

BAB I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang


Sesuai perkembangan jaman modern ini, perkembangan dunia kosmetika atau yang biasa dikenal dengan nama make up semakin berkembang pesat. Dimana semakin banyak jenis make up yang telah diperbarui. Make up atau kosmetik merupakan suatu zat berwarna yang digunakan pada tubuh atau bagian tubuh tertentu akan menghasilkan warna untuk meningkatkan penampilan diri dan juga untuk menutupi kekurangan diri secara fisik.

Make up sudah ada sejak jaman Mesir kuno, selain untuk mempercantik diri, fungsi make up jaman mesir kuno untuk mengetahui derajat kaya miskin seseorang dengan pemakaian make up yang pada saat ini yang dikenal dengan eyeliner. Pada jaman Yunani Make up juga digunakan oleh para wanita Yunani kelas atas yang menunjukkan status sosial dan wanita Yunani menggunakan arang atau batu bara untuk bagian alis dan kelopak mata.

Setiap tahunnya, TIME merilis daftar istimewa bertajuk 'The 25 Best Inventions'. Daftar ini berisi seluruh penemuan terbaik yang membawa perubahan pada kehidupan manusia. Daftar 'The 25 Best Inventions 2017' diisi oleh sederet benda unik berteknologi tinggi. Di antara seluruh penemuan canggih tersebut, Fenty Beauty berhasil mendapat tempat sebagai salah satu penemuan terbaik pada 2017. Kosmetik milik Rihanna ini masuk dalam daftar berkat konsep *diversity* atau keberagaman. Fenty Beauty merilis sekitar 40 warna foundation yang sesuai dengan warna kulit perempuan. Mulai dari foundation pucat untuk ras Kaukasia berkulit

putih, kuning langsung untuk orang Asia, hingga coklat tua untuk kamu yang berkulit gelap. Semuanya lengkap tersedia.

Perusahaan make up hanya menyediakan make up untuk yang berkulit cerah hingga medium, baik dari produk dan iklan, dan mengesampingkan perempuan dengan kulit berwarna. Inilah yang jadi alasan mengapa Rihanna menciptakan foundation dengan begitu banyak warna. Fenty Beauty adalah brand make yang memiliki 40 shades colour foundation dari warna gelap ke terang, karena brand make make up lain hanya memiliki warna foundation dari medium ke terang.



"FENTY BEAUTY WAS CREATED FOR EVERYONE: FOR WOMEN OF ALL SHADES, PERSONALITIES, ATTITUDES, CULTURES, AND RACES. I WANTED EVERYONE TO FEEL INCLUDED. THAT'S THE REAL REASON I MADE THIS LINE."
XX RIHANNA

Gambar 1. Fenty Beauty Quote
sumber : www.fentybeauty.com, 2018

Keputusan Rihanna untuk membuat foundation dengan pilihan warna sebanyak ini sekaligus mematahkan alasan beberapa beauty brands yang masih belum mau menambahkan pilihan warna foundation-nya dengan warna-warna gelap. Meskipun tentunya sudah ada kemajuan dibandingkan beberapa tahun lalu, tapi kalau respon konsumen WoC (women of color) terhadap foundation Fenty Beauty masih sebesar ini, berarti sebenarnya para beauty brand tersebut masih bisa mewedahi kebutuhan mereka lebih maksimal lagi. Yang spesial dari Fenty Beauty tentu tidak hanya di foundation aja, ada juga produk-produk lain seperti face primer, highlighter, contour sticks, brush, beauty sponge, lipstik dan juga blotting paper.

Di tengah-tengah situasi politik dan isu ras yang lagi panas-panasnya di Amerika Serikat, Fenty Beauty hadir dengan membawa sebuah gerakan dengan wadah kosmetik. Ada nilai-nilai yang dibawa, bahwa semua perempuan berhak mendapatkan *privilege* yang sama, termasuk dalam memilih foundation yang cocok dengan warna kulit mereka. Banyak perempuan berkulit gelap yang masih kesulitan. Lewat Fenty Beauty, Rihanna menyorot isu sosial lain yang lebih jauh dari sekedar kosmetik dan secara tidak langsung turut mengajak orang-orang yang mungkin tadinya tidak peduli menjadi lebih *aware*. *Fenty Beauty is not just a beauty brand, it's a beauty brand with a movement and real delivery.*

Bali tak lagi hanya mengandalkan wisata pantainya yang indah. Head of Tourism Marketing Division Dinas Pariwisata Bali, Nyoman Wardawan mengungkapkan, Bali punya segudang inovasi dan strategi untuk menarik turis. Pulau Bali dinobatkan sebagai destinasi terbaik di dunia. Penghargaan ini diberikan oleh Trip Advisor lewat Travellers Choice Awards 2017. Mengutip situs resmi Trip Advisor, Kamis (13/4/2017), Bali menduduki peringkat pertama dari 25 destinasi terbaik di dunia. Mengalahkan destinasi-destinasi di Eropa, Amerika, sampai Timur Tengah. "Pulau Bali di Indonesia menjadi destinasi favorit baik untuk wisatawan yang butuh rileksasi sekaligus petualangan," begitu ulasan tentang Bali yang dikutip dari situs Trip Advisor.

Banyaknya wisatawan domestik maupun mancanegara yang berlibur ke Bali ingin selalu tampil cantik, hal tersebut berbanding terbalik dengan sedikitnya store makeup yang ada di Bali. Bali sendiri hanya memiliki 3 store make up yang bersekala internasional yaitu Sephora, Clinique dan Make Up For Ever, sedangkan kebutuhan akan make up sangat tinggi. Ini merupakan sebuah peluang yang sangat

bagus untuk membangun store makeup di Bali untuk memenuhi kebutuhan akan make up dan alat kecantikan lainnya. Perancangan Fenty Beauty store ini di harapkan memiliki desain dan fasilitas penunjang yang baik dan nyaman di gunakan untuk pelanggan. Kedepannya setelah hadirnya Fenty Beauty store ini makin menambah daya tarik wisatawan yang akan berwisata ke Bali yang selalu ingin tampil cantik saat berlibur ke bali.

Perancangan retail Fenty Beauty sangat mendukung untuk dibangun di Bali karena retail makeup yang bertaraf international masih sangat kurang.

1.2 Identifikasi masalah

1. Masih sangat sedikit retail makeup yang bertaraf international yang ada di Bali sementara kebutuhan wanita masa kini semakin meningkat.
2. Tidak adanya fasilitas Beauty Class pada retail makeup yang ada di Bali dan tidak ada fasilitas yang menarik pengunjung pada retail makeup yang terdapat di Bali.

1.3 Ide / Gagasan Perancangan

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis ingin merancang konsep make up store yang memiliki desain dan fasilitas penunjang wisatawan untuk mendapatkan edukasi atau pengalaman selama berlibur. Perancangan konsep make up store ini ditujukan untuk kaum hawa usia 16-70 tahun yang sangat memerlukan alat kecantikan untuk mempercantik diri. Perancangan konsep make up store ini memiliki fasilitas yang menarik pengunjung dimana konsumen dapat datang untuk

belajar pada penggunaan make up yang baik sesuai keinginan wisatawan dan mendapatkan edukasi secara tidak langsung dengan pengaplikasian dari make up tersebut. Terdapat Fenty Beauty Playgroud dimana wisatawan tertarik karena terdapat foto booth yang terdapat fasilitas tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara untuk menerapkan desain yang sesuai dengan citra Fenty Beauty by Rihanna yang akan di bangun di Bali agar pengunjung tertarik untuk datang?
2. Bagaimana merancang Beauty Class dan merancang fasilitas yang menarik pengunjung sesuai dengan citra dan karakter Fenty Beauty ?

1.5 Tujuan Perancangan

1. Merancang retail Fenty Beauty sesuai dengan citra dan konsep yaitu *exotix*, *confident* dan *beauty*.
2. Menyediakan sarana fasilitas edukasi dan hiburan yaitu Beauty Class dan Fenty Beauty Playgroud untuk wisatawan dapat belajar merias wajah dengan menikmati fasilitas dari Fenty Beauty Playground.

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat Make Up Store bagi wisatawan :

1. Mendapatkan edukasi dan pengalaman bagaimana menggunakan make up yang sesuai dengan warna kulit.

2. Mejadikan sarana Fenty Beauty Play ground sebagai daya tarik pengunjung datang ke Retail Fenty Beauty.

Manfaat Make Up Store Bagi Bali :

1. Menambah pengetahuan konsumen terhadap cara merias wajah.
2. Menambah daya tarik wisatawan untuk datang ke retail Fenty Beauty.

Manfaat bagi penulis :

1. Menambah wawasan
2. Dapat mengetahui cara mendesain beauty store

1.7 Ruang Lingkup Perancangan

Fasilitas yang terdapat di *fenty beauty by rihanna* ini diantaranya yaitu :

1. Store makeup Fenty Beauty
2. Beauty Class
3. Fenty Beauty Makeup Studio
4. Fenty Beauty Play Ground

1.8 Sistematika Penulisan

Bab I berisi tentang pendahuluan.

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, ide / gagasan perancangan , rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, dan ruang lingkup perancangan.

Bab II berisi tentang studi literatur tentang make-up, laboratorium make up, studi banding dan literatur konsep.

Bab III berisi tentang analisis data perancangan deskripsi proyek, deskripsi site, analisa fungsi, analisa site, analisa bangunan, identifikasi user, flow activity, tabel kebutuhan ruang, tabel program, tabel kelas, bubble diagram, zoning-blocking, ide implementasi konsep, dan sketsa ide.

