

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kecantikan mengalami peningkatan yang signifikan menurut Beauty Market Survey (BMS). Wanita Indonesia menyadari betapa pentingnya menjaga kecantikan diri baik secara fisik maupun non-fisik. Di Indonesia sendiri menurut dari survey *ZAP Beauty Index* 2,1 % wanita Indonesia sudah mulai merawat kecantikan wajah mereka dengan menggunakan skincare dan make up sejak berusia kurang dari 13 tahun dan 41,9% wanita Indonesia pertama kali menggunakan *makeup* pada umur 19-23 tahun.

Dunia kecantikan seperti *makeup*, *skincare*, *haircare*, dan *bodycare* sudah menjadi salah satu rutinitas penting bagi perempuan bahkan laki-laki saat ini. Karena semakin bergesernya gaya hidup dan juga lingkungan yang membuat kejadian ini sudah menjadi kebutuhan individu seseorang. Bahkan berkat perkembangan industry kecantikan banyak individu yang semakin kreatif dalam mengeksplorasi bidang beauty dan sering disebut sebagai *Beauty Enthusiast*. Terlebih dengan maraknya sosial media seperti facebook, Instagram, youtube, dan platform lain nya menjadi salah satu faktor munculnya *Beauty Enthusiast*.

Media menjadi salah satu tempat para *Beauty Enthusiast* yang untuk mengembangkan diri nya berdasarkan hobi, kebutuhan, kreatifitas, dan pekerjaan. Sosok *Public Figure* yang memiliki pengetahuan dan skill pada bidang kecantikan dari berbagai latar Pendidikan yang formal atau otodidak menjadi terlihat dan dikenal sebagai *Beauty Vlogger* dan *Beauty Blogger*. Kemunculan *Beauty Vlogger* dan *Blogger* sebagai *content creator* dapat menjadi sosok yang mempengaruhi dunia kecantikan seperti makeup dan perawatan secara sendiri maupun diluar.

Komunitas *Beauty Vlogger* dan *Blogger* di kota Bandung sudah bergerak di social media yaitu *Bandung Beauty Vlogger* dan *Bandung Beauty Blogger*, komunitas ini sendiri sering mengadakan acara *make up/beauty class* dan acara lain nya. Namun komunitas ini sendiri belum memiliki tempat untuk mereka

melaksanakan kegiatan mereka secara tertutup maupun terbuka. Bagi anggota komunitas cukup memakan waktu dalam mencari tempat yang sesuai untuk *event* yang ingin mereka laksanakan karena menyesuaikan kebutuhan dan tidak semua tempat sesuai dengan keinginan mereka. Begitu pula bagi *Beauty Enthusiast* yang tertarik dengan acara kecantikan, yang ingin mengembangkan diri, dan bertemu dengan orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama, mereka membutuhkan tempat yang memfasilitasi ketertarikan yang mereka sukai.

Selain masih kurangnya edukasi tentang penggunaan makeup yang benar, perawatan wajah dan kulit yang benar, dan hal-hal yang berkaitan dengan kecantikan. Ada 24,6 % responden 18 tahun berpendapat bahwa lebih penting untuk memiliki kulit putih daripada memiliki perasaan bahagia. Masih banyak pelaku yang salah dalam mempersepsikan yang menyebabkan beberapa orang ingin mempelajari bagaimana penggunaan yang benar dan juga mengedukasi untuk orang-orang yang kurang memahami namun belum mendapat pengetahuan yang cukup. Karena pandangan kecantikan di Indonesia masih menganggap cantik adalah kulit putih membuat banyak pelaku menyalahgunakan produk dan pengedaran produk yang salah.

