



APLIKASI KONSEP APHRODITE DAN GAYA SUBTLE LUXE PADA DESAIN INTERIOR KOMERSIAL KLINIK KECANTIKAN WG

Komang Ayu Emitha Budha Yanti¹, I Wayan Balika Ika², Toddy Hendrawan Yupardhi³, Ida Ayu Ketut Andriyogi Pradnyaswari⁴

^{1,2}Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institusi Seni Indonesia Bali

E-mail : 1emithaby@gmail.com

ABSTRAK

Standar kecantikan yang terus berganti seiring dengan berkembangnya era modern saat ini telah mengakibatkan meningkatnya minat masyarakat untuk tampil sesuai dengan standar kecantikan yang ideal menurut masing-masing individu. Hal ini berdampak pada maraknya klinik kecantikan yang banyak bermunculan dan bersaing untuk menjadi lebih unggul dengan menawarkan layanan terbaik untuk bisa memenuhi kebutuhan masyarakat. Penelitian ini membahas implementasi konsep desain interior "Aphrodite", yaitu salah satu dewi kecantikan yang berasal dari mitologi Yunani dan menggunakan gaya desain *Subtle Luxe*. Pemilihan konsep ini bertujuan untuk menciptakan desain yang estetis, nyaman, dan elegan untuk menarik pelanggan serta mencerminkan keindahan dan kemewahan yang selaras dengan tren standar kecantikan saat ini. Metode penelitian yang digunakan meliputi observasi lokasi, wawancara, dokumentasi, studi pustaka, dan survey untuk mengetahui kebutuhan pengguna. Pada desain interior Klinik Kecantikan WG mengusung elemen-elemen yang menggambarkan tema laut yaitu tempat dimana Dewi Aphrodite berasal. Elemen-elemen tersebut berupa penggunaan warna *beige*, biru dan *gold*, serta penggunaan material seperti marmer, *wood*, dan tekstil. Elemen garis yang bergelombang dengan perpaduan tekstur halus menyerupai pasir memperkuat suasana laut dan memberikan suasana relaksasi yang nyaman. Hasil dari penelitian menunjukkan desain interior dengan mengusung konsep Aphrodite dan gaya desain *Subtle Luxe* tidak hanya sebatas meningkatkan estetika ruangan, tetapi juga menciptakan pengalaman visual sehingga menarik perhatian pelanggan untuk berkunjung. Desain ini juga menjadi salah satu strategi branding untuk dapat bersaing di tengah maraknya klinik kecantikan yang kompetitif. Dengan penggunaan konsep yang selaras dengan trend standar kecantikan yang sedang berlangsung, Klinik Kecantikan harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dari segi perawatan, fasilitas, layanan estetika, meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, serta bisa memperkuat daya saing di tengah persaingan dalam industri kecantikan.

Kata kunci : *Desain Interior, Klinik Kecantikan, Aphrodite, Subtle Luxe*

ABSTRACT

The changing beauty standards along with the development of the modern era have resulted in increasing public interest in appearing according to the ideal beauty standards according to each individual. This has an impact on the proliferation of beauty clinics that have emerged and competed to be superior by offering the best services to meet the needs of the community. This study discusses the implementation of the interior design concept of "Aphrodite", which is one of the goddesses of beauty from Greek mythology and uses the Subtle Luxe design style. The selection of this concept aims to create an aesthetic, comfortable, and elegant design to attract customers and reflect the beauty and luxury that are in line with current beauty standard trends. The research methods used include location observation, interviews, documentation, literature studies, and surveys to determine user needs. The interior design of the WG Beauty Clinic carries elements that depict the theme of the sea, which is the place where the Goddess Aphrodite comes from. These elements are in the form of the use of beige, blue and gold colors, as well as the use of materials such as marble, wood, and textiles. The wavy line elements with a combination of fine textures resembling sand strengthen the sea atmosphere and provide a comfortable relaxing atmosphere. The results of the study show that interior design with the Aphrodite concept and Subtle Luxe design style not only enhances the aesthetics of the room, but also creates a visual experience that attracts customers to visit. This design is also one of the branding strategies to be able to compete amidst the rise of competitive beauty clinics. By using a concept that is in line with the current trend of beauty standards, Beauty Clinics must be able to meet customer needs in terms of care, facilities, aesthetic services, increase customer satisfaction, loyalty, and can strengthen competitiveness amidst competition in the beauty industry.

