

**PERANCANGAN DESIGN INTERIOR RETAIL SOCIOLLA DENGAN
PENDEKATAN KONSEP *UNISEX* RETAIL**

JURNAL ILMIAH



Oleh :

Jasmine Roufila

13218001

PROGRAM STUDI DESIGN INTERIOR FAKULTAS TEKNIK DAN DESIGN

INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS BANDUNG

2021/2022

**PERANCANGAN DESIGN INTERIOR RETAIL SOCIOLLA DENGAN
PENDEKATAN KONSEP *UNISEX* RETAIL**

JURNAL ILMIAH

Oleh :

Jasmine Roufila

13218001

Menyetujui,


Bekasi, 22 September 2022

Pembimbing 1



Elaine Steffanny T., B.F.A, M.F.A

Pembimbing 2



Mutiara Ayu Larasati, S.Ds., M.Ds.

ABSTRACT

Perancangan Design Interior Retail Sociolla Dengan Pendekatan Konsep *Unisex Retail*

Oleh : Jasmine Roufila

Dosen Pembimbing : Elaine Steffanny T., B.F.A, M.F.A

Mutiara Ayu Larasati, S.Ds., M.Ds

Di zaman Milenial dan gen Z ini, Kondisi sosial, ekonomi dan demografi serta perubahan *life style* berpengaruh terhadap kegiatan *retail*. Perkembangan ekonomi yang cukup meningkat menyebabkan munculnya berbagai pusat perbelanjaan. Dengan kondisi kompetitif ini, retailer harus mampu menerapkan strategi retail yang tepat. Salah satunya adalah merencanakan interior toko dengan bentuk dan konsep baru serta ide-ide kreatif yang membangun citra toko. Citra toko di mata pengunjung dapat menjadi stimuli untuk masuk ke dalam toko, yang berlanjut pada proses interaksi hingga pembelian terutama bagi toko kosmetik.

Seiring berjalannya waktu, target toko kosmetik tidak hanya bagi beauty enthusiast perempuan saja. Pria juga banyak yang menjadi beauty enthusiast dikarenakan pekerjaan dan life goals menjadi sosok yang glowing adalah seorang yang diagungkan. Sociolla mempunyai tema dan karakteristik pada setiap retailnya. Retail Sociolla ini mempunyai konsep yang rapih, dewasa, unik dan elegan. Tema baru dari Sociolla adalah Bold Pop Art.

ABSTRACT

Sociolla Retail Interior Design With Unisex Retail Concept Approach

By : Jasmine Roufila

Supervisor : Elaine Steffanny T., B.F.A, M.F.A

Mutiara Ayu Larasati, S.Ds., M.Ds

In this era of Millennials and Gen Z, social, economic and demographic conditions as well as changes in life style affect retail activities. The increasing economic development has led to the emergence of various shopping centers. With these competitive conditions, retailers must be able to implement the right retail strategy. One of them is planning store interiors with new shapes and concepts as well as creative ideas that build the store's image. The store's image in the eyes of visitors can be a stimulus to enter the store, which continues in the interaction process to purchase, especially for cosmetic stores.

Over time, the target of cosmetic shops is not only for female beauty enthusiasts. Many men also become beauty enthusiasts because of their work and life goals, being a glowing figure is someone who is glorified. Sociolla has a theme and characteristic for each retail. Retail Sociolla has a neat, mature, unique and elegant concept. The new theme from Sociolla is Bold Pop Art.

A. PENDAHULUAN

Di zaman Milenial dan gen Z ini, Kondisi sosial, ekonomi dan demografi serta perubahan *life style* berpengaruh terhadap kegiatan retail. Perkembangan ekonomi yang cukup meningkat menyebabkan munculnya berbagai pusat perbelanjaan. Dengan kondisi kompetitif ini, *retailer* harus mampu menerapkan strategi *retail* yang tepat. Pria juga banyak yang menjadi *beauty enthusiast* dikarenakan pekerjaan dan *life goals* menjadi sosok yang glowing adalah seorang yang diagungkan. Semenjak tahun 2018 - 2019 .

Beauty Enthusiast tidak hanya kaum Wanita saja, Kaum pria juga banyak yang menyukai skincare dan make up, adapun pria yang baru memulai untuk merawat dirinya tetapi enggan untuk datang ke retail kosmetik dikarenakan stigma – stigma negative yang tersebar.

Adapula Beauty Journal, dan SoCo Tahun 2019, Sociolla merambah ke toko fisik pertama di Jakarta. Setelah itu, toko fisik Sociolla tersebar di kota – kota besar. Jakarta, Tangerang, Bandung , Bogor dan Surabaya, adalah tahapan awal dari retail Sociolla ini.

Dalam penelitian ini, akan dianalisis hasil dari konsep interior yang sudah ada, yang nantinya akan diubah menyesuaikan dengan konsep *unisex*.

B. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Retail Sociolla

Sociolla adalah *retail* yang masuk ke dalam jenis *retail modern*, yaitu department store. Dikutip dari *web accurate, department store* atau *dept store* adalah toko besar di mana berbagai barang dari berbagai departemen disimpan.

Namun, *department store* mungkin tidak memiliki semua jenis produk yang berbeda.

Beberapa produk yang dijual di *department store* adalah pakaian, kosmetik, dan banyak lagi. Konsep dasar yang dianut oleh *department store* adalah memungkinkan pelanggan untuk membeli semua kebutuhan mereka di bawah satu atap.

2.2 Desain Unisex

Mengutip dari buku *Sex and Unisex Fashion, Feminism, and the Sexual Revolution* yang ditulis oleh Jo B Paoletti, arti kata *unisex* adalah kata sifat yang berarti sesuatu yang tidak spesifik gender, yaitu berlaku untuk semua jenis kelamin.

