

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Budaya pop tidak hanya didominasi oleh budaya Barat, saat ini beberapa negara di Asia mulai menunjukkan eksistensinya, seperti Jepang, Korea Selatan dan Tiongkok. Korea Selatan merupakan salah satu negara yang memiliki pengaruh besar dalam menghadirkan budaya pop. Hal ini sangat didukung dengan kemajuan industri hiburan di Korea Selatan yang meliputi musik, *talkshow*, *variety show*, film dan drama. Selama kurang lebih satu dekade, media massa berpengaruh pula dalam kemudahan mengakses industri hiburan Korea Selatan. Dulu, masyarakat hanya dapat menikmati melalui VCD, namun sekarang dapat diakses melalui berbagai media online. Hal ini akhirnya mendorong globalisasi kebudayaan pop Korea Selatan yang lebih dikenal dengan *Korean Wave*.

Globalisasi kebudayaan pop Korea Selatan dinilai berhasil mempengaruhi kebudayaan masyarakat, tidak hanya di Asia namun menghiasi kawasan Amerika dan Eropa. *Korean Wave* secara sadar dan tidak sadar telah merubah standarisasi cara pandang atau berperilaku, khususnya pada masyarakat yang fanatik dengan kebudayaan Korea Selatan. Hal ini dikarenakan *Korean Wave* mendorong fanatisme para penggemarnya untuk

meniru dan menyukai segala produk budaya Korea Selatan yang dipertontonkan. Fenomena *Korean Wave* menjangkau perkembangan sektor industri lainnya, seperti pariwisata, kuliner, kecantikan, fashion dan sebagainya. Maka daripada itu *Korean Wave* saat ini telah diterima publik mancanegara, memperluas fasilitas kultural di wilayah lokal dan membangun berbagai macam komunitas budaya Korea Selatan.

Di Indonesia, *Korean Wave* berkembang sangat pesat. Diawali dengan banyaknya stasiun televisi yang menayangkan drama-drama Korea seperti *Endless Love*, *Sassy Girl Chunyang*, *Full House*, *Prince Hours*, *Jewel in the Palace*, dan serial drama lainnya mulai tahun 2002. Sejak itu, semakin banyak masyarakat dari berbagai kalangan usia menyukai budaya populer Korea Selatan. Selain tayangan drama tersebut, *soundtracknya* pun menjadi viral. Perkembangan musik *K-pop* pun terjadi karena eksistensi film dan drama yang semakin menjamur. Banyak *soundtrack* yang dinyanyikan oleh penyanyi yang merupakan member salah satu group idola di Korea Selatan, seperti Shinee, Kara, SS501, Tmax, dan sebagainya. Drama dan film Korea Selatan (*K-Drama*) dapat dikatakan sebagai gerbang awal eksistensi dari *Korean Wave*.

Salah satu fenomena *Korean Wave* yang paling diminati adalah di bidang industri musik Korea Selatan. Musik tidak sekedar menjadi alunan indah yang merdu di telinga, melainkan dapat berpengaruh pada kondisi emosi dan sosial. *K-Pop* merupakan istilah yang tidak asing lagi bagi sebagian masyarakat, khususnya bagi pecinta karya musik populer asal Korea Selatan. Selain eksistensi film dan drama, perkembangan *K-Pop* didukung pula dengan meningkatnya jumlah *boyband* dan *girlband* di Korea Selatan, yaitu sekelompok perempuan atau laki-laki dibawah naungan sebuah manajemen. Musik *K-Pop* memiliki dua unsur utama yaitu *fashion* dan musik. Variasi *genre K-Pop* yang variatif semakin lengkap karena didukung dengan koreografi dan kostum yang menarik. *K-pop* tidak hanya mengenalkan musik, tetapi *K-pop* juga mengenalkan budaya lewat gaya rambut, pakaian, maupun kostum (Nopiyanti, 2012).

Musik pop Korea memiliki banyak penggemar setia yang terbagi dalam *fandom-fandom* sesuai dengan *boyband* atau *girlband* idola. *Fandom* adalah istilah yang digunakan sebagai sebutan *fan* dari idola *K-Pop*. *Fans* jenis ini memiliki tingkat loyalitas yang sangat tinggi, karena mereka pasti tahu segalanya tentang idola mereka dari awal debut hingga sekarang. Bagi kebanyakan orang,

fandom K-pop dikenal dengan stereotip yang melekat pada *fans* atau penggemarnya. *Fans K-pop* dianggap selalu bersikap berlebihan, gila, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif. Mereka sangat gemar menghambur-hamburkan uang untuk membeli *merchandise* maupun mengejar idolanya hingga ke belahan dunia mana pun. Fenomena fanatisme penggemar dapat dilihat dari aktivitas-aktivitas yang dilakukannya sebagai penggemar. Salah satu bentuk fanatisme penggemar K-Pop adalah kegiatan yang konsumtif. Seorang penggemar tidak bisa dilepaskan dari kegiatan konsumsi. Konsumsi mengisyaratkan ketidaklengkapan; sesuatu yang hilang (Storey, 2010: 145).

Kehadiran internet beserta jejaring sosial yang terdapat di dalamnya dapat dikatakan sangat membantu industri musik *K-pop* dalam menjangkau pendengar yang lebih luas. Pengamat musik, Bens Leo seperti dikutip dalam sebuah portal komunitas dan berita online tnol.co.id, mengatakan musik *K-pop* yang telah masuk ke Indonesia sekitar tahun 2009 berhasil populer di Indonesia berkat jaringan informasi dan teknologi internet, di mana kemudian masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan melihat secara audiovisual. Para penggemar *K-Pop* memiliki kebiasaan mengakses internet. Mereka biasa meng-update berita baru dan *stalking* akun member idola, mengunduh lagu maupun *movie video* serta mengikuti berbagai komunitas penggemar. Melalui komunitas tersebut para penggemar saling bertukar informasi mengenai idola mereka. Melalui media seperti TV, terutama internet, *fans K-pop* dapat memenuhi rasa "rindu" mereka. Mereka mengunduh video klip dan berbagai macam *variety show* yang dibintangi idola mereka, mereka bertukar informasi dan gossip terbaru melalui *fanboard* maupun bentuk media internet lainnya. Menonton konser pun menjadi aktivitas yang ditunggu-tunggu para penggemar. Demi memuaskan keinginan menonton idola, tidak jarang mereka melakukan tindakan-tindakan agresif dan tidak rasional.

Penggemar musik *K-Pop* menggunakan budaya *K-Pop* sebagai perilaku meniru idola mereka, menyukai secara berlebihan sebagai penggemar, membeli bermacam pernak-pernik idola, membeli kaset maupun melakukan aktivitas menonton video bersama, *gathering* ataupun melakukan *dance cover*. Perkembangan fans *K-Pop* di seluruh dunia ini memunculkan berbagai macam komunitas *fans*, termasuk di Indonesia. *Fans K-Pop* di Indonesia telah menjangkau berbagai usia, didominasi oleh anak remaja dan dewasa muda.

Tingkat fanatisme *fans* K-Pop tidak terpacu pada musik saja, melainkan sudah berpengaruh pada bidang kuliner, fashion, merchandise, dan sebagainya. Walaupun saat ini telah banyak berkembang *café* dan tempat makan yang mengadopsi konsep dan kuliner Korea Selatan. Namun untuk fasilitas lainnya belum mengakomodasi dan memuaskan para penggemar K-Pop di Indonesia.

Kota Jakarta merupakan Ibu Kota Indonesia yang memiliki tingkat baik dalam perkembangan industri kreatif. *K-Pop* telah menjadi salah satu ide dalam menghasilkan produk "*K-Pop Style*" yang menjamur di Kota Jakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya industri dan toko yang menawarkan produk impor Korea dan karya lokal berunsur K-Pop Style, maupun pengusaha Korea yang menanamkan langsung produknya di Jakarta. Selain itu Jakarta sebagai salah satu surga kuliner di Indonesia, karena terdapat banyak makanan dari berbagai daerah di Indonesia hadir di Jakarta, dan Jakarta telah banyak menghadirkan *café* dan tempat makan yang diadopsi dari kuliner khas Korea Selatan. Perkembangan minat belajar Bahasa Korea pun memberikan efek menjamurnya tempat kursus dan kebudayaan Korea di Kota Jakarta. Namun berbagai fasilitas diatas tersebar di tempat yang berbeda-beda, sehingga dinilai kurang efisien dalam memfasilitasi fans *K-Pop* khususnya di Kota Jakarta. Berdasarkan perkembangan *K-Pop* dan fanatisme penggemarnya, maka muncul sebuah gagasan perancangan mengenai *K-Pop Center*. *K-Pop Center* sekiranya dapat mengakomodasi aktivitas para pencinta *K-Pop*, khususnya di Kota Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan bahwa belum adanya fasilitas bagi fans *K-Pop* di Indonesia, khususnya di Kota Jakarta. Beberapa hal yang dikemukakan perihal sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

1. Fasilitas-fasilitas *K-Pop* di Kota Jakarta masih tersebar dan belum berpusat pada satu area, sehingga tidak dapat mengumpulkan fanatisme *K-Pop* dalam sebuah pusat komunitas. *Fans K-Pop* membutuhkan tempat untuk berkumpul dan bersosialisasi dengan para pencinta *K-Pop* lainnya.
2. Fasilitas yang telah ada belum menunjang kebutuhan *fans* terhadap idolanya, seperti auditorium konser hologram, *cafe* dan *lounge* untuk tempat *gathering*, *dance cover*, *merchandise* dan sebagainya. Fasilitas

tersebut dinilai dapat memuaskan hati dan “rasa rindu” penggemar *K-Pop*. Perancangan fasilitas yang baik dapat meningkatkan fungsi dan manfaat ruang, sehingga menjadi sebuah wadah kegiatan yang interaktif.

1.3 Gagasan Perancangan

Identifikasi masalah yang telah diuraikan mendorong munculnya ide gagasan perancangan *K-Pop Center* yang meliputi berbagai fasilitas. Hal ini dikaitkan dengan optimalisasi fasilitas untuk mengakomodasi segala kebutuhan *fans K-Pop* di Kota Jakarta. Perancangan *K-Pop Center* ini ditujukan bagi kalangan usia 14-25 tahun, yang merupakan usia mayoritas dari fans *K-Pop*. Gagasan perancangan *K-Pop Center* ini didukung dengan menghadirkan tema “*K-Pop Enthusiast*” melalui konsep “*Dynamic Luminous*”. Hal ini diharapkan dapat menghadirkan ruang yang lebih interaktif bagi fanatisme *K-Pop*. Ide gagasan perancangan ini dirasakan tepat dan mencoba menjawab segala kebutuhan fans *K-Pop* di Kota Jakarta.

1.4 Rumusan Masalah

K-Pop Center merupakan salah satu sarana publik yang harus ditunjang dari berbagai aspek, salah satunya adalah perancangan desain interior yang baik. Aspek fungsional dan estetika harus dapat dipadukan berdampingan sehingga dapat memberikan pengalaman ruang yang optimal. Aplikasi konsep dan tema ruang yang sesuai dinilai semakin menunjang karakteristik dari fasilitas ruang. Berdasarkan latar belakang diatas dapat ditarik beberapa rumusan masalah seperti:

1. Bagaimana merancang fasilitas yang menunjang segala informasi dan mengakomodasi kebutuhan fanatisme *K-Pop* ?
2. Bagaimana merancang *K-Pop Center* yang merepresentasikan *K-Pop Enthusiast* melalui konsep “*Dynamic Luminous*” ?

1.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan tugas akhir ini dalam rangka memenuhi salah satu prasyarat mendapatkan Gelar Program Strata Satu Program Studi Desain Interior Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Kristen Maranatha Tahun Ajaran 2017/2018. Selanjutnya tujuan perancangan ini adalah untuk

menjawab tantangan dan permasalahan khususnya pada perancangan K-Pop Center di Kota Bandung, yang meliputi :

1. Merancang fasilitas yang menunjang segala informasi dan mengakomodasi kebutuhan fanatisme K-Pop.
2. Merancang K-Pop Center yang merepresentasikan K-Pop *Enthusiast* melalui konsep “*Dynamic Luminous*”.

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan tugas akhir ini dibuat dan disusun supaya dapat memberikan manfaat. Hasil dari laporan ini kiranya dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

1. Perancang
Yaitu untuk menambah ilmu, pengetahuan, serta wawasan penulis yang terutama berkaitan dengan optimalisasi elemen desain interior K-Pop Center, baik secara teoritis maupun praktis, serta menerapkan ilmu yang sudah diperoleh di bangku kuliah pada bentuk realita di lapangan. Selain itu mengembangkan kemampuan penulis dalam menyusun laporan perancangan ke arah yang lebih baik.
2. Perancang sejenis
Yaitu sebagai bahan pembanding, khususnya bagi perancang yang akan atau sedang menyusun perancangan dengan bahasan topik yang serupa, sehingga dapat menjadi landasan teori yang saling berkaitan dan berkesinambungan. Hasil perancangan ini dapat dijadikan tolak ukur dan studi banding yang bermanfaat.
3. Pembaca
Yaitu memberikan kontribusi ilmu, pengetahuan dan wawasan mengenai perancangan *K-Pop Center* di Kota Bandung, sehingga semakin banyak masyarakat yang mengetahui eksistensi dan aktivitas *fans K-Pop*, khususnya di Kota Bandung.
4. Bidang Studi Desain Interior
Yaitu memberikan kontribusi dalam pendalaman pengetahuan dan wawasan mengenai optimalisasi perancangan desain *K-Pop Center*. Kontribusi yang dimulai dari proses sampai dengan hasil perancangan, yang dapat memberikan keilmuan selanjutnya dalam melaksanakan perancangan serupa.

1.7 Ruang Lingkup

Perancangan ini memiliki judul “*Perancangan K-Pop Center di Kota Bandung dengan Konsep Dynamic Luminous*”. Pada judul laporan perancangan tugas akhir ini terdapat sebuah subjek perancangan yang akan dikelola, yaitu sebuah *K-Pop Center*. Pada intinya, perancangan ini merupakan sebuah fasilitas yang menunjang eksistensi dan aktivitas fans K-Pop di Kota Bandung. Fasilitas tersebut memiliki tuntutan dan tantangan, sehingga diperlukan ketelitian dalam memberikan penyelesaian desain yang tepat. Di bawah ini akan diuraikan secara singkat mengenai definisi ruang lingkup perancangan yang akan dibuat, yaitu sebagai berikut :

1. Auditorium Konser Hologram

Fasilitas ini berupa mini auditorium yang digunakan untuk menggelar konser hologram. Teknologi ini menjadi media baru bagi publik untuk berbagi pengalaman di bidang musik dengan menghadirkan virtual idola *K-Pop*. Hal ini diharapkan dapat mengakomodasi kerinduan para fans *K-Pop* dengan para idolanya. Selain itu fasilitas ini menjadi alternatif fasilitas dalam merespon area yang terbatas.

2. Ruang Latihan

Ruang latihan ini digunakan untuk fans K-Pop berlatih *dance cover*, didukung dengan tatanan akustik dan *lighting* yang sesuai. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan semangat berlatih dan memberikan *ambience* ruang yang sesuai dengan karakteristik koreografi K-Pop.

3. *Cafe dan Lounge*

Fasilitas ini pada umumnya memfasilitasi aktivitas gathering fans K-Pop, yaitu tempat karaoke bersama, *cafe*, panggung untuk menonton *dance cover*, menonton film atau video *K-Pop*.

4. *Merchandise dan Fashion Style Shop*

Fasilitas ini dihadirkan untuk semakin melengkapi kebutuhan para fans *K-Pop* terhadap fanatisme terhadap idolanya. Karakteristik fanatisme *K-Pop* yang cukup agresif akan terakomodasi dengan adanya fasilitas yang menyediakan koleksi-koleksi terbaru dari idolanya.

5. *Interactive Area*

Fasilitas ini dihadirkan untuk memberikan ruang yang interaktif bagi

penggemar, agar penggemar dapat berinteraktif dengan idola secara tidak langsung.

6. *Service Area*

Service area menjadi fasilitas penunjang yang cukup penting, meliputi *office*, gudang, *kitchen*, *toilet*, wastafel, dan loker karyawan. Area *office*, gudang, *kitchen* dan loker karyawan diletakkan pada area non publik, sehingga hanya dapat diakses oleh *owner* dan karyawan.

1.8 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data harus dilakukan secara bertahap untuk menghasilkan perancangan yang baik dan dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu diperlukan beberapa tahap metode pengumpulan data yang rinci dan jelas sehingga dapat diuraikan secara sistematis. Berikut adalah metode pengumpulan data yang dilakukan demi menunjang perancangan tugas akhir ini, yaitu :

1. Metode studi literatur

Tahap ini adalah metode pengumpulan data yang dikumpulkan melalui membaca buku atau referensi materi dari karya ilmiah yang berhubungan dengan seluruh penunjang perancangan K-Pop Center. Standar penunjang lainnya yakni ergonomi, standar sirkulasi, standar utilitas, dan kajian literatur mengenai konsep yang akan dihadirkan. Keseluruhan data yang telah diperoleh dibentuk dalam mind mapping atau kerangka pemikiran sehingga memudahkan mencari keterkaitan data satu dengan yang lainnya.

2. Metode studi lapangan (observasi)

Setelah memperoleh data literatur dan dipelajari dengan teliti, proses selanjutnya adalah membandingkan hal-hal teoritis dengan yang ada di lapangan. Metode ini membutuhkan kecermatan dan kepekaan dalam mengamati objek studi pembandingan perancangan. Selain itu metode studi lapangan dilakukan pada *site* yang akan dipakai dalam perancangan K-Pop Center.

3. Metode *interview*

Tahap ini merupakan lanjutan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut pada narasumber, yaitu para pecinta K-Pop. Hal ini menghasilkan sebuah informasi

data verifikasi yang berkaitan dengan observasi dan kajian teori, sehingga didapatkan data yang lebih valid., sehingga perancangan yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan fans K-Pop.

1.9 Lokasi Perancangan

Perancangan K-Pop Center ini menggunakan site Jakarta International school, Jl. Emerald Boulevard, Bintaro Raya Sektor IX, Tangerang, Jakarta.

1.10 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, identifikasi masalah, gagasan perancangan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, ruang lingkup perancangan, metode pengumpulan data, kerangka pemikiran, lokasi perancangan dan sistematika penulisan. Secara keseluruhan uraian di atas mencerminkan seluruh isi perancangan yang hendak dilakukan, sehingga diharapkan dapat mudah untuk dimengerti oleh pembaca.

BAB 2 PERANCANGAN K-POP CENTER

Bab ini berisi mengenai kajian literatur yang mendukung proses perancangan K-Pop Center. Kajian literatur yang meliputi deskripsi, sejarah dan perkembangan K-Pop. Selain itu diuraikan pula mengenai standar desain interior yang berkaitan dengan kebutuhan fungsi ruang K-Pop Center, meliputi café, auditorium, retail, ergonomi, dan utilitas. Pada bagian akhir, diuraikan mengenai tema dan konsep yang akan digunakan pada perancangan, serta analisis objek studi banding sebagai tolak ukur nilai perancangan desain interior yang akan dilakukan.

BAB 3 TINJAUAN OBJEK STUDI

Bab ini berisi mengenai objek studi yang akan dipakai untuk perancangan K-Pop Center. Didalamnya diuraikan mengenai sejarah dan analisis site. Selain itu diuraikan pula mengenai pemilihan alasan objek studi yang dikaitkan pada fungsi ruang perancangan. Selain itu data user, *flow activity*, matriks kedekatan ruang, tabel kebutuhan ruang, *bubble diagram*, *zoning*, *blocking* dan juga penjelasan konsep yang akan dipakai dalam perancangan

ini.

