

PERANCANGAN DESAIN ONSEN BEAUTY & SPA DENGAN PENDEKATAN *HEALING DESIGN* OLEH MERAKI STUDIO

Melisa Christiana^a, Dyah Kusuma Wardhani^b, Gervasius Herry Purwoko^c
^{a/b/c}Interior Architecture Department, Universitas Ciputra, Surabaya 60219, Indonesia
Alamat email untuk surat menyurat: dyah.wardhani@ciputra.ac.id

ABSTRACT

With the very crowded situation of Jakarta and many demands of life, many people feel stressed and depressed, demanding that every worker is always in top condition that needs physical and psychological stability. With the existence of the phenomenon, making many people want to spend their days off to recreation, relax, and rejuvenate through spa activities. Onsen Beauty & Spa, located in Jakarta, presents a relaxation facility specifically for women that adopts the concept of hot springs or onsen in Japan. This place has a philosophy of "heal the body, calm the mind, and renew the spirit" with the overall mission is wellness. The company will be relocated to an empty land in Jakarta, where the area is very crowded. Therefore, the resulting design must answer and support the company's identity and problems obtained at the site. The concept that can answer and support the identity of the company is Hiringu. Hiringu is a design concept to create a full relaxation and awaken the five human senses with connectivity to nature, supported by modern Japanese architectural and interior styles. In other words, the principle of healing and senses design is applied. Nature in this concept plays an important role. The green areas are divided evenly into the interior and the use of natural materials are some of the natural elements that applied to this design. The physical enclosure of the public area is placed on the front of the site as a noise barrier so the healing area behind it has a maximum serenity.

Keywords: *Healing Design, Modern Japanese, Onsen Spa, Senses Design.*

ABSTRAK

Dengan situasi Kota Jakarta yang sangat padat dan banyak tuntutan hidup membuat banyak orang merasa stres dan tertekan, menuntut setiap pekerja untuk selalu dalam kondisi prima sehingga membutuhkan kestabilan fisik dan psikis. Dengan adanya fenomena kehidupan masyarakat tersebut, membuat banyak masyarakat ingin menghabiskan hari liburanya untuk berekreasi, bersantai, dan melakukan rejuvenasi melalui kegiatan spa. Onsen *Beauty & Spa* yang berlokasi di Jakarta menghadirkan sebuah sarana relaksasi khusus wanita yang mengadopsi konsep pemandian air panas atau onsen di Jepang. Tempat ini memiliki filosofi 'sembuhkan tubuh, tenangkan pikiran, dan perbarui semangat' dengan misi keseluruhan adalah *wellness*. Perusahaan ini akan direlokasi ke sebuah tanah kosong di Jakarta, dimana area tersebut sangat padat dan ramai. Maka dari itu, desain yang dihasilkan harus menjawab dan mendukung jati diri perusahaan dan permasalahan yang didapat pada *site*. Konsep yang dapat menjawab dan mendukung jati diri perusahaan tersebut adalah *hiringu*. *Hiringu* merupakan sebuah konsep desain untuk menciptakan tempat berelaksasi penuh dan menyadarkan panca indera manusia dengan konektivitas terhadap alam yang didukung oleh gaya arsitektur dan interior Jepang modern. Dengan kata lain, prinsip *healing* dan *senses design* diterapkan. Alam dalam konsep ini memegang peranan penting. Pembagian area hijau yang merata ke dalam interior dan penggunaan material alami merupakan beberapa hal yang diterapkan ke dalam perancangan ini. Pelingkup fisik area publik di tempatkan di bagian depan *site* sebagai *noise barrier* sehingga area *healing* yang berada di belakangnya memiliki ketenangan yang maksimal.

Kata Kunci: *Healing Design, Modern Japanese, Onsen Spa, Senses Design.*

<https://doi.org/10.37715/aksen.v6i1.2265>

PENDAHULUAN

Profil dan Latar Belakang Bisnis

Dengan situasi Kota Jakarta yang sangat padat dan banyak tuntutan hidup membuat banyak orang merasa stres dan tertekan, menuntut setiap pekerja untuk selalu dalam kondisi prima sehingga membutuhkan kestabilan fisik dan psikis. Fenomena tersebut membuat banyak masyarakat menghabiskan hari liburnya untuk berekreasi dan bersantai, bahkan tidak jarang yang melakukan rejuvenasi dengan pergi ke tempat spa.

Dalam perkembangan fasilitas spa muncul beragam jenis terapi yang ditawarkan untuk mencapai kesegaran tubuh, serta kesehatan tubuh. Seiring dengan berkembangnya usaha spa pun, terapi yang ditawarkan mencakup terapi fisik dan holistik dengan tujuan untuk mencapai keseimbangan tubuh, pikiran, serta emosi pada diri manusia.

Onsen *Beauty & Spa* menghadirkan sebuah sarana relaksasi dan rejuvenasi khusus wanita yang mengadopsi konsep pemandian air panas atau *onsen* di Jepang. Target pasar spa ini adalah wanita dari kalangan mahasiswi hingga profesional yang cenderung memiliki tingkat kesibukan yang tinggi. Lokasi spa saat ini berada disalah satu wilayah pusat bisnis di Jakarta Selatan, yaitu Pancoran. Bidang usaha ini selanjutnya akan direlokasikan ke sebuah tanah kosong di Jakarta Pusat yang dekat dengan pusat keramaian, seperti perkantoran, pusat perbelanjaan, dan hotel berbintang sehingga dapat dengan mudah menjangkau target pasar

spa. Filosofi dari perusahaan ini adalah “*heal the body, calm the mind, renew the spirit*” dengan misi keseluruhan adalah *wellness*.

Rumusan Masalah Perancangan Onsen *Beauty & Spa*

Rumusan masalah yang ditemui pada perancangan adalah bagaimana merancang arsitektur, interior, dan *outdoor area* spa desain Jepang modern dengan pendekatan *healing design* di tengah kondisi *site* yang padat?

Tujuan Perancangan Onsen *Beauty & Spa*

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat disimpulkan tujuan perancangan proyek adalah menghasilkan desain perancangan arsitektur, interior, dan *outdoor area* spa desain Jepang *modern* yang dapat mendukung proses *healing* meskipun berada di tengah kondisi *site* yang padat.

STUDI PUSTAKA

Kata spa, berasal dari Bahasa Latin yaitu *solus per aqua* atau *sante par aqua*, yang memiliki arti kegiatan yang berhubungan dengan air namun bisa diartikan juga sebagai terapi air (BPS, 2014). Sementara kata onsen, dalam Bahasa Jepang berarti sumber air panas Jepang, tetapi istilah ini juga mencakup pada fasilitas pemandian dan penginapan tradisional yang sering terletak di sekitar mata air panas.

Sistem pelayanan spa, dalam peraturan Menteri Kesehatan tentang Pelayanan Kesehatan Spa, disebutkan bahwa Pelayanan Kesehatan

Spa merupakan pelayanan kesehatan yang dilakukan secara holistik dengan memadukan berbagai jenis perawatan kesehatan tradisional dan *modern* yang menggunakan air beserta pendukung perawatan lainnya berupa pijat penggunaan ramuan, terapi aroma, latihan fisik, terapi warna, terapi musik, dan makanan untuk memberikan efek terapi melalui panca indra guna mencapai keseimbangan antara tubuh (*body*), pikiran (*mind*), dan jiwa (*spirit*) sehingga terwujud kondisi kesehatan yang optimal.

Mengenai *healing design*, kata *healing* berasal dari kata Anglo-Saxon 'haelen', yang berarti membuat utuh, harmoni atas pikiran, tubuh, dan jiwa. Kata *healing* tidak sama dengan menyembuhkan (yang terkait tentang memperbaiki masalah, memberantas penyakit, dan mengurangi gejala).

Dalam *healing design* terdapat beberapa aspek yang berpengaruh terhadap tercapainya *healing*, yaitu aspek fisik, psikologis, dan sosial (Jonas & Chez, 2004).

Tabel 1. Aspek *Healing Design*

No.	Aspek <i>Healing Design</i>	Keterangan
A.	Aspek Fisik	
1.	<i>Spatial layout</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Single user room</i>, meningkatkan privasi bicara dan visual, keamanan, dan tidur pengguna sehingga mengarah pada kepuasan pengguna yang lebih tinggi (Ulrich, 2008) • Semakin besar ukuran jendela, semakin baik.

