

# Perancangan Interior Shinjuku Hairmake di Surabaya

Irene Yovita Yusuf, Adi Santosa

Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: ireneyov@yahoo.com ; adis@petra.ac.id

**Abstrak**— Perancangan Interior Shinjuku Hairmake Surabaya merupakan proyek perancangan interior sebuah tempat kecantikan dan perawatan rambut yang terletak di kota Surabaya. Dengan adanya perancangan interior ini dapat menarik keingintahuan dan memberi kenyamanan bagi pengunjung. Fasilitas yang akan dirancang meliputi lobi, ruang tunggu, ruang potong rambut, ruang cuci rambut, ruang perawatan rambut, ruang make up, ruang nail art, ruang retail, dan ruang staff. Perancangan ini diharapkan dapat memberikan ciri khas dan identitas bagi Shinjuku Hairmake di Surabaya. Dengan Interior yang menarik, dan nyaman dapat memberi nilai tambah pada salon, didukung dengan pencahayaan dan sirkulasi yang teratur

**Kata Kunci**—Fasilitas, Interior, Perancangan, Salon

**Abstrac**— Interior Design Shinjuku Hairmake Surabaya is a project of designing the interior of a place of beauty and hair care that located in the city of Surabaya. interior design can attract the curiosity and provide comfort for visitors. Facility that will be designed are the lobby, waiting room, haircut hall, hairwash room, hair care hall, makeup hall, nail art hall, retail hall, and staff hall. This design is expected to provide the characteristics and identity of the Shinjuku Hairmake in Surabaya. With an attractive interior and comfortably space can be a plus point for the salon itself, supported with lighting and regular circulation

**Keyword**— Facility, Interior, Design, Salon

## I. PENDAHULUAN

DEWASA ini banyak orang yang sangat memperhatikan kecantikan dan penampilan fisik. Salon merupakan salah satu tempat untuk memperbaiki dan merawat penampilan fisik, terutama pada bagian rambut dan wajah. Sebagian besar pengunjung datang ke salon untuk merawat dan mempercantik rambut, yaitu dengan hairspa, creambath, coloring, kriting, rebonding, dan masih banyak jasa lain yang ditawarkan oleh sebuah salon. Pada event-event penting seperti acara kelulusan, pernikahan, dan ulang tahun, salon juga menerima jasa make up dan styling rambut. Tidak sedikit salon yang mulai menawarkan jasa manicure dan pedicure bagi pengunjungnya

Shinjuku Hairmake adalah salah satu salon kecantikan yang cukup ternama di Surabaya. Salon ini mempunyai cabang di beberapa wilayah di Surabaya dan Jakarta. Tidak semua

cabang Shinjuku Hairmake mempunyai desain yang sama selain menggunakan jenis lampu gantung yang sama, sehingga diperlukan sebuah desain yang memiliki ciri khas khusus yang dapat dijadikan identitas dari Salon Shinjuku.

Pelanggan yang datang ke Shinjuku Hairmake mayoritas remaja berusia 16-30 tahun, tidak sedikit yang datang berpasangan atau berkelompok. Oleh sebab itu terkadang banyak pelanggan yang harus menunggu antrian untuk mendapat pelayanan karena jumlah *hairdresser* yang terbatas ataupun menunggu teman yang sedang menjalani proses perawatan rambut. Dibutuhkan sebuah wadah atau tempat untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang sedang menunggu, sehingga mereka tidak merasa jenuh dan bosan.

Kebanyakan salon menggunakan satu ruang untuk melakukan berbagai perawatan, sehingga membuat salon menjadi tidak tenang dan sumpek. Pemisahan ruang berdasarkan jenis perawatan dapat menjadi alternatif agar suasana salon menjadi lebih tenang dan nyaman bagi pelanggan.

## II. URAIAN PENELITIAN

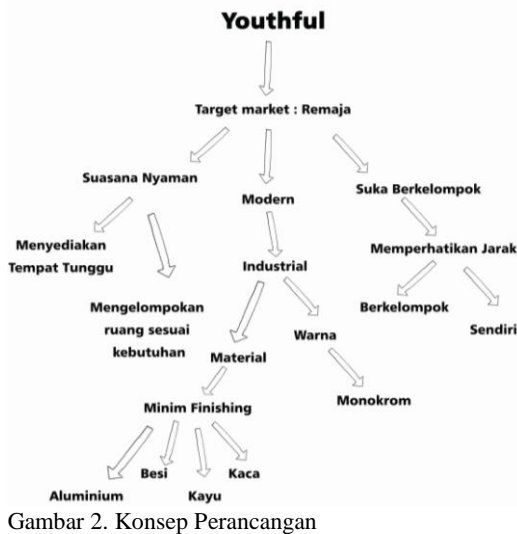
### A. Shinjuku Hairmake



Gambar 1. Logo Shinjuku Hairmake

Shinjuku Hairmake merupakan salah satu sarana untuk melayani kebutuhan konsumen terhadap perawatan kecantikan rambut yang terletak di kota Surabaya[1]. Tidak hanya kecantikan rambut, Shinjuku Hairmake juga menerima jasa make up dan nail art. Shinjuku Hairmake dapat di kategorikan sebagai salon populer yang memberikan pelayanan kecantikan pada remaja kalangan menengah ke atas dengan mendahulukan kenyamanan, lokasi, dan kualitas pelayanan

Cabang dari Shinjuku Hairmake terletak di berbagai lokasi yang strategis, di antaranya Ruko Klampis Square, The Square Apartment Siwalankerto, Gwalk Citraland, Pasar Atom Shopping Mall, dan masih banyak yang lain. Lokasi tersebut sangat berpengaruh pada target klien yang dituju oleh Shinjuku Hairmake, yang tidak lain adalah kalangan remaja[2].



Gambar 2. Konsep Perancangan

Dengan menerapkan identitas Shinjuku Hairmake dalam interior, maka salon akan lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Identitas sebuah perusahaan atau jasa merupakan salah satu aspek yang sangat penting dari sebuah merek, yaitu citra [4]. Shinjuku Hairmake secara visual dikenal dengan penggunaan warna hitam dan putih sebagai dominasi pada interior dan eksterior salon, dan gaya desain yang digunakan adalah gaya desain modern

Selain menerima jasa perawatan dan kecantikan, Shinjuku Hairmake juga menjual produk-produk perawatan dan kecantikan rambut, seperti *shampoo*, *conditioner*, *serum*, *catok*, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu dibutuhkan display yang dapat menarik pelanggan untuk melihat produk-produk tersebut. Dengan desain yang atraktif maka display dapat menjadi magnet yang mampu menarik pelanggan untuk melihat dan membeli produk tersebut [6]

**B. Youthful**

Tema yang digunakan pada perancangan interior ini adalah *Youthful*. Tema ini diperoleh dari identitas Shinjuku hairmake yang menjadikan remaja sebagai target market dari salon. Dengan menggunakan tema ini, desain diharapkan mampu menarik remaja untuk datang ke Shinjuku Hairmake

Dari tema yang digunakan maka konsep yang akan digunakan adalah Industrial. Gaya Industrial merupakan tren pada seni kreatif yang muncul pada tahun 1960. Gaya ini cocok digunakan pada dunia desain dan kreativitas, usia remaja merupakan usia dimana kreativitas mulai berkembang pesat.

*Industrial design* adalah seni terapan di mana estetika akan material ramah lingkungan dan *usability* (kemudahan dalam menggunakan suatu barang) suatu barang disempurnakan, dan minim akan menerapkan *finishing* pada elemen interior atau

furniture. Pengaturan tentang *Industrial design* dikenal pada abad ke-18 terutama di Inggris karena adanya Revolusi Industri. Desain Industri awalnya berkembang pada sektor tekstil dan kerajinan tangan yang dibuat secara massal. Nuansa industri ditampilkan biasanya menggunakan material daur ulang atau bahan industri lainnya seperti kaca, besi dan aluminium dan membuat penggunaan akan warna-warna monokrom sehingga terkesan tegas dan maskulin.

• Karakter dan Suasana Ruang

Karakter ruang yang ingin diciptakan pada perancangan ini yaitu informal sehingga dapat memberikan suasana yang nyaman dan santai. Para remaja menyukai tempat yang nyaman dan menyenangkan, dimana mereka dapat datang berkelompok dan berkumpul dengan santai.

• Pencahayaan

Pencahayaan yang digunakan adalah pencahayaan alami dan buatan. Pencahayaan alami diperoleh dari bukaan kaca di area depan. Sedangkan pencahayaan buatan didapat dari *general lighting*, *indirect lighting*, dan *spot lighting*. Pencahayaan yang baik pada salon dapat memberikan efek hasil kerja yang maksimal[7].

• Penghawaan

Untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung salon, maka digunakan penghawaan buatan secara keseluruhan. Penghawaan buatan yang digunakan adalah AC central dan *exhaustfan*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Layout

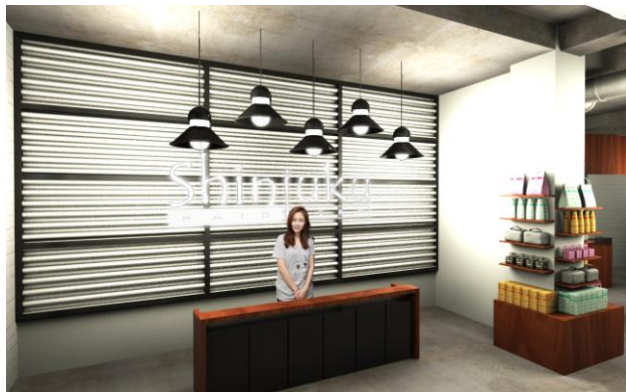


Gambar3. Layout Shinjuku Hairmake

Layout pada perancangan Shinjuku Hairmake didominasi oleh warna abu-abu dari lantai yang berupa plasteran, warna coklat di peroleh dai penggunaan material kayu pada perabot dan lantai parket di beberapa bagian untuk memberikan kesan hangat pada ruangan. Pola Sirkulasi yang diterapkan pada layout Shinjuku Hairmake ini adalah dinamis

## B. Perspektif

Main entrance Shinjuku Hairmake menggunakan kaca bening dengan kusen besi, sehingga ruang resepsionis dapat terlihat dari luar. Dan memaksimalkan cahaya yang masuk dari luar.



Gambar 4. Resepsionis Shinjuku Hairmake

Pada bagian resepsionis, dinding menggunakan seng tanpa finishing yang dipola dengan lis besi sesuai dengan konsep industrial yang banyak menggunakan material ekspos. Dibagian resepsionis pencahayaan menggunakan lampu gantung yang juga berfungsi sebagai elemen dekoratif

Ruang nail art terletak di sebelah resepsionis dengan dipisahkan dengan pintu kaca, sehingga ruang nail art dapat terlihat oleh pengunjung yang datang. Pada area pedicure



Gambar 5. Ruang Nail Art Area Pedicure

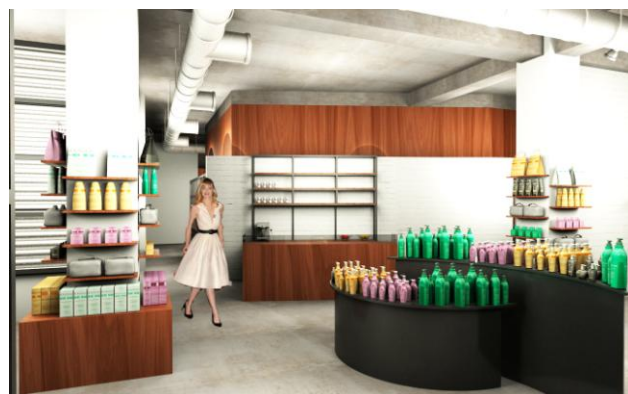
terdapat perbedaan ketinggian lantai sehingga terbentuk kesan ruang.

Retail pada Shinjuku hairmake tersambung dengan resepsionis dan ruang tunggu. Pengunjung yang datang akan melewati display secara tidak langsung, sehingga dapat menarik keinginan pengunjung untuk melihat dan membeli.



Gambar 6. Ruang Tunggu

Ruang tunggu di rancang untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Maka dari itu pada ruang tunggu menggunakan sofa sehingga pengunjung dapat duduk dengan santai. Selain itu terdapat meja dan kursi bar bagi pengunjung yang datang sendiri.



Gambar 7. Retail dan Pantry

Pantry terletak di tengah, sehingga dapat dengan mudah dijangkau dari ruang publik dan semi private.



Gambar 8. Ruang Perawatan Rambut

Ruang perawatan dipisah dengan dinding dan pintu kaca yang karena pada ruang perawatan banyak menggunakan obat-obatan, seperti cat rambut, obat kriting, obat *creambath*, dan lain sebagainya. Pemisahan ruang berfungsi untuk meminimalkan tercampurnya bau dari obat-obatan tersebut dengan ruang lainnya.





Gambar 9. Ruang Cuci Rambut

Ruang cuci rambut berada di tengah agar mudah dijangkau oleh semua ruang yang membutuhkan ruang cuci rambut. Ruang cuci terbagi menjadi dua sisi yang dipisahkan dengan rak handuk dan shampoo, namun tetap tersambung dan menyatu.

Ruang potong dipisahkan dengan partisi kaca dan garis, sehingga ruangan masih dapat terlihat dari luar. Pada bagian



Gambar 10. Ruang Potong Rambut

dalam ditata bagi pengunjung yang datang berkelompok maupun individu untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung.



Gambar 11. Ruang Make Up

Kaca printing dipilih sebagai pemisah ruang make up, karena ruangan bersifat semi publik. Membuat ruang make up tidak terlalu terlihat dari luar. Pada ruang make up terdapat

ruang ganti yang diperuntukan bagi pengunjung yang ingin berganti pakaian setelah menerima jasa make up.

Ruang Staff terletak di bagian belakang karena bersifat privat. Pada ruang staff terdapat meja dan kursi bagi staff yang sedang beristirahat. Kemudian ruang di bagi lagi menjadi dua untuk loker pria dan wanita.

#### IV. KESIMPULAN

Shi Shinjuku Hairmake mempunyai banyak cabang di Surabaya, namun disetiap cabang tidak selalu menggunakan desain yang sama, maka dari itu Perancangan Interior Shinjuku Hairmake ini diharapkan dapat memberikan identitas pada salon. Warna hitam dan putih merupakan ciri khas dari Shinjuku Hairmake, oleh karena itu kedua warna tersebut digunakan sebagai dominasi interior sehingga Shinjuku Hairmake dapat dengan mudah dikenali oleh pelanggan salon.

Perancangan ini juga disesuaikan dengan target market Shinjuku Hairmake, yaitu remaja kalangan menengah ke atas. Remaja masa kini senang berkelompok dan menyukai suasana yang nyaman dan santai. Maka dari itu penataan tempat duduk pada setiap ruang ditata agar pelanggan yang datang berkelompok dapat mengobrol dengan nyaman selain itu juga terdapat tempat duduk bagi pelanggan yang datang sendiri sehingga mereka tidak merasa terganggu dan memperoleh privasi. Terdapat sofa pada ruang tunggu yang berfungsi bagi pengunjung yang sedang menunggu sehingga mereka dapat duduk dengan nyaman mungkin dan tidak merasa bosan. Juga disediakan rak majalah di beberapa tempat agar pengunjung salon dapat mengisi waktu kosong dengan membaca. Penggunaan material kayu berfungsi untuk memberikan kesan hangat pada ruangan.

Staff yang bertugas mencuci dan mengeringkan rambut biasa akan dipanggil kembali saat pelanggan selesai dipotong rambutnya, maka disediakan tempat duduk di area potong dan perawatan sehingga staff dapat dipanggil dengan mudah. Selain itu disediakan rak untuk meletakkan alat-alat seperti hair spray, sisir, handuk dan penggantung hairdryer yang mudah dijangkau oleh staff. Hal-hal kecil tersebut dapat membantu memberikan efisiensi bagi karyawan Shinjuku Hairmake.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Irene Yovita mengucapkan terima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah menyertai penulis selama proses pembuatan jurnal ini. Atas berkat dan karunia-Nya maka jurnal ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

Tidak lepas dari bantuan banyak pihak, maka penulis juga ingin berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Adi Santosa, S.Sn., M.A.Arch selaku pembimbing utama
2. Jean F. Poilot, S.T. Selaku pembimbing II
3. Keluarga yang telah memberi semangat dan dukungan secara moril dan material

Jurnal ini masih jauh dari sempurna, apabila ada kesalahan penulis mengharapkan kritik dan saran sehingga kedepannya dapat menjadi lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mun, David, *A manual of planning and design*. London: Architectural Press (1981).
- [2] Fletcher, Grace E, *Management For Hairdressers*. Great Britain: Cox & Wyman Ltd (1965).
- [3] Nordman, Lorraine, *Professional Beauty Therapy: The Official Guide to Level 3*. Ed. 2. New York: Thomson Learning (2004).
- [4] Keller, Kevin Lane. *Strategic Brand Management: Buiding, Measuring, and Managing Brand Equity*. 3<sup>rd</sup>ed. New Jersey: Pearson Education (2008).
- [5] Pile, John F. *Interior Design 3nd ed*. New Jersey: Pretince Hall (2003)
- [6] Wardhana, Veronika, *33 Desain Display Untuk Ruang Usaha*. Depok: Griya Kreasi (2009).
- [7] Weaver, John. Director, Spa Products Group, Takara Belmont, Dallas. (2009, June 8) Available: <http://www.takarabelmont.com>