Kata netral diciptakan pada 1960-an sebagai kata baru dan digunakan secara informal. Arsitektur Feminisme memiliki prinsip yang hampir sama dengan aliran Post-Modern lainnya namun lebih lembut dan elegan. Paham Arsitektur Feminisme itu hadir untuk mengatasi ketertindasan dari suatu *design*, bukan dengan cara mengambil satu bagian dan menganggap bahwa bagian tersebut telah menjelaskan seluruh persoalan ketertindasan *design*, tetapi harus dilihat sebagai suatu keseluruhan yang memungkinkan untuk dapat bergerak secara bebas dalam menganalisa, mendesign dan tidak tersempitkan oleh hanya satu pandangan apalagi dibatasi oleh defenisi tertentu.

2.3 Karakteristik Bisnis Retail

Retail memiliki tiga karakteristik yang perlu dipahami oleh seorang pengusaha yang perlu dipahami oleh seorang pengusaha yaitu;

- Menjual barang satuan
- Berhadapan langsung dengan konsumen
- Menyediakan berbagai produk

Sebagai *retail* bisnis di bidang kecantikan dan kesehatan, Sociolla

sudah mengikuti karakteristik bisnis *retail* yang sudah dijelaskan. Sociolla menjual barang dalam jumlah satuan. *Beauty adviser* Sociolla juga berhadapan langsung dengan konsumen, menjawab konsumen dan memberikan saran untuk kepuasan dan ketepatan dalam memilih produk. Dalam *retail* ini Sociolla mempunyai ratusan *brand* untuk dijadikan pilihan, dan konsumen dapat membeli barang di waktu dan di tempat yang sama.

C. Metode Riset

Teknik pengumpulan data dapat dikategorikan dalam dua bagian, yaitu: data literatur dan data wawancara. Data literatur merupakan sebuah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya, atau data yang diperoleh dari bahan-bahan kepustakaan. Data wawancara adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya.

Dalam pencarian data dari informasi literatur dan wawancara, dapat digunakan metode yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- **Metode Literatur**

Sociolla hadir dalam bentuk situs *online* yaitu dengan cara konsumen dapat mengunjunginya di www.Sociolla.com. Hadirnya Sociolla dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi setiap orang di Indonesia untuk membeli kosmetik dan produk kecantikan.

Showcase fitur-fitur terbaik dan terlengkap juga memudahkan para wanita mengakses dan menemukan produk incaran mereka. Pada *website* Sociolla ini banyak produk yang dijual yang terbagi menjadi beberapa kategori yaitu, *makeup, skincare, haircare, nails, bath and body, accesoris, fragrance*, dan *gift set*.

Dalam *websitenya* Sociolla membuat tampilan pada berandanya semenarik mungkin dan mudah untuk dinavigasikan .

Visi Sociolla : Menjadi situs berbelanja produk kecantikan secara online yang paling terpercaya sekaligus terlengkap di Indonesia dan memberikan kecantikan kepada semua orang.

Misi Sociolla :

- Produk yang bertanggung jawab dan *authentic*
- *Cruelty Free*
- Memberikan pelayanan yang prima
- Memberikan pelayanan jasa pengiriman yang terpercaya dan tepat waktu

• Metode Wawancara

Hasil dari wawancara bersama Sociolla MKG 2 adalah *retail* ini mempunyai tempat yang lebih kecil dari *retail* Sociolla lainnya. Lalu, Sociolla memegang teguh kesetaraan *gender* bahwa laki – laki dan perempuan itu sama. Sama – sama harus merawat diri sejak dini. Yang membedakan dari laki – laki dan perempuan adalah jenis kulitnya. Bahkan, sesama perempuan pun masalah kulit juga berebeda. Untuk karakteristik sangat beragam, ada yang langsung menginginkan barang yang dicari, ada yang hanya lihat - lihat saja, ada juga yang membutuhkan tenaga *beauty adviser* Sociolla agar mengetahui *skincare / make up* apa yang cocok bagi masalah kulitnya.

Menurut karyawan Sociolla, kebutuhan *retail* sudah cukup baik. Akan tetapi, mendengar dari cerita konsumen, banyak yang menanyakan tempat duduk untuk menunggu, tempat untuk mencoba *make up*. Retail ini lebih kecil daripada *retail* Sociolla lainnya.

D. Analisis Fungsi

4.1 Analisis fungsi

Berdasarkan jenis aktivitas yang dilakukan di *retail Socioll* yaitu menyediakan fasilitas untuk segala kegiatan di bidang penjualan.. Dalam perancangan *retail* Sociolla fungsi-fungsi yang di wadah berdasarkan hal di atas adalah sebagai berikut:

- Kegiatan Jual – Beli :

Kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh barang dengan memberikan sejumlah uang yang telah disepakati bersama antara penjual dan pembeli. Dalam jual beli harus ada penjual, pembeli, barang yang dijual, dan uang. Pembeli akan mendapatkan barang dengan uangnya.

- Window Shopping :

Aktivitas di mana konsumen menelusuri atau memeriksa barang dagangan dalam *retail* Sociolla ini sebagai bentuk rekreasi atau perilaku

pencarian eksternal tanpa niat untuk membeli.

- Bekerja :

Bekerja adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan melibatkannya dua pihak antara perusahaan dengan para pekerja/karyawan.

