

## 2. TINJAUAN DATA

### 2.1. Data Lapangan

#### 2.1.1. Data Fisik Tapak dan Bangunan

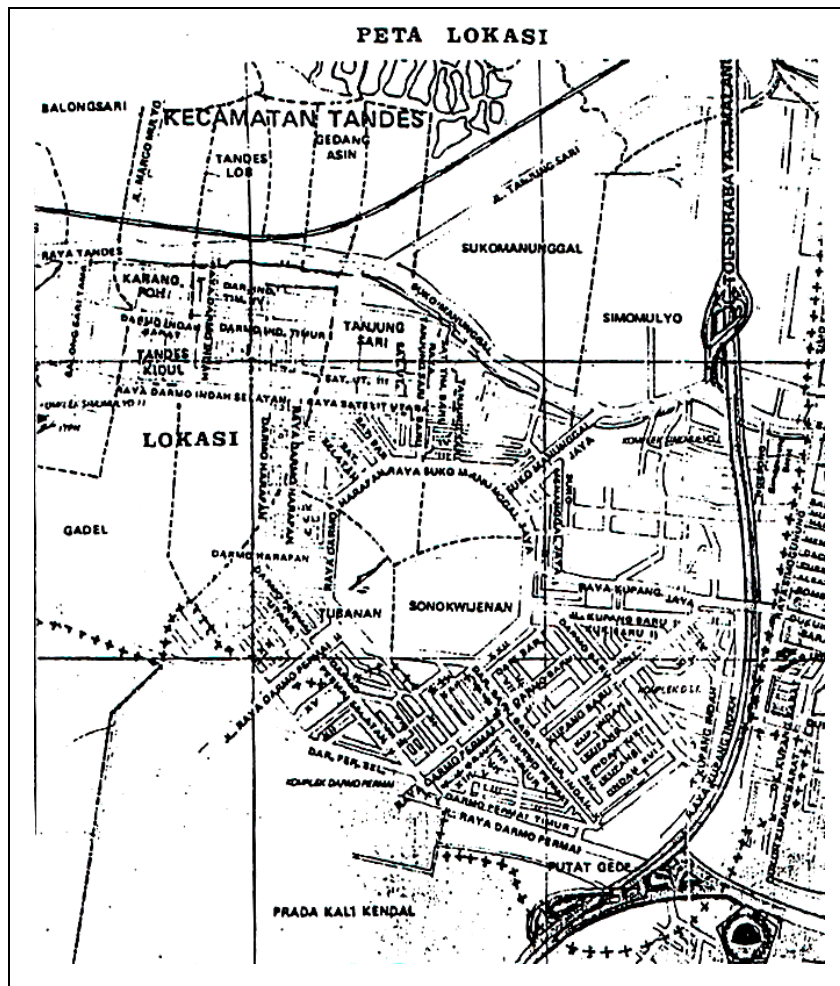
Lokasi tapak terletak di kota Surabaya Barat yang merupakan apartemen dengan batas- batas fisik sebagai berikut :

Utara : Darmo Permai Selatan

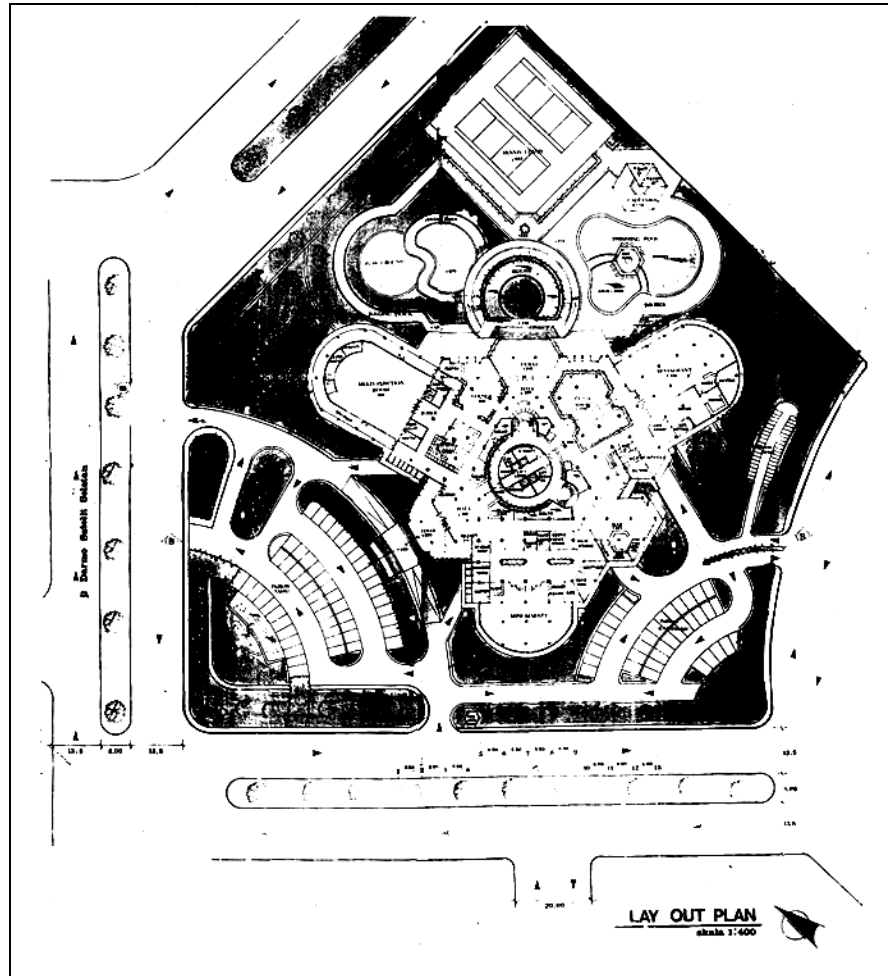
Timur : Raya Darmo Permai II

Selatan : Jl. HR. Mohammad

Barat : Tanah kosong



Gambar 2.1. Lokasi Tapak



Gambar 2.2. Denah Existing

### 2.1.2. Data Non Fisik Tapak dan Bangunan

Lokasi terletak dekat dengan gerbang tol Surabaya-Gempol yang mempermudah pencapaian / mempercepat transportasi bagi pengunjung, baik yang dari dalam kota maupun dari luar kota. Dalam kawasan tersebut juga dibangun bermacam-macam bangunan komersil yaitu perkantoran, perhotelan, ruko, dll yang merupakan nilai lebih karena mudah diketahui oleh masyarakat. Berada di kawasan perumahan mewah, sesuai dengan sasaran pengunjung yaitu kelas menengah hingga menengah keatas.

## 2.2. Data Literatur

### 2.2.1. Aromaterapi

Aromaterapi atau yang dalam bahasa Inggris disebut *Aromatherapy* merupakan teknik perawatan yang memanfaatkan bau harum dari sari-sari tumbuhan.

Aromaterapi telah ada sejak jaman dahulu. Pada jaman Mesir purba, terdapat sebuah tradisi yaitu membakar resin di pagi hari, *myrrh* di siang hari, dan *kyphi* di senja hari sebagai persembahan kepada Ra, dewa matahari. *Kyphi* merupakan campuran sekitar 16 macam minyak esensial yang terkenal, termasuk *myrrh* dan *juniper* biasa digunakan untuk ritual penyembuhan dan upacara gaib, selain itu juga merupakan ritual memumikan.

Kita mempraktekkan aromaterapi secara naluriah, seperti yang dilakukan oleh nenek moyang kita. Indra penciuman bertindak sebagai salah satu dari pelindung kesehatan kita yang paling besar, suatu sistem peringatan dini terhadap seyawa yang tidak menyenangkan atau berbahaya.

Minyak esensial sudah digunakan sejak 6000 tahun yang lalu dalam peradaban kuno dari India, Tiongkok, Yunani dan Italia, walaupun aromaterapi baru dikenalkan secara luas pada abad yang lalu. Kata “aromaterapi” pertama kali dilontarkan di tahun 1928 oleh ahli kimi dari Perancis, yaitu Dr. Rene-Maurice Gattefosse (1881-1950), sedangkan praktik aromaterapi dalam kesehatan dan kecantikan dipelopori oleh ahli biokimia Perancis Marguerite Maury (1895-1968), yang mendirikan klinik di Inggris, Perancis dan Swiss. Sekarang aromaterapi sudah diterima secara luas hampir di seluruh dunia.

Aromaterapi dikenal sebagai salah satu cara terapi kesehatan yang aman dan nyaman dengan menggunakan minyak esensial (sari pati) hasil ekstraksi bunga, daun, buah dan bagian lain tumbuh-tumbuhan. Aromaterapi memiliki berbagai macam aroma, masing-masing aroma memiliki manfaat yang berbeda-beda. Misalnya:

- Lavender (*Lavendula Angustifolia*).

Dapat digunakan di ruangan melahirkan untuk menyambut bayi dan menenangkan sang ibu, membantu meringankan kegelisahan, depresi dan shock, dll. Dalam bentuk minyak esensial merupakan pertolongan pertama

yang paling baik untuk luka bakar dan terbakar sinar matahari, meringankan sakit kepala, mengeluarkan panas dari demam karena salesma.

- Chamomile (*Chamaemelum nobile*, *Matricaria reutica*).

Untuk menenangkan emosi yang cepat marah, depresi, dll. Dalam bentuk minyak esensial dapat digunakan untuk membantu pencernaan dan membantu gangguan lambung (terutama perut mulas karena gugup), yang paling terkenal karena kemampuannya untuk meringankan sakit karena menstruasi (baik minyak esensial maupun teh *chamomile*).

- Pepermint (*Mentha piperita*)

Membantu menenangkan gangguan lambung dan meringankan rasa tidak nyaman dari mabuk perjalanan, juga dapat menyembuhkan sakit kepala. Dalam bentuk minyak merupakan minyak yang merangsang.

- Geranium (*Pelargonium graveolens*)

Membantu menghilangkan kelelahan fisik dan mental. Dalam bentuk minyak esensial membantu meningkatkan suasana hati dan terkenal karena baunya yang sanagat halus, sifat antiseptiknya dapat meringankan luka bakar, luka dan kulit yang melepuh.

- Bergamot (*Citrus Bergamia*)

Menyegarkan dan membangkitkan semangat yang membantu meringankan ketegangan fisik dan emosional, juga mempunyai sifat-sifat antiseptik dan juga mempunyai reputasi bermanfaat bagi sistem pernafasan, dan mengatur sistem saraf.

- Jahe (*Zingiber officinale*)

Menghilangkan mabuk perjalanan, kelelahan fisik, menghilangkan rasa sakit. Dalam bentuk minyak esensial dapat meringankan otot yang sakit, meningkatkan kekebalan tubuh, menenangkan sakit karena rematik, dan membantu meringankan sakit saat menstruasi.

- Kayu Putih (*Malaleuca alternifolia*)

Memperkuat kemauan dan rasa menghargai diri sendiri. Dalam bentuk minyak esensial merupakan pelawan infeksi yang luar biasa, dari infeksi jamur, seperti kutu air, sampai flu berat luka yang terinfeksi, gigitan serangga dan luka terbuka dalam mulut.

- Basil (*Ocimum basilicum*)

Dapat meningkatkan energi, membangun otak, mengobati kelemahan saraf, bahan baku untuk tonik pemulihan, meningkatkan kekebalan tubuh, meningkatkan kemauan, memperbaiki konsentrasi, melepaskan kekhawatiran dan perasaan bersalah, serta memberikan rasa bahagia yang hilang.
- Cendana (*Santalum album*)

Mengobati sistisis, membantu infeksi pernafasan, memberikan aroma yang nyaman, pembangkit gairah seksual, mengurangi insomnia, membantu meditasi.
- Rosemary (*Rosemarinus officinalis*)

Mempertajam kecerdasan dan meningkatkan memori, membantu meringankan sakit dan nyeri, meningkatkan sirkulasi, dapat digunakan untuk membasuh rambut agar rambut tampak berkilau.
- Clary Sage (*Salvia sclarea*)

Berfungsi amat kuat ppada sistem reproduksi wanita, terutama meringankan kekejangan menstruasi dan gejala-gejala menopause, antidepresan, membawa kebjaksanaan, meredakan sakit tenggorokan.
- Eukaliptus (*Eucalyptus globulus*)

Penyumbatan dalam hidung, sinusitis, gejala-gejala salesma dan flu, bronkitis, asma, mengusir serangga, mendukung sistem kekebalan tubuh, antiseptik, pengempis bengkak umum.
- Juniper (*Juniperus communis*)

Memperkuat ginjal, kejang akibat menstruasi, memperbaiki kelemahan fisik secara umum dan kaki atau tangan yang merasa dingin, sakit punggung bagian bawah, menyediakan energi yang perlu untuk menghilangkan kebiasaan buruk dan memulai kebiasaan yang lebih baik, menghilangkan racun emosional, membantu mengurangi berat badan.
- Lemon (*Citrus limon*)

Menyembuhkan aneka macam infeksi: infeksi pernafasan, infeksi mulut dan pencernaan, infeksi kulit seperti herpes dan kurap, mengusir serangga, menghilangkan sifat cepat marah, membersihkan hati, menghilangkan selulit, kegemukan, kolestrol tinggi, encok, merangsang otak sebelah kiri, meningkatkan rasa humor, berfungsi sebagai deodoran.

- Neroli (*Citrus aurantium*)

Mengatasi insomnia, ketegangan saraf, kulit kering atau sensitif, dan menimbulkan relaksasi.
- Patchouli (*Pogostemon patchouli*)

Meredakan kegelisahan seksual, depresi, jerawat, radang kulit, kelelahan, diare, pembengkakan perut, meningkatkan kekebalan tubuh.
- Frakincense (*Boswellia thurifera*)

Membantu meringankan rasa sesak dalam dada, terutama untuk batuk kering dan langritis, mengurangi aliran menstruasi yang deras atau pendarahan diantara periode menstruasi.
- Pinus (*Pinus sylvestris*)

Mengatasi salesma dan flu ketika merasa kedinginan sampai menggigil, kelelahan, sakit tenggorokan, kehilangan selera makan, kelelahan dan kelemahan saraf, antiseptik yang kuat, encok, sinusitis, membantu menghilangkan energi negatif.
- Rose Otto (*Rosa damascene; R. centifolia*)

Mengatasi amarah, depresi, insomnia, membantu menanamkan toleransi, sakit kepala karena mabuk di malam sebelumnya, baik untuk yang patah hati dan berdukacita, kondisi kulit kering, segala keluhan sistem reproduksi wanita, sembelit, PMS.
- Thyme (*Thymus vulgaris*)

Antiseptik yang sangat baik untuk usus, virus yang menyerang lambung, membantu sakit tenggorokan, pengencer dahak yang amat baik, sakit punggung, kelelahan, menghilangkan kutu dan telurnya, membero dorongan, membantu membersihkan emosi.
- Kenanga (*Cananga odorata*)

Menenangkan jantung, baik untuk palpitasi (denyut jantung tidak teratur), mengurangi ketegangan, insomnia, depresi, mengembalikan rasa gembira, mengatasi impotensi, tidak adanya nafsu berahi, infeksi usus (terutama disertai demam), menghaluskan kulit, amat baik untuk kulit berminyak.

- Melati (*Jasminium officinale*)

Menyelaraskan aspek seksual dan emosional, membuat menstruasi menjadi lebih teratur, meringankan sakit persalinan dan menstruasi, mengatasi diare, batuk (terutama batuk kering dan parau), melembabkan kulit, meningkatkan perasaan cinta, dan meningkatkan daya kerja jantung.
- Grapefruit (*Citrus paradisi*)

Mengatasi selulit, kegemukan, sembelit, mudah tersinggung dan marah, merentangkan bekas luka, frustrasi, mendorong orang menjadi lebih bersemangat.
- Cengkih (*Eugenia carophyllatta*)

Meredakan sakit gigi, neuralgia (nyeri saraf), gangguan perut, infeksi pernafasan, memulihkan selera makan, membantu usaha berhenti merokok, meningkatkan intuisi, sebagai minyak penghangat di musim dingin.
- Cedarwood (*Cedrus atlantica*)

Mengatasi kelelahan, kurang percaya diri, masalah urogenital, selulit, bronkitis, sakit punggung bagian bawah, mempercepat perbaikan jaringan, menyeimbangkan, membantu orang merasa tenang, dan membantu menyesuaikan diri di lingkungan yang baru.

Aromaterapi bermanfaat untuk mempercepat peremajaan kulit melalui minyak esensial yang meresap ke dalam kulit sehingga meningkatkan aliran darah, mencegah timbulnya pelbagai penyakit karena bersifat anti bakteri, menetralkan ketegangan, mengurangi stress dan memberi kenyamanan (*relaxing*) melalui aroma minyak esensial yang terhirup, menormalisasi metabolisme dan pernafasan seluler, meningkatkan vitalitas dan membantu pembakaran produk lemak yang berlebihan, melembapkan dan meningkatkan kandungan oksigen serta menghilangkan racun pada kulit, membantu mengatur keseimbangan tubuh dan menstimulasi proses terapi.

Salah satu dari berbagai rangkaian produk Martha Tilaar Group, *Oil of Java Martha Tilaar Aromatic* merupakan produk yang memiliki khasiat sebagai aromaterapi.

Menggunakan *Oil Of Java Martha Tilaar Aromatic* adalah dengan mengusapkan, memijat dan aromanya yang dapat menciptakan suasana santai, menyegarkan dan membangkitkan semangat Anda.

Perawatan aromatik dapat bermanfaat untuk kecantikan wajah. Caranya dengan mengoleskan beberapa tetes minyak esensial pada wajah dan leher, pijat perlahan. Untuk hasil optimal, uapi wajah dengan air panas dalam wadah yang telah ditetesi minyak esensial.

