

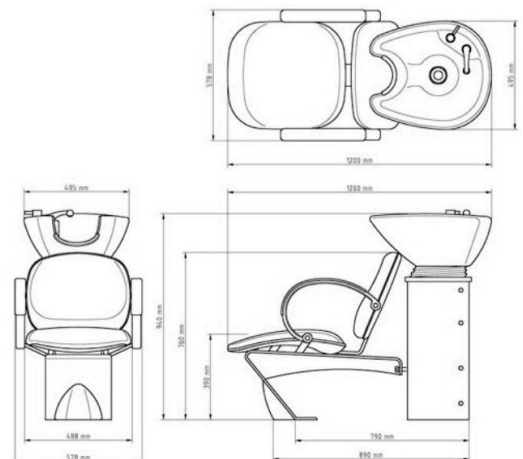
*Massage bed* adalah tempat tidur khusus untuk perawatan pijat yang memiliki bantalan khusus untuk penahan muka ketika berbaring. Dimensi standart *massage bed* adalah dengan ukuran 185 cm x 70 cm x 80 cm. Material untuk *massage bed* biasa menggunakan bahan kulit sintetis. [5]



Gambar 3. Dimensi Massage Bed.

2. Shampoo Unit

Untuk *shampoo unit*, ukuran kursi yang baik adalah 80 cm x 60 cm x 50 cm. Sedangkan dimensi untuk wastafel adalah 50 cm x 60 cm x 90 cm. Pada bantalan dudukan dan sandaran sebaiknya memakai material bahan kulit sintetis sebagai lapisan luarnya agar tidak gampang basah jika terkena cipratan air. [5]

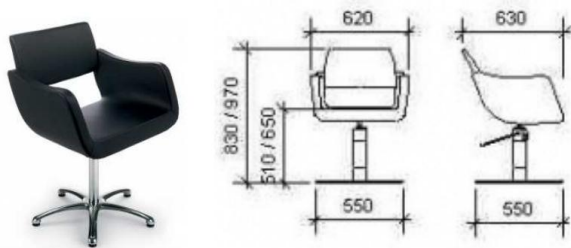


Gambar 4. Dimensi Shampoo Unit.

3. Salon Workstation

Terdiri dari kredenza/meja rias dengan cermin, kursi hidrolik untuk pelanggan ketika sedang mendapat perawatan rambut dan *stool* untuk *stylist* yang menata rambut. Untuk kursi salon hidrolik memiliki ukuran standar 60cm x 60 cm. Untuk

ketinggian bisa disesuaikan dari mulai 85 cm-100 cm. [5]



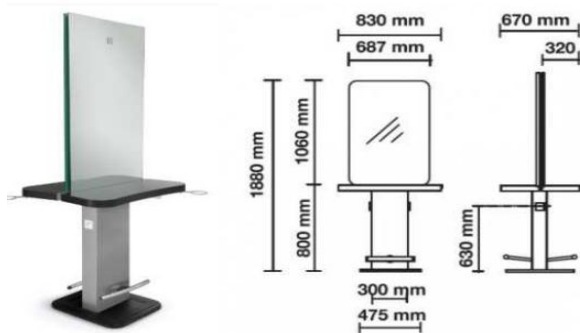
Gambar 5. Dimensi Kursi Salon Hidraulik

*Stool* salon untuk *stylist* memiliki ukuran standar dengan diameter 18-20 cm pada dudukannya, tinggi yang bisa disesuaikan dari 55-75 cm. *Stool* salon memiliki roda pada bagian kakinya agar memudahkan *stylist* ketika akan berpindah posisi saat menata rambut. [5]



Gambar 6. Dimensi Stool Salon

Ukuran standar kredenza salon adalah 70 cm x 30-40 cm x 80 cm. Sedangkan standar ukuran cermin adalah dengan panjang 100-110 cm dan lebar 60-70 cm. [5]



Gambar 7. Kredenza Salon

F. Spa

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 1205/Menkes/X/2004 [4] tentang pedoman persyaratan kesehatan pelayanan spa, pengertian spa sendiri adalah suatu upaya kesehatan tradisional dengan melakukan perawatan holistik yang tidak hanya memperhatikan kecantikan raga atau tubuh, tetapi juga memperhatikan

kecantikan jiwa atau pikiran untuk mencapai keseimbangan tubuh secara menyeluruh dengan berbagai pelayanan profesional yang menawarkan berbagai treatment untuk memenuhi kesehatan jiwa dan raga.

Fungsi dari Spa sendiri adalah sebagai tempat yang menyediakan pelayanan untuk upaya menjaga kesehatan, kecantikan dari dalam dan luar, kesegaran dan relaksasi yang dapat menyeimbangkan tubuh, pikiran dan jiwa (*mind, body & spirit*) baik dengan sumber mineral, pemijatan, aromaterapi dan herbal yang dapat membantu tercapainya fungsi dari Spa. [4]

G. Standar Ruang Spa

Menurut Pemerintah Kesehatan Republik Indonesia No. 1205 tentang Pedoman Persyaratan Kesehatan SPA [4] persyaratan peralatan dalam pelayanan spa yang harus dipenuhi antara lain sebagai berikut :

- a. Ventilasi
 

Ventilasi dapat menjamin peredaran udara di dalam kamar / ruang dengan baik. Luas ventilasi 20% dari luas lantai ruangan. Bila ventilasi alami tidak memenuhi persyaratan harus dilengkapi dengan ventilasi mekanis (AC, kipas angin, *exhaust fan*).
- b. Pencahayaan
 

Intensitas cahaya yang memenuhi syarat untuk melakukan kegiatan yang memerlukan sedikitnya ketelitian adalah : 200-300 lux.
- c. Pembuangan limbah
 

Memenuhi sarana pembuangan limbah yang memenuhi syarat kesehatan (saluran dengan penampungan air limbah / *septic tank*).
- d. Toilet / kamar mandi
 

Harus selalu tersedia air bersih yang cukup dan memenuhi syarat kesehatan, sabun cair, handuk disposable / bersih. Lantai kamar mandi kuat, permukaan rata, kedap air, tidak licin dan mudah dibersihkan. Kemiringan yang cukup (2- 3%) ke arah saluran pembangunan air limbah.
- e. Index jentik nyamuk : tidak melebihi dari 5%
- f. Kenyamanan : untuk suhu berkisar antara 18-20°C dan kelembaban berkisar antara 40-70%
- g. Tingkat kebisingan : tidak melebihi 85 db.

H. Jenis Perawatan pada Spa

Spa sendiri merupakan perawatan yang bersifat terapi dan tidak sekaligus. Bentuknya secara menyeluruh meliputi jasmani dan rohani, seperti:

1. Pemijatan
 

Perawatan yang berfungsi untuk melepaskan otot – otot dari ketegangan.
2. Perawatan Kulit dan Muka
 

Perawatan yang berfungsi untuk mengurangi keriput pada kulit dan muka.
3. Berendam / beruap
 

Perawatan yang berfungsi untuk melancarkan peredaran darah pada tubuh. Contoh perawatannya

seperti *whirpool*, sauna, mandi susu dan mandi rempah.

4. Body scrub / luluran  
Perawatan yang berfungsi untuk mengeluarkan kotoran – kotoran pada badan melalui pori – pori pada kulit.
5. Pemijitan titik syaraf  
Perawatan yang berfungsi untuk melancarkan peredaran darah lewat titik saraf. [4]

IV. KONSEP DESAIN

A. Objek Perancangan

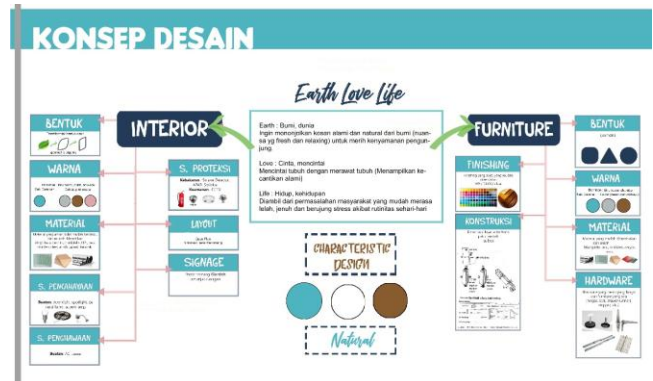
Wardah *Beauty House* adalah sebuah fasilitas untuk melakukan perawatan kecantikan serta perawatan tubuh dengan produk-produk kecantikan dan kosmetik *brand* Wardah. Objek perancangan berupa *Commercial Space* yaitu sebagai pusat perawatan kecantikan dan relaksasi tubuh. Berikut ini merupakan area – area yang akan dirancang beserta pembagiannya:

