

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern ini penampilan yang menarik adalah salah satu hal yang diutamakan oleh setiap orang, terutama bagi para wanita yang identik dengan keindahan dan kecantikan. Di Indonesia sendiri, bisnis kecantikan merupakan sumber terpenting bagi pemasukan negara. Jumlah penduduk sekitar 250 juta jiwa menjadikan Indonesia pasar yang menjanjikan bagi perusahaan kosmetik (Kemenperin, 2013). Dalam 10 tahun terakhir industri kecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia bertumbuh rata-rata 12% dengan nilai pasar mencapai sebesar 33 triliun Rupiah di tahun 2016. Tahun 2021 industri kecantikan di Indonesia diprediksi akan mengalami pertumbuhan paling besar dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia Tenggara. Menurut Euromonitor International, negara-negara berkembang, termasuk Indonesia memiliki kontribusi 51% bagi industri kecantikan global. Bahkan Kementerian Perindustrian mengatakan Indonesia diestimasikan akan menjadi pasar pertumbuhan utama di industri kecantikan pada 2021 mendatang (Safiera, 2016).

Pertumbuhan bisnis kecantikan di Indonesia yang meningkat pesat mempengaruhi standar kualitas dalam persaingan berupa tuntutan kebutuhan akan fasilitas kecantikan dan peningkatan keilmuan pada sumber daya manusia (SDM). Fenomena tersebut membuat pendidikan kejuruan bidang kecantikan pun mulai populer dan diperhitungkan sebagai kejuruan bergengsi di sektor industri. Berdasarkan data Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, pada 2017, Pendidikan yang menunjang keterampilan hidup telah menjamur di bisnis pendidikan, tata kecantikan menempati posisi ke-3 sebagai jumlah LKP terbanyak di Indonesia dengan jumlah lembaga pendidikan sebanyak 1.940 lembaga, sayangnya fasilitas pada pendidikan kecantikan masih kurang diukung dengan kelengkapan alat dan standar aspek ergonomi, hal itu mempengaruhi kegiatan aktivitas mengajar dan pengenalan alat kecantikan.

Indonesia adalah negara dengan keanekaragaman seni budaya dan masing-masing daerahnya memiliki ciri khas tersendiri. Sebagai negara beriklim tropis serta kaya akan warisan kecantikan, keberagaman suku bangsa dan budaya menjadi keunikan tersendiri bagi pengembangan industri kosmetik dan perawatan kecantikan yang potensial. Tetapi seiring perkembangan zaman, warisan akan tradisi tersebut mulai ditinggalkan, Hal ini terlihat dari brand kecantikan lokal yang mulai beralih ke ilmu kecantikan modern berbasis kimia dan teknologi, serta produk kecantikan brand luar yang mulai menjamur di

Indonesia. Riset yang dilakukan oleh Nielsen.com, berdasarkan data penjualan produk kecantikan pada tahun 2018, 69 persen konsumen menyukai produk dan perawatan kecantikan berbasis kimia dan teknologi sedangkan 31 persen masih memilih produk berbasis tradisi. Efisiensi, fleksibel, dan instan menjadi alasan utama bagi para konsumen beralih ke produk dan perawatan kecantikan berbasis kimia dan teknologi. 30% dari 51% brand lokal beranggapan bahwa unsur tradisi sudah dianggap kuno dan tidak lagi cocok untuk persaingan bisnis di zaman teknologi saat ini, hal itu menjadi gagasan utama peralihan produk dan perawatan kecantikan berbasis tradisi (organik) ke kimia dan teknologi (Nelson.com 2018).

Perdebatan di kalangan pakar kecantikan pun menuai pro dan kontra, Pakar kosmetikologis, dr Indira Tranggono beranggapan bahwa produk berbahan kimia dan penggunaan alat kecantikan yang berlebihan justru akan berdampak buruk bagi kulit, bahkan penggunaan kosmetik luar negeri kemungkinan besar tidak cocok dengan kulit Indonesia (Indie Market tabloid 2018). Dari beberapa brand lokal, beberapa diantaranya masih mempertahankan tradisi, salah satunya adalah Brand tertua Martha Tilaar, yang beranggapan bahwa keunikan dan kekayaan bahan alami dan tradisi perawatan kecantikan Indonesia adalah peluang besar bagi brand Indonesia untuk mampu menembus pasar global, kepekaan masyarakat global terhadap kesehatan, membuat produk berbahan alami akan lebih diminati dibandingkan dengan produk kimia dimasa mendatang, serta proses perawatan tradisi kecantikan yang unik juga akan menciptakan esensi tersendiri bagi para peminatnya. Hal itu dibuktikan dari angka penjualan produk kecantikan Martha Tilaar yang meningkat sebesar 34% di 2019 di pasar global dan tradisi perawatan kecantikan Indonesia yang mulai dipelajari dan diminati di kalangan global (Martha tilaargroup.com 2019). Tradisi bukan sebuah hambatan melainkan warisan budaya dan identitas jati diri Indonesia yang perlu dipertahankan dari generasi ke generasi. Untuk dapat bertahan di generasi kini dan mendatang diperlukan perubahan tetapi bukan menghilangkan, kecantikan berbasis tradisi dapat berjalan dan berkesinambungan bersama teknologi dan modernisasi. Puspita Martha Internasional Beauty School adalah perwujudan dari keselarasan pengangkatan unsur tradisi kedalam modernisasi dan teknologi. *Basic* yang diajarkan sekolah kecantikan ini adalah perawatan kecantikan luar dan dalam, dimana unsur ketenangan dan terapi tradisional (kecantikan dari dalam) didapat dari alam dan budaya tradisi setempat, sedangkan teknologi dan kimia herbal berperan sebagai perawatan kecantikan luar.

Berdasarkan penjelasan diatas, ditemukan permasalahan bahwa banyaknya peningkatan minat dibidang ilmu kecantikan di Indonesia, dibutuhkan Sekolah Kecantikan Nasional Indonesia yang dapat memenuhi standar fasilitas dan

sarana yang lengkap untuk menunjang kegiatan aktivitas mengajar dan pengenalan alat kecantikan serta perlu adanya pengembangan tradisi sebagai wujud identitas Indonesia yang relevan untuk modernisasi masa kini dan masa depan. Puspita Martha Internasional Beauty School dapat dijadikan *basic* Sekolah Kecantikan Nasional Indonesia dengan berbagai pertimbangan aspek budaya yang dapat mencerminkan Indonesia dan standarisasi sekolah yang telah bertaraf Internasional.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Fasilitas pada Sarana pendidikan belum cukup optimal untuk menunjang kegiatan belajar mengajar di Sekolah kecantikan
2. Anggapan unsur tradisi yang tidak lagi cocok di zaman teknologi dan modernisasi saat ini
3. Cara mengangkat /menyatukan unsur tradisi ke dalam modernisasi masa kini dan masa mendatang

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana wujud rancangan Puspita martha Internasional Beauty School sebagai sarana kegiatan belajar dengan prinsip budaya Indonesia dan bernuansa modern dengan perkembangan zaman, melalui pengolahan tata ruang dalam yang benar dan nyaman sesuai kebutuhannya.
2. Bagaimana cara merancang interior yang menarik dan nyaman mejadi satu wadah kebutuhan penggunanya?
3. Bagaimana cara mengoptimalkan unsur tradisi dan modernisasi dalam 1 wadah

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, tujuan perancangan yang dicapai dalam tugas akhir penulis adalah sebagai berikut :

1. Merancang beberapa fasilitas sekolah kecantikan sebagai sarana kegiatan belajar mengajar yang berlandaskan prinsip tradisi Indonesia yang disesuaikan dengan perkembangan zaman.
2. Merancang fasilitas sekolah kecantikan yang mengikuti standar kenyamanan ruang, dengan sasaran perancangan berupa rancangan penghawaan, memaksimalkan pencahayaan, dan suhu dalam ruang sesuai dengan standar-standar perancangan interior, dengan rancangan

yang memperhatikan sirkulasi dalam ruang, aktifitas kerja, cara mengolah lay-out ruang, serta material pendukung dalam ruang.

3. Merancang ruangan dengan penyesuaian khas budaya Indonesia yang representatif, guna mendukung emosi yang ingin ditampilkan dan disampaikan.