Produk aromaterapi milik Martha Tilaar memiliki berbagai macam jenis, masing-masing aroma memiliki manfaat yang berbeda-beda. Misalnya:

- Aromaterapi dapat digunakan sesuai kebutuhan. Misalnya *Acne Oil* yang mengandung minyak *eukalipti* dan pelbagai minyak esensial dapat mengatasi jerawat tanpa meninggalkan bekas serta menyeimbangkan produksi minyak/sabun yang berlebihan.
- Untuk menghilangkan dan mencegah timbulnya garis-garis keriput pada wajah dapat menggunakan *Anti Wrinkle Oil* yang mengandung minyak esensial adas, nilam dan wortel serta pelbagai minyak esensial lain.
- Kandungan minyak esensial lemon dan kenanga dalam *Spot Oil* dapat bersifat menenangkan dan membersihkan kulit, menghilangkan noda-noda pada kulit sekaligus menghaluskan.
- Selain untuk wajah, aromaterapi juga berkhasiat untuk kesehatan tubuh dan emosi. Contohnya adalah *Relaxing Oil* yang mengandung minyak pala, geranium dan palma rosa serta minyak esensial lainnya, berkhasiat merilekskan dan mengatasi ketegangan/stres akibat kelelahan fisik maupun psikis.
- Keistimewaan *Love Oil* berkhasiat untuk menambah gairah cinta, dengan ramuan pelbagai minyak esensial seperti minyak cendana dan kenanga.
- *Pain Relief Oil* mengandung minyak esensial jahe, pala, kayu putih serta eukalipti yang berkhasiat mengatasi pegal, nyeri otot dan kaku sendi, serta memulihkan kondisi tubuh.
- *Cellulite Oil* mengandung pelbagai minyak esensial kenanga, nilam dan minyak esensial lain yang berkhasiat untuk menghilangkan selulit pada paha, pinggul, lengan dan bagian tubuh lain.

- Yang terakhir adalah *Carrier Oil (Soya Bean Oil)* yang mengandung minyak kedelai murni untuk campuran minyak aromatik konsentrat yang dapat juga digunakan untuk pijat.

### 2.2.2. Spa

Spa berasal dari bahasa Yunani, kependekan dari *Sanus Per Aquam* yang berarti perawatan dan penyembuhan dalam atau melalui air. Secara etimologi menurut Kamus Bahasa Inggris Meriem-Webster, kata spa berarti tempat yang berair di Belgium. Dengan berjalannya waktu, arti spa jadi berkembang, yaitu: sebuah kegiatan atau aktifitas relaksasi terhadap jasmani dan rohani yang diakibatkan karena sebuah pola kegiatan rutinitas hidup manusia.

Konsep dari spa sebenarnya berasal dari jaman kekaisaran Romawi ketika pasukan Legion terkena luka ringan akibat perang. Mereka berusaha mencari cara untuk sembuh dari luka-luka ringan tersebut. Mereka mencari galian sumber air panas dan kemudian membuat kolam-kolam mandi supaya mereka dapat menyembuhkan tubuh yang terluka. Mereka menamai tempat itu dengan “*aquae*” dan kegiatan mandinya disebut spa, dari *Sanus Per Aquam* yang berarti perawatan dan penyembuhan melalui air. Kemudian kota spa di Belgium didirikan untuk tujuan ini, yang kemudian menjadi terkenal pada abad ke-14 dan masih ada sampai sekarang. (Sumber: Brown, Anita)

Menurut ISPA (*International Spa Association*) ada 7 kategori spa antara lain:

#### 1. *Club Spa*

Biasanya lebih banyak menyediakan fasilitas kebugaran dengan penawaran pelayanan di siang hari.

#### 2. *Cruisheship Spa*

Spa di atas kapal pesiar dengan pelayanan profesional, tersedia *personal training* (pelatih pribadi) dan pelayanan kecantikan di salon.

#### 3. *Day Spa*

Spa dengan pelayanan yang teroganisir secara profesional yang ditawarkan dalam 1 hari, dengan pelayanan dari penataan rambut hingga perawatan kaki.

#### 4. *Destination Spa*

Spa yang berfokus pada peningkatan gaya hidup dan perbaikan kesehatan melalui pelayanan yang terorganisir secara profesional, menyediakan kebugaran fisik, program edukasi dan fasilitas penginapan. Biasanya terletak di tempat terpencil dan harus menginap beberapa hari.

#### 5. *Medispa*

Spa secara individual, berkelompok dan secara institusi dimana menggabungkan pengobatan medis dan spa tradisional di bawah pengawasan dokter.

#### 6. *Mineral Spring Spa*

Perawatan *hydrotherapy* yang menggunakan mineral alami atau air panas atau air laut yang berada di lokasi sumber tersebut.

#### 7. *Resort Hotel Spa*

Spa yang menjadi satu lokasi dengan sebuah *resort* atau hotel, dengan pelayanan spa yang terorganisir secara profesional dengan pilihan bermacam-macam selain spa, juga masakan spa yang tersedia, bisa sehari atau beberapa hari.

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

##### 1. Pemijatan

Melemaskan otot dari ketegangan.

##### 2. Perawatan kulit dan muka

Dari keriput akibat ketegangan yang tinggi

##### 3. Berendam/beruap

Terapi kelancaran peredaran darah dan syaraf seperti *whirpool*, *sauna*, mandi susu dan mandi rempah.

##### 4. *Body scrub*/luluran

Mengeluarkan kotoran badan melalui pori-pori di kulit

##### 5. Pemijatan titik syaraf

Untuk pembukaan jalan darah lewat titik syaraf

##### 6. Latihan gerakan

Melalui yoga, *aerobic*, *body language*, *taichi*, berenang dan lain-lain.

Spa sendiri dalam konteks modern merupakan titik terapi yang menggabungkan aktifitas relaksasi yang berpengaruh pada fisik dan psikis, yang dalam perkembangannya hal tersebut dikaitkan makin terbatasnya waktu dan tempat/sarana yang dimiliki seseorang dalam melakukan istirahat terlebih kehidupan di kota besar yang sarat dengan berbagai kesibukan membuat orang makin sulit untuk santai dan beristirahat di tengah kesibukan dan tekanan pekerjaan yang ada.

Meskipun sarana spa merupakan fasilitas yang terbuka untuk umum, tetapi didalamnya tergolong memilikitingkat privacy yang tinggi, hal ini membedakan dengan bentuk aktifitas *entertainment* yang ada.

Sejalan dengan perkembangan tren untuk kembali ke alam (*back to nature*), maka aktifitas dan sarana pada spa juga dikembangkan dengan memadukan budaya timur yang pada dasarnya juga sudah mengenal metode perawatan jasmani berbahan alami dengan teknik relaksasinya. Kita mengenal *Ayurvedic* dengan rempahnya dari india, Cikung dan Akupuntur dariCina, Jamu dan berbagai jenis ramuan/aroma dari Indonesia, hal ini memperkaya fasilitas yang diberikan pada sebuah kegiatan spa. (Sumber: Lee, 2004)

Kecintaan orang Asia terhadap makanan dan perhatian untuk hidup menjadi lebih baik diwujudkan dalam masakan spa (*Spa Cuisine*), antara lain makanan yang rendah kalori (*low fat*), rendah garam dan rendah kolestrol, tetapi kaya akan citarasa. Masakan spa yang didesain supaya dapat dicerna dengan baik sambil memberikan persediaan pada tubuh dengan jumlah energi yang optimal dan memicu suatu cara makan dan hidup yang lebih baik.

Banyak tempat-tempat spa menyediakan asupan kalori, protein, karbohidrat, dan jumlah lemak, serta menyediakan sesuai permintaan susunan makanan khusus. Ada beberapa yang menggunakan hasil alam, bahkan seringkali dengan tumbuh-tumbuhan jamu dan sayuran dari kebun mereka sendiri. (Sumber: Lee, 2004)

### 2.2.3. Sejarah Martha Tilaar

Ketika mendapat kesempatan belajar di Academy of Beauty Culture, Indiana, Amerika Serikat, gurunya Van der Hoo, orang Belanda, memperlihatkan padanya sebuah buku kuno mengenai Mangkunegara, terbitan tahun 1856. "Lihatlah, betapa cantik wanita Indonesia," kata Van der Hoo kepada Martha. Sejak itu, Martha pun sadar, lalu berjanji pada diri sendiri, untuk mengembangkan seni perawatan tubuh tradisional. "Saya membayangkan, bagaimana rupa wanita Indonesia bila dirias menurut budaya Eropa," tuturnya. "Rambut bisa dicat pirang, hidung bisa dioperasi menjadi mancung, tetapi mata tetap hitam. Lucu sekali," ujarnya.

Ketika kecil, anak sulung dari tiga bersaudara ini justru bertingkah seperti lelaki, enggan merawat diri. Ibunya, Nyonya Handana, menegurnya, "Martha, kau nanti tidak laku, lho." Sang ibu lalu menitipkan putrinya pada seorang ahli kecantikan tradisional di Yogyakarta, Titi Poerwosoeno. Dan wanita kelahiran Kebumen, Jawa Tengah, ini pun mengaku, "Ibu Titi, guru pertama yang mengajar saya bersolek". Karena ia seorang guru, sempat mengajar di SD selama dua tahun. Setelah menjadi sarjana pendidikan dari IKIP Jakarta, ia juga sempat mengajar di alma maternya tiga tahun. Lalu mengikuti suami, Dr. Henry A. Rudolf Tilaar, yang bertugas ke Amerika Serikat. Di sanalah ia belajar masalah kecantikan, dan lulus 1967. Lalu bekerja selama tiga tahun di Campes Beauty Salon, Universitas Indiana, AS. Setelah kembali ke Jakarta, 1969, dia membuka salon kecantikan. Salon kecil di Jalan Dr. Kusumaatmaja, Jakarta, itu akhirnya berkembang menjadi lima buah. Meskipun ia mendapat pendidikan dari Amerika, ajaran gurunya yang pertama kali, Titi Poerwosoeno, masih terngiang. "Saya mesti back to nature" tutur ibu empat anak ini.

Tahun 1972 ia pun ke Eropa belajar ramu-ramuan. Dikunjunginya pabrik Yves Rocher di Prancis, Mary Quant di Inggris, dan Hartleben di Jerman Barat. Kembali ke Indonesia, empat tahun kemudian didirikannya Martha Griya Salon yang memperkenalkan perawatan tradisional. Usaha itu kian berkembang dengan berdirinya pabrik kosmetik PT Sari Ayu, Martha Kosmetika Indonesia, yang diresmikan oleh Ny. Nelly Adam Malik, 22 Desember 1981. Baru berusia dua

tahun perusahaan itu mendapat penghargaan tertinggi untuk penampilannya pada The First Asian Beauty Congress and Exhibition, Singapura.

Martha sendiri memperoleh Doktor Kehormatan di bidang Fashion Artistry dari The World University Tucson, Arizona, Amerika Serikat, 1984. Penggemar barang antik yang terbuat dari kaca ini menggemari olah raga bulu tangkis. Ia sering bermain bersama keluarga di halaman rumah dinas suaminya, di Pejaten, yang memiliki lapangan bulu tangkis. Sang suami bekerja sebagai Kepala Biro Pendidikan dan Kebudayaan Bappenas

Pada bulan Mei 1995 ia mendirikan Puri Ayu Martha Tilaar di bawah naungan salah satu anak perusahaan Martha Tilaar *Group* yaitu PT Martha *Beauty Galery*. Pertama kali didirikan di gedung Graha Irama kawasan Kuningan Jakarta, dalam waktu relatif singkat berkembang pesat sampai ke Bandung, Yogyakarta dan Surabaya dan beberapa kota besar lainnya. Puri Ayu menjadi tempat menjual produk-produk Martha Tilaar Group termasuk layanan kepada konsumen. Istri pendidik Prof. H.A.R Tilaar ini menilai rendahnya citra produk lokal di mata masyarakat adalah juga bagian dari sikap pemerintah yang tidak konsekuen dengan komitmen mencintai produk dalam negeri. Untuk menjadi tuan di negeri sendiri, katanya butuh pengorbanan. Serius dan komitmen yang tinggi. "Kalau omongan dan tindakan tidak sama, ya kacau. Ini masalah yang sangat penting. Malaysia punya komitmen besar dalam soal ini. Jadinya semua orang ikut. Sekarang memang perlu kita bangun kemandirian," ujar lulusan *Academy of Beauty Culture*, Bloomington, Indiana, Amerika Serikat ini. Komitmennya pada produk dalam negeri, mempengaruhinya dalam pilihan berbusana. Sehari-hari, dalam menjalankan roda bisnisnya siapa pun bisa melihat Martha yang selalu lekat dengan busana buatan dalam negeri. Batik, kebaya atau jenis busana lain dari berbagai daerah. "Saya harus berbuat sesuai dengan komitmen saya," katanya. Itulah Martha Tilaar. Bisnisnya yang dibangun pada 1971 berjalan cepat.

Merek kosmetik Sariayu, Biokos, Belia, Caring Colours, *Professional Artist Cosmetics* (PAC), Aromatic, Jamu Garden adalah sebagian merek yang sudah terkenal sampai ke mancanegara. Ketika penolakan datang dari dalam negeri sendiri sangat besar, dia justru tidak ragu-ragu untuk merambah hingga ke luar negeri. Martha Tilaar sudah membuka cabang di Malaysia, Brunei

Darussalam, Filipina dan Los Angeles, Amerika Serikat. Ditambah sebuah laboratorium penelitian parfum di Paris. Bahkan Puri Ayu menjadi nama besar di Malaysia selain Brunei Darussalam dan Filipina. Bertempat di Hotel *Crown Princess* Kuala Lumpur, Martha juga membuka gerai SPA yang pada saat peluncurannya tidak kurang dihadiri Permaisuri Agung Tuanku Siti Aishah. Semua itu, hanya untuk memenuhi banyaknya permintaan terutama pelanggan dari salon di *City Square* negara tersebut. Di Los Angeles, produk SPA sangat diminati. Ada sekitar 50 SPA yang memakai produk dari Martha Tilaar *Group*. Bahkan direncanakan akan membuka pelatihan (training) SPA untuk menanamkan nilai-nilai ketimuran. Orang Amerika cenderung natural, jika ada terbuat dari unsur kimia justru akan ditolak. "Pengembangan SPA ini di luar dugaan saya," ujar Martha. Keberhasilan Martha Tilaar membawa perusahaan yang pada awalnya beroperasi di garasi rumah ayahnya akhirnya mendapat pengakuan internasional. *The Star Group*, organisasi yang berpusat di Los Angeles memilihnya sebagai *The Leading Women Entrepreneurs of the World* bersama 40 perempuan bos perusahaan di dunia.

Kegigihan Martha mengembangkan sayap ke luar negeri terutama ASEAN karena liberalisasi perdagangan. Bagaimanapun perdagangan bebas ASEAN (*Asean Free Trade Area/AFTA*) membuat lintas perdagangan semakin tanpa batas dengan penurunan bea impor menjadi 5 persen. Semua produk bebas masuk termasuk yang kurang berkualitas. Namun, dia berprinsip pasar dalam negeri harus tetap dikuasai. Dengan AFTA, kalau tidak seimbang, produk lokal akan ambruk sama sekali. Jika ada keseimbangan meski produk impor masuk dan akan mengambil pasar produk lokal, namun tidak akan membuat produk domestik tersingkir sama sekali. Padahal katanya tidak seluruh produk impor baik bagi kulit. Impor sejumlah jenis kosmetika yang masuk dengan harga murah justru merusak kulit karena bahan bakunya dari material untuk tekstil, bukan untuk kulit. Jika dipakai akhirnya membuat kulit rusak.

Membuat keunikan adalah modal bagi Martha Tilaar untuk mengembangkan industri ini. Ini sudah terbukti sejak 18 tahun lalu dengan menggali budaya etnik untuk produk Martha Tilaar *Group*. Trend warna tata rias yang diilhami oleh kekayaan alam dan budaya dari berbagai daerah di Indonesia

diawali dari tren warna "Senja di Sriwedari" pada 1987. Sejak itu Martha Tilaar dengan produknya Sariayu selalu mengangkat nama tempat atau unsur budaya suatu daerah dipadu dengan trend busana sehingga tercipta warna trendi yang menjadikan Sariayu trendsetter warna tata rias di Indonesia. Misalnya saja, Gaya Warna Disainer (1998) yang mengambil unsur budaya Jawa Barat dan Kalimantan, Sumatera Bergaya (1989) dari Sumatera, Puri Prameswari (1990) mengambil dari etnik Cirebon dan Bali, Senandung Nyiur (1991) dari Pantai Indonesia, Riwayat Asmat (1992) dari Irian Jaya/Papua, Rama-Rama Toraja (1993) dan dari daerah lain seperti Banda/Ambon, Jakarta, Aceh. Pendekatan etnik, dikatakannya akan mendekatkan konsumen kepada produknya.

Secara tidak langsung ada hubungan emosional yang akan terpelihara dengan konsumen. Agaknya ini menjadi strategi yang belum pernah dilakukan oleh industri serupa lainnya. Tak mengherankan bila strategi pendekatan etnik juga yang menyelamatkan bisnisnya dari guncangan krisis moneter. Ketika perusahaan lainnya ambruk, Martha Tilaar justru meraup penjualan yang besar dengan trend warna Pusako Minang. "Penjualannya melonjak sampai 400 persen, padahal tahun itu semua industri melakukan PHK," tuturnya.

Selain itu, menyiasati 'penyelamatan' dari krisis dilakukannya dengan promosi lewat televisi. Martha menawarkan ke acara-acara televisi untuk merias para pendukung acaranya tanpa bayar, namun wajib mencantumkan nama produk di akhir acara atau sistem barter. Tak pelak, strategi itu sangat jitu, ketika perusahaan lain kesulitan untuk berpromosi, nama Sariayu justru berkibar. Banyak acara televisi yang ditangani perusahaannya. Tahun ini, Martha Tilaar meluncurkan trend Bunga Khatulistiwa. Perempuan diibaratkan bunga. Bunga yang selalu bersinar dan menghiasi bumi Nusantara yang dilalui tepat garis khatulistiwa.

Kepioniran Martha Tilaar menciptakan trend dengan penggalan budaya menarik minat konsumen di mancanegara. Tanpa suatu kekhasan, produk ini ditegaskannya tidak akan berhasil. Di luar negeri saat ini, unsur natural menjadi primadona. "Di dunia sekarang trend dengan unsur natural. Untuk itu kita harus selalu inovatif dan unik. Kalau produknya sama saja akan kalah bersaing," ujar Martha. Lihatlah, bagaimana SPA sangat disenangi orang-orang asing. Semua itu

didukung visi misi yang disebutnya NET: Natural, Eastern dan Technology dan Three I: *Icon, Institution, Innovation*. Kendati perekonomian Indonesia belum pulih, Martha optimistis tahun ini akan ada peningkatan penjualan 23 persen atau sebesar Rp 600 miliar seperti yang dikutip sebuah harian lokal di Surabaya.

Pertumbuhan ini lebih dari sebelum krisis yang bisa mencapai 50 persen - 60 persen. Kontribusi terbesar datang dari penjualan Sariayu seperti pembersih, penyegar, bedak tabur, dan lipstik. Berdasarkan data yang ada, pangsa pasar terbesar adalah kategori make up 50 persen, skin care 30 persen. Diakuinya masuknya produk-produk Cina memukul produk dalam negeri, padahal dari segi kualitas tidak memadai. Hanya saja karena harganya murah, akhirnya banyak konsumen yang berminat.

Rahasia sukses trend warna Pusako Minang tidak lepas dari peran Research & Development (R&D) yang telah dibangun Martha sejak awal. "Sebelum meluncurkan produk baru saya menanyakan kepada ahli busana, tata rias pengantin, warna apa yang paling dominan. Gold and red, itu jawab mereka. Saya masukkan ke R&D, pokoknya bikin gold and red," katanya. Hasilnya memang dirasakan. Dari tangan-tangan tim ahli di R&D lahir pemulas bibir dua warna yang sangat terkenal dalam satu batang. Produk yang tentunya sangat ekonomis di tengah cekikan krisis. Tak mengherankan, sebelum dilemparkan ke pasaran produknya harus melalui pengujian R&D. Untuk R&D, Martha tidak sayang menghabiskan uang dalam jumlah besar, termasuk mengembangkan keahlian orang-orang yang ada di bagian R&D dan membangun laboratorium lengkap dengan peralatannya. Baginya kualitas memang mahal nilainya. "Sejak pertama saya berusaha saya sudah investasi di R&D. Kalau bicara mengenai kosmetika orang nggak kepikir mengenai itu, karena merasa under developing, tidak higienis," katanya. Dia prihatin dengan masyarakat yang masih berpikir pada produk impor. Bagi masyarakat, kosmetika berarti dari New York, Jepang atau London. Sementara Indonesia tidak terpikirkan. Karena itu, Martha menegaskan jika ingin investasi dalam kosmetika harus investasi dalam R&D. Dari sana akan bisa berkembang dengan cepat.

Martha berpendapat dengan produk berkualitas tinggi, kepercayaan konsumen akan dibangun. Dengan kepercayaan, orang tidak akan mudah

meninggalkan produk yang sudah dia kenal. Tak aneh, bila kemudian ada pelanggannya seumur perusahaan. Komitmennya yang tinggi pada pengembangan industri kosmetika membuatnya tidak ragu mengirim dua ahli farmasinya belajar di Universitas Leiden, Belanda yang bekerja sama dengan Universitas Padjadjaran, Bandung. Begitu juga, berbagai pameran di luar negeri selalu diikuti.

Berbagai negara dirambah untuk belajar mengenai perkembangan kosmetika. Kini, di R&D ada dua stafnya yang bergelar doktor termasuk sejumlah magister dan sarjana strata satu. "Kita ingin menunjukkan ke bangsa lain, bahwa kita bukan orang yang ketinggalan. Kita nggak mau dihina orang. Kita sebagai bangsa Indonesia harus bisa unjuk diri," katanya. Di bawah R&D, perlahan-lahan pemakaian bahan baku impor mulai dikurangi.

Para peneliti mulai mengembangkan bahan baku lokal. Bulan Juli 2002, Martha bersama puluhan pengusaha dari seluruh dunia diundang Sekjen Perserikatan Bangsa Bangsa Kofi Annan dalam pertemuan forum *Global Compact* di New York. Dalam forum itu, para pengusaha tersebut diminta mempromosikan praktik berbisnis yang baik dalam bidang hak asasi manusia, tenaga kerja, dan lingkungan, yang telah mereka praktikkan selama ini. Sepulang dari forum itu, Martha 'berkampanye' mengenalkan *Global Compact*.

Tapi, dari berbagai perusahaan yang diajak berbicara, sayangnya tidak ada tanggapan. Ini menunjukkan masalah sumber daya manusia, lingkungan dan hak asasi manusia belum menjadi prioritas dalam dunia usaha. "Kita tiap hari ke pabrik kosmetika dengan harapan pabrik jamu yang menggunakan natural resources tergerak meningkatkan sumber daya manusianya," lanjutnya.

#### 2.2.4. Teori Tentang Ruang

Ruang adalah unsur yang penting dalam desain sebagai tempat kehidupan manusia dalam melakukan tugas dan kewajibannya. Sifat ruang dapat dibedakan menjadi 2, yaitu:

##### a. Ruang nyata

Adalah ruang yang dapat diukur secara nyata dan bisa dirasakan keberadaannya. Ruang nyata ada 2 macam, yaitu ruang tertutup dan ruang terbuka.

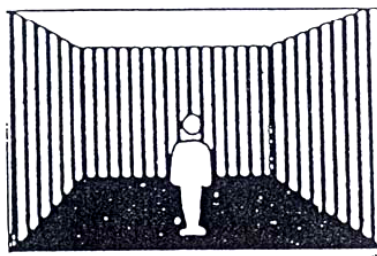
b. Ruang abstrak

Adalah ruang yang tidak ada batasnya, tidak ada fakta yang nyata dan sulit dipahami secara visual oleh setiap orang.

Benyamin A Handler, seorang arsitek, berkesimpulan sebagai berikut:

a. Ruang rendah supaya berkesan tinggi:

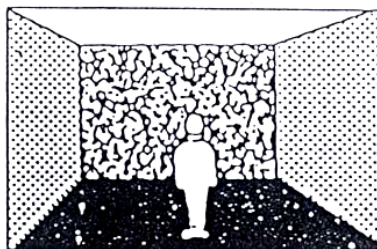
- Seluruh dinding ditempel dengan pelapis motif garis vertikal.
- Pelapis dinding ditempel hingga plafon tanpa pembatas.
- Plafon diberi penyinaran terang.



Gambar 2.3. Sketsa Ruang Rendah Supaya Terkesan Tinggi  
(Sumber: J. Pamudji Suptandar, *Desain Interior*, 1999 Halaman 68)

b. Ruang kecil agar tampak memanjang:

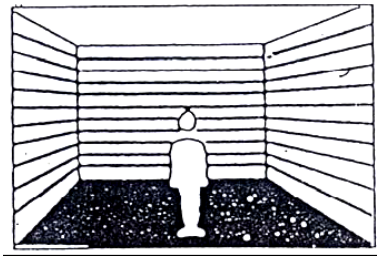
- Memasang pelapis dinding pada salah satu sisi dengan permainan dan penekanan pada warna supaya kontras.
- Pada plafon dipasang motif bergaris lurus memanjang.
- Pada plafon seberang dipasang warna ringan dibanding dinding lainnya.



Gambar 2.4. Sketsa Ruang kecil agar tampak memanjang  
(Sumber: J. Pamudji Suptandar, *Desain Interior*, 1999 Halaman 68)

c. Penegasan pintu masuk:

- Agar pintu masuk terlihat jelas dan menonjol ke dalam, usahakan agar sekelilingnya diberi warna cerah, sedangkan bagian dalam diberi warna yang agak gelap agar mudah terlihat.

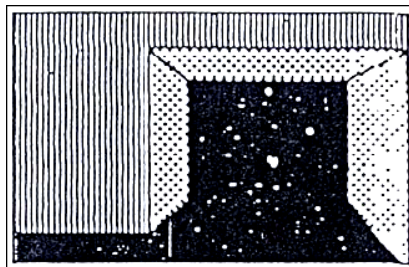


Gambar 2.5. Sketsa Penegasan pintu masuk

(Sumber: J. Pamudji Suptandar, *Desain Interior*, 1999 Halaman 68)

d. Ruang sudut supaya tampak tinggi:

- Beri warna cerah dan penyorotan ke arah dinding.

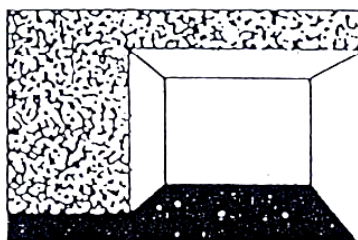


Gambar 2.6. Sketsa Ruang sudut supaya tampak tinggi

(Sumber: J. Pamudji Suptandar, *Desain Interior*, 1999 Halaman 69)

e. Ruang menonjol ke dalam agar mudah terlihat

- Warna ruang yang menonjol ke dalam dibuat kontras dengan warna sekelilingnya.



Gambar 2.7. Sketsa Ruang menjorok ke dalam agar mudah terlihat  
(Sumber: J. Pamudji Suptandar, *Desain Interior*, 1999 Halaman 69)

#### 2.2.5. Tinjauan Elemen Pembentuk Ruang

Tinjauan dari elemen pembentuk ruang yang diambil dari beberapa literatur adalah sebagai berikut:

##### 1. Lantai

Lantai merupakan bidang datar dan mempunyai dasar yang rata. Sebaiknya bahan dipilih berdasarkan pertimbangan baik fungsi maupun estetikanya. Berkaitan langsung dengan kekuatan lantai adalah mudah pemeliharaan lantai agar lantai dapat dirawat dalam kondisi yang baik. Untuk bagian lantai yang mudah menjadi basah, disarankan untuk menghindari penggunaan material lantai yang keras dan licin. Permukaan lantai yang lentur dan bertekstur atau berongga dapat menyerap suara benturan yang terjadi. (Sumber: Francis D.K. Ching, *Ilustrasi Desain Interior*, 1996. Hal. 180-185)

##### 2. Dinding

Dinding merupakan elemenarsitektur yang penting untuk setiap bangunan, baik sebagai unsur penyekat ataupun bagi ruang, maupun sebagai unsur dekoratif, yang juga sangat berperan dalam terciptanya suatu suasana dalam ruang. Dinding berwarna terang memantulkan cahaya secara efektif dan dapat dipakai sebagai elemen-elemen yang ada di depannya. Warna-warna terang dan hangat pada dinding menimbulkan kesan hangat, sedangkan warna-warna gelap dan dingin meningkatkan besarnya ruang. (Sumber: Francis D.K. Ching, *Ilustrasi Desain Interior*, 1996. Hal. 180-185)

### 3. Plafon

Plafon merupakan pembentuk ruang yang menutup bagian atas. Kesan yang utama adalah adanya tinggi rendah ruang. Berfungsi juga sebagai bidang penempatan lampu, peletakan AC, *Audio Loud Speaker*, *Sprinkler Head*, dan sebagai peredam suara atau akustik. (Sumber: Pille, 1995. Hal. 76)

### 4. Perabot

Perabot merupakan pengisi ruang yang memiliki fungsi memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-harinya. Pemilihan bahan untuk perabot akan menunjang suasana yang diinginkan. Misalnya penggunaan bahan kayu untuk perabot akan memberikan kesan-kesan suasana tradisional (kedaerahan), alami dan indah.

### 5. Unsur dekorasi

Ornamen dalam interior merupakan unsur dekorasi. Selain berfungsi sebagai hiasan dalam ruang, ornamen juga berpengaruh dalam penciptaan suasana dalam ruang. Karena tanpa dekorasi suasana keindahan dari ruang akan menjadi berkurang. (Sumber: Pamudji.J.Suptandar, *Desain interior*, 1999. Hal. 212)

#### 2.2.6. Tinjauan Sistem Kondisional

Tinjauan sistem kondisional yang diambil dari beberapa literatur adalah sebagai berikut:

##### 1. Tata cahaya

Untuk memperoleh sistem pencahayaan yang baik perlu diperhatikan tentang kuantitas cahaya yang sesuai dengan kebutuhan manusia dan juga unsur estetika di dalam ruangan. (Sumber: Pilatowicz, 1995. Hal. 88)

##### 2. Tata suara/akustik

Untuk memperoleh reduksi bising yang diinginkan maka tindakan yang dilakukan adalah dengan memberikan lapisan akustik. Akustik dapat mengatasi masalah teknis yang berhubungan dengan desain interior, antara lain tingkat bunyi yang berlebihan, perlindungan *privacy* ruang, tingkat kejelasan percakapan dengan latar belakang suara dan pengadaan suara latar yang sesuai dengan situasi tertentu. (Sumber: Pille, 1995, Hal. 91)

### 3. Tata Udara

Untuk mengatur kesejukan udara di dalam ruang terdapat 2 jenis sistem pengaliran udara, yaitu:

- Sistem alami, antara lain *cross ventilation*.
- Sistem mekanisme, yaitu sistem buatan manusia. Sistem mekanisme ini dibagi lagi menjadi 2, yaitu:
  - Sistem mekanis, yaitu suatu sistem pengkondisian udara dalam ruang yang mempergunakan alat mekanis (listrik) misalnya kipas angin dan *exhaust fan*.
  - Sistem *Air Conditioner* yaitu sistem pengatur udara dalam ruang yang dilakukan secara teratur dan konsisten.

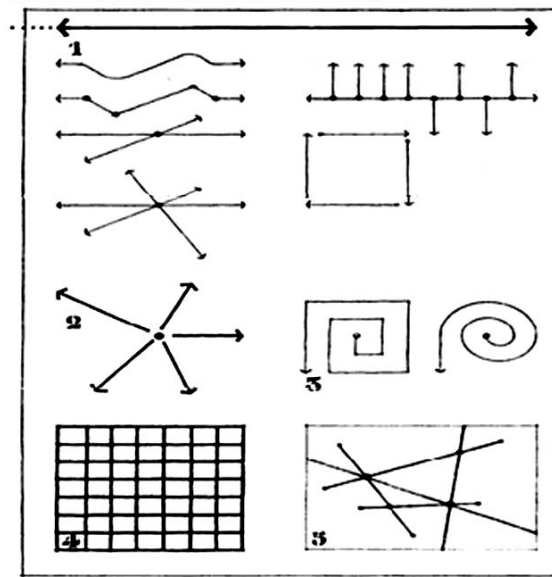
#### 2.2.7. Tinjauan tentang Penataan Sirkulasi

Semua alur pergerakan, baik untuk orang, kendaraan, barang maupun pelayanan, pada dasarnya bersifat lurus atau linier. Dan semua jalur mempunyai titik awal yang membawa kita menyusuri urutan ruang ke tujuan akhir kita. Penataan jalur sirkulasi dapat mempengaruhi atau sebaliknya dapat dipengaruhi oleh pola organisasi ruang-ruang yang dihubungkannya.

a. Jalur sirkulasi dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

- Linier Semua jalan pada dasarnya adalah linier. Jalan yang lurus dapat menjadi unsur pengorganisir utama untuk sederet ruang-ruang. Di samping itu, jalan dapat berbentuk lengkung atau berbelok arah, memotong jalan lain, bercabang-cabang, atau membentuk putaran (loop).
- Radial  
Konfigurasi radial memiliki jalan-jalan lurus yang berkembang dari sebuah pusat.
- Spiral (berputar)  
Sebuah konfigurasi spiral adalah suatu jalan tunggal menerus, yang berasal dari titik pusat, mengelilingi pusat dengan jarak yang berubah.

- *Grid*  
Sebuah konfigurasi grid terdiri dari dua pasang jalan sejajar yang saling berpotongan pada jarak yang sama dan menciptakan bujur sangkar atau kawasan ruang-ruang segi empat.
- Jaringan  
Suatu konfigurasi jaringan terdiri dari jalan-jalan yang menghubungkan titik-titik tertentu di dalam ruang.

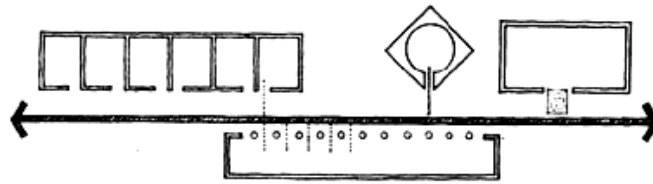


Gambar 2.8. Sketsa Pengelompokan Jenis-Jenis Jalur sirkulasi  
(Sumber: Francis D.K. Ching, *Arsitektur bentuk ruang dan tatanan*, Halaman 253)

b. Hubungan jalur dan ruang

Jalur dapat dihubungkan dengan ruang-ruang melalui cara-cara berikut ini.

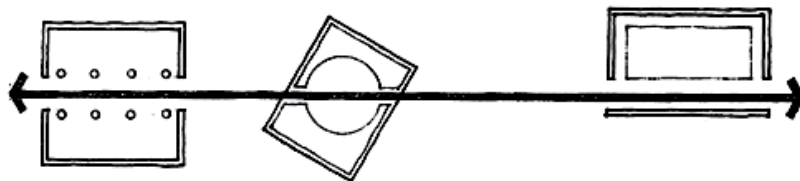
- Melalui Ruang-ruang
  1. Kesatuan dari tiap-tiap ruang dipertahankan.
  2. Konfigurasi jalan yang fleksibel.
  3. Ruang-ruang perantara dapat dipergunakan untuk menghubungkan jalan dengan ruang-ruangnya.



Gambar 2.9. Sketsa Jalur Melalui Ruang-Ruang

(Sumber: Francis D.K. Ching, *Arsitektur bentuk ruang dan tatanan*, Halaman 264)

- Menembus Ruang-ruang
  1. Jalan dapat menembus sebuah ruang menurut sumbuinya, miring atau sepanjang sisinya.
  2. Dalam memotong sebuah ruang, suatu jalan menimbulkan pola-pola istirahat dan gerak didalamnya.



Gambar 2.10. Sketsa Jalur Menembus Ruang-ruang

(Sumber: Francis D.K. Ching, *Arsitektur bentuk ruang dan tatanan*, Halaman 264)

- Berakhir Dalam Ruang
  - 1 Lokasi ruang menentukan jalan.
  - 2 Hubungan jalan-ruang ini dipergunakan untuk pendekatan dan jalan masuk ruang-ruang penting yang fungsional dan simbolis.



Gambar 2.11. Sketsa Jalur Berakhir Dalam Ruang

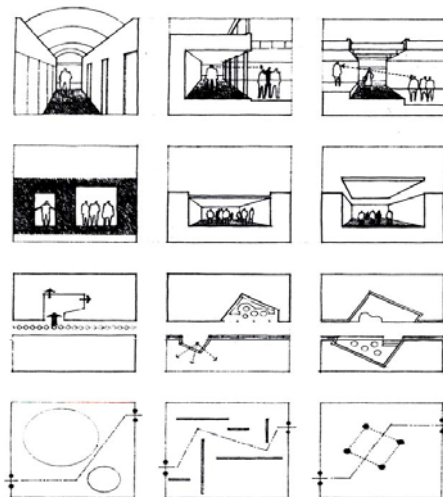
(Sumber: Francis D.K. Ching, *Arsitektur bentuk ruang dan tatanan*, Halaman 264)

c. Bentuk Ruang Sirkulasi

Ruang-ruang gerak membentuk suatu kesatuan bagian dari setiap organisasi bangunan museum dan memakan volume bangunan yang cukup besar. Bentuk sebuah ruang sirkulasi dapat bermacam-macam berdasarkan batas-batas yang ditetapkan, bentuknya yang berkaitan dengan bentuk ruang-ruang yang dihubungkannya, kualitas skala, proporsi, cahaya dan pemandangan yang dipertegas, terbukanya jalan masuk ke dalamnya, perannya terhadap perubahan-perubahan ketinggian lantai dengan tangga-tangga dan landaian.

Ruang sirkulasi dapat berbentuk:

- Tertutup  
Membentuk koridor pribadi yang berkaitan dengan ruang-ruang yang dihubungkan melalui pintu-pintu masuk pada bidang dinding.
- Terbuka Pada Salah Satu Sisinya  
Membentuk balkon atau galeri yang memberikan kontinuitas visual dan kontinuitas ruang dengan ruang yang dihubungkannya.
- Terbuka Pada Kedua Sisinya  
Membentuk deretan kolom untuk jalan lintas yang menjadi sebuah perluasan fisik dari ruang yang ditembusnya.



Gambar 2.12. Sketsa Bentuk Ruang sirkulasi

(Sumber: Francis D.K. Ching, *Arsitektur bentuk ruang dan tatanan*, Halaman 269)

### 2.2.8. Tinjauan Warna

Warna merupakan aspek yang berhubungan dengan penampilan visual suatu ruang, karena warna adalah unsure yang pertama kali ditangkap oleh panca indra sebelum bentuk. Mata kita dapat menangkap gelombang cahaya warna kurang lebih 400-700nm (1nm = 1/1 juta meter) yang dipantulkan oleh yang dilihat oleh mata.

#### 2.2.8.1. Kesan Warna

Warna dapat mempengaruhi suasana hati. Warna-warna tajam dipercaya merupakan ekspresi semangat. Sedangkan warna-warna yang lembut mencerminkan suasana yang tenang, sehingga suasana hati yang tidak tenang dapat diimbangi dengan warna-warna lembut. Warna-warna cerah membantu menarik perhatian secara langsung dari luar. Warna-warna gelap mencerminkan suasana yang serius.

Tabel 2.1. Kesan Warna

Warna	Kesan
Biru	Untuk melepaskan ketegangan dan mendapatkan kesegaran, selain itu memberikan kesan bersih sehingga orang ingin berada di dalamnya.
Hijau	Stabil, aman, menyejukkan dan segar.
Kuning	Membangkitkan suasana hati yang bersahabat, ceria dan memberikan inspirasi.
Oranye	Menimbulkan kesan hangat, tenang dan keyakinan/kepastian.
Coklat	Untuk suasana hati yang membutuhkan ketenangan hati yang mendalam.
Merah	Menimbulkan suasana hangat dan menimbulkan semangat, melambangkan hubungan sosial dan cinta yang semakin akrab.
Putih	Melambangkan karakter yang netral, biasanya digunakan untuk acara gembira, tenang dan rileks.
Hitam	Menimbulkan atau melambangkan suasana hati yang dramatis.

Kesan yang diberikan akan berkaitan dengan status dan kelas sosial tertentu:

1. Biru langit akan memberikan kesan pasif dan efeknya kecil untuk menarik perhatian.
2. Kuning dipercaya menjadi daya tarik yang sempurna, namun jauhi warna kuning pucat.
3. Oranye mempunyai nilai tinggi untuk mengumpulkan perhatian.
4. Merah merupakan daya tarik perhatian yang sempurna. Akan lebih sempurna jika digabungkan dengan warna kuning.
5. putih abu-abu biasanya digunakan untuk latar belakang, tidak bagus untuk latar depan.

#### 2.2.8.2. Psikologi Warna

Tabel 2.2. Psikologi Warna

Warna	Suhu	Psikis	Jarak
Biru	Sejuk	Segar, tenang, konsentrasi	Jauh
Hijau	Sejuk-dingin	Segar, hidup	Jauh
Ungu	Dingin	Sendu, lembut, tenang, agung, mewah	Dekat
Merah	Panas	Berani, mencolok, sebagai aksen, merangsang, akrab	Dekat
Kuning	Hangat	Menarik perhatian, aktif, semarak	Dekat
Oranye	Hangat	Menarik perhatian, aktif, semarak	Dekat
Hitam	Netral	Keras, berat, gelap, memperkuat kontras	Dekat
Putih	Netral	Suci, bersih, tenang, resmi, mencegah kontras	Jauh
Abu-abu	Netral	Formal, tenang, damai	
Metal	Netral	Eksklusif, canggih, bersih	

Sumber (Laksmiwati-Triadi, Unsur-Unsur dan Prinsip-Prinsip Desain Interior. C.V. Rama M.G., Jakarta, 1998)

## 2.2.9. Center

### 2.2.9.1. Pengertian

Center atau pusat adalah area yang memiliki luasan tertentu, yang merupakan ruangan yang fleksibel dan dapat dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan, yang difungsikan untuk memberikan informasi. (*De Chiara Joseph. Time Saver Standards for Residential Development. 1984*)

Informasi memiliki infrastruktur sebagai berikut:

- Hubungan antara sarana-sarana komunikasi dengan pihak yang merupakan sumber informasi, yaitu konsultan, ilmuwan, ahli teknik dan lembaga-lembaga penelitian.
- Inti fisik sarana-sarana informasi: perpustakaan, pusat analisa informasi, dll.
- Hubungan antarsarana-sarana informasi dengan badan-badan pembuatan keputusan penting, lembaga pemerintah, pendidikan.
- Penyediaan tenaga informasi yang terlatih.
- Komunikasi 2 arah antara sarana-sarana informasi dan pemakainya.
- Suatu sistem organisasi yang menyatukan, menggerakkan seluruh sarana, tenaga dan hubungan-hubungannya.

Sifat informasi:

- Informasi pasif:
  - Pelayanan langsung
  - Pelayanan melalui surat, telepon, papan informasi, perpustakaan, audio visual.
- Informasi detail:
  - Pameran tetap dan berkala.
  - Pengiriman brosur, leaflets, majalah, bulletin/ ceramah, dll.
  - Pagelaran kesenian
  - Peragaan seni kerajinan.

Macam-macam bentuk informasi:

- Informasi lisan: pelayanan umum, ceramah/ diskusi.
- Informasi tertulis: brosur, leaflets, booklets, bulletin.
- Informasi visual: pemutaran slide/ film, pameran tetap dan temporer, peragaan seni dan kerajinan.

#### Fungsi informasi:

- Mengusahakan untuk mengikuti perkembangan di bidang pengetahuan dan teknologi.
- Mengurangi adanya duplikasi kegiatan.
- Tersedianya informasi tentang latar belakang dan pengenalan kegiatan.
- Tersedianya informasi dan data khusus sehubungan dengan kegiatan yang ditangani.
- Merangsang munculnya pemikiran dan tindakan oleh pengaruh dari interaksi dengan pendapat, pengetahuan, pengalaman dan keberhasilan orang lain.
- Dapat memperoleh persyaratan tertentu.

#### Tujuan informasi:

- Menyelenggarakan pelayanan informasi yang sesuai dengan kebutuhan, bersamaan dengan meningkatkan kemampuan para pembuat, pengolah, penyebar, dan pemakai informasi.
- Mengusahakan pemanfaatan secara optimum pengetahuan di bidang ilmu, teknologi, ekonomi dan social untuk mencapai tujuan social.
- Mengusahakan tersedianya informasi yang memadai bagi keputusan untuk mamajemen dan kebijaksanaan, baik dalam organisasi pemerintah maupun swasta.
- Memusatkan perhatian organisasi- organisasi pemerintah dan swasta kepada masalah-masalah penyediaan dan penggunaan informasi.
- Membina kerjasama internasional dalam rangka tukar menukar informasi dan keahlian.

(Pauline Atherto. Sistem Pelayanan Informasi, Edisi Bahasa Indonesia)

#### 2.2.9.2. Kebutuhan Psikologis di Tempat Kerja

Disamping kebutuhan fisiologis, kebutuhan psikologis bagi pengguna di tempat kerja memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap penataan interior sebuah kantor. Adapun kebutuhan psikologis yang perlu diperhatikan antara lain:

- Interaksi

Pada sebuah tingkat operasional, aktifitas berintegrasi (bergabung) antara yang satu dengan yang lainnya; pada tingkat kreatif, interaksi menghasilkan

inovasi; pada tingkat organisasi interaksi akan mengoreksi pekerjaan yang sia-sia, dan secara informal akan menyediakan sistem vital dari komunikasi bisnis. Dari sana akan terlihat bagaimana setiap aktifitas terbentuk untuk berhubungan baik dengan aktifitas lainnya dan juga orang-orang. Pada waktu yang sama, bahkan interaksi yang begitu penting/ berharga akan menjadi mahal dan membuang waktu.

