

ABSTRAK

Berkembangnya zaman di era ini, dengan hiruk-pikuk kota Bandung serta tingkat mobilitas dan polusi yang tinggi membuat perawatan kecantikan mulai menjadi kebutuhan hidup dan gaya hidup di beberapa kalangan baik wanita maupun pria. Naavagreen Natural Skincare adalah klinik kecantikan yang memiliki visi untuk menyediakan layanan perawatan kecantikan kulit dan wajah yang alami, berkualitas tinggi, murah, prima dan terpercaya bagi semua orang. Naavagreen Natural Skincare juga merupakan klinik kecantikan yang dapat melayani pengunjung pria dan wanita. Namun setelah melakukan observasi, diketahui Naavagreen Natural Skincare di kota Bandung hanya memiliki 1 klinik dan terdapat beberapa permasalahan interior. Dengan adanya masalah yang telah dikemukakan, maka perancangan baru klinik kecantikan Naavagreen Plus di kota Bandung ini bertujuan untuk merancang klinik kecantikan Naavagreen yang merepresentasikan identitas brand yang menggunakan bahan alami dan natural. Hingga penataan ruang yang sesuai dengan kedekatan dan fungsi ruang, dan untuk memenuhi standar higienis dan memperhatikan privasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus di empat klinik kecantikan yaitu Naavagreen Plus Yogyakarta, Erha Clinic, MS Glow dan Natasha. Pengumpulan data dilakukan dengan survey dan kuesioner. Selanjutnya dianalisa untuk menggambarkan fenomena atau fakta penelitian.

Setelah melakukan perancangan baru, interior klinik kecantikan naavagreen plus disempurkan dengan merepresentasikan brand naavagreen yang mengusung bahan-bahan alami dan natural diaplikasikan pada elemen interior, melakukan zonasi higienitas pada area-area tertentu serta memenuhi standar higienis klinik dan mewujudkan klinik kecantikan yang memperhatikan privasi pengunjung.

Kata kunci: Klinik Kecantikan, Identitas Brand, Higienis, Privasi, Interior