

## ABSTRAK

Wanita *plus size* (*overweight* dan obesitas) seringkali merasa tidak percaya diri dengan ukuran dan bentuk tubuh sehingga cenderung tidak peduli dengan penampilannya. Kurangnya pengetahuan mengenai *fashion*, serta belum adanya tempat yang memberikan fasilitas dengan desain unik sesuai karakter wanita *plus size* melatarbelakangi perancangan *House of Plus Size*. *House of Plus Size* merupakan toko pakaian (*fashion store*) yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan *fashion* para wanita *plus size*. Tema “*Big*” dalam perancangan ini terinspirasi dari besarnya tubuh para wanita *plus size*. Keunikan ini tidak perlu ditutupi, tetapi perlu ditampilkan sebagai salah satu bentuk penghargaan dan penerimaan diri sendiri.

Konsep perancangan ini adalah “*Beauty in Curves*” yang terinspirasi dari keindahan bentuk tubuh wanita *plus size*. Lengkungan (*curves*) dalam konsep tersebut mengandung makna tersirat sebagai bentuk tubuh wanita *plus size*. Konsep tersebut diterjemahkan dalam bentuk desain yang bersifat *bold*, *classy*, *spacious*, dan *feminine*. Perancangan ini dibuat dengan gaya kontemporer yang dirasa sesuai dengan target pasar utama yaitu remaja (16-18 tahun) dan dewasa (18 tahun keatas). Gaya tersebut merepresentasikan gaya muda dari para wanita *plus size*. Melalui konsep ini para wanita *plus size* yang datang ke *House of Plus Size* dapat melihat keindahan dari bentuk tubuhnya yang unik tanpa perlu merasa malu.

Perancangan *House of Plus Size* akan menjadi fasilitas bagi para wanita *plus size* di Bandung dalam memenuhi kebutuhan *fashion* serta menjadi tempat yang memberikan kenyamanan dalam berbagai hal, khususnya dalam bidang *fashion*. Tempat ini menyediakan fasilitas berupa toko pakaian, *plus size café*, dan area serbaguna tempat berlangsungnya kegiatan berhubungan dengan *fashion* serta kegiatan bersama Komunitas Xtra-L Indonesia. Dalam perancangan ini, area yang akan didesain adalah *foyer*, ruang konsultasi, area *display*, dan ruang ganti.

Kata kunci : wanita *plus size*, *fashion*, *big*, *beauty*, *curves*

## **ABSTRACT**

*Plus size women often feel diffident about their body size and shape. Indirectly, it creates ignorance of their appearance so they tend not to care about how they look. Most of plus size women lack of fashion knowledge and none of the Indonesian stores provide unique design facilities according to plus size women characters. House of Plus Size is a fashion store that provides some plus size fashion items. The “Big” theme design inspired by the huge size of plus size women body. This uniqueness needs to be presented as one kind of self-appreciation and self-acceptance.*

*The concept of this design is “Beauty in Curves” which is inspired by the beauty of plus size women body shape. The curves in this concept implicitly refer to plus size women body. The concept is translated in some design characteristics such as bold, classy, spacious, and feminine. This project is designed with contemporary style that fits perfectly to the teenage and adult customers. The style represents the youthful side of plus size women. Through this concept, the plus size women who come to “House of Plus Size” would be able to see the beauty of their body shape without feeling ashamed.*

*House of Plus Size project would be a suitable place for plus size women in Bandung in order to fulfill their fashion needs, as well as to offer amenities. This place provides some facilities such as clothing store, plus size café, and multifunction area where some activities related to fashion and Indonesian Xtra-L Community are being held. The design scope comprises foyer, consultation room, display area, and fitting room.*

**Keywords :** *plus size women, fashion, big, beauty, curves*

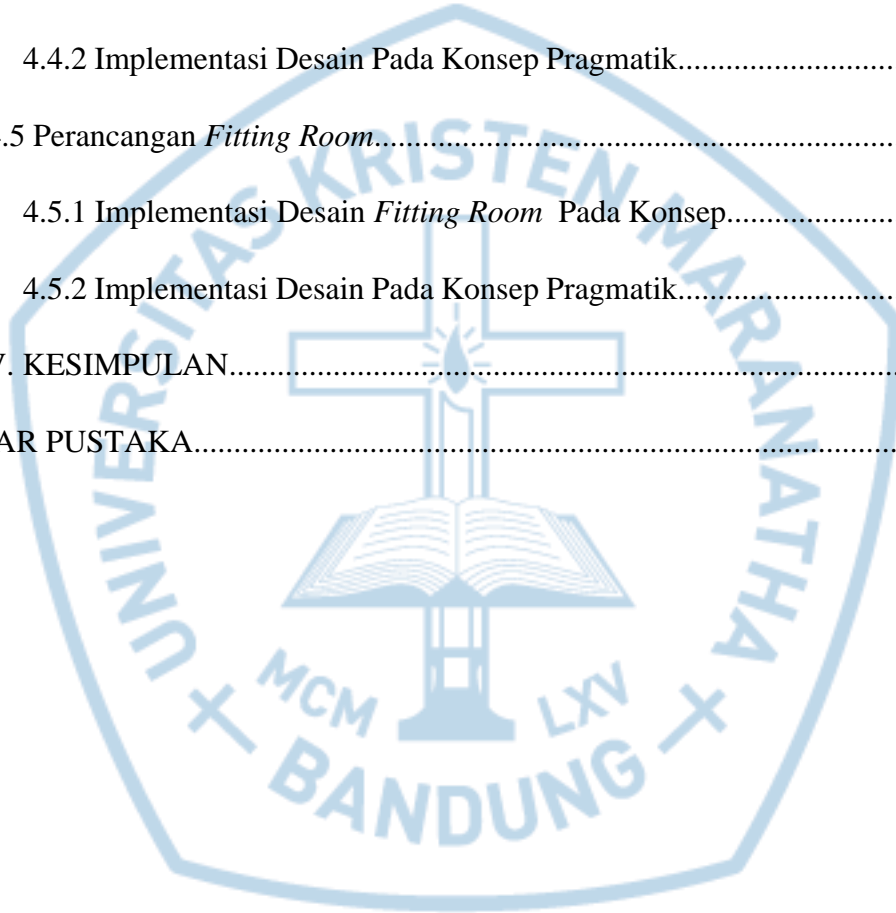
## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Ide / Gagasan Perancangan.....	4
1.4 Rumusan Masalah.....	5
1.5 Tujuan Perancangan.....	5
1.6 Manfaat Perancangan.....	5
1.7 Ruang Lingkup Perancangan.....	6
1.8 Sistematika Penulisan.....	7

BAB II. PERANCANGAN INTERIOR <i>HOUSE OF PLUS SIZE FASHION STORE</i> DI BANDUNG.....	8
2.1 Obesitas.....	8
2.2 Wanita <i>Plus Size</i> dan Kepercayaan Diri.....	17
2.3 Ergonomi Untuk Plus Size.....	18
2.4 Toko Pakaian.....	21
2.4.1 Pengertian Toko / <i>Retail</i> .....	21
2.4.2 Tata Letak Ruang.....	22
2.4.3 Warna Toko.....	25
2.4.4 Pencahayaan Toko.....	25
2.4.5 Ergonomi Toko.....	26
2.5 Cafe.....	30
2.5.1 Tata Letak Ruang.....	30
2.5.2 Warna Cafe.....	31
2.5.3 Pencahayaan Cafe.....	32
2.5.4 Ergonomi Cafe.....	32
2.6 Survey dan Studi Banding.....	36
2.6.1 Komunitas Xtra-L Indonesia.....	36
2.6.2 <i>My Size</i> .....	41
2.6.3 <i>Eloquii</i> .....	43
2.6.4 <i>Gwynnie Bee</i> .....	44
2.6.5 <i>ModCloth</i> .....	45
2.7 Literatur Konsep.....	46

2.7.1 Konsep “ <i>Beauty in Curves</i> ”.....	46
2.7.2 Gaya Kontemporer.....	48
<b>BAB III. DESKRIPSI DAN PROGRAM PERANCANGAN <i>HOUSE OF PLUS SIZE FASHION STORE</i>.....</b>	<b>49</b>
3.1 Deskripsi Proyek.....	49
3.2 Analisa Tapak dan Lingkungan ( <i>Site Analysis</i> ).....	49
3.3 Analisa Bangunan.....	52
3.4 Analisa Fungsi.....	59
3.4.1 Identifikasi <i>User</i> .....	59
3.4.2 Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i> .....	60
3.4.3 <i>Flow Activity</i> .....	66
3.4.4 Kebutuhan / Program Ruang.....	68
3.4.5 <i>Bubble Diagram</i> .....	72
3.4.6 Matriks Kedekatan Ruang.....	73
3.4.7 <i>Zoning - Blocking</i> .....	74
3.5 Ide Implementasi Konsep.....	75
3.5.1 Tema Perancangan.....	75
3.5.2 Konsep Utama.....	76
3.5.3 Konsep Pragmatik.....	77
3.6 Sketsa Ide.....	83
<b>BAB IV. ANALISA PERANCANGAN INTERIOR <i>HOUSE OF PLUS SIZE</i> DI BANDUNG.....</b>	<b>84</b>
4.1 Tema dan Konsep Perancangan.....	84

4.2 Perancangan Interior <i>House of Plus Size</i> di Bandung.....	85
4.3 Perancangan Area Foyer.....	87
4.3.1 Implementasi Desain <i>Foyer</i> Pada Konsep.....	88
4.3.2 Implementasi Desain Pada Konsep Pragmatik.....	89
4.4 Perancangan Area Display.....	91
4.4.1 Implementasi Desain Area Display Pada Konsep.....	92
4.4.2 Implementasi Desain Pada Konsep Pragmatik.....	93
4.5 Perancangan <i>Fitting Room</i> .....	97
4.5.1 Implementasi Desain <i>Fitting Room</i> Pada Konsep.....	98
4.5.2 Implementasi Desain Pada Konsep Pragmatik.....	98
BAB V. KESIMPULAN.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Prevalensi status gizi remaja umur 16 – 18 tahun berdasarkan indeks masa tubuh per umur (IMT/U) menurut kabupaten/kota, Jawa Barat 2013.....	11
Tabel 2.2 Persentase status gizi penduduk dewasa (>18 Tahun) menurut kategori IMT, menurut kabupaten/kota, Jawa Barat 2013.....	12
Tabel 2.3 Prevalensi status gizi IMT/U anak umur 16 – 18 tahun menurut karakteristik, Jawa Barat 2013.....	13
Tabel 2.4 Persentase status gizi penduduk dewasa (>18 Tahun) menurut IMT dan Karakteristik, Jawa Barat 2013.....	14
Tabel 2.5 Prevalensi status gizi penduduk dewasa (> 18 Tahun) menurut kategori IMT dan karakteristik, Jawa Barat 2013.....	15
Tabel 2.6. Panduan Ukuran Dalam <i>Fashion</i> .....	20
Tabel 3.1 <i>Site Analysis</i> .....	50
Tabel 3.2 Analisa Bangunan.....	52
Tabel 3.3 <i>Flow Activity</i> .....	66
Tabel 3.4 Tabel Kebutuhan Ruang.....	68
Tabel 3.5 Tabel Kesetaraan Gaya dan Konsep.....	76
Tabel 4.1 Kesetaraan Konsep.....	88
Tabel 4.2 Kesetaraan Konsep.....	92
Tabel 4.3 Kesetaraan Konsep.....	98

## DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Struktur Organisasi <i>House of Plus Size</i> Bandung.....	60
--	----

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Prevalensi status gizi gemuk (IMT/U) remaja umur 16–18 tahun menurut provinsi, Indonesia 2013.....	9
Diagram 2.2 Prevalensi status gizi gemuk (IMT/U) remaja umur 16–18 tahun, Indonesia 2010 dan 2013.....	9
Diagram 2.3 Prevalensi status gizi kurus, BB lebih, obesitas penduduk dewasa (>18 tahun) menurut provinsi, Indonesia 2013.....	9
Diagram 2.4 Kecenderungan prevalensi obesitas (IMT>25) pada laki-laki umur >18 tahun, Indonesia 2007, 2010, dan 2013.....	10
Diagram 2.5 Kecenderungan prevalensi obesitas (IMT>25) pada perempuan umur >18 tahun berdasarkan data Riskesdas 2007, 2010, dan 2013.....	10



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komunitas Xtra-L Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Ergonomi Standar.....	19
Gambar 2.2 Panduan Ukuran <i>Plus Size</i> .....	21
Gambar 2.3 Hubungan <i>Customer</i> dan <i>Owner</i> Toko.....	22
Gambar 2.4 Pengelompokkan Produk.....	23
Gambar 2.5 Pola Arah Pandang Pengunjung.....	23
Gambar 2.6 Alternatif Penataan <i>Layout</i> .....	24
Gambar 2.7 Pencahayaan Terarah Untuk Pajangan di Lemari.....	26
Gambar 2.8 Standar Pencahayaan yang Digunakan Dalam Toko.....	26
Gambar 2.9 Contoh Standar Tampilan Luar Toko.....	27
Gambar 2.10 Standar Jarak Display yang Digunakan Dalam Toko.....	27
Gambar 2.11 Ergonomi Display Retail.....	28
Gambar 2.12 Ergonomi Display Retail.....	28
Gambar 2.13 Ergonomi Area Pengepasan.....	28
Gambar 2.14 Ergonomi Sirkulasi Retail.....	29
Gambar 2.15 Ergonomi Ruang Ganti.....	30
Gambar 2.16 Desain <i>Taco Madre Mexican Kitchen</i> .....	31
Gambar 2.17 Ergonomi Standar Area Masak.....	32
Gambar 2.18 Ergonomi Area Makan.....	33
Gambar 2.19 Ergonomi Meja Makan.....	33
Gambar 2.20 Ergonomi Sirkulasi Area Makan.....	34

Gambar 2.21 Ergonomi Sirkulasi Area Makan.....	34
Gambar 2.22 Ergonomi Sirkulasi Pelayanan Pramusaji.....	35
Gambar 2.23 Komunitas Xtra-L Indonesia.....	36
Gambar 2.24 Komunitas Xtra-L Indonesia.....	36
Gambar 2.25 Salah Satu Kegiatan Olahraga Bersama Ririe Bogar.....	39
Gambar 2.26 Juta Comedy Cafe.....	40
Gambar 2.27 Kegiatan Wawancara Bersama <i>Founder</i> Komunitas Xtra-L Indonesia..	40
Gambar 2.28 Bersama Ririe Bogar, <i>Founder</i> Komunitas Xtra-L Indonesia.....	41
Gambar 2.29 Salah Satu <i>Outlet My Size</i> di Pejaten Village Mall, Jakarta Selatan.....	42
Gambar 2.30 Interior <i>My Size Store</i> di Pejaten Village Mall, Jakarta Selatan.....	42
Gambar 2.31 Fasad <i>Eloquii</i> di Pentagon City Mall, Arlington, Washington DC.....	43
Gambar 2.32 Interior <i>Eloquii</i> di Pentagon City Mall, Arlington, Washington DC.....	44
Gambar 2.33 Interior <i>Eloquii</i> di Pentagon City Mall, Arlington, Washington DC.....	44
Gambar 2.34 Interior <i>Gwynnie Bee</i> .....	45
Gambar 2.35 Interior <i>ModCloth</i> .....	46
Gambar 2.36 Beberapa Produk <i>ModCloth</i> .....	46
Gambar 3.1 <i>Bubble Diagram</i> Lantai 1.....	72
Gambar 3.2 <i>Bubble Diagram</i> Lantai 2.....	72
Gambar 3.3 Matriks Kedekatan Ruang.....	73
Gambar 3.4 <i>Zoning-Blocking</i> Lantai 1.....	74
Gambar 3.5 <i>Zoning-Blocking</i> Lantai 2.....	74
Gambar 3.6 Peta Konsep.....	75
Gambar 3.7 <i>Big</i> .....	76

Gambar 3.8 Garis Lengkung, Horizontal, dan Vertikal.....	77
Gambar 3.9 Pola dan Ritme.....	78
Gambar 3.10 Tekstur Halus.....	78
Gambar 3.11 Warna Dominan.....	79
Gambar 3.12 Warna Aksen.....	79
Gambar 3.13 Material yang Digunakan di <i>House of Plus Size</i> .....	79
Gambar 3.14 <i>Furniture</i> .....	80
Gambar 3.15 Pencahayaan.....	80
Gambar 3.16 Pencahayaan.....	80
Gambar 3.17 Penghawaan Alami.....	81
Gambar 3.18 Penghawaan Buatan.....	81
Gambar 3.19 Keamanan Teknologi Sensor.....	82
Gambar 3.20 Keamanan CCTV.....	82
Gambar 3.21 Sketsa Area Display <i>Formal Wear</i> .....	83
Gambar 3.22 Sketsa Ruang Konsultasi <i>Fashion Stylist</i> .....	83
Gambar 4.1 Siluet Tubuh Wanita <i>Plus Size</i> .....	85
Gambar 4.2 Denah Lantai 1.....	86
Gambar 4.3 Denah Lantai 2.....	87
Gambar 4.4 Denah <i>Foyer</i> .....	88
Gambar 4.5 Area <i>Foyer</i> .....	89
Gambar 4.6 Bentuk Dinamis Area <i>Foyer</i> .....	90
Gambar 4.7 Pencahayaan Area <i>Foyer</i> .....	91
Gambar 4.8 Denah Area Display.....	92

Gambar 4.9 Area Kasir.....	93
Gambar 4.10 Area Duduk.....	93
Gambar 4.11 Area Display <i>Top Casual Wear</i> .....	94
Gambar 4.12 Area Display <i>Formal Wear</i> .....	94
Gambar 4.13 Area Display <i>Top Casual Wear</i> .....	95
Gambar 4.14 Ruang Konsultasi Fashion Stylist.....	95
Gambar 4.15 Denah Fitting Room.....	97
Gambar 4.16 Area Staff Fitting Room.....	99
Gambar 4.17 Ruang Dalam.....	100