1.4 Metode Penelitian

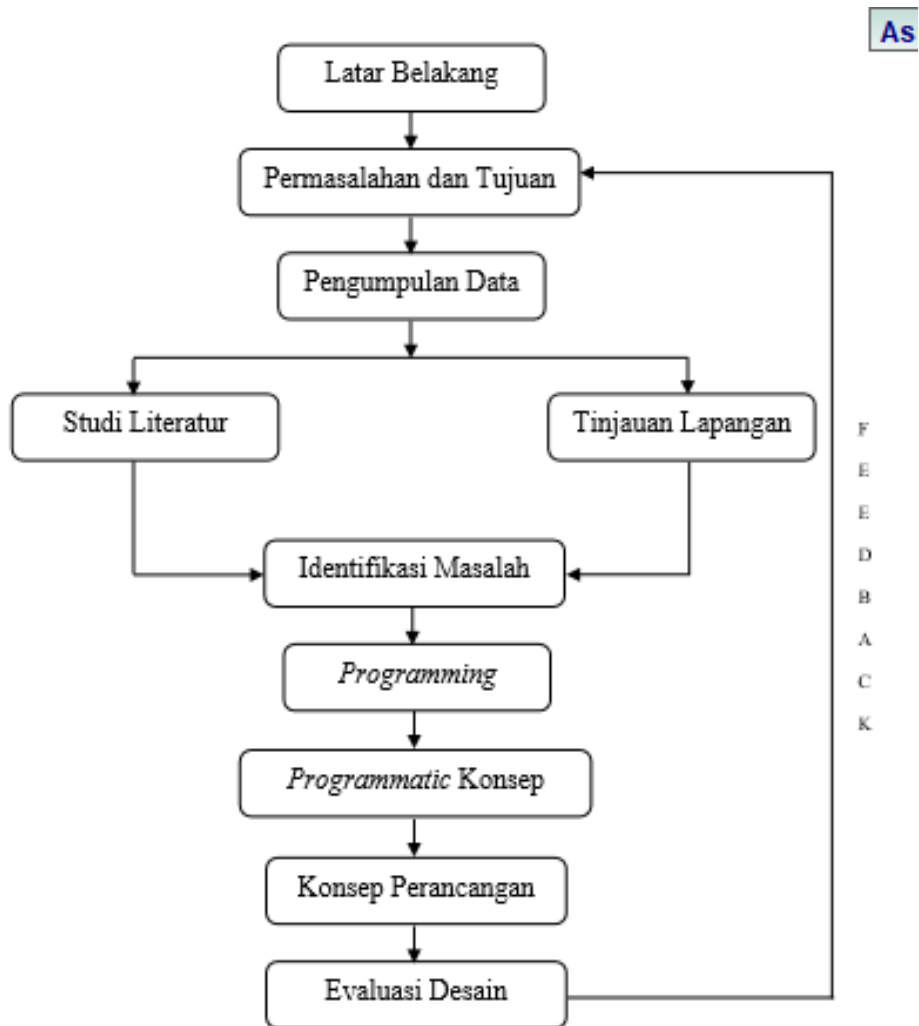
Dalam menyusun laporan diperlukan data-data serta informasi yang lengkap, relevan dan jelas. Oleh karena itu dalam mengumpulkan bahan-bahan serta mendapatkan data diperlukan penelitian yang terdiri dari :

1. Data Primer Penelitian dengan melakukan peninjauan langsung untuk mendapatkan data-data yang berhubungan langsung dengan objek Puspita Martha Internasional Beauty school Jakarta. Data-data dan informasi yang diperoleh dilakukan dengan cara observasi, interview, dan hasilnya di wujudkan dalam bentuk dokumentasi.
2. Data Sekunder Diperoleh dari studi literatur, buku-buku, majalah, jurnal, dan sebagainya yang berhubungan dengan tugas akhir. Data-data sekunder ini bertujuan untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan dalam perancangan Sekolah Kecantikan

1.5 Batasan Masalah

Dalam merancang Sekolah Kecantikan terdapat batasan fasilitas yang diperuntukan untuk kegiatan belajar. Fungsi ruang yang akan dirancang berupa Receptionis, Lobby, Ruang Guru dan Office, Ruang Kelas teori dan Praktek, Ruang Peralatan dan Bahan, ruang busana serta Ruang Auditorium catwalk.

1.6 Kerangka Penelitian



1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam perancangan Puspita Martha Internasional Beauty School adalah ;

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan mencakup Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Sasaran, Batasan Masalah dan Metode Penelitian.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Kajian teori berisi tentang uraian prinsip dan pembahasan teori mengenai proyek Puspita Martha Internasional Beauty School

BAB III ANALISA DESAIN

Merupakan uraian tentang program kegiatan dan program ruang yang akan melatar belakangi terciptanya karya desain interior meliputi definisi proyek, asumsi lokasi, status kelembagaan, struktur organisasi, program kegiatan, alur kegiatan, program ruang, besaran ruang, pembentuk ruang, pengisi ruang, sistem interior, sistem keamanan, sistem organisasi ruang, sistem sirkulasi pola hubungan antar ruang, zoning blocking.

BAB IV KONSEP DESAIN

Merupakan uraian tentang ide atau gagasan beserta tema, konsep warna, konsep bentuk, konsep material, konsep pencahayaan dan penghawaan, sign system, konsep keamanan yang akan melatar belakangi terciptanya karya desain interior

BAB V KESIMPULAN

Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisa data, evaluasi konsep perencanaan dan perancangan serta keputusan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN