

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini, banyak negara maju dan berkembang yang mulai mencari cara untuk mengenalkan budaya mereka kepada negara lain. Hal ini dilakukan selain untuk mengakrabkan budaya mereka dengan negara lain, juga bertujuan untuk memberikan suatu bukti nyata bahwa mereka merupakan negara yang dikenal di dunia. Pengenalan ini dilakukan dalam berbagai aspek kehidupan, seperti dalam aspek budaya, aspek kehidupan sosial, kerjasama dengan negara lain, dan sebagainya.

Contoh negara maju dan berkembang di dunia antara lain; Amerika Serikat, China, yang saat ini mulai dikenal seluruh penjuru Asia, dan dunia. Amerika Serikat, telah berkembang hampir di segala bidang, baik pemerintahan, budaya, ekonomi. Hal ini menyebabkan publik dunia menaruh perhatian pada Negara ini.

Negara Korea sendiri, saat ini telah masuk dalam daftar negara-negara maju dunia. Negara Korea, yang terbagi atas 2 (dua) bagian ini, tidak hanya dikenal perihal persetujuan *intern* antara Korea Utara dan Korea Selatan saja. Korea juga dikenal dengan budaya mereka yang sangat melekat dalam kehidupan masyarakatnya sehari-hari. Hal ini dilihat menarik bagi publik dunia, sehingga ingin mengenal Negara Korea lebih mendalam.

Korea Selatan banyak dikenal dan digandrungi oleh remaja putri dan ibu rumah tangga, hampir di seluruh Asia, karena jalan ceritanya yang menyentuh dan para pemain yang tidak hanya memainkan perannya dengan sangat baik, tetapi juga memiliki wajah yang oriental yang membuat penontonnya jatuh cinta. Tanpa kita sadari, melalui drama-drama ini, Korea Selatan mulai mengenalkan budaya mereka pada negara-negara Asia, tanpa terkecuali Indonesia.

Melalui drama-drama Korea ini, masyarakat kita mulai mengenal sedikit mengenai bagaimana tipikal kehidupan masyarakat Korea Selatan, bahasa dan nada bicara mereka, dan juga yang tidak kalah penting adalah makanan dan penganan Korea. Budaya ini dikenal di Korea Selatan sendiri dikenal dengan sebutan *Hallyu Wave* atau *Korean Wave*.

Di Korea Selatan, *Hallyu Wave* ini merupakan istilah untuk menyebarnya budaya pop Korea secara global di seluruh penjuru dunia. Banyak pengusaha yang melihat hal ini sebagai peluang usaha di Indonesia, dan mulai membuka usaha-usaha yang berkaitan dengan Korea, dan restoran merupakan salah satunya. Dan ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap makanan Korea ini menjadi menarik dalam perancangan Tugas Akhir.

Di Bandung sendiri, *hallyu wave* ini mulai mendapat perhatian. Banyaknya permintaan akan majalah yang berkaitan dengan Korea, musik, dan film drama telah menjadi peluang bisnis bagi sebagian pengusaha. Juga dapat dengan mudah kita temui restoran-restoran yang bertemakan makanan Korea, untuk memenuhi rasa ingin tahu masyarakat akan kuliner Negara Ginseng ini.

Restoran-restoran yang ada di Bandung saat ini telah memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memuaskan rasa ingin tahu akan cita rasa yang khas dari masakan Korea. Hanya saja, rata-rata restoran Korea yang ada, merupakan *family resto* yang menyajikan makanan *full course*. Padahal masyarakat tidak hanya ingin mencoba *full course* Korea saja, tetapi juga jajanan kaki lima Korea yang terlihat sangat menarik dan menggiurkan. Perancangan ini diangkat karena minimnya *Korean Foodcourt* menyajikan dan mengenalkan jajanan kaki lima Korea, di daerah Bandung.

## 1.2 Gagasan Konsep

Perancangan interior pada *Korean Foodcourt* ini adalah sebagai wadah bagi keluarga untuk berkumpul dan bercengkrama, sambil memenuhi keinginan untuk menyicipi hidangan Korea. Indonesia dan Korea Selatan sama-sama merupakan negara agraris. Sama-sama menyadari bahwa alam yang tenang dan damai dapat memberikan ketenangan dan memberikan kehangatan, terutama saat berkumpul dan bercengkrama dengan keluarga.

Kehidupan perkotaan yang padat dan penuh dengan kesibukan, menjadikan rumah sebagai pelarian dari segala kepenatan masalah. Bertemu dengan keluarga, sahabat, teman kantor, berkumpul untuk sekedar berbincang, menonton, ataupun makan bersama. Dengan suasana yang hangat dan tenang, sehingga setiap anggota dapat saling terbuka dan saling merasa nyaman, dan merasakan betapa pentingnya berkumpul dan berbincang. Oleh karena itu, konsep yang diterapkan pada *Korean Foodcourt* merupakan warung kaki lima di Korea Selatan yang dikenal dengan sebutan *Pojangmacha*; yang banyak terdapat di Korea Selatan dan digunakan untuk

berkumpul bersama rekan dan keluarga dan menyantap makanan dan minuman; dengan pengaplikasiannya dalam bentukan suasana ruang yang diterapkan dalam elemen-elemen interior pada *Korean Foodcourt* ini.

Perancangan *Korean Foodcourt* ini menawarkan tema yang bertujuan memberikan bentuk dan suasana lain dalam menikmati jajanan Korea Selatan, dimana pengunjung akan merasakan keseimbangan antara hubungan manusia dengan Tuhan, dengan alam, dan dengan manusia lainnya; yang terdapat pada unsur *Kun, Yi, Kon,* dan *Kam*, yang sesuai dengan filsafat hidup masyarakat Korea sendiri, yang dapat kita lihat tidak hanya dari makanannya, tetapi juga dari suasana yang diterapkan pada *Korean Foodcourt* ini.

### **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana menerapkan konsep *Pojangmacha* dengan tema *Kun, Yi, Kon,* dan *Kam* pada perancangan interior *Korean Foodcourt* di Bandung ?
2. Bagaimana merancang fungsi dan kebutuhan ruang serta sistem keamanan dan penghawaan yang sesuai dengan standart *Korean Foodcourt*?
3. Bagaimana merancang sebuah interior *Korean Foodcourt* yang menghadirkan suasana yang nyaman, kekeluargaan, dan berada seperti di Korea Selatan?

### **1.4 Tujuan Perancangan**

1. Menerapkan konsep *Pojangmacha* dengan tema *Kun, Yi, Kon,* dan *Kam* pada perancangan interior *Korean Foodcourt* di Bandung.
2. Merancang fungsi dan kebutuhan ruang serta sistem keamanan dan penghawaan yang sesuai dengan standart *Korean Foodcourt*.
3. Merancang sebuah interior *Korean Foodcourt* yang menghadirkan suasana yang nyaman, kekeluargaan, dan berada seperti di Korea Selatan.

## 1.5 Manfaat Perancangan

### 1.5.1 Manfaat bagi Masyarakat Luas

- Memberikan image baru dalam perancangan sebuah *foodcourt* di Bandung.
- Menjadi salah satu alternatif tempat berkumpul dan bertemu dengan banyak orang, di Bandung.

### 1.5.2 Manfaat bagi Desainer Interior dan calon Desainer

- Memberikan pengetahuan lebih mengenai budaya Korea, yang saat ini sedang marak digandrungi oleh masyarakat Indonesia. Dalam hal ini, terutama pada budaya tata cara makan dan pengenalan akan panganan-panganan asli Korea
- Memberikan tantangan untuk mendirikan sebuah *foodcourt* Korea yang memberikan suasana Korea Selatan didalamnya.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan, pada bagian ini, Penulis memaparkan mengenai latar belakang, gagasan konsep rumusan masalah, tujuan perancangan dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori, pada bagian ini, Penulis memaparkan landasan teori yang dapat dijadikan tolak ukur dalam mendesain, menguraikan, dan memaparkan. Definisi mengenai objek bahasan.

Bab III, Deskripsi Obyek, pada bagian ini, Penulis menjelaskan mengenai deskripsi desain proyek dan hasil dari observasi Penulis.

Bab IV, berisi tentang perancangan interior Foodcourt Jajanan Korea.

Bab V, berisi simpulan dari laporan tugas akhir dan saran.