1. Dominan :
  - a. *Beauty Salon*  
Merupakan area untuk melakukan perawatan rambut, tata rias (*make-up*), dan *hair-do*.
  - b. Area Perawatan Tubuh  
Merupakan area bagi pengunjung untuk mendapatkan fasilitas relaksasi tubuh berupa *body massage* dan spa.
  - c. Area Perawatan Tubuh VIP  
Merupakan area bagi pengunjung untuk mendapatkan fasilitas relaksasi tubuh berupa *body massage* dan spa yang terletak dalam satu ruang khusus, sehingga tingkat privasi lebih terjaga.
  - d. Area Perawatan Wajah  
Merupakan area bagi pengunjung untuk mendapatkan fasilitas perawatan wajah berupa *facial* dan totok wajah.
  - e. *Shopping Area*  
Merupakan area komersial yang menjual bermacam – macam produk perawatan dan kecantikan khusus *brand* Wardah.
2. Sub-Dominan :
  - a. *Lobby Receptionist*  
Merupakan area bagi pengunjung untuk melakukan pendaftaran perawatan (*receptionist*) dan area tunggu (*waiting area*).
  - b. Ruang Serbaguna  
Merupakan ruangan yang digunakan pada saat ada event tertentu, seperti *beauty class*, *beauty sharing*, dll.
  - c. Ruang *Skin Test*  
Merupakan ruang untuk melakukan skin test dan berkonsultasi.

B. Konsep Perancangan

Konsep yang digunakan dalam perancangan *Interior Wardah Beauty House* ini adalah “*Earth, Love, Life*”. Konsep tersebut menunjukkan kesan alami dan natural dari bumi (*earth*) dengan nuansa yang *relaxing* agar pengunjung dapat melepaskan kepenatan dengan nyaman. Sedangkan *love* berarti bahwa tujuan pengunjung yang datang adalah untuk merawat dan lebih mencintai tubuh. Konsep diambil dari permasalahan masyarakat yang mudah merasa lelah, jenuh dan *stress* akibat rutinitas sehari – hari (*life*).

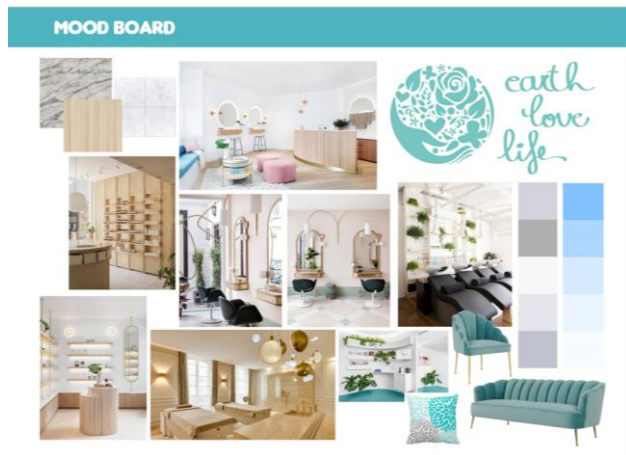
Perancang menggunakan bentuk geometris organis dari transformasi bentuk daun untuk menonjolkan kesan alami dan natural dari bumi. Transformasi bentuk daun tersebut diaplikasikan pada elemen interior seperti plafon, lantai dan dinding. *Branding* Wardah dituangkan ke dalam desain dengan pemilihan warna dominan hijau *tosca* dan putih sesuai dengan karakteristik *brand* Wardah. Warna sub-dominan pada desain adalah warna coklat yang diperoleh dari tekstur kayu untuk menonjolkan kesan natural dan alami dari bumi. Material yang dipakai pada elemen interior adalah material yang aman dan mudah dibersihkan, seperti *vinyl*, kaca, cermin, besi, keramik, dan granit. Sedangkan material pada perabot adalah multipleks, besi, dan kaca dengan finishing HPL / duco.



Gambar 8. Konsep Desain

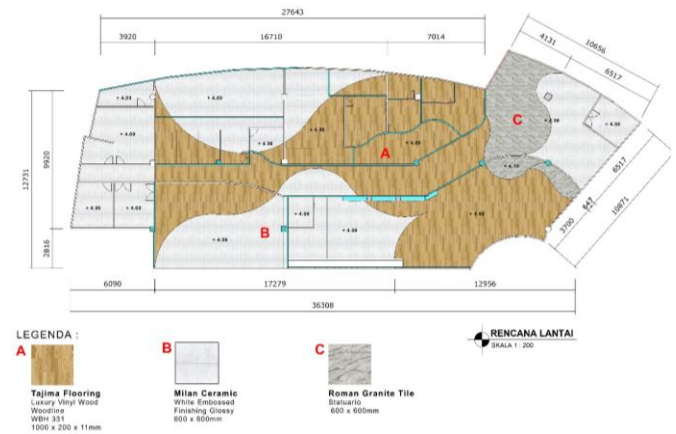
C. Gaya Desain

Gaya desain yang digunakan adalah modern dan sesuai dengan karakteristik *brand* Wardah. Karakteristik *brand* Wardah yang ditonjolkan dalam desain adalah warna yaitu hijau *tosca* dan putih. Perancang menggunakan bentuk geometris organis dari transformasi bentuk daun untuk diaplikasikan pada elemen interior.



Gambar 9. Moodboard

B. Rencana Lantai



RENCANA LANTAI  
 LEGENDA :  
**A** Tajima Flooring Luxury Vinyl Wood Woodline White 3.1 1000 x 200 x 11mm  
**B** Milan Ceramic White Embossed Finishing Glossy 600 x 600mm  
**C** Roman Granite Tile Sinarca 600 x 600mm

Gambar 11. Rencana Lantai

Transformasi bentuk daun diaplikasikan pada pola lantai menjadi bentuk yang geometris organik. Lantai menggunakan material kayu untuk menonjolkan kesan natural dan alami dari bumi, selain itu juga menggunakan material keramik dan granit agar mudah dibersihkan.

V. DESAIN AKHIR

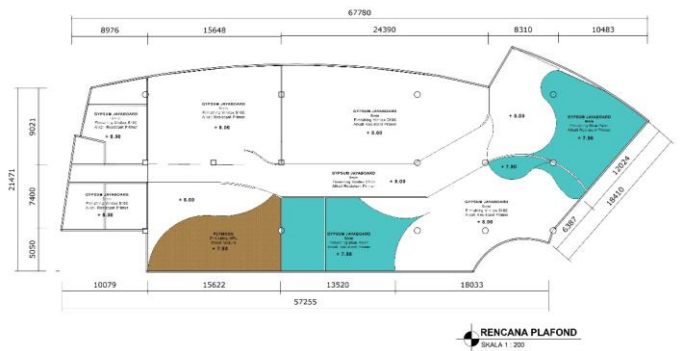
A. Pengembangan Layout



Gambar 10. Layout

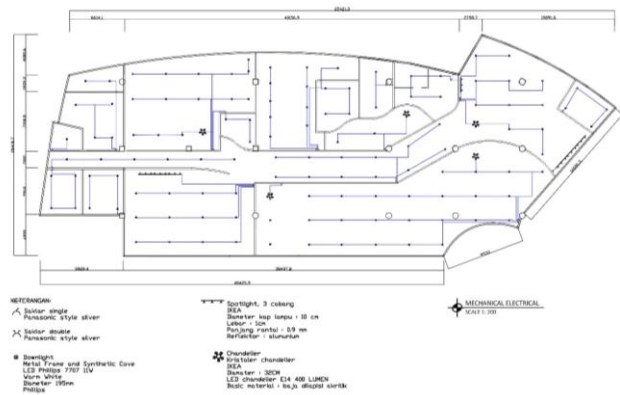
Layout menggunakan sistem sirkulasi linear bercabang, dimana pengunjung yang masuk akan melalui area lobby, lalu bercabang menuju ruang – ruang lain (shopping area, salon, spa, face treatment room, dan ruang serbaguna) sesuai dengan jenis perawatan yang diinginkan. Shopping area dan ruang serbaguna (ruang yang digunakan untuk event tertentu seperti beauty class, workshop make-up, talkshow, dll) terletak di area depan agar pengunjung mall yang melewati Wardah Beauty House dapat tertarik untuk masuk sehingga dapat menguntungkan dari segi bisnis.

