



ITS

Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember

30305/H/07



RSDP

729

Kas



TUGAS AKHIR - PD 1481

NUANSA LUXURIOUS SALON HERRY RAMLI UNTUK WANITA KALANGAN ATAS

RSDP

729

Kas

n-1

2007

HEDIYATI HASTUTI
NRP 3403 100 052

Dosen Pembimbing
Anggri Indraprasti, M.Ds
NIP 132 298 627

PERPUSTAKAAN ITS	
Tgl. Terima	13 - 8 - 2007
Terima Oleh	H
No. Agenda	228468

Program Studi Desain Arsitektur Interior
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2007



ITS
Institut
Teknologi
Sepuluh Nopember



TUGAS AKHIR - PD 1481

LUXURIOUS ATMOSPHERE AT HERRY RAMLI SALON FOR HIGH END WOMEN

HEDIYATI HASTUTI
NRP 3403 100 052

Dosen Pembimbing
Anggri Indraprasti, M.Ds
NIP 132 298 627

Program Studi Desain Arsitektur Interior
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
Surabaya 2007

**NUANSA LUXURIOUS SALON HERRY RAMLI
UNTUK WANITA KALANGAN ATAS**

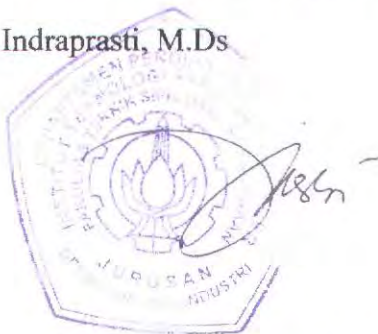
TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada
Bidang Studi Desain Arsitektur Interior
Program Studi S-1 Jurusan Desain Produk Industri
Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :
HEDIYATI HASTUTI
Nrp. 3403 100 052

Disetujui oleh Pembimbing Tugas Akhir :

Anggri Indraprasti, M.Ds



SURABAYA, 28 JULI, 2007

NUANSA LUXURIOUS SALON HERRY RAMLI UNTUK WANITA KALANGAN ATAS

Nama Mahasiswa : Hedyati Hastuti
NRP : 3403 100 052
Jurusan : Desain Produk Industri FTSP-ITS
Dosen Pembimbing: Anggri Indraprasti, M.Ds

Abstraksi

Pada kesempatan ini judul dari Tugas Akhir yang dipilih adalah "Nuansa Luxurious Salon Herry Ramli untuk Wanita Kalangan Atas", yang mengambil tema Luxurious dalam interior barunya. Konsep desain baru dari salon Herry Ramli ini akan tampil pada pemilihan material, warna dan pencahayaan, karena dari ketiga aspek ini adalah penting untuk menciptakan sebuah image.

Pemilihan tema khusus dan konsep kedalam interior salon diharapkan mampu menyelesaikan semua masalah yang ditemui yang salah satunya adalah warna yang kurang menarik dan desain interior yang kurang sesuai untuk target market salon Herry Ramli, dalam hal ini adalah wanita kalangan atas. Permasalahan lainnya adalah keterbatasan lahan yang menyebabkan sirkulasi buruk karena salon Herry Ramli ini sendiri memiliki berbagai macam aktivitas didalamnya dan fasilitas yang banyak. Dengan konsep ini diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan ini.

Proses pengidentifikasi masalah menggunakan berbagai macam metode salah satunya adalah survey langsung pada site. Metode ini adalah dengan melihat dan menganalisa, setelah itu dapat disimpulkan beberapa masalah yang ditemui. Metode lainnya adalah dengan melakukan wawancara pada pemilik salon, dengan cara ini dapat diperoleh informasi yang akurat tentang berbagai macam kekurangan dan kelebihan dari salon.

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menciptakan visualisasi yang berbeda dan memberikan sentuhan kemewahan

pada interior salon. Ini dikarenakan desain interior salon Herry Ramli yang lama mengadopsi langgam natural tradisional sebagai tema salon, dimana desain ini sangat kurang mencerminkan target market yang dibidik oleh salon Herry Ramli itu sendiri. Berdasarkan tema dan konsep akan diaplikasikan dengan mengutamakan pemilihan material, warna dan pencahayaan. Hasil akhirnya adalah menciptakan desain baru yang mampu mewadahi semua aktivitas didalam salon Herry Ramli.

Abstraction

In this opportunity, the title of Final Assignment is "Luxurious Athmosphere at Herry Ramli Salon for High End Women", which take luxurious as a theme. Concept of this new design is to create an salon interior for high end women. This concept influences in material, colors and lighting, because these aspect are important things to build an image

Choose a special theme and concept to salon interior are expected to accomplish all the problem appear, which one is uninteresting interior design and not suitable for high end women. The other problem is limited land bring a bad circulation for room, because this salon have a lot of activities inside and many facilities. These concept and theme hopefully can solve all the problem.

Problem identification process use a few method which are survey to the site. This way are to look, analyze and after that produce some problem. The other method is interview with owner, this way can bring an accurate statement which very useful for making a new design.

The purpose of this project are to create a different visualization and touch with lux inside salon interior. This is because of at this moment, Herry Ramli salon interior choose natural traditional as a theme, which have applicate in most salon. And beside that, lighting, colors and material are not very comfortable enough in order to suit with activities. The Final result are to build a new design which can accommodate all activities in Herry Ramli Salon.

KATA PENGANTAR

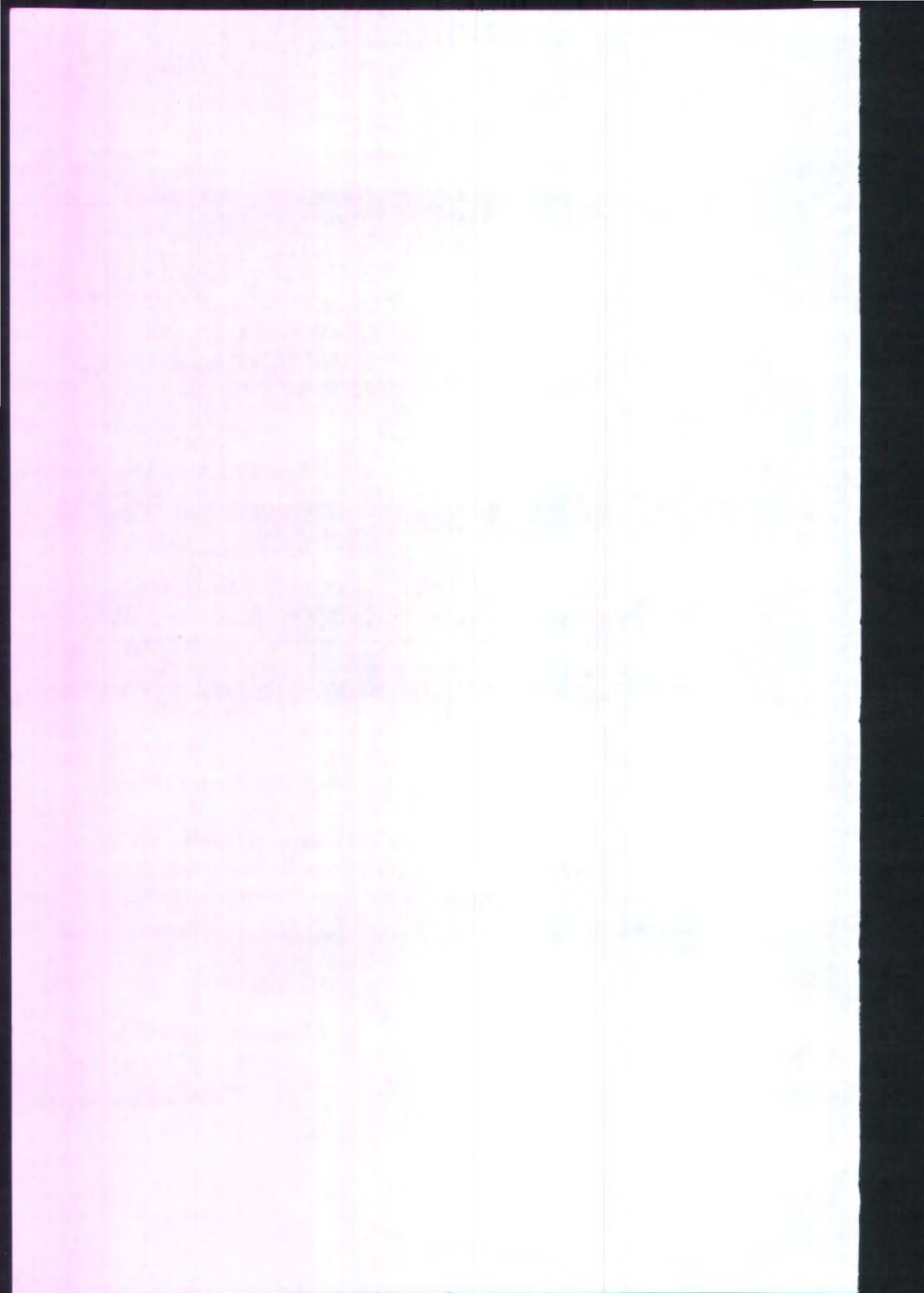
Puji dan syukur pada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas mata kuliah Tugas Akhir ini. Karena mata kuliah ini adalah mata kuliah yang terakhir dan terpenting sehingga segala daya dan upaya saya kerahkan pada perancangan ini. Karena ketelatenan, kesabaran serta bimbingan dari dosen pembimbing maka karya tulis ini dapat selesai.

Karya tulis ini berjudul "NUANSA LUXURIOUS SALON HERRY RAMLI UNTUK WANITA KALANGAN ATAS". Judul ini diambil berdasarkan studi dan analisa dari eksisting sehingga melahirkan judul seperti ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan dari karya tulis ini masih kurang sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sifatnya sangat diharapkan untuk kemajuan selanjutnya. Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada :

1. Ibu Anggri Indraprasti, M.Ds, selaku dosen pembimbing mata kuliah Tugas Akhir.
2. Ibu Ir. Susy Budi A, MT selaku dosen koordinator mata kuliah Tugas Akhir.
3. Teman- temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas kebersamaan, bantuan, dan dukungannya.
4. Dan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tulisan ini.

Surabaya, 28 Juli 2007
Penulis,



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAKSI	ii
ABSTRACTION.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 DEFINISI JUDUL	1
1.2 LATAR BELAKANG.....	2
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT.....	3
Tujuan.....	3
Manfaat.....	3
1.4 PERMASALAHAN.....	4
Identifikasi Masalah	4
Rumusan Masalah.....	4
1.5 RUANG LINGKUP	5
1.6 METODOLOGI	6
1.6.1 Studi Lapangan	6
1.6.2 Studi Literatur	7
1.6.3 Studi Komparatif	7
1.7 HASIL AKHIR	7

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1	KAJIAN TENTANG KONSEP	9
2.2	KAJIAN TENTANG TEMA.....	10
2.2.1	Kajian Tentang Luxurious.....	11
2.3	KAJIAN TENTANG SALON	12
2.3.1	Pengertian Salon.....	12
2.3.2	Jenis – jenis Salon.....	12
2.4	KAJIAN TENTANG KONSUMEN.....	13
2.4.1	Konsumen Berdasarkan Status Sosial.....	13
2.4.2	Konsumen Berdasarkan Usia.....	15
2.4.3	Konsumen Berdasarkan Gender.....	15
2.4.3.1	Pria.....	16
2.4.3.2	Wanita.....	16
2.4.3.2.1	Wanita Karir.....	17
2.4.3.2.2	Wanita Non Karir.....	18
2.5	KAJIAN TENTANG ERGONOMI HAIR STYLIST.....	19
2.5.1	Kajian Ergonomi Ruang tata Rambut.....	20
2.5.2	Kajian Ergonomi Rentang Kursi Penataan.....	21
2.5.3	Kajian Ergonomi Raung Cuci.....	22
2.6	KAJIAN TENTANG WARNA.....	24
2.6.1	Kajian Warna yang Sesuai dengan Sebuah Salon.....	25
2.6.2	Kajian Warna Luxurious.....	25

2.6.2.1	Warna Ungu.....	26
2.6.2.2	Warna Abu – abu.....	29
2.6.2.3	Warna Putih.....	30
2.6.2.4	Warna Silver.....	30
2.6.3	Kajian Warna Menurut Umur.....	31
2.7	KAJIAN TENTANG BENTUK.....	32
2.7.1	Bentuk Floral.....	34
2.7.2	Bentuk Geometri.....	34
2.7.3	Bentuk yang Sesuai dengan Luxurious.....	35
2.8	KAJIAN TENTANG MATERIAL.....	35
2.8.1	Soft Furnishing.....	35
2.8.1.1	Katun.....	36
2.8.1.2	Poliester.....	36
2.8.1.3	Sutra.....	37
2.8.1.4	Beludru.....	38
2.8.1.5	Satin.....	38
2.8.1.6	Kulit.....	39
	A. Full Grain	39
	B. Corrected Grain.....	39
	C. Suede	39
	D. Oscar	40
	E. Suede&Microfiber.....	40
2.8.2	Material Konstruktif.....	40

2.8.2.1	Kaca.....	41
2.8.2.2	Acrylic.....	43
2.8.2.3	PVC.....	43
2.8.2.4	Kayu.....	44
2.8.2.5	Gypsum Board.....	46
2.9	KAJIAN TENTANG RUANG.....	47
2.9.1	Kajian Tentang Ruang Berdasarkan Segi Manusia.....	47
2.9.2	Kajian Ruang Berdasarkan Segi Pelayanan.....	47
2.10	KAJIAN PENCAHAYAAN	48
2.10.1	<i>Cahaya dalam Interior.....</i>	<i>48</i>
2.10.2	Tiga Fungsi Pencahayaan	49
2.10.3	Tiga Kunci Sukses Pencahayaan.....	49
2.10.4	Jenis – jenis Lampu	50
2.10.4.1	Lampu Pijar	51
2.10.4.2	Lampu Halogen	52
2.10.4.3	Lampu Berpendar	53
2.10.4.4	Lampu Jenis Khusus	54
2.10.5	Macam Model Lampu.....	55
A.	Lampu Spotlight.....	55
B.	Lampu Dinding.....	55
C.	Down Light.....	56
D.	Hidden Lamp.....	57
2.10.6	Arah Cahaya.....	57

2.10.6.1	Pencahayaan ke Bawah.....	58
2.10.6.2	Pencahayaan ke Atas.....	58
2.10.6.3	Pencahayaan dari Belakang.....	59
2.10.6.4	Pencahayaan Samping.....	59
2.10.6.5	Pencahayaan dari Depan.....	59
2.11	KAJIAN TENTANG AC.....	60
2.11.1	Jenis – jenis AC.....	60

BAB III	STUDI EKSISTING	63
3.1	STUDI EKSISTING SALON HERRY RAMLI	63
3.1.1	Sejarah berdiri Salon Herry Ramli	63
3.1.2	Corporate	64
3.1.3	Visi, Misi dan Tujuan	65
3.1.4	Konsumen.....	65
3.1.5	Lokasi	66
3.1.6	Struktur Organisasi	66
3.1.7	Studi Aktivitas.	67
3.1.8	Studi Sirkulasi..	67
	3.1.8.1 Sirkulasi Konsumen.....	67
	3.1.8.2 Sirkulasi Pegawai Front Office.....	68
	3.1.8.3 Sirkulasi Pegawai back Office.....	69
3.1.9	Denah Eksisting	69
3.1.10	Fasilitas Bangunan Salon Herry Ramli	70

3.1.11	Studi Ruangan	70
3.2	KESIMPULAN PADA STUDI EKSISTING	
	SALON HERRY RAMLI.....	74
3.2.1	Site Baru Salon Herry Ramli.....	75
3.3	STUDI KOMPETITOR LA FAYETTE	76
3.3.1	Visi dan Misi	76
3.3.2	Corporate Image	77
3.3.3	Fasilitas	77
3.3.4	Konsumen	77
3.3.5	Interior La Fayette	78
3.3.6	Kesimpulan Studi Kompetitor La Fayette.....	79
3.4	STUDI PEMBANDING LE SALON	80
3.4.1	Fasilitas	80
3.4.2	Interior Le Salon	81
3.5	STUDI PEMBANDING JERRY SALON....	83
3.5.1	Visi & Misi.....	83
3.5.2	Fasilitas.....	84
3.5.3	Interior Jerry and Friends Salon.....	84
3.5	KESIMPULAN STUDI KOMPETITOR &	
	PEMBANDING	86
BAB IV	KONSEP DESAIN	89
4.1	DEFINISI.....	89
4.1.1	Latar Belakang Pemilihan Tema	89

4.2	KONSEP GLOBAL.....	90
4.3	KONSEP WARNA.....	91
4.3.1	Konsep Warna Pada Ruang Potong.....	92
4.3.2	Konsep Warna Pada Ruang Cuci.....	93
4.3.3	Konsep Warna Pada Lounge dan Kafe.....	94
4.3.4	Konsep Warna Pada Lobby.....	94
4.4	KONSEP BENTUK.....	95
4.4.1	Bentuk Floral.....	96
4.4.2	Bentuk Geometri.....	96
4.4.3	Bentuk yang Sesuai dengan Nuansa Luxurious...	97
4.4.4	Konsep Bentuk pada Tiga Ruang Terpilih.....	97
4.5	KONSEP MATERIAL	98
	A. Material Konstruktif.....	98
	B. Material Soft Furnishing.....	98
4.6	KONSEP ELEMEN PEMBENTUK RUANG.....	100
4.6.1	Konsep Ceiling.....	100
4.6.2	Konsep Dinding.....	100
4.6.3	Konsep Lantai.....	101
4.7	KONSEP PENGISI RUANGAN.....	102
4.7.1	Konsep Furnitur.....	102
4.7.2	Konsep Lighting.....	102
	A. General Lighting.....	103
	B. Task Lighting.....	104

	C. Decorative Lighting.....	104
4.7.3	Konsep Art Program.....	105
4.8	ANALISA.....	106
4.8.1	Studi aktivitas.....	107
4.8.2	Inovasi Ruang.....	107
4.8.2.1	Lounge & café Area.....	107
BAB V	PENGEMBANGAN DESAIN.....	109
5.1	KONSEP SIRKULASI.....	109
5.1.1	Konsep Sirkulasi Customer.....	109
5.1.2	Konsep Sirkulasi Pegawai.....	110
5.2	KEBUTUHAN DAN HUBUNGAN ANTAR RUANG.....	110
5.2.1	Analisa Kebutuhan Ruang.....	111
5.2.2	Analisa Hubungan Ruang.....	111
5.3	ANALISA DENAH LAY OUT.....	112
5.4	ALTERNATIF DENAH LAY OUT.....	112
5.5	FINAL DESIGN.....	115
5.5.1	Denah Terpilih.....	115
5.5.2	Potongan Keseluruhan.....	116
5.5.3	Perspektif.....	117

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
6.1	Kesimpulan.....	121
6.2	Saran.....	123
DAFTAR FOTO.....		xiii
DAFTAR GAMBAR.....		xvi
DAFTAR DIAGRAM.....		xviii
DAFTAR TABEL.....		xix
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
BIODATA PENULIS		

DAFTAR FOTO

Foto 2.6.1	Benda yang bermaterialkan krom dan silver	31
Foto 2.8.1	Kapas yang sudah siap dipanen	36
Foto 2.8.2	Handuk Berbahan dasar katun	36
Foto 2.8.3	Karpet bermaterial polyester.....,,.....	37
Foto 2.8.4	Kepompong ulat sutra	37
Foto 2.8.5	Furnishing dari beludru.....	38
Foto 2.8.6	Material satin.....	38
Foto 2.8.7	Material corrected grain.....	39
Foto 2.8.8	Material kulit beserta kegunaanya.....	40
Foto 2.8.9	Kaca patri.....	42
Foto 2.8.10	Kaca melton glass.....	42
Foto 2.8.11	Material acrylic.....	43
Foto 2.8.12	Material PVC.....	44
Foto 2.10.1	Bohlam bening.....	51
Foto 2.10.2	Lampu fluorescent tipe SL dan PL.....	54
Foto 2.10.3	Beberapa jenis lampu.....	54
Foto 2.10.4	Pencahayaan continuous.....	54
Foto 2.10.5	Macam – macam spotlight.....	55
Foto 2.10.6	Arah pencahayaan wall lamp.....	56
Foto 2.10.7	Wall lamp.....	56
Foto 2.10.8	Macam – macam lampu downlight.....	56

Foto 2.10.9	Teknik pencahayaan hidden dan wallwasher	57
Foto 2.10.10	Pencahayaan uplight	58
Foto 3.1.1	Tampak depan salon Herry Ramli	64
Foto 3.1.2	Tampak depan <i>entrance</i>	70
Foto 3.1.3	Area kafe sebelah kiri	70
Foto 3.1.4	Area Lobby	71
Foto 3.1.5	Meja resepsionis	71
Foto 3.1.6	Area tunggu	71
Foto 3.1.7	Area potong	72
Foto 3.1.8	Area potong sebelah kiri	72
Foto 3.1.9	Area cuci rambut	73
Foto 3.1.10	Ruang simpan baju.....	73
Foto 3.3.1	Tampak depan salon La Fayette	76
Foto 3.3.2	Resepsionis	78
Foto 3.3.3	Ruang Tunggu	78
Foto 3.3.4	Shower Pribadi	78
Foto 3.3.5	Ruang perawatan	78
Foto 3.3.6	Kamar mandi pribadi	78
Foto 3.3.7	Area lift	79
Foto 3.3.8	Ruang gunting	79
Foto 3.3.9	Ruang display produk	79
Foto 3.4.1	Sudut ruang resepsionis	80
Foto 3.4.2	Ruang gunting	81
Foto 3.4.3	Ruang rias privat	81

Foto 3.4.4	Lounge	81
Foto 3.4.5	Resepsionis	82
Foto 3.4.6	Ruang cuci.....	82
Foto 3.4.7	Sudut ruangan.....	82
Foto 3.6.1	Finishing padded.....	87
Foto 4.1.1	Desain yang luxurious.....	90
Foto 4.3.1	Konsep warna.....	91
Foto 4.5.1	Material velvet.....	99
Foto 4.5.2	Material leather.....	99
Foto 4.5.3	Material akrilik pada railing tangga.....	100
Foto 4.6.1	Ceiling dengan upceiling.....	100
Foto 4.6.2	Finishing padded	101
Foto 4.6.3	Granit putih	101
Foto 4.6.4	Material karpet	101
Foto 4.7.1	Neon jenis SL.....	103
Foto 4.7.2	Neon jenis PL.....	103
Foto 4.7.3	Lampu bohlam.....	105
Foto 4.7.4	Kristal	106
Foto 4.7.5	Lilin dengan material kristal.....	63
Foto 4.7.6	Lampu kristal.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1	Simbol venus pria.....	16
Gambar 2.4.2	Simbol venus wanita.....	17
Gambar 2.4.3	Ilustrasi Wanita Karir.....	17
Gambar 2.4.4	Ilustrasi wanita nonkarir.....	18
Gambar 2.5.1	Studi Ergonomi ruang tata rambut	...21
Gambar 2.5.2	Studi Ergonomi ruang tata rambut	...21
Gambar 2.5.3	Studi Ergonomi rentang kursi Penetaan	...22
Gambar 2.5.4	Studi Ergonomi rentang kursi cuci	...23
Gambar 2.6.1	Visible spectrum	24
Gambar 2.6.2	Golongan warna-warna tenang	25
Gambar 2.6.3	Golongan warna menurut Kobayashi	...26
Gambar 2.6.4	Warna Ungu tua	27
Gambar 2.6.4	Warna Abu-abu	29
Gambar 2.6.4	Warna Putih	30
Gambar 2.7.1	Bentuk yang kontinyuitas	33
Gambar 2.7.2	Bentuk yang diskontinyuitas	33
Gambar 2.7.3	Motif floral	34
Gambar 3.1.1	Logo salon Herry Ramli	 64
Gambar 3.1.2	Nama salon Herry Ramli	 64
Gambar 3.1.3	Warna interior salon Herry Ramli	 65
Gambar 3.1.4	Lay out furnitur salon Herry Ramli	 69
Gambar 3.2.1	Site plan baru salon herry ramli	 75

Gambar 3.3.1	Logo La Fayette	77
Gambar 3.5.1	ruang gunting	84
Gambar 3.5.2	Sudut ruang gunting	84
Gambar 3.5.3	Area cuci	85
Gambar 3.5.4	Color studio	85
Gambar 4.1.1	Desain yang <i>Luxurious</i>	90
Gambar 4.4.1	Motif floral	96
Gambar 4.4.2	Bentuk Table lamp yang mengadopsi bentuk lengkung	64
Gambar 4.4.3	Meja Lobby	98
Gambar 4.7.1	Detail kursi gunting	102
Gambar 4.7.2	Lampu gantung kristal	102

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.6.1	Diagram Persenbtase warna favorit wanita.....	28
Diagram 2.6.2	Diagram Persenbtase warna yang melambangkan keberanian	29
Diagram 2.6.3	Diagram Persenbtase warna favorit berdasarkan Umur	31
Diagram 3.1.1	Diagram Susunan organisasi salon Herry Ramli.....	66
Diagram 3.1.2	Diagram alur sirkulasi konsumen.....	67
Diagram 3.1.3	Diagram alur sirkulasi pegawai front office.....	68
Diagram 3.1.4	Diagram alur sirkulasi pegawai back office.....	69
Diagram 4.3.1	Persentase warna ruang potong	93
Diagram 4.3.2	Persentase warna ruang cuci	93
Diagram 4.3.3	Persentase warna lounge dan cafe	94
Diagram 4.3.4	Persentase warna pada lobby	94

DAFTAR TABEL

Table 2.4.1	Tabel Konsumen berdasarkan umum.....	15
Tabel 2.5.1	Ukuran Ergonomi ruang tata rambut	21
Tabel 2.5.2	Ukuran rentang kursi penataan	22
Tabel 2.5.3	Ukuran rentang kursi cuci	23
Tabel 4.8.1	Tabel studi aktivitas.....	107

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Definisi Judul

Judul dari Riset Tugas akhir ini adalah “Nuansa Luxurious salon Herry Ramli untuk Wanita Kalangan Atas”. Maksud dari judul ini adalah menciptakan sebuah interior salon berdasarkan target market dan keinginan *owner* terhadap desain salon yang lebih berkarakteristik, dimana kedua hal ini akan diselaraskan sehingga menghasilkan sebuah desain baru yang berbeda dan mampu memberikan *brand image* bagi salon Herry Ramli. Karena desain salon sebelumnya kurang mencerminkan target market, maka pada penelitian kali ini desain yang akan dibahas lebih mengacu pada target market salon yaitu wanita kalangan atas.

Beberapa pengertian utama dari judul yang dipilih adalah sebagai berikut :

- Luxurious = adalah menciptakan sebuah interior salon bernuansa mewah baik itu dalam pemilihan warna, material dan jenis pencahayaan. Hal ini dikarenakan penyesuaian terhadap target market yang dibidik oleh salon Herry Ramli. Contohnya pada material penggunaan material untuk mewujudkan nuansa *luxurious* ini maka dipilihlah material – material yang mewah seperti beludru ,satin dan *leather*.
- Wanita kalangan atas = adalah target utama yang dibidik oleh salon Herry Ramli untuk konsumen salonnya. Karena biasanya wanita kalangan ini tidak punya banyak waktu untuk merawat diri sendiri, sehingga lebih memilih untuk menggunakan jasa salon. Selain itu salon pada masa sekarang bukan hanya sebagai tempat

gunting rambut, tetapi juga tempat relaksasi. Oleh karena itu desain salon nantinya mengacu pada kebutuhan – kebutuhan wanita kalangan keatas yang lembut, halus, anggun, mewah, eksklusif, dan *fashionable*.

1.2 Latar Belakang

Pertumbuhan salon di kota – kota besar merupakan fenomena yang menarik untuk diulas, karena dengan berkembangnya jaman yang berdampak pada majunya informasi dan komunikasi membuat masyarakat Indonesia mengikuti perkembangan – perkembangan tersebut. Contoh konkretnya adalah pada bisnis salon, bisnis ini sangat menjanjikan pertumbuhan dan kemajuan. Hal ini disebabkan oleh pengaruh gaya selebriti yang setiap hari selalu dapat dilihat melalui acara – acara *isnfortainment*, dimana acara ini ditayangkan hampir mulai pagi hingga malam. Selain itu, ciri masyarakat Indonesia yang cenderung konsumtif dan ingin terlihat modis, dengan mudah mengikuti tren yang sedang mewabah pada saat itu. Dan salah satu contoh tren yang selalu berkembang dari tahun ke tahun adalah tren rambut, hampir setiap tahun tren ini selalu mengalami perubahan, khususnya bagi para wanita yang selalu ingin tampil lebih modern dan *stylish*. Hal ini dapat diamati dari salon yang sederhana di kampung – kampung hingga salon yang berada di mall, masing – masing memiliki kalangan konsumen tersendiri dengan berbagai macam selera pula.

Fenomena ini merupakan hal yang menarik untuk ditelusuri lebih lanjut, terutama pada salon untuk konsumen kelas atas. Ada dua hal yang sangat berperan penting dalam perkembangan sebuah salon yaitu fasilitas apa saja yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang baik, namun seiring dengan berkembangnya jaman dan gaya hidup, desain interior salon kini juga menjadi suatu hal yang penting untuk meningkatkan popularitas sebuah salon.

Keberadaan salon saat ini dirasa mulai menjadi tren serta kebutuhan jasmani khususnya bagi kaum wanita dan kini tidak menutup kemungkinan bagi kaum pria. Selain sebagai tempat untuk berias salon kini menjadi salah satu obyek kebutuhan akan gaya hidup modern yaitu pengakuan akan mode. Oleh karena itu interior ruangan yang menarik akan menunjang keberadaan salon tersebut. Selain itu saat ini banyak salon yang memiliki fungsi tambahan yaitu sebagai tempat relaksasi untuk melepaskan waktu sejenak dari rutinitas sehari – hari. Dengan begitu salon adalah salah satu tempat yang sangat cocok sekali bagi para wanita untuk rileks sekaligus merawat diri. Hal ini seharusnya dimanfaatkan oleh pemilik salon sebagai upaya mengembangkan salonnya dengan menambah fasilitas – fasilitas tambahan.

Salon yang akan didesain nantinya akan bernuansa *luxurious*, tentunya masih bercirikan wanita kalangan atas. Nuansa *luxurious* ini dianggap mampu menciptakan sebuah visualisasi wanita kalangan atas yang mewah dan modern.

1.3 Tujuan dan Manfaat

Ada beberapa tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini, diantaranya adalah:

Tujuan

1. Menciptakan sebuah visualisasi desain pada interior salon yang baru
2. Memberikan sebuah *image* dan ciri khas pada salon.
3. Mendesain interior salon yang bercirikan wanita kalangan keatas.
4. Menciptakan sebuah interior salon yang nyaman.
5. Mendesain sebuah visualisasi yang berbeda pada interior salon

Manfaat

1. Membangun *image* baru pada masyarakat terhadap salon sebagai tempat berelaksasi.
2. Memberikan sentuhan baru pada interior salon.

3. Menambah pengetahuan tentang desain interior salon beserta permasalahannya.

1.4 Permasalahan

Semakin bertambahnya jumlah salon – salon di kota Surabaya menciptakan persaingan yang ketat dalam menjaring *customer*. Masing – masing salon berlomba untuk menyajikan fasilitas yang lengkap dan interior yang mendukung.

Salon Herry Ramli yang merupakan salah satu salon eksklusif di Surabaya juga berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas. Selain itu desain interiornya pun tak luput dari peningkatan kualitas, yaitu dengan jalan menciptakan sebuah interior salon yang berciri khas dan berpijak pada *life style* para wanita kalangan atas, dimana wanita kalangan atas ini adalah target market yang dibidik oleh salon Herry Ramli. Penambahan fasilitas seperti kafe sebagai tempat *hang out* juga merupakan salah satu upaya memberikan nilai lebih pada salonnnya.

Identifikasi Masalah

1. Warna yang digunakan pada interior ruangan kurang menarik.
2. Desain Interior salon (langgam) yang kebanyakan, sehingga terkesan biasa saja. Langgam yang digunakan adalah natural tradisional.
3. Desain interior salon kurang mencerminkan target market salon yaitu wanita kalangan atas.

Rumusan Masalah

Sebagai upaya untuk membuat desain interior yang sesuai dengan target market, maka dipilihlah tema *luxurious*, dimana tema akan teraplikasi dalam material *soft furnishing* dan partisi serta pencahayaan. Tema *luxurious* ini diharapkan dapat mewakili karakter wanita kalangan keatas yang mewah, anggun, dan sifat dasar wanita yang halus dan lembut.

Pengeksplorasian warna pada interior salon lebih ditujukan pada dinding dan furnitur. Warna yang digunakan adalah warna – warna modern netral putih dan silver dipadu dengan warna mewah (*luxurious*) seperti warna ungu. Pemilihan warna ini didasarkan pada asosiasi dari masing – masing warna yaitu ungu yang melambangkan *wealthy*, kemewahan, feminin, anggun dan sensual, abu – abu sebagai warna yang mencerminkan kemandirian, putih sebagai warna netral.

Sebagai salah satu penunjang kenyamanan dan keindahan interior akan dikaji lebih lanjut tentang aspek bentuk. Aspek bentuk ini diharapkan dapat bersinergi dengan warna interior salon sehingga menghasilkan penataan interior yang sesuai dengan konsep interior salon yaitu menciptakan interior salon yang bercirikan wanita kalangan atas.

1.5 Ruang Lingkup

Desain interior salon Herry Ramli ini diharapkan mampu menampung seluruh aktivitas salon dan menyelesaikan permasalahan yang ditemui. Selain itu tuntutan perkembangan jaman serta persaingan antar salon membuat salon Herry Ramli harus lebih memiliki daya tarik lebih dan mempunyai ciri khas. Untuk itu tema *luxurious* akan mampu memberikan warna baru kedalam interior salon yang baru. Selain itu desain ini juga dapat menciptakan suasana yang sesuai dengan target market salon yaitu wanita kalangan atas.

Warna interior akan mengadaptasi warna feminin yaitu ungu tua, dimana warna ungu tua ini kan diplikasikan sebagai aksesoris untuk sebnah ruang karena sifat warna ungu tua ini adalah cenderung berat. Tentunya warna ungu ini akan dipadu dengan warna khas modern yaitu putih dan abu – abu silver. Selain itu sentuhan lainnya lebih ditujukan pada adaptasi material dan pencahayaan, sedangkan pada ornamen akan menggunakan motif floral seperti pada *wallpaper* dan partisi kaca. Pada material contohnya akan menggunakan material yang mewah seperti satin, kulit dan beludru, sedangkan untuk material penetral akan

menggunakan poliester, katun yang beberapa diantaranya dirajut bersama poliester. Sedangkan untuk pencahayaan akan banyak menggunakan lampu jenis filamen seperti halogen dan pijar, karena warna kekuningan yang dihasilkan oleh lampu jenis ini sangat natural dan terkesan mewah. Selain lampu jenis filamen, lampu jenis fluorescent juga digunakan pada interior salon.

Tema yang akan digunakan pada desain interior nantinya adalah “Luxurious”, yang artinya menghadirkan nuansa kemewahan pada interior salon yang mencerminkan wanita kalangan atas. Dari *luxurious* ini diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi kalangan atas yang menginginkan segala sesuatu yang sifatnya berkelas, berkualitas dan bermartabat. Hal ini dikarenakan oleh pertimbangan gaya hidup masa kini dan keinginan pemilik salon agar interior salon lebih tertuju pada target market dan lebih berkarakteristik. Sedangkan konsep dari desain interior salon Herry Ramli ini adalah menciptakan interior salon yang ditujukan pada wanita kalangan atas.

1.6 Metodologi

Ada beberapa metodologi pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang *valid*, diantaranya adalah sebagai berikut :

1.6.1 Studi lapangan

1. Survey

Pada metode ini dilakukan peninjauan *site* secara langsung dengan pengamatan secara kasat mata dan pengidentifikasian masalah awal. Mengumpulkan poin – poin penting yang menunjang untuk kebutuhan data. Biasanya dilakukan analisa desain secara langsung kemudian memperoleh permasalahan.

2. Wawancara

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data keseluruhan salon seperti, sejarah berdiri, struktur organisasi dan visi misi perusahaan. Dalam hal ini wawancara dilakukan

langsung dengan pemilik salon dan beberapa pegawai salon untuk mendapatkan informasi perkembangan salon tersebut.

3. Kuisioner

Teknik ini adalah teknik pengumpulan data dengan membagikan lembar kuisioner kepada pengunjung salon. Dari sini dapat disimpulkan beberapa permasalahan dan keinginan yang nantinya akan berguna untuk pengembangan salon tersebut.

1.6.2 Studi literatur

Pada tahap ini dilakukan studi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan salon, baik itu dari buku, media cetak, dan internet. Hal ini berguna untuk menambah wawasan tentang salon dan perkembangan terkini salon.

1.6.3 Studi komparatif

Yakni sebuah proses pengambilan data dengan cara membandingkan salon Herry Ramli dengan salon lain yang memiliki level setingkat bahkan lebih. Studi ini dilakukan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari salon – salon tersebut kemudian dirumuskan apa yang hendak diaplikasikan pada desain salon Herry Ramli yang akan datang.

1.7 Hasil Akhir

Pada hasil akhir ini diharapkan permasalahan salon sudah dapat terselesaikan dan pengaplikasian konsep kedalam interior salon yang sesuai dengan analisa dan proses desain. *Output* yang dihasilkan berupa laporan yang nantinya akan berguna bagi pengerjaan mata kuliah tugas akhir, serta alternatif desain, perspektif, gambar teknik dan maket.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Tentang Konsep

Konsep dari interior salon Herry Ramli ini adalah menciptakan interior salon yang ditujukan pada wanita kalangan atas. Konsep ini diambil berdasarkan target market salon dan keinginan *owner* untuk menciptakan desain interior salon yang lebih mencerminkan kalangan keatas khususnya pada wanita.

Wanita kalangan atas cenderung menghabiskan waktu lebih banyak di luar rumah hanya untuk sekedar bersosialisasi ataupun bersenang – senang. Hal ini dikarenakan wanita kalangan ini memiliki status ekonomi yang lebih. Wanita kalangan atas ini bisa dibagi menjadi dua macam, yaitu :

a. Wanita karir

Adalah jenis wanita yang lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah. Wanita ini bisa merangkap dua pekerjaan sekaligus, yaitu sebagai wanita pekerja dan ibu rumah tangga.

b. Wanita non karir

Adalah jenis wanita yang lebih sering menghabiskan waktu dirumah, bahkan beberapa diantaranya lebih menyukai kegiatan sosial diluar rumah.

Oleh karena kegiatan mereka yang banyak dan tuntutan dalam hal penampilan, mereka sangat membutuhkan suatu tempat untuk merawat diri sekaligus dapat menjadi tempat rileksasi dengan suasana yang tenang dan nyaman.

Wanita kalangan atas biasanya menginginkan segala sesuatu yang sifatnya berkelas, berkualitas dan bermartabat. Untuk menciptakan sebuah interior yang sesuai dengan kalangan keatas maka desain yang akan digunakan nantinya disentuh dengan desain *luxurious*, dimana desain *luxurious* ini tentunya akan bernuansa *modern*, yaitu berupa kesederhanaan bentuk dan detail. Pengaplikasian desain *luxurious* ini nantinya akan

mengadaptasi sedikit sentuhan kristal sebagai *art program* dan penggunaan material mahal seperti beludru dan satin. Beberapa sentuhan interior akan mengadaptasi ornament sulur – sulur bunga, hal ini untuk menunjang citra feminin dari konsumen yang dituju oleh salon Herry Ramli, selain itu ornamen sulur bunga ini mampu membangun nuansa yang mewah. Selain itu untuk bentuk akan diaplikasi bentukan yang cenderung melengkung dan membulat. *“Roundness, softness and refined design are considered more feminine product features”¹* yang berarti bulatan, kelembutan dan desain yang halus lebih dipertimbangkan sebagai sifat produk yang feminin. Dimana sifat – sifat diatas juga akan diaplikasikan pada interior salon, sehingga lebih menunjang konsep utama.

2.2 Kajian Tentang Tema

Berdasarkan kajian konsep diatas maka dipilihlah *luxurious* sebagai tema interior salon. Hal ini sesuai dengan pernyataan *“The lifestyle of this group (Upper Class) is an interesting mix of many lifestyle : postpreppy, luxurious and intellectual.”²*. *Luxurious* ini mampu mewakili dari karakteristik desain yang mewah tetapi simpel yang tidak ramai visualisasi.

Luxurious yang dibawa pada desain baru salon Herry Ramli nantinya akan mengaplikasi terutama pada pemilihan material. Warna dan pencahayaan, karena dari ketiga aspek inilah yang mampu menonjolkan sisi kemewahan visualisasi. Dengan kemewahan ini diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi *customer* khususnya bagi wanita kalangan atas. Kaum ini selalu menomor satukan keindahan dan sesuatu yang berkelas. Nuansa *luxurious* ini akan diciptakan untuk menambah kekentalan desain untuk wanita kalangan atas. Contoh dalam penggunaan warna adalah warna silver dan warna ungu tua serta elemen estetis berupa material kristal. Penggunaan material kristal ini seringkali

¹ Consumer by McGraw Hill

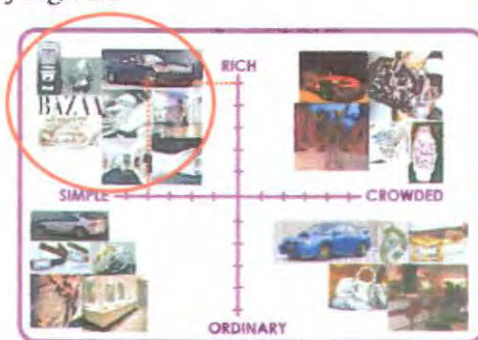
² Consumer Behavior Concepts & Applications by David L. Loudon, Della Bitta

digunakan sebagai penghias ruangan pada kerajaan – kerajaan eropa terdahulu, biasanya dipaliskasikan untuk lampu.

2.2.1 Kajian Tentang Luxurious

*Luxurious characterized by luxury*³, atau persamaan katanya adalah *rich or sumptuous*. Dari pengertian berdasarkan kamus diatas, maka dapat didefinisikan bahwa *luxurious* adalah segala sesuatu yang diidentikkan dengan kemewahan dan kekayaan, hal ini dapat berupa nuansa, jenis barang atau benda, serta visualisasi. Berbagai macam ungkapan tentang *luxurious*, seperti "*enjoyed a luxurious suite with a crystal chandelier and thick oriental rugs*" atau, "*luxurious hotel with a professional service will be advantage to you who want a special experience*". Ungkapan – ungkapan tersebut mencerminkan bahwa *luxurious* cenderung mengarah pada sesuatu yang bersifat memuaskan, mewah dan mahal. Karena sifatnya yang memuaskan, mewah dan mahal maka apapun yang diaplikasikan untuk menciptakan ke-*luxurious*-an membutuhkan biaya yang tidak murah, oleh karena itu fasilitas ini hanya dapat dinikmati oleh kalangan atas, tetapi tidak menutup kemungkinan bagi kalangan atas dan dibawahnya untuk menikmatinya.

Dibawah ini adalah image board yang menjelaskan tentang karakter *luxurious* yang akan ditampilkan pada interior salon Herry Ramli yang baru



Gambar 2.2.1 Image board Luxurious

³ www.dictionary.com

Dari *image board* dibalik halaman ini dapat disimpulkan bahwa desain *luxurious* memiliki ciri khas sebagai berikut ini :

- a. Mewah
- b. Sempel dalam bentuk
- c. Elegan

Jadi desain salon Herry Ramli nantinya akan mengadaptasi ciri khas yang dimiliki oleh desain *luxurious*.

2.3 Kajian Tentang Salon

Pemahaman akan objek yang didesain sangat penting untuk memberikan hasil desain yang memuaskan sesuai dengan pustaka – pustaka yang diambil. Pada bab ini akan dijelaskan tentang beberapa bagian penting dalam pembentukan desain salon.

2.3.1 Pengertian Salon

Salon menurut wikipedia adalah sebuah tempat yang dituju oleh seseorang untuk rileks, perawatan dan menciptakan karakter idealnya. Salon rambut biasanya mempunyai pegawai *haircutting* dan ahli kecantikan. kedua keahlian ini berguna untuk memberikan pelayanan lebih pada *customer*-nya, contohnya pada *customer* yang mengambil pelayanan pewarnaan rambut, mereka bisa meminta ahli kecantikan untuk melakukan *treatment* selama rambutnya diwarnai, seperti *manicure and pedicure*.⁴

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa salon adalah suatu tempat dimana seseorang menciptakan karakter diri dengan memanfaatkan pelayanan potong rambut sekaligus kecantikan.

2.3.2 Jenis – jenis Salon

Ada dua Jenis dari salon yang saat ini dapat digolongkan berdasarkan fasilitas yang diberikan⁵, yaitu :

1. Hair Salon

Biasanya jenis salon ini memberikan pelayanan *hair styling* hingga pewarnaan rambut. Salon ini hanya terfokus pada perawatan rambut dan

⁴ www.wikipedia.com

⁵ www.wikipedia.com

mayoritas salon ini merangkap juga dengan pelayanan *make up*.

2. *Beauty Salon*

Salon jenis ini biasanya memberikan pelayanan perawatan tubuh mulai dari ujung kepala hingga ujung rambut. Ada juga yang merangkap dengan *hair styling*.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa salon Herry Ramli termasuk dari salon jenis *hair salon*, karena fasilitas yang diberikan pada salon Herry Ramli adalah *hair styling*.

2.4 Kajian Tentang Konsumen

Konsumen dari salon Herry Ramli ini adalah kalangan keatas khususnya. Beberapa klasifikasi jenis konsumen beserta karakternya dibawah ini akan menunjukkan pada bagian manakah jenis konsumen dari salon Herry Ramli, hal ini sangat berguna untuk proses desain sehingga hasil desain nantinya tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai.

2.4.1 Konsumen berdasarkan Status Sosial

Berdasarkan status sosial, konsumen dibagi menjadi tiga macam yaitu :

a. *Upper Class* (Kelas Keatas)

Karena kekayaannya biasanya jenis konsumen kalangan inilah yang banyak dibidik oleh *marketer*. Dan dari kelas ini juga masih dibedakan menjadi tiga macam kalangan keatas, diantaranya adalah sebagai berikut :

- *Old Money*

Jenis konsumen ini kekayaannya biasanya berasal dari harta warisan dan investasi, contohnya adalah lingkaran kaum borjuis Perancis. *Old money* cenderung menilai produk berdasarkan kesimpulan, kenyamanan dan kehalusan. Mereka jarang membicarakan masalah harga tetapi



cenderung pada nilai estetika dari barang tersebut.

- *Nouveau Riche*

Yang berarti *new money*, mereka sangat *mobile*. Grup ini adalah kombinasi dari kalangan menengah dan kalangan keatas. Mobilitas sosial memungkinkan mereka untuk mengkonsumsi barang – barang mewah yang mengindikasikan kesuksesan mereka. Contoh jenis konsumsinya adalah pelayanan pelatih pribadi, prestisius spa dan operasi plastik.

- *Get Set*

Adalah kalangan menengah atas, yang dalam membelanjakan uangnya sedikit lebih selektif dibandingkan dengan kedua grup diatas.

b. *Middle Class* (Kelas menengah)

Kalangan ini cenderung sosialis dan dalam membelanjakan uangnya sangatlah selektif. Mereka biasanya mengkonsumsi barang yang populer pada saat itu dan setia pada satu merek.

c. *Under Class* (Kelas kebawah)

Dari jenis kalangan ini masih dibagi menjadi dua, yaitu :

- *Working Class*

Kalangan kelas kebawah jenis ini masih memiliki pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Mereka contohnya adalah buruh pabrik. Dalam mengkonsumsi barang, mereka cenderung menilai berdasarkan harganya dan bukan mereknya.

- *Underclass*

Jenis kalangan ini adalah orang – orang miskin yang tidak mempunyai pekerjaan dan tak berpendidikan.⁶

⁶ Consumer by McGraw Hill

2.4.2 Konsumen berdasarkan Usia

Generation	Year Born	Age in 2000
G.I generation	Pre-1930	71+
Depression era	1930-1939	61-70
War babies	1940-1945	55-60
Baby boomers	1946-1964	36-54
Generation X	1965-1976	24-35
Generation Y	1977-1984	5-23
Millennials	1995+	0-5

Source: Rebecca Gerdyo and John Fetto, "Off the Map," *American Demographics*, June 2000, p.

Tabel 2.4.1 Tabel konsumen berdasarkan umur

Berdasarkan tabel diatas maka jenis konsumen dari salon herry Ramli adalah termasuk kategori **generation X**, dimana wanita karir, ibu rumah tangga, pengusaha dan pebisnis adalah salah satunya. Sifat dari generasi x ini masih dipengaruhi oleh tatanan tradisional dan sedikit klasik. Seiring dengan menguatnya ekonomi yang mereka miliki, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi mereka. Selain itu pada kurun usia 24 – 35 tahun adalah usia yang sangat sesuai untuk bekerja keras, hal ini dilihat berdasarkan tingkat kedewasaan dan pengendalian diri.⁷

Generasi X wanita masih menjunjung tinggi pada tradisionalisme feminin, tetapi tidak menyebut diri mereka sebagai *feminist*. Mereka mempersepsikan dirinya sebagai feminin dan tangguh. Hal ini sangat mencerminkan dari karakter wanita karir.

2.4.3 Konsumen berdasarkan Gender

"Gender is the cultural definition of behaviour defined as appropriate to the sexes in a given society at a given time and the cultural capital (resources, norms, values, beliefs, and customary ways of behaving) associated with a set of gender roles." Yang berarti gender adalah sebuah istilah yang diberikan mengacu pada jenis seks yang tepat. Seperti yang kita ketahui

⁷ Consumer by McGraw Hill

selama ini, bahwa gender dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu pria dan wanita. Dibawah ini akan dibahas masing – masing karakteristik dari masing – masing gender tersebut.

2.4.3.1 Pria

Ciri berupa mandiri, tegas, dan kompetitif adalah tanda dari kemaskulinan. Pria seringkali bereaksi terhadap tampilan produk yang cenderung menguasai dan mengontrol. Orientasi dari kemaskulinan adalah lebih tertuju pada personal dan individualistik, jadi pada intinya adalah kepuasan pribadi. Pria menekankan pada segi fungsional (*self oriented*).

*"Angularity, sharpness, and simple design are stereotypically masculine characteristics of products."*⁸



Gambar 2.4.1 Simbol venus pria

2.4.3.2 Wanita

Ciri khas wanita adalah pengertian, menjaga, memelihara dan peka yang sesuai dengan kefemininan. Orientasi feminin cenderung lebih kepada **integrasi sosial** dan diasosiasikan kepada hubungan sosial antar sesama, jadi lebih kepada kebersamaan dan saling membutuhkan. Wanita menekankan pada segi sosial (*other oriented*).

*"Roundness, softness and refined design are considered more feminine product features"*⁹

⁸ Consumer by Mcgraw Hill

⁹ Consumer by Mcgraw Hill



Gambar 2.4.3 Simbol venus wanita

2.4.3.2.1 Wanita Karir



Gambar 2.4.4 Ilustrasi Wanita Karir

Wanita karir adalah sebutan bagi kaum wanita yang memiliki tanggung jawab lebih selain pekerjaan rumah tangga yaitu pekerjaan kantor. Biasanya kalangan ini cenderung menghabiskan waktu lebih banyak diluar rumah dan seringkali didera stres akibat dari menumpuknya pekerjaan. Karena tuntutan profesionalitas pekerjaan, mereka selalu mengikuti perkembangan tren dan cenderung *fashionable*. Oleh karena itu mereka sangat membutuhkan suatu tempat untuk merawat diri sekaligus dapat menjadi tempat rileksasi dan perkembangan *fashion* terkini.

Karakteristik wanita karir, yaitu :

1. Cenderung menjaga penampilan diri dan *fashionable*
2. Mandiri, tangguh, aktif dan *mobile*

3. Wanita yang menyukai kemewahan baik itu berupa barang maupun pelayanan.

Maka berdasarkan pengertian – pengertian diatas akan dipadukan sehingga macam – macam karakteristik tersebut dapat menjadi inspirasi bagi ide perancangan salon Herry Ramli. Selain itu juga dapat memberikan masukan untuk menciptakan sebuah inovasi baru kepada interior salon nantinya.

2.4.3.2.2 Wanita Non Karir



Gambar 2.4.5 Ilustrasi Wanita Non Karir

Wanita non karir ini identik dengan tingkat sosialisasi yang tinggi, mereka menggantungkan ekonomi pada suami atau bisa pula dari warisan. Karena beban *prestige* yang dipegang oleh kaum ini menyebabkan kaum ini seringkali mengikuti kegiatan – kegiatan sosialisasi diluar rumah, seperti arisan ataupun kelompok – kelompok sosial lainnya.

Tuntutan untuk tampil selalu rapi, gaya dan kondisi keuangan yang mencukupi membuat kaum ini memerlukan sebuah tempat perawatan yang sekaligus dapat menjadi tempat bersosialisasi. Salon adalah suatu pilihan tepat untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan ini.

Karakteristik wanita non karir, yaitu :

1. Cenderung menjaga penampilan diri dan modis.
2. Tingkat sosialisasi tinggi.
3. Wanita yang menyukai **kemewahan** baik itu berupa barang maupun pelayanan.

2.5 Kajian Tentang Ergonomi Hair Stylist

Salah satu pertimbangan terpenting dalam pembuatan ruang penataan rambut yang tanggap terhadap dimensi manusia adalah kemampuan penyesuaian. Dengan adanya perbedaan yang sangat beragam dalam besar tubuh, baik dalam pengertian pengunjung dan penata rambut serta sifat dasar aktivitas tersebut, sebenarnya tidak mungkin untuk mengakomodasi mayoritas kelompok orang tanpa tingkatan kemampuan penyesuaian tertentu untuk mengimbangi perbedaan-perbedaan yang besar dari ukuran-ukuran tubuh. Rentang penyesuaian yang dimungkinkan dalam banyak kursi-kursi standar yang terdapat di pasaran tidak cukup besar. Kegiatan penataan misalnya, membutuhkan penata untuk menata rambut pengunjung dalam posisi duduk di sekitar kepala bagian bawah, leher dan area bahunya. Bukan saja penting bagi si penata untuk dapat melihat daerah kerja tersebut, namun dalam banyak hal dia harus dapat melangkah mundur serta memeriksa kehalusan dan tingkat potongannya. Meskipun kursi sudah dinaikkan sampai pada batas maksimalnya, seorang penata yang bertubuh tinggi harus tetap membungkuk untuk melakukan pekerjaannya, sampai tersedianya lebih banyak kursi dengan rentang kemampuan penyesuaian yang lebih besar, perancang interior atau arsitek harus menggali berbagai cara agar membuat kegiatan tersebut lebih tanggap terhadap batasan-batasan yang ditimbulkan oleh ukuran manusia dan besar tubuh.

Daerah lain yang memerlukan banyak perbaikan adalah daerah persinggungan antara pengunjung, kursi, bak cuci dan pelaku dalam daerah pencucian rambut yang umum. Oleh karena sebagian besar fasilitas tersebut tidak memungkinkan gerakan fleksi leher yang nyaman, bagian yang paling penting dari

hubungan tersebut meliputi daerah antara kepala dengan bak cuci. Lebih lanjut lagi, sulitnya, walaupun bentuknya melingkar, tepian bak tersebut yang langsung bersinggungan dengan bagian belakang leher menambah ketidaknyamanan. Kualitas hubungan tersebut mungkin dapat diperbaiki dengan membuat kemampuan penyesuaian pada kursi sehingga tubuh dapat diletakkan dalam posisi lebih horisontal. Dengan batasan-batasan yang ada dan peralatan yang ada, gambar pada halaman-halaman berikut ini memberikan ilustrasi tentang beberapa situasi umum yang muncul dalam perancangan ruang penataan rambut. Ukuran-ukuran antropometrik yang menjadi perhatian utama ditunjukkan dalam matriks di atas.

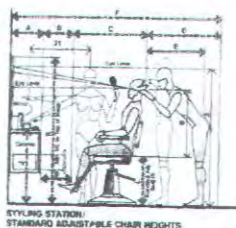
2.5.1 Kajian Ergonomi Ruang Tata Rambut

Gambar denah dibawah ini menunjukkan dua tempat penataan dan berbagai jarak yang diperlukan. Untuk mengakomodasi pengunjung dalam posisi duduk dan menyediakan tempat sirkulasi dan gerakan yang tepat bagi si penata rambut, diperlukan ruang masing-masing sebesar 95 sampai dengan 105 inci atau 241,3 sampai dengan 266,7 cm, untuk kedalamannya dan 83 sampai 87 inci atau 210,8 sampai dengan 221 cm untuk lebarnya. Namun untuk menghemat ruang, disarankan agar ruang-ruang yang diperlukan bagi setiap penata rambut tersebut dibuat berpotongan sebesar 24 inci atau 61 cm. Daerah perpotongan tersebut digunakan sebagai zona kegiatan bersama.

