

ARTIKEL ILMIAH TUGAS AKHIR STUDIO

DESAIN INTERIOR

“AESTHETIC IOMA PERSONALIZED SKINCARE”

JL. Niti Mandala No.110 Renon , Denpasar. Bali



Oleh :

Andri Chandrasa NP Dauliqueca

NIM: 2010 05 023

Program Studi : Desain Interior

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

INSTITUT SENI INDONESIA

DENPASAR

2014

DESAIN INTERIOR *AESTHETIC IOMA PERSONALIZED SKINCARE*
JL. Niti Mandala No. 110, Renon, Denpasar. Bali

Andri Chandrasa NP Dauliqueca
2010.05.023

ABSTRAK

Manusia saat ini membutuhkan faktor penunjang kesehatan di dalam menjalani kehidupan sehari – hari, baik dari faktor makanan dan minuman sebagai cara untuk bertahan hidup. Dalam masyarakat modern, tak hanya makanan dan minuman yang menjadi kebutuhan sekarang ini, namun kesehatan diri terutama kesehatan kulit yang sekarang sedang menjadi *trend* di masyarakat modern. Di latar belakang oleh faktor lingkungan yang semakin buruk yang dapat mempengaruhi kesehatan tubuh yang akan berdampak pada kesehatan kulit. Serta tuntutan profesionalisme dalam pekerjaan yang menuntut kerapian dan kesempurnaan penampilan pada saat bekerja, terutama bertatap muka dengan rekan kerja bahkan klien. Maraknya *skincare* yang sekarang ini yang memberikan pelayanan perawatan baik kulit mau tubuh namun beberapa tidak sedikit yang kurang memerhatikan desain serta fungsi ruang, sehingga ruang terbuang percuma. IOMA Sebagai salah satu brand *skincare* terdepan di Eropa IOMA yang memberikan opsional kecantikan yang *personalized*, dimana semua dapat “terukur” dengan *programming system*, yang mengedepankan “A Moi” sebagai slogan, yakni “untuk saya” dimana pengertiannya hanya ada satu untuk satu orang. Gaya interior yang di gunakan adalah *modern* dan *hi-tech* dengan konsep *Ambrose in Valkyrie*. Konsep dan gaya dipilih karena kebutuhan serta sebagai penunjang branding dari IOMA tersebut.

Kata kunci : Desain, klinik desain, Proyek Desain

PENDAHULUAN

Manusia saat ini membutuhkan faktor penunjang kesehatan di dalam menjalani kehidupan keseharian, baik dari faktor makanan dan minuman sebagai cara untuk bertahan hidup. Dalam masyarakat modern, tak hanya makanan dan minuman yang menjadi kebutuhan sekarang ini, namun kesehatan diri terutama kesehatan kulit, yang sekarang sedang menjadi *trend* di masyarakat modern. Di latarbelakangi oleh faktor lingkungan yang semakin buruk yang dapat mempengaruhi kesehatan tubuh yang akan berdampak pada kesehatan kulit. Serta tuntutan profesionalisme dalam pekerjaan yang menuntut kerapian dan kesempurnaan penampilan pada saat bekerja, terutama bertatap muka dengan rekan kerja bahkan klien. Sehingga kebutuhan perawatan lebih untuk menunjang penampilan bagi masyarakat modern terutama pada kalangan menengah sampai kalangan atas.

Untuk memberikan solusi pada permasalahan tersebut maka disediakan beragam tempat yang dapat memberikan serta memenuhi kebutuhan akan perawatan yang di butuhkan oleh masyarakat modern kini yang telah penat dari kesehariannya dalam bekerja serta tuntutan kesempunaan di dalam penampilan. Dimana tempat tersebut mudah di akses serta terletak di tempat yang strategis.

Berdasarkan perkembangan jaman dan beragam inovasi pada dunia kesehatan terutama dibidang *skincare* yang mana dapat memanjakan serta mewujudkan penampilan yang sempurna bagi masyarakat modern yang tidak harus mendapatkannya dari tempat yang terpisah, sehingga memberikan keefesiensian waktu bagi mereka yang memiliki waktu yang begitu padat. Selain itu disediakan juga tempat untuk dapat sekaligus mengakrabkan diri dengan suasana yang dipadukan dengan kegiatan menikmati makanan dan minuman sehat khususnya, sehingga kegiatan tersebut terdapat di dalam satu tempat.

“*AESTHETIC IOMA*” merupakan salah satu pilihan tempat perawatan tubuh dan kulit yang dipilih oleh penulis, kata **IOMA** sendiri berasal dari bahasa Prancis yakni ‘*à moi*’ yang dibaca terbalik dan artinya adalah ‘untuk saya’. Dimana IOMA menggabungkan sains dan teknologi yang menawarkan konsep unik sebuah *brand* perawatan kulit yang mengedepankan personalisasi dalam semua inovasinya. Brand tersebut menekankan bahwa tak ada “satu untuk semua” bagi kebutuhan perawatan kulit perempuan. Sehingga untuk mendapatkan hasil optimal diperlukan sebuah perawatan yang di tujuan sesuai dengan kondisi dan kebutuhan setiap individu yang berbeda sehingga IOMA menghadirkan tiga prinsip yang menjadi visi nya yakni: *personalization, proof* dan *unparalleled beauty experience*.

Dimana untuk pertama kalinya dalam industri kecantikan, IOMA mengaplikasikan teknik deteksi *imaging* mutakhir, didukung teknologi **MEMS** (**Micro Electro Mechanical Systems**), yang dikombinasikan dengan rangkaian *skincare* yang telah disesuaikan (*customized*) dengan kondisi kulit wanita yang beragam dengan rangkaian perawatan yang sangat personal. Untuk mendapatkan hasil yang paling optimal dan dapat diukur, IOMA menciptakan alat diagnostik canggih dimana hasil dari analisa tersebut di jadikan rekomendasi untuk memformulasikan produk *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan tujuh lini perawatan yang komprehensif, yang masing - masing lini ditujukan sesuai dengan kondisi kulit, dapat menghasilkan lebih dari 10.000 konfigurasi kombinasi, dari pendekatan berbasis pada pembuktian diagnosa tersebut lalu secara otomatis menyusun program perawatan kulit yang telah di - *customized* sesuai hasil diagnosa tersebut. IOMA juga dapat menghitung secara kuantitatif dan mengukur efektivitas setiap perawatan yang direkomendasikan. Sehingga sistem kepercayaan pada IOMA yang ditujukan kepada para kliennya yang diimplementasikan melalui desain interior pada tempat IOMA tersebut.

Dengan adanya pengaplikasian konsep desainer yakni “*Ambrose in Valkyrie*” yang berdasarkan dari latar belakang IOMA yakni *à moi* yang berarti

aku, dimana mengedepankan personalitas. Kata *ambrose* sendiri merupakan kata mitologi bangsa *Greece* yang mengidentikan kecantikan, dapat pula diartikan *eternal youth*. Sedangkan *valkyrie* merupakan simbol wanita yang memiliki keunikan kecantikan yang tak luntur zaman, sehingga desainer mengambil analogi dari rangkaian tersebut dan menggabungkannya sampai terbentuk konsep tersebut yang akan diimplementasikan ke dalam wujud desain.

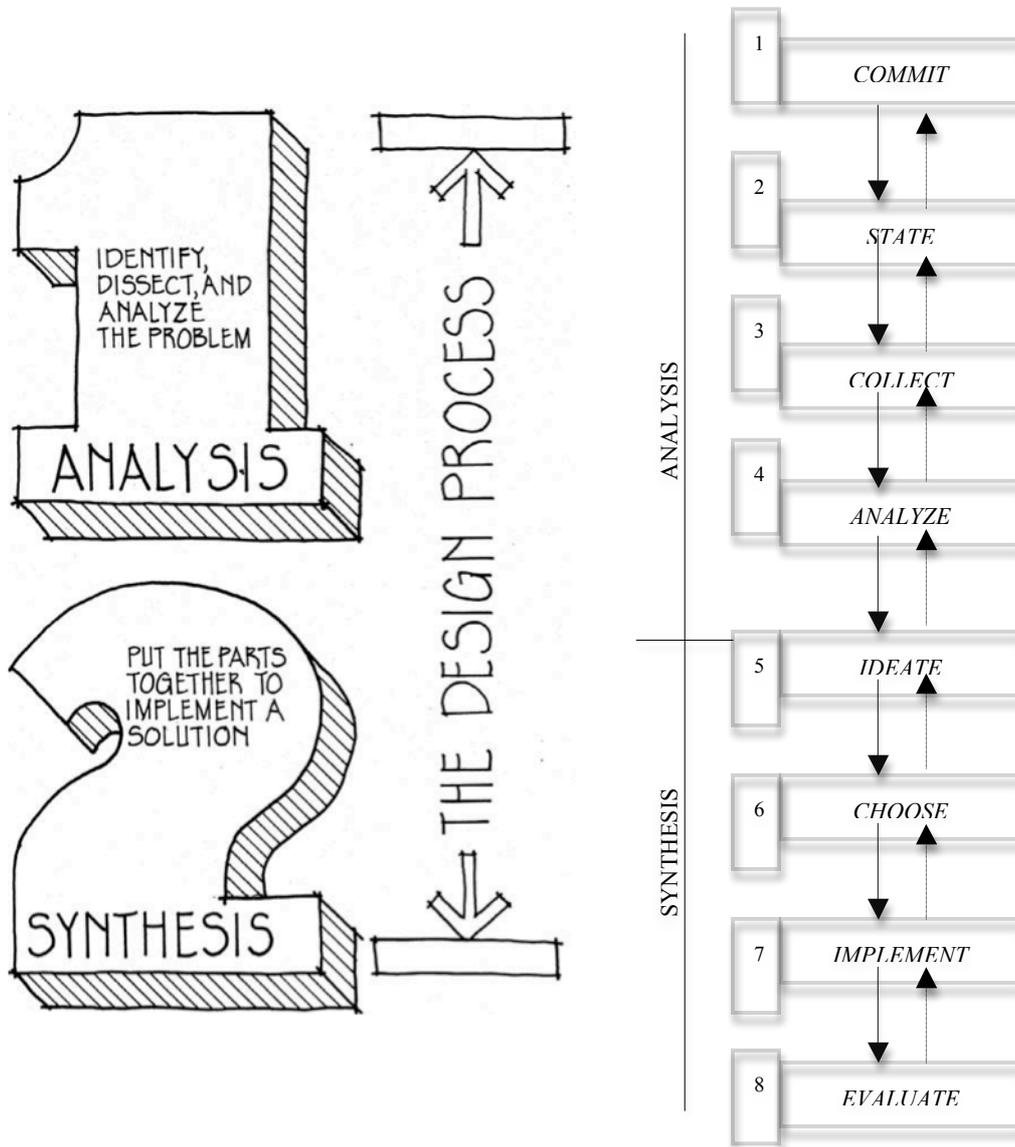
Fasilitas pada tempat perawatan kulit khususnya *Aesthetic* harus memenuhi *human spatial standard* yang mana berbagai kebutuhan akan nilai gerak terpenuhi oleh civitas saat beraktivitas, sehingga tidak terjadi *design mal – function* di dalam perancangan kelak. Standard ini sangat perlu pada saat perancangan berbagai ruang tindakan serta sejumlah area yang memiliki tingkat kepadatan sirkulasi serta sonasi yang padat, sehingga perlunya dasar pemikiran yang matang dalam merancang suatu ruang khususnya pada kasus *Aesthetic IOMA* yang mana menyangkut perihal medis. Pertimbangan akan nilai *spatial* pada ruang yang dirancang harus setidaknya memenuhi kebutuhan akan kegiatan civitas pada saat di area tersebut. Sehingga bagaimana merumuskan nilai desain perancangan interior pada *Aesthetic IOMA* yang dapat memenuhi segala kebutuhan serta aktivitas juga dapat memberikan profit bagi IOMA nantinya.

Berdasar perihal ini, penulis mengambil kasus tugas akhir “ *AESTHETIC IOMA PERSONALIZED SKINCARE* “ sebagai objek studi kasus Tugas Akhir, karena sebagai salah satu sarana konsultasi kulit, serta perawatan *aesthetic* yang diberikan akan memberikan kesan baik dari segi pelayanan maupun suasana ruangnya. Untuk itu segi interiornya harus mempunyai memiliki kesan tersendiri dari ruang yang didesain.

METODE

Proses Desain

Proses desain merupakan langkah pencarian untuk memecahkan suatu permasalahan rumit untuk mendapatkan pemahaman serta solusi. Tahapan ini membantu desainer untuk memilah data berdasarkan sintesa permasalahan yang didapatkan dari data kasus. Proses desain dibagi menjadi dua sub yakni *analysis* dan *synthesis* yang nantinya akan terbagi lagi menjadi beberapa poin sub, seperti *commit, state, collect, analyze, ideate, choose, implement, evaluate* yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

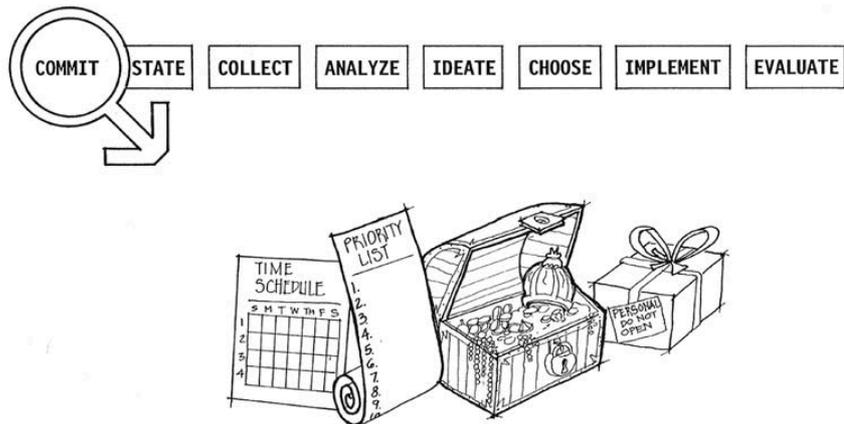


Gambar 1.1. Penjabaran Rangkaian Proses Desain

Sumber : Kilmer, 2014 : 178

1.1 *Commit* / Menerima Data

Mengumpulkan dan menerima data mentah yang nantinya akan di proses dan dipilah kembali, dan telah menentukan prioritas data yang akan diproses nanti. Data tersebut yang akan mengawali proses jalannya desainer untuk membuat program desain.



Gambar 1.2. Membuat List Prioritas dari Data Yang Ada
 Sumber : Kilmer, 2014 : 181

Selain proses pengumpulan data tersebut diperlukan data pembanding bagi desainer, seperti berikut:

1. Kajian kepustakaan

Merupakan pengumpulan data yang memanfaatkan buku atau literatur sebagai bahan referensi untuk memperoleh kesimpulan-kesimpulan atau pendapat para ahli dengan mendapatkan kesimpulan tersebut sebagai metode tersendiri (Ary, 2005:165).

Penulis mencari data dimana untuk menunjang terciptanya sebuah desain Interior *Aesthetic* IOMA yang di peroleh dari berbagai sumber buku - buku dan media lainnya.

2. Observasi

Menurut (Syaodin, 2006:220) menyatakan bahwa observasi merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Di dalam proses ini pengumpulan data dimulai dari mengamati langsung lokasi studi kasus perihal mengenai objek yang akan dibahas dan mencatat secara sistematis hal yang berhubungan dengan kasus *Aesthetic* IOMA tersebut. Pada metode observasi, desain pusat perawatan kulit yang sudah ada di amati oleh penulis untuk menerjemahkan kembali dalam bentuk tulisan dan gambar sehingga dapat dimengerti yang nantinya digunakan dalam mendesain.

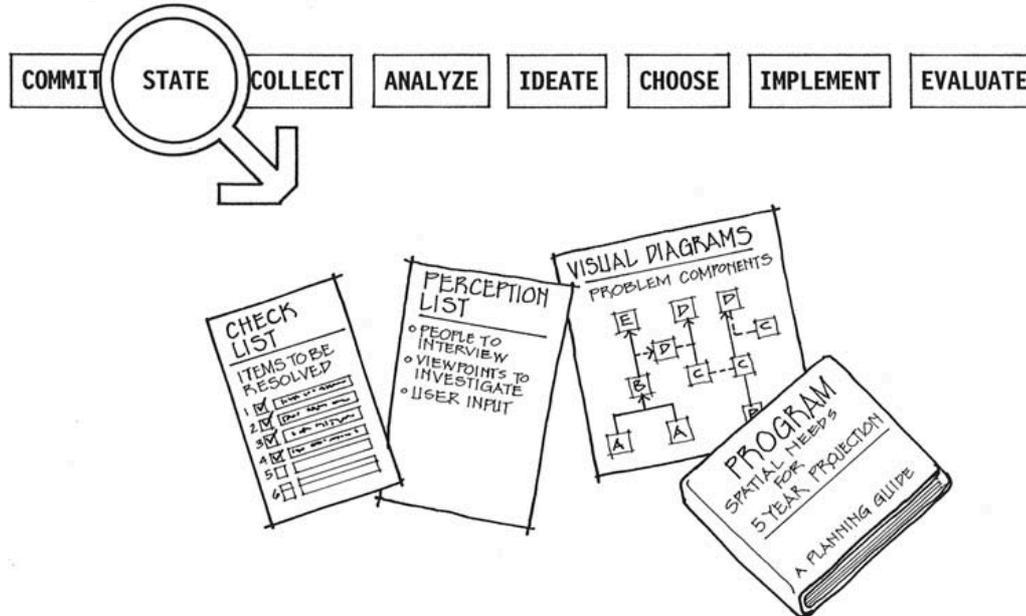
3. Wawancara

Wawancara merupakan suatu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterberg, 2002).

Wawancara dilakukan dengan pada saat penulis berada di lokasi yakni *Aesthetic* IOMA di Singapura dengan dokter serta *beautician* yang bertugas saat itu yang nantinya digunakan sebagai parameter. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data mengenai sistem program serta *vision* dari tempat tersebut.

1.2 State / Menentukan Masalah

Setelah proses *commit* di lanjutkan dengan proses *state* yang mana bertujuan menindak lanjuti poin data yang telah diproses dan dikaji lagi untuk menentukan langkah berikutnya. Di dalam proses ini data yang telah didapat diformulasikan lagi sehingga terbentuk *visual programs* yang mana telah mendapatkan data dukungan sebagai refensi desainer.

