

## PENGARUH PEMILIHAN WARNA INTERIOR TERHADAP PENINGKATAN BRANDING KLINIK KECANTIKAN SKINORI

### Feza Restu Putra

Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
d300210134@student.ums.ac.id

### Indrawati

Program Studi Arsitektur Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
indrawati@ums.ac.id

### ABSTRAK

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa penting pemilihan warna bagi konsumen. Penggunaan warna ini juga bertujuan untuk mendukung branding klinik kecantikan Skinori yang fokus mengutamakan untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan identitas merek yang ingin ditampilkan oleh klinik kepada para pelanggan. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dan bertujuan untuk mempelajari bagaimana warna memengaruhi branding klinik kecantikan. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi literatur dan wawancara. Usulan desain interior klinik kecantikan Skinori didominasi dengan Warna coklat tua yang mendominasi interior berasal dari material bermotif kayu yang memberikan kesan yang tidak sesuai dengan identitas merek. Perancangan ulang elemen interior klinik kecantikan Skinori didesain ulang dengan warna-warna netral pada elemen interior yang telah direspon pada usulan desain. Sesuai dengan warna Identitas merek yang ingin ditunjukkan oleh klinik kecantikan Skinori. Desain bertujuan untuk menciptakan kesan dan suasana mewah, estetik, dan alami dengan penggunaan material alami di dalam ruangan. Sehingga dapat meningkatkan branding klinik kecantikan Skinori.*

### KEYWORDS:

Warna; merek; Interior; Klinik; Kecantikan; Branding

## PENDAHULUAN

Dalam era modern ini, branding menjadi salah satu bagian utama dalam strategi pemasaran, terutama di industri kecantikan yang sangat kompetitif. Klinik Kecantikan Skinori, sebagai salah satu pemain di pasar ini, perlu mengembangkan identitas merek yang kuat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Salah satu elemen yang sering diabaikan namun memiliki dampak signifikan terhadap branding adalah pemilihan warna interior.

Warna juga berfungsi sebagai elemen estetika, namun juga memiliki kemampuan untuk memengaruhi emosi dan perilaku konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa warna dapat menciptakan suasana tertentu yang dapat meningkatkan pengalaman pelanggan di dalam suatu ruang. Misalnya, warna-warna lembut dan alami dapat memberikan kesan estetik, yang sangat penting dalam konteks layanan kecantikan.

Klinik Kecantikan Skinori berpotensi memanfaatkan psikologi warna untuk memperkuat citra mereknya. Dengan pemilihan warna yang sesuai dengan identitas merek, klinik ini dapat menampilkan lingkungan yang tidak hanya menarik secara visual saja, tetapi juga mendukung tujuan branding. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pemilihan warna interior terhadap peningkatan branding Klinik Kecantikan Skinori, dengan fokus pada bagaimana warna dapat memengaruhi persepsi pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap merek.

Dengan dilakukannya analisis ini, diharapkan dapat menemukan strategi yang efektif dalam pemilihan warna interior yang dapat diimplementasikan oleh Klinik Kecantikan Skinori untuk meningkatkan daya tarik dan pengenalan merek di kalangan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya desain interior untuk branding, tetapi juga menawarkan

rekomendasi praktis bagi klinik kecantikan lainnya dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

**TINJAUAN PUSTAKA**

Warna adalah salah satu komponen interior yang paling penting, dan karena warna mempengaruhi psikologi manusia, warna harus dipertimbangkan saat menciptakan suasana ruang. (Marsya & Anggraita, 2016). Warna sangat penting dalam yang ada di mana-mana yang sering dianggap kehidupan sehari-hari karena seringkali dianggap hanya sebagai komponen yang memberikan keindahan visual kepada manusia. (Wasista, 2020). Semakin tinggi kualitas interior yang dirasakan oleh pelanggan secara keseluruhan, semakin besar kemungkinan mereka akan melakukan pembelian. (Wulandari & Aminah, 2023). Warna merupakan stimulus persepsi sebagai estetika (Elliot et al., 2014). penggunaan warna dalam ruangan minimalis tidak hanya sebagai elemen dasar desain interior, tetapi juga memiliki fungsi dan makna yang mendalam. Warna dapat memengaruhi suasana hati penghuni dan memberikan nilai estetika serta keindahan pada ruangan minimalis (Juli Atika, 2021). Penggunaan warna ini juga bertujuan untuk mendukung branding yang mengutamakan suasana yang sesuai dengan identitas merek yang ingin ditampilkan oleh Klinik Kecantikan Skinori kepada para pelanggan.