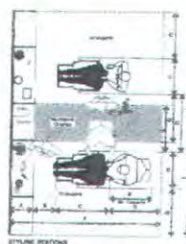
Gambar sebelahnya menunjukkan, tampak daerah kerja penataan tersebut. Harus diperhatikan bahwa walaupun terdapat kemampuan pengaturan tinggi kursi, rentang gerakan tersebut tidak memungkinkan kursi dinaikkan cukup tinggi sehingga penata dapat bekerja di area sekitar kepala bagian bawah dan leher tanpa harus membungkuk

	in	cm
A	16-18	40.6-45.7
B	15 min	38.1 min
C	29-36	73.7-91.4
D	36	91.4
E	30 min	76.2 min
F	98-105	243.8-266.7
G	30	76.2
H	28-27	58.4-58.6
I	83-87	210.8-221.0
J	34-36	86.4-91.4
K	69 min	172.7 min
L	19-25	48.5-63.5

Tabel 2.5.1 Ukuran ergonomi Ruang tata rambut



Gambar 25.1 Studi ergonomi ruang tata rambut



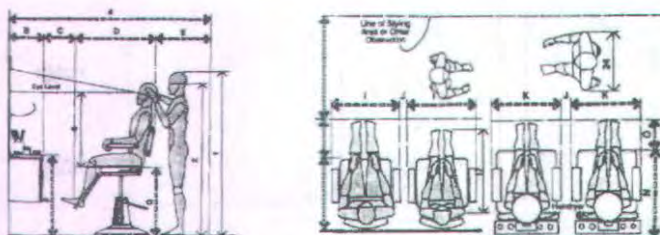
Gambar 2.5.2 Studi ergonomi ruang tata rambut

2.5.2 Kajian Ergonomi Rentang Kursi Penataan

Gambar di bawah ini memberikan ilustrasi tentang usulan kursi penataan dengan rentang kemampuan pengaturan sebesar 24 sampai 36 inci atau 61 sampai 91,4 cm. Rentang seperti itu, yang belum tersedia saat ini, akan memungkinkan penata, terutama yang bertubuh tinggi, untuk memangkas bagian belakang kepala dengan nyaman tanpa harus membungkuk.

Gambar sebelahnya memberikan ilustrasi tentang berbagai jarak bersih yang diperlukan untuk ruang tinggi. Jarak bersih minimal sebesar 37 inci atau 94 cm dari dinding akan mengakomodasi pengunjung yang sedang duduk. Ukuran ini menyertakan kelonggaran sebesar 12 inci atau 30,5 cm untuk mengakomodasi penonjolan kaki bawah tepian depan tempat duduk. Sebuah ruang sebesar 36 inci atau 91,4 cm sesuai untuk sirkulasi satu jalur di depan tempat duduk tersebut. Namun, ruang sebesar 36 inci itu akan memaksa salah seorang yang berpapasan untuk bergerak menyamping ketika akan melalui zona sirkulasi tersebut.¹⁰

¹⁰ Human Dimension & Interior Space by Julius Panero and Martin Zelnik



Gambar 2.5.3 Ergonomi rentang kursi penataan

	in	cm
A	84-93	213,4-236,2
B	18-19	45,7-48,3
C	15 mm	38,1 mm
D	28-30	71,1-76,2
E	24	61,0
F	24-28	61,0-71,1
G	24-28	61,0-71,1
H	30	76,2
I	23-27	58,4-68,6
J	4 mm	10,2 mm
K	24-27	61,0-68,6
L	28-30	71,1-76,2
M	12	30,5
N	31-36	78,7-91,4
O	18	45,7

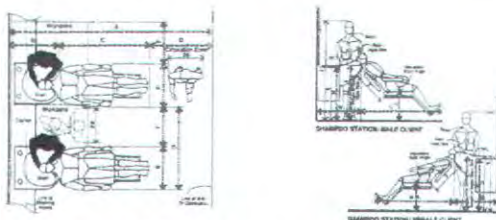
Tabel 2.5.2 Ukuran rentang kursi penataan

2.5.3 Kajian Ergonomi Ruang Cuci

Gambar di bawah ini menunjukkan denah dari tempat kerja pencucian rambut. Jarak minimal sebesar 82 inci atau 208,3 cm dari dinding diperlukan untuk mengakomodasi bak cuci dan pemakai dalam posisi duduk dengan kaki direntangkan. Ruang sebesar 24 inci atau 61 cm antar kursi sangat tepat untuk mengakomodasi seorang yang melakukan kegiatan pencucian rambut.

Gambar disebelah dari gambar denah menunjukkan tampak samping tempat kerja pencucian rambut tersebut. Gambar di sebelah tengah memberikan ilustrasi kursi yang digunakan oleh pengunjung pria, sedangkan gambar di sebelah bawah memberikan ilustrasi kursi yang digunakan oleh pengunjung wanita. Berbagai jarak bersih yang ditunjukkan pada setiap gambar lebih kurang sama besarnya. Namun harus dicatat bahwa karena ukuran tubuh dari kelompok wanita yang bertubuh besar

lebih kecil dari ukuran tubuh kelompok pria yang bertubuh lebih besar, jarak bersih dari dinding yang diperlukan dalam tempat kerja pencucian rambut yang secara khusus melayani wanita dapat dibuat beberapa inci lebih kecil. Oleh karena perbedaannya kecil saja, akan lebih praktis bila menggunakan jarak bersih yang dapat mengakomodasi pengunjung pria yang berukuran tubuh lebih besar. Namun dalam berbagai situasi dengan ruang-ruang yang begitu terbatas, jarak bersih yang kecil yang dibutuhkan oleh kelompok wanita dapat membantu penghematan tempat. Hal yang terpenting secara antropometrik adalah bahwa kursi tersebut harus memiliki fleksibilitas maksimal, baik dalam pengertian tinggi duduknya dan sudut sandaran punggung untuk memastikan ketepatan posisi tubuh yang nyaman atau hubungan antara bagian belakang leher dengan bak cuci tersebut.¹¹



Gambar 2.5.4 Ergonomi rentang kursi cuci

	in	cm
A	116-126	299.7-320.0
B	29-30	71.1-76.2
C	54-60	137.2-152.4
D	36	91.4
E	24-28	61.0-71.1
F	24	61.0
G	48-52	121.9-132.1
H	34	86.4
I	35	88.9
J	17-18	43.2-45.7
K	18-19	45.7-48.3
L	52-58	132.1-147.3

Tabel 2.5.3 Ukuran rentang kursi cuci

¹¹ Human Dimension & Interior Space by Julius Panero and Martin Zelnik

2.6 Kajian Tentang Warna

Warna biasanya diartikan sebagai karakteristik dari sebuah objek yang menerangkan tentang *hue*, *lightness*, dan *saturation*. Pada tahun 1666 sir Isaac Newton (Mr.Gravity) melakukan sebuah eksperimen dengan menggunakan prisma untuk mempelajari tentang warna. Lalu Newton dapat membuktikan bahwa prisma dapat menyebarkan cahaya menjadi beberapa warna cahaya yang kita sebut spectrum warna.¹²



Gambar 2.6.1 Visible Spectrum

Menurut Wikipedia Indonesia, Warna adalah sensasi yang disebabkan oleh cahaya sewaktu berinteraksi dengan mata, otak, dan pengalaman kita. Persepsi warna juga amat dipengaruhi oleh warna dekat pemandangan visual. Istilah warna juga dipakai untuk benda yang menimbulkan sensasi ini.

Warna merupakan komponen paling penting dalam kehidupan manusia. Dalam pemilihan penentuan warna sebaiknya memperhatikan terlebih dahulu penentuan dasar skema warna benda di sekelilingnya seperti dinding, plafon, lantai dan furnitur. Pemilihan warna pada suatu ruangan memiliki berbagai macam efek yang ditimbulkannya salah satunya warna dapat mempengaruhi emosi seseorang yang berada pada suatu ruang.

¹² Colour assignment by Joe Hallock

2.6.1 Kajian Warna yang sesuai dengan sebuah Salon

Warna – warna tenang terdiri dari warna-warna lembut yang elegan dan menjadikan ruangan menjadi terkesan luas, sejuk dan modern. Menciptakan suasana sejuk, dingin, menenangkan dan mengundang, membantu menyeimbangkan emosi dan menghilangkan stres, menimbulkan kesan efisien dalam ruangan. Warna tenang akan menimbulkan perasaan pasif, tenang, tentram, damai, santai, dan nyaman.¹³ Warna – warna ini terdiri dari warna ungu, hijau, biru.

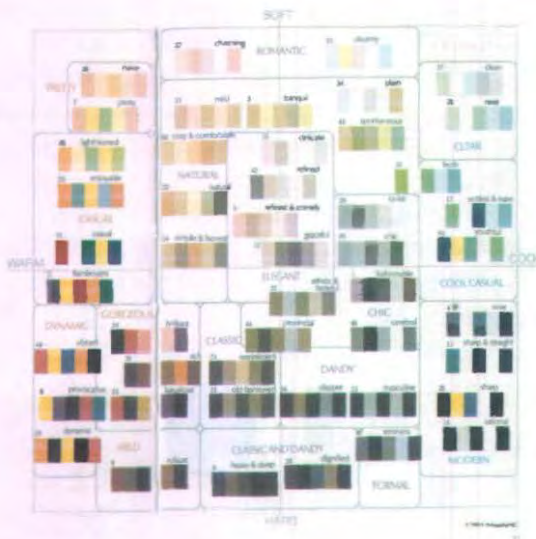


Gambar 2.6.2 Golongan warna – warna tenang

2.6.2 Kajian Warna *Luxurious*

Pemilihan warna yang cocok bagi salon adalah warna – warna lembut seperti yang telah disebutkan diatas. Untuk menyesuaikan dengan konsep dan tema desain interior salon, maka penggunaan warna nantinya menggunakan warna – warna mewah seperti ungu dan warna minimalis seperti abu – abu, putih. Warna – warna ini diambil berdasarkan karakter yang ingin dicapai dalam pencerminannya terhadap wanita kalangan keatas, karena kecenderungan kaum tersebut pada warna yang simpel tetapi masih mencerminkan ke-*luxurious*-an. Macam – macam warna tersebut juga termasuk kategori warna elegan Kobayashi.

¹ Serial Rumah, golongan warna – warna sejuk, tahun 2005



Gambar 2.6.3 Golongan warna menurut Shigonegebu Kobayashi

2.6.21 Warna Ungu

*"Sometimes a little red
 full of passion
 Sometimes a little blue
 sad and serious
 The color of the early night sky
 or fresh and fun like posies and plums
 A symbol of royalty
 of ceremony
 I am sometimes powerful
 I am Purple"¹⁴*

¹⁴ Aka Jesais, Sensational Color



Gambar 2.6.4 Warna Ungu tua

Ungu dekat dengan suasana spiritual yang magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian. Oleh karena itu warna ungu banyak digunakan oleh kaum bangsawan. Warna ini juga berkesan sensual, feminin, etnik, anggun dan hangat. Warna ungu gelap dapat memancarkan kekuatan, fantasi, imajinasi, kreativitas, sensitif, inspiratif dan obsesif.

Ada beberapa anggapan dan teori psikologi dari warna ungu, beberapa diantaranya adalah seperti dibawah ini :

- *Purple is symbolic of leadership, respect and wealth*¹⁵
- *Purple has been associated with royalty since the roman era*
- *Purple can be a strong colour, however imbued as it is with hints of extravaganza and luxury*¹⁶
- *Essentially spring and summer colors, the lavenders and lilacs breathe light into dark space and hint of sunshine in light ones although usually regarded as feminine colour. They are actually sharp smart colours when used in large planes such as on walls or curtain fabric and upholstery.*

Berdasarkan teori dari beberapa ahli diatas bisa didapatkan kesimpulan bahwa warna ungu ini mencerminkan *luxury, wealth* dan sebagai warna feminin.

Untuk desain interior salon herry Ramli yang akan datang akan mengaplikasi warna ungu dengan *tone* gelap, yaitu *deep purple*. Dimana warna ini akan dijadikan sebagai aksentuasi dalam ruangan agar tidak terlihat membosankan dan mampu menciptakan suasana ruang yang mewah, feminin tetapi dewasa. Sifat dari warna ungu tua ini diantaranya adalah :

¹⁵ Blue is hot red is cool Choosing the right color for your logo by David E. Carter

¹⁶ Vital Colour, colour themes for every room by Joanna Copestick & Meryl Iloyd

- a. *Wealthy color* yang bersifat anggun
- b. Warna feminin yang menyejukkan
- c. Warna yang penuh dengan imajinasi, inspiratif dan kreatif.

Ada beberapa pembuktian melalui polling (Pada bulan Januari 2003 Joe Hallock mengeposkan lembar suvey dengan tujuan mendapatkan hasil berjumlah 500 lebih. Ketika dia menutup penelitiannya pada awal bulan maret 2003, dia hanya mendapatkan 232 dari 79,3% dari USA dan 20% lainnya dari 21 negara luar USA) oleh ahli yang menempatkan warna ungu adalah warna favorit wanita urutan kedua setelah warna biru dalam kategori *gender*.

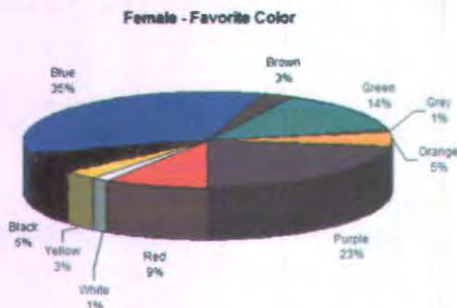


Diagram 2.6.1 Diagram persentase warna favorit wanita

Dan berdasarkan diagram dibalik halaman ini, warna ungu mendapatkan persentase terbanyak selain warna biru dan merah. Penentuan warna ini juga berhubungan dengan konteks pikiran masyarakat yang menganggap warna ungu sebagai asosiasi dari kehormatan, kemuliaan dan martabat, "*Joe notes that purple has a historically close association with dignity*"¹⁷

¹⁷ Colour Assignment by Joe Hallock

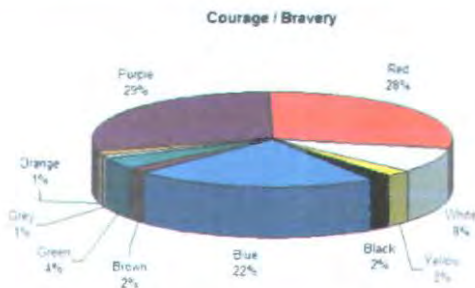


Diagram 2.6.2 Diagram persentase warna yang melambangkan keberanian

Efek dari penggunaan warna ungu ini adalah¹⁸ :

- *Uplifting* (meninggikan perasaan)
- Menenangkan pikiran dan saraf
- Memberikan perasaan kerohanian / spiritualis
- Menambah kreativitas

2.6.2.2 Warna Abu – abu



Gambar 2.6.5 Warna abu - abu

Abu – abu termasuk warna netral yang dapat menciptakan kesan serius namun menenangkan dan menimbulkan perasaan damai. Kesan lain dari warna abu – abu antara lain adalah *independent* dan stabil, menciptakan keheningan dan kesan luas. Abu – abu juga terkesan dingin, kaku dan tidak komunikatif.¹⁹

"Gray is timeless, practical, and solid. A longstanding favorite suit color, gray can mix well with any color. Although well like and often worn, people rarely name gray as a favorite color possibly because Gray also is associated

¹⁸ www.squidoo.com

¹⁹ Serial Rumah Ide, Karakter Warna, tahun 2005

with loss or depression."²⁰ berdasarkan pernyataan diatas warna abu – abu dapat digolongkan sebagai warna sejuk yang dapat menghilangkan kepenatan. Untuk interior salon warna abu – abu ini dapat menambah kesan elegan.

2.6.2.3 Warna Putih



Gambar 2.6.6 Warna putih

Putih melambangkan kemurnian, kepolosan, memberikan perlindungan, ketentrangan, kenyamanan dan memudahkan refleksi. Namun terlalu banyak warna putih bisa menimbulkan perasaan dingin, steril, kaku, dan terisolir.

*"White projects purity, cleanliness, and neutrality. Doctors wear white coats, brides traditionally wear white gowns and a white picket fence surrounds a safe and happy home."*²¹ Diartikan sebagai warna kesucian dan kenetralan. Dokter mengenakan jas putih, pengantin biasanya menggunakan gaun putih menggambarkan lingkungan yang aman dan kebahagiaan. Sedangkan dalam interior salon, warna putih ini berguna untuk menetralisasi dari penggunaan warna – warna lainnya seperti ungu, abu – abu dan silver.

2.6.2.4 Warna Silver

Warna silver adalah salah satu warna pembentuk kesan elegan, berkelas dan anggun. Warna silver ini biasanya digunakan untuk mempertegas suatu kesan atau sebagai aksentuasi pada sebuah objek. Warna silver ini mencerminkan kesan elegan, mewah, dan *worthy*. Barang – barang yang berwarna silver biasanya menunjukkan bahwa benda tersebut berkelas dan bersih.

Pada interior salon warna silver yang diadaptasi cenderung pada krom, karena dengan penggunaan warna krom ini dapat memberikan kesan tegas, mandiri dan *hax*. Contoh dari warna silver berpadu krom adalah seperti gambar dibawah ini.

²⁰ www.squidoo.com

²¹ www.squidoo.com



Foto 2.6.1 Benda yang bermaterialkan krom dan silver

2.6.3 Kajian Warna Menurut Umur

Seiring dengan beranjaknya umur manusia, kesukaan terhadap warna juga mulai berubah. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil poling yang dilakukan oleh Joe Hallock, bahwa warna kuning sangat disukai oleh anak – anak tetapi kesukaan terhadap warna ini mulai menurun seiring dengan dewasanya anak – anak tersebut. Joe menguraikan *“With maturity comes a greater liking for hues of shorter wave length (blue, green, purple) than for hues of longer wave length (red, orange, and yellow)”*²². Gambar dibalik ini adalah tabel dari kategori warna favorit berdasarkan umur :

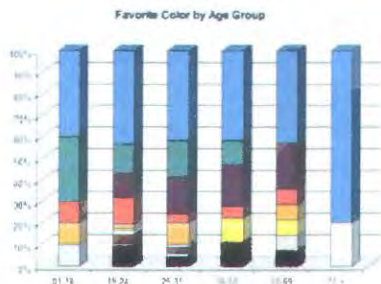


Diagram 2.6.3 Diagram persentase warna favorit berdasarkan umur

Seperti yang terlihat pada diagram dibalik halaman bahwa warna biru, hijau dan ungu adalah pilihan mayoritas. Dan yang menarik adalah pilihan warna hijau pada remaja dan pilihan warna ungu pada orang dewasa. Hal ini bisa dikatakan bahwa semakin bertambah umur seseorang maka bertambah pula kesukaannya pada warna ungu dan berkurang juga kesukaan pada warna hijau.

²² Colour Assignment by Joe Hallock

Berdasarkan dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa warna ungu sangat sesuai dengan *target market* salon Herry Ramli yang membidik kalangan keatas khususnya wanita karir, dimana golongan umur dari wanita karir ini adalah kurang lebih antara umur 24 – 40 dan merupakan warna feminin. Dan untuk memberikan *image* eksklusif dan *lifestyle* bagi kalangan menengah keatas yang menyukai kemewahan dan keindahan, warna ungu dapat mewakili dari *wealth and royal*. Sedangkan pada warna abu – abu, putih dan silver dapat mempertegas kesan eksklusif dan mewah.

2.7 Kajian Tentang Bentuk

*"Shape can also have a looser definition as the appearance of something, especially its outline"*²³, yang berarti bentuk dapat juga didefinisikan sebagai profil dari sesuatu terutama dari garis terluarnya. *"Typically the shape of an object can be characterized by basic geometry such as points, line, curves and plane"*²⁴, artinya adalah bentuk dari sebuah objek biasanya dapat digambarkan dengan geometri dasar seperti titik, garis, kurva dan bidang datar. Dalam hal penggunaan bentuk dari interior salon Herry Ramli ini akan digunakan bentuk lengkung dan garis untuk mencapai tema yang diinginkan yaitu *luxurious*.

Tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan primer dari manusia, tempat tinggal ini biasa disebut dengan bangunan yang sangat berhubungan dengan arsitektur. Pada jaman dulu tempat tinggal manusia adalah di gua – gua dan berkembang hingga bertempat tinggal dari campuran batu dan semen seperti saat ini. Sejak dari perkembangan tempat tinggal gua hingga campuran semen dan batu, manusia telah menemukan bentukan – bentukan yang mereka lihat pada lingkungan disekitar mereka. Bentukan – bentukan ini merupakan bentuk benda dari alam yang tersebar diseluruh permukaan bumi. Dimana bentuk – bentuk benda ini sangat sama persis dengan bentuk – bentuk geometri.

²³ www.wikipedia.com

²⁴ www.wikipedia.com

Dari analisa – analisa bentuk ini bisa dikelompokkan menjadi dua macam kategori yaitu :

a. Diskontinuitas.

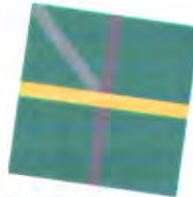
Contohnya pada detak jantung manusia mengingatkan pada kontinuitas yang secara teratur berhenti – henti. Bentuk bujursangkar dan segitiga.

b. Kontinuitas

Contohnya pada bergulirnya waktu pada hidup kita., mengingatkan pada sesuatu yang berjalan secara terus menerus. Bentuk lingkaran dan oval.



Gambar 2.7.1 Bentuk yang kontinuitas



Gambar 2.7.2 Bentuk yang diskontinuitas

Kedua macam kategori bentuk ini dapat diaplikasikan kedalam interior ruangan dan dapat menciptakan suatu citra dari nuansa interior. Seperti pada bentuk lengkung yang termasuk dari kategori kontinuitas, dapat diartikan pada sebuah keindahan, *"Curves drawn by human hand posses a live kind of beauty"*²⁵ akan digunakan pada interior salon karena dapat mencerminkan citra feminin pada ruangan, mengingat *target market* dari salon Herry Ramli adalah wanita kalangan atas. Selain itu pemilihan bentuk ini dikarenakan bentuk ini adalah bentuk yang fleksibel dan terkesan tidak terlalu tegas.

Berdasarkan dari tema interior salon yang *luxurious* dan konsep interior yaitu menciptakan interior salon yang ditujukan pada wanita kalangan keatas maka perpaduan dua kategori bentuk ini akan diaplikasikan pada seluruh interior ruangan, sehingga dapat menciptakan satu kesatuan yang saling mengisi. Tetapi

²⁵ Form, function & design by Paul Jacques Grillo.

penggunaan bentuk ini juga masih dibatasi dengan kesan *luxurious* yang simpel.

2.7.1 Bentuk Floral

Bentuk floral nantinya akan teraplikasi terutama pada motif wallpaper. Bentuk ini mengadaptasi keindahan jalinan flora yang biasanya digunakan sebagai elemen penghias ruangan ataupun ornamen furnitur. Pada era Victorian bentuk floral ini sangat digemari dan menjadi penunjang pembentuk interior yang mewah, elegan dan berkelas. Kesan dari bentuk floral ini adalah kesan feminin, lembut dan bersahaja yang sesuai dengan karakter wanita kalangan keatas. Bentuk Floral contohnya adalah seperti gambar dibawah ini.



Gambar 2.7.3 Motif Floral

2.7.2 Bentuk Geometri

Bentuk ini terdiri dari bentuk bidang – bidang seperti persegi, lingkaran, oval, segitiga, trapeium, jajaran genjang dan persegi panjang. Untuk perancangan pada interior salon nantinya bentuk geometri yang digunakan adalah lingkaran, oval dan persegi

Untuk bidang lingkaran dan oval diaplikasikan pada bentuk furnitur dan elemen penghias, beberapa bahkan akan diaplikasikan pada bentuk *ceiling*. Lingkaran menggambarkan kedinamisan dan keluwesan dari semua bentuk, dapat pula diartikan sebagai bentuk yang feminin. “*Roundness, softness and refined design are considered more feminine product features*”²⁶

²⁶ Consumer by McGraw Hill

2.7.3 Bentuk yang sesuai dengan Luxurious

Berdasarkan pengertian akan sebuah kemewahan atau sesuatu yang berkelas dari *luxurious*. Maka dapat disimpulkan bahwa berbagai bentuk dapat menciptakan karakter *luxurious* tersebut baik itu bentuk persegi, lingkaran ataupun oval. Untuk kedepannya paduan beberapa bentuk ini diharapkan dapat menciptakan kesan mewah tapi tetap simpel seperti yang dibawa pada karakter *luxurious*. Pengertian lain terhadap bentuk *luxurious* adalah bentukan yang simpel dan modern agar menciptakan kesan elegan.

2.8 Kajian Tentang Material

Material adalah salah satu elemen penting penunjang interior, karena dengan penggunaan jenis dan sifat material akan menimbulkan nuansa dan kesan yang berbeda. Oleh karena itu kajian tentang material sangatlah penting untuk dibahas lebih lanjut. Jenis – jenis material sendiri dapat dibagi menjadi dua macam yaitu material *soft furnishing* dan material konstruktif. Dibawah ini adalah penjabaran dari masing – masing jenis material beserta sifat – sifatnya.

2.8.1 Soft Furnishing

Ditinjau dari segi tata bahasa, *soft furnishing* berarti segala sesuatu yang terbuat dari bahan berserat dan berfungsi untuk menutupi, melapisi, memperindah, dan mempermanis baik itu furnitur maupun elemen interior bangunan yang lain.²⁷ Elemen interior yang termasuk menggunakan *soft furnishing* diantaranya adalah penutup kursi, tirai, karpet, sarung bantal, *wallpaper*, kap lampu dan aksesoris penghias interior lainnya. Tujuan dari penggunaan *soft furnishing* ini adalah antara lain :

1. Pelapis atau pelindung
2. Pembentuk gaya/ *style*
3. Sebagai elemen penghias

²⁷ Seri Rumah Ide oleh Imelda Akmal

Material *soft furnishing* ini bermacam – macam, tetapi pada bahasan kali ini yang dijabarkan adalah material penunjang dari tema *luxurious* dan konsep menciptakan interior salon yang ditujukan pada wanita kalangan keatas.

2.8.1.1 Katun

Berasal dari tanaman kapas yang tumbuh di daerah tropis dan subtropis. Serat kapas dari bunga kapas dipanen kemudian dipintal menjadi benang. Setelah itu, benang diproses lagi menjadi kain katun. Katun banyak dimanfaatkan-terutama untuk bahan pakaian-karena lembut, memberikan kesejukan saat udara panas, dan juga menghangatkan disaat dingin. Meskipun lembut dan ringan, keawetan bahan ini tidak perlu diragukan dan daya serapnya pun baik.

Biasanya untuk menciptakan kesan tidak terlalu katun, bahan ini biasanya ditenun campur dengan bahan tekstil lainnya seperti satin dan poliester. Hal ini dilakukan untuk memberikan hasil akhir tekstil yang lebih berkarakteristik.



Foto 2.8.1 Kapas yang sudah siap dipanen



Foto 2.8.2 Handuk berbahan dasar katun

2.8.1.2 Poliester

Sebenarnya alam menyediakan poliester alami. Namun, yang paling dikenal dan banyak dipakai orang adalah poliester sintesis yang mengandung polycarbonate dan polyethylene terephthalate (PET). Serat poliester banyak dimanfaatkan sebagai bahan pembuat karpet. Biasanya karpet poliester memiliki daya tahan yang bisa diandalkan dan sangat

mudah dibersihkan. Untuk menghasilkan bahan pelapis yang lebih soft, biasanya serat poliester ditunen bersama katun. Bahkan beberapa jenis polyester diciptakan hampir menyerupai kain satin, dan tentunya tingkat keawetannya lebih bagus polyester dibandingkan satin yang asli, tetapi tingkat kehalusannya lebih tinggi satin asli. Bahan ini juga bisa menciptakan jenis kain tile, tetapi diberi campuran latex.



Foto 2.8.3 Karpet yang menggunakan material poliester

2.8.1.3 Sutra (*silk*)

Bahan yang sangat halus ini berasal dari kepompong ulat sutra yang sengaja dibudidayakan. Selain ulat murbei yang kita kenal, kepompong ulat sirsak ternyata menjadi alternatif bahan baku pembuat kain sutra. Sebagai *soft furnishing*, kain yang ditemukan pertama kali oleh bangsa China ini lebih baik dihindarkan dari beban penggunaan yang berat seperti pada pelapis sofa. Biasanya material ini lebih sering digunakan sebagai *curtain* dan elemen penghias.



Foto 2.8.4 Kepompong Ulat Sutra

2.8.1.4 Beludru (*velvet*)

Bahan ini identik dengan kesan mewah. Beludru punya banyak pilihan warna yang glamor, seperti ungu, *gold*, merah, hitam, atau *bronze*. Selain teksturnya yang halus dan lembut, beludru sangat menunjang kesan klasik dalam interior. Karena bahannya yang bertekstur halus, maka material ini sangat jarang digunakan sebagai *upholstery* dan lebih dipaliskasikan untuk penghias ruangan. Dan untuk beberapa *upholstery* yang seperti menggunakan beludru adalah beludru sintetis, yang kualitas ketahananannya lebih tinggi dibandingkan beludru asli.



Foto 2.8.5 Furnishing dari beludru

2.8.1.5 Satin

Satin adalah sejenis tekstil yang memiliki tingkat kehalusan hampir menyerupai sutra, tetapi memiliki harga yang relatif terjangkau dibandingkan sutra asli dan memiliki tingkat keawetan lebih kuat dibandingkan sutra. Material ini dapat dijadikan alternatif pelapis sofa karena jalinannya lebih kuat dibandingkan sutra.