C. Rencana Plafon

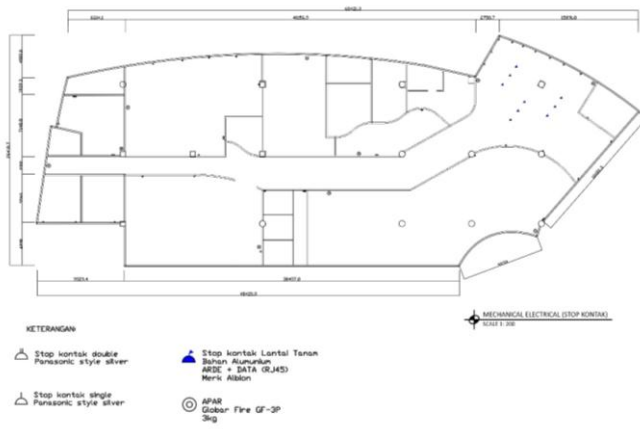


Gambar 12. Rencana Plafon

D. Rencana Mekanikal Elektrikal

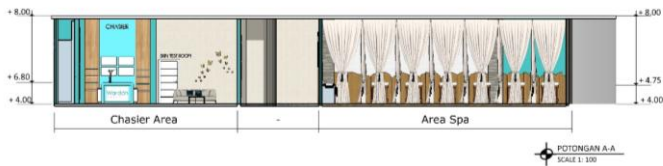


Gambar 13. Rencana Mekanikal-Elektrikal 1

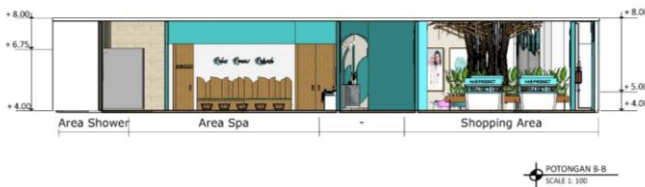


Gambar 14. Rencana Mekanikal-Elektrikal 2

E. Potongan



Gambar 15. Potongan A-A'



Gambar 16. Potongan B-B'



Gambar 17. Potongan C-C'



Gambar 18. Potongan D-D'

F. Main Entrance



Gambar 19. Main Entrance

Warna pada *main entrance* disesuaikan dengan karakteristik dari brand Wardah yaitu hijau toska dan putih. Terdapat *window display* pada area depan toko yang menampilkan produk – produk kecantikan Wardah. Bentuk komposisi pada pintu masuk merupakan transformasi dari bentuk daun, yang terinspirasi dari konsep desain *Earth, Love, Life*.

G. Perspektif



Gambar 20. Lobby dan Waiting Area

*Lobby dan waiting area* merupakan area pertama yang dimasuki oleh pengunjung ketika mengunjungi Wardah Beauty House. Pada area ini pengunjung dapat memilih jenis perawatan yang diinginkan. Lalu pengunjung dapat menunggu di waiting area sampai perawatan yang diinginkan telah siap. Lobby menggunakan material lantai vinyl kayu untuk memberikan kesan natural, selain itu juga terdapat bentuk rangka kayu menyerupai pohon yang menempel pada pilar untuk menambahkan kesan alami. Komposisi dari bentuk transformasi daun juga dimunculkan pada area ini.



Gambar 21. Shopping Area

Display produk pada *shopping area* dikelompokkan sesuai dengan kategorinya yaitu *skin care*, *hair product* dan *cosmetics*. Untuk jenis display yang digunakan adalah *island display* dan *wall display*. Pada area ini juga terdapat *skin test room* yang ditujukan bagi pengunjung untuk melakukan tes kulit sebelum membeli produk – produk kecantikan Wardah.



Gambar 22. Salon



Gambar 23. Salon



Gambar 24. Waiting Area Spa

Gambar 24 menampilkan waiting area spa yang ditujukan bagi pengunjung setelah selesai perawatan spa. Disini pengunjung dapat bersantai sejenak sambil menikmati minuman yang disajikan. Dinding pada area ini menggunakan cat dinding berwarna hijau toska dengan panel kayu untuk memberikan kesan alami.



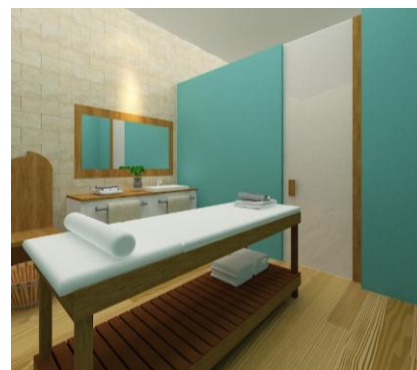
Gambar 25. Area Spa

Gambar 25 menampilkan area spa. Sebelah kanan merupakan area berendam kaki yang dilakukan sebelum melakukan *body massage*. Terdapat partisi yang membatasi antara area spa dengan area berendam kaki agar pengunjung yang sedang melakukan *body massage* tetap mendapatkan privasi. Pembatas antara area spa yang satu dengan lainnya menggunakan sekat tirai. Tirai ini dapat dibuka jika pengunjung spa datang bersama keluarga atau teman dekat.



Gambar 26. Area Berendam Spa

Gambar 26 menampilkan ruangan untuk berendam setelah melakukan *body massage*. Terdapat dua buah bathub besar yang dapat diisi oleh maksimal 8 orang. Setelah berendam, pengunjung dapat membilas badan ke area *shower*.



Gambar 27. VIP Spa



Gambar 27 menampilkan perspektif pada ruang VIP spa untuk satu orang. Pengunjung yang lebih menginginkan privasi dapat memilih jenis VIP spa ini. Ruangan dalam VIP spa dilengkapi dengan *bathub single* dan *shower*.



Gambar 28. Face Treatment Area

Pada gambar 28 merupakan *receptionist* pada area *face treatment*. Pengunjung dapat memilih ruangan *face treatment* VIP maupun standart.



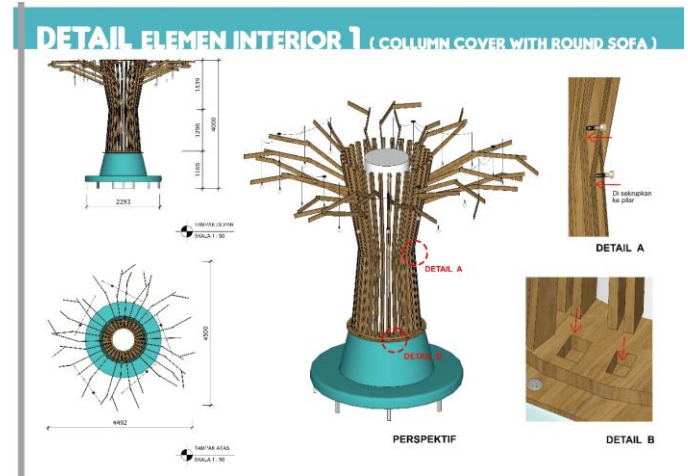
Gambar 29. Face Treatment Area



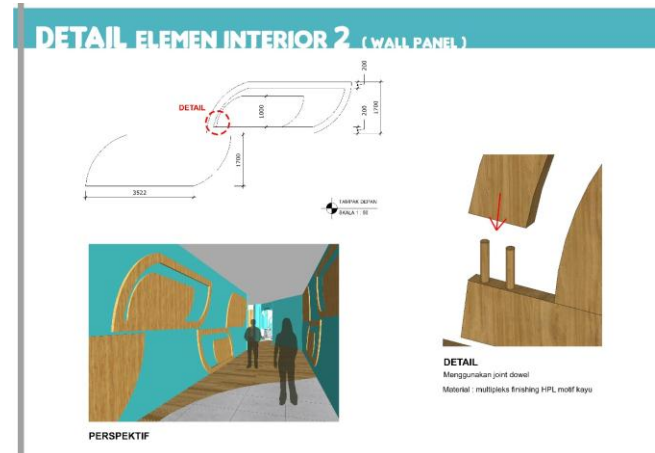
Gambar 30. Ruang Serbaguna

Ruang serbaguna merupakan ruang serbaguna yang dipakai saat ada event – event tertentu seperti *beauty class*, *workshop mak-eup*, *talkshow* tentang kecantikan, dll. Susunan meja dan kursi pada ruang ini dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan dari *event* yang sedang berlangsung.