Klinik kecantikan adalah fasilitas medis yang menawarkan layanan perawatan kulit, tubuh, dan wajah, dengan fokus pada peningkatan estetika seseorang. Klinik ini biasanya menyediakan layanan non-bedah, seperti perawatan kulit berbasis laser, mikrodermabrasi, pengelupasan kimiawi, dan injeksi estetika (Grof et al., 2020). Dalam beberapa kasus, klinik kecantikan juga dapat menawarkan prosedur medis yang melibatkan intervensi minimal, seperti filler dermal dan Botox (Jones & Smith, 2019).

Branding adalah elemen krusial bagi klinik kecantikan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Menurut Keller (2013), branding yang kuat menciptakan persepsi positif tentang kualitas layanan dan

membangun loyalitas pelanggan. Dalam konteks klinik kecantikan, elemen seperti desain interior, pemilihan warna, dan atmosfer klinik berperan signifikan dalam mencerminkan identitas merek (Smith & Jones, 2021).

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif dan bertujuan untuk mempelajari bagaimana warna memengaruhi branding klinik kecantikan. Untuk mendapatkan data, studi literatur dan wawancara dilakukan untuk memahami kesesuaian warna dengan identitas merek dalam desain interior Klinik Kecantikan.

Wawancara dilaksanakan kepada Chief Executive Officer (CEO) dan Supervisor lapangan. Data dipelajari secara deskriptif dengan tujuan meningkatkan efek warna pada perancangan ulang klinik kecantikan Skinori. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui kesesuaian warna dengan identitas merek yang ingin ditampilkan oleh visualisasi desain klinik dan pendapat mereka tentang warna-warna yang digunakan di dalam desain.

Dalam proses wawancara terdapat 3 pertanyaan utama (Tabel 1). Proses wawancara ini menghasilkan jawaban dari para informan yang menjadi sumber data yang objektif bagi analisis topik pada penelitian ini.

**Table 1. Pertanyaan Wawancara**

No.	Pertanyaan
1.	Apakah aspek warna yang ada di Klinik Kecantikan Skinori sesuai dengan identitas merek?
2.	Bagaimana Kesan Anda saat melihat tampilan desain klinik kecantikan Skinori?
3.	Menurut Anda, apakah ada warna yang tidak sesuai dengan identitas merek pada interior klinik kecantikan Skinori?

**HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

**Klinik Kecantikan Skinori**

Sumber Rizky merupakan Perusahaan yang bergerak dalam bidang furnitur, Sumber Rizky berlokasi di Jalan Pulau Buton, Jagabaya II, Kec. Way Halim, Kota Bandar Lampung, Lampung. Sumber Rizky merupakan klien dari Tubagus Kencana Corp untuk perancangan Gallery 3 lantai Sumber Rizky Furnitur. Klinik

kecantikan Skinori merupakan anak perusahaan dari Sumber Rizky Furnitur. Proyek perancang interior klinik kecantikan Skinori yang terletak pada bangunan Gallery 3 lantai Sumber Rizky Furnitur, Tepatnya pada lantai 1 dan 2 pada bangunan ruko. Setiap lantai akan memiliki fungsi yang berbeda, disesuaikan dengan kebutuhan operasional klinik.