4.2 Analisis Pengguna

Pada Studi pengguna yaitu para pelanggan yang mengunjungi dibagi menjadi 3 kategori menurut :

- Usia konsumen yang sering datang untuk berbelanja adalah semua usia mulai dari anak-anak sampai orang tua. Tetapi hasil dari observasi yang dilakukan oleh *manager store* dan *beauty adviser* dominan adalah dari kalangan remaja usia 16 – 23 tahun, menengah 23 – 60 tahun.
- Konsumen yang datang biasanya mencari sesuai dengan jenis kulit seperti *Oily, acne – prone, sensitive, sensitive T – Zone*, dan lainnya. Serta Konsumen yang dengan masalah kulit seperti kusam, milia, flek hitam, dan lainnya.
- Konsumen yang mencari produk *Make Up* seperti *lip product, complexion, eye's do (eye shadow, eye liner*, dan lainnya.)

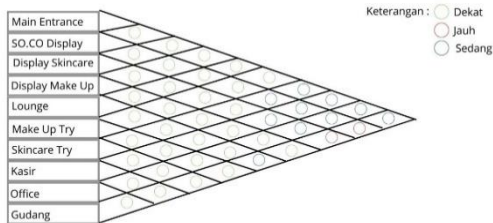
4.3 Studi Ruang

4.3.1 Tabel Kebutuhan Ruang

Zoning	NO	Aktifitas	Fasilitas	Jumlah	Dimensi			Luas	Sirkulasi	Total Ruang	
					P	L	T				
Private	1	Penyimpanan (gudang)	Rak Besi	3	80	80	200	12,9 m ²	50%	9,7 m ²	
			Meja	1	120	60	120				
			Kursi	1	48	46	90				
Private	2	Ruang karyawan	Loker	1	450	38	185	8,1 m ²		9,5 m ²	
			Meja	2	120	90	120				
			Kursi	4	48	46	90				
Public	3	Skincare try	Wastafel	2	80	53	5	23,4 m ²	200%	46,8 m ²	
			Rak	2	80	40	150				
			Rak Gantung	2	80	40	150				
			Meja dan cermin	3	140	80	75				
			Rak Make Up	5	240	80	200				
Public	4	Make up try	Rak Make Up	5	240	80	200	19,2 m ²		38,4 m ²	
			Rak sheemask	1 rak	1	150	80				200
			Rak Tool Make Up	1 rak	1	150	80				200
			Rak Skincare	5	240	80	200				
			Sale Display	1	120	90	120				
Servis	9	Kamar Mandi tamu + karyawan	WC	4	63	36	74	15,2 m ²	50%	3,0 m ²	
			Wastafel	4	80	53	5				
semi private	11	Kasir	Meja	1	160	90	120	5,5 m ²		4,5 m ²	
			Kursi	2	48	46	90				
Public	12	Lounge	kursi panjang	2	212	55	70	3,3 m ²	200%	6,0 m ²	
			ruangan	1	100	60	130				
Public	14	Photobooth	ruangan	1	100	60	130	7,8 m ²		15,6 m ²	
			TV display	1	100	60	130				
Public	15	SO.CO display	ruangan	1	100	60	130	7,8 m ²		15,6 m ²	
			TV display	1	100	60	130				

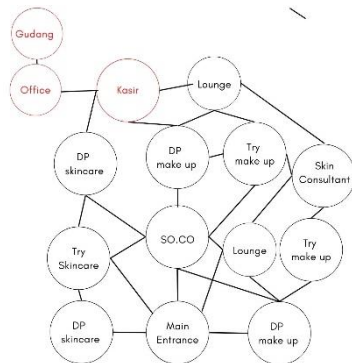
4.4 Hubung Antar Ruang

4.4.1 Matrix Ruang



Gambar 1. Matrix Kedekatan Ruang / Sumber : dokumentasi pribadi

4.4.2 Bubble Diagram



Gambar 2. Bubble kedekatan ruang/ Sumber : dokumentasi pribadi

4.5 Analisis Lokasi Redesign

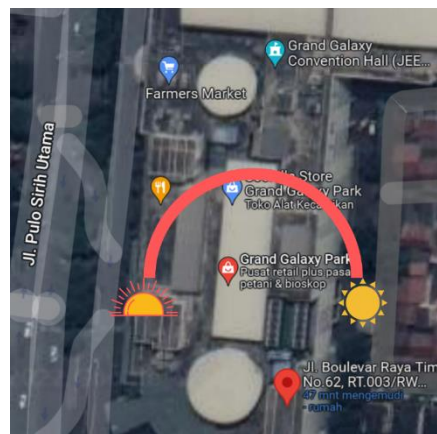
4.5.1 Analisis Lokasi Bangunan

Kedudukan lokasi bangunan masih berada di dalam *mall*. Daerah Bekasi Selatan, yaitu *mall* Grand Galaxy Bekasi yang beralamat di Jl Grand Galaxy Park, Jl. Boulevard Raya No.1, RT.003/RW.017, Jaka Setia, Kec. Bekasi Sel., Kota Bks, Jawa Barat 17147.

4.5.2 Analisis Pandangan Bangunan dan Orientasi Matahari

Lokasi *mall* menghadap ke arah Barat. Pada bagian depan terdapat Jalan Raya Pulo Sirih Utama serta ruko – ruko, pada sebelah kanan bangunan terdapat Gedung pertemuan Grand Galaxy Convention Hall, untuk sebelah kiri bangunan terdapat kolam renang Galaxy Tritamas *Club*, dan untuk bagian belakang terdapat area perumahan Grand Galaxy

Orientasi matahari dari belakang Gedung bangunan ke arah depan bangunan.



Gambar 3. Arah Matahari/ Sumber : dokumentasi pribadi

Lokasi *redesign retail* Sociolla bertempat di *store* Uniqlo Grand Galaxy Park Lantai 1F.

E. Pernyataan Masalah

5.1 Pengaruh Warna

Menurut website Ekrut.com, warna memengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan.

Sociolla sudah mempunyai warna tetap yaitu pink dan mempunyai konsep pada retailnya yaitu Minimalis Komtemporer. Beberapa *brand* memilih menggunakan warna *Pink* untuk kemasan produk khususnya mainan anak perempuan, sedangkan *brand* lain menonjolkan warna pada logo, desain website, atau untuk menonjolkan pesan tertentu.

Akan tetapi, warna *pink* ini mempresentasikan bahwa Sociolla adalah tempat yang khusus untuk para perempuan. Maka dari itu pada Tugas Akhir ini, *retail* Sociolla akan memiliki perubahan pada konsep *retailnya*.

5.2 Jenis Bangunan Yang Akan Digunakan Untuk Retail Sociolla

Sociolla adalah wadah untuk menjual barang, serta mempunyai konten untuk menemukan *tips*, *guide*, inspirasi dalam bentuk artikel dan *video*, serta

ensiklopedia dalam *Beauty Journal* dan ini semua terhubung dalam *platform* SO.CO.

Berdasarkan observasi penulis, sebuah *retail* kebanyakan menggunakan jenis bangunan yang bersifat disewakan dan tidak permanen. Oleh karena itu, perancangan ini akan berada di *mall retail strip* pada *mall* Grand Galaxy Park tepatnya di lantai yang sekarang ditempati oleh *store* Uniqlo, dengan menggunakan *design* yang *unisex* serta mempunyai ciri khas tersendiri.

F. Konsep Perancangan

6.1 Deskripsi dan Tujuan Pendirian Proyek Retail

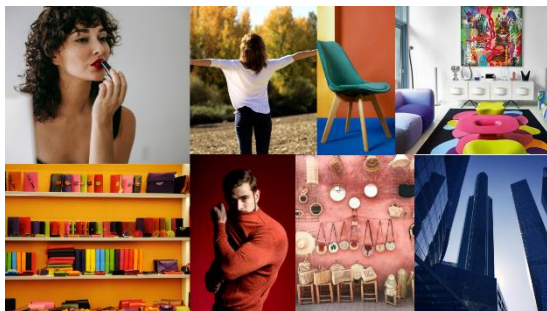
Penerapan *brand identity* dalam *interior retail* Sociolla akan di terapkan pada tema, warna, bentuk, material, yang sesuai dengan identitas Sociolla. Hasil Rancangan *retail* Sociolla akan mempunyai *standart* kenyamanan ruangan dengan memperhatikan *layout* ruang yang baik, sirkulasi ruangan, aktivitas pengguna ruang, fasilitas, serta material pendukung dalam ruangan yang dapat membantu proses perancangan ini.

6.2 Konsep Tema Ruang

Retail Sociolla ini mempunyai konsep yang rapih, dewasa, unik dan elegan, maka dari itu *Bold Pop Art* adalah tema yang cocok untuk *retail* Sociolla ini. Lukisan komikal sebagai *vocal point* akan semakin memperkuat *gaya pop art* yang ingin

ditampilkan pada ruang. Sementara itu, juga *Pop Art* adalah *style* yang dapat digunakan oleh siapa saja dengan keterbukaan, tanpa batasan, serta manis dan mempunyai rasa yang *empowered*. *Style* ini cocok untuk retail Sociolla yang akan dirancang dalam TA.

Konsep dalam ruang akan dirancang dengan gaya desain yang menarik dan condong ke bentuk yang tidak beraturan. Karena itu, desain mengambil bentuk lengkung yang menyerupai pola dan modularitas, menyerupai lingkaran atau oval, seolah-olah tanpa bingkai atau bentuk geometris



Gambar 4. MoodBoard/ Sumber : canva

Konsep dari ruangan ini akan menggunakan *furniture* yang berukuran besar (*chubby furniture*), warna putih menjadi warna dasar serta menambahkan warna – warna yang berani dan menggunakan pernik interior *art pop* seperti lampu gantung dan *wallpaper*.

- Konsep Ruang

Ruangan yang unik, rapih, terorganisir, berbeda dari yang lain serta membuat *retail* ini menjadi sebuah kubikel untuk

menarik pelanggan adalah keinginan penulis untuk *retail* Sociolla yang baru. Maka dari itu *retail* ini akan memiliki dua jenis bentuk, yaitu bentuk yang beraturan (geometri) dan bentuk yang tidak beraturan (non – geometri) serta dengan motif yang berulang. Untuk *furniture* rata dengan dinding menggunakan konsep geometris, lalu *furniture* di tengah atau rata dengan kolom menggunakan non geometris.

- Konsep Material

Material yang mempunyai *durability* yang kuat dan kokoh, mudah dibersihkan dan dibentuk, serta memiliki bentuk yang unik. Bertujuan untuk memperindah ruangan, ialah konsep yang diinginkan untuk *retail* ini. Untuk mencapai keinginan tersebut, *Material board* yang digunakan pada *retail* ini akan dibagi menjadi beberapa bagian olahan ruang pembentuk interior.

1. *ceiling*. Pada *ceiling retail* akan menggunakan *gypsum board* dengan ketebalan 12mm yang akan dicat berwarna, berbentuk lingkaran - lingkaran serta dihiasi permainan lampu untuk *ambience* yang lebih berekspresi.
2. dinding dan furniture untuk *retail* akan berdinding partisi dengan *gypsum board* dan ada di cat putih

dan diberi *wall treatment* yang terbuat dari Subway Tile. Untuk *furniture* terbuat dari blockmin 18mm lalu di *finishing* ada dengan HPL, besi *hollow* seukuran 4x6 cm dan untuk hiasan tambahan terbuat dari *blockmin* 18 mm berlapis HPL

3. pola lantai akan menggunakan ceramic putih berukuran 20x20 cm, *carpet* yang akan ditaruh disetiap kubikel dan akan menggunakan *wallpaper*

- Konsep Warna

Sebagai komponen seni, warna memegang peranan yang kuat dan mutlak selalu berhadapan dengan indera penglihatan manusia. Warna mempunyai maknat sendiri hal ini, diungkap oleh *Neufert Ern* yaitu “warna pada bangunan sangat membantu penampilan bangunan, terutama bagi para arsitek.” Dalam KBBI, Warna adalah alat untuk mendesain keindahan dan kenyamanan, juga bisa menjadi alat untuk mempercantik tampilan sebuah desain.

Pada implementasi untuk *retail* Sociolla ini akan menggunakan warna yang *bold* untuk memberikan ekspresi yang lebih mutlak dan berani



Gambar 5. Warna/ Sumber : canva

- Konsep Pengendali Ruang

1. Penghawaan

Penghawaan sangatlah penting untuk meredam panas dari luar dan menghadirkan suhu udara yang lebih sejuk. Terutama untuk produk yang dijual oleh Sociolla yang mempunyai bahan aktif jikalau suhu ruangan rendah akan mengalami kerusakan.

Maka dari itu dalam retail Sociolla ini, memakai dua jenis penghawaan. Dalam ruang *display* memakai AC sentral yang sudah ada dari dalam Mall Grand Galaxy Park. Sementara itu ruangan *office* akan menggunakan AC split 2Pk untuk mengurangi hawa panas dalam ruangan tertutup.

2. Pencahayaan

Konsep pencahayan adalah hal terpenting dalam sebuah ruangan. *Ambience* serta atmosfer ruangan akan terasa jika warna dan jenis lampu disesuaikan dengan ruangan yang ada dalam *retail* ini.

Maka dari itu, pada *retail* ini menggunakan tiga jenis lampu yang berbeda dan menggunakan dua jenis ukuran cahaya yang berbeda. Untuk ruangan *display* serta kantor akan menggunakan lampu *general lamp 6000k bright light* dan *pendant lamp 300k soft white* untuk melihat lebih terang. Lampu dekoratif akan menggunakan lampu LED warna warni.

3. Keamanan

Upaya penulis untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan dari *retail Sociolla* ini adalah dengan merubah denah ke dalam berbentuk *linear*, hal ini dapat membantu kemudahan akses dalam bekerja maupun saat berbelanja. Jikalau ada sesuatu hal buruk terjadi, pola *retail linear* ini dapat membantu semua orang yang berada dalam *retail* untuk keluar menuju jalur evaluasi yang telah disediakan oleh pihak *Mall*.

Selanjutnya, pemilihan material dan pembentukan *furniture* agar tidak mencelakai karyawan dan pembeli dengan cara *furniture* tidak bersiku tajam, warna dan *luminance* lampu yang tidak menusuk mata dan tidak memantulkan cahaya pada material hal ini, dapat membantu penglihatan lebih baik saat berbelanja dan bekerja. Penambahan *speaker* ditanamkan pada *ceiling* untuk menyebarkan informasi secara lantang dan *sprinkler* digunakan untuk memadamkan api secara otomatis

akan mengeluarkan debit air ketika terdeteksi ada api, atau ketika telah melampaui suhu yang telah ditentukan.

Penggunaan CCTV, Petugas Keamanan, *check in detector* adalah upaya pengamanan dalam toko untuk mejauhi tindak *criminal* serta tangan jahil yang terbiasa terjadi. hal ini harus segera ditangani untuk mengurangi kerugian *retail*. Lalu adanya COVID-19 mempengaruhi aspek kesehatan pengunjung dan karyawan, maka dari itu, *retail Sociolla* menyediakan alat pengaman diri seperti menjaga jarak, *hand sanitary*, masker serta *face shield* untuk para karyawan saat melayani .

G. Implementasi Desain

Konsep baru di *Sociolla* memberikan manfaat yang berbeda bagi karyawan dan pelanggan. Pelanggan dapat menikmati tampilan baru yang meningkatkan tampilan visual dalam *retail Sociolla*. Selain itu, hal ini dapat menginspirasi pelanggan untuk melakukan lebih banyak pembelian. Di sisi lain, karyawan *Sociolla* akan merasa konsep ini sangat membantu di dalam *retail*. Hal ini karena konsepnya berbeda dari ide *retail Sociolla* lainnya dan memungkinkan para karyawan akan bekerja lebih efisien. Dengan harapan dapat meningkatkan angka penjualan dan menarik lebih banyak pengunjung, setelah konsep ini diterapkan.

- Implementasi Area Welcoming

Pada Area *Welcoming* ini, memperlihatkan sisi konsep *pop art* yang dimana menggunakan warna yang berani sehingga pengunjung dapat merasakan *empowered* dan *brave* pada saat mengunjungi retail Sociolla. Dari implementasi konsep ini juga pada material dan *furniture* sangat mendukung *safety* pada pelanggan dan pekerja.

Material pada Area *Welcoming* menggunakan material HPL dan Multiplex 18mm, serta menggunakan *edging* yang berbentuk *round*, agar menghindari dari kecelakaan kecil seperti tergores *edging* furnitur, serta mengimplementasi bentuk *chubby furniture*.

Warna pada Area *Welcoming* menggunakan warna kuning, merah dan pink, dengan tujuan untuk mengimplementasi warna *pop art* dan implememtasi dari warna sociolla. Pandangan yang rapih dan bersih sangat terlihat dari area welcoming ini.

Pada *ceiling* Area *Welcoming*, implementasi dari konsep menggunakan material gypsum, yang di bentuk setengan lingkaran

dan disusun dengan ukuran yang berbeda-beda sehingga mempunya kesan unik dan *artistic*. Implementasi pencahayaan juga terlihat dengan berbedanya jenis lampu sehingga *ambience* pada ruangan sangat terasa. Lampu pada Area *Welcoming* ini adalah Philips – LED Strip 2835 IPL 4000k. Implementasi pada konsep lantai Area *Welcoming* menggunakan keramik putih ukuran 20x20 cm merek Roman – Origami Series, G220515 White digunakan untuk pandangan yang lebih luas serta pola bergaris lurus agar ruangan terasa lebih lebar.



Gambar 5. Implementasi Area welcoming/ Sumber : canva

- Implementasi Area Kasir

Area Kasir ini mengimplementasikan konsep furniture, sama seperti dalam area welcoming, dimana furniture kasir ini menggunakan material HPL dan Multiplex 18mm, serta menggunakan *edging* yang berbentuk *round*, agar menghindari dari kecelakaan kecil seperti tergores *edging furniture*.

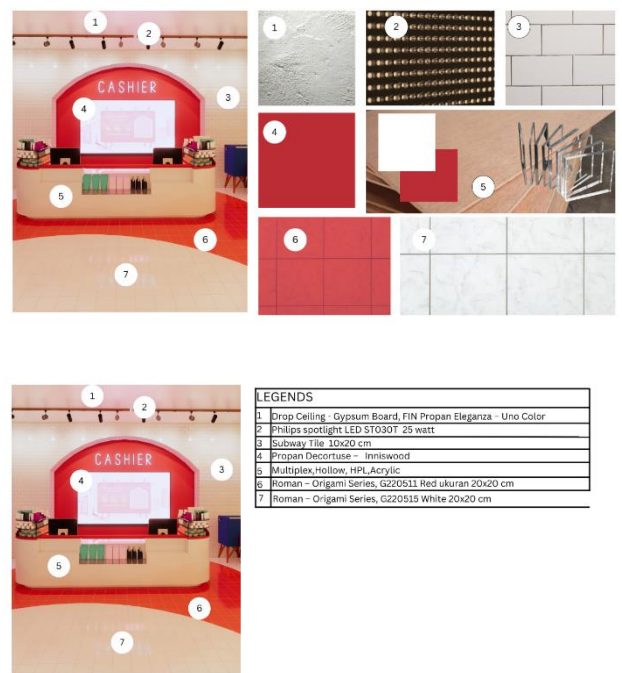
Tidak melupakan konsep utama, yaitu *Pop Art*, Furniture pada *retail Sociolla* ini menggunakan konsep *chubby furniture*,

Area Kasir ini mengimplementasikan konsep furniture, sama seperti dalam area *welcoming*, dimana furniture kasir ini menggunakan material HPL dan Multiplex 18mm, serta menggunakan *edging* yang berbentuk *round*, agar menghindari dari kecelakaan kecil seperti tergores *edging furniture*. Tidak melupakan konsep utama, yaitu *Pop Art*, Furniture pada *retail Sociolla* ini menggunakan konsep *chubby furniture*, rata dengan dinding serta menggunakan *wall treatment* untuk menunjang *visual*.

Implementasi *wall treatment*, dengan menggunakan Subway Tile, memperlihatkan sisi ketenangan saat berbelanja dan mengistirahatkan mata dari warna – warna yang *bold* bagi pekerja dan pelanggan. Penggunaan TV dibelakang kasir sekaligus menjadi wadah untuk memasarkan promo yang ada di Sociolla. Dinding bavel ini menggunakan *Subway Tile* motif bata ukuran 10x20 cm.

Implementasi pada konsep lantai membentuk pola setengah lingkaran, hal ini penulis desain agar retail ini lebih terlihat *looks* tema *Pop Art* sekaligus untuk membedakan antara bagian kasir dan lorong jalan, Area ini Keramik putih dan merah ukuran 20x20 cm Roman – Origami

Series, G220515 White dan Roman – Origami Series, G220511 Red digunakan untuk pandangan yang lebih luas serta pola bergaris lurus agar ruangan terasa lebih lebar. *Ceiling Area Kasir*, diimplementasi dari konsep material *ceiling* menggunakan material *gypsum*, yang di bentuk datar, sehingga area kasir ini terlihat lebih luas. Implementasi pencahayaan menggunakan lampu Philips *spotlight* LED ST030T sebesar 25 watt sebagai lampu utama agar *retail* agar cahaya tidak langsung mengenai mata.



Gambar 6. Implementasi Area Kasir/ Sumber : canva

- Implementasi Area Try Make Up, Lounge dan Display

Demi kenyamanan dan keamanan dan berinteraksi dengan material *furniture*, *retail* Sociolla ini menggunakan material yang mempunyai *durability* yang kuat dan kokoh. Area *Try Make Up* ini tmengimplementasikan konsep *furniture*, sama seperti dalam Area *Welcoming*, dan kasir dimana *furniture* Area *Try Make Up* ini menggunakan material HPL dan Multiplex 18mm, akan tetapi tidak menggunakan *edging* yang berbentuk *round*. Hal ini dikarenakan tinggi *furniture* jauh dari tangan.

Implementasi *wall treatment*, dengan



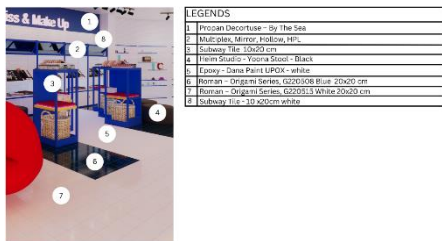
Gambar 7. Implementasi Area Lounge/ Sumber : canva

menggunakan Subway Tile, sama seperti Area Kasir, memperlihatkan sisi ketenangan saat berbelanja, dan warna putih memberikan efek yang lebih terang, sehingga warna kulit lebih terlihat saat mencoba *make up*. Setelah itu, cat dinding berwarna biru, menggunakan cat Propan Decortuse – *By The Sea* digunakan pada *retail* ini, untuk membedakan dinding yang digunakan dan yang tidak digunakan. Tetap diberikan *display* dibelakang Area *Try Make Up* bertujuan untuk tidak membuang *space*.

Implementasi pada konsep lantai membentuk pola persegi dan zig-zag, hal ini penulis desain agar *retail* ini lebih terlihat looks tema Pop Art sekaligus untuk membedakan antara bagian area *Try Make Up* dan lorong jalan, Area ini menggunakan Keramik Roman – Origami Series, G220508 Blue ukuran 20x20 cm digunakan untuk pandangan yang lebih luas serta pola bergaris lurus agar ruangan terasa lebih lebar dan material *epoxy* Dana Paint UPOX white, digunakan bertujuan membedakan arah untuk pengunjung melihat ke *display* disamping area mencoba *make up* dan membedakan area jalan dan duduk, serta dikelilingi Roman – Origami Series, G220515 White 20x20 dibagian luar.

Ceiling Area *Try Make Up*, diimplementasi dari konsep material *ceiling* menggunakan material gypsum, yang di bentuk *drop*,

sehingga area *Try Make Up* ini terlihat lebih *artsy*. Implementasi pencahayaan menggunakan lampu *spotlight* dan lampu Philips *spotlight* LED ST030T sebesar 25 watt sebagai lampu utama agar *retail* agar cahaya tidak langsung mengenai mata.



Gambar 8. Implementasi Area Make Up Try/ Sumber : canva

- Implementasi Area Display

Retail Sociolla ini menggunakan material yang mempunyai *durability* yang kuat dan kokoh, demi kenyamanan dan keamanan dan berinteraksi dengan material *furniture*, Area *Display* ini mengimplementasikan konsep *furniture*, sama seperti dalam Area *Welcoming*, Area kasir. Area *Make Up Try* dimana *furniture* Area *Display* ini menggunakan material HPL dan Multiplex 18mm, dan tambahan besi *hollow* akan tetapi tidak menggunakan *edging* yang berbentuk *round*. Hal ini dikarenakan tinggi

furniture jauh dari tangan sama seperti Area *Make Up try*.

Implementasi *wall treatment* dalam Area *Display* berbeda, yaitu menggunakan dinding *acrylic* berwarna oranye bertujuan sebagai area pembatas antara tempat *hall skincare* dan *hall make up*. Dinding *acrylic* ini tembus pandang, agar pengunjung dapat diawasi oleh pihak keamanan dan atasan dapat mengawasi *beauty adviser* ataupun kasir yang sedang bekerja dilapangan.

Implementasi pada konsep lantai Area ini menggunakan Keramik Roman – Origami Series, G220515 White ukuran 20x20 cm digunakan untuk pandangan yang lebih luas serta pola bergaris lurus agar ruangan terasa lebih lebar.

Ceiling Area *Try Make Up*, diimplementasi dari konsep material *ceiling* menggunakan material gypsum, yang di bentuk *drop*, sehingga area *Try Make Up* ini terlihat lebih *artsy* dengan warna Propan Eleganza – Uno Color. Implementasi pencahayaan menggunakan lampu Philips *spotlight* LED ST030T sebesar 25 watt, Philips LED Strip 2835 - 400k dan lampu gantung sebagai lampu utama agar *retail* agar cahaya tidak langsung mengenai mata serta membuat kesan menarik pada *ceiling*.



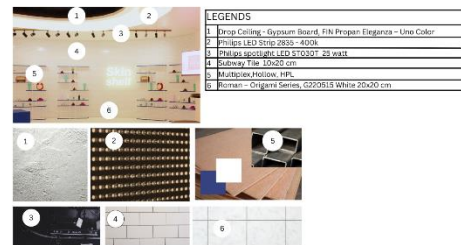
Gambar 9. Implementasi Area Display/ Sumber : canva

- Implementasi Area Skinshef

Area Skin Shelf ini mengimplementasikan konsep furniture, sama seperti dalam Area Kasir dimana furniture Area Display ini menggunakan material HPL dan Multiplex 18mm, dan tambahan besi hollow akan tetapi tidak menggunakan edging yang berbentuk round. Hal ini dikarenakan tinggi furniture jauh dari tangan sama seperti Area Make Up try. Implementasi wall treatment dalam Area Skin Shelf berbeda. Area Skin Shelf hanya menggunakan Subway Tile motif bata ukuran 10x20 cm untuk keseluruhan dinding. Hal ini bertujuan retail Sociolla ini mempunyai area plain atau area kosong supaya mata pekerja dan pengunjung tidak pusing setelah melihat warna-warna yang strong.

Implementasi pada konsep lantai Area ini menggunakan Keramik Roman – Origami Series, G220515 White ukuran 20x20 cm digunakan untuk pandangan yang lebih luas serta pola bergaris lurus agar ruangan terasa lebih lebar.

Ceiling Area Skin Shelf , diimplementasi dari konsep material ceiling menggunakan material gypsum. Implementasi pencahayaan menggunakan Philips spotlight LED ST030T sebesar 25 watt dan Philips LED Strip 2835 - 400k sebagai lampu utama agar retail agar cahaya tidak langsung mengenai mata serta membuat kesan menarik pada ceiling.



Gambar 10. Implementasi Area Skinshef/ Sumber : canva

- Implementasi Area Konsultasi

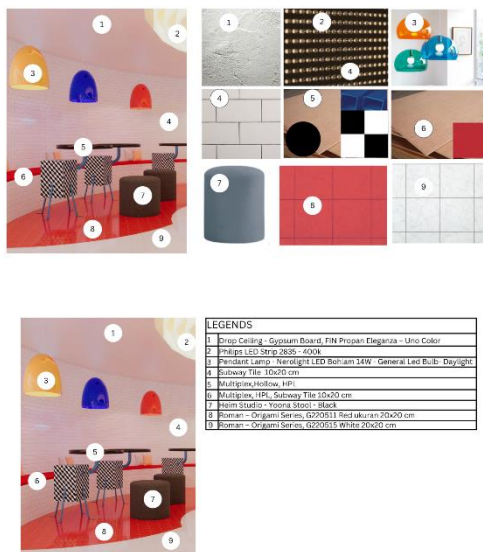
Area Konsultasi ini mengimplementasikan konsep furniture, sama seperti dalam Area Kasir dimana furniture Area Display ini menggunakan material HPL dan Multiplex 18mm, dan tambahan besi hollow serta menggunakan edging yang berbentuk round. Kursi Stools digunakan untuk beauty adviser untuk meladeni pengunjung untuk berkonsultasi.

Implementasi wall treatment dalam Area konsultasi, sama seperti Area Skin Shelf yang hanya menggunakan Subway Tile motif bata ukuran 10x20 cm untuk keseluruhan dinding. Hal ini bertujuan retail Sociolla ini beauty adviser

berkonsentrasi saat menjelaskan karena tidak ada hal yang mengganggu mata.

Implementasi pada konsep lantai Area ini menggunakan Keramik dan Roman – Origami Series, G220511 Red ukuran 20x20 cm sama seperti Area Kasir dan Area Try Skincare. Poladigunakan untuk pandangan yang lebih luas serta pola bergaris lurus agar ruangan terasa lebih lebar.

Ceiling Area Konsultasi, diimplementasi dari konsep material *ceiling* menggunakan material gypsum. Implementasi pencahayaan menggunakan Philips *spotlight* LED ST030T sebesar 25 watt dan Philips LED Strip 2835 - 400k sebagai lampu utama agar *retail* agar cahaya tidak langsung mengenai mata serta membuat kesan menarik pada *ceiling*.



Gambar 11. Implementasi Area Konsultasi/ Sumber : canva

H. Kesimpulan

Interior pada toko retail merupakan salah satu elemen yang sangat penting. Karena dengan adanya interior yang baik, pelanggan akan terdorong untuk masuk ke dalam toko dan melakukan transaksi. Selain itu, desain interior yang baik juga harus dapat menjawab permasalahan yang dialami oleh toko tersebut.

Dalam Perancangan Design Interior Retail Sociolla Dengan Pendekatan Konsep *Unisex* Retail untuk meningkatkan daya jual dan kenyamanan berbelanja ini, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Retail Sociolla merupakan toko untuk membeli perawatan wajah yang sangat terkenal oleh masyarakat dengan menawarkan produk luar dan dalam negeri dan sudah dipercaya masyarakat Indonesia. Tidak hanya perempuan, laki – laki juga banyak yg mengunjungi *retail* Soicolla. Oleh karena itu dibutuhkan konsep desain yang menunjang agar dapat meningkatkan daya jual serta nyaman belanja bagi para pelanggan/konsumen.
2. Memberikan suasana baru atau fresh melalui desain interior berkonsep *Unisex* yang diterapkan tanpa mengganggu kegiatan berbelanja.
3. Dengan penambahan fasilitas “Area Konsultasi” diharapkan dapat menarik

minat pelanggan baru agar lebih detail untuk menanyakan serta memberi saran untuk pembeli dan memfasilitasi para pelanggan yang ingin mengetahui tentang kulit dan perawatan yang ditawarkan.

I. Daftar Pustaka

- Shidqi, Azhar Lauzardi. (2020) *Tugas Akhir Perancangan Desain Interior Showroom Motor Kawasaki Cengkareng Jakarta*. Jakarta: Kampus UMB
- Syahputra, Ridhoni. (2018) *Desain Interior Toko Buku Dan Fasilitas Cafe "Togamas" Dengan Konsep Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Jual Dan Kenyamanan Berbelanja*. D.I.Y Yogyakarta
- Pratiwi, Sheila Juwita Pradipta. (2018) *Desain Interior Wardah Beauty House Surabaya Dengan Konsep Modern Green Building "Earth Love Life"*.
- Zakia, Ifa Roselina. (2006) *Perencanaan Dan Perancangan Interior Pusat Animasi Yogyakarta*. D.I.Y Yogyakarta
- De Chiara, Joseph dan Calender, Jhon. (1983) *Time-Saver Standards For Building Type*. New York : McGraw-Hill, 1990.
- Kusumowidagdo, Astrid. (2005) *Peran Penting Perancangan Interior Pada Store Based Retail*.
- Paoletti, Jo B. (2015) *Sex And Unisex Fashion, Feminism, And The Sexual Revolution*. Indiana University Press.
- Panero, Julius. (2003) *Human Dimension*
- Silaban, Chintya Victorya. (2011) *"Arsitektur Feminisme"* Dalam Jurnal Kampus UNSRAT 2011
- Nofalia, Ikom. (2019) *"Mengenal Sociolla, E-Commerce Kecantikan Terbaik Di Indonesia"*. <https://www.finansialku.com/sociolla/>, Diakses pada 5 April 2022, pukul 17:50.
- Putri, Mentari Asgara. (2018) *"Apa Itu Sociolla?"* <https://www.misstariita.com/2018/05/apa-itu-sociolla.html>, diakses pada 5 April 2022, pukul 18:00
- Ching D. K. Francis. (1996). *Ilustrasi Desain Interior*.
- Darmaprawira W.A, Sulasmi. (2002). *Warna: Teori Dan Kreativitas Penggunaannya*.
- Todd, W Kim. (1987). *Tapak, Ruang Dan Struktur (Site, Space, And Structure)*.