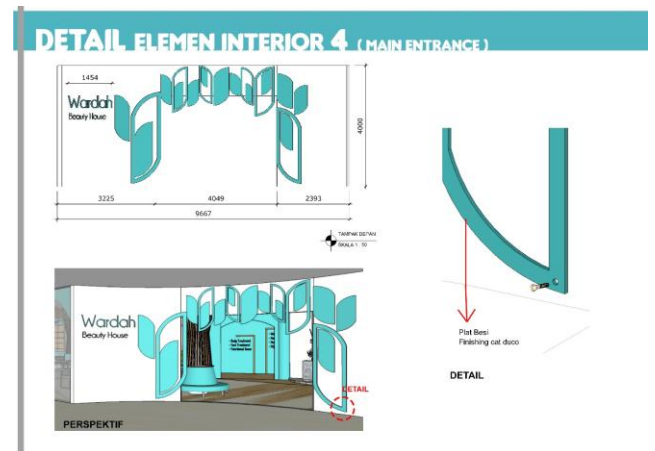
H. Detail Elemen Pembentuk Ruang



Gambar 31. Elemen Pembentuk Ruang 1

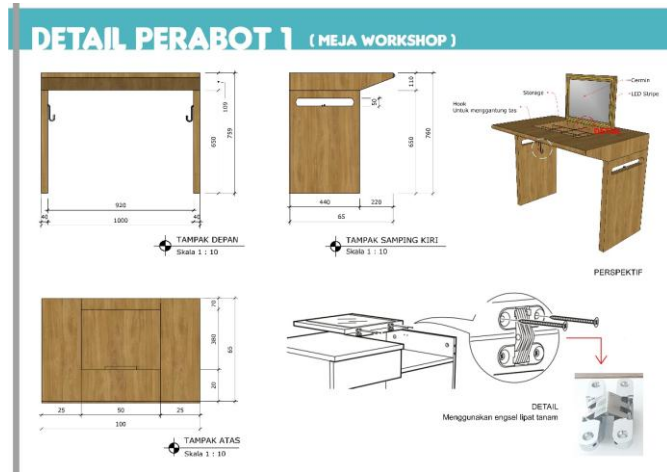


Gambar 32. Elemen Pembentuk Ruang 2

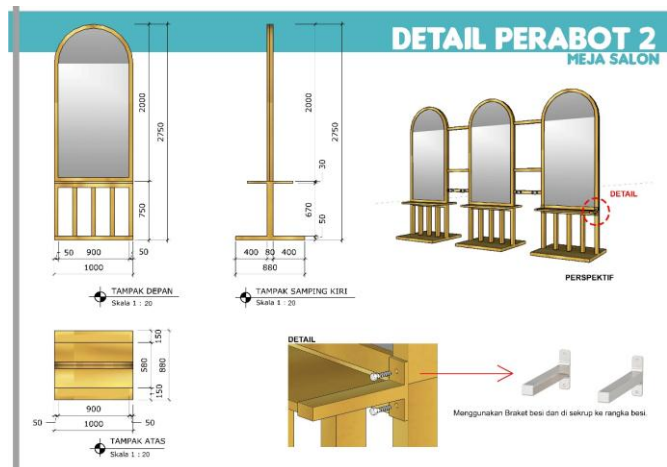


Gambar 33. Elemen Pembentuk Ruang 3

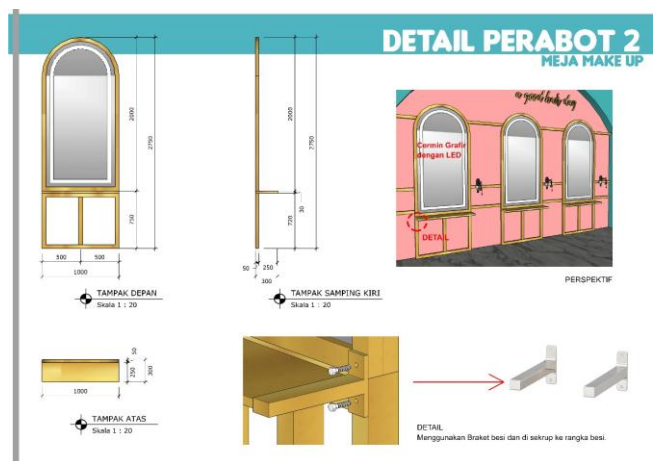
I. Detail Elemen Pengisi Ruang



Gambar 34. Elemen Pengisi Ruang 1



Gambar 35. Elemen Pengisi Ruang 2



Gambar 36. Elemen Pengisi Ruang 3

VI. KESIMPULAN

Perancangan Interior Wardah *Beauty House* di Surabaya ini merupakan tempat bagi masyarakat untuk mendapatkan fasilitas perawatan kecantikan dan relaksasi tubuh dalam satu tempat. Selain sebagai tempat perawatan kecantikan dan relaksasi tubuh, Wardah *Beauty House* ini dapat menjadi sarana bagi masyarakat yang ingin mengobati rasa lelah, jenuh dan *stress* akibat rutinitas sehari – hari, untuk mempercantik diri dan memanjakan diri. Masyarakat dapat memperoleh pengetahuan mengenai kecantikan melalui event – event seperti *talkshow*, *beauty class*, serta *workshop makeup*. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pandangan mengenai *brand* kecantikan lokal agar lebih diminati oleh masyarakat luas.

Perancangan ini mengangkat konsep *Earth, Love, Life*. Konsep tersebut menunjukkan kesan alami dan natural dari bumi (*earth*) dengan nuansa yang *relaxing* agar pengunjung dapat melepaskan kepenatan dengan nyaman. Sedangkan *love* berarti bahwa tujuan pengunjung yang datang adalah untuk merawat dan lebih mencintai tubuh. Konsep diambil dari permasalahan masyarakat yang mudah merasa lelah, jenuh dan *stress* akibat rutinitas sehari – hari (*life*). Perancang menggunakan bentuk geometris organis dari transformasi bentuk daun untuk menonjolkan kesan natural dan alami dari bumi. Warna dominan pada elemen interior dan elemen perabot adalah hijau toska dan putih dengan karakteristik *brand* Wardah, sedangkan warna sub-dominan adalah warna coklat dari tekstur kayu untuk menonjolkan kesan natural dan alami dari bumi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa, kedua orangtua penulis, keluarga, Ibu Sriti dan Ibu Celline Junica atas bimbingan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Perancangan Interior Wardah *Beauty House* di Surabaya dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Armstrong, John. *The Official Guide to the City & Guilds Certificate in Salon Services*. Thomson Learning, 2006.
- [2] Anastasia, Henny. *Cantik, Sehat & Sukses Berbisnis Spa*. Jakarta: Kanisius, 2009.
- [3] Ayu, Tria. *Salon Lengkap*. 2019. 12 Februari 2019. <[https://www.academia.edu/25090666/SALON LE NGKAP](https://www.academia.edu/25090666/SALON_LENGKAP)>
- [4] Putri, Berlian Nurasti. *Bandung Beauty Center*. Skripsi Desain Interior Universitas Komputer Indonesia, 2013.
- [5] Yohanny, Sheila. *Perancangan Interior pada Spa & Salon*. Skripsi Desain Interior Universitas Bina Nusantara, 2013.