

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pergaulan dan kehidupan sosial merupakan hal yang tidak terlepas dari kehidupan masyarakat. Pergaulan dan kehidupan sosial memunculkan cara dan gaya tersendiri bagi tiap orang untuk bersosialisasi. Sosialita merupakan sebuah realita sosial yang terjadi dimasyarakat umum. Ketika mendengar kata sosialita, hal yang sering muncul dalam pikiran masyarakat adalah barang-barang mewah, *branded*, jalan-jalan keluar negeri, arisan dengan nominal mencapai ratusan juta rupiah.. Dalam buku referensinya, Merriam Webster mengatakan bahwa kata sosialita mulai digunakan sejak tahun 1928. Orang-orang yang termasuk dalam kategori ini adalah orang yang superkaya dan memiliki kekayaan yang tidak perlu untuk diragukan dan menggunakan kekayaan yang dimiliki untuk melakukan kegiatan sosial yang bertujuan untuk kepentingan masyarakat. Menurut pengamat budaya Indonesia (Wardhana, 213), “Sosialita merupakan orang-orang kalangan atas yang berpartisipasi dalam kegiatan sosial namun kegiatan sosialita di Indonesia lebih cenderung pada kelompok bergaya hidup mewah dan berkelas.”

Realita sosialita muncul dalam pergaulan masyarakat, khususnya pergaulan para kaum *jetsetter* (kaum bangsawan yang mampu menghabiskan milyaran rupiah untuk kepentingan pribadi mereka). Kebanyakan dari anggota sosialita yang terlihat adalah wanita. Tidak hanya itu sosialita dimaknai sebagai tingkatan kelas tertinggi dalam pergaulan. Kaum sosialita diperuntukkan hanya untuk kalangan khusus dan merupakan sebutan bagi orang-orang kalangan tertentu dalam kelompok khusus. Kelompok khusus yang dimaksud dalam artian sosialita selalu bersosialisasi dan membentuk sebuah kelompok yang tentunya memiliki kesamaan latar belakang yaitu kemapaman, elit dan eksklusifitas dan juga berinteraksi dengan gaya-gaya kalangan atas seperti bangsawan, selebritis , pengusaha sukses dan kaum *jetsetter* lainnya.

Kecenderungan akan masyarakat kelas atas yang memiliki pola hidup hedonisme, mengoleksi barang-barang mahal, arisan yang mencapai nominal yang sangat fantastis, atau hanya sekedar berkumpul dan menikmati makanan dari restaurant mahal menjadi sebuah realita dari kehidupan sosialita yang dinamakan *elite society*. Para sosialita rela

mengeluarkan ratusan juta rupiah untuk membeli apapun hanya untuk memuaskan hasrat kepentingan pribadinya. Menurut Baudrillard, pola konsumsi masyarakat modern ditandai dengan bergesernya orientasi konsumsi yang semula ditujukan bagi “kebutuhan hidup” menjadi “gaya hidup”. Kalangan sosialita tidak akan mau membeli sebuah barang yang mereka kenakan di sebuah pasar yang mereka identikan sebagai *low culture*. Kalangan sosialita lebih memilih berbelanja di mall berkelas dan memilih barang ternama dengan harga yang sangat mahal dan tentunya merupakan *high culture*. Begitu juga dengan pemilihan tempat perawatan tubuh.

Kalangan sosialita adalah kalangan yang lebih mengutamakan fasilitas mewah dengan pelayanan kelas satu dan mengutamakan privasi. Sosialita senang mengeluarkan uang yang bernilai fantastis demi mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan, hal ini dikarenakan akomodasi yang dipilih merupakan sebuah tempat perawatan tubuh dengan fasilitas mewah, pelayanan kelas satu dan menjaga privasi dan fasilitas tempat belanja yang *high class*, dan hanya kalangan ke atas yang mempunyai pendapatan tinggi yang bisa menikmati fasilitas ini. Sebagai perwujudan dari kebutuhan kalangan sosialita akan tempat perawatan kecantikan dan tempat belanja maka akomodasi yang cocok adalah One Stop Woman Beauty Care yang *exclusive, high class* dan *private*. Fasilitas yang ditawarkan adalah VIP dan VVIP lounge untuk ruang konsultasi perawatan tubuh, tempat belanja semua perlengkapan kebutuhan wanita seperti baju, tas, sepatu, alat makeup dan *skincare*, salon kecantikan dan *fine dining* sebagai fasilitas pelengkap. *Fine dining* sendiri merupakan restoran dengan tingkat pelayanan dan makanan kelas satu yang biasa dilakukan bangsawan.

Jakarta merupakan sebuah kota metropolitan yang didalamnya berisi orang-orang yang memiliki gaya hidup mewah. Kota Jakarta menjadi target utama perancangan *One stop Woman Beauty Care* karena Jakarta identik dengan kemegahan dan kemewahan. Kalangan sosialita yang datang akan mendapatkan fasilitas VIP dan VVIP lounge yang mewah dan bersifat privasi dan dimanjakan dengan fasilitas tempat belanja perlengkapan wanita yang lengkap dan bergaya *high class*. Perancangan One Stop woman beauty Care di Jakarta ini diharapkan dapat menjadi objek tujuan khususnya kalangan sosialita dengan memberikan fasilitas yang berhubungan dengan karakteristik mereka yang *exclusive, high class* dan *private*. Perancangan ini menargetkan wanita sosialita yang memiliki penghasilan dan pendapatan uang dengan nominal yang fantastis.

1.2 Identifikasi Masalah

Gaya hidup elite society merupakan gaya hidup bergaya bangsawan yang mengutamakan *exclusive*, *high class* dan *private*. Berikut merupakan beberapa fasilitas yang diberikan pada perancangan *One stop Woman Beauty Care* yang menjadi pokok bahasan:

1. *VIP dan VVIP Lounge*

VIP lounge merupakan ruangan *private* untuk kebutuhan perawatan yang berisi dua orang didalamnya. *VVIP lounge* merupakan ruangan *private* tetapi hanya berisi satu orang didalamnya yang akan memfasilitasi dan melayani pengunjung dengan pelayanan kelas satu dengan fasilitas di dalam *lounge*.

2. *Lobby*

Lobby merupakan fasilitas yang bersifat publik. *Lobby* dirancang memikirkan akses public pada bagian resepsionis dan akses area *private* untuk bagian *VIP* dan *VVIP lounge*.

3. *Fashion Store*

Fashion store merupakan tempat belanja yang menyediakan semua perlengkapan kebutuhan wanita seperti baju, sepatu, tas, jam, aksesoris wanita, kosmetik serta kebutuhan wanita lainnya yang bersifat publik.

1.3 Ide dan Gagasan Perancangan

One Stop Woman beauty Care adalah sebuah pusat perawatan kecantikan dan pusat perbelanjaan untuk kalangan sosialita yang memiliki karakteristik *glamour* dan mengarah ke tingkat *exclusive*, *high class* dan *private*. Fasilitas yang ditawarkan antara lain:

1. *VIP dan VVIP Lounge*

Ruang *lounge* untuk *VIP* dan *VVIP* merupakan sebuah ruang yang memiliki fasilitas ruang konsultasi dan perawatan kecantikan dan fasilitas penunjang lain berupa ruang santai dan *tea time* yang menunjang pengunjung untuk dapat beraktifitas dengan santai di dalam ruangan. Perbedaan ruang *VIP* dan *VVIP* adalah ruang *VIP* terdiri dari dua orang sedangkan ruang *VVIP* hanya satu orang.

2. *Lobby*

Dengan memperhatikan batasan *user* kalangan sosialita, maka *lobby* akan didesain dengan dua akses yaitu akses publik dan *private*. Hal ini akan memfasilitasi

kalangan sosialita apabila ingin dilihat oleh banyak orang maka dapat melewati akses jalur publick sementara akses jalur *private* dikhususkan untuk kalangan yang tidak ingin terlihat di publik seperti artis ataupun kalangan konglomerat dan pejabat.

3. *Fashion Store*

Fashion store yang dirancang bersifat publik sehingga untuk pengunjung yang bukan VIP dan VVIP dapat berbelanja di area publik sedangkan area yang bersifat *private* lebih mengutamakan keamanan serta tertutup. *Display* untuk baju, sepatu, tas, aksesoris dan lain-lain dibagi per area desainer.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dijelaskan maka rumusan permasalahan dalam perancangan interior ini adalah:

1. Bagaimana merancang *One Stop Woman Beauty Care* yang menunjang kebutuhan dan keinginan dari kaum sosialita?
2. Bagaimana merancang interior *One Stop Woman beauty Care* yang bersifat *exclusive*, *high class* dan *private*?

1.5 Tujuan Perancangan

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan maka tujuan perancangan yang diperoleh adalah:

1. Mewujudkan perancangan desain interior *One Stop Woman Beauty Care* yang mampu menunjang kebutuhan dan keinginan kaum sosialita.
2. Merancang interior *One Stop Woman Beauty Care* yang bersifat *exclusive*, *high class* dan *private*.

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Kalangan Sosialita

Menjadi wadah yang dapat memfasilitasi kegiatan kalangan wanita sosialita yang identik dengan kemewahan dan gaya hidup *highclass*.

2. Kota Jakarta

Menjadikan One Stop Beauty Care sebagai tempat *elite society* dengan memberikan fasilitas klinik kecantikan, fashion store, VIP dan VVIP lounge sebagai fasilitas utama, *fine dining* dan salon sebagai fasilitas pendukung yang terdapat dalam satu gedung, didesain untuk kaum wanita sosialita berstandar tinggi dengan pelayanan kelas satu untuk kalangan atas yang bersifat *high class* dan *private*.

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan ini akan merancang sebuah “*One Stop Woman Beauty Care*” dimana kebutuhan fasilitas yang disediakan diharapkan dapat memenuhi semua kebutuhan wanita sosialita di Jakarta dan ruang lingkup yang ada pada desain interior perancangan ini adalah sebagai berikut :

1. Lobby

Lobby adalah sebuah area yang berada di dekat pintu masuk yang biasanya dilengkapi dengan berbagai perlengkapan seperti meja dan kursi, yang berfungsi sebagai ruang tunggu.

2. Resepsionis

Resepsionis adalah ruangan untuk penerima tamu yang berisi meja resepsionis untuk menerima serta memberikan pelayanan kepada tamu. Resepsionis terdapat di lobby ruangan.

3. Lounge

Lounge merupakan fasilitas penunjang yang disediakan untuk tamu yang dapat digunakan untuk ruang tunggu dengan suasana ruang yang nyaman. Lounge juga bisa dijadikan sebagai tempat beristirahat. Biasanya lounge dibuat untuk pengunjung khusus VIP atau VVIP.

4. Salon

Salon merupakan sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang jasa kecantikan, dengan menyediakan perawatan yang berkaitan dengan pelayanan kecantikan tubuh. Salon bergerak di beberapa bidang diantaranya adalah salon

kecantikan wajah, salon kecantikan rambut, salon kecantikan kaki dan tangan serta penunjang salon untuk SPA.

5. *Fashion Store*

Fashion store adalah sebuah tempat yang menjual berbagai macam keperluan seperti baju, sepatu, tas, dll. Jika bersangkutan mengenai trend fashion, pastinya tidak terlepas dari nama-nama perancang busana dan juga peristiwa yang terjadi pada masa perkembangan trend fashion di Indonesia.

6. *Skin Care Store*

Skin care store adalah sebuah tempat yang menjual berbagai macam perawatan untuk kecantikan kulit. Perawatan yang dijual biasanya adalah parfum, body lotion, masker wajah serta *skincare* lainnya.

7. *Make-up Store*

Make-up store adalah sebuah tempat yang menjual berbagai alat-alat kecantikan wanita. Arti make-up sendiri adalah kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli sebenarnya dengan bantuan alat dan kosmetik. Istilah make-up sering ditujukan kepada perubahan bentuk wajah meskipun sebenarnya seluruh tubuh bisa di hias.

8. Klinik kecantikan

Klinik kecantikan merupakan sebuah klinik yang menawarkan jasa pelayanan di bidang perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, rambut, kuku dan lain sebagainya. Didalam klinik kecantikan terdapat ruang untuk konsultasi serta ruangan untuk melakukan *treatment*.

9. *Café*

Café merupakan suatu tipe restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam maupun diluar ruangan yang menyediakan makanan serta minuman. *Café* juga merupakan tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang.

1.8 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan Tugas Akhir ini sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 berisi tentang latar belakang masalah perancangan “*One Stop Woman Beauty Care*”, identifikasi masalah dari latar belakang, ide dan gagasan untuk perancangan desain interior, rumusan masalah dalam perancangan, tujuan perancangan untuk menjawab rumusan permasalahan, manfaat perancangan bagi penulis, pembaca serta bagi bidang keilmuan, ruang lingkup perancangan dan sistematika penulisan dari laporan secara keseluruhan.

BAB 2 STUDI LITERATUR

Dalam BAB 2 ini membahas tentang teori-teori yang berkaitan dalam perancangan “*One Stop Woman Beauty Care*” dari definisi one stop, klinik kecantikan sampai perkembangan trend fashion untuk wanita. Bab ini juga berisi tentang studi banding guna menjadi landasan dalam mendesain.

BAB 3 DESKRIPSI OBJEK STUDI

Dalam BAB 3 ini membahas mengenai deskripsi proyek, deskripsi site dan analisa site yang akan digunakan untuk proyek. Pada bab ini juga menjelaskan tentang identifikasi target *user*, kebutuhan ruang, *zoning blocking*, *flow actifity* serta implementasi konsep pada *objek study*.

BAB 4 ANALISA PERANCANGAN ONE STOP WOMAN BEAUTY CARE

Dalam BAB 4 ini membahas mengenai analisa dan konsep perancangan serta bagaimana implementasi konsep ke dalam desain. Pada bab ini juga menjelaskan mengenai penggunaan material, warna dan suasana ruangan yang diterapkan.

BAB 5 KESIMPULAN

Dalam BAB 5 ini membahas mengenai kesimpulan dari keseluruhan laporan.

