

Perancangan Interior *One Stop Mother and Baby Care* di Surabaya

Elvina Theresia, Adi Santosa dan Poppy Firtatwentyna Nilasari
 Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
 Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
 E-mail: m41415021@john.petra.ac.id; adis@petra.ac.id

Abstrak— Dalam setiap *department store* menjual berbagai macam produk untuk semua usia baik pria maupun wanita termasuk juga untuk kebutuhan khusus seperti ibu hamil. Di Surabaya belum ada *department store* yang menyediakan semua kebutuhan untuk ibu hamil dan menyusui. Untuk memfasilitasi ibu hamil dan menyusui maka dibuat *department store* yang menyediakan berbagai macam fasilitas seperti *gym, spa, café, dan lounge* serta produk untuk ibu hamil dan menyusui. Semua fasilitas tersebut disesuaikan dengan kebutuhan ibu hamil dan menyusui berdasarkan literatur maupun penelitian. Dilakukan juga *brainstorming* dengan tujuan untuk memaksimalkan hasil desain dari segala aspek yang bisa mempengaruhi ibu hamil dan menyusui. Dengan adanya *department store* tersebut maka dapat memudahkan ibu hamil dan menyusui untuk memenuhi semua kebutuhannya secara efisien baik kebutuhan jasa maupun produk. Dengan adanya perancangan ini, ibu hamil dan menyusui di Surabaya tidak perlu repot lagi untuk berpindah – pindah toko sehingga bisa lebih efisien serta tidak menyebabkan ibu hamil dan menyusui kelelahan.

Kata Kunci— *Department Store, Ibu hamil, Ibu menyusui, Perancangan Interior.*

Abstract— Every department store sells a variety of products for both men and women of all ages including those with special needs such as pregnant women. In Surabaya there is no department store that provides all the needs for pregnant and lactating mothers. To facilitate pregnant and lactating mother, a department store is made to provide various facilities such as gym, spa, café and lounge, as well as products for pregnant and lactating mothers. All these facilities are adjusted to the needs of pregnant and lactating mothers based on literature and research. Brainstorming was also done out with the aim of maximize design results from all aspects that can affect pregnant and lactating mothers. With the existence of the department store, it can make it easier for pregnant and lactating mothers to fulfil all their needs efficiently on both for service and product needs. With this design project, pregnant and lactating mothers in Surabaya no longer have to bother to move around stores, so it becomes more efficient and will not exhaust them.

Keyword— Department store, Pregnant mothers, Lactating mothers, Interior Design.

I. PENDAHULUAN

Di masa sekarang ini, banyak keluhan yang terjadi pada ibu hamil ketika melakukan suatu aktivitas. Menurut Artikel Hello Sehat (2018) Beberapa keluhannya pada ibu hamil adalah *morning sickness, gangguan pencernaan, kram, pembengkakan, sering buang air kecil, dan sebagainya.* Faktor

utama yang menyebabkan hal ini adalah karena pengaruh hormon, kurangnya gizi, stres, dan kurang olahraga. Karena itu, ibu hamil juga perlu dimanjakan agar bayinya juga sehat. Berdasarkan Artikel Tuturmama (2017) , hal ini dapat diatasi dengan cara belanja ke *mall* sebab belanja bisa membuat otak segar dan senang serta dengan berbelanja dapat membantu ibu hamil untuk bergerak berjalan – jalan dan bisa menjadi *refreshing* karena suasana *mall* yang menyenangkan, *spa* juga membantu karena bisa membuat badan dan pikiran tenang, makan enak agar membantu menghilangkan stres, dan merendam kaki untuk mengatasi kaki yang bengkak. Dalam Artikel Johnsons Baby (2015), dijelaskan bahwa olahraga yang rutin penting untuk ibu hamil karena dapat meningkatkan energi tubuh, mengurangi rasa tidak nyaman selama hamil, membantu memudahkan persalinan, meningkatkan kualitas tidur, serta mengoptimalkan perkembangan otak janin.