Keywords : Interior Design, Beauty Clinic, Aphrodite, Subtle Luxe

Diterima pada 14 Februari 2025

Direvisi pada 29 April 2025

Disetujui pada 29 Juni 2025

PENDAHULUAN

Di era *modern* saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa standar kecantikan kerap dijadikan acuan bagi seseorang untuk terlihat sempurna. Di Indonesia, standar kecantikan sering mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman dan juga pengaruh dari sosial media yang semakin kuat. Berbagai macam platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X memainkan peran yang besar dalam membangun persepsi kecantikan dengan menampilkan tren kecantikan terbaru, tutorial make up, teknik perawatan, hingga testimoni dari beauty influencer. Data dari Statista (2023) menunjukkan bahwa industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat dengan nilai pasar yang diperkirakan mencapai lebih dari 10 miliar dolar AS pada tahun 2025. Tingginya minat masyarakat untuk tampil menarik terlihat dari banyaknya orang yang mendatangi klinik kecantikan guna memperoleh bantuan profesional dalam mewujudkan versi kecantikan ideal mereka masing-masing. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Euromonitor International (2022), terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah konsumen yang mengakolokasikan anggaran khusus untuk perawatan kecantikan. Tidak hanya perempuan, laki-laki kini juga semakin sadar akan pentingnya perawatan diri, dengan pertumbuhan pasar grooming pria yang meningkat hingga 7,1% per tahun. Permintaan masyarakat untuk melakukan perawatan kecantikan juga semakin tinggi, tidak hanya perempuan, kini laki-laki sudah banyak yang melakukan perawatan. Masyarakat perkotaan sudah mulai menganggarkan biaya untuk melakukan perawatan tubuh sebagai alokasi bulanan. Berbeda dengan beberapa tahun lalu yang masih dianggap sebagai biaya sekunder, saat ini klinik kecantikan sudah dianggap sebagai destinasi wajib yang harus dikunjungi oleh masyarakat (Handayani & Wijayanti, 2018). Dengan penampilan yang memuaskan dan sesuai dengan standar kecantikan masing-masing, dapat meningkatkan rasa percaya diri seseorang. Sehingga dengan maraknya populasi klinik kecantikan sangat membantu banyak orang dalam meningkatkan percaya dirinya.(Alviah & Juariyah, 2023)

Klinik kecantikan merupakan fasilitas yang menyediakan berbagai layanan perawatan untuk meningkatkan penampilan fisik, termasuk perawatan kulit, rambut, dan tubuh. Tidak hanya itu, sering kali dilengkapi dengan tenaga medis dan ahli kecantikan yang berpengalaman untuk memberikan layanan yang aman dan efektif. Klinik kecantikan menawarkan berbagai jenis *treatment* untuk merawat, meremajakan dan meningkatkan kesehatan serta penampilan kulit wajah maupun area tubuh lainnya. Klinik-klinik kecantikan yang muncul saat ini tidak hanya menawarkan jasa perawatan yang dapat dilakukan konsumen saat berada di klinik saja, (Alviska, 2018) akan tetapi juga menawarkan produk-produk sebagai kelanjutan dari perawatan yang dilakukan di klinik agar konsumen mendapatkan hasil sesuai dengan yang diinginkannya. Persaingan yang semakin ketat di industri kecantikan, klinik kecantikan tidak hanya harus menyajikan perawatan yang terjamin dengan teknologi yang canggih dan produk yang berkualitas tinggi, tetapi aspek lain yang mempengaruhi persaingan tersebut yaitu desain interior dari klinik kecantikan yang menjadi salah satu hal penting.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Erlinda et al., 2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh desain interior. Faktor-faktor yang berperan dalam faktor-faktor tersebut antara lain pencahayaan, dan tata letak ruang yang memberikan rasa kenyamanan, keunggulan saat pelanggan berada di dalam ruangan sehingga hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan untuk mendorong mereka berkunjung dan terus membeli. Dengan mewujudkan desain interior yang estetis dan nyaman akan membantu menciptakan pengalaman yang berkesan dan *memorable* bagi setiap pelanggan yang datang. Pengalaman *visual* yang menarik dapat menjadi salah satu strategi untuk menarik pelanggan. Desain yang estetis juga sangat penting untuk membangun citra *brand* pada sebuah klinik kecantikan, karena secara langsung dapat mencerminkan identitas dan branding, meningkatkan daya saing dan meningkatkan kenyamanan pengalaman. Klinik Kecantikan WG merupakan salah satu klinik yang menerapkan strategi ini. Klinik Kecantikan WG menawarkan jasa perawatan yang beragam dan ditangani langsung oleh *beauty therapist* profesional yang ahli di bidangnya. Jenis perawatan yang ditawarkan antara lain: *Facial, Crystal Microdermabrasion, Athena Microexfoliator, Biopeel Facial,*

Cryolift, Tripolar, Dermalisage Silk Peel, dan lain sebagainya. Berbagai promo paket perawatan dan potongan harga juga ditawarkan untuk menarik pelanggan melakukan perawatan.

Konsep desain yang dipilih untuk diaplikasikan pada Klinik Kecantikan WG adalah Aphrodite. "Aphrodite" adalah seorang dewi cinta dan kecantikan dalam mitologi Yunani. Dalam konsep desain ini Dewi Aphrodite melambangkan kecantikan yang berkaitan erat dengan sebuah klinik kecantikan. Dikarenakan kelahiran Dewi Aphrodite berasal dari buih/busa di laut, pada desain ini banyak menghadirkan elemen desain dengan nuansa laut sebagai salah satu inspirasi utamanya. Konsep ini mencerminkan keanggunan, kemewahan dan keindahan yang abadi, sekaligus memberikan pengalaman ruang yang elegan dan menenangkan bagi setiap pelanggan. Dengan desain yang estetis dan harmonis dapat menghadirkan suasana ruangan yang merepresentasikan kecantikan yang sejati, layaknya pesona Aphrodite. Jenis konsep yang digunakan pada desain ini adalah jenis konsep Metafora, yaitu mencerminkan atau "menggambarkan" objek, ide, atau simbol tertentu. Gaya desain yang diimplementasikan yaitu memadukan gaya desain *subtle luxe* yang mengutamakan kesan elegan dan minimalis. Kombinasi *subtle luxe* dapat menciptakan suasana ruang yang modern, anggun, dan menenangkan, serta merepresentasikan keindahan yang abadi dan kemewahan sederhana. Dengan mengimplementasikan konsep Aphrodite dan gaya desain *subtle luxe*, klinik kecantikan ini tidak hanya menghadirkan pengalaman perawatan yang estetis, tetapi juga memberikan kenyamanan dan rasa *exclusive* bagi setiap pelanggan. Meskipun berbagai studi telah membahas aspek desain interior dalam sektor kecantikan, masih sedikit penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana pengaruh konsep desain metafora, seperti konsep "Aphrodite", dalam meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan di klinik kecantikan.

Artikel ini dibuat bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana penerapan konsep Aphrodite yang terinspirasi dari keanggunan dan kecantikan dewi dalam mitologi Yunani dan gaya *subtle luxe* yang mengedepankan kesan elegan dan minimalis dalam desain interior Klinik Kecantikan WG, bagaimana konsep desain Aphrodite dapat menciptakan suasana ruang yang elegan dan nyaman, serta mengidentifikasi hubungan antara desain interior terhadap pengalaman, kepuasan dan loyalitas pelanggan di Klinik Kecantikan WG.

METODE

A. Metode Observasi

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah metode observasi yang dilakukan secara langsung di lokasi Klinik Kecantikan WG. Observasi bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi ruang eksisting, termasuk dimensi ruang, tata letak, pencahayaan alami dan buatan, sistem penghawaan, pemilihan warna, serta elemen dekoratif yang ada. Selain itu, observasi difokuskan pada analisis alur sirkulasi pengunjung, pegawai, dan owner untuk memahami interaksi mereka dengan ruang. Teknik observasi partisipatif digunakan agar peneliti dapat mengamati aktivitas harian tanpa mengganggu operasional klinik. Hasil observasi ini menjadi dasar dalam merancang solusi desain yang fungsional dan estetis.