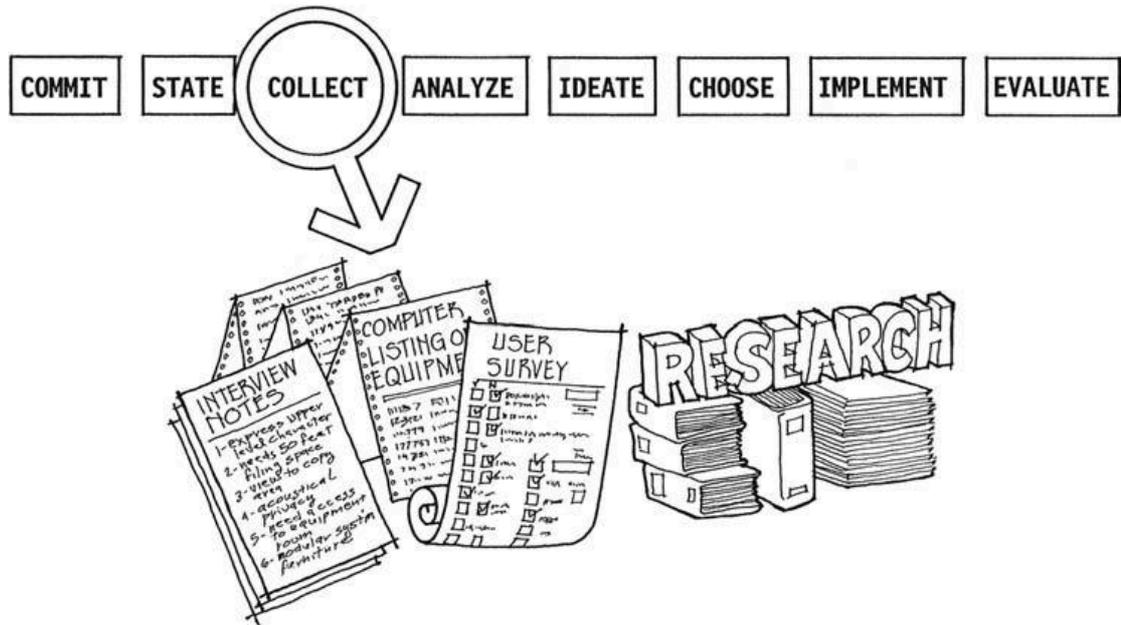


Gambar 1.3. Memproses Data dan Membuat *Visual Program*
Sumber : Kilmer, 2014 : 181

Visual program merupakan data susunan program dari hasil proses awal, yang mana terdiri dari tujuan desain, sasaran, serta permasalahan yang akan membantu desainer untuk memvisual dan mengorganisasikan program.

1.3 Collect / Mengumpulkan Fakta

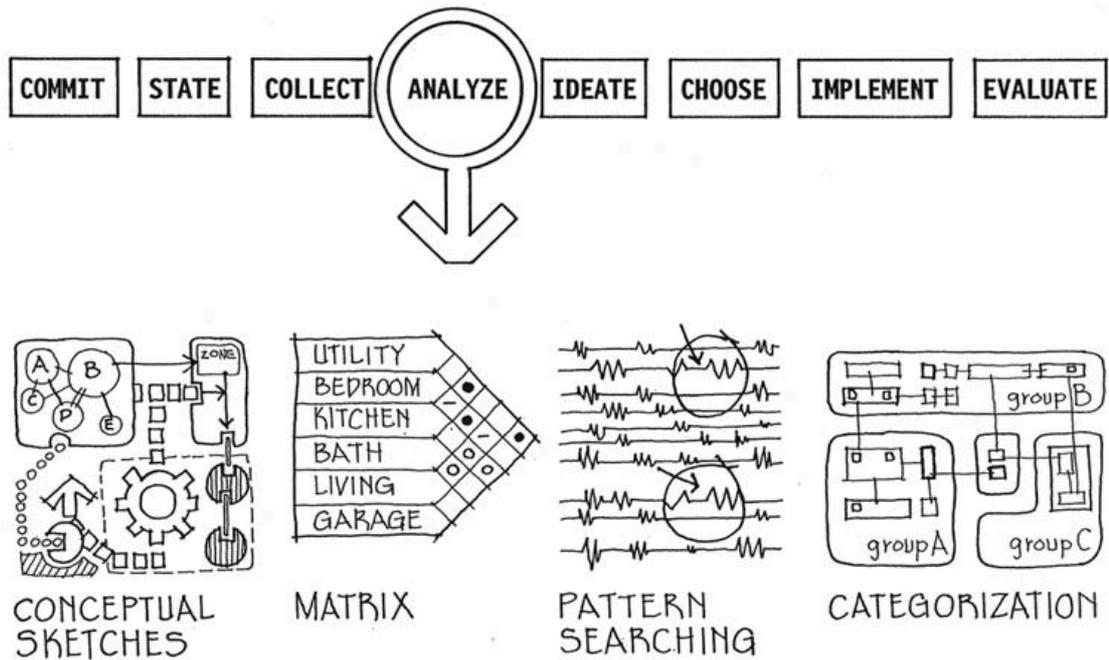
Di tahap ini umumnya disebut sebagai “pemrograman” yang melibatkan pengumpulan data (yang telah di kategorikan sebelumnya). Di dalam tahap ini melibatkan proses penelitian, data, survei, dll secara lebih rinci atau akurat.



Gambar 1.4. Teknik Pengumpulan Data Sebagai Acuan Pemrograman Desain
 Sumber : Kilmer, 2014 : 183

1.4 Analisis

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah disajikan dan diinterpretasikan. Dalam penelitian dapat menggunakan beberapa metode untuk menganalisis permasalahan secara cepat dan tepat serta mencegah desainer membuat kesimpulan yang keliru.



Gambar 1.5. Teknik Untuk Menganalisis Informasi Dapat Melalui *Sketch*, *Matrix*, Pola Pencarian, dan Pengkategorian
 Sumber : Kilmer, 2014 : 183

Seperti pada gambar di atas, proses analisis dapat diperoleh dengan menggunakan metode tersebut agar sistem menganalisa dapat teratur dan tepat pada proses perancangan ruang. Di samping itu dalam penelitian ini metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah sebagai acuan data desainer dalam merancang program serta pola pada ruang kelak. Penjelasan sebagai berikut:

Kualitatif

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (*Creswell, 1998:15*).

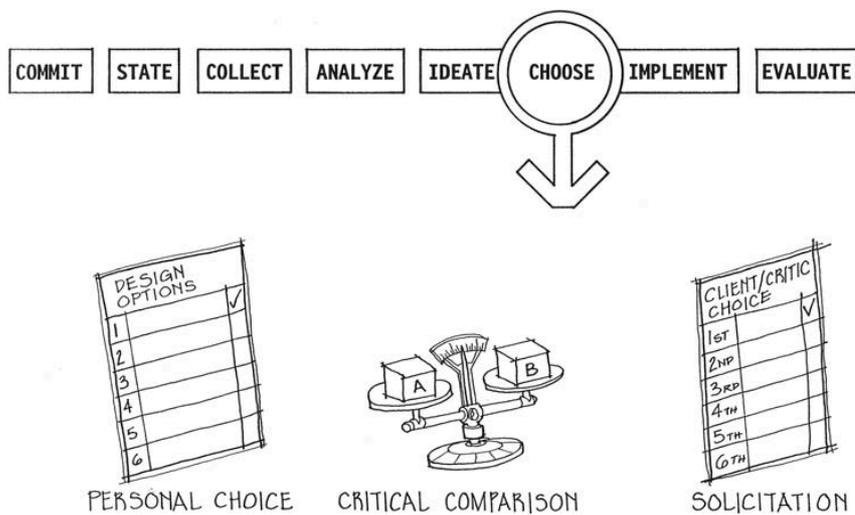
Metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi obyek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan (*Moleong, 2007*).

1.5 Ideate / Membentuk ide

Tahap mengeluarkan ide alternatif yang akan digunakan untuk sebuah proyek kelak. Ide kreatif yang dihasilkan harus memberikan kemungkinan akan terpecahkannya permasalahan di dalam pendesainan yang mana pemahaman tersebut telah diuraikan di dalam tahapan sebelumnya (Kilmer, 2014:185).

1.6 Choose / Pemilihan

Pada proses ini pemilihan dapat di ambil bila telah memenuhi persyaratan (seperti penjelasan di atas) dimana desainer telah membanding dan mempertimbangkan hasil desain yang telah memenuhi kriteria yang *owner* tawar sebelumnya (seperti, *budget*, kebutuhan, keinginan, tujuan) seperti pada gambar :



Gambar 1.6. Teknik Pertimbangan Pemilihan Ide Yang Akan di Pilih
Sumber : : Kilmer, 2014 : 189

1.7 Implement / Penerapan

Penerapan gagasan yang telah di sepakati ke dalam perwujudan. Dimana telah melalui proses tahap konsultasi (berupa, sketch, denah, 3D) dan presentasi akhir yang dapat di jabarkan prosesnya sebagai berikut :

1. Final Design

Di bagian ini, proses lanjutan dari tahap sebelumnya yang di lengkapi dengan denah, denah potongan, *elevation*, serta pemebrrian informasi detail.