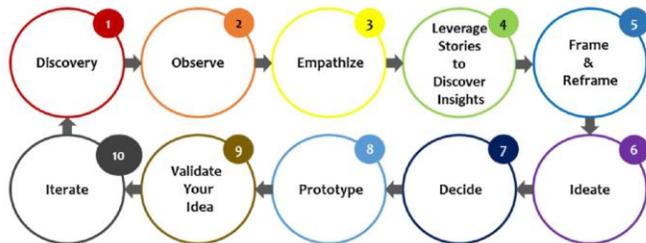
Berdasarkan hasil survei yang dilakukan di beberapa *mall* di kota Surabaya, terdapat cukup banyak toko yang menyediakan peralatan untuk bayi seperti pakaian, mainan, makanan, dan sebagainya. Tetapi, perlengkapan untuk ibu hamil sangatlah kurang bahkan hanya terdapat sangat sedikit toko yang menjual pakaian untuk ibu hamil. Kebanyakan *mall* di Surabaya pun terdapat fasilitas *gym* tapi tidak ada yang dikhususkan untuk ibu hamil. *Mall – mall* di jaman ini memang sudah sangat berkembang pesat baik dari segi desain maupun luasannya yang ditujukan agar pengunjungnya tidak bosan dan dapat memberi kesan mewah. Hal ini memang bagus untuk pengunjung biasa untuk semua umur, tapi *mall* dengan ukuran yang terlalu luas membutuhkan fasilitas ekstra bagi ibu hamil. Contohnya, karena ibu hamil tidak kuat untuk jalan terlalu lama maka dibutuhkan kursi yang peletakkannya tidak terlalu jauh, restoran atau *café* yang bisa menyediakan makanan dan minuman khusus untuk ibu hamil agar semua yang dikonsumsi aman untuk ibu hamil, toilet yang didesain khusus untuk ibu hamil agar tidak kesusahan karena terlalu sempit ataupun karena membutuhkan waktu yang lama di toilet. Selain itu, karena begitu luasnya *mall* maka peletakan tokonya pun cukup jauh satu dengan yang lain terutama untuk kebutuhan ibu hamil ataupun bayi.

Dari beberapa fenomena yang ada maka dapat disimpulkan bahwa beberapa permasalahan yang ada terhadap ibu hamil yaitu, kurangnya fasilitas dalam *mall* yang difokuskan untuk ibu hamil, peletakan toko kebutuhan ibu hamil dan bayi yang terlalu jauh, restoran atau *café* yang dikhususkan untuk ibu

hamil, *spa* dan *gym* khusus untuk ibu hamil, area istirahat untuk ibu hamil.

II. METODE PERANCANGAN

Tahapan – tahapan dalam proses perancangan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram *design thinking*

A. Discovery

Dalam tahap *discovery* dilakukan pencarian dan pengamatan mengenai isu terkini, artikel – artikel, semua data – data yang berhubungan dengan ibu hamil, ibu yang baru melahirkan serta kondisi dalam mall atau department store di masa kini. Selain itu juga dilakukan pencarian data mengenai *department store*, *retail* dan toko, *café*, restoran, *spa*, *gym/fitness center*, *yoga*, *lounge*, *main entrance*, butik, psikologi warna, pencahayaan, akustik, material, penghawaan, perabot, dan penataan *layout* agar dapat digunakan sebagai pedoman untuk mendesain nantinya. Setelah mendapatkan semua data – data tersebut maka dari data – data ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan topiknya. Data tipologi juga diperlukan agar dapat digunakan sebagai pembandingan ketika mendesain interiornya.

B. Observe

Dalam tahap *observe* dilakukan survei lapangan yaitu tempat yang menyediakan barang dan jasa terutama untuk kebutuhan ibu hamil, ibu baru melahirkan, dan bayi seperti *Mothercare*, *Sogo*, *Early Learning Center*, *Metro*, *Transmart*, *Kidz Station*, dan sebagainya. Hal ini dapat digunakan juga sebagai tipologi dan untuk mendapat gambaran awal mengenai tempat yang akan dirancang.

C. Emphatize

Dalam tahap *emphatize* ditentukan masalah utama yang ada sebagai tujuan utama untuk perancangan ini. Selain itu juga menentukan apa yang akan dirancang, lokasinya yang akan digunakan, siapa saja penggunaannya agar bisa menyesuaikan dengan penggunaannya, dan bagaimana solusi desainnya untuk menjawab permasalahan yang ada.

D. Leverage Stories To Discover Insights

Dalam tahap ini, dicari tahu dan didata mengenai harapan dari penggunaannya agar pengguna dapat merasa nyaman dan dapat menjawab permasalahan yang ada terutama terhadap ibu hamil dan yang baru melahirkan.

E. Frame And Reframe

Dalam tahap *frame and reframe* dibuat *framework* dengan tujuan untuk mengetahui segala detailnya yaitu fakta,

kebutuhan, konsep, *goal*, permasalahan yang ada dari segi *function*, *form*, *economy*, dan *time*. Dari proses ini dapat membantu untuk menarik kesimpulannya mengenai permasalahan utamanya, kebutuhannya, dan cara untuk mengatasinya.

F. Ideate

Dalam tahap *ideate* dilakukan *brainstorming* untuk mencari ide – ide awal yang akan digunakan dalam desain interiornya.

G. Decide

Dalam tahap *decide*, dibuatlah desain alternatifnya yang diambil dari tahap sebelumnya. Untuk memperjelas desainnya maka digunakan juga data 9 aspek yaitu *environment*, *enclosure*, *space*, *display and storage*, *ground plan*, *lighting*, *decorative support* dan *information*.

H. Prototype

Dibuat hasil render 3D secara virtual, tampak potongan, *main entrance*, rencana lantai, rencana plafon, dan rencana mekanikal elektrik. Desain *board* dan maket presentasi dibuat agar hasil desain dapat dipahami dengan lebih jelas lagi. Untuk elemen interior dan perabot yang khusus dibuat gambar desain dan *specific ID* untuk mengetahui konstruksinya dan ukurannya secara detail.

I. Validate Your Idea

Dalam tahap *validate* ini semua hasil perancangan sudah harus *fix* dan sudah harus bisa menjawab kebutuhan dari penggunaannya.

J. Iterate

Dalam tahap *iterate* dilakukan evaluasi dari hasil perancangan tersebut dan mendapatkan *feedback* untuk hasil desainnya.

III. KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian *Department Store*

Department Store adalah perusahaan ritel yang menawarkan berbagai macam barang dengan kategori yang berbeda – beda. *Department Store* menawarkan pengalaman beberapa merk dalam skala besar dengan berbagai layanan dan proposisi, yang biasanya terletak di pusat kota yang kaya sejarah. [2]

B. *Spa*

Istilah *spa*, berasal dari kota *Spa* di Belgia, secara tradisional digunakan untuk menunjuk sebuah tempat di mana air yang diyakini memiliki sifat menyehatkan terdapat. Ini biasanya adalah sebuah pemandian air panas atau mineral. [6]

C. *Gym/ Pusat Kebugaran*

Gym atau pusat kebugaran membutuhkan area yang luas karena olahraganya dilakukan dengan banyak gerakan. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia ruang olahraga seharusnya dirancang untuk dapat

memenuhi kebutuhan dan berfungsi sebagaimana layaknya minimal hingga 10 tahun mendatang. [4]

D. *Yoga Studio*

Ruangan *yoga* diharuskan untuk terletak jauh dari kebisingan agar tujuan meditasi dan relaksasi dapat tercapai, memiliki penghawaan yang cukup baik, harus memiliki sirkulasi udara yang baik dengan pergantian udara 8-10 kali/jam, tinggi plafon minimal 2,4 m, intensitas rata – rata cahaya untuk latihan ≥ 120 lux. [4]

E. *Lounge*

Merupakan suatu tempat yang menyajikan hiburan baik *live music* maupun yang lain dengan aspek tujuan sebuah pelayanan prima kepada semua tamunya sambil menikmati hidangan makan ataupun minuman yang disajikan. [3]

F. *Playground*

Hal penting yang perlu diutamakan dalam taman bermain adalah pemilihan lokasi yang tepat, lokasi penempatan permainan dan zona bermain dipisah menjadi tiga bagian yaitu *quiet play area*, *active play area*, dan *natural area*, pemisah permainan berdasarkan usia, dan pengawasan anak. [5]

G. Elemen Interior

LANTAI

Untuk lantai menggunakan material marmer karena dapat memberi kesan mewah dan unik serta membuat lantai terasa sejuk karena tidak menghantarkan panas. Selain itu digunakan juga lantai keramik untuk memberi motif yang unik untuk area tertentu. Kayu vinil digunakan karena memiliki tekstur yang sangat halus dan elastis sehingga pemasangannya mudah serta tahan lama.

DINDING DAN PLAFON

Untuk dinding ada juga bagian yang menggunakan material marmer untuk memunculkan kesan mewahnya dan juga digunakan *gypsum* untuk dinding dan plafon karena bisa memberikan kontrol suara, memiliki ketahanan api yang kuat, ekonomis, serta kualitasnya bagus.

H. Pencahayaan

Menggunakan pencahayaan alami untuk area tertentu tapi semua ruangan dominan menggunakan pencahayaan buatan. Semua pencahayaan buaatannya menggunakan lampu LED karena lebih awet dibandingkan lampu pijar biasa dengan variasi rumah lampunya saja yaitu *downlight* dan *spotlight*.

I. Penghawaan

Sistem penghawaan yang digunakan dominan menggunakan sistem penghawaan buatan yaitu tipe *AC Central* karena sesuai untuk area pertokoan yang luas serta exhaustfan untuk area yang membutuhkan seperti toilet dan dapur.

J. Warna

Warna yang digunakan dominan warna terang dan warna – warna pastel sehingga ruangan bisa terasa segar dan tidak suram tapi masih tetap terkesan mewah dan anggun. Penggunaan warna putih juga banyak digunakan karena memberi kesan bersih, terbuka dan terang. [1]

IV. KONSEP

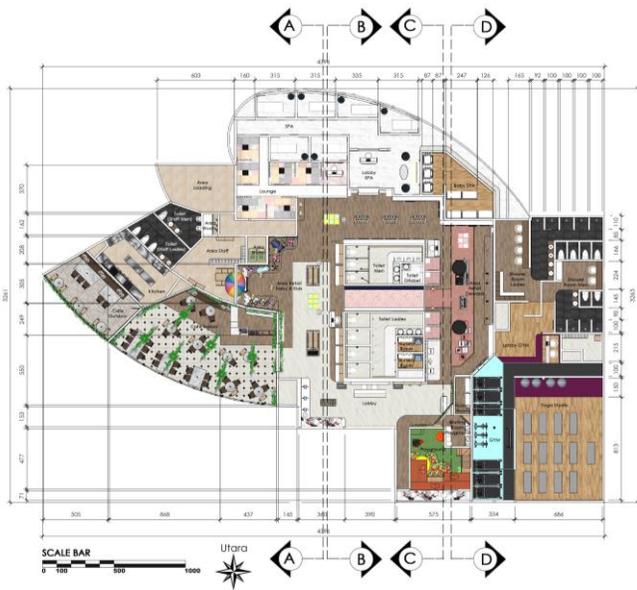
Konsep yang diterapkan dalam perancangan ini adalah *Spacious, Fresh, Elegant* karena disesuaikan dengan permasalahan yang ada. Selain itu konsep tersebut juga diterapkan berdasarkan visi dari brand *Mother Care* yang digunakan untuk perancangan yaitu “*The leading global specialist for parents and young children*” yang artinya Spesialis global terkemuka untuk orang tua dan anak kecil. Dari visi tersebut diterapkan pada perancangan tersebut yaitu *department store* yang menyediakan semua kebutuhan ibu hamil dan menyusui dengan tujuan memudahkan ibu hamil dan menyusui untuk memenuhi kebutuhannya secara efisien serta memberikan fasilitas – fasilitas yang dibutuhkan. Karena itu digunakan konsep *Spacious* karena dibutuhkan area yang luas untuk menampung semua fasilitas dan produk. *Fresh* diterapkan agar *department store* bisa terkesan segar, tidak suram, menarik karena hal tersebut dapat mempengaruhi psikologi dari ibu hamil dan menyusui. Konsep *elegant* diterapkan agar desain terkesan mewah dan anggun.