B. Metode Wawancara

Setelah observasi, dilakukan wawancara untuk memperdalam pemahaman terkait kebutuhan pengguna dan persepsi mereka terhadap desain ruang. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada berbagai pihak, yakni owner, staf, dan beberapa pengunjung klinik. Pertanyaan difokuskan pada aspek identitas brand, konsep desain ruang, tata letak, alur kerja, kebutuhan operasional, kenyamanan, keamanan, estetika, serta privasi pelanggan. Selain itu, wawancara juga menggali kekurangan fasilitas dan keluhan dari pengguna ruang.

C. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk merekam kondisi fisik ruang melalui foto dan sketsa. Dokumentasi mencakup elemen desain seperti tata letak, warna, pencahayaan, penghawaan, material, dan elemen dekoratif lain yang ada di Klinik Kecantikan WG. Pengumpulan dokumentasi

visual bertujuan sebagai referensi utama dalam proses analisis dan perancangan, sekaligus mendukung transparansi data.

D. Metode Pustaka

Metode pustaka dilakukan untuk memperkuat dasar teori dalam perancangan desain interior klinik. Mengumpulkan data-data dari berbagai sumber sangat penting untuk memahami elemen desain dan prinsip yang relevan (Azis et al., 2021). Peneliti mengumpulkan referensi dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber lain yang relevan terkait konsep desain klinik kecantikan, ergonomi ruang, estetika, sirkulasi, dan prinsip kenyamanan pengguna.

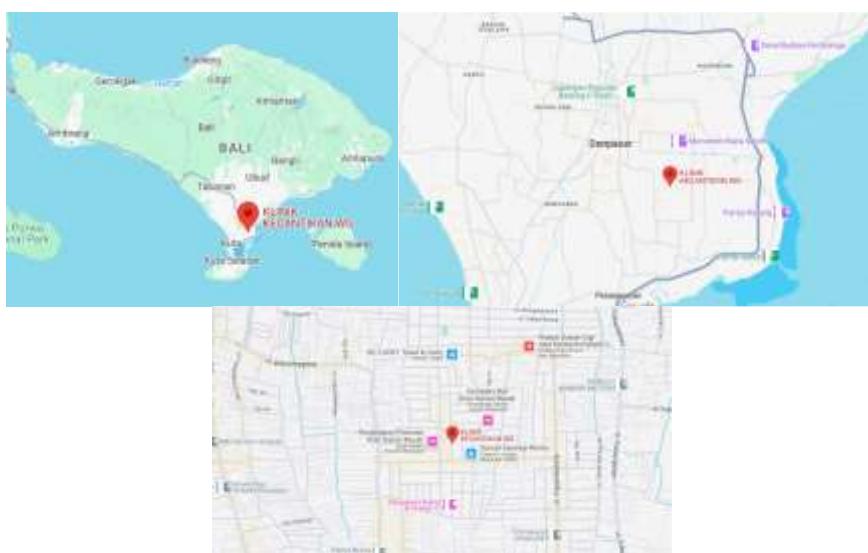
E. Metode Survei

Metode survei dilakukan untuk mengumpulkan data kuantitatif terkait preferensi dan tingkat kepuasan pengguna klinik. Survei dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada pengunjung dan staf klinik. Kuesioner berisi pertanyaan seputar kenyamanan ruang, estetika, keamanan, dan efektivitas tata letak.

Pemilihan metode dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data komprehensif mengenai kondisi ruang dan pengalaman pengguna di Klinik Kecantikan WG. Observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting dan perilaku pengguna, sementara wawancara menggali perspektif subjektif dari owner, staf, dan pengunjung terkait kebutuhan dan kendala ruang. Dokumentasi melengkapi observasi melalui gambaran visual, sedangkan studi pustaka memperkuat landasan teoritis. Survei digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif terkait preferensi dan kepuasan pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Lokasi dan Eksisting Kasus



Gambar 1. Denah Lokasi Klinik Kecantikan WG
(Sumber: Google Maps, 2024)

Klinik Kecantikan WG beralamat di Jl. Tukad Batanghari IX No.12, Panjer, Kec. Denpasar, Kota Denpasar, Bali. Kondisi di sekitar bangunan eksisting Klinik Kecantikan WG dikelilingi rumah penduduk, jalan raya, dan beberapa bangunan komersial lainnya seperti laundry dan bengkel mobil. Untuk menemukan Klinik Kecantikan WG, dapat menggunakan patokan Waroeng Spesial Sambal (SS) di jalan Tukad Barito, lalu lurus sedikit dan akan menemukan jalan belok ke kiri menuju ke Jl. Tukad Batanghari IX dengan plang Klinik Kecantikan WG. Klinik Kecantikan WG ini memiliki keluasan bangunan yang terbilang cukup besar sekitar 120 m² yang terdiri dari 3 lantai. Pada lantai satu terdapat recepcionis, registrasi, toilet, ruang konsultasi dan ruang tindakan. Pada

lantai dua terdapat ruang pegawai, ruang konsultasi, registrasi, toilet dan ruang treatment. Sedangkan pada lantai 3 terdapat cafe yang sudah tidak beroperasi lagi.



Gambar 2. Fasad Klinik Kecantikan WG
(Sumber: Dokumen Penulis, 2024)

B. Penjelasan Konsep dan Gaya Desain



Gambar 3. Mindmapping Konsep Aphrodite
(Sumber: Dokumen Penulis, 2024)

a. Konsep

Konsep yang digunakan dalam desain interior Klinik Kecantikan WG yaitu Aphrodite. Aphrodite adalah dewi yang melambangkan kecantikan, cinta, keanggunan, seksualitas, kesenangan, serta melahirkan dalam mitologi Yunani. Nama Aphrodite berasal dari kata *"aphros"* yang berarti: "buih ombak laut", dan *"dite"* yang memiliki arti "lahir". Jadi Aphrodite berarti "lahir dari buih laut". (Waradya, n.d.) Pada penelitian sebelumnya, konsep desain yang menggunakan Dewi Aphrodite dapat dikaitkan dengan teori estetika, seperti yang dikatakan oleh Immanuel Kant (1790) dalam *Critique of Judgment*, mengatakan bahwa keindahan bersifat subjektif namun tetap dapat dipahami secara *universal* melalui prinsip harmonis dan proporsi. Menurut Mehrabian and Russell's *Model of Environmental Psychology* (1974), desain interior berpengaruh terhadap perilaku dan emosi individu melalui faktor pencahaayaan, warna, dan tata letak. Dalam hal klinik kecantikan, penerapan konsep Aphrodite yang merepresentasikan keanggunan dan kenyamanan dapat meningkatkan relaksasi dan perasaan positif pelanggan. Dalam penerapannya pada desain interior klinik kecantikan, konsep ini dapat menciptakan suasana yang tidak hanya menarik *visual*, tetapi juga dapat menunjang pengalaman relaksasi dan perawatan bagi pelanggan. Ruang yang terinspirasi dari konsep Aphrodite mampu memberikan pengalaman relaksasi yang optimal bagi pelanggan klinik.

b. Gaya Desain

Gaya desain *subtle luxe* merupakan pendekatan yang mengedepankan keanggunan dan kesederhanaan di dalam setiap elemen desain interior. Gaya desain ini menggabungkan elemen minimalis dipadukan dengan sentuhan kemewahan yang lembut, sehingga menciptakan suasana

yang nyaman, tenang dan tetap terlihat mewah. Gaya desain ini sejalan dengan prinsip desain minimalis yang dikemukakan oleh *Mies Van der Rohe* dengan konsep "*Less is More*". Penerapan *subtle luxe* dalam desain interior klinik juga mendukung prinsip *well-being design*, di mana lingkungan dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan penggunanya (Kopec, 2012). Gaya *subtle luxe* diimplementasikan dengan penggunaan pallet warna yang netral dan lembut, seperti putih dan *beige* yang memberikan kesan bersih dan luas. Penggunaan warna ini tidak hanya menciptakan suasana yang tenang, tetapi juga memudahkan integrasi dengan elemen dekoratif lainnya (Santhi et al., 2012a). Material yang digunakan biasanya material berkualitas tinggi, seperti marmer, *solid wood*, dan *fabric* atau tekstil yang lembut dan halus. Penggunaan material ini menambahkan nilai estetis serta memberikan kesan nyaman pada ruangan. Secara keseluruhan gaya desain *subtle luxe* menyajikan pendekatan yang elegan dan minimalis untuk diimplementasikan dalam desain interior klinik kecantikan.

c. Warna

Menurut penelitian sebelumnya oleh Mehrabian and Russell's *Model of Environmental Psychology* (1974), desain interior dapat mempengaruhi emosi dan kenyamanan seseorang. Ruangan dengan palet warna lembut, pencahayaan yang baik, serta material yang nyaman dapat menciptakan suasana relaksasi yang optimal bagi pelanggan klinik kecantikan. Dalam pengaplikasian konsep Aphrodite pada desain interior klinik kecantikan dapat dilihat dari penggunaan elemen-elemen laut yang terinspirasi dari kelahiran Aphrodite yaitu laut.

Beige: warna beige merupakan salah satu warna netral yang dapat membuat ruangan terkesan hangat dan nyaman. Menggunakan warna *beige* pada ruangan dapat membantu menciptakan harmoni visual serta mendukung gaya *subtle luxe* yang mengedepankan kesederhanaan dan kemewahan (Retter et al., 2020).

Biru: warna biru melambangkan ketenangan dan kedamaian, penggunaan warna biru dapat menciptakan kesan yang menenangkan dan dapat mendukung relaksasi. Penelitian mengatakan menggunakan warna biru dapat mengurangi stress dan meningkatkan kesejahteraan emosional (Melgosa et al., 2015).

Gold: warna *gold* dapat diartikan kemewahan dan keanggunan, dengan mengusung gaya *subtle luxe* penggunaan warna *gold* dapat memberikan sentuhan glamor yang halus dan tidak terkesan berlebihan. Warna ini dapat diimplementasikan pada elemen dekoratif untuk menambah nilai estetika dan menciptakan kesan yang elegan dan mewah.

d. Garis

Dalam desain interior, elemen garis memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk pengalaman spasial dan menciptakan atmosfer tertentu dalam suatu ruangan. Menurut teori estetika dalam desain interior, penggunaan garis dalam ruang tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual tetapi juga memiliki makna simbolis yang dapat membentuk pengalaman pengguna secara keseluruhan (Ching, 2014). Dalam konteks desain interior Klinik Kecantikan WG, penerapan elemen garis yang terinspirasi dari bentuk ombak dan pergerakan air laut menjadi representasi dan simbolisme Aphrodite.

1. Garis Gelombang

Garis gelombang juga diterapkan, untuk menggambarkan gelombang laut atau ombak yang dapat memberikan suasana laut yang identik dengan ketenangan dan keseimbangan. Garis bergelombang diaplikasikan pada beberapa *furniture* seperti meja registrasi yang berbentuk melengkung menyerupai ombak yang dapat menciptakan *focal point* yang elegan.

2. Garis Melengkung

Dalam desain ini garis melengkung diaplikasikan pada dinding dengan bentuk melengkung sebagai aksen dan dapat menambah dimensi *visual*, serta memberikan kesan dinamis dan harmonis yang mencerminkan pergerakan air laut yang tenang.

3. Garis Lurus

Garis lurus diaplikasikan pada dinding dan beberapa *furniture*, untuk memberikan kesan yang rapi dan teratur. *Furniture* dengan garis lurus dapat menciptakan fokus *visual* yang kuat dengan tetap mempertahankan kesan mewah. Desain yang bersih dan terorganisir dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

e. Material

Kemewahan dalam desain interior sering kali diwujudkan dengan pemilihan material yang berkualitas tinggi yang mencerminkan kesan *exclusive* dan *elegant*. Penggunaan material seperti marmer dengan pola alami yang khas, kayu solid yang memberikan karakter dan kehangatan visual, serta tekstil lembut yang menciptakan atmosfer elegan. Pada penelitian sebelumnya (Santhi et al., 2012a), material premium memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan nilai estetika suatu ruang, sekaligus memperkuat identitas desain yang berorientasi pada kemewahan. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Pine & Gilmore (1999) dalam *The Experience Economy* menunjukkan bahwa material dengan kualitas tinggi berkontribusi terhadap pengalaman *multisensorial*, di mana tekstur, warna, serta refleksi cahaya yang dihasilkan dapat mempengaruhi persepsi kenyamanan dan kemewahan pengguna ruang. Maka dari itu, dalam konteks desain interior, pemilihan material bukan hanya didasarkan oleh visual, tetapi juga pada kemampuannya dalam menciptakan suasana yang mendukung kenyamanan, eksklusivitas, dan kepuasan pelanggan.

1. Marmer

Material marmer digunakan pada *flooring* yang memberikan kesan mewah dan elegan. Marmer mempunyai tekstur yang cocok dipadukan dengan warna-warna lembut sehingga menciptakan harmoni *visual* yang menyenangkan.

2. Wood

Penggunaan material pada desain ini dapat berupa *solid wood* ataupun *HPL* dengan *wood printed*. Dalam konteks konsep Aphrodite, *wood* memberikan kesan organik dan dapat mendukung tema keindahan yang alami. Perpaduan antara marmer dan *wood* dapat menciptakan keseimbangan yang antara kemewahan dan kehangatan.

3. Tekstil atau *Fabric*

Material tekstil yang lembut pada desain ini diimplementasikan pada tirai penyekat yang terdapat di ruang *treatment*. Tekstil yang lembut dapat memberikan kesan *feminim* dan memberikan tekstur tambahan yang memperkaya elemen desain pada suatu ruangan.

4. *Water Ripple Metal Sheet*

Penggunaan material *water ripple metal sheet* pada plafon *drop ceiling* di ruang *treatment* menggambarkan arus air yang tenang namun dinamis. Pola bergelombang pada *metal sheet* mencerminkan gerak aliran air yang mencerminkan estetika visual yang elegan, sekaligus menjadi *focal point* saat dipadukan dengan LED strip sehingga pola riak air akan tampak lebih hidup. Permukaan metal yang mengkilap dapat memantulkan cahaya yang menyerupai pantulan cahaya matahari di atas permukaan air menambah kesan elegan.

f. Tekstur

Dalam desain interior, tekstur memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman visual pelanggan, sekaligus menciptakan atmosfer tertentu dalam suatu ruangan. Tekstur tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media yang dapat meningkatkan interaksi emosional antara pengguna dan lingkungan interior. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pallasmaa (2005), menekankan bahwa penggunaan tekstur yang halus dan alami dapat memperkuat hubungan dengan lingkungan serta memberikan efek psikologis yang menentangkan. Penggunaan tekstur yang halus dan lembut dalam desain ini dapat dilihat pada tekstur dinding di ruang *treatment* yang menyerupai pasir, hal ini merupakan salah satu penerapan konsep Aphrodite yang berfokus pada elemen-elemen yang berada di laut. Tekstur yang menyerupai pasir memberikan efek *visual* yang halus dan organik. Sejalan dengan prinsip desain yang mengedepankan keindahan alami, hal ini menciptakan suasana tenang dan menyenangkan bagi setiap pengunjung yang datang (Santhi et al., 2012b).

C. Hasil Visualisasi

Setelah melakukan proses perancangan, berikut adalah beberapa hasil visualisasi dalam bentuk render gambar 3D dari Klinik Kecantikan WG.

a. Ruang Registrasi



Gambar 4. Ruang Registrasi
(Sumber: Dokumen Penulis, 2024)

Pada ruang registrasi terdapat penggunaan warna *beige* yang dominan pada dinding. Warna biru diaplikasikan pada panel dinding belakang yang dipadukan dengan garis melengkung, sehingga memberikan kesan organik yang diasosiasikan dengan keanggunan dan keindahan konsep Aphrodite. Pada meja resepsionis juga menggunakan garis yang melengkung menyerupai ombak, sehingga dapat menciptakan *focal point* yang elegan.

b. Ruang Tunggu



Gambar 5. Ruang Tunggu
(Sumber: Dokumen Penulis, 2024)

Pada ruang tunggu terlihat warna *beige* menjadi warna utama yang memberi kesan bersih pada ruangan dengan perpaduan warna biru pada panel dinding sebagai *focal point*. Sentuhan warna gold pada bingkai cermin dan lampu memberi kesan yang mewah tetapi tetap *subtle*. Furniture sofa yang digunakan menggunakan bentuk yang organik yang feminim dan dapat memberikan harmoni *visual* yang menarik.

c. Ruang Treatment



Gambar 6. Ruang Treatment
(Sumber: Dokumen Penulis, 2024)

Pada ruang treatment penggunaan warna *beige* masih mendominasi dengan paduan pencahayaan buatan berupa pencahayaan general dan LED strip dengan warna lampu putih natural (*neutral white*). Pada beberapa bagian dinding diaplikasikan tekstur menyerupai pasir sebagai aksen serta memberikan dimensi *visual* yang menarik tanpa perlu ornamen yang berlebihan, sehingga menjaga kesan minimalis. Penggunaan tekstil pada tirai penyekat memberikan kesan lembut dan mengalir menyerupai aliran air yang menghadirkan privasi bagi pelanggan. Plafon *up ceiling* dengan menggunakan *water ripple metal sheet*, memberikan efek *ripple* menyerupai gelombang air yang menambahkan elemen dinamis dan melambangkan keindahan, keluwesan dan asal mitologisnya dari laut. *Finishing* metalik (*chrome*) menambahkan kesan mewah yang khas pada gaya *subtle luxe*.

SIMPULAN

Desain interior Klinik kecantikan WG mengusung konsep Aphrodite yang terinspirasi dari seorang dewi kecantikan dari mitologi Yunani, yang menghadirkan suasana elegan, mewah, dan menenangkan. Dengan perpaduan daya desain *subtle luxe* yakni kesan minimalis dan kemewahan, klinik ini dapat menciptakan ruangan yang tidak hanya estetis tetapi juga nyaman untuk setiap pelanggan. *Color palette* yang digunakan yaitu *beige*, biru dengan sentuhan warna *gold*. Penggunaan material yang berkualitas tinggi seperti marmer, kayu, tekstil yang lembut dan *water ripple metal sheet* menambah elemen dinamis dan melambangkan keindahan, keluwesan serta asal mitologisnya yaitu laut. Elemen desain seperti tekstur pasir, garis melengkung, dan garis bergelombang pada dinding memperkuat tema laut sebagai implementasi dari Dewi Aphrodite. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana desain interior dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan dalam konteks klinik kecantikan. Dengan pengaplikasian konsep dan gaya desain yang berfokus pada kenyamanan dan estetis, Klinik Kecantikan WG tidak hanya memenuhi kebutuhan perawatan bagi pelanggan tetapi juga menciptakan pengalaman yang berkesan dan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk penelitian lanjutan, disarankan untuk dapat lebih mengeksplorasi dampak spesifik dari elemen desain tertentu terhadap psikologi pelanggan, seperti pencahayaan dan tata letak ruang dalam meningkatkan kenyamanan dan relaksasi. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat membandingkan konsep desain interior dari berbagai klinik kecantikan untuk mengidentifikasi tren desain yang paling efektif dalam meningkatkan daya tarik dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alviah, I. K., & Juariyah, J. (2023). Opini Mahasiswa tentang Klinik Kecantikan di Kabupaten Jember. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i1.1908>
- Alviska, A. R. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Konsumen Klinik Erha di Malang). *Manajemen Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.22219/jmb.v7i1.6999>
- Erlinda, E., Sulfitra, S., Marlizar, M., Murad, S., & Reza, M. (2022). PENGARUH HARGA DAN DESAIN INTERIOR TERHADAP KEPUASAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ARSHIYA MARKET DI KABUPATEN ACEH BESAR. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 8(3). <https://doi.org/10.31869/me.v8i3.3814>
- Handayani, R., & Wijayanti, H. T. (2018). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA HOME INDUSTRI FROZEN FOOD).
- Melgosa, M., Gómez-Robledo, L., Isabel Suero, M., & Fairchild, M. D. (2015). What can we learn from a dress with ambiguous colors? *Color Research & Application*, 40(5), 525–529. <https://doi.org/10.1002/col.21966>
- Retter, T. L., Gwinn, O. S., O'Neil, S. F., Jiang, F., & Webster, M. A. (2020). Neural correlates of perceptual color inferences as revealed by #thedress. *Journal of Vision*, 20(3), 7. <https://doi.org/10.1167/jov.20.3.7>

- Santhi, N., Thorne, H. C., Van Der Veen, D. R., Johnsen, S., Mills, S. L., Hommes, V., Schlangen, L. J. M., Archer, S. N., & Dijk, D. (2012a). The spectral composition of evening light and individual differences in the suppression of melatonin and delay of sleep in humans. *Journal of Pineal Research*, 53(1), 47–59. <https://doi.org/10.1111/j.1600-079X.2011.00970.x>
- Waradya, V. (n.d.). *KAJIAN PRODUK BOTOL PARFUM SALVADORE DALI DENGAN PENDEKATAN SEMIOTIKA SANDERS PIERCE*.