1. Lantai 1 : Area Parkir, Resepsionis, R. Tunggu, dan Toilet.
2. Lantai 2 : R. Tunggu, R. Konsultasi, R. Penanganan, R. Spa, dan R. Manicure pedicure



Gambar 1. Desain Eksterior Gallery 3 Lantai Sumber Rizky Furnitur  
(sumber: Tubagus Kencana Corp, 2024)

### Analisis Identitas Merek



Gambar 2. Logo Klinik Kecantikan Skinori (sumber: Tubagus Kencana Corp, 2024)

Klinik Kecantikan Skinori sendiri memiliki logo bertuliskan skinori aesthetic clinic dan terdapat elemen daun, yang menggunakan warna emas. Berdasarkan filosofi logo, warna emas melambangkan kemewahan, Slogan Klinik Kecantikan Skinori yang bertuliskan aesthetic clinic menunjukkan bahwa klinik ingin memiliki tampilan visual yang estetik, elemen simbol daun yang digunakan pada logo melambangkan kealamian, kesembuhan, dan pertumbuhan. klinik kecantikan skinori ingin menciptakan klinik yang memiliki tampilan visual yang mewah dan estetik dengan penggunaan material yang alami agar dapat

memberikan suasana yang baik untuk para pelanggan, sehingga dapat meningkatkan branding klinik kecantikan skinori.

Table 2. Filosofi Logo dan Makna

Elemen	Makna
Warna Emas	Kemewahan
Slogan aesthetic clinic	Tampilan visual estetik
Simbol Daun	Kealamian, kesembuhan, dan pertumbuhan

Sumber: Tinarbuko, I. T. S. (2017)

### Analisis Warna

Berdasarkan Identitas merek yang ingin ditunjukkan terhadap warna interior klinik kecantikan Skinori adalah warna Emas. Sehingga dapat menciptakan kesan mewah di dalam ruangan. Selain menciptakan kesan mewah, klinik ingin menampilkan visual estetik sesuai dengan slogan klinik. Untuk itu diperlukan analisis hubungan psikologis warna untuk mengetahui warna yang mendukung tampilan visual yang estetik.

Table 3. Hubungan psikologi antara warna dengan manusia

Warna	Respon Psikologis
Merah	Kekuatan, semangat, hasrat, dan gairah
Biru	Keyakinan, konservatisme, keamanan, teknologi, ketertiban
Kuning	Optimis, harapan, Kebahagiaan, Ceria, Kreativitas,
Hijau	Sehat, Alami, kuat, keberuntungan, dan kelahiran kembali
Ungu	Spiritual, mistis, mulia, dan transformasional
Coklat	Mewah, hangat, Kealamian dan ketenangan
Abu-abu	Kelembutan, masa depan, kesederhanaan, hormat
Putih	Elegan, profesional, kebersihan, kesucian, konsistensi, kemudahan
Hitam	Power, penyempurnaan, ketakutan, melankolis, keagungan

Warna yang dapat menggambarkan warna estetik adalah kombinasi warna yang secara visual memikat dan enak dipandang. Seperti warna-warna netral dan lembut. Respon psikologis yang menunjukkan warna estetik adalah kesan mewah, elegan, bersih, hangat, dan alami (Atika, 2021).

### Analisis Material dan Furnitur

Material dan furnitur interior memiliki pengaruh besar terhadap branding klinik kecantikan. klinik kecantikan skinori ingin menciptakan klinik yang memiliki tampilan visual yang mewah dan estetik dengan penggunaan material yang alami agar dapat memberikan suasana yang baik untuk para

pelanggan, Desain interior yang baik tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan tetapi juga memperkuat identitas merek dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

**Table 4. Rencana Material untuk meningkatkan Branding Klinik Kecantikan Skinori**

Aspek	Material	Efek pada Branding
Langit-langit	Menggunakan material PVC dengan warna dan motif kayu.	Menampilkan kesan alami dan mewah
Dinding	menggunakan perpaduan wallpaper hijau pastel dan marmer serta menambahkan <i>wall decor</i> yaitu dengan <i>molding</i> dan <i>strip gold</i> .	Memberikan kesan elegan dan mewah.
Lantai	Penggunaan lantai berbahan marmer dengan <i>finishing glossy</i> .	Menciptakan kesan mewah dan bersih.
Furniture	Penggunaan material HPL, panel kayu, dan cermin untuk dekorasi furnitur.	Mengundang kesan Profesional dan eksklusivitas.

Pemilihan furnitur yang tepat penting untuk Klinik Kecantikan Skinori bertujuan untuk menampilkan kesesuaian furnitur dengan identitas merek klinik. Dengan desain yang konsisten, pemilihan material berkualitas, dan perhatian terhadap detail, Skinori dapat meningkatkan branding dan memberikan pengalaman yang positif bagi setiap pelanggan yang datang.

Mengembangkan konsep material dan furnitur untuk meningkatkan branding klinik kecantikan memerlukan perhatian terhadap detail dalam pemilihan material, furnitur, desain interior, serta elemen visual lainnya. Dengan menerapkan elemen-elemen ini, klinik tidak hanya akan menarik perhatian tetapi juga membangun citra positif yang kuat di benak pelanggan.

**Table 5. Rencana Furnitur untuk meningkatkan Branding Klinik Kecantikan Skinori**

Elemen	Deskripsi	Efek pada Branding
Kursi Ergonomis dan Estetis	Kursi berdesain modern dengan warna netral, nyaman dan estetis.	Meningkatkan pengalaman pelanggan dengan kenyamanan visual.
Meja Resepsionis yang Elegan	Desain modern dan mewah, dapat menggunakan material marmer atau kaca.	Memberikan kesan pertama yang positif dan profesional.
Rak Produk yang Terorganisir	Rak ramping dan elegan, bahan kayu berlapis Material HPL.	Menjaga kesan tertata rapi dan mendukung visual branding.
Cermin Besar dengan Bingkai Minimalis	Cermin besar dengan bingkai minimalis atau berwarna emas untuk menciptakan kesan luas dan elegan.	Menambah kesan ruang yang mewah dan estetis.

**Usulan Desain**

Setelah melakukan pengumpulan data dan Analisis data yang ada, maka dibuatlah usulan desain yang akan diulas oleh CEO dan supervisor lapangan.



**Gambar 3. Usulan Desain Interior Lantai 1 Klinik Kecantikan Skinori (sumber: Dokumen Penulis, 2024)**

Respon dari CEO dan Supervisor terhadap usulan desain interior klinik kecantikan Skinori. Warna coklat tua yang mendominasi interior berasal dari material bermotif kayu yang memberikan kesan yang tidak estetis. Warna coklat tua yang mendominasi di ruang klinik menjadikan kesan yang monoton. plafon menggunakan material PVC dengan warna dan motif kayu. Dominan

warna coklat tua juga kurang menunjukkan keselarasan dengan elemen dekoratif interior.



**Gambar 4. Usulan Desain Interior Lantai 2 Klinik Kecantikan Skinori**

(sumber: Dokumen Penulis, 2024)

Penggunaan warna hijau pastel pada *wallpaper* dinding memberikan nuansa kurang mewah dikarenakan kontras dengan warna coklat tua pada plafon. secara visual menyerap pencahayaan buatan pada ruangan, membuat ruangan terlihat lebih gelap dan sempit. Perpaduan warna hijau pastel dan coklat tua memberikan kesan kotor.

**Table 6. Tabel Respon Usulan desain CEO dan Supervisor terhadap Warna Material pada Elemen Interior**

Elemen Interior	Respon CEO	Respon Supervisor
Langit-langit	X	X
Lantai	V	V
Dinding	X	X
Furnitur	V	V

Dari respon usulan desain CEO dan Supervisor terhadap warna material pada elemen interior di Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa warna material pada elemen interior Klinik Kecantikan Skinori perlu diganti adalah pada elemen langit-langit dan dinding.