Sebelum menentukan konsep tersebut, perancang mencari tahu terlebih dahulu mengenai semua kebutuhan beserta informasi dari ibu hamil dan menyusui agar fasilitas yang disediakan bisa lengkap serta desainnya pun bisa membuat nyaman termasuk dalam aspek – aspek interior seperti suasananya, penerapan pencahayaan, penghawaan, dan sebagainya. Konsep tersebut juga didukung dengan menerapkan style *Modern Elegance* agar desainnya tidak hanya mewah melainkan juga bisa memberikan kesan unik modern yang disesuaikan dengan tren pada masa kini.

Konsep tersebut diterapkan pada seluruh elemen interior dan elemen perabot baik dalam bentuk, warna, maupun materialnya. Warna yang digunakan adalah warna terang dominan warna putih dan menggunakan banyak warna – warna pastel dengan begitu dapat memberi kesan elegan dan cerah. Material yang digunakan dominan menggunakan marmer karena menyesuaikan dengan konsep yang bisa memberi kesan mewah dan anggun serta untuk perabot – perabotnya dominan menggunakan material kayu yang *difinishing* dengan cat dan *pliture* agar memberi kesan simpel tapi elegan.

V. IMPLEMENTASI KONSEP

Brand Mother Care yang diterapkan untuk perancangan *department store* tersebut dengan konsep *one stop store* dapat dilihat dari *layout* kelengkapan dari fasilitasnya yang berisi area *lobby, retail baby and kids, retail dewasa, café, lounge, spa* untuk dewasa dan *baby spa*, serta jalur sirkulasi yang lebar tapi searah sehingga dapat meminimalisir jangkauannya. Hal ini diperlukan karena menyesuaikan kondisi ibu hamil yang kondisinya mudah lelah, rentan serta dapat menyebabkan kaki bengkak jika jalan terlalu lama.

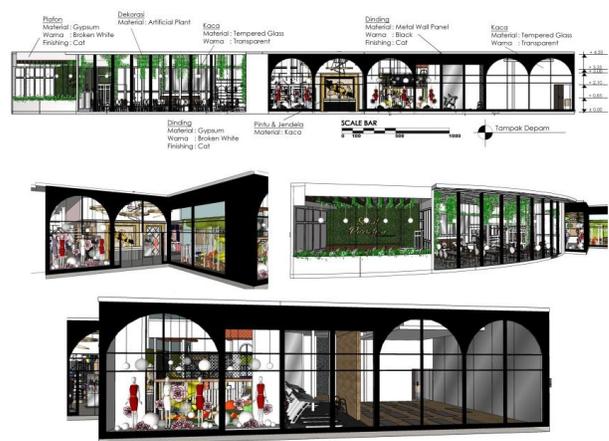


Gambar 2. Layout

Pola lantai yang digunakan bermacam – macam variasinya tapi semua tetap dominan dengan warna pastel sehingga kesan elegannya tetap ada tapi juga terlihat menarik. Jenis – jenis lantai yang digunakan adalah marmer, vinil kayu, keramik, dan karpet. Bermacam – macam jenis lantai tersebut disesuaikan dengan fungsi masing – masing ruang. Jenis lantai yang digunakan cukup banyak variasinya karena perbedaan pola lantai tersebut bertujuan untuk membagi tiap – tiap ruang dan area yang ada. Selain itu karena department store tersebut diprioritaskan untuk ibu hamil maka tidak boleh ada leveling pada lantai karena itu pola lantai yang digunakan harus lebih bervariasi.

Pola plafon yang digunakan dominan material *gypsum* warna *broken white* dengan tujuan agar ruangan tetap terlihat segar serta tidak mengalahkan dekorasi pada tiap – tiap ruangnya. Tapi agar plafon terlihat menarik, plafon diberi *leveling* pada area *retailnya* serta divariasikan pada lampu – lampunya. Selain itu digunakan juga material kaca untuk area *café* agar dapat memberi kesan luas pada ruangan. Pada area *playground* plafon diberi variasi panel yang berbentuk seperti pohon agar *playground* terkesan seperti di dalam hutan.

Konsep *spacious* diterapkan dalam desain dengan cara menggunakan banyak warna – warna terang serta material cermin dan kaca yang bisa memberi kesan luas dan *fresh* pada ruangan. Hal ini sangat diperlukan agar pelanggan tertarik ketika mau masuk ke dalam *department store* ini dan juga dari hasil penelitian hal tersebut dapat mempengaruhi psikologi ibu hamil. Meskipun warna yang digunakan dominan warna – warna pastel, warna – warna muda dan putih tapi tetap warna tersebut dibuat warna – warni agar tidak terkesan monoton tapi tetap terlihat elegan. Pada dinding – dindingnya juga diberi banyak material kaca sebagai pemisah antar ruang. Selain berfungsi sebagai pemisah antar ruang kaca juga digunakan agar *department store* terlihat luas dan tidak seperti terperangkap serta agar pelanggan dapat melihat semua fasilitas yang disediakan dalam *department store* tersebut.



Gambar 3. Main Entrance

Untuk area *main entrance* dominan menggunakan material kaca agar pelanggan bisa melihat sebagian besar fasilitas yang ada serta memaksimalkan pencahayaan alami untuk masuk. Sedangkan untuk *framennya* menggunakan material metal yang dicat warna hitam sehingga bisa memberi kesan elegan. dan menggunakan bentuk geometris setengah lingkaran yang menyerupai bentuk ibu hamil. Pada pintu utama menggunakan pintu kaca otomatis yang bisa terbuka dengan cara menggeser dengan sensor dengan tujuan memudahkan pengunjung untuk masuk terutama untuk ibu hamil dan difabel.



Gambar 4. Perspektif lobby

Untuk area *lobby* didesain dengan warna aksen *gold* pada dinding dan ornamen agar menimbulkan kesan pertama yang menarik dan *eye catching* bagi pengunjung. Selain itu diberi juga area display patung pada etalase yang didekorasi menggunakan bola putih, transparan, dan divariasikan juga menggunakan bunga kertas.



Gambar 5. Perspektif playground



Gambar 8. Perspektif retail baby & kids



Gambar 6. Perspektif playground

Karena area *playground* tidak terlalu luas maka dibuat desain 2 lantai sehingga anak – anak yang bermain bisa lebih leluasa. Pada sisi sekitarnya pun diberi pembatas kaca sehingga orang tua atau penjaga bisa tetap mengawasi anak dari area ruang tunggu.



Gambar 7. Perspektif retail baby & kids

Pada area perlengkapan anak dan balita terdapat *entrance café* yang didesain dengan dominan warna putih dengan variasi *artificial plant* yang tersebar pada seluruh dinding. Perabot yang digunakan disini dominan *finishing HPL* agar menimbulkan motif pola kayu tapi dibentuk seperti atap untuk mendukung konsep balita.