2. Time Schedules

Menyusun waktu estimasi pengerjaan agar waktu yang digunakan seefektif mungkin, agar tenggat waktu sesuai dengan rencana

3. Budget

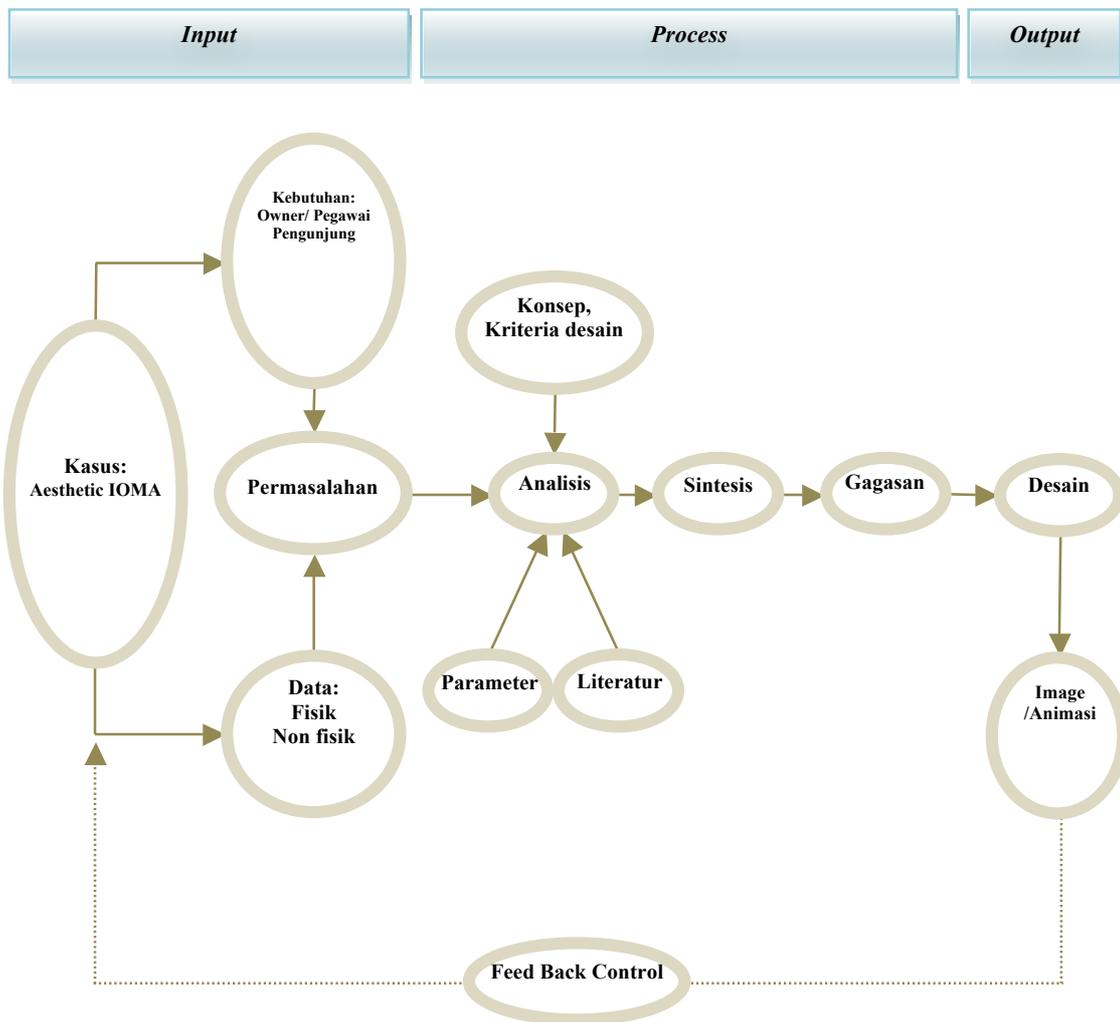
Penyesuaian desain dengan anggaran yang diberikan oleh klien, namun memenuhi keinginan serta kriteria yang klien inginkan

4. Contract Administration

Di bagian ini, proses lanjutan dari tahap sebelumnya yang di lengkapi dengan denah, denah potongan, *elevation*, serta pemebrian informasi detail.

1.8 Skema Proses Desain

Beberapa komponen yang terlibat dalam proses desain interior *Aesthetic IOMA* dapat dilihat pada bagan berikut :



Gambar 1.7 Bagan Proses Desain

Sumber : Data Penulis 2014

Dari bagan tersebut dapat di simpulkan menjadi beberapa komponen tahapan untuk mendesain *Aesthetic IOMA*. Tahapan pertama desain adalah *input* sistem

kerja diawali dari kasus dengan mengumpulkan data lapangan berupa data fisik dan data non fisik, melaksanakan wawancara dengan pihak terkait, dan mendata latar belakang dari kasus yang diambil, kenapa ada, sekarang bagaimana, kedepannya ada rencana apa, yang kemudian dapat di formulasikan dan dibatasi permasalahannya.

Kemudian pada tahap kedua adalah **process** yaitu pengembangan dari pendataan kasus baik data lapangan, data literatur, dan data parameter yang disesuaikan dengan kasus yang ditangani. Dimana untuk memudahkan penulis menganalisis tema dan konsep desain yang tentunya terlebih dahulu telah ditentukan. Dari tersebut menghasilkan berupa gagasan ide, gambar pra desain dan desain alternatif.

Kemudian tahap ketiga adalah **Output**, hasil akhir berupa wujud desain akhir seperti gambar, animasi atau maket dari studi kasus. Tidak lupa juga untuk melakukan *feed back* dari desain final ke studi kasus.

Metode Penyajian Data

Deskriptif

Penyelidikan deskriptif yaitu berusaha mencari pemecahan melalui analisis tentang hubungan sebab - akibat, yakni yang meneliti faktor - faktor tertentu yang berhubungan dengan situasi atau fenomena yang diselidiki dan membandingkan satu faktor dengan yang lain.

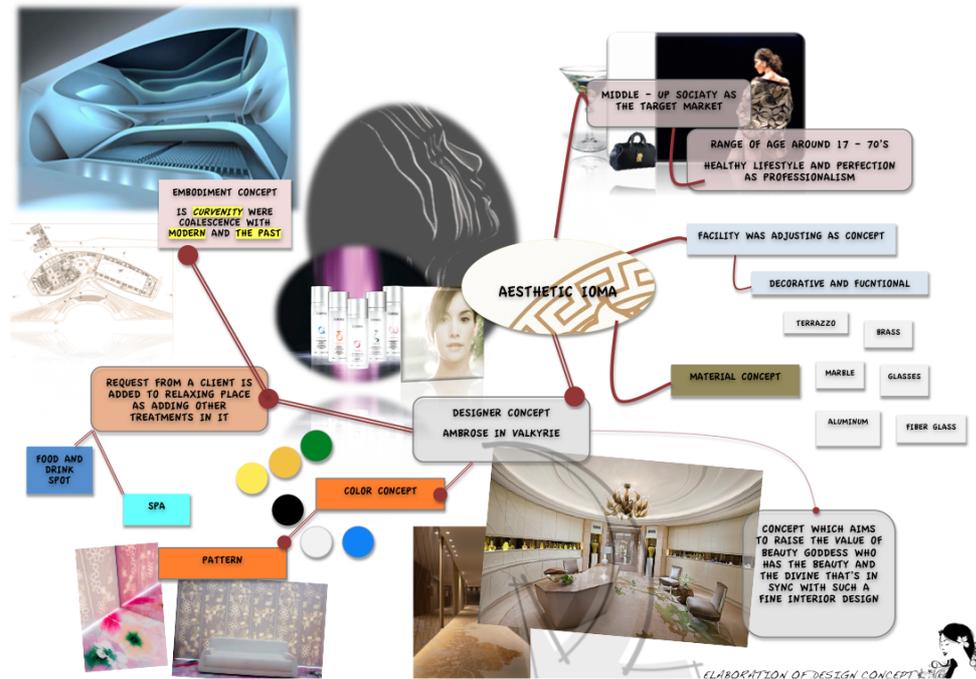
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengadaptasian dan perkembangan desain saat ini merupakan terusan dari desain masa lalu yang disesuaikan dengan kebutuhan masa kini, baik itu bentuk arsitektur, ruang, dan fasilitas yang ada yang didasari oleh keinginan akan kebutuhan yang terus berkembang (Kilmer, 2014 : 22). Dengan melalui pendekatan programatik yang mana juga sebagai tanggapan langsung untuk memecahkan permasalahan yang ada dengan mengembangkan ide – ide abstrak (Wardono, 2005 : 31). Berhubungan erat dengan perawatan *personalized aesthetic* maka konsep “*Ambrose in Valkyrie*” yang berarti keremajaan abadi wanita sebagai jembatan aplikasi perwujudan sarana interior *aesthetic* klinik. Yang bermaksud sebagai solusi penempatan sarana *aesthetic* klinik yang didalamnya terdapat berbagai perawatan kecantikan, dan kesehatan serta perbaikan kondisi kulit seperti *face treatment*, *body treatment*, dan *aesthetic treatment*. Perancangan interior *Aesthetic IOMA* merupakan jawaban dari rutinitas wanita *high – end* masa kini yang menginginkan prioritas di dalam perawatan kulit.

Karakteristik gaya yang akan berkaitan dengan perancangan interior *Aesthetic IOMA Personal Skincare* yakni adanya peleburan *modern* dengan teknologi ke dalam konsep desainer yakni *Ambrose in Valkyrie* yang memiliki kelembutan pada desain ruang (yakni, organik) yang biasanya gaya modern yang terlihat kaku sehingga adanya bentuk ruang lengkung yang menjadikan dinamis. Penggabungan dengan teknologi dikarenakan *aesthetic skincare* terdepan yang

memerlukan teknologi terdepan sebagai sarana pelayanan bagi target konsumen yang notabennya merupakan kalangan menengah keatas.