### Desain Akhir

Perancangan ulang elemen interior klinik kecantikan Skinori didesain ulang dengan warna-warna netral pada elemen interior yang telah direspon pada usulan desain. Sesuai dengan warna identitas merek klinik kecantikan Skinori. Desain bertujuan untuk menciptakan klinik yang memiliki tampilan visual yang mewah dan estetis dengan penggunaan material yang alami.



**Gambar 5. Desain Akhir Interior Lantai 1 Klinik Kecantikan Skinori**

(sumber: Dokumen Penulis, 2024)

Palet warna didominasi warna putih, krem, dan coklat muda untuk menampilkan salah satu identitas merek klinik yaitu tampilan visual yang estetis alami. Menggunakan material gypsum warna putih dan menambahkan lis pofil gypsum pada elemen langit-langit. Menampilkan kesan elegan dan mendukung sistem pencahayaan.

Dinding dan furnitur dilapisi dengan cat, HPL, dan panel kayu warna putih dan coklat muda. Warna coklat muda dapat memberikan kesan yang mewah, hangat, dan tenang. Jika digunakan pada furnitur yang mendominasi ruangan, itu akan menjadi elemen dekoratif dan memberikan nuansa yang membuat kesan visual yang lebih alami dan nyaman. Material marmer Warna hitam juga ditambahkan pada dinding dan furniture untuk memberikan kontras agar ruangan tidak monoton. Kombinasi coklat muda dan putih ini menambah kesan visual estetis yang alami di klinik.



**Gambar 6. Desain Akhir Interior Lantai 1 Klinik Kecantikan Skinori**

(sumber: Dokumen Penulis, 2024)

Logo klinik kecantikan Skinori didesain dengan menggunakan warna emas, yang dapat digunakan sebagai warna aksen dalam desain dinding. menambahkan wall decor yaitu dengan strip gold dan molding, dapat menambah kesan mewah dan elegan.



**Gambar 7. Desain Akhir Interior Lantai 2 Klinik Kecantikan Skinori (sumber: Dokumen Penulis, 2024)**

Penggunaan lantai berbahan marmer dengan finishing glossy, sehingga dapat memberikan keselarasan yang halus. Sehingga dapat Menciptakan kesan mewah dan bersih.



**Gambar 8. Desain Akhir Interior Ruang konsultasi Klinik Kecantikan Skinori (sumber: Dokumen Penulis, 2024)**



**Gambar 9. Desain Akhir Interior Ruang penangan Klinik Kecantikan Skinori (sumber: Dokumen Penulis, 2024)**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa hasil perancangan desain akhir diterima dengan baik. Variasi warna yang digunakan di dalam interior sangat diterima. Warna netral yang tidak monoton, tetapi tidak terlalu banyak. Semua setuju bahwa penggunaan warna baru dalam desain membantu dan dapat meningkatkan branding klinik dengan membuatnya lebih menarik. Warna putih dan coklat muda yang dipilih untuk furnitur. Dapat memberikan kesan positif kepada konsumen karena memberikan kesan yang lebih bersih dan alami.

**Table 7. Tabel Respon Desain Akhir CEO dan Supervisor terhadap Warna Material pada Elemen Interior**

Elemen Interior	Respon CEO	Respon Supervisor
Langit-langit	X	X
Lantai	V	V
Dinding	X	X
Furnitur	V	V

Dari respon desain akhir CEO dan Supervisor terhadap warna material pada elemen interior di Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa warna interior telah sesuai dengan Identitas merek yang ingin ditunjukkan oleh klinik kecantikan Skinori. Agar dapat memberikan pengalaman yang baik bagi konsumen klinik, sehingga dapat meningkatkan branding klinik kecantikan Skinori.

### KESIMPULAN

Berdasarkan data yang sudah dianalisis diatas, maka dapat disimpulkan bahwa usulan desain interior klinik kecantikan Skinori didominasi oleh warna coklat tua dari bahan bermotif kayu yang memberikan kesan yang tidak estetik. Warna coklat tua ini membuat suasana klinik terasa monoton. Penggunaan plafon PVC dengan warna dan motif kayu tidak mendukung kesan yang diharapkan. Selain itu, warna hijau pastel pada wallpaper dinding tidak memberikan nuansa mewah, kontras dengan warna coklat tua, dan dapat membuat ruangan terlihat lebih gelap dan sempit. Berdasarkan respon terhadap usulan desain, disimpulkan bahwa elemen langit-langit dan dinding perlu diganti.

Perancangan ulang menggunakan warna netral untuk elemen interior dan furnitur, yang diharapkan menciptakan klinik yang memiliki tampilan visual yang mewah dan estetik dengan penggunaan material yang alami. Palet warna didominasi warna putih, krem, dan coklat muda untuk menampilkan salah satu identitas merek klinik yaitu tampilan visual yang estetik alami. Material gypsum putih digunakan pada langit-langit dengan lis profil gypsum yang menambah kesan elegan dan mendukung sistem pencahayaan. Sementara dinding dan furnitur menggunakan cat, HPL, dan panel kayu berwarna putih dan coklat muda, memberikan efek mewah, hangat, dan tenang. Penggunaan warna hitam sebagai kontras juga membantu menghindari kesan monoton. Warna emas dari logo klinik diadopsi sebagai aksen dalam desain dinding, ditambah dengan dekorasi dinding seperti strip gold dan molding untuk menambah kesan mewah dan elegan. Lantai marmer dengan finishing glossy

digunakan untuk menciptakan keselarasan, dan kesan mewah, serta bersih. Tanggapan positif diterima untuk desain akhir, dengan variasi warna yang diapresiasi karena tidak monoton dan mendukung branding klinik. Dengan demikian, warna interior telah sesuai dengan Identitas merek yang ingin ditunjukkan oleh klinik kecantikan Skinori., yang bertujuan memberikan pengalaman baik bagi konsumen dan meningkatkan branding klinik kecantikan Skinori.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Atika, J. (2021). Estetika Penggunaan Warna Pada Ruangan Minimalis. *PROPORSI: Wurnal Desain, Multimedia, Dan Industri Kreatif*, 6(2).
- Darmawan, A. L., & Avenzoar, A. Pengaruh Penggunaan Warna Ruang terhadap Psikologis Pasien Rumah Sakit Ibu dan Anak. *Sinektika: Jurnal Arsitektur*, 20(1), 15-21.
- Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 65, 95–120.
- Gunawan, Y. F., & Darmayanti, T. E. (2022). Pengaruh Warna Terhadap Psikologi User di Zen Family Spa & Reflexology Bandung. *REKAJIVA Jurnal Desain Interior*, 1(1), 14-28.
- Grof, L., et al. (2020). Non-surgical aesthetic treatments: A review. *Journal of Clinical and Aesthetic Dermatology*, 13(10), 14–20.
- Jones-Smith, E. (2019). *Theories of counseling and psychotherapy: An integrative approach*. Sage Publications.
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2010). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Marsya, I. H., & Anggraita, A. W. (2016). Studi pengaruh warna pada interior terhadap psikologis penggunaanya, studi kasus pada unit transfusi darah kota X. *Jurnal Desain Interior*, 1(1), 41-50.
- Smith, A., & Jones, R. (2021). The impact of interior design on consumer perception of service quality. *Journal of Interior Design*, 46(1), 1-12.
- Tinarbuko, I. T. S. (2017). *Membaca Tanda dan Makna dalam Desain Komunikasi Visual*.
- Wulandari, S. R., & Aminah, S. (2023). Pengaruh store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada Toserba Lapangan Kebomas Gresik. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 4407-4412.
- Wasista, I. P. U. (2020). Persepsi warna terhadap sisi afeksi konsumen pada produk pada ruang retail. *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 24(1), 18–23.