Perkembangan jaman sekarang terlebih dikota besar pola kehidupan masyarakat menjadi lebih modern dan segala kegiatan dilakukan dengan cepat, instan, sistematis, dan mekanis. Menyebabkan manusia bisa rentan kelelahan dan mengalami stress. Bagi wanita kesadaran akan menjaga penampilan dan kesehatan merupakan hal penting dan menjadi trend karena wanita adalah mahluk sosial.[4]

Beauty Center memiliki arti Pusat kecantikan, dan pusat perawatan atau pemulihan kecantikan (kata benda penunjuk tempat) yang menggunakan fasilitas maupun sarana medium kosmetik dalam arti khusus *Beauty Center* pada umumnya menyediakan fasilitas kecantikan dan perawatan secara khusus dan eksklusif bagi kulit terutama kulit wajah, *Beauty center* juga menyediakan fasilitas penunjang perawatan secara keseluruhan

Di kota Bandung belum memiliki *Beauty Enthusiast Center* berfokus kepada edukasi, kreatifitas, dan perawatan. Memiliki fasilitas penunjang yang

singkat dan juga konsultasi yang bisa dilakukan secara personal maupun grup, selain itu terdapat *makeup store* yang memfasilitasi untuk *beauty class* dan *private studio*, seperti Makeupuccino store. Selain meningkatkan edukasi di *beauty enthusiast center* juga menyediakan pelayanan yang sistem nya adalah *one stop treatment*, yang dimana pelayanan ini akan mengutamakan kecantikan secara keseluruhan.

Berdasarkan paparan diatas, maka perancangan "*Beauty Enthusiast Center*" di Kota Bandung diperuntukkan bagi wanita dan pria yang termasuk *Beauty Enthusiast* dan juga *Beauty Community* yang berada di Bandung diharapkan dapat mewadahi segala kegiatan terkait *beauty* yang memiliki nilai kreatifitas dan edukasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi survey sejenis yang telah dilakukan, terdapat masalah yang Terkait dengan desain pada perancangan *Beauty Enthusiast Center*, yaitu :

1. Tidak ada tempat bagi para *Beauty Community* untuk berkumpul dan melaksanakan acara yang telah mereka agendakan.
2. Tidak ada tempat bagi para *beauty enthusiast* untuk belajar, mengembangkan diri, dan juga melakukan perawatan dalam satu tempat
3. Tidak ada fasilitas *beauty* yang lengkap dalam satu tempat dalam aspek edukasi, rekreasi, dan perawatan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dari perancangan *Beauty Enthusiast Center*, sebagai berikut :

1. Bagaimana mendesain tempat bagi *Beauty Enthusiast* dan Komunitas *Beauty* yang sesuai dengan kebutuhan ?
2. Bagaimana menciptakan tempat untuk event *beauty* dari segi edukasi dan *one stop treatment* yang nyaman bagi pengunjung ?
3. Bagaimana menerapkan konsep edukasi, rekreasi, dan perawatan pada perancangan *Beauty Enthusiast Center* ?

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan dan sasaran untuk perancangan *Beauty Enthusiast Center* sebagai berikut :

1.4.1 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan ini yaitu menciptakan Bandung Beauty Center di pusat kota Bandung yang dapat mewadahi Komunitas Beauty dan Beauty Enthusiast dengan fasilitas yang mencakupi aspek edukasi dan rekreasi sebagai fungsi utama, dan perawatan sebagai fungsi penunjang.

1.4.2 Sasaran Perancangan

Sasaran dari perancangan Bandung Beauty Center sebagai berikut :

- a. Memenuhi kebutuhan fasilitas Beauty Enthusiast dan komunitas
- b. Menciptakan Susana ruang yang nyaman dan playfull untuk mengurangi kejenuhan pengunjung yang datang melalui penerapan elemen interior.
- c. Membuat layout yang sesuai dengan sirkulasi, organisasi ruang, dan juga besaran ruang.
- d. Mendesain dua zona yaitu edukasi dan perawatan dengan desain yang berbeda namun berkesinambungan.
- e. Menciptakan one stop beauty treatment
- f. Menerapkan gaya desain yang terinspirasi dari post-modernisme

1.5 Manfaat Perancangan

Manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan makalah ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi masyarakat, beauty enthusiast dan komunitas beauty.
2. Manfaat bagi bidang keilmuan desain interior, diharapkan dapat menjadi sumber referensi tentang perancangan *Beauty Center*.
3. Manfaat bagi institusi dan pembaca, diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan referensi dalam perancangan *Beauty Center*.

1.6 Batasan Perancangan

Batasan perancangan Bandung Beauty Center sebagai berikut :

- A. Perancangan Interior Bandung Beauty Center ini merupakan perancangan baru yang bersifat fiktif dengan asumsi pemilik proyek adalah Lembaga swasta
- B. Luasan perancangan Bandung Beauty Center dari 2800m² .
- C. Pendekatan desain yang diterapkan adalah Psikologi Ruang.
- D. Pengguna dari Bandung Beauty Center bisa dari kalangan umum, Beauty Enthusiast, dan Komunitas Beauty, Usia 15-55 tahun, pria dan wanita.

1.7 Metoda Perancangan

Metoda Perancangan yang digunakan dalam perancangan ini yaitu dari pengumpulan data primer dan sekunder.

1.7.1 Penentuan Project

Penentuan Objek dilakukan berdasarkan fenomena dan isu yang terlihat dan menimbulkan pertanyaan, menentukan latar belakang profil proyek yang terkait

1.7.2 Pengumpulan data

- a. Data primer, data yang terbagi dua yaitu data fisik dan data non fisik. Data primer fisik yang diperoleh langsung dari penelitian berdasarkan elemen interior dari studi kasus yang diambil. Data non fisik merupakan data hasil observasi kepada pengguna.
- b. Data sekunder, data dari hasil literatur yang terkait dengan objek perancangan, dalam perancangan ini, data sekunder didapatkan dari jurnal-jurnal yang terkait.

1.7.3 Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dengan menggabungkan data primer dan sekunder yang menghasilkan perbandingan studi kasus, setelah itu dilihat pada objek kasus terkait dan literatur sehingga menemukan jawaban dari permasalahan perancangan. Analisa ini menghasilkan kebutuhan fasilitas, organisasi ruang, hubungan antar ruang, zoning, blocking.

1.7.4 Menentukan Permasalahan Desain

Permasalahan desain terkait dari hasil analisis pada lokasi perancangan dari analisis denah, tipologi,.

1.7.5 Menentukan pendekatan Desain

Pendekatan ditentukan berdasarkan permasalahan yang terkait di objek perancangan agar perancangan dapat menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna

1.7.6 Menentukan Konsep dan Tema

Konsep dan Tema merupakan jawaban dari permasalahan dan kesinambungan terhadap pendekatan desain yang diambil. Pada konsep dan tema dapat menggambarkan suasana dan bentuk ruang yang akan dirancang.

1.7.7 Rancangan Desain dan Pengembangan

Rancangan desain dilakukan penerapan dari konsep dan tema yang telah di gambarkan dan melakukan pengembangan yang menyesuaikan dengan besaran ruang yang di objek perancangan.

