BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri musik K-Pop atau *Korean Pop* telah menyebar sejak awal tahun 2017 yang pertama kali diperkenalkan di Korea Selatan. Awalnya industri ini ditujukan khususnya bagi negara - negara di Asia Timur, namun faktanya musik ini kian mendunia. Meluasnya kiblat musik K-Pop disebabkan oleh berbagai prestasi yang berhasil diraih boy group maupun girl group.

Berbagai grup kpop mendunia dengan berprestasi mencapai peringkat tinggi di tangga musik internasional maupun penjualan album yang melampaui rekor sebelumnya. Dengan ini grup K-Pop dapat disebut sebagai group yang sukses dalam skala nasional maupun internasional. Salah satu boy group K-Pop yang prestasinya berhasil diakui dalam skala nasional dan internasional yaitu BTS.

BTS, yakni boy group K-Pop bentukan Big Hit Entertaiment yang berasal dari Korea Selatan . Boy group K-Pop ini mulai populer setelah 2 tahun debutnya. Dengan perjalanan yang panjang, kini mereka berhasil menerima penghargaan musik Daesang terbanyak di Korea Selatan. Daesang merupakan penghargaan tertinggi terhadap musisi di Korea Selatan (GHAZWANI, 2019).

Seluruh pencapaian ini pastinya tidak lepas dari peran fans yang selalu mengikuti aktivitas BTS. BTS memiliki fandom, yaitu nama besar dari fansnya dengan julukan A.R.M.Y yang berdasarkan tokopedia pada tahun 2021 (tokopedia.com) diperkirakan mencapai 18 juta orang di seluruh dunia. Berdasarkan angka tersebut, Indonesia menempati peringkat fanbase tertinggi se-Asia. Perasaan seperti keluarga menjadi pendorong antar fans ini untuk membentuk komunitas atau fanbase (Diari, N. M. S. K., & Mahyuni, 2019).

Layaknya fanbase kpop lainnya, A.R.M.Y. Indonesia juga tidak jarang menunjukkan berbagai kontribusi sebagai bentuk kecintaannya pada idola dengan melakukan berbagai kegemaran, seperti *gathering, mass voting, cover dance,* membuat *fan-art dan fan-fiction,* mengoleksi merchandise BTS serta donasi / *charity* bagi organisasi sosial dan lingkungan. (KBBI) hobi atau kesenangan istimewa ini merupakan bentuk hiburan atau *entertainment* bagi A.R.M.Y, mereka mendukung BTS dengan aktivitas kreatif melalui hobinya. Dari berbagai hobi tersebut, kegiatan membuat fan-fiction, fan-art dan *dance cover* dipelajari A.R.M.Y secara outodidak (KBBI), yaitu mendapatkan keahlian dengan belajar sendiri.

Untuk saat ini A.R.M.Y Indonesia melakukan berbagai aktifitas kreatif di tempat yang tidak tetap seperti café untuk skala kecil dan hotel untuk skala besar. Di negara asia lainnya tersedia wadah khusus bagi mereka, yang salah satunya merupakan café dengan tema BTS. Di sisi lain, Indonesia belum memiliki tempat khusus untuk mereka berkumpul.Maka dari itu diperlukan sebuah wadah sebagai pusat kegiatan kreatif bagi user.

Dari berbagai kota di Indonesia, kota Bandung merupakan kota yang tepat bagi perancangan *BTS Fans Creative Center* di Indonesia. (Simatupang, T. M., Yudoko, G., Handayati, Y., Pascasuseno, A., Permadi, K., & Listiani, 2008) Bandung sebagai kota seni memiliki masyarakat dengan kreativitas yang tinggi. Sumber daya manusia di Bandung umumnya menjadi potensi yang didukung dari banyaknya institusi pendidikan dan tempat untuk menimba ilmu seni dan desain. Ismail, O. A., Haryati, R. S., & Haqqu, R. (2020) Selain itu, jumlah A.R.M.Y di Indonesia khususnya Kota Bandung hingga tahun 2017 diperkirakan mencapai tiga ribu orang. Dengan didirikannya *BTS Fans Creative Center* di Bandung akan mendukung daya tarik wisata bagi A.R.M.Y di Indonesia untuk berkunjung ke kota Bandung, khususnya bagi wisata kreatif .

BTS Fans Creative Center merupakan wadah khusus yang berfungsi sebagai pusat *entertainment* dan edukasi autodidak, yaitu melaksanakan aktivitas kreatif bagi A.R.M.Y, seperti *dance cover*, membuat fan-art, fan-fiction, berbelanja *merchandise* dan album BTS, serta fasilitas penunjang seperti café dan mini bar. Berbagai karya *user* yang berhubungan dengan BTS juga dipamerkan melalui galeri fan-art. *BTS Fans Creative Center* Ini dirancang sebagai bentuk apresiasi terhadap karya mereka yang akan diperkenalkan kepada pengunjung.

Berdasarkan fenomena diatas, dapat dipahami bahwa *BTS Fans Creative Center* merupakan wadah yang sangat dibutuhkan bagi *user* untuk melaksanakan berbagai aktifitas kreatif dengan fasilitas yang nyaman, hal ini dikarenakan jumlah *user* yang banyak sementara tidak tersedianya wadah khusus secara terpusat di Indonesia. Maka dirancanglah *BTS Fans Creative Center* untuk menjaga kreatifitas dari hobi *user*.

1.2 Identifikasi Masalah

BTS merupakan salah satu boy band yang telah mendunia dengan berbagai prestasinya. Prestasi ini berhasil didapatkan berkat dukungan dari fansnya, yaitu A.R.M.Y. Indonesia menempati urutan pertama sebagai jumlah A.R.M.Y terbesar di Asia. Akan tetapi Indonesia tidak memiliki wadah yang dapat secara khusus memfasilitasi seluruh kegiatan kreatif

user yang berhubungan dengan BTS, padahal wadah ini sangat dibutuhkan untuk memberikan *entertainment* dan edukasi serta menjaga semangat kekompakan *user* dan dapat memberikan dukungan yang nyata terhadap BTS. Selain itu, melihat potensi Bandung sebagai kota seni sekaligus kota wisata, maka *BTS Fans Creative Center* akan mendukung daya tarik masyarakat di luar Kota Bandung, khususnya di Indonesia untuk berwisata.

1.3 Ide Perancangan

Berdasarkan permasalahan ini, maka gagasan yang dapat diusung yaitu menyediakan fasilitas -fasilitas untuk *user*, seperti tempat berkumpul / gathering yang menyediakan fasilitas untuk streaming bersama. Menyediakan area fan-fiction dan fan-art room, galeri fan-art bagi *user*, menyediakan ruang khusus cover dance . Menyediakan tempat untuk menjual berbagai *merchandise* dan album BTS, dan tempat menjual *food and bevarage* berupa café dan *mini bar* sebagai tempat berkumpul santai sambil menyantap makan dan minuman.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi, maka dapat dijabarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang wadah bagi komunitas A.R.M.Y yang memfasilitasi aktivitas dan kebutuhan yang beragam?
2. Bagaimana merancang interior sebuah pusat *entertainment* dan edukasi autodidak bagi komunitas yang dapat merepresentasikan bahwa A.R.M.Y selalu kreatif dalam berkontribusi mendukung BTS?

1.5 Tujuan Perancangan

Melalui rumusan masalah diatas, maka tujuan dari perancangan desain interior *BTS Fans Creative Center* adalah sebagai berikut:

1. Merancang wadah yang memfasilitasi segala aktivitas dan kebutuhan komunitas A.R.M.Y yang beragam.
2. Merancang interior pusat *entertainment* dan edukasi autodidak bagi komunitas yang dapat mempresentasikan bahwa A.R.M.Y selalu kreatif dalam berkontribusi mendukung BTS .

1.6 Manfaat Perancangan

Tugas akhir ini kiranya dapat memberikan manfaat bagi fanbase BTS di Indonesia, diantaranya :

1. Dapat menjadi wadah bagi fanbase BTS khususnya di Indonesia untuk mengeksplorasi berbagai kegiatan kreatif .
2. Memfasilitasi kebutuhan ruang fanbase BTS di Indonesia sesuai dengan aktifitasnya.
3. Menyediakan fasilitas yang nyaman sebagai tempat berkumpul fanbase BTS di Indonesia.

1.7 Ruang Lingkup

Perancangan *BTS Fans Creative Center* berlokasi di Bandung dengan target utama adalah A.R.M.Y daerah Kota Bandung dan kawasan di dekatnya yaitu Jabodetabek. Tema perancangan yang digunakan adalah "*Dare to moving on your dream"* dengan konsep "*Unfold Another Chapter*". Perancangan *BTS Fans Creative Center* ini mencakup berbagai area publik seperti:

1. *Gathering Area*

Area ini memfasilitasi kegitan berkumpul A.R.M.Y dengan disediakannya panggung cover dance dan tempat untuk menyaksikan cover dance ataupun *music video*.

2. *Cafe dan mini bar*

Cafe ini merupakan penunjang *gathering area*. Di *café* ini pengunjung dapat memesan *baverage* dengan packaging yang unik bertemakan BTS.

3. *Fan art room*

Ruangan ini memfaslitasi kegiatan khusus A.R.M.Y untuk membuat karya seni. Aktivitasnya berupa melukis dan menggambar. Media yang digunakan untuk menggambar yaitu cat air, cat aklirik, tablet, hp, dan laptop.

4. *Dance Studio*

Ruangan ini memberikan kebebasan bagi A.R.M.Y untuk berlatih menari serta melakukan *recording* dari cover dance, untuk itu disediakan spot yang fleksibel untuk mengganti backdrop.

5. *Retail merchandise and album*

Retail ini dihadirkan sebagai penyedia kebutuhan A.R.M.Y untuk memiliki dan mengoleksi *merchandise* dan album BTS.

6. *Galeri fan art*

Galeri ini menjadi pengenalan karya seni A.R.M.Y kepada pengunjung. Karya yang ditampilkan dalam galeri ini yaitu lukisan, gambar, dan video yang telah dipilih oleh kurator *BTS Fans Creative Center*.

7. Photo AR Zone

Ruangan ini memfasilitasi A.R.M.Y untuk berfoto dengan anggota BTS secara virtual melalui teknologi AR. Pengunjung dapat mencetak foto di tempat secara langsung untuk dapat dibawa pulang.

8. Office Area

Area ini mencakup fasilitas back office yaitu executive office, staff office, ruang control, meeting room, pantry dan ruang istirahat outdoor.

9. Service Area

Area ini merupakan pendukung dari fasilitas yang ada di perancangan ini. Area ini mencakup ruang staff service, ruang staff retail dan café.

1.8 Sitematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang perancangan, identifikasi masalah, ide perancangan, rumusan permasalahan, tujuan perancangan, manfaat perancangan, ruang lingkup perancangan, serta sistematika penulisan. Keseluruhannya membahas perancangan untuk dipahami pembaca.

BAB II BTS *FANS CREATIVE CENTER*

Bab ini berisi mengenai kajian literatur mengenai objek perancangan. Kajian teori mencakup sejarah BTS dan komunitasnya fansnya yaitu A.R.M.Y, kemudian diuraikan teori yang berkaitan dengan konsep yang akan diterapkan. Selain itu diuraikan beberapa teori pendukung, yaitu standar desain interior berkaitan dengan fasilitas yang akan dirancang. Pada bab ini juga menjelaskan studi banding yang sesuai dengan perancangan ini.

BAB III DESKRIPSI DAN PROGRAM PERANCANGAN *BTS FANS CREATIVE CENTER*

Bab ini mendeskripsikan hasil analisa user,flow activity, matriks kedekatan ruang, tabel kebutuhan ruang, bubble diagram, zoning blocking dan analisa site yang dipilih. Dalam bab ini juga dijelaskan tema dan konsep yang menjadi jawaban permasalahan bagi perancangan ini

BAB IV PERANCANGAN DESAIN INTERIOR *BTS FANS CREATIVE CENTER*

Bab ini menjelaskan implementasi programming dan konsep pada layout ruang dan elemen- elemen desain.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran yang didasari dari pertanyaan pada rumusan masalah perancangan *BTS Fans Creative Center* ini.

Universitas Kristen Maranatha