2.	<i>Lighting</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Artificial light</i> yang terang efektif dalam meningkatkan <i>mood</i> dan mengurangi depresi. <i>Indirect lighting</i> yang terang dapat mengurangi silau (Devlin & Arneill, 2003). • Pengadaan <i>daylight</i> dapat mengurangi sakit dan depresi (Ulrich, 2008). • <i>Sunlight</i> dapat mengurangi tingkat stres, sakit, dan penggunaan <i>analgesic medication</i>. (Ulrich, 2008)
3.	<i>Scent</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan aroma pada suatu ruangan memiliki dua alasan: <i>calming effect</i> dan menutupi bau yang tidak sedap. Aroma bunga dan buah tertentu baik untuk pernapasan dan mengurangi tekanan darah dan detak jantung (Herweijer, 2016)
4.	<i>Nature</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Alam adalah komponen utama dari <i>healing design</i>. Alam dapat mengurangi stres (Van den Berg, 2005), mengurangi emosi negatif (Ulrich, 2006), meningkatkan emosi positif (Ulrich, 2006), mengurangi tingkat kecemasan (Smith, 2007), dan meningkatkan kesehatan (Ulrich, 2008). • Warna dan material natural seperti kayu dan batu alam dapat meningkatkan kepuasan pengguna (McCullough, 2016:109).

5.	Art	<ul style="list-style-type: none"> Kehadiran seni dapat menjadi distraksi positif terhadap pengguna (Herweijer, 2016). Seni dapat menstimulasi indra (Dilani, 2001), meningkatkan perasaan positif, mengambil perhatian dan ketertarikan pengguna tanpa mengeluarkan <i>effort</i> yang lebih. Seni dibagi menjadi dua kategori, yaitu seni dari elemen seni dan seni dari alam.
6.	Colours	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi emosi yang terkait dengan warna tertentu berbeda pada setiap orang, tergantung pada jenis kelamin, usia, budaya, agama, dan tingkat pendidikan (Nemsciscs, 1993).
7.	Acoustic comfort	<ul style="list-style-type: none"> Kebisingan yang tinggi dapat menyebabkan stress, namun suara berulang intensif rendah dapat berbahaya bagi kesehatan dan suasana hati (Bell, 2001).
8.	Estetika	<ul style="list-style-type: none"> Unsur-unsur lingkungan yang dapat mendukung estetika antara lain: peralatan fungsional, perabotan yang nyaman, karya seni, dekorasi, dan sebagainya. Selain itu, sebuah ruangan harus terlihat bersih dan rapi (Lawson, 2010).

9.	Ambient Conditions	<ul style="list-style-type: none"> Termasuk <i>temperature</i> ruang, kualitas udara, dan cahaya.
B.	Aspek Psikologi dan Sosial	
1.	Control	<ul style="list-style-type: none"> Merupakan kesempatan untuk memutuskan apa yang harus dilakukan atau apa yang dilakukan orang lain terhadap kita (Herweijer, 2016). Dapat berupa pengaturan posisi ranjang, <i>temperature</i>, cahaya, suara, dan <i>natural light</i>.
2.	Privacy	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki pilihan untuk menyendiri atau dengan orang lain, kemungkinan untuk menarik diri dari situasi yang tidak diinginkan secara visual, suara, dan kemungkinan untuk tidak berbagi informasi (Herweijer, 2016). Aspek fisik yang dapat meningkatkan privasi: <i>single user room</i> dan <i>high performance sound absorbing</i>.
3.	Safety	<ul style="list-style-type: none"> Merasakan atau mengetahui bahwa kita terlindungi dari bahaya atau pengaruh negatif dan memiliki komponen fisik atau psikologis (Prevosth & Van der Voordt, 2011). Keamanan menyangkut pencegahan penyebaran infeksi dan pencegahan kemungkinan terjatuh.

4.	<i>Social support</i>	<ul style="list-style-type: none"> Merupakan dukungan emosional, informasi dan dukungan nyata yang diterima seseorang dari keluarga dan orang-orang di jejaring sosial (Ulrich, 2008). Aspek fisik yang mendukung <i>social support</i>: <i>single user room</i> (menawarkan privasi dan mengizinkan <i>supporters</i> untuk tinggal lebih lama), menyediakan <i>lounges</i> dan ruangan untuk <i>group</i>, memiliki furnitur yang nyaman dan dapat dipindah dengan mudah untuk memfasilitasi interaksi sosial.
----	-----------------------	--

Sumber: Data Olahan Pribadi (2019)

METODE

Metode perancangan yang digunakan berdasarkan metode Lawson (2005, pg. 129).

1. Survey dan Wawancara

Survey dan wawancara dilakukan kepada pihak yang bersangkutan dengan proyek yang akan dibuat. Tahap ini dilakukan agar perancang dapat mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk kepentingan perancangan, seperti data *site*, permasalahan, dan kebutu-

han-kebutuhan perancangan yang lain.

2. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah studi literatur, studi lapangan, dan studi tipologi. Studi pustaka mengenai data persyaratan perancangan dan antropometri fasilitas yang diperlukan dalam Onsen *Beauty & Spa* serta studi pustaka mengenai penerapan *healing design*. Studi lapangan dilakukan untuk memperoleh data fisik dari lokasi perancangan dengan cara wawancara dan observasi. Studi tipologi dilakukan dengan melakukan perbandingan dan pencarian ide proyek sejenis.

3. Pengolahan Data

Pada tahap ini, data yang sudah diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis, lalu diambil keputusan berupa kebutuhan para pengguna dan kebutuhan ruang. Lalu data yang dihasilkan akan dipelajari ulang sesuai dengan studi literatur agar hasil akhir dapat memecahkan masalah yang ada.

4. Analisa Data

Analisa data ini dilakukan saat melakukan *programming* dan pembuatan konsep. *Programming* akan dijadikan sebagai acuan



Gambar 1. Tahap Metode Perancangan

Sumber: Lawson, 2005, pg. 129

dalam menganalisa kebutuhan ruang dan pengguna, serta menentukan besaran ruang. Pembuatan konsep dilakukan berdasarkan permasalahan desain yang telah dirumuskan lalu menawarkan solusi untuk memecahkan masalah tersebut.

5. Tahapan Perancangan

Tahapan perancangan dimulai dari tahap skematik desain dan diakhiri dengan desain akhir. Pada tahap skematik desain, perancang membuat beberapa alternatif sketsa desain yang pada akhirnya akan dipilih salah satu menjadi desain akhir.

Tahapan perancangan didasarkan pada metode Lawson (2005) mengenai cara berpikir desain, dimana desain harus mampu memecahkan masalah yang ada dan menjawab kebutuhan pengguna:

- a. *Plan*: studi literatur dan studi objek sejenis.
- b. *Design*: penjabaran konsep desain berdasarkan permasalahan yang ada dan menjawab kebutuhan pengguna.
- c. *Develop*: perwujudan desain konsep melalui gambar kerja, desain, dan maket studi.
- d. *Deploy*: menguji kesesuaian desain, apakah desain yang dibuat memecahkan permasalahan yang ada dan menjawab kebutuhan bagi para penggunanya.
- e. *Evaluate*: menguji desain akhir yang sesuai dengan gambar kerja, desain dan maket yang ada setelah direvisi sesuai dengan masukan mengenai kekurangan desain yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Proyek

Berikut data proyek perancangan Onsen *Beauty & Spa*:



Gambar 2. Logo Onsen *Beauty & Spa*
Sumber: easyspadeals.com

Nama Klien	: Gigi
Nama Perusahaan	: Onsen <i>Beauty & Spa</i>
No. Telepon	: 08113989069
Alamat Website	: http://onsenspa.org
Alamat	:
Jl. Warung Jati Bar. No.67, RT.1/RW.2, DurenTiga, Pancoran, Jakarta	
Alamat Perancangan	:
Jl. Angkasa No.55, RT.7/RW.5, Gn. Sahari Utara, Jakarta	
Luas Tanah Perancangan	: 740m ²

Onsen *Beauty & Spa* adalah sebuah tempat spa khusus perempuan yang menawarkan suasana pemandian air panas seperti di Jepang. Filosofi perusahaan adalah "*heal the body, calm the mind, renew the spirit*". Misi keseluruhan perusahaan adalah *wellness*.

Tabel 2. Kondisi *Site* Perancangan

Nama Dokumen	Gambar Eksisting	Keterangan
Lokasi <i>site</i>	 <p>Sumber: Google Earth</p>	<p>Luas tanah: 740 m². Tanah menghadap Selatan, sedikit mengarah ke Tenggara. Orientasi <i>site</i> tidak terlalu panas.</p>
Denah	 <p>Sumber: Data Pribadi (2018)</p>	<p>Lebar = 25 m Panjang = 29.6 m</p>
View depan	 <p>Sumber: Data Pribadi (2018)</p>	<p>View depan: Jalan Raya Angkasa, Jalan <i>Underpass</i> Angkasa, dan kantor. Jalan Raya Angkasa tergolong cukup padat.</p>
View kiri	 <p>Sumber: Data Pribadi (2018)</p>	<p>View kiri: rumah warga dua lantai. Pada ujung jalan ini, terdapat lintasan kereta api.</p>
View kanan	 <p>Sumber: Data Pribadi (2018)</p>	<p>View kanan: kantor dua lantai.</p>

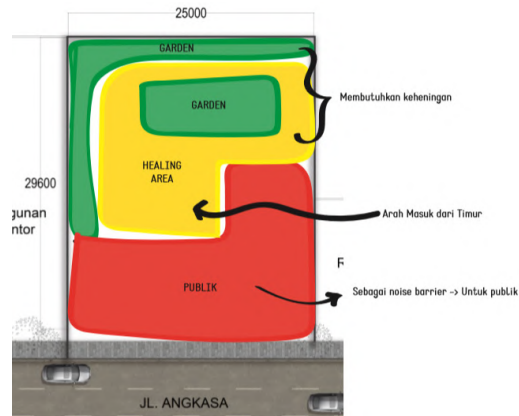
Sumber: Data Olahan Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh perancang dengan pemilik Onsen *Beauty & Spa*, *owner* menginginkan beberapa fasilitas baru, seperti *soda bath*, *cold bath*, *teak bath*, *steam*, dan ruang khusus untuk relaksasi dengan *ambience* keseluruhan Jepang *modern*. Menghadirkan suasana pemandian air panas seperti berada di alam secara khusus menjadi salah satu permintaan *owner* untuk diterapkan di ruang onsen.

Penerapan Konsep Hirlingu pada Onsen *Beauty & Spa*

Permasalahan utama yang ditemukan dalam perancangan ini berasal dari letak *site* yang berada di pinggir jalan raya yang padat dan ramai, karena tidak sesuai dengan tujuan relaksasi itu sendiri, sehingga tingkat kebisingan dan *view* kurang baik.

Permasalahan selanjutnya adalah merencanakan *zoning* dan *layout* yang efektif dan efisien sehingga dapat menjawab kebutuhan perusahaan. Menurut Kusumowidagdo dkk. (2005); Kusumowidagdo. (2011); Kusumowidagdo dkk. (2012); Kusumowidagdo dkk. (2016), desain komersial yang tepat berperan penting untuk pengunjung, karyawan, dan bisnis sendiri. Keinginan klien untuk memberikan suasana seperti berada di Jepang yang memberikan efek relaksasi dan *healing* bagi pengunjung juga merupakan tantangan permasalahan selanjutnya.



Gambar 3. Konsep Zoning
Sumber: easyspadeals.com

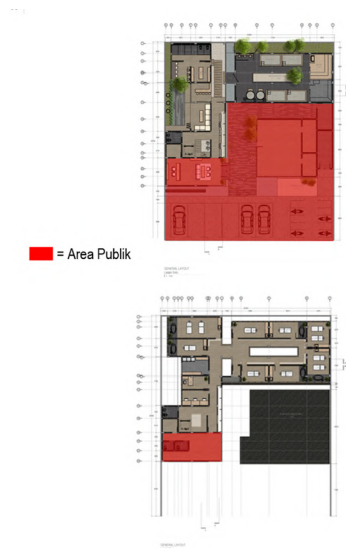
Untuk konsep pembagian *zoning*, terdapat tiga kategori area utama, yaitu area publik, *healing* (area untuk melakukan *treatment*) dan area hijau (area untuk taman). Pembagian area tersebut berdasarkan sifat, fungsi, dan tingkat privasi yang berbeda. Area publik merupakan area yang dapat diakses oleh semua orang, mulai dari *staff* hingga *customer* spa atau bukan *customer* spa. *Healing area* merupakan area melakukan jasa utama yang ditawarkan. *Garden* merupakan area penghijauan berupa taman untuk mendukung salah satu prinsip *healing design*, yaitu *reconnect to nature*.

Tabel 3. Konsep Solusi Perancangan

Zoning	Ruang
Publik	Restoran, parkir, resepsionis, <i>waiting room</i> , <i>staff room</i> , <i>product display</i> .
Healing	Ruang onsen, ruang <i>treatment</i> , ruang relaksasi, <i>locker room</i> , <i>vanity room</i> , <i>shower room</i> .
Hijau	Taman

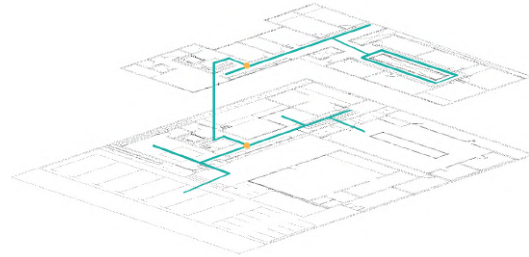
Sumber: Data Olahan Pribadi (2019)

Area publik diletakkan di bagian depan *site* karena tidak memerlukan privasi yang tinggi dan membutuhkan kemudahan aksesibilitas. Selain itu, pelingkup fisik area publik dapat dijadikan sebagai *noise barrier* untuk area di belakangnya yang membutuhkan keheningan yaitu area *healing*, sehingga *noise* dari jalan raya dapat terhalangi. Sementara untuk area hijau disebar di beberapa titik agar ruangan memiliki konektivitas ke alam.



Gambar 4. Denah Onsen *Beauty & Spa*
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Menurut Ching (2007), organisasi ruang terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu terpusat, linear, radial, *cluster*, dan *grid*. Secara keseluruhan, organisasi ruang pada perancangan Onsen *Beauty & Spa* memiliki organisasi ruang yang linear. Jalur lurus atau koridor menjadi elemen pengatur utama bagi serangkaian ruang yang diletakkan bersebelahan. Hal ini diterapkan ke dalam desain demi mencapai efektivitas dan efisiensi ruang.



Gambar 5. Pola Sirkulasi Pengunjung & Pegawai
Sumber: Olahan Pribadi, 2019

Pada fasad bangunan, bukaan besar difokuskan ke arah Timur atau sebelah kanan *site*. Hal ini dikarenakan *view* pada bagian depan *site* kurang baik, tidak sesuai dengan tujuan relaksasi dan *healing*. Selain itu, arah Timur dipilih agar cahaya matahari pada sore hari tidak terlalu panas.

Tanaman yang terletak pada fasad lantai dua juga memiliki peranan penting sebagai penghalang *view* dan pantulan panas dari atap restoran Jepang yang terletak tepat di depan area lantai dua. Atap bangunan spa dan restoran dibuat asimetris dan melengkung agar dapat menarik perhatian.






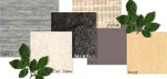







Gambar 6. Fasad Onsen *Beauty & Spa*
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Konsep aplikasi karakter gaya dan suasana ruang yang diangkat untuk Onsen *Beauty & Spa* adalah *Hiringu*. *Hiringu* berarti *healing* dalam Bahasa Jepang. Konsep solusi *Hiringu* adalah merancang tempat untuk berelaksasi secara penuh dan menyadarkan panca indra manusia

sengan konektivitas terhadap alam yang dampaknya akan memungkinkan pengguna *to be healed* oleh desain lingkungan positif di sekitar. Berikut ini adalah tabel penjelasan penerapan aspek *healing* ke dalam perancangan Onsen *Beauty & Spa*.





Tabel 4. Implementasi *Healing Design* pada Onsen *Beauty & Spa*


No.	Aspek Healing Design	Keterangan	Contoh Penerapan pada Desain
A.			
1.	<i>Spatial layout</i>	Bangunan memiliki ukuran jendela yang besar sehingga pengunjung dapat melihat <i>view</i> luar dengan leluasa.	 <p>Jendela pada fasad</p>
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Daylight</i>, dapat masuk dengan mudah ke dalam bangunan karena ukuran jendela yang besar. • <i>Bright indirect lighting</i>, digunakan pada sebagian besar ruangan untuk mengurangi silau. Lampu yang digunakan berupa <i>LED strip light</i> yang di-install secara tersembunyi. • <i>Dimmable lighting</i>, diterapkan pada semua pencahayaan ruang <i>treatment</i> untuk meningkatkan kontrol pengguna 	 <p><i>Bright indirect lighting</i> pada ruang <i>treatment</i>.</p>  <p><i>Daylight</i> pada koridor Lt. 1</p>
3.	<i>Scent</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan wewangian aroma terapi, seperti <i>pine trees</i> dan <i>jasmine flower</i>. Aroma <i>pine trees</i> dapat mengurangi rasa stres dan <i>jasmine flower</i> dapat membantu meredakan depresi serta memperbaiki <i>mood</i>. 	 <p><i>Wall aromatic diffuser</i>.</p>
4.	<i>Nature</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan kemudahan akses ke alam dengan memiliki banyak area taman • Menggunakan material alami yang juga dapat mendukung konektivitas terhadap alam 	 <p>Taman pada ruang relaksasi.</p>  <p><i>Material board</i></p>

