

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Perencanaan

Spa adalah suatu tempat atau fasilitas yang menawarkan berbagai layanan dan perawatan untuk meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan kecantikan. Fasilitas spa seringkali dilengkapi dengan berbagai peralatan dan perawatan, termasuk pijat, sauna, ruang uap, kolam renang, perawatan kulit dan terapi relaksasi lainnya. Spa bukan hanya tempat untuk perawatan tubuh, tetapi juga suatu pengalaman yang mendalam untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan holistik." (Ahli Kesehatan & Kesejahteraan, 2022, halaman 45)

Tujuan utama spa adalah untuk memberikan pengalaman relaksasi, perawatan tubuh, dan kebugaran yang komprehensif untuk meningkatkan kesehatan fisik, mental, dan emosional pelanggan. Melalui berbagai layanan seperti pijat, perawatan kulit, aromaterapi dan terapi fisik lainnya, spa bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang tenang dan menyegarkan, memberikan para tamu kesempatan untuk menghilangkan stres secara langsung, meningkatkan kesehatan dan mencapai keseimbangan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menawarkan beragam layanan dan perawatan, spa menciptakan tempat di mana pelanggan dapat menjaga diri, mendapatkan kembali keseimbangan, dan meningkatkan kesehatan secara keseluruhan.

Sosialita Indonesia merupakan sekelompok masyarakat yang terkenal dengan gaya hidup mewah, menghadiri acara-acara bergengsi dan mengikuti kegiatan

sosial. Kelompok ini biasanya mencakup individu-individu dengan tingkat kekayaan tinggi, lingkaran sosial yang memiliki koneksi baik, dan sering terlibat dalam bisnis, hiburan, atau politik. Sosialita Indonesia seringkali menjadi simbol gaya hidup dan tren di masyarakat, dicari banyak orang sebagai inspirasi fashion, gaya hidup, dan aktivitas sosial.

Salah satu ciri khas sosialita Indonesia adalah kehadirannya di berbagai acara sosial dan hiburan, seperti pesta eksklusif, acara amal, dan pertunjukan seni. Mereka kerap menjadi pusat perhatian media dan menjadi sumber inspirasi banyak orang di Indonesia. Kehidupan pribadi anggota jejaring sosial sering kali mendapat perhatian media, termasuk detail tentang gaya hidup mereka, hubungan romantis, dan kontribusinya terhadap berbagai tujuan sosial.

Seiring dengan berkembangnya jejaring sosial, jejaring sosial Indonesia juga semakin aktif berbagi momen dalam kehidupannya melalui platform digital. Mereka menggunakan jejaring sosial untuk memperluas pengaruhnya, mempromosikan merek pribadinya, dan berpartisipasi dalam kampanye sosial. Media sosial telah menjadi alat penting dalam membangun citra dan hubungan mereka dengan pengikut setianya.

Namun sosialita di Indonesia juga kerap mendapat sorotan dan kritik dari masyarakat, terutama terkait kesenjangan sosial dan ketidakadilan ekonomi. Terdapat beragam pandangan mengenai kontribusi mereka kepada masyarakat dan sejauh mana mereka benar-benar terlibat dalam kegiatan sosial yang bermanfaat. Sosialita juga sering menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara

kehidupan pribadi yang terbuka dan hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat luas.

Secara keseluruhan, situs jejaring sosial di Indonesia mencerminkan dinamika perubahan masyarakat modern, di mana keamanan finansial, kehadiran media dan partisipasi dalam kegiatan sosial merupakan faktor yang terkait dengan citra dan pengakuan dalam komunitas mereka.

Depok menjadi salah satu tempat di mana seringkali terjadi kemacetan yang parah setiap harinya di hari biasa maupun hari libur di mana tingkat kepadatan penduduk di Depok cukup tinggi sehingga ketika hari kerja banyak sekali kendaraan yang bertumpuk di jalanan Depok. Depok menjadi salah satu alasan yang tepat untuk dibangunnya tempat spa, tempat spa ini terletak di *Emerald Golf Club* di mana tempat ini sangat cocok karena banyak pemandangan hijau untuk *refresh* pengunjung yang datang ke tempat spa untuk melakukan relaksasi. Kemudian tempat ini juga cocok untuk merpresentasikan kemewahan untuk *brand* Sulwhasoo sendiri yang merupakan *brand skincare* yang tergolong cukup mahal untuk golongan menengah ke atas.