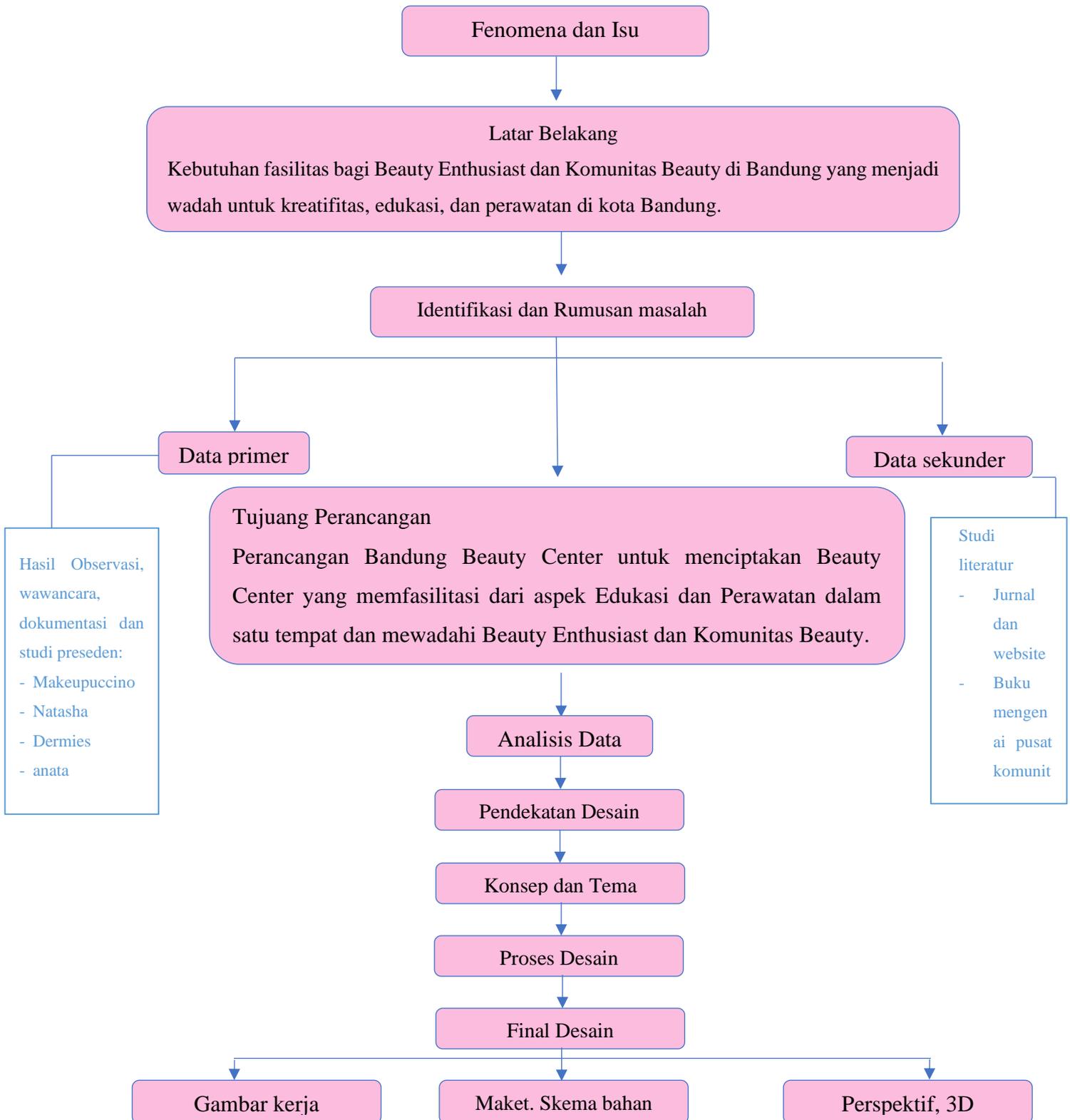
1.7.8 Implementasi Desain

Menerapkan rancangan desain dan pengembangan dalam bentuk 2D dan 3D yang terdiri dari berbagai alternative pengembangan, bertujuan untuk memperlihatkan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing desain agar memperoleh desain yang layak untuk digunakan.

1.7.9 Hasil Akhir Perancangan

Keluaran (Output) dari hasil perancangan ini merupakan gambar kerja, maket, dan 3d visual perancangan, moodboard, dan skema material yang diaplikasikan.

1.8 Kerangka Berfikir



Bagan 1. 1 Kerangka Berpikir

Sumber : Data Pribadi

1.9 Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuang perancangan, kerangka berfikir, dan sistematika penulisan

BAB II LITERATUR, STANDAR, DAN PENDEKATAN DESAIN

Pada bab ini menguraikan teori yang berkaitan langsung dengan objek perancangan dan hal- hal yang berguna dalam proses studi analisa kasus sejenis.

BAB III ANALISIS STUDI BANDING DAN PROYEK

Pada bab ini membahas hasil Analisa studi banding dan proyek dari perancangan, menganalisa studi kasus sejenis dan Analisa data proyek.

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

Pada bab ini membahas konsep perancangan meliputi konsep pencahayaan, penghawaan, sirkulasi, material, warna, bentuk, dan keamanan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bagian akhir dari penulisan laporan yang berisi tentang kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN