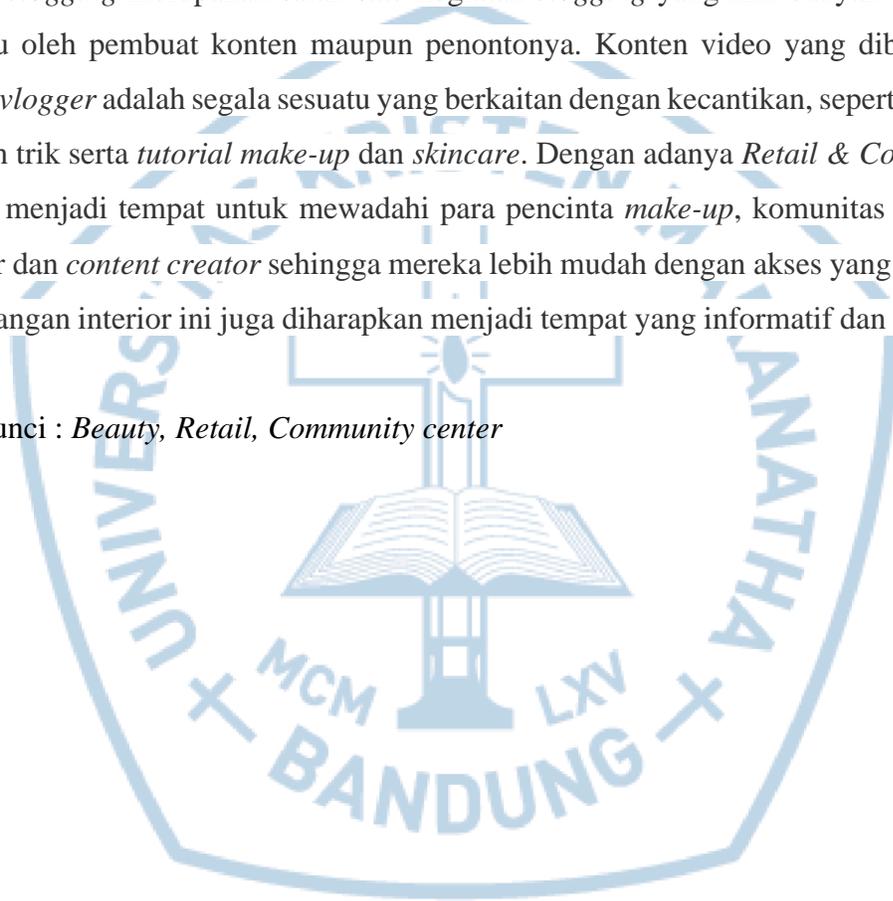


ABSTRAK

Pertumbuhan industry kecantikan didorong oleh meningkatnya gaya hidup dan kesadaran masyarakat terutama wanita untuk memperhatikan penampilan dan mempercantik diri. Hal ini memunculkan *public figure* yang memiliki pengetahuan dan *skill* pada bidang kecantikan baik yang lebih dikenal dengan istilah *beauty-vlogger*. *Beauty vlogging* merupakan salah satu kegiatan *vlogging* yang kini banyak diminati, baik itu oleh pembuat konten maupun penontonya. Konten video yang dibuat oleh *beauty vlogger* adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kecantikan, seperti berbagi tips dan trik serta *tutorial make-up* dan *skincare*. Dengan adanya *Retail & Community Center* menjadi tempat untuk mewadahi para pencinta *make-up*, komunitas bandung vlogger dan *content creator* sehingga mereka lebih mudah dengan akses yang tersedia. Perancangan interior ini juga diharapkan menjadi tempat yang informatif dan edukatif.

Kata kunci : *Beauty, Retail, Community center*



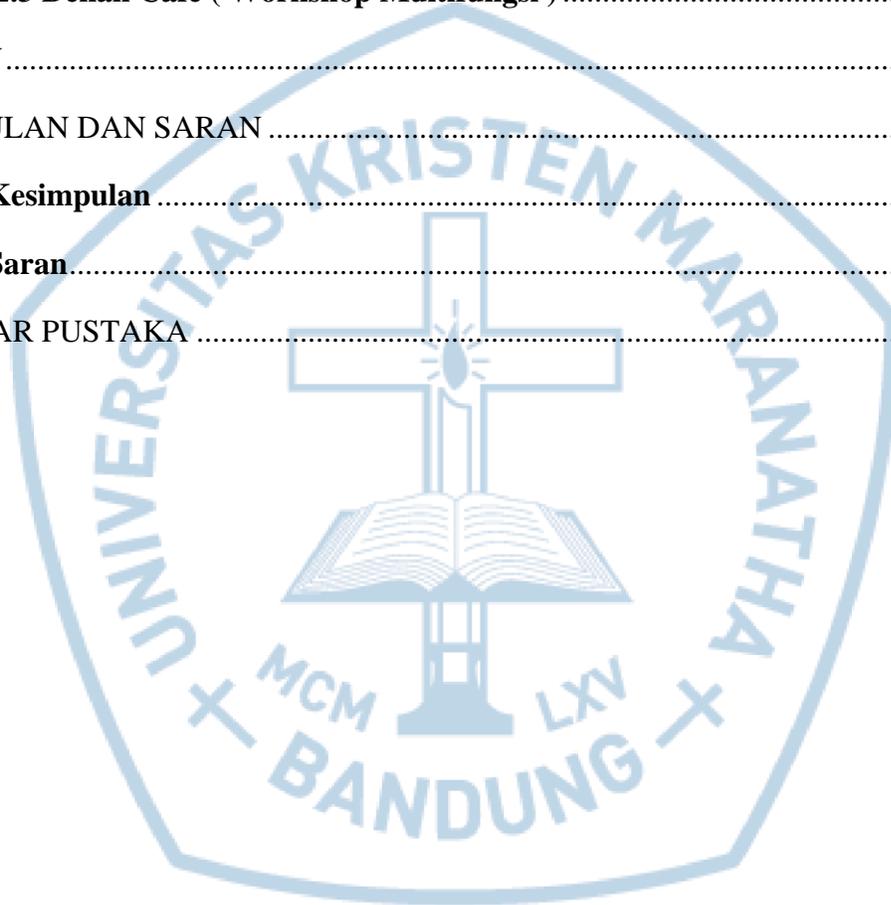
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
ABSTRAK	2
DAFTAR ISI.....	3
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR GAMBAR BAB II.....	7
DAFTAR GAMBAR BAB III.....	8
DAFTAR GAMBAR IV.....	9
BAB I	11
PENDAHULUAN.....	11
1.1 Latar Belakang	11
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Gagasan Perancangan Desain	13
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Perancangan	14
1.6 Manfaat Perancangan	14
1.7 Ruang Lingkup Perancangan	14
1.8 Sistematika Penulisan	15
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI TENTANG PERANCANGAN INTERIOR RETAIL & COMMUNITY CENTER FOR BEAUTY PRODUCT	16
2.1 Kecantikan	16
2.2 Pengertian <i>Make-up</i>	16

2.3 Fungsi <i>Make-up</i>	17
2.3.1 Jenis-jenis <i>Make-up</i>	17
2.3.2 Pengertian <i>Skincare</i>	18
2.3.3 Jenis Kulit	18
2.4 Beauty Vlogging	20
2.5 Community Center	21
2.6 Bandung Beauty Vlogger	22
2.7 Pengertian Retailing	23
2.7.1 Retailing mix/ Pembauran Ritel	24
2.7.2 Fungsi dan Karakteristik Retailing	26
2.8 Pengertian Store Atmosphere	27
2.8.1 Tujuan dan Faktor-Faktor <i>Store Atmosphere</i>	28
2.8.2 Elemen Store Atmosphere	29
2.8.3 Ergonomi Ritel	34
2.9 Pengertian Kafe	36
2.9.1 Pedoman Kafe	37
2.9.2 Pedoman Tata Letak Meja dan Kursi	38
2.9.3 Persyaratan Dapur	39
2.9.4 Persyaratan Ruang Makan	40
2.9.5 Ergonomi Kafe	41
2.10 Pengertian <i>Workshop</i>	47
2.10.1 Ergonomi Ruang <i>Workshop</i> Kecantikan	48
2.11 Studi Banding	49
2.11.1 Studi Banding 1 (Sociolla Offline Store Bandung)	50
2.11.2 Studi Banding 2 (Rumah Makeupuccino)	52

2.11.3 Studi Banding 3 (Summer Beauty House)	54
BAB III	56
IDENTIFIKASI DAN PROGRAM PERANCANGAN RETAIL & COMMUNITY CENTER FOR BEAUTY PRODUCT	56
3.1 Deskripsi Proyek	56
3.2 Deskripsi Site	56
3.2.1 Analisa Site	58
3.3 Analisa Fungsional	62
3.3.1 Identifikasi User	62
3.3.2 Struktur Organisasi	62
3.3.3 Flow Activity dan Job Description	62
3.4 Programming	69
3.4.1 Bubble Diagram	69
3.4.2 Zoning dan Blocking	70
3.4.3 Tabel Kebutuhan Ruang	73
3.5 Tema Perancangan	74
3.6 Konsep Perancangan	74
3.6.1 Konsep Bentuk	75
3.6.2 Konsep Warna	75
3.6.3 Konsep Material	76
3.6.4 Konsep Teksture	79
3.6.5 Konsep Pencahayaan	79
3.6.6 Konsep Penghawaan	80
BAB IV	81

PERANCANGAN INTERIOR RETAIL & COMMUNITY CENTER FOR BEAUTY PRODUCT	81
4.1 Denah General	82
4.2 Denah Khusus	85
4.2.1 Denah Resepsionis	85
4.2.2 Denah Retail	87
4.2.3 Denah Café (Workshop Multifungsi)	91
BAB V.....	94
SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95



DAFTAR GAMBAR

DAFTAR GAMBAR BAB II

Gambar 2.1 Statistik Jumlah Penanyangan Konten yang Berhubungan Dengan Kecantikan di Youtube dari Tahun 2006 hingga 2018	20
Gambar 2.2 Bandung Beauty Vlogger	22
Gambar 2.3 lebar Lintasan Publik Utama	34
Gambar 2.4 Lebar Lintasan Publik Kedua	35
Gambar 2.5 Hubungan Display?Visual.....	35
Gambar 2.6 Area Penjualan Tipikal/Pembeli Pada Posisi berdiri.....	36
Gambar 7 Tempat Penjualan Barang yang Umum.....	36
Gambar 2.8 Ergonomi Konter Untuk Makan Siang.....	41
Gambar 2.9 Konten Untuk Makan Siang/ Jarak Bersih Meja.....	41
Gambar 2.10 Ukuran Meja/Lebar Meja Minimal dengan Kedalaman Meja Minimal, Serta Optimal dan Minimal Yang diinginkan	42
Gambar 2.11 Ukuran meja/lebar meja optimal dengan kedalaman meja minimal, serta optimal dan minimal yang diinginkan.....	42
Gambar 2.12 Meja / kedalaman minimal dan optimal/jarak bersih vertical	43
Gambar 2.13 Meja/ Jarak bersih untuk pelayanan pramusaji dan sirkulasi	43
Gambar 2.14 jalur pelayanan/ Jarak bersih antar kursi	44
Gambar 2.15 Meja/ Zona jarak bersih minimal tanpa sirkulasi	44
Gambar 2.16 Jalur pelayanan/ Jarak bersih antar meja.....	44
Gambar 2.17 Jalur pelayanan/ jarak bersih antar sudut-sudut meja.....	45
Gambar 2.18 Tempat duduk bangket/Jarak bersih minimal	45
Gambar 2.19 Tempat duduk bangket/Jarak bersih yang direkomendasikan untuk mendapatkan keleluasaan pribadi secara akustik dan visual	46
Gambar 2.20 Tempat duduk stan dan jarak bersih sirkulasi	46
Gambar 2.21 Tempat duduk stan	47

Gambar 2.22 Ergonomi Meja rapat.....	48
Gambar 2.23 Ergonomi meja rapat/ pertimbangan atas pria dan Wanita	49
Gambar 2. 24 Rak Display Sociolla	50
Gambar 2.25 Rak display Sociolla.....	51
Gambar 2.26 Testing Area	51
Gambar 2.27 Fasad Rumah Makeupuccino	52
Gambar 2.28 Rak Display Rumah Makeupuccino.....	53
Gambar 2.29 Ruang Pertemuan Rumah Makeupuccino (Sumber : http://www.colored-canvas.com/2017/12/event-review-introducing-acne-series.html)	53
Gambar 2. 30 Kafe Rumah Makeupuccino (Sumber : https://www.misskarulina.com/2017/12/sunday-meet-up-with-Dermaluz-at-Rumah-Makeupuccino.html)	54
Gambar 2. 31 Area di Summer Beauty House	54
Gambar 2. 32 Beauty Lab Summer Beauty House (Sumber : https://kumparan.com/kumparanstyle/summer-beauty-house-rumah-kecantikan-untuk-para-beauty-entusiast/full)	55
Gambar 2.33 Royals Room and Lemonade Room.....	55

DAFTAR GAMBAR BAB III

Gambar 3 1 Tampak Depan Prima Rasa	56
Gambar 3 2 Peta letak prima rasa cabang pasir kaliki	57
Gambar 3 3 Peta area sekitar prima rasa pasir kaliki	58
Gambar 3 4 Diagram Struktur organisasi kepegawaian.....	62
Gambar 3 5 Diagram flow activity owner.....	63
Gambar 3 6 Diagram flow activity manager	64
Gambar 3 7 Diagram flow activity staf administrasi	64
Gambar 3 8 Flow activity staf resepsionis beauty space community	65
Gambar 3 9 Diagram flow activity staf ritel	65
Gambar 3 10 Diagram flow activity staf studio foto dan vlogging.....	66
Gambar 3 11 Diagram flow activity kasir.....	66
Gambar 3 12 Diagram flow activity waitress.....	67

Gambar 3 13 Diagram flow activity koki dan barista kafe	67
Gambar 3 14 Diagram flow activity peserta beauty workshop.....	68
Gambar 3 15 Diagram flow activity penyewa studio foto dan vlogging	68
Gambar 3 16 Diagram flow activity penyewa ruang workshop.....	68
Gambar 3 17 Diagram flow activity pengunjung ritel	68
Gambar 3 18 Diagram flow activity pengunjung kafe	69
Gambar 3 19 Bubble Diagram	69
Gambar 3 20 Zoning blocking lantai 1.....	70
Gambar 3 21 Zoning blocking lantai 2.....	71
Gambar 3 22 Zoning blocking lantai 3.....	72
Gambar 3 23 Tabel Kebutuhan Ruang.....	73
Gambar 3 24 Konsep Bentuk	75
Gambar 3 25 Konsep Warna	76
Gambar 3 26 Terrazo.....	77
Gambar 3 27 Copper Material.....	77
Gambar 3 28 Akrilik	78
Gambar 3 29 Cermin datar	78
Gambar 3 30 Kayu	79
Gambar 3 31 Tekstur.....	79
Gambar 3 32 Pencahayaan	80
Gambar 3 33 Penghawaan.....	80

DAFTAR GAMBAR IV

Gambar 4 1 Site Plam.....	81
Gambar 4 2 Denah General Lantai 1	82
Gambar 4 3 Denah General Lantai 2.....	83
Gambar 4 4 Denah General Lantai 3.....	83
Gambar 4 5 Potongan General A	84
Gambar 4 6 Potongan General B.....	84
Gambar 4 7 Denah Khusus Resepsionis	85

Gambar 4 8 Pola lantai resepsionis	86
Gambar 4 9 Potongan.....	86
Gambar 4 10 Prespektif Resepsionis.....	87
Gambar 4 11 Denah Retail.....	87
Gambar 4 12 Denah Pola Lantai Retail.....	88
Gambar 4 13 Prespektif Makeup.....	89
Gambar 4 14 Prespektif Ritel skincare.....	89
Gambar 4 15 prespektif ritel pop-up	90
Gambar 4 16 prespektif beauty bar	90
Gambar 4 17 prespektif skin bar	91
Gambar 4 18 Denah café.....	92
Gambar 4 19 Denah pola lantai café.....	92
Gambar 4 20 prespektif café bar	93
Gambar 4 21 prespektif café & workshop multifungsi.....	93