Warna yang akan diterapkan yakni warna perusahaan IOMA putih, hitam, dan *silver*, juga adanya penambahan warna lain sebagai aksen pada ruangan. Penjabaran konsep dapat dijelaskan melalui gambar berikut :

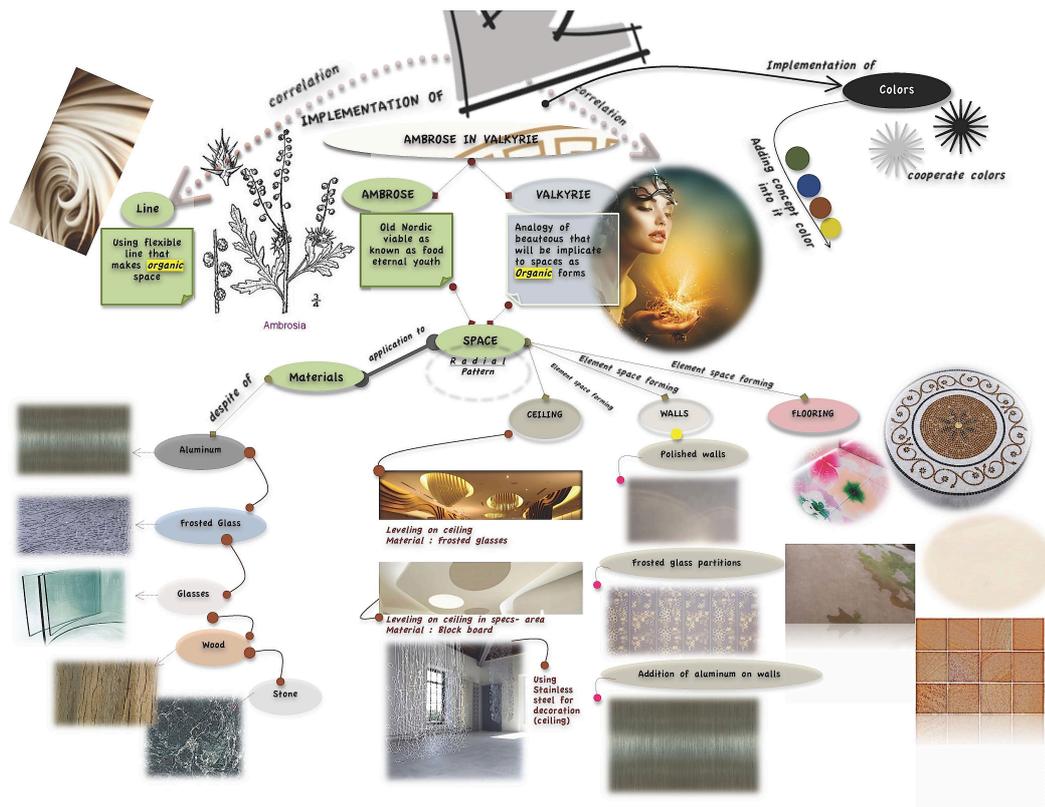


Gambar 1.8. Penjabaran Konsep *Ambrose in Valkyrie*
 Sumber : Data Penulis

Seperti penjabaran konsep diatas karakteristik konsep yang dipilih merupakan mempresentasikan kelembutan, detail, serta pola ruang yang menjadikan ruangan lebih dinamis meskipun bergaya *modern* yang cenderung minimalis. Penjabaran tersebut mewakili dari elemen konsep yang akan digunakan berdasarkan pemahaman latar belakang “ioma” (seperti pada pembahasan sebelumnya).

Penjabaran tersebut merupakan awalan gagasan desainer yang berdasarkan data yang diperoleh dan diolah serta dikembangkan menjadi rangkaian ide (seperti halnya gambar diatas) sebagai *mind mapping design* yang memberi gambaran pada ruang yang akan di desain nanti.

Hubungan atau kolerasi yang digunakan (seperti elemen desain) didalam konsep yang dijabarkan dapat dijelaskan melalui gambar berikut dibawah ini:

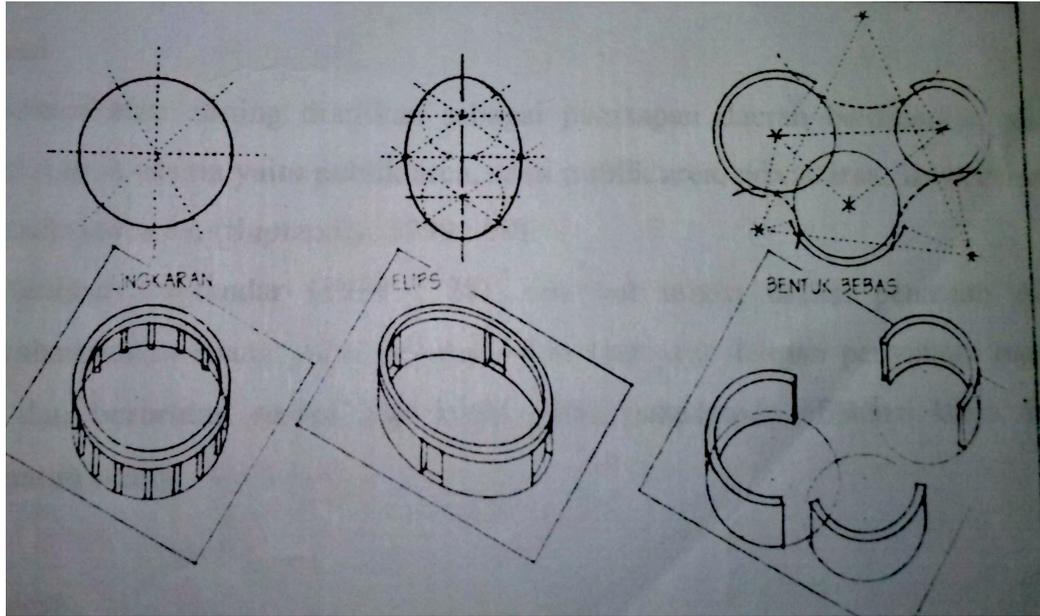


Gambar. 1.9. Penjabaran Konsep Karakteristik *Ambrose in Valkyrie*
 Sumber : Data Mahasiswa

Dapat dilihat diatas bahan dan material yang digunakan serta pola ruang *radial* juga warna (seperti dibahas sebelumnya) yang akan menjadi karakter pada ruang yang akan dirancang. Dilihat dari material yang digunakan yakni alumunium, kaca beku, kaca transparan, kayu, serta bebatuan akan memberikan kesan *modern* serta *edgy*. Pengaplikasian pada plafond, yang menggunakan *gypsum* dan kaca beku serta melakukan *leveling* pada area tertentu. Penggunaan sebagian besar kaca beku untuk bagian dinding memberikan nilai estetis juga kesan lapang. Pada lantai material yang digunakan seperti marmer, *terrazzo*, keramik warna, serta kaca memberikan efek pada ruang yang didesain. Semua material harus memenuhi standard medis internasional yang berlaku sehingga tidak membahayakan *customer* ketika melakukan kegiatan di dalamnya.

a. Konsep Bentuk

Pola bentuk yang diambil merupakan bentuk geometris sederhana , serta organic dengan meminimalkan sudut.

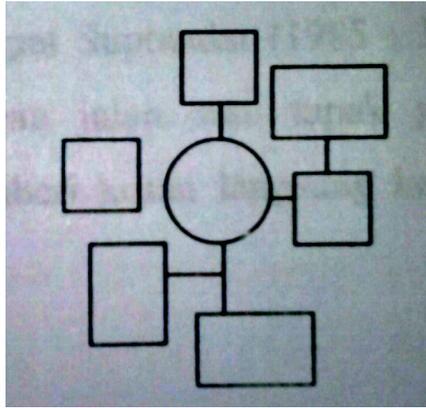


Gambar 1.10 Ruang Bentuk Lengkung
 Sumber : Ching. 1996 : 32

b. Konsep Ruang

1. Organisasi Ruang

Organisasi Ruang yang sesuai dengan kasus *Aesthetic IOMA Personalized Skincare* adalah organisasi ruang *cluster*. Denah *cluster* terbentuk oleh susunan ruang berulang dengan fungsi, bentuk, ukuran yang sama atau tidak. Organisasi ruang *cluster* menggunakan pertimbangan penempatan peletakan sebagai dasar untuk menghubungkan suatu ruang terhadap ruang lainnya. Menerima ruang-ruang yang berlainan ukuran, bentuk, dan fungsinya tetapi berhubungan satu dengan yang lain berdasarkan penempatan dan ukuran visual seperti sumbu atau aksis. Komposisi *cluster* ini tidak mengacu pada bentuk geometris tertentu jadi fleksibel, luwes dan mungkin berkembang dengan mempertahankan prinsip bentuknya yang unik. (Wardono, 2005 : 40). Cara menyatukan ruang yang berulang fungsi, bentuk dan ukuran yaitu dengan disusun menurut sumbu simetris dan aksial dan menggunakan pola yang terpusat.



Gambar 1.11. Organisasi Bentuk Ruang *Cluster*
Sumber : Ching. 1996 : 32

c. Konsep Warna dan Material

Penerapan warna dan material pada desain berkaitan dengan penciptaan suasana ruang. Konsep warna dan material yang digunakan menyelaraskan dengan konsep desainer yakni *Ambrose in Valkyrie*.

1. Konsep warna

Berlatar belakang dari konsep *image* IOMA yang elegan serta khusus bagi beberapa kalangan dimana ioma memiliki *cooperate concept* yang dicerminkan pada logo berikut :



Gambar. 1.12. Logo IOMA
Sumber : Data Penulis

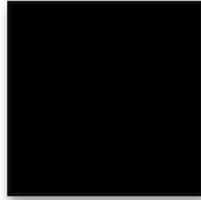
Berdasarkan dari logo tersebut terdapat beberapa warna yang mempresentasikan makna serta font tulisan yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Warna silver



Warna silver mempresentasikan kematangan seseorang sebagai kategori “platinum age”.

- Warna hitam



Warna hitam mempresentasikan keseriusan dan keeleganan yang mencirikan akan kesungguhan dan profesionalisme.

- Font tulisan “ioma”

Font tulisan kecil yang digunakan memberikan kesan keramahan sebagai cerminan *cooperate concept* namun serius dan profesional.

Perihal tersebut menjadi pertimbangan untuk menentukan konsep yang selaras dengan citra perusahaan.

d. Konsep Pencahayaan dan Penghawaan

Konsep pencahayaan yaitu *general lighting* dan *specialty lighting*, *decorative lighting* merupakan pencahayaan sekaligus penunjuk alur sirkulasi. *specilaty lighting* adalah pencahayaan untuk menonjolkan elemen - elemen khusus (semisal, pada floor lighting).

e. Konsep Furniture

1. Aesthetic for Clinic Furniture

Aesthetic for Clinic Furniture adalah mebel yang dirancang khusus untuk yang menyesuaikan dengan nilai *spatial standard* klinik, dengan tujuan tertentu yang ditempatkan pada area publik maupun privat. Yang dibuat relatif sedikit dan di tempatkan pada area telah ditentukan seperti pada *waiting area*, *display* dan *cashier area*, *IOMA sphere area*, dan lainnya..

2. Built in Furniture

Built in Furniture merupakan mebel yang dirancang mengikuti pola dinding yang melengkung yang nantinya akan diisikan produk (biasanya sebagai *display*)

2. Mass Furniture

Mass Furniture yaitu mebel yang dibuat dengan standard dengan jumlah yang

banyak. Diantaranya adalah kursi pada *receptionist area*, *cashier area*, dan *treatment room*.

a. Kriteria Desain

1. Aman
Setiap desain atau perwujudan tidak mengganggu aktivitas satu dengan yang lainnya dan setiap perwujudan mampu memberikan keamanan pada pemakai. Sehingga orang yang melakukan aktivitas merasa aman.
2. Nyaman
Memberikan rasa nyaman kepada setiap civitas beraktivitas.
3. Menenangkan
Ruang yang memberikan ketenangan ketika civitas berada di dalamnya.
4. Memuaskan Visual
Memberikan kepuasan visual ketika civitas melakukan aktivitas.
5. Unik
Perwujudan ruang, yang tidak biasa yang memberi nilai lebih pada ruang yang digunakan.
6. Hi - Tech
Dilengkapi dengan teknologi terbaru yang akan membantu civitas didalam aktivitasnya.
7. Elegan
Keleganan terlihat pada material yang digunakan di dalam ruang.
8. Mewah
Penggabungan material serta bentuk ruang dan warna akan menjadikan ruang yang mewah.
9. Memberikan Rasa Privasi
Adanya ruang khusus yang khususkan bagi klien yang melakukan perawatan.

Berdasarkan dari konsep dan tinjauan kriteria desain yang akan menjadi pedoman dalam merancang ruang pada *Aesthetic IOMA Personalized Skincare* serta segala kebutuhan didalamnya.

Tabel Analisis Ruang Lantai 1

No	Nama Ruang	Analisis
1.	Façade	Façade pada <i>Aesthetic IOMA Personalized Skincare</i> berfungsi sebagai entrance. Pada façade menggunakan pilar dengan hiasan lilitan <i>aluminum</i> yang mencirikan konsep <i>Ambrose in Valkyrie</i> .
2.	<i>Receptionist Area</i>	Menerima <i>customer</i> yang datang dari entrance, <i>receptionist</i> juga tempat dimana <i>customer</i> membuat janji atau memilih perawatan yang akan dipilih
3.	<i>Waiting Area</i>	Zona <i>customer</i> untuk menunggu, sampai <i>assistant beautician</i> atau <i>led announcement</i> memberi info yang <i>customer</i> butuhkan (<i>customer</i> akan dilayani oleh <i>assistant beautician</i>).
4.	<i>Display dan Cashier Area</i>	Merupakan zona transaksi <i>customer</i> untuk membeli produk atau melihat produk yang ditawarkan oleh <i>Aesthetic IOMA</i> .
5.	<i>IOMA Sphere Area</i>	Zona mengcheck - up kulit <i>customer</i> dengan <i>IOMA sphere</i> dimana <i>assistant beautician</i> berperan melayani <i>customer</i> serta memberikan penjelasan dan arahan step berikutnya kepada <i>customer</i>
6.	<i>Consultation Room</i>	Merupakan ruang periksa bagi <i>customer</i> untuk berkonsultasi oleh dokter spesialis kulit
8.	<i>Staff Area</i>	Tempat para staff <i>IOMA (doctor, therapist, beautician, assistant beautician, serta staff lainnya)</i> berkumpul berfungsi sebagai tempat istirahat.
9.	<i>Mother Room</i>	Ruangan khusus para ibu untuk menyusui anaknya.
10.	<i>Core Area</i>	Merupakan pusat titik temu civitas (<i>customer dan staff</i>) serta sebagai area transisi ke lantai dua (<i>tangga dan lift</i>).
11.	<i>Rest room</i>	Tempat yang disediakan untuk keperluan <i>customer</i> ke belakang (<i>toilet</i>).

Tabel Analisis Ruang Lantai 2

No	Nama Ruang	Analisis
1.	<i>Facial Treatment Room</i>	Tempat perawatan wajah untuk <i>customer</i> , dimana tindakan yang dilakukan oleh <i>therapist</i> dalam pengawasan <i>doctor</i> .
2.	<i>Body Treatment Room</i>	Tempat perawatan tubuh untuk <i>customer</i> , dimana tindakan yang dilakukan oleh <i>therapist</i> dalam pengawasan <i>doctor</i> .
3.	<i>Concocting Room</i>	Tempat <i>expert beautician</i> meracik serum, yang nantinya akan digunakan di beberapa tindakan medis.

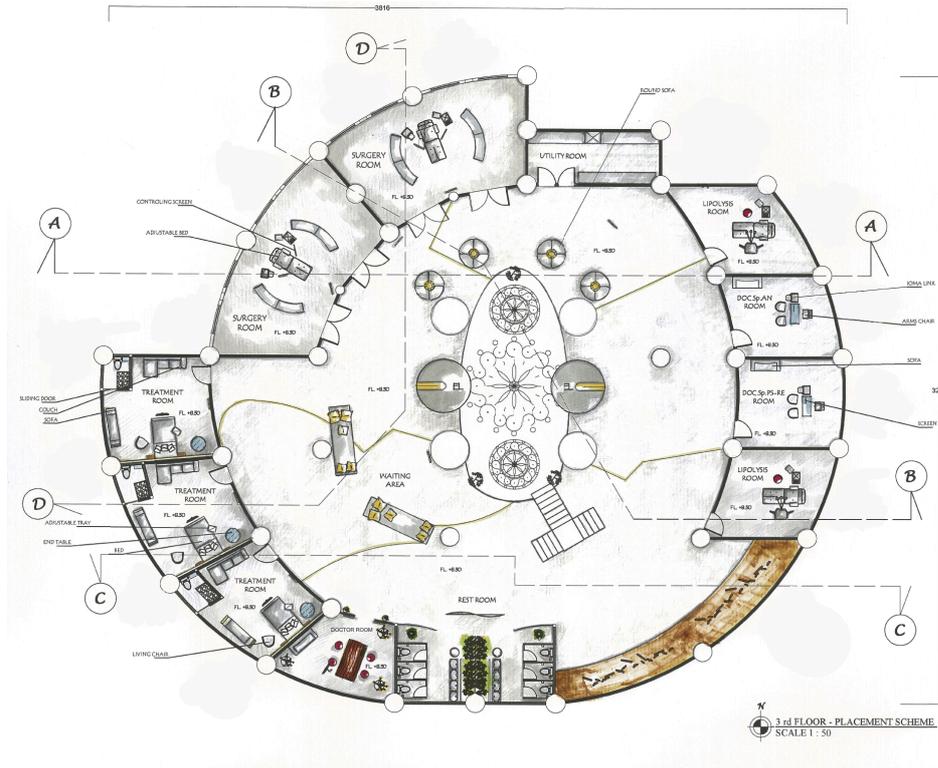
4.	<i>Waiting Area</i>	Tempat yang diperuntukan bagi pendamping <i>customer</i> untuk menunggu sementara <i>customer</i> melakukan perawatan.
5.	<i>Shades Area</i>	Merupakan terusan area <i>waiting area</i> dimana <i>customer</i> / pendamping dapat melihat pemandangan ke luar.
6.	<i>Consultation Room</i>	Merupakan ruang periksa bagi <i>customer</i> untuk berkonsultasi oleh dokter spesialis kulit
8.	<i>Staff Area</i>	Tempat para staff IOMA (<i>doctor, therapist, beautician, assistant beautician</i> , serta staff lainnya) berkumpul berfungsi sebagai tempat istirahat.

Tabel Analisis Ruang Lantai 3

No	Nama Ruang	Analisis
1.	<i>Doctor. PS – RE Room</i>	Merupakan ruang konsultasi bagi <i>customer</i> yang ingin melakukan tindakan <i>surgery</i> dengan dokter spesialis bedah <i>aesthetic</i>
2.	<i>Doctor. An Room</i>	Merupakan ruang dokter anestesi yang berperan membantu tindakan <i>surgery</i> dan pasca <i>surgery</i> .
3.	<i>Waiting Area</i>	Zona <i>customer</i> untuk menunggu, sampai <i>assistant beautician</i> atau <i>led announcement</i> memberi info yang <i>customer</i> butuhkan (<i>customer</i> akan dilayani oleh <i>assistant beautician</i>).
4.	<i>Lipolysis Room</i>	Merupakan ruang perawatan <i>lipo</i> untuk <i>customer</i> .
5.	<i>Recovery Room</i>	Merupakan ruang perawatan pasca tindakan dimana <i>customer</i> akan tinggal dirawat untuk beberapa waktu.
6.	<i>Doctor Room</i>	Ruang khusus para dokter yang digunakan untuk membahas kasus pasiennya.
8.	<i>Utility room</i>	Tempat para staff IOMA (<i>doctor, therapist, beautician, assistant beautician</i> , serta staff lainnya) berkumpul berfungsi sebagai tempat istirahat.
9.	<i>Utility Room</i>	Ruang simpan peralatan dan kebutuhan medis.

(Sumber : Data Penulis, 2014)

Sonasi dan sirkulasi di atas didapat setelah melakukan analisa hubungan antar ruang. Serta pengelompokan ruang berdasarkan sifatnya. Berikut merupakan hasil visualisasi denah yang dibuat berdasarkan pengelompokan ruang, sonasi serta jenis ruang.



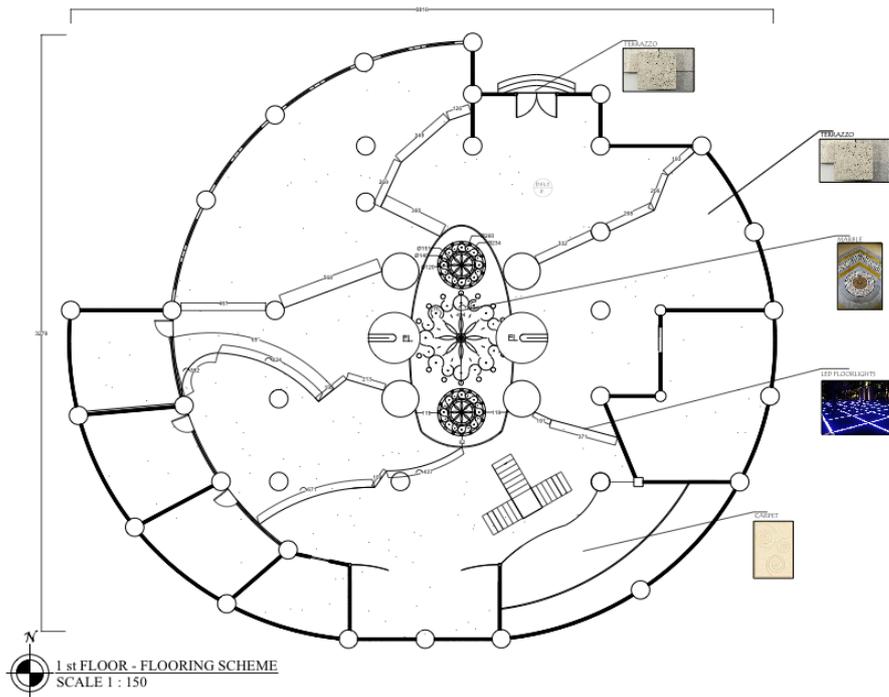
Gambar. 1.15. Desain *Placement Scheme* lantai 3, *Aesthetic IOMA Personalized Skincare*, Jl. Niti Mandala No.110 - Renon
 Sumber : Data Penulis

Analisi Elemen Pembentuk Ruang

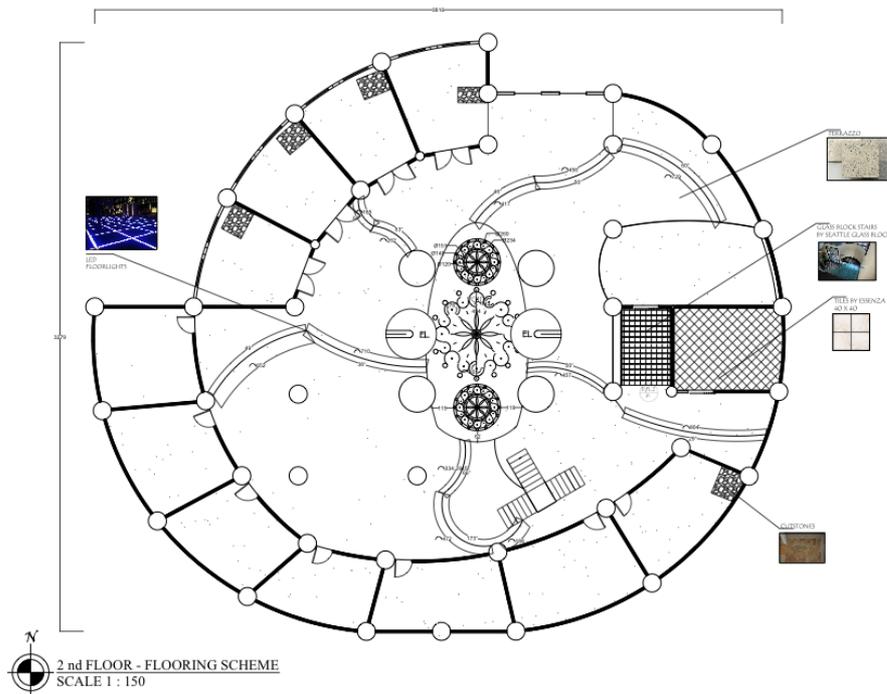
Desain interior *Aesthetic IOMA Personalized Skincare* menggunakan konsep *Ambrose in Valkyrie* dengan menggabungkan teknologi di dalamnya. Berikut ini adalah penjabaran lebih lanjut tentang elemen perancangan ini.

A. Lantai

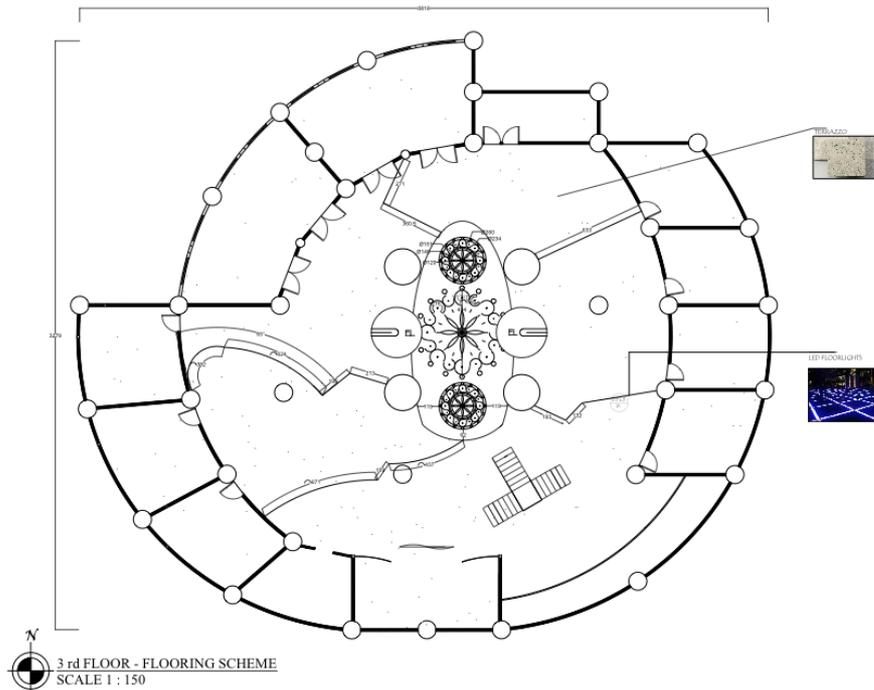
Pola lantai sesuai dengan bentuk ruangan yang secara keseluruhan material lantai yang digunakan adalah *terrazzo*, *marble*, dan penggunaan *floor lights*. Pemilihan material tersebut berdasarkan acuan standard klinik *aesthetic* yang ada serta berpatokan pada konsep desainer. Dapat dijelaskan dengan gambar berikut :



Gambar. 1.16. *Flooring Scheme lantai 1, Aesthetic IOMA Personalized Skincare, Jl. Niti Mandala No.110 - Renon*
 Sumber : Data Penulis



Gambar. 1.17. *Flooring Scheme lantai 2, Aesthetic IOMA Personalized Skincare, Jl. Niti Mandala No.110 - Renon*
 Sumber : Data Penulis



Gambar. 1.18. *Flooring Scheme* lantai 3, *Aesthetic IOMA Personalized Skincare*, Jl. Niti Mandala No.110 - Renon
Sumber : Data Penulis

B. Dinding

Pemilihan material dinding pada *Aesthetic IOMA Personalized Skincare* yang dengan konsep *Ambrose in Valkyrie* menggunakan dinding dengan finishing bertekstur yang mengesankan penggalan kata pada *Ambrose* , serta mengambahan material *aluminum* sebagai cover pada dinding dan pilar.

C. Plafon

Dalam perancangan interior *Aesthetic IOMA Personalized Skincare* menggunakan material kombinasi seperti dak beton dan gypsum untuk peredam suara.

- Gypsum digunakan pada ruang - ruang kecil yaitu, perawatan, konsultasi dan lainnya.
- Sedangkan dak beton digunakan pada beberapa area dan lantai seperti pada *waiting area*, *receptionist area*, *IOMA sphere area*, dan *display cashier area*.

Visualisasi Desain

Visualisasi desain menjelaskan pandangan desainer pada bentuk 3D sebagaimana bentuk penerapan konsep yang telah dirancang sebelumnya, yang melalui beberapa proses.



Gambar 1.19. Visualisasi *Facade*, pengaplikasian konsep Ambrose in Valkyrie terlihat pada bentuk bangunan. Penggunaan aluminium pada pilar bangunan sebagai mempertegas konsep desainer.
Sumber : Desain Penulis



Gambar 1.20. Visualisasi *Receptionist Area*, area dimana *customer* menunggu.
Sumber : Desain Penulis



Gambar 1.21. Visualisasi *Waiting Area*, area dimana *customer* menunggu.
Sumber : Desain Penulis



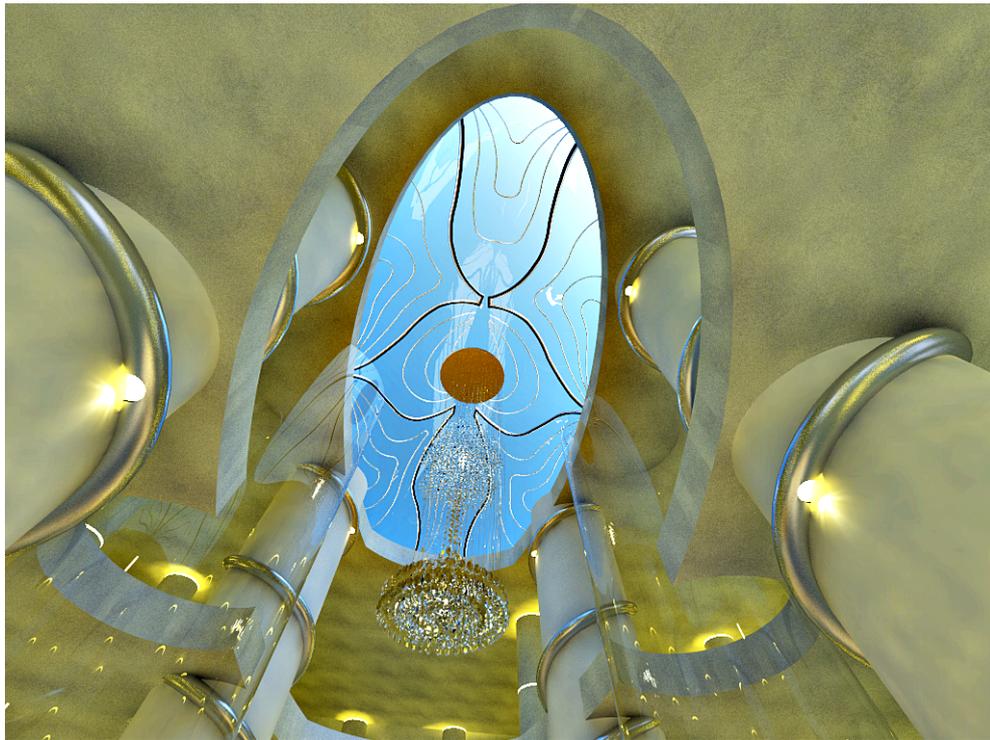
Gambar 1.22. Visualisasi *Area Display* dan *Cashier*, area dimana *customer* bertransaksi.
Sumber : Desain Penulis



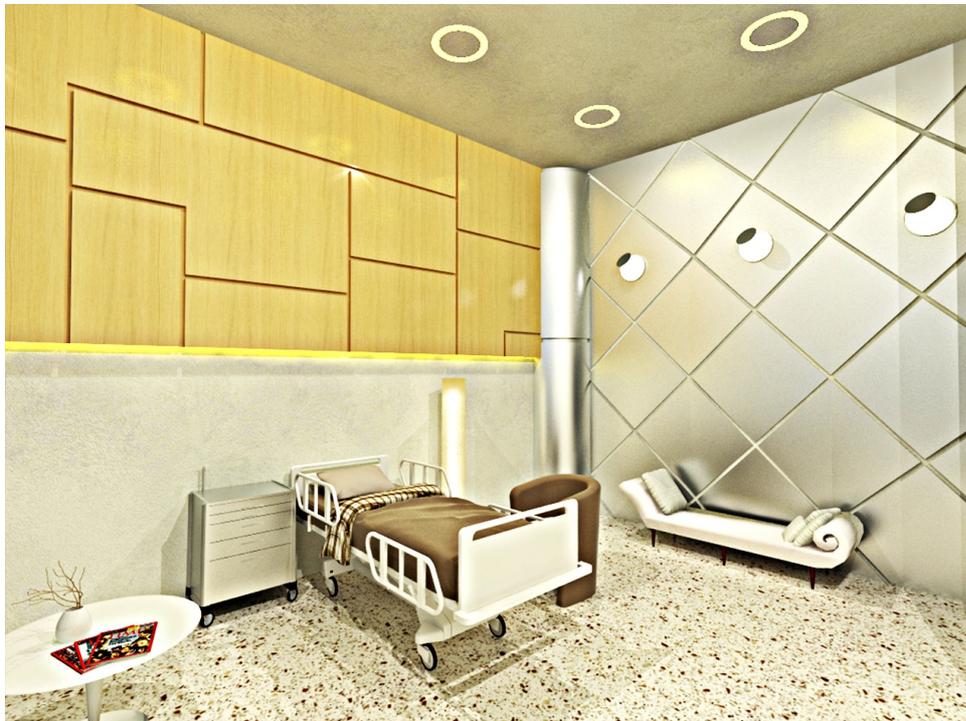
Gambar 1.23. Visualisasi IOMA *Sphere Area*, dimana area ini merupakan *skin check – up* untuk *customer*.
Sumber : Desain Penulis



Gambar 1.24. Visualisasi *Consultation Room*, dimana ruangan ini merupakan ruang untuk berkonsultasi dengan dokter spesialis kulit.
Sumber : Desain Penulis



Gambar 1.25. Visualisasi *Core Area*, pengaplikasian konsep *Ambrose in Valyrie* pada *skylight*
Sumber : Desain Penulis



Gambar 1.26. *Recovery Room*, ruang yang didesain untuk customer beristirahat setelah melakukan *treatment (makro surgery)*.
Sumber : Desain Penulis

KESIMPULAN

Dari uraian pada BAB sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Dengan mengetahui kebutuhan apa saja yang berdasarkan kegiatan pada *Aesthetic IOMA* tersebut, dari data ini akan berkembang menjadi *ideate* (seperti bahasan pada bab sebelumnya) yang menjadikan dasar pemikiran didalam pendesainan ruang interior. Dengan menggabungkan konsep desainer yakni *Ambrose in Valkyrie* yang akan menjawab dari dua sisi yakni pada kebutuhan *aesthetic* klinik yang menjadikan ruang yang *personalized* sesuai dengan cooperate ideate atau citra IOMA, dan memberikan peningkatan nilai profit untuk IOMA yang membuat *Aesthetic IOMA personalized Skincare* berbeda dengan *aesthetic skincare* pada umumnya. Dengan grafik tersebut kita dapat merencanakan desain apa yang diperlukan yang sesuai dengan data (*user needs analysis*)
- Dengan menyelaraskan konsep *Ambrose in Valkyrie* dengan standard personifikasi *aesthetic skincare* dalam bidang kenyamanan, fungsi, serta kebutuhan. Hal ini menjadi acuan didalam perencanaan, contohnya dengan mendesain sebuah fasilitas yang memperhitungkan nilai *human spatial needs* dimana ukuran standard menjadi sebuah kenyamanan pada saat digunakan. Sama halnya pada utilitas yang memiliki ketentuan yang telah ditetapkan, seperti pada pengaplikasian pencahayaan dengan intensitas tinggi (terang) khususnya area *treatment* yang membutuhkan. Pada bagian penghawaan pun sangat diperhatikan, dikarenakan standard klinik yang memerlukan ruang yang bersih agar tetap hygiene sehingga pengaturan alur sirkulasi menjadi salah satu faktor penting didalam mendesain ruang.
- Penggunaan dekorasi yang selaras dengan konsep serta fungsi ruang akan menjadikan ruang memiliki nilai lebih estetis.

Benang merah dari perancangan interior *Aesthetic IOMA Personalized Skincare* terakomodir dari keseluruhan aspek pembentuk ruang. Kesatuan (*unity*) dan Keharmonisan yang terimplementasikan di dalam konsep yang mewakili *ideate designer* dengan *cooperate ideate*.

DAFTAR PUSTAKA

- _____. *Arsitektur Bentuk, Ruang dan Tatahan (Edisi Kedua)*. Jakarta: Erlangga, 2000
- Ching, Francis. D. K. *Ilustrasi Desain Interior*. Jakarta: Erlangga, 1996
- Creswell, John. W. 1998. *Quantitative Inquiry and Research Design*. University California : Sage Publications.
- Esterberg, Kristin. G. 2002. *Quantitative Methods In Social Research*. Publisher: McGraw -Hill
- Goldberger, L. Ary, *Becoming consummate clinician*, New York: Little Brown. 2005.
- Kilmer, 2014. *Designing Interiors*. Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Moleong, Lexy. 1995. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya,
- Neufert, Ernest. 1992. *Arsitek Data 1*. Jakarta: Erlangga,
- Panero, Julius. 2003. *Dimensi Manusia Dan Ruang Interior*. Erlangga: Jakarta.
- Syaodin, Nana. 2006. *Metode Penelitian Bandung*, PT Remaja, Rosdakarya
- Wardono, Prabu. Catatan Kulian Desain Interior III. ITB: Bandung, 2005