

ABSTRAK

Semakin menjamurnya berbagai tren *make-up* dan kosmetik membuat banyak perempuan menjadikan *make-up* sebagai salah satu mata pencaharian. Belajar melalui media sosial saja belum cukup untuk memenuhi kebutuhan orang yang ingin belajar *make-up* dan menjadi *make-up artist* karena tidak disertai dengan bimbingan profesional asli.

Puspita Martha International Beauty School merupakan sebuah sekolah kecantikan ternama di Indonesia. Sekolah kecantikan ini bernaung di bawah Martha Tilaar Group. Pada perancangan ini, sekolah yang akan dibuat adalah *second line* dari Puspita Martha yaitu sekolah kecantikan yang khusus di bidang *make-up*. Puspita Martha International Make-up School ini memiliki 4 program yaitu *beautypreneurship*, *advance*, *weekend* dan *personal make-up program*.

Perancangan sekolah *make-up* ini menerapkan konsep kecantikan sesuai dengan visi dan misi Puspita Martha dan Martha Tilaar yang menekankan nilai ketimuran dan budaya luhur Indonesia sesuai dengan identitas kecantikan perempuan Indonesia. Sekolah *make-up* Puspita Martha ini tidak hanya menampilkan Martha Tilaar sebagai *brand* namun juga karakter perempuan Indonesia.

Kata kunci : kecantikan perempuan Indonesia, Martha Tilaar group, Puspita Martha International Make-up School, sekolah *make-up*.

ABSTRACT

The growing proliferation of various make-up and cosmetic trends makes many women make make-up as one of their livelihoods. Learning through social media alone is not enough to meet the needs of people who want to learn make-up and become a make-up artist because it is not accompanied by original professional guidance.

Puspita Martha International Beauty School is a prominent beauty school in Indonesia. This beauty school takes shelter under the Martha Tilaar Group. In this design, the school will be made is the second line of Puspita Martha is a beauty school that specialized in the field of make-up. Puspita Martha International Make-up School has 4 programs namely beautypreneurship, advance, weekend and personal make-up program.

The design of this make-up school implements the concept of beauty in accordance with the vision and mission of Puspita Martha and Martha Tilaar that emphasizes the value of the grand and noble culture of Indonesia in accordance with the identity of Indonesian women's beauty. Puspita Martha International Make-up School is not only featuring Martha Tilaar as a brand but also the character of Indonesian women.

Keywords: *Indonesian women's beauty, make-up school , Martha Tilaar group, Puspita Martha International Make-up School.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Ide / Gagasan Perancangan	3
1.4 Rumusan Masalah	3
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Ruang Lingkup Perancangan	5
1.8 Sistematika Penulisan	7
BAB II PUSPITA MARTHA INTERNATIONAL MAKE-UP SCHOOL, MAKE-UP DAN RUPASAMPAT WAHYABYANTARA	8
2.1 Puspita Martha International Beauty School	8
2.1.1 Sejarah Puspita Martha International Beauty School	8
2.1.2 Visi dan Misi Puspita Martha International Beauty School	8
2.1.3 Keunggulan Puspita Martha International Beauty School	9
2.2 Martha Tilaar Group	9
2.2.1 Sejarah Martha Tilaar Group	9
2.2.2 Visi dan Misi Martha Tilaar Group	10
2.2.3 Nilai Inti (Filosofi kebijakan) di Martha Tilaar Group	10
2.2.4 Pilar yang terdapat di Martha Tilaar Group	11
2.2.5 Unit Perusahaan Martha Tilaar Group	15
2.3 <i>Make-up</i>	16

2.3.1 Pengertian Make-up Artist	16
2.3.2 Jenis-jenis Make-up	16
2.3.3 Peralatan <i>Make-up</i>	18
2.3.4 Peralatan <i>Hairstyling</i>	24
2.4 Sekolah <i>Make-up</i>	24
2.4.1 Pengertian Kelas <i>Make-up</i>	24
2.4.2 Fasilitas Ruang di Sekolah <i>Make-up</i>	24
2.5 Studi Banding	46
2.6 Literatur Tema dan Konsep	62
BAB III INTERNATIONAL MAKE-UP SCHOOL BY PUSPITA MARTHA	66
3.1 Deskripsi Proyek	66
3.2 Deskripsi Site	67
3.2.1 Analisa Fungsi	67
3.2.2 Analisa Site	69
3.2.3 Analisa Bangunan	71
3.3 Identifikasi User	74
3.3.1 Target user	74
3.3.2 Struktur Organisasi	75
3.3.3 Pembagian Jobdesc	75
3.4 Flow activity	80
3.5 Pembagian program dan major International Make-up School by Puspita Martha .	83
3.6 Pembagian Ruang Kelas dan Silabus	84
3.7 Pembagian Ruang Kelas dan Jam Belajar	87
3.8 Pembagian Aktivitas dalam tiap Kelas Make-up	89
3.9 Tabel Kebutuhan Ruang	90
3.10 Bubble diagram	96
3.11 Zoning-Blocking	97
3.11.1 Zoning	97
3.11.2 Blocking	101
3.12 Ide Implementasi Konsep	105

3.12.1 Penjelasan Tema dan Konsep	105
3.12.2 Mind map Konsep	105
3.12.3 Tabel implementasi konsep	106
BAB IV PERANCANGAN INTERNATIONAL MAKE-UP SCHOOL BY PUSPITA MARTHA.....	113
1.1 Deskripsi Konsep	113
1.2 Penerapan Konsep	113
1.3 Penerapan Ide dan Gagasan Perancangan	113
BAB V PENUTUP	133
5.1 Simpulan	133
5.2 Saran	134
Daftar Pustaka	135



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Martha Tilaar mengokohkan Paguyuban Laskar Jamu Gendong Indonesia tahun 2015	12
Gambar II.2 Kegiatan <i>Outlet Gathering</i> Martha Tilaar	13
Gambar II.3 Pergelaran Miss Indonesia tahun 2015	13
Gambar II.4 Martha Tilaar Training Center di Kampoeng Djamoer Organik Cikarang	14
Gambar II.5 Rumah Martha Tilaar di Gombong	14
Gambar II.6 Bagan unit perusahaan Martha Tilaar	15
Gambar II.7 <i>Make-up</i>	16
Gambar II.8 <i>Beauty trolley case</i>	18
Gambar II.9 Dimensi <i>beauty trolley case</i>	18
Gambar II.10 <i>Ring light</i>	19
Gambar II.11 Meja instruktur	19
Gambar II.12 Meja <i>make-up</i>	20
Gambar II.13 Loker kelas	21
Gambar II.14 <i>Wardrobe</i>	21
Gambar II.15 <i>Photography studio lighting kit</i>	23
Gambar II.16 Kelas di <i>London College of Make-up</i>	25
Gambar II.17 Cermin khusus <i>make-up</i>	25
Gambar II.18 Dimensi meja rias	26
Gambar II.19 Kursi hidrolik	26
Gambar II.20 Dimensi kursi hidrolik	27
Gambar II.21 Ergonomi area kelas <i>make-up</i>	27
Gambar II.22 Ergonomi area penataan rambut	28
Gambar II.23 Area penataan rambut/ tinggi standar kursi yang dapat diatur ketinggiannya.	28
Gambar II.24 Area penataan/ tinggi optimal kursi yang dapat diatur	29
Gambar II.25 Sirkulasi area tunggu dan area pengeringan rambut	30
Gambar II.26 <i>LED color temperature</i>	31

Gambar II.27 Studio Fotografi	32
Gambar II.28 <i>White Thin Vinyl Photography Backdrop Background Studio Photo Prop Durable</i> <i>3x5ft</i>	33
Gambar II.29 <i>Studio lighting kit</i>	33
Gambar II.30 <i>Elinchrom Indirect Litemotiv Octa Softbox</i>	34
Gambar II.31 <i>Profoto Beauty Dish</i>	34
Gambar II.32 <i>Profoto Zoom Reflector</i>	34
Gambar II.33 <i>Grid spots</i>	35
Gambar II.34 <i>Lighting gels</i>	35
Gambar II.35 Seminar <i>beauty class</i> di Binus University, Jakarta	36
Gambar II.36 Susunan bangku ruang seminar	37
Gambar II.37 Kelompok <i>lounge</i> berbentuk melingkar	38
Gambar II.38 Meja tulis eksekutif / Jarak bersih dasar	39
Gambar II.39 <i>Pantry</i>	39
Gambar II. 40 Loker	40
Gambar II.41 <i>Display retail</i> kosmetik	40
Gambar II.42 <i>Straight floor plan</i>	40
Gambar II.43 <i>Diagonal floor plan</i>	41
Gambar II.44 <i>Angular floor plan</i>	41
Gambar II.45 <i>Geometric floor plan</i>	41
Gambar II.46 <i>Mixed floor plan</i>	42
Gambar II.47 Pembeli pada posisi duduk / ketinggian konter yang rendah	42
Gambar II.48 Pembeli pada posisi duduk / ketinggian konter yang tinggi	43
Gambar II.49 Area penjualan tipikal / pembeli dalam posisi berdiri	43
Gambar II.50 <i>Layout</i> macam-macam kelas	44
Gambar II. 51 Penerangan dan ukuran ruang yang baik	45
Gambar II.52 Jarak pandang yang baik pada <i>exhibition</i>	45
Gambar II.53 Posisi optimal gambar terhadap orang berdiri	46
Gambar II. 54 Tampak depan Puspita Martha <i>International Beauty School</i> , Bandung	47
Gambar II. 55 Denah lantai 1 Puspita Martha Bandung	47
Gambar II. 56 Denah lantai 2 Puspita Martha Bandung	48
Gambar II. 57 Lantai 1 Resepsionis Puspita Martha <i>International Beauty School</i> , Bandung	48

Gambar II.58 Lantai 1 Puspita Martha <i>International Beauty School</i> , Bandung	49
Gambar II.59 Area menuju lantai 2	49
Gambar II.60 <i>Hairdressing class</i>	50
Gambar II.61 Sirkulasi lantai 2	50
Gambar II.62 <i>Make-up class</i>	50
Gambar II. 63 <i>Beauty aesthetic & spa class</i>	51
Gambar II.64 Tampak depan Puspita Martha <i>International Beauty School</i> , Jakarta	51
Gambar II.65 Denah lantai 1 Puspita Martha Jakarta	52
Gambar II.66 Denah lantai 2 Puspita Martha Jakarta	52
Gambar II.67 Denah lantai 4 Puspita Martha Jakarta	53
Gambar II.68 Koridor lantai 1	53
Gambar II.69 <i>Mini Retail</i>	54
Gambar II.70 Area resepsionis Puspita Martha <i>International Beauty School</i> , Jakarta	54
Gambar II.71 Area kelas <i>make-up</i> Puspita Martha <i>International Beauty School</i> , Jakarta	55
Gambar II.72 Struktur organisasi Puspita Martha <i>International Beauty School</i> Jakarta dan Bandung	55
Gambar II.73 <i>Make-up for ever</i>	56
Gambar II.74 <i>The London Make-Up School</i>	57
Gambar II.75 <i>Cosmoprof academy</i> , Singapore	58
Gambar II.76 Denah lantai 1	60
Gambar II.77 Denah lantai 2	61
Gambar II.78 Denah lantai 3	61
Gambar II.79 Dewi Saraswati	64
Gambar II.80 Dewi Saraswati	64
Gambar II.81 Dewi Saraswati	65
Gambar III. 1 Lokasi <i>site</i>	67
Gambar III.2 Site <i>Cascade Fashion House & Home Living</i>	68
Gambar III.3 Tampak depan <i>Cascade Fashion House & Home Living</i>	68
Gambar III.4 Lokasi <i>Cascade Fashion House & Home Living</i>	69
Gambar III.5 Pencahayaan pada <i>site</i>	69
Gambar III. 6 Vegetasi <i>site</i>	70
Gambar III.7 Sirkulasi kendaraan	70
Gambar III.8 Kebisingan lokasi <i>site</i>	70
Gambar III. 9 <i>View</i> sekitar lokasi <i>site</i>	71

Gambar III.10 Fasad depan Cascade	71
Gambar III.11 Pintu masuk Cascade	72
Gambar III.12 Kolom di Cascade	72
Gambar III.13 Void di Cascade	73
Gambar III.14 Eskalator di Cascade	73
Gambar III.15 View dari lantai 3 Cascade (area terbuka)	74
Gambar III.16 Struktur organisasi <i>International make-up school</i> by Puspita Martha	75
Gambar III.17 <i>Flow activity</i> siswa	80
Gambar III.18 <i>Flow activity</i> instruktur	81
Gambar III.19 <i>Flow activity</i> fotografer	81
Gambar III.20 <i>Flow activity</i> model	82
Gambar III.21 <i>Flow activity</i>	82
Gambar III.22 <i>Bubble diagram</i>	96
Gambar III.21 Denah semi <i>basement</i>	97
Gambar III.22 Denah lantai dasar	98
Gambar III.23 Denah lantai 1	98
Gambar III.24 Denah lantai 2	99
Gambar III.25 Denah lantai 3	100
Gambar III.26 Denah semi <i>basement</i>	101
Gambar III.27 Denah lantai dasar	102
Gambar III.28 Denah lantai 1	103
Gambar III.29 Denah lantai 2	103
Gambar III.30 Denah lantai 3	104
Gambar III. 31 <i>Mind map</i> konsep	105
Gambar III.32 Bentuk	107
Gambar III.33 Bentuk	107
Gambar III.34 Dewi Saraswati	108
Gambar III.35 Warna	109
Gambar III. 36 Warna	109

Gambar III.37 Pola	110
Gambar III.38 Tekstur	110
Gambar III.39 Tekstur	110
Gambar III.40 Pencahayaan langsung	111
Gambar III.41 Pencahayaan tidak langsung	111
Gambar III.42 <i>AC split</i>	112
Gambar III.43 <i>AC central</i>	112
Gambar IV.1 Konsep bentuk	113
Gambar IV.2 Konsep warna	114
Gambar IV.3 Konsep pola	114
Gambar IV.4 Konsep tekstur	115
Gambar IV.5 Konsep material	115
Gambar IV.6 Pencahayaan langsung di area <i>exhibition</i>	116
Gambar IV.7 Pencahayaan tidak langsung di area resepsionis	116
Gambar IV.8 Denah <i>semi basement</i>	117
Gambar IV.9 Denah lantai dasar	117
Gambar IV.10 Denah lantai 1	118
Gambar IV.11 Denah lantai 2	119
Gambar IV.12 Denah lantai 3	119
Gambar IV.13 Denah khusus <i>bridal package make-up class</i>	120
Gambar IV. 14 Tampak potongan <i>bridal package make-up class</i>	120
Gambar IV.15 Denah <i>exhibition</i>	121
Gambar IV.16 Tampak potongan <i>exhibition</i>	122
Gambar IV.17 Denah <i>personal make-up class</i>	123
Gambar IV.18 Tampak potongan <i>personal make-up class</i>	123
Gambar IV.19 <i>Photographic & fashion make-up class</i>	124
Gambar IV.20 Tampak potongan <i>photographic & fashion make-up class</i>	124
Gambar IV.21 Denah resepsionis dan <i>make-up retail</i>	125
Gambar IV.22 Tampak potongan resepsionis dan <i>make-up retail</i>	126

Gambar IV.23 Perspektif resepsionis	127
Gambar IV.24 Perspektif <i>exhibition</i>	127
Gambar IV. 25 Perspektif <i>make-up retail</i>	128
Gambar IV. 26 Perspektif <i>photographic & fashion make-up class</i>	128
Gambar IV. 27 Perspektif <i>bridal package make-up class</i>	129
Gambar IV. 28 Perspektif <i>personal make-up class</i>	129
Gambar IV. 29 Perspektif meja resepsionis	130
Gambar IV. 30 Perspektif <i>meja make-up</i>	130
Gambar IV. 31 Perspektif <i>wardrobe</i>	131
Gambar IV. 32 Perspektif meja kasir	131
Gambar IV.33 Perspektif <i>retail shelf</i>	132
Gambar IV.34 Perspektif meja di kelas <i>photographic & fashion make-up</i>	132



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Tabel peralatan mekanik <i>make-up</i>	18
Tabel II.2 Tabel peralatan yang terdapat pada kelas <i>make-up</i> di Puspita Martha International Make-up School	19
Tabel II.3 Perangkat pembentuk cahaya di studio fotografi	34
Tabel II.4 Tabel pencahayaan di ruang seminar	38
Tabel III.1 Tabel analisa <i>site</i>	69
Tabel III.2 Tabel analisa bangunan	71
Tabel III.3 Tabel program dan major International make-up school by Puspita Martha	83
Tabel III.4 Tabel ruang kelas dan silabus	84
Tabel III.5 Tabel ruang pembagian kelas	87
Tabel III.6 Tabel aktivitas di kelas <i>make-up</i>	89
Tabel III.7 Tabel kebutuhan ruang	90
Tabel III. 8 Tabel implementasi konsep	106