

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Drastisnya perkembangan jaman dan teknologi memberikan dampak terhadap pola hidup manusia. Dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup tersebut manusia membutuhkan faktor penunjang, terutama di dalam segi kesehatan dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Salah satunya yang saat ini menjadi tren gaya hidup manusia modern dalam bidang kesehatan adalah kesehatan kulit. Pesatnya perkembangan jaman dan teknologi juga dapat mempengaruhi kondisi lingkungan yang semakin memburuk sehingga dapat berdampak pada kesehatan kulit manusia. Selain itu, sikap profesionalisme dalam pekerjaan juga menuntut penampilan terbaik saat bekerja, terutama saat bertatap muka dengan rekan kerja dan klien. Dengan adanya kebutuhan tersebut, maka solusi yang diberikan adalah dengan menyediakan beragam tempat perawatan kulit atau klinik kecantikan.

Klinik kecantikan adalah suatu klinik yang menawarkan jasa di bidang perawatan kesehatan dan kecantikan kulit, rambut, kuku, dan lain sebagainya. Terdapat klinik kecantikan yang banyak sering ditemui sekarang yaitu klinik kecantikan yang memberikan pelayanan kecantikan wajah maupun tubuh, dan konsultasi kesehatan kulit. Terdapat dua macam klinik kecantikan, yaitu *skincare* dan *beauty care*. *Skincare* merupakan klinik kecantikan yang melibatkan dokter guna melangsungkan tindakan medis dan dalam kegiatannya memakai berbagai macam alat medis yang memiliki teknologi tinggi guna melangsungkan proses perawatan pada konsumen. *Beauty care* merupakan klinik kecantikan yang tidak melibatkan peranan dokter dan tidak memakai alat medis, melainkan sebatas menciptakan racikan produk kecantikan (Noor *et al*, 2018).

Perawatan kulit dari wajah yang membuat tubuh sangat dibutuhkan oleh orang yang banyak melakukan aktivitas, terutama di luar ruangan. Orang yang beraktivitas di luar ruangan sering terpapar polusi dan radiasi sinar matahari yang sangat mempengaruhi kondisi kesehatan kulit. Maka dari itu, klinik kecantikan atau *skincare* menjadi salah satu pilihan perawatan yang diandalkan. Indonesia adalah negara yang mempunyai produk kecantikan yang lumayan besar jika dilihat berdasarkan jumlah populasi wanita usia 15 – 64 tahun yaitu di angka 34,21% dari jumlah seluruh penduduk Indonesia pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistik, 2020). Selain itu, dengan pesatnya perkembangan gaya hidup

manusia saat ini, produk kecantikan tidak hanya dikhususkan untuk wanita, melainkan bagi semua golongan laki-laki dan juga golongan perempuan.

Perkembangan klinik kecantikan di Bandung terjadi dengan pesat yang menimbulkan persaingan bagi setiap klinik kecantikan. Salah satu klinik kecantikan yang paling banyak adalah Erha. Erha merupakan klinik perawatan kulit yang memberikan pelayanan kepada masyarakat di bidang dermatologi dan menyediakan beragam jenis produk kecantikan berkualitas tinggi yang telah sesuai dengan anjuran dokter spesialis kulit yang aman bagi konsumen. Erha memiliki beberapa jenis pelayanan konsultasi dan perawatan yaitu Erha Dermacenter, Erha Clinic, dan Erha Apothecary, dimana ketiga jenis Erha tersebut memiliki fasilitas yang berbeda. Erha memberikan perawatan dengan konsep *Meet Your Personal Dermatologist* yang merupakan pelayanan perawatan yang diberikan oleh dokter spesialis kulit dengan cara pendekatan dan pendampingan kepada pengunjung, baik untuk produk maupun jasa pelayanan secara *personalized* kepada pengunjung. Dengan demikian, setiap pengalaman perawatan yang diberikan akan berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan setiap pengunjung.

Selain itu, Erha juga berupaya menghadirkan pelayanan terbaik dengan fasilitas eksklusif dengan pelayanan premium yang disebut dengan "*Erha Priority*". *Erha Priority* merupakan layanan premium yang lebih eksklusif diruang khusus sejalan dengan reservasi yang sudah ditentukan. Pelayanan ini merupakan salah satu fasilitas yang tidak didapatkan pada layanan regular. Ruangan bagi konsumen Erha Priority pun terbilang lebih eksklusif dan lebih lengkap dibanding dengan ruangan member Erha lainnya. Ruangan Erha Priority ini sendiri lebih luas dan terdapat ruang tunggu sehingga untuk pendamping konsumen pun dapat menunggu diruangan tersebut dengan nyaman serta adanya konsultasi dan tindakan yang lebih eksklusif diberikan dokter kepada konsumen tersebut. Erha Priority ini diinginkan oleh konsumen yang ingin mendapatkan perawatan dengan cepat dan terbaik. Pelayanan Erha Priority ini juga pilihan yang tepat bagi konsumen yang biasanya memiliki aktivitas atau pekerjaan yang sibuk dengan waktu yang tidak terlalu banyak untuk melakukan perawatan kulit. Selain itu, penulis juga menemukan bahwa belum adanya Erha Priority ini di kota Bandung, sehingga penulis ingin menerapkan Erha Priority di Erha Dermacenter kota Bandung ini dengan interior yang mencerminkan brand Erha itu sendiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi yang dilakukan, terdapat beberapa permasalahan terkait perancangan sebagai berikut:

1. Diperlukannya Perancangan Erha Dermacenter dengan Pendekatan Identitas di Lantai 2, gedung *Beauty Center* dengan ruangan yang dapat digunakan digunakan untuk setiap jenis kegiatan, baik perawatan maupun pelayanan pada pengunjung dengan fasilitas yang harus dirancang sesuai dengan standar yang dimiliki Erha Dermacenter sehingga mampu meningkatkan fungsional perawatan dan pelayanan yang diberikan melalui aspek interior, *layout* ruangan sehingga dapat menimbulkan rasa nyaman untuk setiap pengunjung Erha Dermacenter

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan, terdapat rumusan masalah yang dapat disimpulkan dari permasalahan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana merancang Erha Dermacenter dengan tersedianya layanan premium eksklusif berupa “Erha Priority”
2. Bagaimana merancang Erha Dermacenter yang dapat dijadikan klinik kecantikan utama yang dipilih oleh masyarakat.
3. Bagaimana merancang Erha Dermacenter yang mewah dengan ditematkannya tata letak furniture serta desain yang sesuai dan tepat sebagai salah satu pembeda Erha Dermacenter dengan klinik kecantikan lainnya.
4. Bagaimana merancang interior Erha Dermacenter yang mampu memperlihatkan identitas yang dimiliki Erha melalui bentuk, warna, dan *brand image* Erha
5. Bagaimana merancang *layout* ruangan yang sesuai dengan aktivitas pengguna ruang di Erha Dermacenter

1.4 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Tujuan dan sasaran dari perancangan dibawah ini:

1. Merancang Erha Dermacenter yang menawarkan perawatan khusus untuk “*Erha Prority*” bagi masyarakat yang ingin mendapatkan pelayanan terbaik.
2. Merancang Erha Dermacenter dengan interior yang mewah yang menjadi pembeda dengan klinik kecantikan lainnya.

3. Menambah cabang Erha di Indonesia dikarenakan kemajuan teknologi yang membuat perawatan kulit menjadi prioritas.
4. Merancang Erha Dermacenter yang dapat digunakan oleh semua semua golongan dan umur, baik laki-laki dan juga perempuan.
 - Ruang treatment yang nyaman serta interior yang menarik bagi semua kalangan
 - Toilet laki-laki dan perempuan yang terpisah
 - Toilet pengunjung dan karyawan yang terpisah
 - Bersih, nyaman serta tertata rapi
5. Merancang Erha Dermacenter yang menarik sesuai dengan identitas *brand image* yang dimiliki.
 - Memperlihatkan identitas Erha melalui pengayaan sesuai dengan *brand image*
 - Pemilihan material sesuai dengan konsep
6. Merancang Erha Dermacenter yang memperhatikan fasilitas dan kebutuhan pengunjung.
 - Fasilitas perawatan yang lengkap
 - Penempatan *layout* ruang yang tepat
 - Pemilihan *furniture* sesuai dengan kebutuhan dan aktivitas ruang
7. Merancang Erha Dermacenter yang nyaman.
 - Pemilihan warna dan material yang dapat membuat nyaman pengunjung
 - Memiliki fasilitas keamanan berupa CCTV di setiap ruang publik
 - Memiliki fasilitas pencegah kebakaran seperti *smoke detector, sprinkler*
 - Memiliki fasilitas penyejuk ruangan / AC untuk meningkatkan kenyamanan penghawaan pengunjung.

1.5 Batasan Perancangan

Batasan Perancangan pada Perancangan Erha Dermacenter ini adalah sebagai berikut:

- | | |
|-------------------|---|
| a. Nama Projek | : Perancangan Erha Dermacenter |
| b. Lokasi | : Bandung, Jawa Barat |
| c. Status Projek | : <i>New Design</i> |
| d. Data Proyek | : Klinik Kecantikan |
| e. Pengguna Ruang | : Dokter, Terapis, Apoteker, Pegawai,
Pengunjung laki-laki dan Wanita dari semua
umur |

- f. Batasan Area Perancangan : Ruang Konsultasi dan Ruang Treatment sesuai dengan standarisasi medis yang telah ditentukan

1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat dari Perancangan Erha Dermacenter dibawah ini:

- a. Dapat membantu masyarakat lebih mudah menemukan klinik Dermatologi.
- b. Menangani masalah dan perawatan kulit wajah, tubuh, hingga rambut bagi pengunjung yang melakukan perawatan di Erha Dermacenter.
- c. Sebagai sarana untuk keluhan jenis penyakit spesialis kulit.
- d. Menambah banyaknya cabang Erha Dermacenter di Indonesia.

1.7 Metode Perancangan

Metode yang diterapkan dalam perancangan ini ialah metode kombinasi (*mixed methods*) dengan metode kualitatif sebagai metode primer. Metode kualitatif sebagai primer berisi penjelasan secara deskriptif kualitatif pada perancangan interior untuk Erha Dermacenter. Metode kuantitatif sebagai sekunder berisi tingkat kenyamanan pengunjung yang didapatkan dari kuesioner yang dibagikan ke pengunjung. Kuesioner tersebut berisi pilihan-pilihan terhadap beberapa variabel yang menggambarkan aspek kenyamanan pengunjung. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, akan diambil hasil penilaian rata-rata terhadap beberapa variabel tersebut.

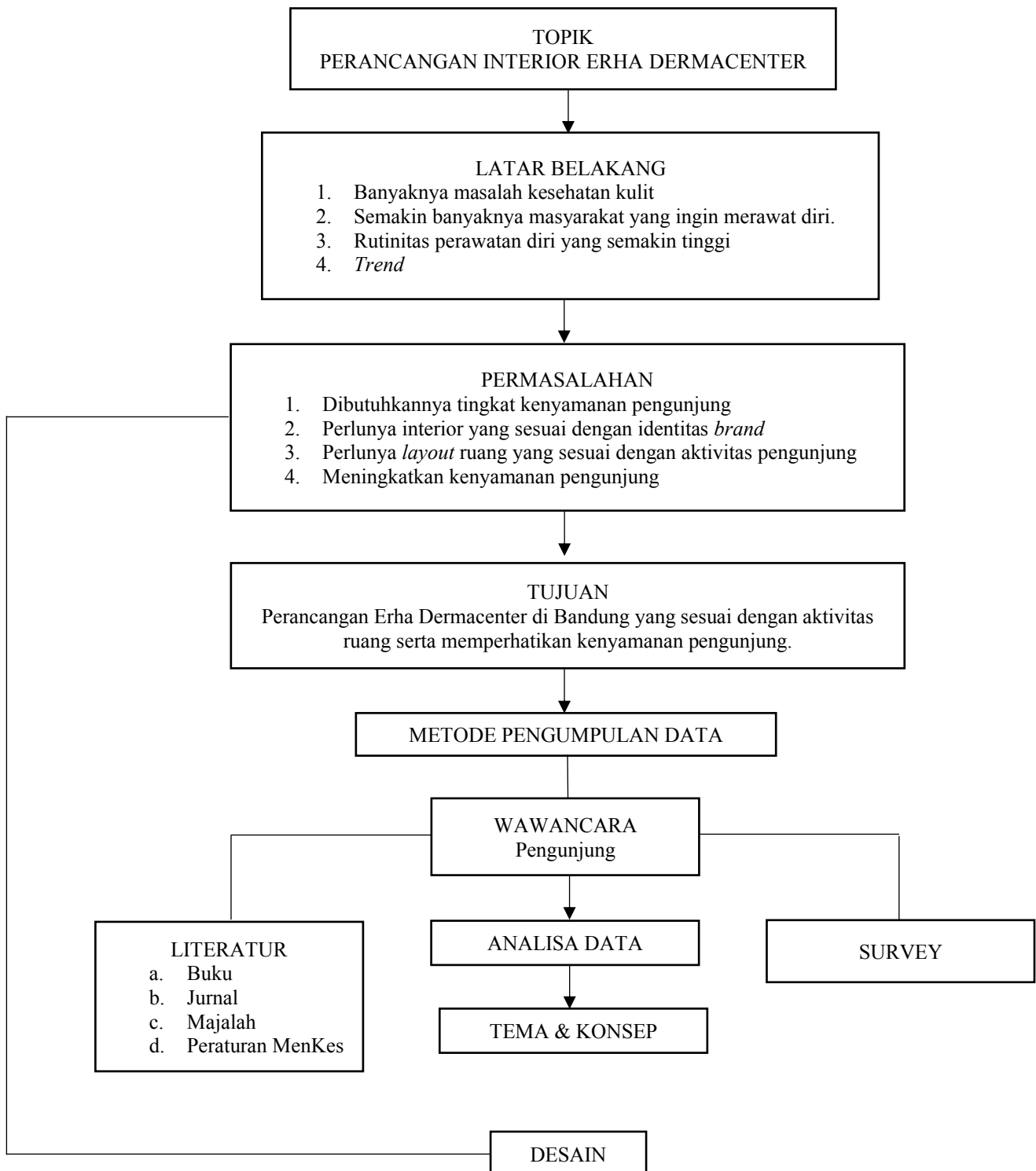
Aspek kenyamanan pengunjung terhadap rancangan desain interior terbagi menjadi empat, antara lain kenyamanan ruang, kenyamanan audio, kenyamanan visual, dan kenyamanan termal. Aspek kenyamanan ruang terdiri dari kenyamanan ruang gerak dan kenyamanan hubungan antar ruangan. Aspek kenyamanan audio dapat dilihat berdasarkan kenyamanan terhadap kebisingan ruangan. Aspek kenyamanan visual dapat dilihat berdasarkan tata ruang interior, rekayasa pencahayaan, desain bukaan, dan pemilihan warna ruangan. Aspek kenyamanan termal dipengaruhi oleh persepsi setiap orang terhadap suhu, kelembaban, dan iklim dalam bangunan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memakai data primer dan data sekunder, antara lain dibawah ini:

1. Data Primer

- a. Dokumentasi. Pengumpulan informasi visual berupa foto-foto desain interior pada beberapa cabang Erha Dermacenter yang sudah ada dan foto pada saat responden mengisi kuesioner yang diberikan. Selain data visual, berkas hasil pengisian kuesioner oleh responden juga dikumpulkan.
 - b. Observasi. Pengamatan peneliti yang dilakukan secara langsung ke cabang Erha Dermacenter yang dapat dikunjungi oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti dapat mengetahui secara lebih jelas setiap detail terkait kondisi dan keadaan desain interior Erha Dermacenter yang sudah ada untuk dijadikan sebagai referensi tambahan perancangan baru.
 - c. Wawancara. Kegiatan wawancara dengan staf dan pengunjung terkait alur aktivitas kerja yang terjadi di Erha Dermacenter akan memberikan informasi-informasi tambahan yang sangat penting untuk perancangan interior.
 - d. Kuesioner. Peneliti membagikan kuesioner kepada responden terkait penilaian tingkat kenyamanan responden terhadap aspek-aspek terkait desain interior Erha Dermacenter. Kuesioner yang dibagikan menjadi hasil data penelitian yang sangat penting dalam mendukung teori perancangan dan memberikan informasi terhadap perancangan.
2. Data Sekunder
- a. Studi literatur. Pengumpulan data yang memanfaatkan buku literatur dan jurnal sebagai bahan referensi yang dapat menunjang data-data yang ada untuk membuat perancangan desain interior pada Erha Dermacenter. Data yang dikumpulkan melalui studi literatur yaitu terkait lingkungan ideal klinik, sirkulasi ruangan yang baik, serta pemilihan warna, bentuk, bahan, dan material yang akan digunakan dalam perancangan.
 - b. Programming. Kegiatan programming yang dilakukan meliputi studi alur aktivitas pengguna di lingkungan klinik, organisasi ruangan, *zoning*, *blocking*, matriks, dan lainnya.
 - c. Analisis data. Data yang sudah didapatkan akan dikelola dan dianalisa. Hasil analisis data yang didapatkan diharapkan mampu menjawab dan memberikan solusi terhadap permasalahan-permasalahan yang telah dirumuskan.

1.8 Kerangka Pikiran



Tabel dan Bagan 1. 1 kerangka pikiran

(Sumber: analisa penulis)

1.9 Pembaban

Perancangan interior Erha Dermatologi ini terdiri dari lima bab dengan penulisan sistematika dibawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi penjelasan awal seperti latar belakang perancangan, identifikasi masalah, tujuan perancangan, batasan masalah, metode pengumpulan data serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR PERANCANGAN

Berisi tentang uraian landasan teori dan pendapat yang menjelaskan studi literatur dan studi banding yang terkait dengan perancangan.

BAB III ANALISA DATA

Berisi tentang analisa objek perancangan yang di dapat dari hasil survey lapangan yang terkait dengan perancangan.

BAB IV KONSEP PERANCANGAN

Berisi tentang uraian ide dan konsep perancangan yang menjelaskan tentang visualisasi desain interior dengan penjelasan pembahasan proyek, gambar kerja, dll.

BAB V KESIMPULAN

Berisi tentang kesimpulan yang diambil dari proses perancangan.