Pada area perlengkapan bayi dan balita dibuat dengan tema seperti ada di langit dengan menggunakan dekorasi balon udara serta awan – awan yang merupakan pencahayaan buatan. Selain itu pada backgroundnya juga diberi tirai putih dan lampu gantung untuk menunjukkan kesan langitnya. Variasi lainnya juga dapat dilihat pada penerapan *cornice* pada bagian plafon.



Gambar 9. Perspektif retail baby & kids



Gambar 10. Perspektif retail baby & kids

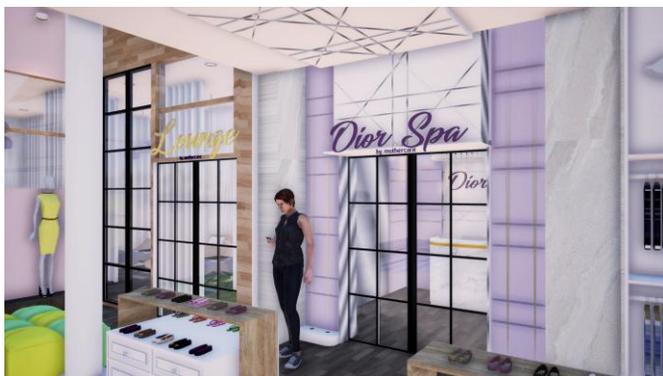
Pada area pakaian anak dibagi menjadi 3 bagian pada raknya yaitu untuk *baby born*, *girls 1-8 tahun*, dan *boys 1-8 tahun* dengan begitu bisa mempermudah pengunjung untuk mencari pakaian yang sesuai dengan usia anaknya. Pada rak *displaynya* dominan menggunakan warna putih karena memberi kesan bersih, segar, dan anggun. Agar tidak terlalu polos maka diberi juga dekorasi berupa kupu – kupu pada tiap rak bagian atas dan juga warna kontras pada kursi. Untuk memaksimalkan

barang yang dijual maka diberi rak *display* tambahan pada area tengah.



Gambar 11. Perspektif retail dewasa

Pada area *retail* dewasa diberi variasi panel dan tirai pada dindingnya serta diberi permainan *leveling* pada plafon yang berbentuk seperti gelombang. Pada lantainya pun diberi variasi berupa karpet warna *pink* yang senada dengan tirainya. Untuk rak *display*nya juga diberi variasi dengan menggunakan bentuk geometris dengan penggunaan material *tint glass*, cermin, dan kayu.



Gambar 12. Perspektif entrance lounge & spa

Untuk area *entrance spa* dan *lounge* dibuat berbeda dengan area yang lain agar menunjukkan batasan perbedaan areanya.



Gambar 13. Perspektif lobby spa

Untuk area *spa* dominan digunakan material kulit dengan spons pada sekitar dindingnya dengan nuansa warna lavender. Selain itu juga digunakan material cermin agar lorong yang sempit bisa terlihat lebih luas dengan tambahan variasi bentuk

geometris. Sedangkan untuk lantainya menggunakan material marmer putih yang bisa memberi kesan mewah dan anggun. Selain itu juga diberi variasi lampu *chandelier* pada *lobbinya* untuk menambahkan kesan unik.



Gambar 14. Perspektif spa

Pada area *spa* hanya diberi lampu *downlight* karena memang tidak dibutuhkan pencahayaan yang terlalu terang. Serta ranjang spanya diberi warna putih dengan tujuan memberi kesan terang pada ruangnya.



Gambar 15. Perspektif entrance baby spa



Gambar 16. Perspektif baby spa

Desain *baby spa* dibuat dengan tema warna pastel yang berwarna – warni karena menyesuaikan dengan tema anak kecil tapi masih tetap bisa menunjukkan kesan mewahnya. Selain itu untuk membuat lebih menarik diberi tambahan lampu yang unik pada plafon baik di *entrancenya* maupun di dalam ruangnya. Untuk lantainya digunakan lantai kayu agar ruangan tetap terkesan hangat dan *homey*.



Gambar 17. Perspektif shower room



Gambar 18. Perspektif lounge

Pada area *lounge* diberi variasi *gypsum* 3D pada dindingnya sehingga meskipun warnanya putih tapi tetap ada variasi. Serta digunakan karpet agar bisa terasa nyaman dan hangat. Untuk tetap menjaga privasi, maka digunakan tirai sebagai pembatas antar pengunjung.



Gambar 19. Perspektif gym



Gambar 20. Perspektif yoga studio

Pada area gym dan yoga studio digunakan banyak material cermin dengan tujuan penggunaannya bisa melihat gerakan yang dilakukan salah atau benar serta membantu memberi efek memperluas ruangnya. Selain itu juga diberi aksent warna pink dan biru.



Gambar 21. Perspektif café indoor



Gambar 22. Perspektif café indoor

Pada *café* digunakan material kaca pada bagian depan untuk memaksimalkan cahaya matahari agar bisa masuk. Untuk perabot divariasikan dengan menggunakan kursi berbentuk ayunan serta menggunakan meja dengan material marmer untuk menunjukkan kesan elegannya. Pada plafon juga digunakan material cermin untuk memberi kesan unik dan memperluas ruangan. Untuk dekorasi digunakan *artificial plant* pada area dinding dan plafon.

Gambar 23. Perspektif *café outdoor*

Pada *café* digunakan material kaca pada bagian depan untuk memaksimalkan cahaya matahari agar bisa masuk. Untuk perabot divariasikan dengan menggunakan kursi berbentuk ayunan serta menggunakan meja dengan material marmer untuk menunjukkan kesan elegannya. Pada plafon juga digunakan material cermin untuk memberi kesan unik dan memperluas ruangan. Untuk dekorasi digunakan *artificial plant* pada area dinding dan plafon.



Gambar 24. Perspektif toilet

Toilet menggunakan dominan material marmer warna putih yang terlihat mewah tapi juga diberi tambahan variasi kayu pada dinding dan pintunya. Selain itu juga diberi banyak cermin pada area depan wastafel dan cermin panjang pada dinding belakang agar pengunjung dapat mengaca *full body* juga.

Gambar 25. Perspektif *nursery room*

Area *nursery room* didesain dengan dominan warna putih agar ruangan terkesan terang dan terlihat bersih. Pada dinding juga digunakan dekorasi panel kayu dan wallpaper serta diberi rak yang berbentuk menyerupai burung. Diberi juga kursi sofa agar ibu yang menyusui bisa duduk dengan nyaman.

VI. KESIMPULAN

Perancangan department store yang diprioritaskan untuk ibu hamil dan menyusui di Surabaya dibuat dengan tujuan untuk menyediakan semua kebutuhan beserta fasilitas yang dibutuhkan oleh ibu hamil dan menyusui.

Konsep yang digunakan menyesuaikan kebutuhan dari ibu hamil dan menyusui serta menyesuaikan juga dengan brand yang digunakan yaitu Mother Care yang konsepnya *one stop store*. Konsep tersebut diimplementasikan dengan diberi berbagai macam fasilitas seperti *café*, spa, gym, yoga studio, dan retail yang menjual semua perlengkapan yang dibutuhkan ibu hamil dan menyusui.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Bapak Adi Santosa, S.Sn.,M.A.Arch.selaku pembimbing 1 dan Ibu Poppy Firtatwentyna Nilasari, S.T., M.T. selaku pembimbing 2 saya yang sudah membimbing saya dari awal hingga akhir sidang serta semua kritik dan saran yang bisa menyempurnakan karya desain saya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Birren, Faber. *Colour Psychology and Colour Therapy*. New York : University Books Inc. 1961
- [2] Kean, Alastair. *Thoughts on Department Store Futures*. 2013.
- [3] Marsum, A.W. *Restoran dan Segala Permasalahannya* (4th ed.). 2005.
- [4] Menteri Kesehatan Republik Indonesia. 2014.
- [5] U.S. Consumer Product Safety Commission.
- [6] Wikipedia. 2018.