- Kedekatan  
Kedekatan membuat sesuatu menjadi lebih mudah, jadi setiap aktifitas harus dekat dengan aktifitas yang lain, dimana alur manusia (jaringan manusia) adalah penting. Jadi kesimpulan rancangan untuk kedekatan meliputi alokasi tempat dan distribusi, rute sirkulasi. Pengaman dan control, dan kesan (*image*) semacam hubungan yang dapat tersalurkan pada staf dan pelanggan.
- Stimulasi, Kekacauan dan Kedamaian  
Hal ini juga bergantung pada aktifitas, dengan kembali pada pikiran dan *brain storming* pada spectrum yang berlawanan. Beberapa orang membutuhkan tempat yang tenang untuk aktifitas tertentu.
- Status dan Image  
Symbol status dapat dapat memperlihatkan berharganya sebuah aktifitas tersebut. Sedangkan untuk image hanya dapat berjalan dengan baik ketika apa yang tercermin keluar itu benar-benar kerjasama yang sesungguhnya.

#### 2.2.9.3. Penataan Ruang

Penataan pusat informasi terbagi menjadi beberapa macam:

- *Cellular*
  - Merupakan bentuk tradisional
  - Menempati gedung yang sempit
  - Ditandai dengan adanya koridor
  - Ruang-ruang yang berukuran kecil
  - Lampu artificial yang permanent
- *Open Plan*
  - Cara tradisional pada layout yang lebih luas
  - Terdiri dari beberapa bentuk sub divisi yang lebih lengkap
  - Tempat bekerja yang disusun beraturan secara geometri

- *Office Landscaping*
  - Konsep ini banyak dipakai pada decade 15 tahun terakhir
  - Mempunyai karakter layout tertentu yang terkontrol oleh pengolahan suasana yang artifisial
  - Layout area kerja memperlihatkan tentang struktur dan metode dari organisasi kerja
  - Tirai, tanaman, dan perabot penyimpanan dipergunakan menandai rute sirkulasi dan memberikan batas wilayah dan identitas pengelompokan kerja.

#### 2.2.9.4. Organisasi Ruang

Organisasi ruang yang ditentukan berdasarkan tuntutan program bangunan, dengan memperhatikan pengelompokan fungsi, hierarki ruang, kebutuhan pencapaian, pencahayaan, dan arah pandang. Bentuk organisasi dapat dibedakan antara lain sebagai berikut:

- Organisasi Ruang Terpusat
  - Sebuah ruang besar dan dominan sebagai pusat ruang di sekitarnya
  - Ruang sekitar mempunyai bentuk, ukuran, dan fungsi yang sama dengan ruang lain
  - Ruang sekitar berbeda satu dengan yang lain, baik dalam segi bentuk, ukuran, dan fungsi.
- Organisasi Ruang Linier
  - Merupakan deretan ruang-ruang
  - Masing-masing ruang berhubungan secara langsung
  - Ruang mempunyai bentuk dan ukuran yang berbeda, tetapi yang berfungsi penting diletakkan pada deretan ruang
- Organisasi Ruang Secara Radikal
  - Kombinasi dari organisasi yang terpusat dan linier
  - Organisasi terpusat mengarah kedalam, sedangkan organisasi radikal mengarah ke luar
  - Lengan radial dapat berbeda antara yang satu dengan yang lainnya, tergantung pada kebutuhan dan fungsi ruang

- Organisasi Ruang Secara Mengelompok
  - Organisasi ini merupakan pengulangan bentuk dan fungsi yang sama, tetapi kombinasinya dari ruang-ruang yang berbeda ukuran, bentuk, dan fungsi
  - Pembuatan sumbu membantu susunan organisasi
- Organisasi Ruang Secara Grid
  - Terdiri dari beberapa ruang yang posisi ruangnya tersusun dengan pola *grid* (3 dimensi).
  - Organisasi ruang membentuk hubungan antar ruang dari seluruh posisi dan sirkulasi

### 2.3. Data Tipologi

#### 2.3.1. *Eastern Garden Martha Tilaar Spa*



Gambar 2.13. Gedung Graha Rekso

Lokasi : Graha Rekso Building, Mezzanine floor. Jl. Boulevard Artha Gading Kav. A1, Sentra Bisnis Artha Gading, Jakarta Utara, 14240.

Eastern Garden Martha Tilaar Spa adalah salah satu milik dari Martha Tilaar yang berdiri di daerah sentra bisnis di Jakarta Utara. Bangunan ini bergaya modern dengan sentuhan tradisional.

Suasana ruang dalam Eastern Garden Spa terasa temaram, nyaman, sejuk, penataan teratur, dan arsitektural yang modern. Menggunakan pencahayaan

buatan yang berasal dari downlight. Untuk penghawaan menggunakan penghawaan buatan yang berupa AC central. Lantai menggunakan merupakan parket warna coklat ukuran 48x48 cm, terazzo warna krem muda, serta batu-batuan warna krem. Untuk dinding plesteran yang dicat warna krem. Untuk dinding terbagi menjadi 3 bagian, pada bagian atas pada bagian tengah menggunakan keramik bermotif, sedangkan pada bagian bawah menggunakan terazzo warna krem. Sedangkan plafon menggunakan motif geometris kotak warna krem

### 2.3.2. Spa & Salon Martha Tilaar



Gambar 2.14. Area Spa Martha Tilaar Diponegoro, Surabaya

Lokasi : Jl. Diponegoro no 17 A, Surabaya. Menggunakan sistem operasional, *customer care* dimana pengunjung benar-benar diperhatikan, baik oleh para *beutycan* maupun oleh *owner* dengan menjagaprivacypengunjung pada saat melakukan perawatan.

Menggunakan style tradisional modern dengan tema alam yang diaplikasikan dengan penggunaan batu-batuan dan penempatan tanaman di areasalon dan spa, terdapat juga air mancur pada area salon dan spa sebagai konsistensiterhadap spa yang menggunakan air sebagai media utamanya. Untuk materialnya menggunakan kayu dan rotan dengan warna natural yang didapat dari finishing politur dan *vernish*. Untuk pencahayaan menggunakan pencahayaan buatan berupa lampu kuning untuk menimbulkan kesan hangat dan ramah yang menunjang gaya tradisional Jawa.

### 2.3.3. Fosca Salon and Day Spa



Gambar 2.15. Receptionist Fosca Salon and Day Spa

Lokasi : Supermall Pakuwon Indah, Surabaya. Merupakan tempat yang menawarkan kenyamanan dengan suasana yang santai dan tenang. Menggunakan style klasik memberikan kesan elegan tersendiri. Disini ditawarkan beranekaragam fasilitas yang dapat disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Letaknya yang berada di pusat perbelanjaan memberikan nilai lebih karena mudah dikunjungi.

### 2.3.4. Tussy Salon and Spa



Gambar 2.16. Area Message Tussy Salon and Day Spa

Lokasi : AJBS Pasaraya. Jl. Ratna 14 Blok B-2 Surabaya. Merupakan sebuah tempat yang menawarkan ketenangan dengan suasana yang terkesan alami dan merasa berada di ‘rumah’ sendiri menjadi pilihan owner untuk diterapkan pada spa yang dimilikinya. Dengan ciri khas yang bernuansa tradisional dan alami serta didominasi dengan suara gemericik air serta fasilitas yang sudah disempurnakan sesuai kebutuhan.

Bau-bauan wangi khas paduan antarapandan dan cendana langsung tercium begitu memasuki lobby Tussy Spa. Dominasi nuansa kayu dan suara gemericik air menjadi tema utama yang dipadukan dengan warna coklat, kuning pucat, dan hijau muda khas warna-warna alam.

#### 2.3.5. Esther House of Beauty



Gambar 2.17. Area Salon Esther House of Beauty

Lokasi : Jl. WR. Supratman no. 22 Surabaya. Tema desain yang diterapkan adalah modern. Sedangkan konsep perawatan yang ditawarkan adalah perawatan medis, herbal, dan kosmetik yang aman, nyaman, dan berteknologi canggih.

### 2.3.6. Le Salon Atlas and Spa



Gambar 2.18. Receptionist Le Salon Atlas and Spa

Lokasi : Jl.Kertajaya Indah Blok F-301 Surabaya. Style yang digunakan adalah nuansa Bali. Hal ini tampak pada ornamen-ornamen dan perabotan yang digunakan. Kesan yang ingin ditimbulkan adalah kesan ramah. Adanya perbedaan style dalam desain ingin menunjukkan bahwa perbedaan yang ada juga dapat disatukan.

Warna-warna yang dipilih disesuaikan dengan fungsi dan kegunaan dari tiap-tiap ruang. Pencayaan yang digunakan adalah pencahayaan buatan langsung yaitu downlight dan tidak langsung yaitu menyembunyikan neon dengan membuat curve pada plafon.