5.	Art	<ul style="list-style-type: none"> Seni yang diterapkan berupa seni dari alam berupa tanaman, kolam, dan hewan seperti ikan dan burung sebagai <i>positive distraction</i>. 	 <p>Lantai transparan kolam di <i>waiting room</i></p>
6.	Acoustic comfort	<ul style="list-style-type: none"> Area publik diletakkan pada depan <i>site</i> sehingga pelingkup fisik area publik dapat dijadikan sebagai <i>noise barrier</i>. Menggunakan <i>ceiling audio speaker</i> yang berfungsi sebagai <i>sound masking</i>. 	 <p><i>Ceiling audio speaker.</i></p>
B. Aspek Psikologi dan Sosial			
1.	Control	<ul style="list-style-type: none"> <i>Customer</i> memiliki kontrol terhadap pengaturan temperatur, pencahayaan, dan suara. 	 <p>Menggunakan <i>dimmable switch</i>.</p>
2.	Privacy	<ul style="list-style-type: none"> Area <i>healing</i> memiliki privasi yang tinggi Ruang <i>treatment</i> dibuat privat dengan batasan antar ruang merupakan dinding bata dan memiliki pilihan ruang antara <i>single</i> untuk satu orang dan <i>double</i> untuk dua orang. 	 <p>Terdapat dua buah pilihan ruang <i>treatment</i>, <i>single</i> & <i>double</i>.</p>
3.	Safety	<ul style="list-style-type: none"> Perancangan proyek ini telah mendukung keamanan bagi orang yang berada di dalamnya. 	 <p>Void Lt. 2 dilengkapi dengan <i>railing</i> pengaman.</p>

Selain menerapkan prinsip *healing* ke perangsangan panca indra manusia agar kembali dalam desain, konsep ini juga menawarkan menjadi seimbang, dengan cara:

Tabel 5. Implementasi *Senses Design* pada Onsen *Beauty & Spa*

No	Indra Manusia	Keterangan	Contoh Penerapan pada Desain
A Indra Penglihatan			
1.	Warna	Warna yang dihasilkan berasal dari bahan alami, seperti batu dan kayu dengan <i>finishing</i> yang minimal sehingga dapat menampilkan tekstur yang menarik dan unik.	 <p><i>Material board</i></p>
2.	Cahaya	Pencahayaan difokuskan untuk menyorot tekstur dan penerangan <i>general</i> dengan warna <i>warm white</i> . Pencahayaan dilakukan secara <i>indirect</i> dan <i>spot light</i> .	 <p><i>Bright indirect lighting</i> pada ruang <i>treatment</i>.</p>  <p>Pencahayaan menggunakan <i>spotlight</i> di ruang onsen.</p>
B Indra Pendengar			
1.	Suara	Terdapat <i>noise masking</i> dari suara air, burung, dan <i>background music</i> .	 <p>Taman pada ruang relaksasi dilengkapi dengan suara gemericik air dari <i>birdbath</i> yang juga akan menarik perhatian burung liar.</p>

C	Indra Penciuman		
1.	Aroma	Menyediakan pengharum aromatik.	 <p>Wall aromatic diffuser.</p>
D	Indra Pengecap		
1.	Rasa	Rasa pahit teh hijau yang disediakan oleh pihak Onsen <i>Beauty & Spa</i> .	 <p>Japanese green tea.</p>
E	Indra Peraba		
1.	Sentuhan	Material alami yang digunakan memiliki tekstur dan permukaan yang unik.	 <p>Permukaan material batu alam yang digunakan ke dalam desain.</p>

Sumber: Data Olahan Pribadi (2019)

Konsep aplikasi furnitur dan aksesoris pendukung interior pada bangunan ini cenderung bersifat geometris dan tidak berlebihan. Furnitur yang digunakan ditempatkan sesuai fungsi utamanya dan tidak berlebihan, sehingga sebagian besar furnitur merupakan *custom* dengan gaya desain Jepang.



Gambar 7a. Interior Ruang Onsen
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019



Gambar 7b. Interior Ruang Onsen
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

Pada ruang onsen, suasana yang dihadirkan seperti pemandian onsen *outdoor* di Jepang sesuai keinginan klien sehingga bukaan pada ruang dirasa sangat penting. Bukaan berupa

garden pada ruang onsen dibagi menjadi dua, yaitu *mini-zen garden* dan *Japanese garden* yang berfungsi sebagai opsi *view* di dalam ruang dan pertukaran udara. Menurut Susan & Wardhani (2019), kesehatan dan kenyamanan dalam ruangan memiliki efek signifikan pada aktivitas pengguna di interior bangunan.



Gambar 8. Ruang Relaksasi
Sumber: Data Olahan Pribadi, 2019

KESIMPULAN

Konsep perancangan Onsen *Beauty & Spa* ini menerapkan *healing design* yang juga merupakan *value* utama dari Meraki Studio. Melalui permasalahan, kebutuhan, dan keinginan dari pemilik dan kondisi *site* Onsen *Beauty & Spa*, konsep yang ditawarkan adalah *Hiringu*, dimana selain menerapkan prinsip *healing design*, konsep ini juga menerapkan *senses design* dengan gaya desain Jepang modern. Terdapat aspek fisik, psikologis, dan sosial yang dipenuhi dalam perancangan ini sesuai dengan prinsip *healing design*. Pemilihan material dan implementasi suasana pada proyek ini dipilih untuk merangsang panca indra manusia.

REFERENSI

- Bhaskara, A. L. Purwoko, G. P. Susan, M.Y. (2016). *Restoran dengan Konsep Sustainable Design*. *Aksen*, 2(1), 146-153.
- Carlson, R., Shield. B. (1989). *Healers On Healing*, New York, NY: Tarcher/ Putnam.
- Djajadi, N. Kusumowidagdo, A. Wardhani, D.K. (2018). *Connecting Core, Desain Ramah Lingkungan yang Berteknologi Untuk Natasha Skin Clinic Centre*. *Aksen*, 3(1), 64-93.
- Kurniawati, Febriani. (2007). *Peran Healing Environment Terhadap Proses Penyembuhan*. Fakultas Teknik UGM. Yogyakarta, Indonesia.
- Kusumowidagdo, A., Sachari, A., & Widodo, P. (2012). *The Impact of Atmospheric Stimuli of Stores on Human Behavior*. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 35, 564-571.
- Kusumowidagdo, A., Sachari, A., & Widodo, P. (2012, September). *The Physical Construction of Sense of Place. A Case of Ciputra World Shopping Centre of Surabaya*. In *Proceeding of International Conference on Culture, Society, Technology and Urban Development in Nusantara* (pp. 300-313).
- Maria Yohana Susan & Rani Prihatmanti (2017), *Daylight Characterisation of Classrooms in Heritage School Buildings*,

- Planning Malaysia: Journal of The Malaysian Institute of Planners, Vol. 15, 209, Malaysia.
- Molzahm, E. J. (2013). *Revealing Attributes of Supportive Healing Environments in Interior Design: Staff Perceptions in Healthcare Design*. Tesis tidak diterbitkan. Colorado: Colorado State University.
- Prihatmanti, R., & Taib, N. (2018b). *The Biofaçade as a Vertical Edible Landscape in High-Rise Buildings: A Review*. *The Arab World Geographer*, 21(2–3), 250–259. <https://doi.org/10.5555/1480-6800-21.2.250>
- Ninjhuis, Janine. (2017). *Healing Environment and Patients' Well Being*. Tesis tidak diterbitkan. Amersfoort: Wageningen University.
- Rossi, M. & Lent, T. (2006). *Creating Safe and Healthy Spaces: Selecting Materials that Support Healing*. University of Minnesota. (2016). *Healing Environment Home : What Is a Healing Environment?*, (Online), (<https://www.takingcharge.csh.umn.edu/what-is-a-healing-environment>, diakses 22 November 2018).