Sulwhasoo merupakan brand perawatan kulit premium asal Korea. Didirikan pada tahun 1966 oleh pendiri *Amorepacific Sung-Hwan Suh*, *Sulwhasoo* menonjol sebagai merek yang menggabungkan kearifan tradisional Korea dengan teknologi modern dalam produknya. Nama “Sulwhasoo” sendiri berasal dari kata “Sulwha” yang dalam bahasa Korea berarti bunga salju yang melambangkan keindahan alam dan keabadian. Sulwhasoo terkenal menggunakan bahan-bahan alami dari warisan

tradisional Korea seperti ginseng, ekstrak bunga plum dan bahan herbal lainnya yang dipercaya memiliki efek menguntungkan bagi kesehatan dan kecantikan kulit.

Produk Sulwhasoo seringkali dirancang untuk merawat dan menutrisi kulit dengan pendekatan holistik, menciptakan pengalaman perawatan kulit yang kaya akan kearifan tradisional Korea. Produk Sulwhasoo mencakup berbagai kategori, termasuk produk perawatan kulit dasar, perawatan mata, perawatan anti penuaan, dan riasan. Selain itu, Sulwhasoo dikenal menawarkan pengalaman spa eksklusif di toko utama Sulwhasoo di Seoul, Korea Selatan. Melalui kombinasi warisan tradisional dan penelitian ilmiah modern, Sulwhasoo telah mendapatkan pengakuan global dan menjadi salah satu merek perawatan kulit Korea yang paling dihormati di pasar internasional. Sulwhasoo Spa adalah bagian dari merek spa mewah Sulwhasoo. Sulwhasoo Spa menawarkan pengalaman spa eksklusif yang mencerminkan filosofi merek yang menggabungkan kearifan tradisional Korea dengan inovasi modern. Hal ini menciptakan lingkungan yang menenangkan dan menyegarkan bagi pelanggan yang mencari perawatan kulit komprehensif.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah beberapa poin permasalahan perancangan yang ingin penulis selesaikan:

1. Bagaimana perawatan spa, seperti pijat atau aromaterapi, dapat merelaksasi dan kesehatan psikologis maupun mental klien ?

2. Bagaimana desain interior spa dan elemen-elemen estetika mempengaruhi pengalaman klien dan persepsi terhadap kualitas layanan yang membawa nama Sulwhasoo ?
3. Bagaimana menerapkan pendekatan multisensori pada interior desain dari Sulwhasoo spa ?

1.3 Tujuan Perancangan Interior

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari perancangan ini yaitu:

1. Mendesain Sulwhasoo Spa menjadi tempat spa di mana pengunjung dapat mereleksasikan pikiran mereka dengan kualitas layanan dan desain interior yang nyaman untuk pengunjung.
2. Menciptakan atmosfir yang nyaman untuk pengunjung, memilih kualitas material yang baik serta memiliki desain ruang tunggu dan ruang *treatment* yang nyaman untuk pengunjung
3. Menerapkan pendekatan multisensori pada setiap ruang interior dengan memainkan berbagai material serta berbagai kelengkapan yang untuk merangsang panca indera pengunjung.

1.4 Kontribusi Perancangan Interior

1. Kontribusi Praktis

Hasil perancangan dapat digunakan sebagai usulan kepada *Sulwhasoo Flagship Store* Korea untuk membangun *Sulwhasoo Flagship Store* Indonesia untuk masa yang akan datang.

2. Kontribusi Teoritis

Hasil perancangan menjadi ilmu pengetahuan mengenai perancangan *Sulwhasoo Flagship Store* untuk pembangunan dan pengembangan untuk masa yang akan datang.

1.5 Batasan Perancangan Interior

1. Informasi didapat melalui wawancara bersama Maddie pihak dari Sulwhasoo US selaku pihak karyawan dari Sulwhasoo. Wawancara didapat melalui email pada tahun 2023. Pertanyaan yang ditanyakan dengan Maddie adalah meminta izin untuk menggunakan nama Sulwhasoo untuk proyek tugas akhir.
2. Karena Sulwhasoo sendiri terkenal dengan *anti-agingnya* pengunjung yang datang ke Sulwhasoo Spa adalah umur menengah ke atas. Jam operasional *Sulwhasoo Flagship Store* Korea adalah jam 10.00 sampai jam 19.00 pada hari Selasa sampai Minggu.
3. Batasan lokasi dan lingkungan perancangan Sulwhasoo Flagship Store berada di gedung *Emeralda Golf Club* yang terletak di Jl. Cimanggis Boulevard, Kec. Tapos, Kota Depok, Jawa Barat. Dalam hal ini, perencanaan tidak akan mengubah atau merobohkan bangunan *Emeralda Golf Club*.

4. Terdapat delapan pembagian area pada *Sulwhasoo Flagship Store* dengan pertimbangan konsep dan kebutuhan ruang. Namun, Penulis akan memfokuskan perancangan terhadap tiga ruang khusus berserta dengan alasannya, yaitu:

a. Area Resepsionis

Area di mana sebagai muka *Sulwhasoo Flagship Store* di mana pengunjung pertama akan melihat resepsionis untuk mendaftarkan dirinya untuk melakukan *treatment*.

b. Area Retail

Area di mana produk-produk kecantikan dan produk yang digunakan di spa akan dijual di sini dan pengunjung pun dapat langsung membelinya di sini.

c. Area *Treatment*

Area di mana pengunjung melakukan *treatment* untuk merelaksasi pikiran serta tubuh mereka dengan pendekatan multisensori.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi dilakukan secara tidak langsung dengan cara mengunjungi *website* Sulwhasoo dan sosial media mereka untuk melengkapi data-data serta informasi yang akan digunakan dalam perancangan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan menggunakan email untuk mendapatkan informasi melalui tanya jawab mengenai topik tertentu

dengan narasumber. Jenis wawancara yang dilakukan berupa memberi pertanyaan – pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan bersama salah satu pegawai dari Sulwhasoo Spa yang bernama Maddie. Wawancara dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi mengenai aktivitas, fasilitas, dan *treatment* yang ditawarkan di Sulwhasoo Spa Korea.

3. Studi Literatur

Studi Literatur dilakukan dengan mengumpulkan data melalui situs *website*, jurnal, dan buku sebagai pelengkap informasi yang dapat membantu proses perancangan yang tidak bisa dilakukan dengan observasi dan wawancara.

4. Studi Preseden

Studi Preseden dilakukan guna untuk mendapatkan inspirasi dari interior yang sudah ada dengan tujuan memberikan solusi untuk proses perancangan.

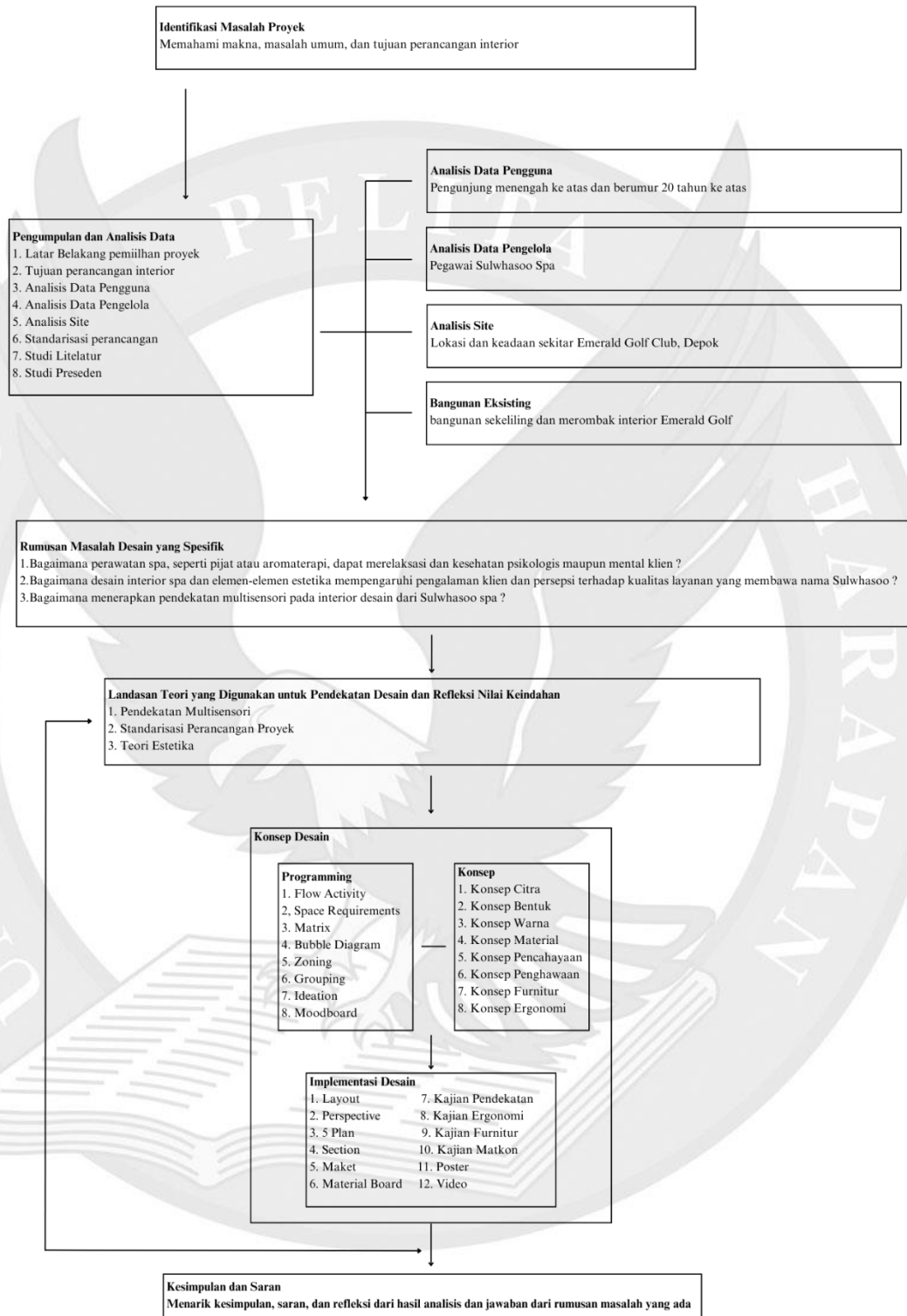
1.7 Pendekatan Desain Multisensori

Pendekatan yang akan digunakan adalah pendekatan multisensori dengan memanfaatkan sensori penglihatan, pendengaran, rasa sendi, peraba, penciuman, dan keseimbangan sebagai metode pembelajaran. Menurut Fernald, (dalam Munawir 2005:168) menjelaskan bahwa metode multisensori atau sering disebut metode VAKT (visual, auditori, kinestetik, taktil) merupakan salah satu metode pengajaran yang sering dikatakan mencakup seluruh modalitas rangsangan yang

secara teknis pelaksanaannya melibatkan seluruh sensori yang ada pada anak. Pendekatan multisensori dalam desain interior melibatkan atau mengaktifkan seluruh sensori yang ada yaitu penglihatan, pendengaran, indera raba dan gerakan-gerakan yang ada.

Pendekatan multisensori melibatkan atau mengaktifkan semua sensor yang tersedia, khususnya gerakan visual, pendengaran, sentuhan, dan yang tersedia. Pendekatan multisensori ini mencakup kegiatan yang memerlukan konsentrasi yaitu melihat (visual), mendengarkan (auditori), menulis di atas kertas (kinestetik). Kegiatan yang beragam dan menarik bagi seluruh indra anak akan membantu anak lebih mudah dalam memahami materi, terutama memahami materi tentang mengenal angka 1 sampai 10. Pendekatan desain multisensori akan dibahas lebih detail pada bab dua yang akan membahas teori yang digunakan dalam pendekatan desain.

1.8 Alur Perancangan Interior



Gambar 1.1 Alur Perencanaan Interior
Sumber : Data Pribadi (Stacia Aurelia, 2024)

1.9 Sistematika Penulisan

Penulisan perancangan ini terdiri dari lima bab di mana masing – masing bab menjelaskan proses penelitian atas perancangan dengan metode pendekatan yang sudah disebut.

Bab I pendahuluan yang berisi latar belakang perancangan, rumusan masalah, tujuan perancangan interior, kontribusi perancangan interior, batasan perancangan interior, metode pengumpulan data untuk merumuskan masalah desain yang spesifik, pendekatan desain multisensori, alur perancangan interior, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori yang digunakan dalam perancangan salah satunya adalah teori pendekatan multisensori untuk mendukung proses perancangan interior. Kemudian teori tentang indera manusia, teori interior mempengaruhi psikologis dan kesehatan mental manusia untuk mendukung proses perancangan interior Sulwhasoo Spa.

Bab III merupakan studi kasus yang membahas tentang pembahasan desain pada bangunan *Sulwhasoo Flagship Store* di Indonesia. Bab ini terdiri dari data-data lapangan seperti sejarah, lokasi, data ekisting bangunan, aktivitas pengguna, wawancara, analisis *site*, program ruang, material yang digunakan, konsep perancangan interior serta konsep desain secara keseluruhan maupun desain setiap ruangnya.

Bab IV merupakan bab di mana membahas tentang bagaimana Sulwhasoo Spa menggunakan konsep multisensori yang telah digunakan pada setiap ruangnya. Bab ini terdiri dari analisis identifikasi masalah sosial, ruang, dan identitas terhadap

implentasi tersebut. Selain itu, bab ini membahas tentang implementasi desain terhadap landasan teori serta pembahasan konsep untuk diterapkan dalam perancangan Sulwhasoo Spa.

Bab V merupakan bagian penutup di mana berisi kesimpulan, saran, dan refleksi tentang hasil dari perancangan dengan tujuan untuk menutup karya perancangan serta menjadikan topik untuk aspek yang akan dibahas di masa yang akan datang.