Foto 2.8.6 Material satin

2.8.1.6 Kulit (*leather*)

Kulit adalah material yang dibuat dari penyamakan kulit ternak. Material ini biasanya digunakan dalam produksi sepatu kulit dan pelapis furnitur. Sifat dari material ini yang mudah dibersihkan menjadi pilihan utama sebagai pelapis furnitur. Selain itu penggunaan material ini dapat menimbulkan kesan mewah dan berkelas. Ada beberapa macam tipe kulit yaitu :

a. *Full Grain*

Kulit jenis ini adalah seratus persen kulit tanpa pengelupasan, biasanya digunakan pada material jaket dan jas.

b. *Corrected Grain*

Kulit jenis ini pada satu sisi halus dan pada satu sisinya lagi kasar. Biasanya digunakan untuk membuat sepatu, tas dan pelapis furnitur.



Foto 2.8.7 Material corrected grain

c. *Suede*

Pada jenis kulit ini, bagian kulit dibalik sehingga tampak kasar. Tetapi justru keunikan *suede* inilah yang membuatnya menjadi pilihan bagi kalangan keatas. Material ini biasanya digunakan untuk pelapis furnitur. Bahan ini tahan lama tetapi mudah kotor, selain itu harganya sangat mahal.



Foto 2.8.8 Material kulit beserta kegunaannya

d. Oscar

Tampilannya mirip kulit asli, permukaannya cepat retak/pecah, daya tahan tidak sebagus kulit asli, mengandung campuran karet (ada yang terbuat dari PVC sehingga tidak mudah pecah – pecah), harganya lebih murah daripada kulit asli, tidak berpori sehingga mudah dibersihkan tapi terasa panas jika diduduki terlalu lama.

e. *Suede & Microfiber*

Merupakan makro *suede* tapi bukan produk hewan melainkan dari *microfiber* (bahan *polyester*), harganya lebih terjangkau, cukup awet, cocok untuk gaya modern minimalis dan perawatannya lebih mudah

2.8.2 Material Konstruktif

Material konstruktif ini adalah material yang digunakan sebagai pembentuk interior, seperti pada penggunaan material partisi atau pelapis kolom dan lantai. Material struktural yang akan digunakan pada interior salon Herry Ramli adalah sebagai berikut :

2.8.2.1 Kaca (Glass)

Kaca adalah salah satu material yang sering digunakan sebagai partisi antar ruang. Karena sifatnya yang *clean* dan berpermukaan halus, maka penggunaan material ini menimbulkan kesan simpel dan efisien tapi tetap mewah. Material kaca memberikan kesan yang menyatu antara interior dan eksterior. Kaca adalah material yang unik, pengolahan yang baik akan memberikan tampilan yang berbeda pada interior.

Jenis kaca pun beragam mulai dari kaca polos, kaca sanblast, kaca melco, kaca tempered. Visualisasi dari jenis kaca tersebut berbeda-beda bila diterapkan pada ruang.

Berbagai jenis kaca antara lain:

- Kaca datar
Merupakan kaca jendela biasa. Kaca ini dapat diperkeras (toughen), dilapisi, atau diwarnai. Bahkan dapat pula dilapisi graver, dilukis, dan ditambah film.
- Kaca insulasi/triplon
Terdiri dari dua panel kaca yang dipasang sejajar, dengan ruang kosong diantaranya. Udara yang tertangkap pada ruang kosong itu berguna untuk menyaring panas.
- Kaca tempered
Merupakan kaca anti reak dan tahan panas. Kekuatannya dapat mencapai lima kali kaca biasa. Jika pecah, kaca ini hancur menjadi serpihan sangat kecil. Karena harga yang mahal, umumnya digunakan untuk kaca mobil.
- Kaca laminasi
Terdiri dari dua lapis yang dipasang sejajar, ditengahnya diisi lapisan polyvinyl butyral. Dapat juga dilapis kaca patri, kaca graver, atau warna. Kaca ini anti retak, dan jika pecah akan hancur menjadi bagian kecil yang menempel pada lapisan pengisi. Kaca ini juga bisa menyaring suara bising dan sinar ultraviolet.

- Kaca dekoratif

- kaca patri

Kaca ini dari aneka jenis, warna, dan ukuran berbeda yang disambung-sambungkan dengan timah dan kemudian dipatri. Gabungan kaca ini dapat menimbulkan efek warna yang indah.



Gambar 2.8.9 Kaca Patri

- melton glass

Kaca ini mirip es batu yang dipahat, berwarna putih doff tetapi tidak transparan dan permukaannya bertekstur. Motif yang banyak diminati oleh konsemen antara lain motif air meleleh, mnimalis, bunga, daun, sampai motif klasik.



Gambar 2.8.10 Kaca Melton Glass

- moon glass

Moon glass menggunakan beberapa keping kaca warna-warni yang tidak pudar dimakan usia maupun cuaca. Karena tampilannya yang berwarna, moon glass terlihat lebih indah dan atraktif.

- Kaca graver

Fungsinya sebagai kaca partisi ruang. Kaca yang dilapisi ini memungkinkan cahaya tembus masuk tapi tidak dapat melihat jelas apa yang berada di luar. Graver adalah kaca biasa yang disemprot dengan sesuatu lapisan sehingga lapisannya rata. Lapisan ini juga dapat diwarnai.

2.8.2.2 Acrylic

Acrylic adalah salah satu alternatif pilihan selain penggunaan kaca, karena sifat dari material ini adalah kuat dan tidak mudah pecah, tetapi kekurangan dari material ini adalah mudah sekali tergores. Penggunaan material ini dapat menimbulkan kesan mewah dan higienis. Acrylic juga sering digunakan sebagai elemen penghias selain untuk elemen struktural.



Foto 2.8.11 Material Acrylic

2.8.2.3 PVC

Polyvinyl Chloride ini biasa disebut sebagai plastik keras dan biasanya digunakan sebagai bahan bangunan seperti profil jendela, pipa dll. Tetapi karena massanya yang kuat dan warnanya yang bermacam – macam dan menarik, membuat material ini beralih fungsi menjadi material dasar furnitur. Material ini bisa diciptakan berdasarkan kebutuhan dan bisa dibuat dengan berbagai macam tekstur.



Foto 2.8.12 Material PVC

2.8.2.4 Kayu

Berbagai jenis kayu yang digunakan sebagai bahan konstruksi, pada jaman modern seperti ini pilihan akan kayu yang pabrikan lebih digemari, karena harganya yang relative lebih murah dan lebih mudah didapat. Beberapa jenis kayu untuk partisi dan kelebihan serta kekurangannya akan dibahas dibawah ini :

- **Kayu Solid**

Kayu ini bersal dari kayu asli yang dipotong langsung tanpa proses pabrikan yang lebih lanjut. Strukturnya kuat dan tahan lama, tetapi harganya relatif mahal. Contoh kayu solid yang masih banyak digunakan pada masa ini adalah kayu jati, sungkai dan kayu kamper.

- **Multiplek / Plywood**

Kayu ini adalah salah satu jenis kayu pabrikan yang terdiri dari beberapa lapis kayu, tebalnya biasanya berkisar 12mm – 15mm. Dijual perlembar dengan ukuran 122cm x 244cm. kayu ini menjadi pilihan untuk bahan furniture karena kuat dan mudah untuk *difinishing*.

- *Hard Board*
Kayu ini juga salah satu jenis kayu pabrikan yang proses pembuatannya dari serbuk kayu diberi lem yang *dipress* dengan suhu tertentu, sehingga menghasilkan ketahanan lebih kuat dibandingkan kayu partikel. Permukaannya halus dan tidak bertekstur.
- Kayu Partikel
Kayu ini berbahan dasar serbuk gergaji yang dikumpulkan dan *dipress* dengan suhu tertentu dan dilapisi sehingga membentuk lembaran. Tetapi kayu ini memiliki tingkat ketahanan yang sangat rendah dan tidak awet apabila sudah terkena air.
- Triplek
Triplek adalah salah satu jenis kayu pabrikan yang paling tipis yaitu berkisar 5mm. Biasanya digunakan untuk partisi non permanen.

Selain daripada jenis – jenis kayu diatas, beberapa jenis *finishing* juga akan dikaji lebih lanjut. Ada dua jenis *finishing* yang biasanya digunakan untuk kayu, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Pelapis Transparan (*Clear finish*)
 - a. Politur
Mudah dilapis ulang dan dapat dipakai untuk interior dan eksterior. Kekurangannya adalah lapisan cepat pudar.
 - b. NC (*Nitrocellulose*)
Bahan ini ramah lingkungan karena terguat dari getah pohon, tetapi untuk saat ini bahan ini sudah jarang ditemui karena bahan bakunya langka.
 - c. Melamik
Hasil akhir yang diberikan oleh *finishing* ini adalah permukaan yang halus karena pori-porinya tertutup dan memberi kesan mewah.

Kekurangannya adalah hanya bisa untuk furnitur interior, baunya menyengat dan sulit dilapis ulang.

d. PU (*Polyurethan*)

Merupakan perbaikan dari melamik, tidak berbau dan harganya masih relatif mahal.

2. Pelapis Non Transparan (*Opaque Finish*)

a. Cat duco

Pilihan warnanya banyak tetapi harganya relatif mahal dan bila sudah dicat serat asli tidak bisa dikembalikan lagi.

b. Veneer

Tampilan bagus dan alami karena memang dari serat kayu asli, harganya mahal dan perekatnya harus kuat untuk ketahanan yang lebih lama.

c. Laminate

Variasi motif dan warnanya beragam, teksturnya bermacam – macam, bisa *glossy* atau *dof*.

d. Tacon

Bertekstur sehingga tampak lebih alami tetapi warnanya dapat memudar menjadi kekuningan.

2.8.2.5 Gypsum Board

Merupakan alternatif material untuk membuat dinding tembok pada interior rumah. Gypsum terbuat dari campuran kapur dan sulfat yang diolah menjadi papan lembaran yang dibungkus kertas tipis. Karakternya yang tidak mampu menahan beban berat, mengharuskan gypsum hanya difungsikan sebagai partisi/elemen dinding yang tidak berkaitan dengan struktur bangunan.

Proses pemasangan gypsum sederhana yaitu, diperlukan rangka dinding dari logam, sekrup sebagai perekat dan compound untuk meratakan permukaan.

Dipasaran gypsum tersedia dalam bentuk lembaran dengan ukuran standart 120 X 240 cm. Ketebalan bervariasi mulai 6.5mm, 9mm, 12mm, dan 15mm. Berat setiap papan 20 kg.

2.9 Kajian Tentang Ruang

2.9.1 Kajian Ruang berdasarkan Segi Manusia

Dalam proses perancangan tata ruang manusia merupakan tokoh utama yang berperan menempati atau menggunakan ruang, oleh karena itu harus mendapat perhatian khusus dan segala sesuatu yang berkenaan dengan masalah-masalah perilaku manusia disebut *behaviour*.

Manusia adalah makhluk sosial yang berhubungan dengan orang lain dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Kegiatan ini membutuhkan ruang khusus yang tertutup sehingga meniadakan hubungan atau komunikasi dengan orang lain.

Kebutuhan inilah yang menyebabkan fungsi ruang dapat dibedakan menjadi ruang sosiofugal dan ruang sosiopetal.

a. Ruang sosiofugal

Cenderung untuk memisahkan masing-masing individu sehingga tercipta suasana yang lebih privat.

b. Ruang sosiopetal

Cenderung untuk menyatukan individu-individu sehingga tercipta interaksi sosial.

Respon sikap-sikap manusia bila sedang berinteraksi dalam ruang dengan menggambarkan bagaimana perasaan yang ditimbulkan oleh masing-masing pihak sehubungan dengan situasi dan kondisi tempat, lingkungan, budaya dan permasalahan yang dihadapi.²⁸

2.9.2 Kajian Ruang berdasarkan Segi Pelayanan

Daerah pelayanan secara garis besar dibagi dalam 2 kelompok, yaitu :

a. Kelompok ruang untuk pengunjung (publik)

²⁸ Edward T. Hill, *The Hidden Dimension*

Untuk menentukan berapa jumlah konsumen bisa tertampung yang sebanding dengan luas daerah pelayanan yang tersedia.

b. Kelompok ruang untuk pelayanan tersendiri (privat)

Untuk menentukan luas ruang seperti kantor, dapur, gudang hingga sebanding dengan luas daerah pelayanan yang tersedia. Luas ruang ditentukan oleh beberapa faktor seperti banyaknya orang yang dilayani, jumlah pegawai, dan sebagainya.

2.10 Kajian Tentang Pencahayaan

Ada 2 sumber cahaya yang kita kenal yaitu cahaya alami (matahari) dan cahaya buatan (lampu). Saat siang hari, matahari berperan sebagai penerang alami. Sifat penerangan yang diberikan oleh matahari adalah penyinaran merata dan terus menerus. Oleh karena itu dalam aplikasinya sering dilakukan pengendalian terhadapnya, caranya dengan menggunakan elemen tertentu misalnya jendela kaca yang dilengkapi dengan *horizontal blind*. Dengan demikian jumlah dan arah cahaya yang masuk ke ruangan bisa diatur.

Peran cahaya alami di waktu malam digantikan oleh cahaya buatan (lampu). Dalam perkembangannya cahaya buatan tidak hanya berfungsi sebagai penerang yang membantu penglihatan manusia, namun juga sebagai elemen dekorasi yang atraktif. Efek dari pendaran cahaya buatan dapat menonjolkan sisi keindahan dari suatu benda dan menciptakan suasana tertentu pada sebuah ruang.

2.10.1 Cahaya dalam Interior

Dua peran cahaya bagi arsitektur dan interior adalah pertama, secara fungsional untuk mengenali bangunan. Pada malam hari, kehadiran lampu akan membantu indera penglihatan kita untuk mengidentifikasi benda-benda. Tanpa cahaya, keunikan suatu arsitektur bangunan, unsur dekoratif pada elemen fasad, detail tekstur, ornamen, dan warna bangunan akan hilang atau tidak tampak.

Kedua, cahaya dapat meningkatkan kualitas estetika bangunan dan ruang. Detail dan elemen arsitektur serta ruang yang spesifik bisa ditonjolkan dengan jenis pencahayaan tertentu sehingga obyek tersebut menjadi dominan dan lebih indah. Cahaya lampu dapat menciptakan nuansa dan karakter ruang yang diinginkan. Efek cahaya juga bisa menimbulkan kesan ruang lebih luas, atau memberi kesan tertentu yang berpengaruh pada jiwa penghuninya. Misalnya, cahaya biru dipercaya dapat menenangkan pikiran. Cahaya hijau cocok untuk relaksasi dan menyeimbangkan emosi. Atau cahaya merah berkesan eksotik.²⁹

2.10.2 Tiga Fungsi Pencahayaan

Secara fungsional, pencahayaan dibedakan menjadi 3 yaitu *general lighting*, *task lighting*, dan *decorative lighting*. *General lighting* atau penerangan merata adalah penerangan yang mutlak ada dan harus rata menerangi seluruh ruang. Fungsi penerangan ini adalah untuk membantu kita melihat dengan jelas dan melakukan aktivitas. *Task lighting* (pencahayaan setempat), untuk mendukung kegiatan tertentu yang butuh cahaya lebih terang seperti membaca, memasak, atau menulis.

Jenis ketiga adalah *decorative/accent lighting* yang merupakan penerangan tambahan yang lebih berperan dalam segi estetika. Penggunaan ketiga jenis pencahayaan ini bisa dikombinasikan dalam satu ruang atau dapat digunakan masing-masing sesuai kebutuhan ruang, dari pemakaian *general lighting*, *task lighting*, dan *decorative lighting*. Hal ini butuh kepekaan, kreativitas, dan rasa seni yang tinggi.

2.10.3 Kunci Sukses Pencahayaan

Ada 3 hal yang harus dipahami agar sukses menata cahaya.

1. Intensitas cahaya.

Bisa ditentukan dari kebutuhan yang ada di dalam suatu ruang. Penyinaran yang penting dalam suatu ruang yaitu

²⁹ Serial Rumah Ide, LIGHTING

penyinaran yang sesuai untuk pekerjaan tertentu dan penyinaran untuk keindahan. Masing-masing kegiatan ini memerlukan intensitas cahaya yang berlainan.

2. Warna Cahaya

Tergantung pada kesan yang ingin ditampilkan dari suatu obyek.

3. Komposisi.

Penataan dan komposisi yang tepat

Tetapi selain ketiga kunci sukses diatas penataan lampu sangat tergantung pada fungsi ruang itu sendiri. Setiap ruang membutuhkan lampu dengan tingkat terang (*luminosity*) dan warna tertentu. Untuk itu perlu kecermatan dalam menentukan titik lampu dan pemahaman terhadap obyek yang ada di dalam ruang. Obyek-obyek ini akan mempengaruhi jenis lampu dan arah pencahayaannya. Bidang pantul seperti plafon, dinding, lantai, dan perabotan juga harus diperhatikan. Warna putih akan memantulkan cahaya sempurna dibandingkan dengan bidang yang berwarna lebih gelap.

2.10.4 Jenis – Jenis Lampu

Lampu pijar merupakan jenis lampu yang paling tua teknologinya dan masih digunakan saat ini. Sesuai dengan namanya, lampu ini mengeluarkan cahaya berdasarkan prinsip pemijaran, yaitu karena ada panas. Cahaya akan muncul setelah kawat filamen tungsten yang terdapat dalam tabung gelas, mengalami panas setelah dialiri arus listrik. Prinsip inilah menyebabkan jenis lampu ini disebut lampu pijar (*incandescent lamp*) tungsten. Salah satu contoh yang umum digunakan adalah lampu bohlam. Berikut ini adalah tipe-tipe jenis lampu yang beredar di pasaran .

2.10.4.1 Lampu Pijar (*Incandescent light*)

A. Bohlam Bening

Lampu ini menghasilkan cahaya lebih tajam dibanding jenis lampu bohlam lainnya, karena tabung gelasnya bening tidak berlapis.



Foto 2.10.1 Bohlam bening

B. Lampu Argenta

Cahaya pada lampu argenta lebih lembut dan tidak silau dengan distribusi cahaya yang lebih merata. Hal ini dapat terjadi karena dinding bagian dalam bohlam telah dilapisi serbuk tembus cahaya. *Efficacy* lampu argenta hampir sama dengan lampu bohlam bening.

C. Lampu Superlux

Lampu ini merupakan perpaduan antara lampu argenta dengan lampu bohlam bening yakni 3/4 bohlam dilapisi serbuk putih sedangkan sisanya pada bagian ujung bohlam dibuat bening. Lampu superlux menghasilkan cahaya dengan distribusi lebih besar ke bagian bawah.

D. Bohlam Buram

Tabung dibuat buram agar mengurangi silau. Sifat cahaya yang dihasilkan berada di antara cahaya lampu bohlam bening dan lampu argenta.

E. Bohlam Lilin

Bohlam berbentuk lilin Bentuk ini dibuat agar penampilan lebih menarik. Biasanya digunakan pada lampu dekorasi kristal atau kuningan untuk penerangan ruang tamu.

F. Lampu Luster

Lampu ini bentuknya bulat dan biasanya memiliki daya (watt) kecil. Wamanya juga bermacam-macam dan sering digunakan untuk dekorasi.

Secara keseluruhan, lampu pijar memiliki cahaya berwarna kekuningan, sehingga pancaran sinarnya memberi suasana (*ambiance*) hangat dan bersahabat. Oleh karenanya lampu pijar cocok digunakan untuk mencipta pencahayaan ruang dengan suasana hangat, romantis, akrab, sekaligus berprivasi seperti ruang tamu, ruang keluarga, dan ruang makan. Meskipun memiliki efek cahaya yang bagus dan nyaman bagi mata, namun lampu pijar memiliki kekurangan. Efisiensi cahaya pada lampu pijar sangat kecil. Sekitar 90 persen energi yang dihasilkannya dilepas sebagai panas dan hanya 10 persen yang digunakan untuk menghasilkan cahaya. Faktor inilah yang menyebabkan efek panas yang dihasilkan lampu pijar lebih besar dibandingkan dengan lampu neon (*fluorescent*). Namun sebaliknya untuk intensitas cahaya (*lumens*), lampu pijar lebih kecil dibandingkan lampu neon, artinya pada daya (*watt*) yang sama lampu neon mampu menghasilkan cahaya lebih terang dibandingkan lampu pijar. Selain itu penggunaan kawat filament tungsten yang selalu mendapat energi panas pada saat diaktifkan, menyebabkan kawat tersebut cepat putus. Faktor ini yang menyebabkan umur lampu pijar relatif pendek dibanding lampu jenis lainnya. Meskipun demikian karena harganya yang relatif murah, lampu pijar hingga kini masih banyak dipakai di rumah tinggal.

2.10.4.2 Lampu Halogen

Pada prinsipnya lampu halogen termasuk ke dalam kelompok lampu pijar. Hal ini disebabkan prinsip kerjanya mirip lampu pijar. Cahaya dihasilkan melalui pemijaran filamen dalam tabung gelas yang juga berisi beberapa jenis halogen, seperti

yodium. Dengan daya (watt) yang sama dengan lampu pijar, cahaya yang dihasilkan lampu halogen umumnya lebih terang (*bright*) dan lebih putih dibanding cahaya dari lampu pijar. Oleh karena itu, cahaya lampu halogen dapat memunculkan warna asli dari obyek yang dikenai cahaya.

Terkait dengan efek cahaya yang dihasilkan, lampu halogen yang dipakai di rumah tinggal umumnya dipakai di taman atau menyorot benda-benda seni yang ingin ditonjolkan. Obyek akan terlihat lebih tajam jika disorot lampu halogen. Kelebihan lain dari lampu halogen adalah bentuk dan ukuran fisik lampunya yang kecil. Karena ukurannya yang kecil, fisik lampunya hamper tidak terlihat. Namun pemakaian lampu halogen saat ini masih terbatas di rumah-rumah kelas menengah ke atas. Harga yang relatif mahal dibanding lampu pijar maupun neon, merupakan salah satu faktor yang menyebabkan lampu ini belum banyak digunakan.

2.10.4.3 Lampu Berpendar (Fluorescent/Neon/TL)

Lampu berpendar (*fluorescent*) sering disebut lampu **neon**. Bentuknya ada yang lurus panjang dan lingkaran. Pada dunia industri lampu, lampu neon dikenai sebagai lampu TL.

Seiring perkembangan teknologi bentuk lampu neon lebih kompak dan ringkas, tidak hanya memanjang atau melingkar. Komponen elektrisnya yang terdiri dari *ballast*, kapasitor, dan stater terpadu dalam suatu kesatuan dalam lampu. Oleh karenanya lampu teknologi baru ini disebut sebagai *compact fluorescent*. Untuk membedakan dengan jenis lampu neon biasa, beberapa produsen lampu menyebut *compact fluorescent* sebagai lampu SL dan PL.

Cahaya yang dihasilkan lampu neon biasa berwarna putih. Sedangkan lampu SL dan PL, selain cahaya warna putih, ada juga tipe yang berwarna kuning dan putih kebiru-biruan.



Lampu SL

Foto 2.10.2 Lampu *fluorescent* tipe SL dan PL

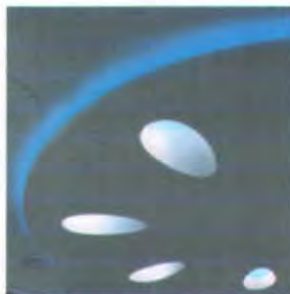
Sama seperti lampu pijar, tipe cahaya warna kuning *warm light* pada lampu SL dan PL menciptakan *ambience* hangat, dekat, dan intim. Cahaya putih dari tipe *cool light* memberikan efek dingin dan sejuk. Sedangkan cahaya warna putih kekuningan *daylight* memberikan efek terang yang merata pada semua obyek maupun ruang. Biasanya masing-masing produsen memberi kode untuk masing - masing tipe cahaya tersebut pada kemasan lampu.

Penggunaan lampu neon jauh lebih ekonomis dibanding lampu pijar dan halogen. Dengan harga yang relatif sama, sinar yang dipancarkan lampu neon jauh lebih terang. Tidak hanya itu, umur pakainya juga lebih lama. Umur lampu neon rata-rata 8.000 jam, bahkan ada juga produsen lampu yang berani mengklaim hingga 20.000 jam. Sedangkan lampu pijar biasanya bertahan tidak lebih dari 1.000 jam. Namun kekurangan penggunaan lampu neon adalah warna obyek yang tersinari tidak seperti warna aslinya. Biasanya obyek akan terlihat lebih pucat.

2.10.4.4 Lampu Jenis Khusus



Foto 2.10.3 Beberapa jenis lampu

Foto 2.10.4 Pencahayaan *continuous*

Selain tiga lampu yang telah umum digunakan, ada pula jenis lampu tertentu seperti lampu *continuous lighting*. Lampu ini bertujuan untuk mendapatkan cahaya kontinyu yang tidak putus disekeliling objek yang disinari. Saat ini ada tiga model lampu *continuous lighting* yang tersedia, yaitu *click strip*, *philinia*, dan lampu selang. Dari sisi kualitas warna yang dimiliki, lampu *click strip* memiliki *color rendering* yang paling baik dibandingkan kedua model lampu *continuous lighting* yang lainnya.

2.10.5 Macam Model Lampu

Ada beberapa macam model lampu yang sering digunakan pada pencahayaan interior. Dan model – model lampi inilah yang akan dibahas pada bagian bawah berikut ini :

a. Lampu Spot Light

Lampu ini dapat mamberikan penerangan pada suatu obyek serta dapat memberikan efek – efek tertentu pada obyek tersebut .Lampu ini memiliki daya 75 s/d 150 watt. Dengan daya penerangan seterang ini maka jenis lampu ini tidak boleh langsung mengenai manusia ,minimal perlu dibiaskan ke dinding agar pengaruh penerangannya berkurang .

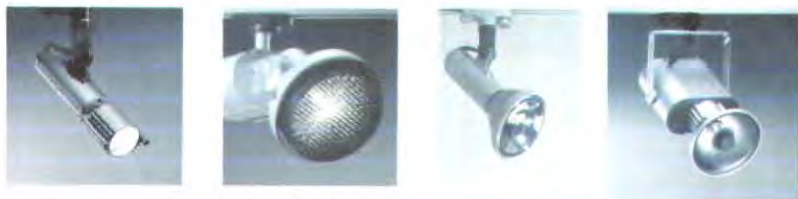


Foto 2.10.5 macam – macam Spotlight

b. Lampu dinding (Wall Light)

Lampu dinding merupakan lampu yang dapat mamberikan efek – efek cahaya pada obyek yang ada di dinding .Cara pemasangan lampu ini memakai sistim Knock-down atau dengan sekrup agar bias menempel pada dining .Daya kerja lampu ini tidak seterang spot light namun cukup terang selain itu efek

psikologis yang dihasilkan lampu ini terkesan nyaman ,hangat ,serta dingin .

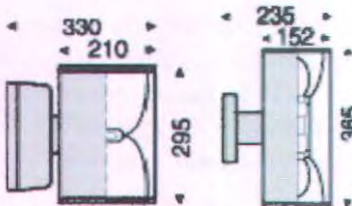


Foto 2.10.6 Arah pencahayaan wall lamp



Foto 2.10.7 Wall Lamp

c. Down Light



Foto 2.10.8 Macam-macam lampu down light

Down light merupakan lampu yang biasa kita lihat pada ceiling .Ciri lampu ini terkesan modern dan sangat cocok untuk interior yang bertema modern .Cara Pemasangannya dengan sisitim sekrup yang mengikat pada ceiling .Efek yang dihasilkan lampu ini terkesan soft dan dapat langsung menyinari atau mengenai manusia Daya lampu ini berkisar antara 25 – 50 Watt ,tergantung pada kebutuhan ruang .Berikut adalah jenis – jenis lampu *down light* dilihat dari berbagai model :

d. Hidden Lamp



Foto 2.10.9 Teknik pencahayaan hidden dan wallwasher³⁰

Dari cara pemasangan seperti yang terlihat pada gambar di atas maka akan didapatkan cahaya seperti yang nampak pada gambar di atas teknik ini biasa disebut dengan hidden lamp dan wall washer yang memperlihatkan tekstur dinding. Pencahayaan ini dapat dihasilkan dengan memakai lampu spot light, down light atau lampu laser tergantung dari hasil yang diinginkan dan eksperimen tentunya.

2.10.6 Arah Cahaya

Lampu sebagai sumber cahaya artifisial dapat diatur arah cahayanya dengan tata letak tertentu. Inilah kelebihan lampu dibanding matahari. Cahaya matahari tidak dapat kita pindahkan atau diatur kekuatannya. Selain itu intensitas dan sudut cahaya matahari selalu berubah-ubah setiap saat.

Arah pencahayaan secara garis besar dapat dibagi menjadi 5 katagori yaitu *downlight*, *uplight*, *sidelight*, *backlight*, dan *frontlight*. Seringkali pada suatu kondisi ruangan, cahaya yang muncul tidak hanya berasal dari satu sumber, melainkan bisa merupakan kombinasi di antara kelima arah penyorotan tersebut. Faktor lain yang cukup penting dalam mengarahkan cahaya adalah pemakaian rumah lampu. Adanya rumah lampu/armatur membantu mengarahkan dan merefleksikan cahaya sesuai keinginan kita.

³⁰ Woodson E, Wesley Human Factor Design Handbook, McGraw Hill, 1981

2.10.6.1 Pencahayaan ke Bawah (*Downlight*)

Jenis pencahayaan ini banyak aplikasinya. Arah pencahayaan datang dari atas dan menyinari obyek di bawahnya. Hampir setiap ruangan di rumah memerlukan pencahayaan *downlight* yang berfungsi sebagai pencahayaan secara merata. Cahaya berasal dari lampu yang ditanam pada langit-langit dengan rumah lampu yang menjorok ke luar, masuk ke dalam, menempel pada tembok, atau berupa lampu gantung.

Jenis lampu *downlight* untuk pencahayaan merata ada beberapa variasinya. Dapat berupa lampu pijar, neon, dan *compact fluorescent* dengan sudut distribusi cahaya yang besar.

Melalui pengaturan sudut jatuh cahaya, lampu dengan arah *downlight* dapat menumbuhkan suasana yang berbeda apabila difungsikan sebagai pencahayaan setempat dan dekoratif. Salah satu contoh yang banyak dipakai adalah *wall washer*, yakni mengarahkan cahaya ke dinding sehingga tekstur dan warna dinding muncul dan lebih berdimensi

2.10.6.2 Pencahayaan ke Atas (*Uplight*)



Foto 2.12.10 Pencahayaan *Uplight*

Arah cahaya datang dari bawah ke atas, di mana posisi lampu dihadapkan ke atas. Efek cahaya yang ditimbulkan yaitu kesan megah, dan memunculkan dimensi. Jenis pencahayaan ini lebih cenderung ke pencahayaan dekoratif. Beberapa contoh obyek yang umumnya disinari dengan pencahayaan *uplight* adalah kolom rumah, karena luas permukaan yang disinari relatif

terbatas maka lebih cocok memakai lampu halogen dengan sudut penyinaran yang lebih sempit.

Pencahayaan *upligh* juga banyak dipakai bila ingin menonjolkan obyek-obyek di taman pada malam hari. Arwin Amir (Lighting Specialist) menyarankan untuk memilih lampu jenis neon (*fluorescent*) untuk mengeluarkan warna hijau pada tanaman.

Mendapatkan pencahayaan *uplight* dengan distribusi sinar merata seperti pada *general lighting* mungkin saja dilakukan. Sumber cahaya dapat dipantulkan ke langit – langit sehingga cahaya yang dihasilkan lebih lembut dan merata. Aplikasi pencahayaan semacam ini dapat dilakukan di ruang – ruang yang membutuhkan suasana teduh seperti kamar tidur.

Pencahayaan *uplight* lainnya adalah lampu emergensi yang ditanam di lantai seperti banyak ditemui pada pesawat terbang. Dalam keadaan darurat cahaya berfungsi menuntun/menerangi jalan menuju pintu terdekat.

2.10.6.3 Pencahayaan dari Belakang (*Backlight*)

Backlight berarti cahayanya berasal dari belakang obyek. Hal ini dilakukan untuk memberi aksentuasi pada obyek, misalnya untuk memunculkan siluet. Pada obyek tertentu, pencahayaan *backlight* ini memberikan cahaya pinggir yang memesonakan, membuat bentuk-bentuk obyek lebih jelas terlihat.

2.10.6.4 Pencahayaan Samping (*Sidelight*)

Sama halnya seperti pada pencahayaan *backlight*, arah cahaya dari samping (*sidelight*) dimaksudkan untuk memberikan penekanan pada elemenelemen interior tertentu yang menjadi aksen. Kebanyakan arah cahaya ini dipakai pada *artwork*, atau benda-benda seni lainnya.

2.10.6.5 Pencahayaan dari depan (*Frontlight*)

Untuk lukisan dan foto yang berwujud dua dimensi, *frontlight* diaplikasikan. Cahaya yang datangnya dari depan obyek ini sebaiknya rata. Cahaya yang tersebar rata membuat foto/lukisan tersebut terlihat apa adanya. Kecuali jika kita menginginkan bagian tertentu terlihat lebih terang atau lebih gelap.

2.11 Kajian Tentang AC

Untuk mengatur kesejukan udara dalam ruang, kita mengenal 2 jenis system pengaliran udara yaitu system yang alami dan system mekanis. Sistem alami, antara lain cross ventilation, sedang system mekanis yaitu system buatan manusia.

- a. Sistem mekanis yaitu suatu system pengkondisian udara dalam ruang yang mempergunakan alat mekanis (listrik).
- b. Sistem air conditioning yaitu system pengatur udara dalam ruang yang dilakukan secara teratur dan constant.

Pemilihan AC dikarenakan system mekanis dianggap tidak mampu untuk mengatasi yang antara lain :

- 1 Ventilasi alam yang kurang memenuhi persyaratan
2. Keadaan temperatur dan kelembaban udara yang kurang seimbang
3. Keadaan lingkungan hidup yang tidak memenuhi persyaratan ketentraman, terutama yang disebabkan oleh polusi udara dan suara
4. Udara bersih yang tidak mencukupi untuk kebutuhan suatu ruang dengan jumlah orang beserta aktifitasnya.

2.11.1 Jenis-jenis AC

Dalam pasaran umum kita mengenal 3 jenis AC yaitu :

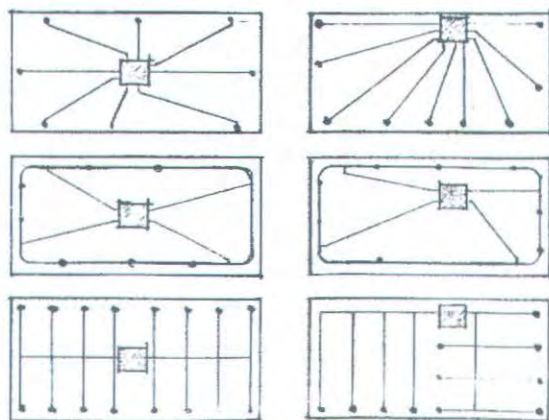
- a. AC Window (lebih cocok digunakan untuk ruang yang kecil)
- b. AC Central
- c. AC Split (kelembutan suara mesin yang tidak bising, karena motor kondensator terletak di luar ruangan)

Ceiling Type	25.000 BTU/h s/d 44.400 BTU/h
Cassette Type	25.000 BTU/h s/d 44.400 BTU/h
Concealed Split Duct Type	25.000 BTU/h s/d 89.700 BTU/h

Absorption Chilers 100 TR s/d 1.500 TR

Tabel 2.11.1 Spesifikasi kebutuhan AC

Berikut adalah diagram pendistribusian AC di dalam ruangan disesuaikan dengan system dan luasan ruang.



Gambar 2.11.1 Gambar pendistribusian arah AC

“ Halaman ini sengaja dikosongkan “

BAB III STUDI EKSISTING

3.1 Studi Eksisting Salon Herry Ramli

Salon Herry Ramli terletak di Jl. Citandui no. 15 Surabaya. Beberapa keunggulan ditawarkan oleh salon Herry Ramli diantaranya adalah salon sekaligus *make up artist* dan *wedding organizer*, jadi *customer* memperoleh keuntungan banyak pada satu tempat. Salon ini mengambil motto *exclusive and lifestyle, with professional service* yang selalu mengikuti perkembangan jaman sesuai dengan gaya hidup masa kini dan selalu memberikan pelayanan terbaik bagi *customer*.



Foto 3.1.1 Tampak depan salon Herry Ramli



3.1.1 Sejarah berdiri Salon Herry Ramli

Sesuai dengan nama perusahaan, pemilik salon adalah Herry Ramli. Ketika berumur 23 tahun, Herry Ramli menyadari bahwa ia memiliki bakat dalam menata rambut. Dimulai dengan minatnya pada hal – hal kecantikan, Herry Ramli menyalurkan hobinya dengan mengikuti les di sebuah sekolah penata rambut yang cukup terkenal pada tahun 1988 di Jakarta. Di sekolah tersebut Herry Ramli sering mengikuti perlombaan dan sering pula menjuarainya. Setelah lulus dengan memiliki serangkaian pengalaman, Herry Ramli kembali ke kampung halamannya yaitu Surabaya. Diawal tahun 90'an Herry Ramli mulai mendirikan

usaha kecil dengan menyewa bangunan mess POLRI di Jl. Dr.Sutomo. Yang kemudian salon tersebut diberi nama Herry Ramli. Secara bertahap salon Herry Ramli mulai berkembang, yakni dengan mengatur strategi *networking* (jaringan usaha) dari mulut ke mulut. Didukung dengan banyaknya kenalan yang dimilikinya dan kualitas pelayanan yang baik, salon miliknya berkembang dengan pesat.

Sebagai sebuah salon yang mengutamakan pelayanan terbaik pada *customer*-nya, salon Herry Ramli tak henti – hentinya melakukan inovasi terhadap perusahaannya. Setelah salon potong rambutnya mulai dikenal oleh banyak kalangan, Herry Ramli mulai melebarkan usahanya di bidang *make up artist* yang melayani rias wajah untuk acara – acara tertentu. Pada tahun 2003, Herry Ramli menambah fasilitas salonnya dengan pelayanan *wedding organizer*. Kepengurusan *wedding organizer* ini dikelola oleh Herry Ramli dan beberapa teman dekatnya. Pada saat ini bersebelahan dengan salon tersebut terdapat sebuah butik tas serta gaun yang dikelola bersama temannya.

3.1.2 Corporate Image Salon Herry Ramli

Nama salon Herry Ramli diambil dari nama pemilik salon, dan motto yang diambil yaitu *exclusive and lifestyle, professional service and treatment*. Sedangkan kesan pertama yang ditangkap ketika pertama kali berkunjung ke salon ini adalah salon untuk kalangan menengah keatas, hal ini dapat dilihat dari segi pelayanan, fasilitas dan interior ruangan.



Gambar 3.1.1 Logo salon Herry Ramli



Gambar 3.1.2 Nama salon Herry Ramli



Gambar 3.1.3 Warna interior salon Herry Ramli

3.1.3 Visi, Misi dan Tujuan

Sesuai dengan motto salon yaitu *exclusive and lifestyle, professional service and treatment*, salon Herry Ramli selalu memberikan pelayanan terbaik dalam menjamu *customer*-nya dengan berpijak pada gaya hidup. Hal ini merupakan kunci sukses usaha salon Herry Ramli dalam merebut pasar. Kualitas ketrampilan pegawai juga ditingkatkan dengan melakukan bimbingan langsung oleh pemilik salon yang secara rutin dilaksanakan seminggu sekali. Bimbingan ketrampilan meliputi tata cara merias wajah, potong rambut hingga perlakuan kepada *customer*.

Tujuan dari salon Herry Ramli tidak lain adalah menjadikan *customer* puas kemudian secara tidak langsung akan menjadi langganan tetapnya.

3.1.4 Konsumen

Konsumen yang ditarget oleh salon Herry Ramli adalah kalangan atas segala umur, tetapi lebih dikhususkan pada kalangan wanita. Karena kalangan ini menganggap salon adalah sebuah bagian gaya hidup dan kebutuhan dalam hal perawatan tubuh. Banyak pula saat ini salon dijadikan tempat untuk menjalin relasi atau hanya sekedar sebagai tempat bertemu dengan teman – teman. Kalangan keatas ini sendiri memiliki karakteristik sebagai berikut :

- Menyukai barang – barang mewah (*luxurious*)
- *Mobile person*
- Banyak menjalin relasi demi keuntungan jangka panjang

Sedangkan berdasarkan wanita dapat dibagi menjadi dua macam dengan karakteristiknya sebagai berikut :

Karakteristik wanita karir, yaitu :

1. Cenderung menjaga penampilan diri dan *fashionable*
2. Mandiri, tangguh, aktif dan *mobile*
3. Wanita yang menyukai **kemewahan** baik itu berupa barang maupun pelayanan.

Karakteristik wanita non karir, yaitu :

1. Cenderung menjaga penampilan diri dan modis.
2. Tingkat sosialisasi tinggi.
3. Wanita yang menyukai **kemewahan** baik itu berupa barang maupun pelayanan.

3.1.5 Lokasi

Salon Herry Ramli terletak di Jl. Citandui 15 Surabaya, merupakan lokasi yang cocok untuk mendirikan usaha di bidang kecantikan, hal ini dikarenakan lokasi tersebut dikenal dengan area klinik – klinik kecantikannya.

Lokasi salon Herry Ramli berada tepat di depan radio Mercury FM, sebelah barat ruko Bintoro, gang ke-tiga dari perumahan Dr. Sutomo.

3.1.6 Struktur Organisasi

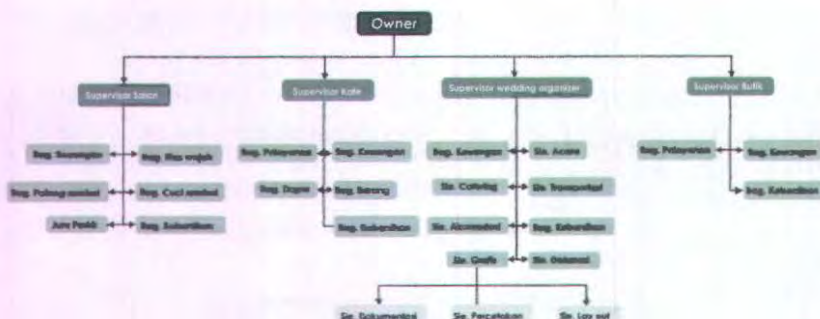


Diagram 3.1.1 Susunan organisasi Salon Herry Ramli

3.1.7 Studi Aktivitas

Berbagai aktivitas terjadi didalam salon Herry Ramli, dimana dari aktivitas ini melahirkan kebutuhan ruang.

NAMA RUANG	CIRI RUANG	AKTIVITAS	FURNITUR
Entrance + kafe	publik	interaksi, makan, minum, ngobrol	meja, kursi, lemari panjang, meja & kulkas
Dapur	Semi publik	memasak, mencuci piring storage	kitchen set, kompor, sink, d dispenser
Kamar mandi	privat	keperluan membuang hajat membersihkan diri	kloset
Lobby	publik	interaksi, menerima tamu	meja lobby
Ruang tunggu	publik	interaksi, ngobrol, nonton TV	meja, kursi, credensa
Butik	publik	melihat - lihat barang, ngobrol	rak panjang, meja kasir
Area potong rambut	semi publik	potong rambut, membaca	meja, kursi, kaca
Ruang rias	Semi publik	merias, ngobrol	meja, kursi, kaca
Ruang koleksi baju	privat	menyimpan baju	almari
Gudang	privat	menyimpan barang-barang	almari
Area cuci rambut	privat	mencuci rambut	kursi cuci, shower
Ruang pegawai	privat	rapat, ngobrol, bersantai interaksi, minum	meja, kursi, sofa, dispenser

Tabel 3.1.1 Tabel studi aktivitas

3.1.8 Studi Sirkulasi

Pada salon Herry ramli terdapat dua kategori sirkulasi, dimana dari studi ini dapat menjadi acuan dalam pendesainan interior salon Herry Ramli yang akan datang.

3.1.8.1 Sirkulasi Konsumen



Diagram 3.1.2 Diagram alur sirkulasi konsumen

Berdasarkan diagram sirkulasi dibalik halaman ini, kebiasaan konsumen adalah setelah memasuki *entrance*, mereka bisa memilih diantara mengunjungi butik tau berhenti sejenak di kafe, dapat pula langsung masuk pada area resepsionis untuk memesan pelayanan. Setelah itu mereka dapat menikmati suasana salon dengan *lounge* di ruang tunggu yang menyediakan fasilitas televisi dan majalah – majalah. Untuk konsumen yang hendak gunting rambut atau rias, mereka dapat langsung memasuki area tersebut, tetapi untuk konsumen yang hendak gunting rambut akan dibawa pada area cuci rambut yang letaknya dibelakang dari salon, berdekatan dengan taman *outdoor*.

3.1.8.2 Sirkulasi Pegawai Front Office



Diagram 3.1.3 Diagram alur sirkulasi pegawai front office

Pegawai *front office* biasanya langsung menuju pada area resepsionis lalu masuk ke ruang tunggu seterusnya ke ruang koleksi baju, area gunting rambut, butik kemudian menuju ruang pegawai dan gudang. Selain itu mereka dapat pula langsung menuju kafe, dapur bagi pegawai yang bertugas untuk menjalankan kafe.

3.1.8.3 Sirkulasi Pegawai Back Office



Diagram 3.1.4 Diagram alir sirkulasi pegawai front office

Untuk sirkulasi *back office*, pegawai cenderung langsung menuju pada ruang koleksi baju, ruang rias dan area cuci rambut.

3.1.9 Denah Eksisting



Denah di samping adalah denah *lay out* furnitur salon Herry Ramli. Penataan furniturnya sudah baik, namun masih kurang memperhatikan alur sirkulasi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya lahan, sehingga terkesan kurang lapang. Contohnya pada ruang koleksi baju, dimana ukuran ruangnya terlalu sempit.

Hubungan antar ruang sudah baik dan berdampak pada efektifitas kerja pegawai, namun letak kafe di teras terlihat sedikit dipaksakan, hal ini menyebabkan pengguna kafe tidak nyaman karena terganggu area sirkulasi pengunjung, mengingat teras ini adalah area *entrance*.

Diagram 3.1.4 *Lay out* furniture Salon Herry Ramli

3.1.10 Fasilitas bangunan salon Herry Ramli

1. Air Conditioning
2. Kafe
3. Butik
4. Dapur
5. Lobby / Entrance
6. Ruang tunggu
7. Ruang Karyawan
8. Gudang
9. WC / Kamar mandi

3.1.11 Studi Ruangan

A. *Entrance/Kafe dan Butik*



Foto 3.1.2 Tampak depan *entrance*



Foto 3.1.3 Area kafe sebelah kiri

Pada bagian *entrance* salon herry ramli terdapat sebuah kafe, karena areanya yang bergabung dengan teras, maka dipasang sebuah partisi kisi – kisi kayu dengan *finishing NC system* warna coklat tua sebagai pembatas antara bagian luar dengan bagian dalam. Di bagian luar kisi – kisi diberi dua buah tanaman pada kiri dan kanan sebagai pemanis, tetapi pemasangan poster di kisi – kisi membuat kesan ramai pada bagian depan bangunan.

Sedangkan pada bagian kafe memiliki ukuran ruang sangat terbatas yang dilihat dari segi ketentuan alur sirkulasi. Pada bagian kiri kafe terdapat sepasang meja makan, *display table* untuk memajang makanan kecil dan sebuah kulkas kecil pendingin minuman. Pengaturan furnitur ini sudah baik tetapi peletakan kulkas yang berada ditengah – tengah alur untuk sirkulasi menghalangi jalan keluar masuk antara kafe dan dapur.

Sedangkan untuk bagian sebelah kanan kafe juga terdapat partisi kayu yang menghubungkan dengan butik. Di area ini terdapat dua pasang meja makan yang letaknya terlalu dekat antara satu dengan lainnya sehingga apabila sedang digunakan akan memakan tempat yang banyak dan akan menutup jalur keluar masuk menuju butik.

B. Lobby dan Ruang tunggu



Foto 3.1.4 Area Lobby



Foto 3.1.5 Meja resepsionis



Foto 3.1.6 Area tunggu

Pada bagian Lobby terdapat satu buah meja resepsionis di sebelah kiri, credansa di sebelah kanan ruangan serta beberapa tanaman hias. Penataan furniture sudah cukup rapi dan suasana natural mulai tampak disini. Meja resepsionis dibuat dengan tinggi 120 cm yang memberikan privasi bagi penerima tamu. Di belakang meja resepsionis terdapat kabinet yang berfungsi sebagai tempat memajang produk – produk yang digunakan pada salon tersebut dan di salon Herry Ramli ini bekerja sama dengan beberapa perusahaan produk salon yakni Kadus, Loreal, dan Kerastase.

Sedangkan pada ruang tunggu terdapat sebuah kursi tamu tradisional berbentuk L, meja tamu, meja pojok, gebyok, rak

pajang dan meja TV. Semua furniture bernuansa natural yang cenderung berornamen Jawa, bahkan untuk gebyok dan kursi L sengaja dibiarkan *unfinished*. Sebagai elemen estetis ruangan diberi bunga sedap malam dan lukisan pada bagian dinding samping. Rak pajang disini berfungsi untuk memajang penghargaan – penghargaan pemilik salon dan penempatannya di ruang tunggu ini sangat tepat karena mayoritas pengunjung menghabiskan waktu lebih banyak di ruang ini. Tetapi peletakan meja TV disebelah rak pajang kurang tepat, sehingga terkesan aneh.

C. Ruang Gunting, Cuci Rambut dan Ruang Penyimpan Baju



Foto 3.1.7 Area potong



Foto 3.1.8 Area potong sebelah kiri

Pada ruang gunting rambut tema yang digunakan masih mengangkat ketradisionalan, hal ini bisa dilihat pada bentuk furnitur serta ornamen pembentuknya yang mengambil unsur Jawa. Sebagai aksentuasi ruangan diberi sebuah tanaman bambu agar terlihat lebih natural. Perangkat meja kursi potong rambut diletakkan berjajar keujung yang berjumlah tujuh pasang, masing – masing pada bagian kiri kanan kaca diberi foto dan lampu dinding yang berfungsi sebagai penerangan sekaligus *art program* ruangan. Tetapi pengaplikasian foto pada dinding dirasa kurang tepat, karena mengakibatkan dinding terlihat penuh dengan hiasan. Kursi potong rambut juga menggunakan standar khusus kursi potong, yakni bisa dinaik turunkan, berputar, dan ada pijakan kaki.

Penerangan global pada area ini menggunakan kombinasi lampu gantung yang berisi lampu pijar 15 watt dan empat buah *downlight* halogen 35 watt. Penggunaan lampu *downlight* bertujuan menambah kesan dramatis pada ruangan, sedangkan lampu gantung ditengah ruangan mampu memberikan kesan mewah dan aksentuasi pada *ceiling*.



Foto 3.1.9 Area cuci rambut



Foto 3.1.10 Ruang simpan baju

Area cuci rambut terletak dibagian belakang bangunan dan dipisahkan oleh sebuah taman. Tujuan utama yang ingin disampaikan oleh pemilik salon, mengapa area cuci rambut ini terletak dibagian belakang bangunan adalah mensinergiskan *customer* dengan nuansa alami yang didapatkan dari taman, sehingga menciptakan suasana rileks dan natural. Pada area ini terdapat tiga buah kursi cuci rambut dan shower, sebagai elemen estetis ruangan dipasang dua buah lukisan pada dinding bagian belakang. Area ini juga dilengkapi dengan *speaker* yang berguna untuk menunjang suasana rileksasi dengan mengalunkan instrumen – instrumen yang menenangkan. Sebagai pemisah antara area cuci rambut dan taman dipasang sebuah *horizontal blind*.

Area penyimpanan koleksi gaun terletak dibagian belakang bangunan yang bersebelahan dengan area cuci rambut. Ruangan ini berukuran 2 x 8 m2 dengan furnitur lemari berjumlah empat buah dengan ukuran bervariasi dan sebuah meja yang berfungsi untuk penyimpan data. Ruangan penyimpanan koleksi baju ini tidak memiliki standarisasi khusus sebagai ruangan penyimpanan, padahal ruangan penyimpan gaun seharusnya

memiliki persyaratan khusus untuk menjaga koleksi didalamnya agar selalu awet, begitu pula lemari penyimpanannya juga memiliki kriteria khusus seperti material dan *finishing* yang digunakan pada material tersebut.

Kekurangan pada area ini adalah tidak ada batasan yang memisahkan dengan area cuci rambut, sehingga *customer* bisa dengan leluasa masuk dan melihat – lihat kedalamnya. Sebenarnya pengaplikasian konsep terbuka pada area ini sudah benar tetapi peletakan dan penyatuan dengan area cuci rambut ini terlihat sedikit memaksa, mungkin karena keterbatasan lahan.

Dalam perelokasian salon Herry Ramli ke *site* yang baru, ruangan – ruangan yang sebelumnya sudah ada, terdapat pula pada salon yang baru. Selain itu tambahan inovasi lainnya tentunya akan memberikan nilai tambah dari salon tersebut.

3.2 Kesimpulan Pada Studi Eksisting Salon Herry Ramli

Salon Herry Ramli ini bernuansa tradisional Jawa, hal ini dapat dilihat dari ornamen – ornamen dan bentuk - bentuk yang terdapat pada interior salon contohnya pada gebyok hingga lemari *display* produk – produk yang cenderung melengkung dengan ujung berornamen. Selain itu warna – warna yang digunakan juga sangat menunjang dengan nuansa Jawa tersebut yaitu warna putih dan kuning mentah untuk mempertegas kesan Jawa modern. Hal inilah yang nantinya akan diperhatikan pada perancangan, yaitu penggunaan elemen – elemen interior yang menunjang pada nuansa utama salon, dalam riset ini yaitu nuansa *Luxurious*. Nuansa *luxurious* ini sendiri akan diciptakan dengan menonjolkan material, warna dan pencahayaan, karena dari ketiga aspek inilah nuansa *luxurious* dapat terwujud.

Penggunaan warna – warna dan bentuk yang sesuai dengan tema serta konsep interior salon akan dikaji lebih dalam dan diharapkan kedua hal ini dapat saling mengisi. Selain itu permasalahan utama dari salon Herry Ramli yang mengalami keterbatasan lahan dengan fasilitas – fasilitasnya yang dari ke hari semakin bertambah akan diambilkan alternatif yaitu dengan

3.3 Studi Kompetitor La Fayette



Foto 3.3.1 Tampak depan salon La Fayette

Salah satu kompetitor salon Herry ramli yang namanya sudah cukup besar adalah La Fayette hair and beauty centre. Salon ini selain sebuah *hair stylist* juga sebuah *hair clinic* dan terletak di jalan HR.Mohamad Surabaya barat, jadi sudah bisa dilihat bahwa target market salon ini adalah untuk kalangan menengah keatas.

Dari seluruh ruangan bisa disimpulkan bahwa salon ini memiliki konsep klasik Victoria baik itu pada interior ruangan dan fisik bangunannya. Gaya ini sedikit banyak sangat mewakili kesukaan orang – orang kaya Surabaya pada lima tahun yang lalu. Pemilik dari salon ini adalah Dhewiana Lumanpauw, beliau sangat mencintai bidang seni dan akhirnya beliau menemukan jati dirinya pada seni memotong rambut

3.3.1 Visi dan Misi

La Fayette memiliki visi dan misi dalam perkembangan salonnya yaitu *luxurious space with good service*. Keindahan interior yang menunjang salon ini dilengkapi dengan fasilitas pelayanan yang bagus. Seperti layanan *cutting*, *blow* rambut, pelurusan, pewarnaan, perawatan, pengeritingan dan layanan special yakni *hair extension*, *hair growth*. Fasilitas lain yang diberikan oleh La fayette adalah *make up artist*. Kelengkapan fasilitas inilah yang membuat salon ini bersaing dengan salon – salon lainnya. Selain kelengkapan fasilitas, kenyamanan *customer* juga menjadi faktor utama untuk merebut konsumen.

3.3.2 Corporate Image



Gambar 3.3.1 Logo La Fayette

Gambar diatas adalah gambar logo dari salon La Fayette, masih mengambil tema klasik dengan model alur tanaman berwarna putih disekelilingnya dan susunan warna emas pada singkatan tulisan La Fayette-nya. Dengan acuan tema klasik inilah, maka mulai dari logo serta interior ruangan pun menggunakan tema ini.

3.3.3 Fasilitas

Fasilitas yang dimiliki oleh La Fayette diantaranya adalah :

1. Ruang tunggu
2. Air conditioner
3. Private room for special treatment
4. Area resepsionis
5. Kamar mandi pribadi
6. Gudang
7. Lift

3.3.4 Konsumen

Konsumen dari salon La Fayette ini adalah untuk kalangan menengah keatas khususnya bagi ibu – ibu rumah tangga yang kaya dan istri – istri pejabat. Karena biasanya wanita – wanita seperti ini memiliki hobi memanjakan diri untuk mengatasi kebosanan di rumah. Tidak menutup kemungkinan salon ini diperuntukkan bagi wanita karir dan remaja.

3.3.5 Interior La Fayette



Foto 3.3.2 Resepsionis



Foto 3.3.3 Ruang tunggu

Pada interior La fayette salon ini menggunakan sistem *Close plan*, karena pemilik salon menginginkan privatisasi yang lebih pada *customer*-nya. Contohnya pada ruang resepsionis yang juga difungsikan sebagai area tunggu, sehingga kesan *welcome* sangat terasa ketika pertama kali masuk ke salon ini. Area gunting, ruang make-up, area cuci, area untuk pewarnaan/*color studio*, ruang karyawan, serta gudang melengkapi desain *layout* salon.



Foto 3.3.4 Shower pribadi Foto 3.3.5 Ruang Perawatan Foto 3.3.6 Kamar mandi pribadi

Nuansa coklat muda dan krem mewarnai ruang tunggu yang diisi dengan bangku-bangku panjang ber-*upholstery* oranye berbahan oscar. Sistem pengelompokan atau sistem penataan per area juga diterapkan agar privasi para tamu tetap maksimal. Pada bagian ruang gunting dan cuci warna yang diaplikasikan adalah warna merah, coklat muda dan *gold*. Area ini digunakan sistem *open plan* yang langsung berhubungan dengan tempat cuci.

Pada segi psikologis penerangan, efek pendaran lampu juga memiliki andil cukup besar untuk merelaksasikan pikiran pengunjung. *Spot light* dan lampu gantung modern mewarnai salon ini. Namun ada beberapa area yang khusus dirancang dengan permainan cahaya cukup romantis. Adanya pertimbangan untuk memberikan efek kejiwaan, pada interior salon mengangkat warna-warna hangat seperti cahaya kekuningan yang diaplikasikan melalui pantulan lampu, *ceiling* dan pada seluruh ruang.



Foto 3.3.7 Area lift



Foto 3.3.8 Ruang gantung



Foto 3.3.9 Ruang display produk

Lalu dalam upaya memberikan kepuasan pada *customer*-nya, maka setiap lantai dari bangunan diberi pintu masuk lift, fasilitas inilah yang menjadikan salon ini memiliki nilai tambah dari salon lainnya. Dan sebagai bentuk pelayanan terhadap *customer*-nya salon ini mempunyai sebuah ruang khusus untuk *men-display* produk – produk rambut yang dipakainya, karena sebagian besar produk yang digunakan oleh salon ini tidak dijual dipasaran.

3.3.6 Kesimpulan Studi Kompetitor La Fayette

Berdasarkan studi kompetitor diatas dapat disimpulkan beberapa keunggulan yang dimiliki oleh salon La Fayette dibandingkan salon Herry Ramli, diantaranya adalah sebagai berikut ini :

1. Penggunaan langgam klasik konsisten, sehingga nuansa yang ditimbulkan tidak rancu
2. Area Lobby yang luas dan bernuansa hangat menimbulkan kesan *welcome* pada *customer*.

Kelebihan- kelebihan ini nantinya dapat dijadikan acuan dalam mendesain interior salon Herry Ramli yang akan datang.

3.4 Studi Pembanding Le Salon



Foto 3.4.1 Sudut ruang resepsionis

Le salon adalah salah satu pembanding salon Herry Ramli, pemilihan salon ini dikarenakan salon ini memiliki keunggulan interior yang lebih bagus dibandingkan dengan salon Herry Ramli, selain itu interior Le salon sangat berbeda dengan salon kebanyakan sehingga mampu memberikan ciri khas di benak pengunjungnya dan menciptakan *image* terhadap salon tersebut.

Ketajaman pemikiran dan kekayaan imajinasi dalam pengolahan konsep serta tema menjadikan salon ini unik dan indah. Dengan mengedepankan kenyamanan serta sentuhan detail, salon ini juga tidak meninggalkan kelengkapan fasilitas didalamnya.

3.4.1 Fasilitas

Fasilitas yang dimiliki oleh Le salon diantaranya adalah :

1. Lounge
2. Air conditioner
3. Retail area
4. Area resepsionis
5. Kamar mandi
6. Gudang

3.4.2 Interior Le Salon

Lokasi Le Salon ini terletak di Hotel Ritz Carlton, Jakarta. Letak salon ini sangat berpotensi sebagai sebuah tempat eksklusif untuk memperias diri. Strateginya menjadi sangat tepat bila wajah sebuah salon ini memiliki gaya tampil yang berbeda dibandingkan dengan salon-salon pada umumnya.

Karakter dan konsep *luxurious* menjadi napas dari desain interiornya, baik melalui unggulan tata ruang/layout, sirkulasi, ataupun, warna-warna yang tertampil. Oleh desainer interior, salon ini dirancang dengan pertimbangan universal yang mengedepankan dasar spirit gaya klasik bersentuhan modern. Sebutan *bohemian style* dari desainer memang pantas untuk interior salon ini. Untuk menghadirkan karakter ini digunakan sentuhan gaya klasik yang banyak bermain-main dengan warna-warna semarak, sensual, dan berkesan mewah.



Foto 3.4.2 Ruang gunting



Foto 3.4.3 Ruang rias Privat



Foto 3.4.4 Lounge

Salon ini terbagi dalam area penerima/ *reception area*, ruang kasir, *lounge*, ruang cuci rambut, tiga *privat room*, ruang gunting yang terbuka, *facial room*, *retail area*, serta *powder room*. Keragaman fasilitas menjadikan salon ini mampu memberikan kenyamanan juga kenyamanan privasi - serta kepuasan bagi pengunjung

Furnitur *custom made* yang dihadirkan pun tampil elegan dan romantis. Siluet *French Classic* yang simpel, total diekspresikan pada desain furnitur. *Upsholstery* pun terbalut

warna-warna semarak, seperti *gold*, *orange*, serta *burgundy*. Sofa-sofa klasik hadir dengan ukuran serta warna-warna yang berbeda pula seperti sofa *oversize* pada ruang resepsionis.



Foto 3.4.5 Resepsionis



Foto 3.4.6 Ruang cuci



Foto 3.4.7 Sudut ruangan

Semua furnitur serta warna warna yang tampil diperkaya pula dengan permainan bidang dinding yang memiliki nilai estetika tinggi dan mewah. Bidang dinding di area resepsionis dirancang berkelok atau melengkung dengan *finishing padded*¹ bermaterialkan kain *velvet*.

Fenomena lain tampil pada bidang dinding area cuci rambut - menghadirkan komposisi warna merah, putih, serta hitam - dengan permainan material furnitur serta cermin sebagai pelapisnya. Dan salah satu koridor dirancang dengan dinding dilapis cermin agar memberikan suasana ruang yang pas. Sementara itu, untuk meniupkan spirit romantis desainer sengaja menghadirkan bias-bias cahaya melalui desain lampu gantung serta lampu dinding yang berdesain sedikit klasik dan mewah.

Desain salon yang berada di bawah lobi hotel ini memang memiliki tatanan yang berbeda dengan salon pada umumnya. Sebuah rumah untuk bersolek, untuk memperindah diri. Dan sebuah salon yang dirancang untuk mengapresiasi keindahan desain interior yang maksimal dan berani tampil beda

¹ Finishing yang berupa tonjolan - tonjolan, dimana tonjolan ini dibentuk dari material spon kemudian ditarik dengan jahitan. Finishing ini biasanya digunakan pada kasur - kasur tradisional buatan tangan.

3.5 Studi Pemandangan Jerry Salon

Salah satu pemandangan lainnya dari salon Herry Ramli adalah Jerry and Friends salon. Salon ini dipilih karena memiliki keunggulan lebih dibandingkan dengan salon Herry Ramli yaitu adanya konsep *open plan* yang mengatur seluruh rancangan *lay out* ruangan, sehingga masing – masing ruangan bisa saling berhubungan dengan ruangan lainnya. Selain itu salon ini mengembangkan desain salon yang bersuasana rumah, sehingga memberikan kenyamanan lebih bagi *customer*.

Salon yang berada di kawasan pertokoan, Jakarta Selatan ini cukup menarik untuk dicermati perencanaan tata ruangnya. Memprioritaskan efek kejiwaan para *customer* membuat salon ini berbeda dengan salon-salon pada umumnya. Hampir seluruh elemen interior dan penataan ruang diramu dengan pemikiran tidak hanya sekadar mengikuti tren, tetapi agar para tamu benar-benar merasa nyaman berada di salon ini.

3.5.1 Visi dan Misi

Visi dan misi dari Jerry and Friends Salon adalah *Homy and comfortably*. Menciptakan suasana salon, seperti berada di rumah sendiri dengan memadukan gaya interior modern yang cenderung alami (natural) merupakan konsep utama sebuah salon milik Jerry Astike, Mayangsari, serta seorang teman lainnya.

Konsep yang dibuat adalah agar tamu yang datang ke salon merasa seperti di rumah sendiri, penuh privasi dan tidak merasa jenuh, tetapi justru merasakan ketenangan serta kenyamanan. *Enjoy* adalah tujuan yang ingin dicapai oleh pemilik salon. Selain itu ruangan yang dirancang mengutamakan privasi para tamu. Pemikiran seperti ini diterapkan dalam penataan ruang tunggu yang tenang dan nyaman. Jauh dari kesan salon yang bersifat sebagai iklan (mendisplay produk).

3.5.2 Fasilitas

Fasilitas yang dimiliki oleh Jerry and Friens Salon diantaranya adalah :

1. Ruang tunggu
2. Air conditioner
3. Color studio
4. Area resepsionis
5. Kamar mandi
6. Gudang

3.5.3 Interior Jerry and Friends Salon



Gambar 3.5.1 Ruang Gunting



Gambar 3.5.2 Sudut ruang gunting

Pada interior Jerry and Friends salon ini menggunakan sistem *Open plan*, sehingga masing – masing ruang saling berhubungan dan *space* salon terlihat lebih luas. Contohnya pada ruang resepsionis yang juga difungsikan sebagai area tunggu, sehingga kesan *welcome* sangat terasa ketika pertama kali masuk ke salon ini. Area gunting, ruang make-up, area cuci, area untuk pewarnaan/ *color studio*, ruang karyawan, serta gudang melengkapi desain *layout* salon.



Gambar 3.5.3 Area Cuci



Gambar 3.5.4 Color Studio

Nuansa kuning cerah mewarnai ruang tunggu yang diisi dengan bangku-bangku panjang *ber-upholstery* hijau dan *maroon*. Sistem pengelompokan atau sistem penataan per area juga diterapkan agar privasi para tamu tetap maksimal. Sebagai misal, pada area cuci kursi ditata dengan jarak tertentu serta menyediakan area khusus untuk konsultasi pewarnaan rambut yang sesuai dengan warna kulit, tren dan wajah. *Color studio*. Suasana area inn berkesan sangat terang. Kursi dipilih bernuansa putih sesuai dengan nuansa *color studio*.

Pada segi psikologis penerangan, efek pendaran lampu juga memiliki andil cukup besar untuk merelaksasikan pikiran pengunjung. *Spot light* dan lampu gantung modern mewarnai salon ini. Namun ada beberapa area yang khusus dirancang dengan permainan cahaya cukup romantis. Adanya pertimbangan untuk memberikan efek kejiwaan, pada interior salon mengangkat warna-warna sejuk seperti warna hijau yang diaplikasikan melalui pantulan lampu, *ceiling* dan pada seluruh ruang. Untuk mendukung *special event* salon ini selalu melakukan perubahan pada interior salonnya sesuai dengan *event* yang sedang berlangsung, seperti pada perayaan Natal dan Valentine. Suasana perubahannya hanya akan difokuskan pada pergantian warna cahaya lampu.

Lalu dalam upaya memberikan kepuasan pada *customer*-nya, pemasangan cermin 30 cm dari lantai dan berukuran besar yang hadir di area gunting tidak dilengkapi dengan meja bertujuan agar agar penata rambut bisa melihat karakter para

tamu seutuhnya, mulai dari rambut hingga warna kulit. Seluruhnya terekspresi total melalui cermin, hal ini berguna untuk mendefinisikan dalam mempercantik/mempersolek para *customer*. Kenyamanan juga terlihat pada area cuci, beberapa kursi untuk cuci rambut *back wash* dipilih dengan tipe *business aluminium* dari produk Maletti dengan *upholstery* nuansa *maroon* dan ditata dalam posisi miring agar masing-masing pelanggan seakan memiliki area sendiri. Seluruh furnitur yang menghiasi salon anak muda ini buatan Italia dari produk Maletti.

3.6 Kesimpulan Studi Kompetitor dan Pembanding

Kesimpulan dari pembahasan studi kompetitor dan studi pembanding adalah akan diambil beberapa kelebihanannya, seperti contohnya adalah kedua salon ini memiliki konsistensi dalam menerapkan konsep dan tema interior salonnnya, hal ini terlihat dari pengaplikasian warna, material, furnitur dan assesoris. Selain itu pada studi pembanding, nilai estetis dari interior sangat terlihat seperti pada penggunaan berbagai macam *finishing* untuk dinding, sehingga interior salon terlihat tidak monoton.

Contohnya pada interior studi pembanding, dimana *finishing* yang diaplikasikan antara lain adalah *finishing padded* dari bahan *velvet*, dinding bertekstur dan dinding ekspos kaca pada studi pembanding. Hal inilah yang membuat Le salon terlihat atraktif dan sangat konsisten dengan *style* yang ingin diciptakan yaitu *bohemian style*. Contoh lainnya adalah pada interior salon La Fayette yang mengadopsi gaya klasik, dari seluruh pengaplikasian elemen – elemen interior yang ada terlihat sekali bahwa semuanya sangat bernuansa klasik. Konsistensi inilah yang akan dipegang dalam proses desain.

Sedangkan pada kelengkapan fasilitas Jerry and friends salon memiliki keunggulan lebih, salon ini berani menampilkan stan khusus untuk konsultasi masalah pewarnaan rambut. Karena banyak sekali konsumen yang tidak tahu kelebihan dan

kekurangan dari masing – masing merek produk pewarnaan rambut. Selain itu sistem yang diadopsi oleh Jerry and friends salon menggunakan sistem *open plan* yang memungkinkan ruangan satu dan ruangan lainnya saling berhubungan. Hal ini menciptakan alur sirkulasi yang efisien.



Foto 3.6.1 Finishing padded



“ Halaman ini sengaja dikosongkan “



BAB IV

KONSEP DESAIN

4.1 DEFINISI

Tema : “*Luxurious*”, menghadirkan nuansa kemewahan pada interior salon sesuai dengan target market kalangan atas khususnya pada wanita.

4.1.1 Latar Belakang Pemilihan Tema

Pemilihan tema ini dilatarbelakangi oleh segmen pasar yang dibidik oleh Herry Ramli adalah wanita kalangan atas yang menyukai kemewahan dan kekayaan duniawi. Selain itu tema yang digunakan menyesuaikan dengan motto salon yang berbunyi “*exclusive and lifestyle with professional service*”, yaitu *luxurious*. Pengangkatan tema ini bertujuan untuk menciptakan interior salon yang berbeda dan berciri khas, sehingga mampu memberikan sebuah *brand image* tersendiri bagi salon Herry Ramli.

Target market salon Herry Ramli yang membidik wanita kalangan atas yang aktif dan berpola pikir modern. Kalangan ini biasanya menganggap pergi ke salon adalah sebuah rutinitas, karena mereka selalu dituntut untuk memberikan performa yang terbaik dari segi talenta dan penampilan dalam dunia pekerjaan dan sosialisasi. Selain itu mereka adalah orang yang aktif, sehingga mereka tak punya banyak waktu untuk merawat tubuh sendiri. Jalan keluar yang dipilih yaitu dengan pergi ke salon. Wanita kalangan atas menyukai kemewahan dan pelayanan yang bagus, hal ini bisa disalurkan pada interior ruangan yang *luxurious*.

Gambar 4.1.1 Desain yang *Luxurious*

4.2 KONSEP GLOBAL

Konsep dari interior salon Herry Ramli ini adalah menciptakan interior salon yang ditujukan pada wanita kalangan atas. Konsep ini akan diaplikasikan pada seluruh ruangan, dan lebih ditekankan terutama pada beberapa ruangan dibawah ini :

- Area Salon (Ruang gunting, ruang cuci dan ruang creambath)
- Lounge + kafetaria
- Lobby

Konsep ini akan tertuang terutama pada pengolahan material dan *lighting*. Hal - hal tersebut memiliki andil besar dalam proses pembentukan suasana pada ruangan. Konsep wanita kalangan keatas ini akan ditampilkan melalui desain *Luxurious*. Dimana dari desain ini akan banyak mengaplikasi segala sesuatu elemen desain yang mewah, seperti contohnya pada material yang menggunakan satin, beludru dan *leather* sebagai penunjang kesan mewah. Meski mengambil tema *luxurious*, sisi modern tetap ditonjolkan pada interior salon berupa kesederhanaan bentuk dan fungsi, jadi pada intinya bersifat simpel dan efisien.

Dari desain *luxurious* yang mengacu pada wanita kalangan atas ini diharapkan menghasilkan interior ruangan yang feminin tetapi tetap memiliki karakter simpel. Karakter feminin ini akan tertuang pada pilihan material dan pencahayaan. Dalam segi material *soft furnishing* yang dikhususkan pada *upholstery*, pemilihan material ditekankan pada tekstil – tekstil yang halus dan nyaman seperti karakter wanita, dalam hal ini adalah satin akan banyak diaplikasikan pada mayoritas furnitur salon.

Sedangkan pada pencahayaan lebih ditekankan pada peletakan berdasarkan segi fungsional dan segi estetis, serta intensitas cahaya dan warna cahaya. Dari tiga aspek inilah diharapkan mampu menciptakan nuansa *luxurious*.

Konsep ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan target konsumen salon Herry Ramli yang memfokuskan pada wanita. Karena wanita kalangan atas adalah sosok yang modern dan elegan, sehingga mereka membutuhkan tempat perawatan diri yang nyaman dan *pleasure*.

4.4 KONSEP WARNA

Sesuai dengan tinjauan pustaka tentang warna elegan dan *refine color* (warna menurut Kobayashi) maka warna yang digunakan adalah warna putih, abu-abu dan ungu. Warna – warna ini sangat cocok diaplikasikan pada interior salon karena mampu menciptakan suasana damai, menenangkan dan spirituil. Selain itu warna ungu yang mencerminkan kesan feminin dan dewasa sangat sesuai dengan target pasar salon yaitu wanita kalangan atas. Sebagai aksentuasi warna dan penyesuaian terhadap tema interior yaitu *Luxurious* akan ditambahkan warna *silver*. Dan untuk memberikan *image* eksklusif dan *lifestyle* bagi kalangan keatas yang menyukai kemewahan dan keindahan, warna ungu dapat mewakili dari *wealth and royal*. Sedangkan pada warna abu – abu, putih dan silver dapat mempertegas kesan mewah.



Gambar 4.4.1 Konsep warna

Warna – warna diatas memiliki arti dan simbol masing – masing, diantaranya adalah :

1. Putih : Putih melambangkan kemurnian, kepolosan, memberikan perlindungan, ketentrman, kenyamanan dan memudahkan refleksi.

Namun terlalu banyak warna putih bisa menimbulkan perasaan dingin, steril, kaku, dan terisolir.

2. Abu – abu silver : Abu – abu termasuk warna netral yang dapat menciptakan kesan serius namun menentramkan dan menimbulkan perasaan damai. Kesan lain dari warna abu – abu antara lain adalah *independent* dan stabil, menciptakan keheningan dan kesan luas. Abu – abu juga terkesan dingin, kaku dan tidak komunikatif.
3. Ungu : Ungu dekat dengan suasana spiritual yang magis, mistis, misterius, dan mampu menarik perhatian. Oleh karena itu warna ungu banyak digunakan oleh kaum bangsawan. Warna ini juga berkesan sensual, feminin, etnik, anggun dan hangat. Warna ungu gelap dapat memancarkan kekuatan, fantasi, imajinasi, kreativitas, sensitif, inspiratif dan obsesif.

Dinding pada salon Herry Ramli mayoritas menggunakan cat warna kuning mentah dan warna putih sebagai aksentuasi pada profil. Sedangkan sebagai elemen penghias dinding seperti lukisan dan foto – foto juga menggunakan warna coklat. Tidak ada eksplorasi warna yang lebih ekstrem pada warna , warna yang digunakan masih warna – warna aman.

4.4.1 Konsep Warna pada Ruang Potong

Pada ruang potong warna yang diaplikasikan adalah warna putih, ungu dan silver. Warna – warna ini diharapkan mampu menciptakan kesan simpel dan menenangkan pada interior ruangan, tetapi masih mengaplikasikan *luxurious* dari bentuk serta kombinasi warna.

Warna putih akan diaplikasikan pada bagian *ceiling* karena pengaplikasian warna ini bisa memberi kesan luas pada sebuah ruangan. Sedangkan untuk dinding menggunakan kombinasi warna ungu dan

putih. Lantai ruang potong ini menggunakan material granit putih untuk memberi kesan lapang dan *clean*, karena pada ruang potong inilah *image* dari sebuah salon akan terlihat, jadi sedapat mungkin akan digunakan warna – warna yang nyaman.

Furnitur pada ruangan ini masih menggunakan warna utama yaitu putih, ungu dan silver. Pada kursi potong akan digunakan warna putih sedangkan warna silver lebih diutamakan pada bagian kaca serta elemen estetis ruang seperti lampu dan tirai.

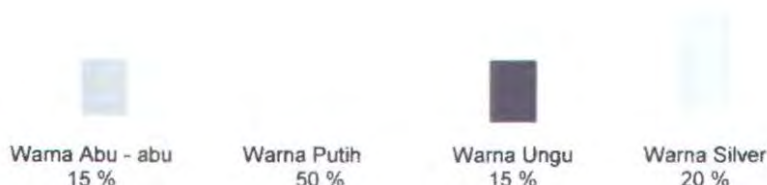


Diagram 4.4.1 Persentase warna ruang potong

4.4.2 Konsep Warna pada Ruang Cuci

Ruang cuci yang biasanya selalu didesain dengan nuansa tenang, disini akan diberi sedikit sentuhan *lux* dari warna dan material. Warna yang diaplikasikan adalah warna ungu tua motif floral dan silver, dari warna silver akan membangkitkan energi sukacita sedangkan warna ungu akan memberi suasana elegan.

Untuk dinding akan menggunakan warna putih dan aksentuasi warna ungu dan lantai akan menggunakan warna putih begitu pula pada ceiling,. Assesoris pada ruangan ini akan menggunakan transparan kaca dan akrilik



Diagram 4.4.2 Persentase warna ruang cuci

4.4.3 Konsep Warna pada Lounge dan Kafe

Lounge seringkali didesain dengan mempertimbangkan aspek psikologis dari manusia, karena pada ruangan ini adalah tempat terjadinya interaksi secara langsung antar konsumen. Pada konsep interior salon Herry Ramli ini, *lounge* akan digabungkan dengan kafe, karena lebih ingin menciptakan nuansa yang menyatu dan bersahabat. Selain itu berdasarkan tinjauan pustaka tentang konsumen wanita, mereka lebih berorientasi pada sesuatu yang bersifat sosial. Maka penggunaan warna berkesan luas dan lapang seperti putih dan aksentuasi ungu akan menambah kesan kebersamaan.

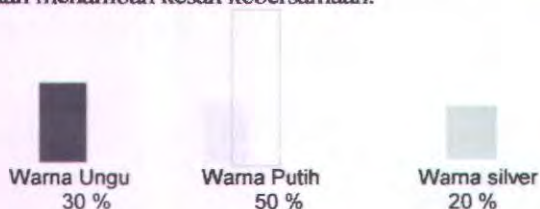


Diagram 4.4.3 Persentase warna lounge dan kafe

4.4.4 Konsep Warna pada Lobby

Lobby pada salon herry Ramli ini juga berfungsi sebagai entrance dan termasuk kategori *public space*, dimana jenis area ini banyak dilalui oleh orang – orang. Oleh karena itu kesan lapang dan nyaman akan dibawa dalam interior lobby ini. Pengaplikasian warna pada *lobby* akan menggunakan warna putih dan aksentuasi ungu serta beberapa sentuhan warna silver sebagai aksentuasi untuk menambah kesan *luxurious*. Berikut ini adalah persentasi dari penggunaan warna – warna tersebut.



Diagram 4.4.4 Persentase warna pada lobby

4.5 KONSEP BENTUK

Tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan primer dari manusia, tempat tinggal ini biasa disebut dengan bangunan yang sangat berhubungan dengan arsitektur. Pada jaman dulu tempat tinggal manusia adalah di gua – gua dan berkembang hingga bertempat tinggal dari campuran batu dan semen seperti saat ini. Sejak dari perkembangan tempat tinggal gua hingga campuran semen dan batu, manusia telah menemukan bentukan - bentukan yang mereka lihat pada lingkungan disekitar mereka. Bentukan – bentukan ini merupakan bentuk benda dari alam yang tersebar diseluruh permukaan bumi. Dimana bentuk – bentuk benda ini sangat sama persis dengan bentuk bentuk geometri.

Dari analisa – analisa bentuk ini bisa dikelompokkan menjadi dua macam kategori yaitu :

a. Diskontinuitas.

Contohnya pada detak jantung manusia mengingatkan pada kontinuitas yang secara teratur berhenti – henti. Bentuk bujursangkar dan segitiga.

b. Kontinuitas

Contohnya pada bergulirnya waktu pada hidup kita,, mengingatkan pada sesuatu yang berjalan secara terus menerus. Bentuk lingkaran dan oval.

Kedua macam kategori bentuk ini dapat diaplikasikan kedalam interior ruangan dan dapat menciptakan suatu citra dari nuansa interior. Seperti pada bentuk lengkung yang termasuk dari kategori kontinuitas, dapat diartikan pada sebuah keindahan, “*Curves drawn by human hand posses a live kind of beauty*”¹ akan digunakan pada interior salon karena dapat mencerminkan citra feminin pada ruangan, mengingat *target market* dari salon Herry Ramli adalah wanita kalangan atas. Selain itu pemilihan bentuk ini dikarenakan bentuk ini adalah bentuk yang fleksibel dan terkesan tidak terlalu tegas.

Berdasarkan dari tema interior salon yang *luxurious* dan konsep interior yaitu menciptakan interior salon yang bercirikan

¹ Form, function & design by Paul Jacques Grillo.

wanita kalangan atas maka perpaduan dua kategori bentuk ini akan diaplikasikan pada seluruh interior ruangan, sehingga dapat menciptakan satu kesatuan yang saling mengisi. Tetapi penggunaan bentuk ini juga masih dibatasi dengan kesan *luxurious* yang simpel.

4.5.1 Bentuk Floral

Bentuk floral nantinya akan teraplikasi terutama pada motif partisi. Bentuk ini mengadaptasi keindahan jalinan flora yang biasanya digunakan sebagai elemen penghias ruangan ataupun ornamen furnitur. Pada era Victorian bentuk floral ini sangat digemari dan menjadi penunjang pembentuk interior yang mewah, elegan dan berkelas. Kesan dari bentuk floral ini adalah kesan feminin, lembut dan bersahaja yang sesuai dengan karakter wanita kalangan atas. Bentuk Floral contohnya adalah seperti gambar dibawah ini.



Gambar 2.9.3 Motif Floral

4.5.2 Bentuk Geometri

Bentuk ini terdiri dari bentuk bidang – bidang seperti persegi, lingkaran, oval, segitiga, trapeium, jajaran genjang dan persegi panjang. Untuk perancangan pada interior salon nantinya bentuk geometri yang digunakan adalah lingkaran, oval dan persegi.

Untuk bidang lingkaran dan oval diaplikasikan pada bentuk furnitur dan elemen penghias, beberapa bahkan akan diaplikasikan pada bentuk *ceiling*. Lingkaran menggambarkan kedinamisan dan keluwesan dari semua bentuk, dapat pula diartikan sebagai bentuk yang feminin. “*Roundness, softness and refined design are considered more*

feminine product features ²

Dengan pengaplikasian bentuk – bentuk ini diharapkan mampu menciptakan suasana yang bersahabat dan nuansa feminin, dimana kedua hal tersebut sangat sesuai dengan karakter wanita.

4.5.3 Bentuk yang sesuai dengan Nuansa Luxurious

Berdasarkan pengertian akan sebuah kemewahan atau sesuatu yang berkelas dari *luxurious*. Maka dapat disimpulkan bahwa berbagai bentuk dapat menciptakan karakter *luxurious* tersebut baik itu bentuk persegi, lingkaran ataupun oval. Sedangkan pada interior salon nantinya, bentuk yang mewakili karakter *luxurious* adalah bentuk yang lugas dan simpel.

4.5.4 Konsep Bentuk pada Tiga Ruang Terpilih

Sesuai dengan konsep dan tema daripada interior salon Herry Ramli maka bentuk – bentuk yang diadaptasi adalah bentuk floral, lengkungan. Bentuk ini akan diaplikasikan pada beberapa elemen interior baik itu *ceiling*, motif dinding, furnitur dan assesoris. Tetapi beberapa bagian interior akan menggunakan bentuk geometris seperti persegi, oval dan lingkaran.

Contohnya pada beberapa dinding ruangan misalnya akan menggunakan bentuk motif floral, dimana dengan pengaplikasian bentuk ini mencerminkan keanggunan seorang wanita kalangan keatas. Selain itu *finishing* lengkungan pada dinding lounge akan mempertegas nuansa *luxurious* pada ruangan tersebut.

Pada bagian *lounge* dan kafe akan mengadopsi bentuk oval, lingkaran serta beberapa motif floral. Penggunaan bentuk ini diharapkan mampu menciptakan suasana hangat, bersahabat tetapi tetap menimbulkan nuansa feminin yang mewah. Seperti pada *table lamp* yang mengadopsi bentuk lengkung dari tampak atas bunga.

Sedangkan pada lobby menggunakan bentuk persegi dan bentuk lingkaran karena bentuk ini mengesankan kesan bersih,

² Consumer by Mcgraw Hill

bermacam – macam, tetapi pada bahasan kali ini yang dijabarkan adalah material penunjang dari tema *luxurious* dan konsep menciptakan interior salon untuk wanita kalangan keatas.

Penggunaan material diatas diharapkan mampu menciptakan nuansa *Luxurious* dan sesuai dengan konsep global interior salon.

Sedangkan sebagai material *cover up soft furnishing* akan digunakan material *leather*, *satin*, *velvet*, katun pada furnitur, dinding dan assesoris. Aplikasi material ini juga akan disesuaikan dengan jenis ruangan, apa itu ruangan yang bersifat publik, semi publik atau privat. Penggunaan material *soft furnishing* jenis ini diharapkan mampu menciptakan kesan mewah, sedangkan *leather* menimbulkan kesan simpel elegan.



Foto 4.6.1 Material velvet



Foto 4.6.2 Material leather

Untuk material konstruktif nantinya banyak menggunakan material kaca, akrilik dan alumunium. Penggunaan material jenis ini akan membawa suasana bersih tetapi juga menimbulkan nuansa elegan dan mewah pada interior salon. Sifat material – material ini yang tembus pandang, transparan dan memantul akan membuat ruangan terkesan lebih lapang karena tidak adanya batasan pada pandangan.

Pengaplikasian material akrilik ini nantinya akan diberikan pada *railing* tangga.



Foto 4.6.3 Material akrilik pada railing tangga

4.7 KONSEP ELEMEN PEMBENTUK RUANG

Elemen pembentuk ruang terdiri dari lantai, dinding dan *ceiling*. Ketiga elemen ini sangat berperan besar dalam menentukan suasana dan simbol dari sebuah bangunan. Oleh karena itu dibawah ini akan dibahas tentang konsep dari ketiga elemen pembentuk ruang ini.

4.7.1 Konsep *Ceiling*

Ceiling pada salon herry Ramli masih kurang mengalami pengeksploasian, untuk memberikan kesan estetis hanya diberi lampu saja. *Finishing* yang digunakan juga masih sebatas cat dinding berwarna kuning mentah.

Pada perancangan interior salon nantinya akan banyak menggunakan model *drop ceiling*

Foto 4.7.1 *Ceiling* dengan *up ceiling*

4.7.2 Konsep Dinding

Dinding pada salon Herry Ramli mayoritas menggunakan cat warna kuning mentah dan warna putih sebagai aksentuasi. Sedangkan sebagai elemen penghias dinding menggunakan

lukisan dan foto – foto. Tidak ada eksplorasi lebih pada dinding seperti penggunaan material lain (batu- batuan) untuk mendukung tema natural salon, kecuali pada penggunaan material kayu sebagai partisi bagian kafe.

Pada perancangan interior salon nantinya, *finishing* dinding menggunakan bermacam – macam material, mulai dari material *velvet finishing* lengkung atau material kaca, *acrylic* dan multiplek.

Beberapa dinding akan menggunakan bentuk melengkung sebagai partisi dan lainnya akan menggunakan bentuk persegi.

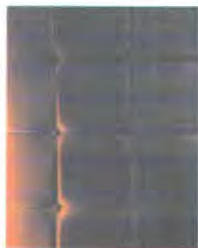


Foto 4.7.2 *Finishing padded*

4.7.3 Konsep Lantai

Pada lantai salon Herry ramli lantai yang digunakan keseluruhan adalah granit warna putih. Untuk menambah kesan *luxurious* pada interior salon nantinya akan digunakan material granit warna putih. Sedangkan pada ruangan – ruangan yang bersifat privat seperti ruang penyimpanan baju dan lounge menggunakan karpet, hal ini berguna untuk mereduksi suara dari luar dan meningkatkan kenyamanan.



Gambar 4.7.1 Granit putih



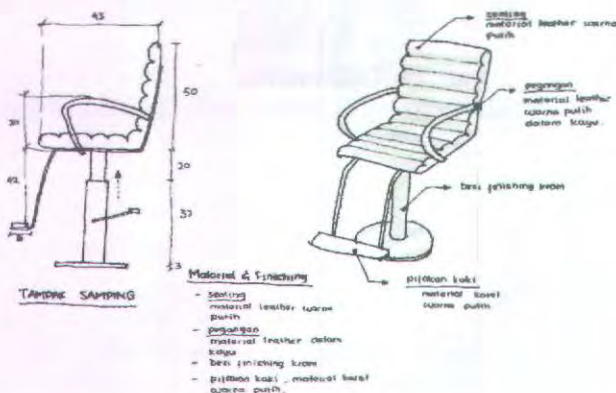
Gambar 4.7.2 Material karpet

4.8 Konsep Pengisi Ruangan

Elemen pengisi ruangan adalah benda – benda yang berda dalam ruang baik itu furnitur, lighting dan elemen estetis lainnya. Dalam hal ini yang akan dibahas adalah konsep *lighting*, furnitur dan assesoris pengisi ruangan.

4.8.1 Konsep Furnitur

Pada perancangan interior salon herry Ramli yang baru akan banyak menggunakan aplikasi bentuk melengkung, walaupun beberapa diantara furnitur tersebut juga mengadaptasi bentuk persegi. Sedangkan pada penggunaan materialnya akan menggunakan alumunium *finishing* krom, *leather*, katun, kayu dan acrylic. Pemilihan material ini berdasarkan konsep dan tema interior, contohnya pada penggunaan *velvet* dan *silk* yang menciptakan kesan *luxurious*.



Gambar 4.8.1 Detail kursi gantung

4.8.2 Konsep Lighting

Pencahayaan pada salon Herry Ramli saat ini menggunakan pencahayaan seperti pada umumnya yaitu dengan *downlight* dan lampu gantung. Sedangkan pada konsep pencahayaan salon Herry Ramli nantinya akan banyak menggunakan permainan material

pembungkus lampunya yang ditujukan untuk menciptakan kesan mewah dan *luxurious* hal ini tentunya disesuaikan dengan konsep dan tema interiornya. Material ini contohnya adalah material cermin, kaca dan *acrylic* sehingga terkesan *crystalize*, ketiga material ini dapat memendarkan sinar lampu secara *indirect*, sehingga hasilnya sinar tidak terlalu terang dan *frontal* dan mampu menciptakan kesan *luxurious*.

Selain itu intensitas cahaya dan jenis lampu akan dipilih untuk mendukung konsep dan tema. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut beberapa jenis lampu yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

a. General Lighting

Jenis pencahayaan ini berfungsi sebagai penerangan utama, sifat penyinarannya merata dan harus menerangi seluruh ruangan. Pada kategori ini akan menggunakan lampu – lampu berjenis :

- *Click strip* (sebagai *continuous lamp*)
Dari semua jenis lampu sambung, lampu ini memiliki *color rendering* yang paling baik. Lampu ini akan digunakan sebagai *hidden lamp* pada *ceiling* yang memiliki *split level*.
- *Fluorescence*
Bisa juga disebut lampu neon. Pada interior nantinya yang digunakan adalah lampu jenis SL dan PL yang memiliki tipe warna *day light*.



Foto 4.8.2 Neon jenis SL



Foto 4.8.3 Neon jenis PL

- **Lampu pijar**
Pada jenis lampu ini akan menggunakan bohlam bening karena terlihat cahayanya. Cahaya dari lampu pijar yang berwarna kekuningan menimbulkan suasana akrab, hangat. Hal inilah yang menjadi pilihan utama untuk menggunakan lampu ini.

b. *Task Lighting*

Jenis pencahayaan setempat ini bertujuan untuk mendukung aktivitas yang membutuhkan cahaya lebih terang seperti menulis, memotong rambut dan merias. Dan pada kategori ini akan digunakan lampu – lampu berjenis :

- ***Fluorescence***
Pada interior seperti ruang rias akan digunakan lampu yang berjenis SL warna *day light*, karena jenis warna ini akan menghasilkan periasan wajah yang sesuai dengan warna. Beberapa pada ruangan juga akan diaplikasikan neon jenis PL yang berwarna putih.

c. *Decorative (accent) lighting*

Dalam jenis pencahayaan ini, cahaya lebih berperan dalam segi estetika yang berfungsi menonjolkan nilai dari keindahan sebuah objek. Pada kategori ini jenis lampu yang digunakan adalah :

- **Lampu pijar**
Pada jenis lampu ini akan menggunakan bohlam bening karena terlihat cahayanya. Cahaya dari lampu pijar yang berwarna kekuningan menimbulkan suasana akrab, hangat. Hal inilah yang menjadi pilihan utama untuk menggunakan lampu ini.



Foto 4.8.4 Lampu bohlam

- Halogen
Jenis lampu ini hampir sama dengan lampu pijar karena melalui pemijaran filamen, tetapi bedanya ada pada intensitas cahaya yang dihasilkan lampu ini lebih terang dan lebih putih dibandingkan lampu pijar pada daya (watt) yang sama.

Sedangkan untuk warna pada *general lighting*, beberapa akan digunakan warna ungu muda untuk mendukung konsep warna pada interior salon.

4.8.3 Konsep Art program

Sebagai sebuah pelengkap pada interior, *art program* ini adalah salah satu elemen penting untuk menciptakan suatu suasana tertentu kedalam interior. Dan pada salon Herry Ramli ini suasana yang ingin dicapai adalah suasana yang mewah dan *luxurious*, maka sebagai elemen pembentuk suasana akan digunakan elemen kristal. Kristal disini nantinya tidak secara langsung diaplikasikan mengingat harganya yang mahal, tapi hanya sebagai sebuah kesan, maka material yang akan digunakan nantinya adalah akrilik, kaca dan bisa kristal itu sendiri.

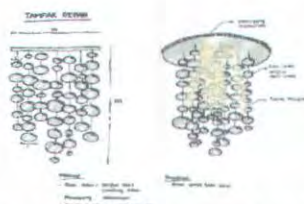
"The word crystals originates from the Greek word "Krystallos" meaning clear ice, and once referred particularly to quartz, rock crystal."³ Yang berarti kristal adalah sebutan bagi es yang jernih. Sifat daripada kristal ini sendiri dapat memantulkan pendaran sinar sehingga menghasilkan kilauan – kilauan sinar

³ www.wikipedia.com

yang indah didalam ruangan. Keindahan pantulan cahaya ini akan dibawa pada interior salon Herry Ramli sehingga menimbulkan kesan mewah, *luxurious* dan kaya. Penggunaan kristal ini akan digunakan seperti pada lampu gantung, tirai, partisi dan elemen estetis.



Foto 4.8.5 Kristal



Gambar 4.8.1 Lampu gantung kristal

4.9 ANALISA

Fasilitas khususnya pada bidang usaha jasa sangat diperlukan untuk menarik konsumen. Pada salon Herry Ramli ini akan diberikan fasilitas tambahan yang akan menambah nilai tambah pada salon tersebut. Beberapa fasilitas yang sudah ada dan dihadirkan kembali pada salon Herry Ramli ini adalah :

1. Butik
2. Ruang koleksi baju
3. Air conditioning
4. Toilet
5. Televisi

Sedangkan fasilitas tambahannya adalah sebagai berikut :

1. *Lounge and café*
2. *Bar*
3. TV kabel
4. Area konsultasi
5. Ruang tunggu atas
6. *Area creambath*

4.9.1 Studi Aktivitas

NAMA RUANG	CIRI RUANG	AKTIVITAS	FURNITUR
Entrance + kafe	publik	interaksi, makan, minum, ngobrol	meja, kursi, lemari pajang, meja & kulkas
Dapur	Semi publik	memasak, mencuci piring storage	kitchen set, kompor, sink, dispenser
Kamar mandi	privat	keperluan membuang hajat membersihkan diri	kloset
Lobby	publik	interaksi, menerima tamu	meja lobby
Ruang tunggu	publik	interaksi, ngobrol, nonton TV	meja, kursi, credensa
Butik	publik	melihat - lihat barang, ngobrol	rak pajang, meja kasir
Area potong rambut	semi publik	potong rambut, membaca	meja, kursi, kaca
Ruang rias	Semi publik	merias, ngobrol	meja, kursi, kaca
Ruang koleksi baju	privat	menyimpan baju	almari
Gudang	privat	menyimpan barang-barang	almari
Area cuci rambut	privat	mencuci rambut	kursi cuci, shower
Ruang pegawai	privat	rapat, ngobrol, bersantai interaksi, minum	meja, kursi, sofa, dispenser

Tabel 4.9.1 Tabel studi aktivitas

Berdasarkan tabel diatas maka aktivitas interaksi yang banyak akan terlihat pada kafe dan ruang tunggu. Oleh karena itu untuk memaksimalkan aktivitas ini maka kafe dan ruang tunggu akan digabungkan dan ditambahkan beberapa fasilitas didalamnya agar suasana ruangan terlihat lebih menarik. Hal ini bisa berupa penambahan *item* atau fasilitas lainnya. Hal ini berguna agar nantinya salon Herry Ramli lebih lengkap dan inovatif dari desain yang lama.

4.9.2 Inovasi Ruang

4.9.2.1 Lounge & Café Area

Inovasi pada desain salon akan terlihat pada *lounge*, *lounge* ini terletak dilantai satu yang *view*-nya langsung pada ruang gunting sehingga *customer* bisa melihat aktivitas di dalamnya. Selain itu model penempatan meja dan kursi yang ber-*split level* antara satu dengan yang lainnya akan memberikan kesan

tersendiri bagi pengunjung, hal ini ditambah dengan material yang digunakan pada *split level* adalah *acrylic* dengan *hidden lamp* dibawahnya, agar terlihat lebih *luxurious*. Konsep interior yang mengacu pada wanita akan terlihat pada area ini seperti pengelompokan tempat duduk antara satu dan yang lain, sehingga menciptakan suasana bersahabat tetapi tetap memiliki privasi masing – masing.

Penempatan kafe nantinya akan terletak dibagian ujung sehingga memungkinkan bagi *customer* untuk melihat dan terhindar dari sirkulasi orang yang berlalu lalang.

BAB V

PENGEMBANGAN DESAIN

5.1 Konsep Sirkulasi

Sirkulasi pada salon Herry Ramli ini dibagi menjadi tiga macam yaitu sirkulasi *customer*, sirkulasi pegawai bawah dan sirkulasi pegawai atas. Pembagian sirkulasi ini berdasarkan pengamatan secara langsung dan wawancara pada pegawai salon Herry Ramli.

5.1.1 Konsep Sirkulasi Customer

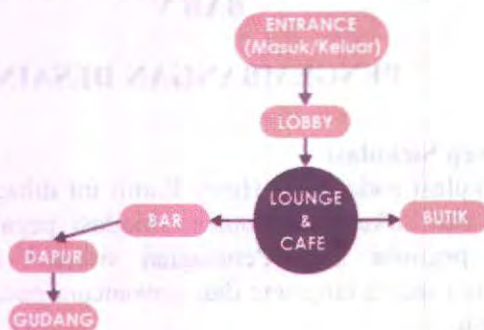


Skema 5.1.1 Konsep Sirkulasi customer bawah



Skema 5.1.2 Konsep Sirkulasi customer

5.1.2 Konsep Sirkulasi Pegawai



Skema 5.1.3 Konsep Sirkulasi pegawai bawah

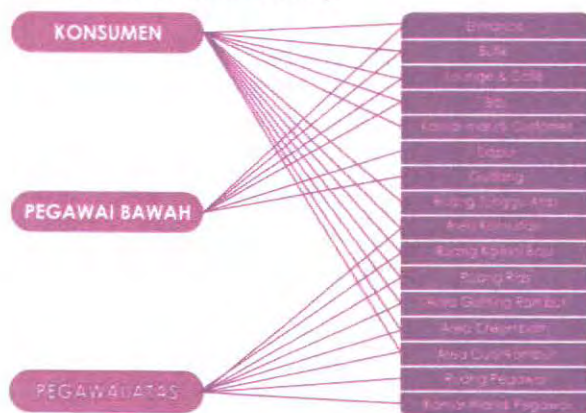


Skema 5.1.4 Konsep Sirkulasi pegawai atas

5.2 Kebutuhan dan Hubungan antar Ruang

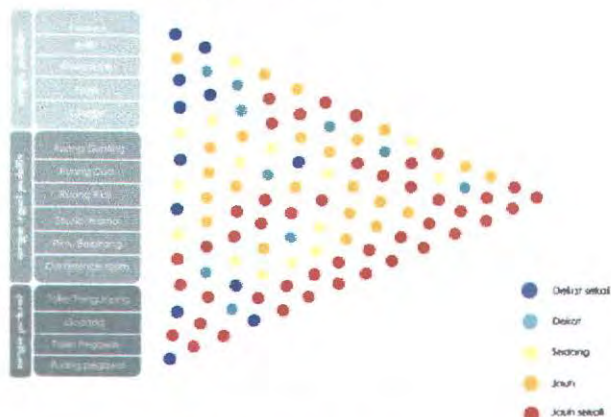
Kebutuhan ruang, didapat dari hasil studi sirkulasi, serta studi eksisting, dari kebutuhan ruang di bawah ini menunjukkan hubungan antar ruang yang ditinjau dari kepentingan dan hubungan yang terjadi antara satu ruang dengan ruang yang lain. Dari hubungan ruang ini nantinya mempengaruhi tata letak/posisi serta pengorganisasian antar ruang satu terhadap ruang lain.

5.2.1 Analisa Kebutuhan Ruang



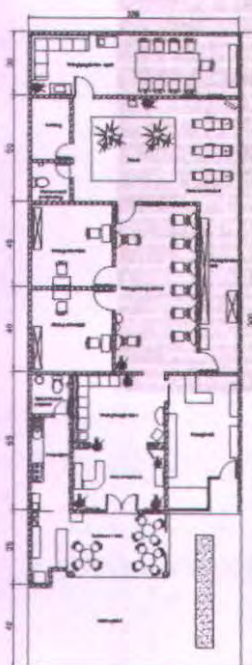
Skema 5.2.1 Skema kebutuhan ruang

5.2.2 Analisa Hubungan Ruang



Skema 5.2.2 Skema hubungan antar ruang

5.3 Analisa Denah Lay Out



- Denah eksisting disamping sudah memenuhi kriteria hubungan ruang yang baik, namun penambahan ruang – ruang dan fasilitas yang dibutuhkan tidak dapat diaplikasikan pada denah tersebut karena keterbatasan lahan.
- Lay-out ruang serta luasan ruang sudah baik, hal ini merupakan salah satu konsep perancangan ruang yang nantinya di kembangkan sesuai kebutuhan dan studi yang telah dilakukan.
- Peletakan furniture terlalu dekat, sehingga mengganggu sirkulasi.

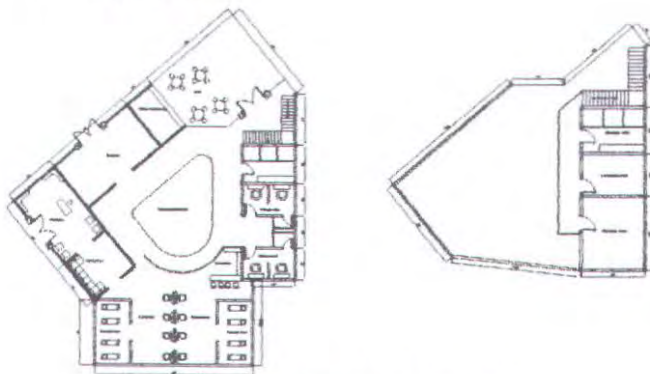
Gambar 5.3.1 Denah Eksisting

5.4 Alternatif Denah Lay out

Dari analisa eksisting tersebut diatas yang menjadi acuan dalam studi alternatif, serta nantinya juga menjadi pertimbangan dalam proses pengembangan desain serta final desain. Sedangkan Kriteria dalam penentuan alternatif terpilih selain tersebut diatas juga berdasarkan pertimbangan konsep perencanaan ruang serta elemen interior.

Berikut beberapa alternatif denah dan lay-out berdasarkan studi dan analisa yang telah dilakukan berikut penjelasannya :

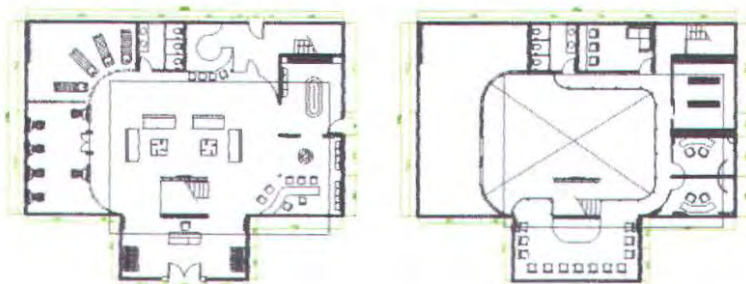
- Alternatif 1



Gambar 5.4.1 Denah Alternatif 1

Pada desain denah alternatif ini memiliki kekurangan dalam pengorganisasian ruang, dimana sistem ruangan terkesan sendiri – sendiri sehingga tidak menyatu aktivitasnya. Tetapi untuk kebutuhan ruang sendiri sudah terpenuhi.

- Alternatif 2

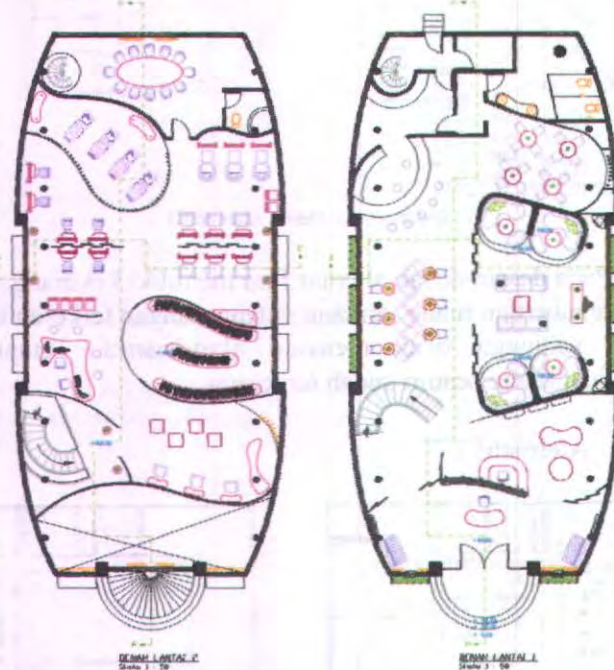


Gambar 5.4.2 Denah Alternatif 2



Pada desain denah alternatif ini memiliki kekurangan dalam pengorganisasian ruang, dimana ruangan terkesan kurang atraktif dan alur sirkulasi monoton. Tetapi untuk kebutuhan ruang sendiri sudah terpenuhi.

- Alternatif 3



Gambar 5.4.3 Denah Alternatif 3

Pada desain denah alternatif ini sudah memenuhi kebutuhan ruang dan pola sirkulasi yang diterapkan cukup atraktif. Dan hubungan antar ruang terjalin dengan baik, sehingga memungkinkan aktivitas satu dan lainnya berhubungan. Penggabungan lounge dan kafe pada denah diatas tetap memiliki pembatasan sifat ruang, yaitu dengan menggunakan sekat – sekat

kaca. Pengaplikasian sekat – sekat kaca ini berguna untuk menciptakan kesan lounge yang sedikit lebih pribadi.

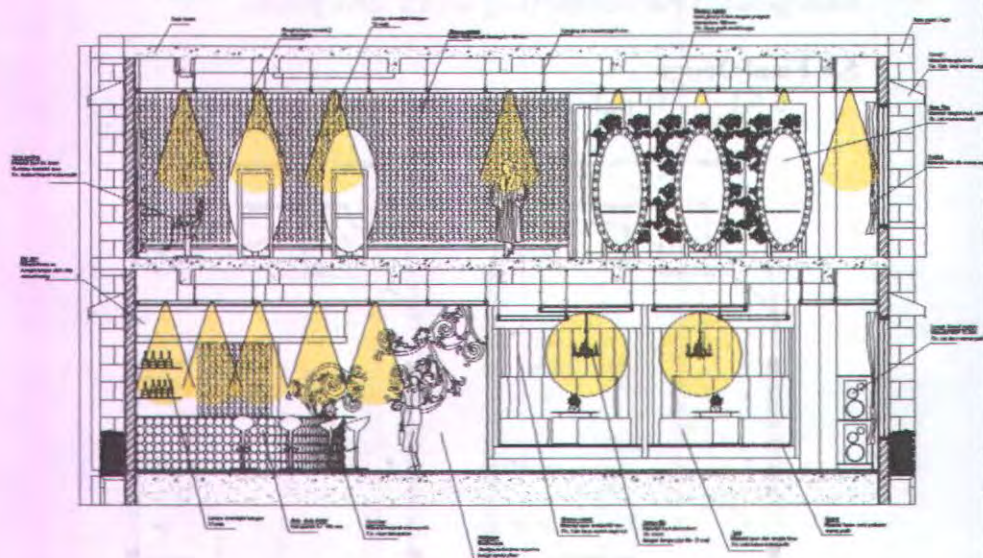
5.5 Final Design

5.5.1 Denah Terpilih

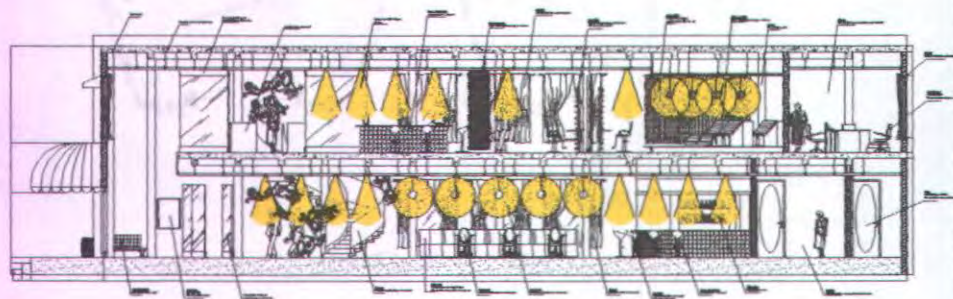


Gambar 5.4.4 Denah Terpilih

5.5.2 Potongan Keseluruhan



Gambar 5.5.1 Potongan B - B'



Gambar 5.5.2 Potongan A - A'

5.5.3 Perspektif

A. Lobby



Gambar 5.5.3 Perspektif Lobby



Gambar 5.5.4 Perspektif Lobby

B. Lounge and Café



Gambar 5.5.5 Perspektif Lounge and cafe



Gambar 5.5.6 Perspektif Lounge and cafe

C. Area Salon



Gambar 5.5.7 Perspektif Area Salon



Gambar 5.5.8 Perspektif Area Salon



Gambar 5.5.9 Perspektif Area Salon



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan proses perencanaan desain interior Salon Herry Ramli dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil studi dan analisa terhadap eksisting awal, didapatkan beberapa permasalahan yaitu :
 - Warna yang digunakan pada interior ruangan kurang menarik.
 - Desain Interior salon (langgam) yang kebanyakan, sehingga terkesan biasa saja. Langgam yang digunakan adalah natural tradisional.
 - Desain interior salon kurang mencerminkan target market salon yaitu wanita kalangan atas.
2. Tujuan awal dari re lokasi interior salon Herry Ramli berdasarkan studi dan analisa pendahuluan dan latar belakang diperoleh :
 - Mendesain suasana salon sesuai dengan target market salon yaitu wanita kalangan atas.
 - Mendesain interior dengan tema *luxurious* sesuai dengan target market salon Herry Ramli terutama pada aplikasi material, warna dan pencahayaan.
 - Memunculkan *image* mewah sesuai dengan karakter wanita kalangan atas.
3. Secara umum, hasil desain baru dari interior salon herry Ramli terlihat lebih baik daripada desain lama salon. Karena proses desain interior salon Herry Ramli ini didasari dari studi pustaka, eksisting, konsumen, kompetitor dan bahkan pembanding sehingga dapat mencakup keinginan dan kebutuhan baik dari konsumen maupun dari owner. Masukan dan ide yang diperoleh dari

pustaka dan studi kompetitor juga melengkapi desain baru salon Herry ramli ini.

4. Konsep secara umum yang digunakan pada desain interior salon Herry Ramli yang baru menggunakan konsep yang diterapkan dari desain baru salon Herry Ramli ini sendiri adalah menciptakan interior salon yang ditujukan pada wanita kalangan atas sehingga langgam yang digunakan adalah langgam modern tetapi diberi sentuhan kemewahan dengan mengadaptasi tema *luxurious*. Pemilihan konsep dan tema ini diharapkan mampu memenuhi segala keinginan dan kebutuhan dari para pengunjung dan penghuni dari salon herry ramli itu sendiri, tentunya terutama ditujukan untuk konsumennya yaitu wanita kalangan atas.
5. Image salon Herry Ramli lebih difokuskan kepada wanita berumur dua puluh empat keatas, mengingat wanita dengan umur sekian adalah wanita yang sudah mapan, minimal memiliki penghasilan sendiri. Oleh karena itu penciptaan nuansa mewah pada interior salon sangatlah tepat.
6. Penambahan fasilitas salon sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti area *creambath*, area konsultasi, ruang tunggu atas, *lounge* dan kafe diharapkan mampu memberikan kenyamanan dan nilai lebih dimata konsumennya.

6.2 Saran

Saran penulis untuk salon Herry Ramli selaku *owner*, dari studi dan proses desain ini masih terdapat banyak kekurangan pada interior dan fasilitas yang ada di salon Herry Ramli. Sehingga salon Herry Ramli masih kalah bersaing dengan kompetitor – kompetitornya seperti La Fayette, yang mengolah total interiornya sebagai *selling point* restorannya. Hal ini dapat menyebabkan salon Herry Ramli kurang memiliki nilai lebih dimata konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, Imelda. 2004. "Tiga Fungsi Pencahayaan, Jenis – Jenis lampu". **Lighting**, Serial Rumah. 4, 8 – 11. Jakarta : Gramedia
- Arnould, Eric. 2004. **Consumer** in Linda Price dan George Zinkhan. United States : McGraw Hill.
- Carter E., David. 2001 **Blue is hot Red is cool Choosing the right color for your Logo**. New York : Harpercollins
- Sally, Hoban. 2001. **Miller's Collecting Modern Design**, London : Miller's.
- Copestick, Joanna. 1998. **Vital Colour, Colour Themes for every room in** Merryl Lloyd. Great Britain : Ryland Peters & small.
- Gon, Harry. 2005. "Karakter Warna, Golongan Warna – Warna Sejuk". **Kombinasi Warna**, Serial Rumah Spesial. 29 – 30, 32. Jakarta : Gramedia.
- Hallock, Joe. 2002. **Colour assignment**.
<URL, :<http://www.squidoo.com>>
- Hill, Edward T. **The Hidden Dimension**.
- Jacques, Paul Grillo. 1975. **Form, Function & Design**.
USA : Dover.
- Jesais, Aka. 2004. **Sensational Color**.
<URL, :<http://www.yahoo.com>, a_veiro@yahoo.com in mailist"
- Loudon L, David. **Consumer Behaviour Concepts & Applications**. Della Bitta
- Pile, John. 2000. **A History of Interior Design**. UK : Laurence King publishing.
- Panero, Julius. 1979. **Human Dimension & Interior Space** in Martin Zelnik. New York : Watson-Guption Publications

Random House. 2006. **Luxurious.**

<URL, :<http://www.dictionary.com>>

Sloan Allen. 2000. **Beginning of Interior Environment** in
Phyllis, Miriam F. Stimpson, Lynn M. Jones. New
Jersey : Prentice hall inc.

Wikipedia. 2007. **Beauty Salon.**

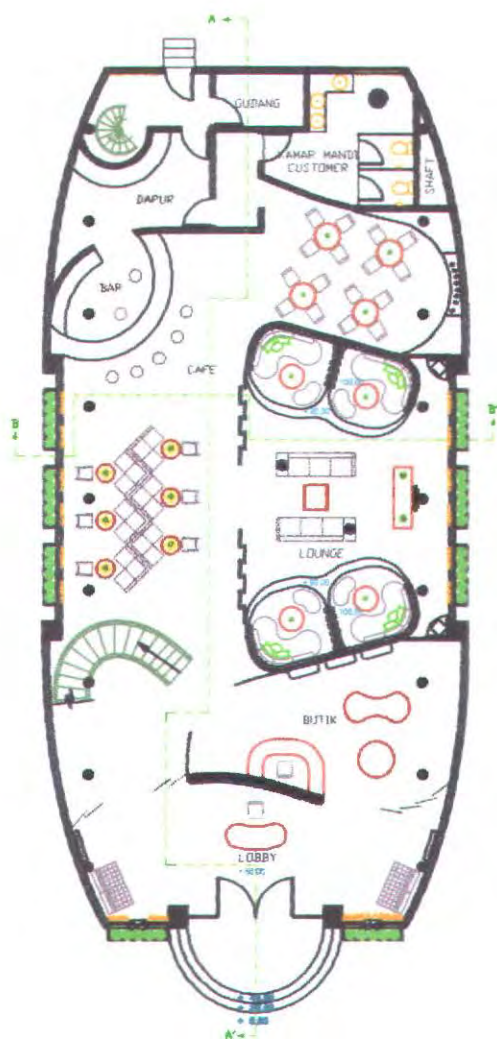
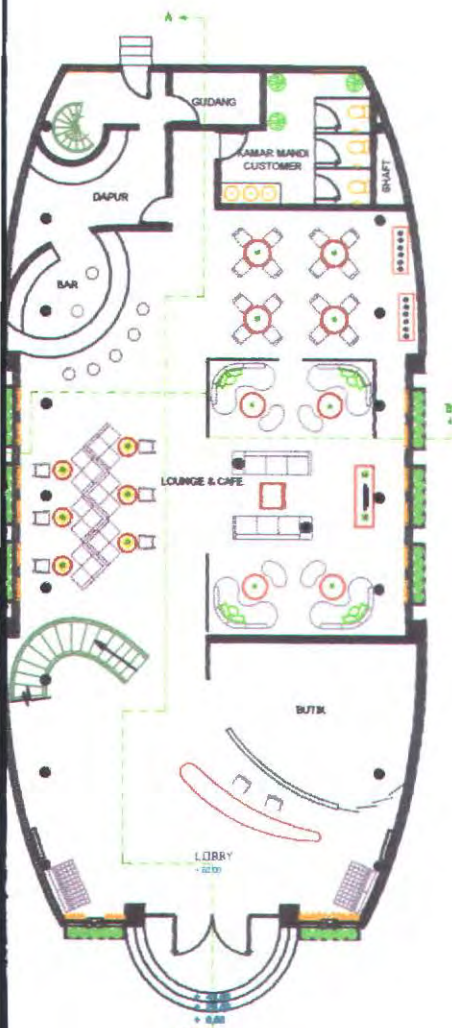
<URL, :<http://www.wikipedia.com>>

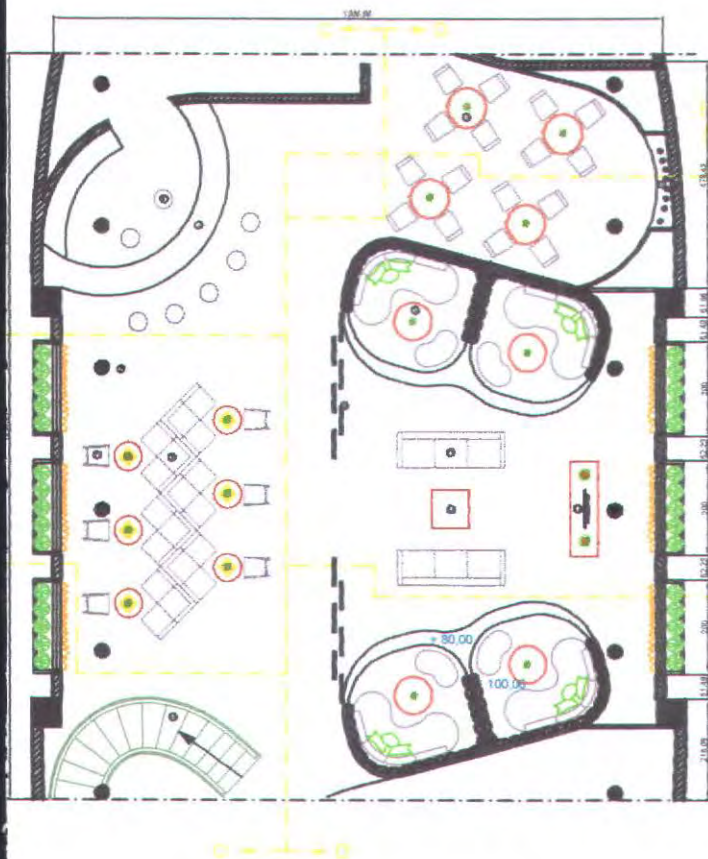
Wikipedia. 2007. **Color.** <URL, :<http://www.wikipedia.com>>

Woodson E, Wesley. 1981. **Human factor design Handbook,**
United States : Mcgraw Hill

FOTO – FOTO MAKET

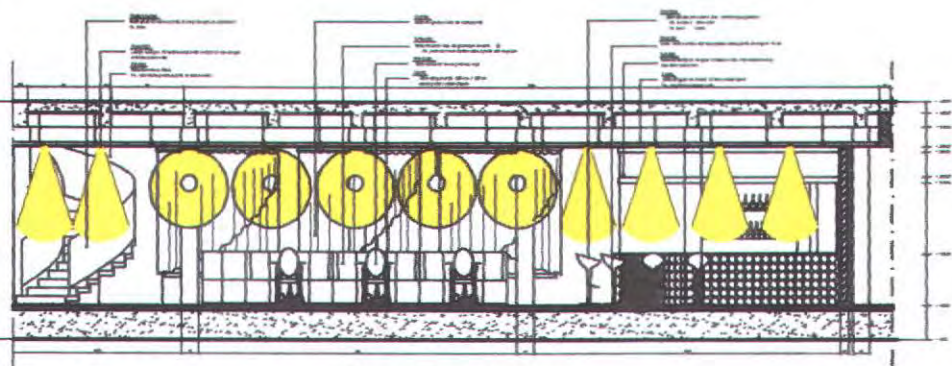




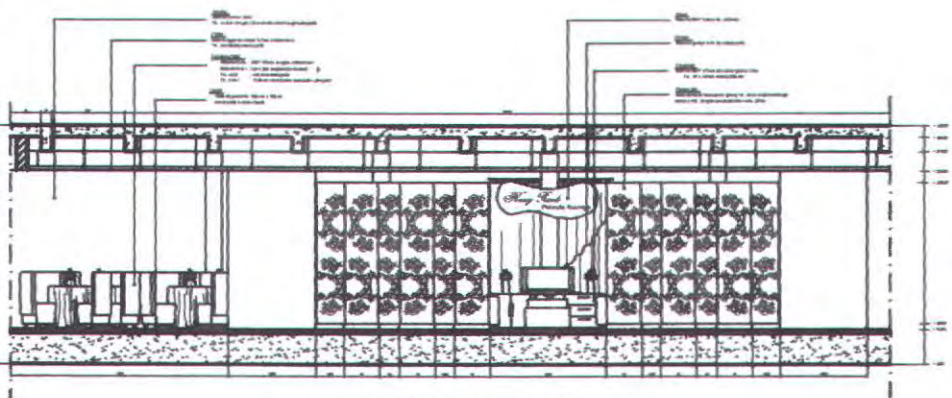


KETERANGAN

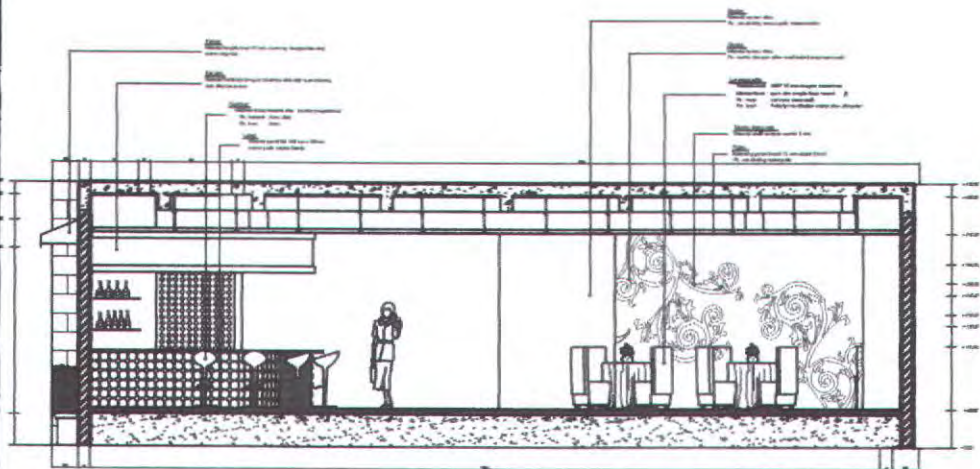
1. **RUANG TAMU**
Ruang tamu dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Tamu
Tipe: Ruang Tamu
2. **RUANG TUNGGU**
Ruang tunggu dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Tunggu
Tipe: Ruang Tunggu
3. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
4. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
5. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
6. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
7. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
8. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
9. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
10. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
11. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
12. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
13. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor
14. **RUANG KANTOR**
Ruang kantor dengan furnitur dan dekorasi yang sesuai.
Tipe: Ruang Kantor
Tipe: Ruang Kantor



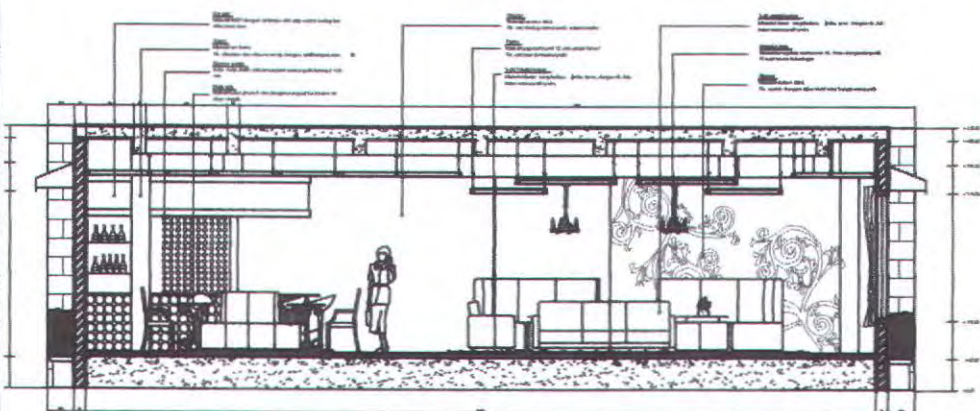
POTONGAN C - C'



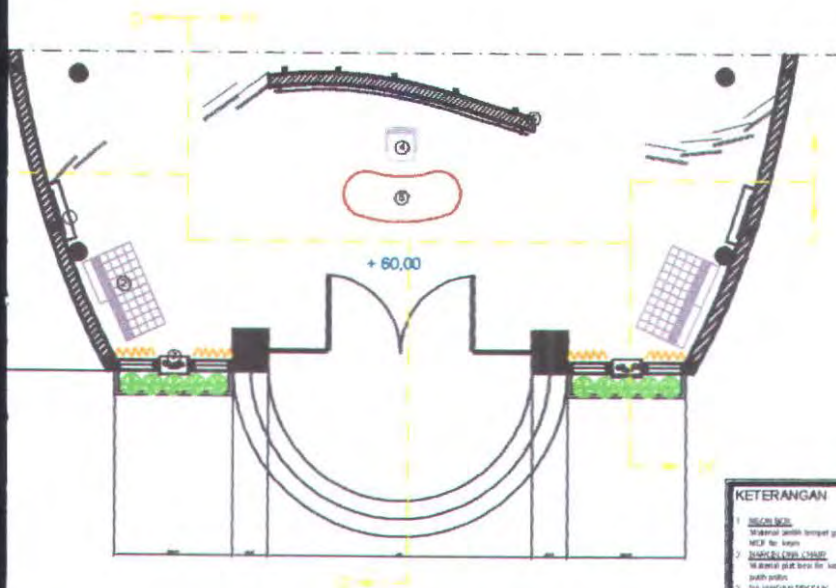
POTONGAN D - D'



POTONGAN E - E'



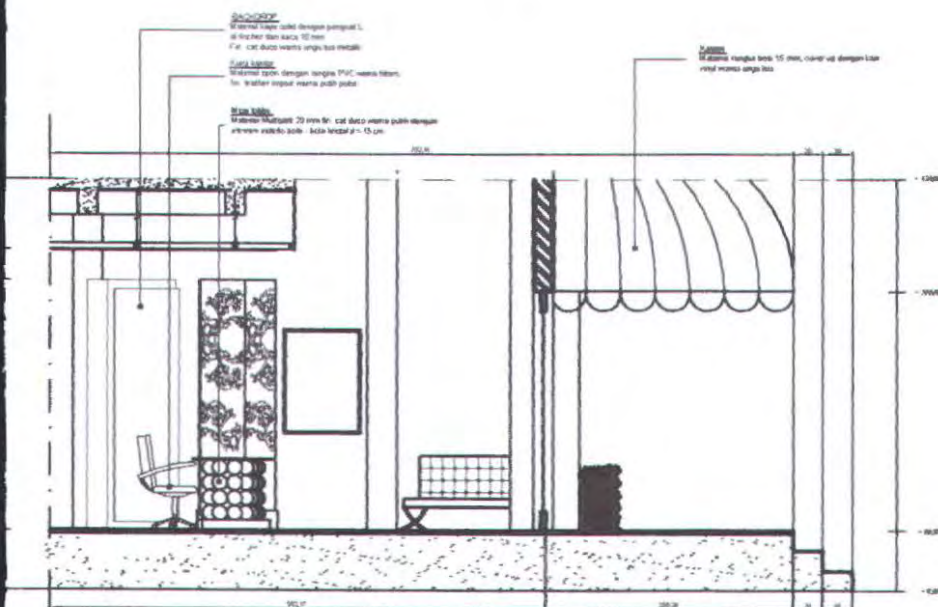
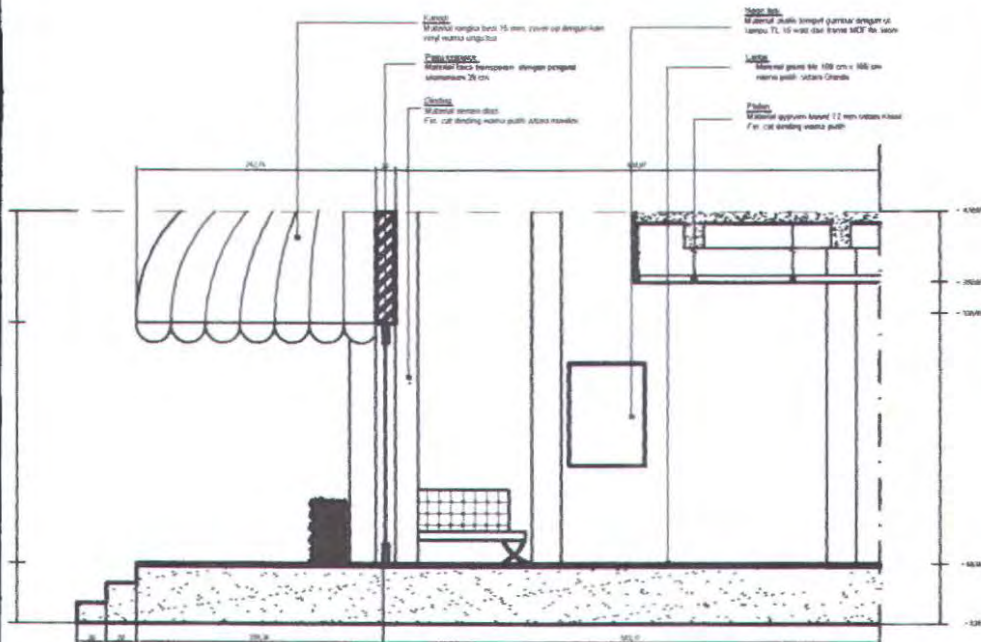
POTONGAN F - F'

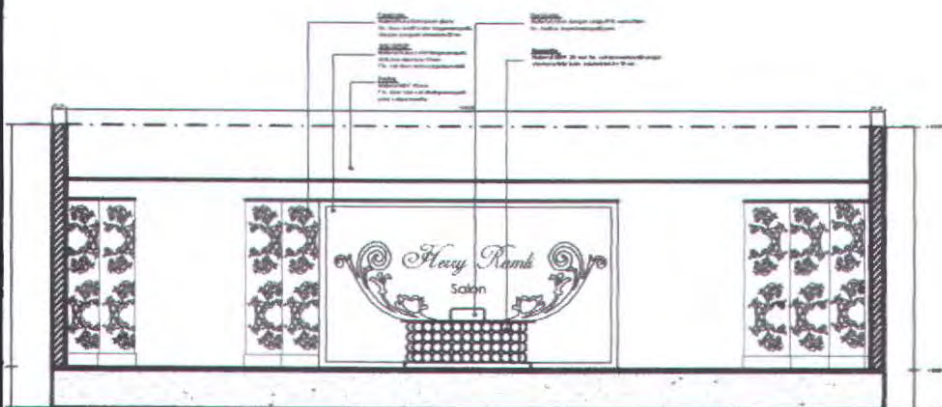


KETERANGAN

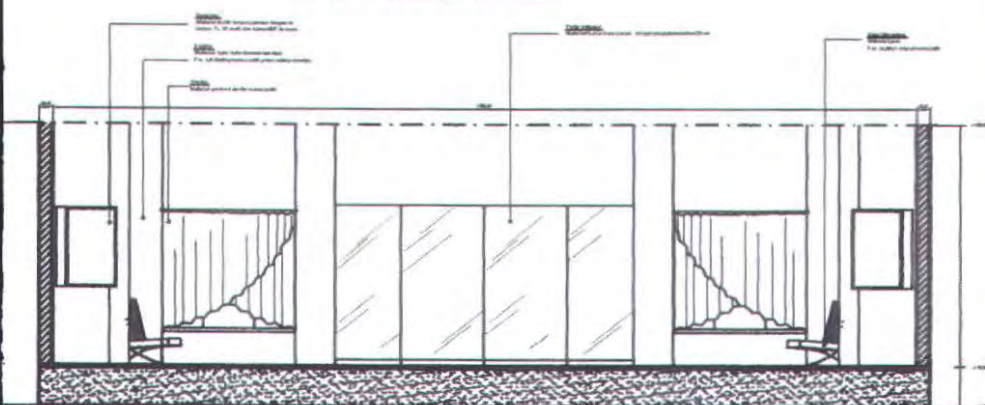
1. RUANG BUKU
Material panel tempur gandum dengan isi busu TL 15 mm dan frame MCF 40 mm.
2. RUANG KUBUR
Material plat besi 60 mm dengan apas open up 10 liter input warna putih polos.
3. RUANG KUBUR
Material batu bata dengan cat dasar 60 mm, granit hitam atau granit dengan bahan kaca transparan 10 mm.
4. RUANG KUBUR
Material apas dengan rangka PVC warna hitam, 60 mm dengan input warna putih polos.
5. RUANG KUBUR
Material MCF 30 mm dan cat dasar warna putih dengan benang hitam 10 mm - benang hitam 10 mm.
6. RUANG KUBUR
Material batu bata dengan pengikat L & braker dua bata 10 mm 10 mm - cat dasar warna putih polos.







POTONGAN I - I'

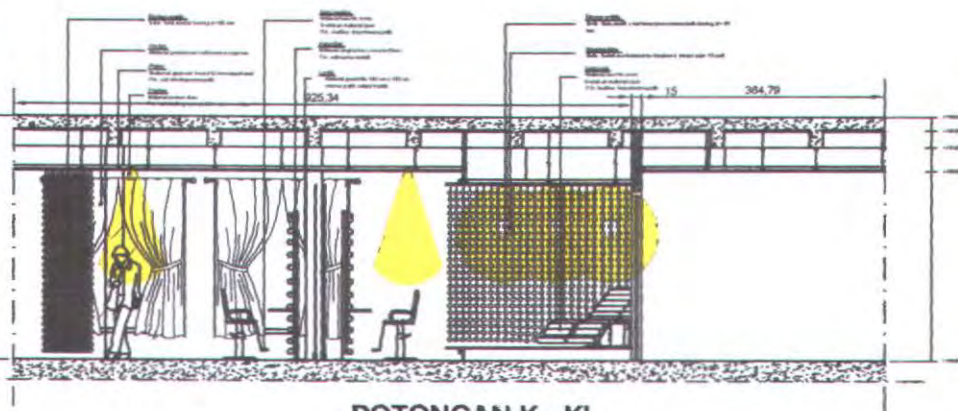


POTONGAN J - J'

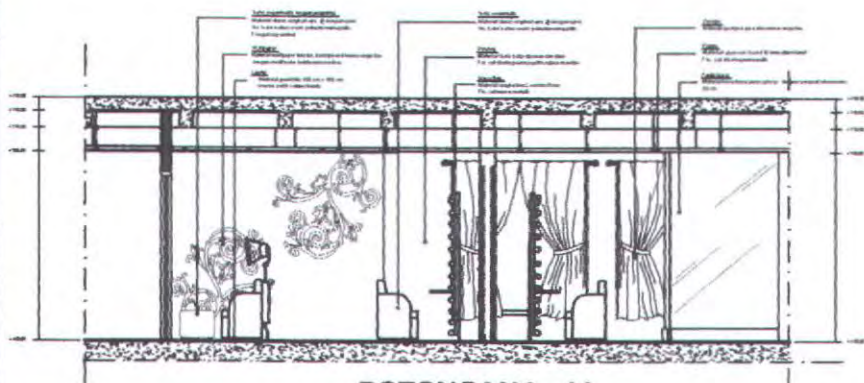


KETERANGAN

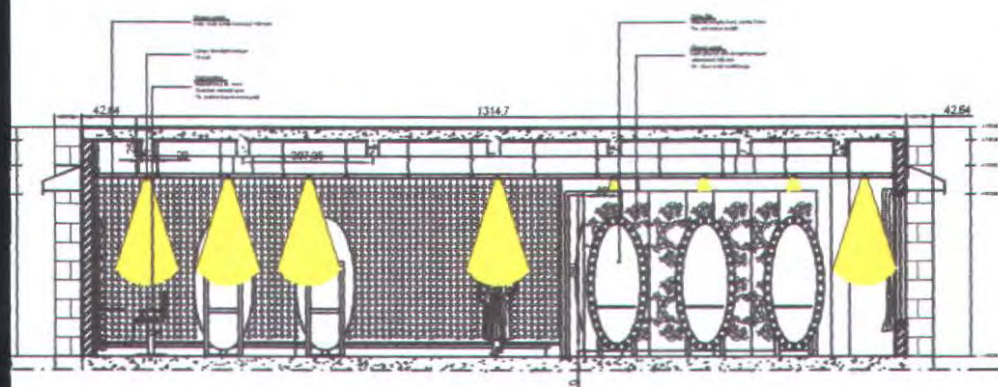
1. LEMBAR PAJANG
Material MCF No. 1811, ukuran dengan ketebalan 5mm
panjang 4000mm x 1200mm
2. KURSI KAJA
Material kayu ipis cover up dengan kain motif warna putih
dengan panjang 1 meter 1000 mm
3. KAJA DESAIN KAYU (KURSI KAJA)
Material kayu kempas, 1/2 dengan ipis
No. 1000 kawat kayu paku dengan kain motif warna putih
4. CABINET PENYIMPANAN PERANGKAT
Material PVC warna putih 1200
5. KURSI KAJA
Material kayu kempas, 1/2 dengan ipis
No. 1000 kawat kayu paku dengan kain motif warna putih
6. KAJA KAJA
Material MCF No. 1811, ukuran dengan ketebalan 5mm
7. KURSI KAJA
Material kayu kempas, 1/2 dengan ipis
No. 1000 kawat kayu paku dengan kain motif warna putih
8. LEMBAR PAJANG
Material No. 1811, ukuran dengan ketebalan 5mm
panjang 4000mm x 1200mm



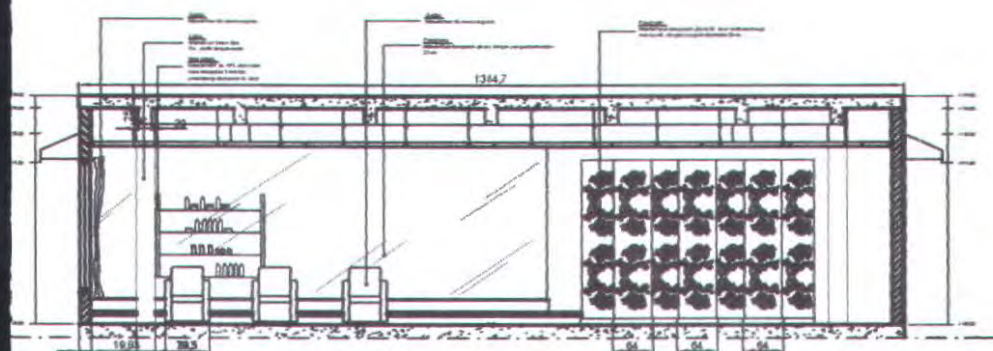
POTONGAN K - K'



POTONGAN L - L'



POTONGAN M - M'



POTONGAN N - N'



BIODATA PENULIS

Penulis dilahirkan di Surabaya, 20 Desember 1984, merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis telah menempuh pendidikan formal yaitu di TK AT-Thohiriyah Surabaya, SD. HANG TUAH I hingga menempuh tahun ketiga, lalu meneruskan kembali di SDK. DON BOSCO Surabaya hingga kelas enam. Penulis menempuh pendidikan menengah di SMPN 3 Surabaya dan melanjutkan studi di SMUN 2

Surabaya tahun 2003. Penulis mengikuti UMDES dan diterima di Jurusan Desain Produk Industri pada tahun 2003 dan terdaftar dengan NRP. 3403 100 052. Di Jurusan Desain Produk Industri ini Penulis mengambil , Program Studi Arsitektur Interior. Penulis sempat aktif di beberapa kegiatan kemahasiswaan dan kegiatan Seminar yang diadakan oleh HDII.