

BAB II

Tinjauan Literature dan Data

2.1 Tinjauan Fashion Center

2.1.1 Pengertian Fashion Center

Pengertian Fashion adalah Bentuk tata tertib,cara,ragam,model (pakaian, potongan rambut,corak hiasan,dsb)ragam,cara,atau bentuk yang terbaru pada suatu waktu tertentu yang selalu berubah dari waktu ke waktu sesuaidengan alur kehidupan)¹¹ Sedangkan Center adalah Pusat, [n] (1) tempat yg letaknya di bagian tengah: Istana Merdeka letaknya di -- kota Jakarta; (2) titik yg di tengah-tengah benar (di bulatan bola, lingkaran, dsb): -- bumi; --lingkaran; (3) pusat; (4) pokok pangkal atau yg menjadi pempunan (berbagai-bagai urusan, hal, dsb): perguruan tinggi harus menjadi -- berbagai ilmu pengetahuan; (5) orang yg membawahkan berbagai bagian; orang yg menjadi pempunan dr bagian-bagian¹².

Gambar 2.1 : Titik Pusat

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?gma=www&img=1&hl=id&sa=G&as_sre=&bs=sch_1&bi=4m5q:-yVfWUEa_M&imgrefurl=http://masea.world.wordpress.com/my-weird-theory-mata-manusia&imgurl=http://masea.world/files.wordpress.com/2009/04/parang5.jpg

¹¹ .kamus lengkap inggris/Indonesia/Indonesia/inggris,hal 23.kamus besar edis iii,balai pustaka2001

¹² .www.kamusbahasaIndonesia.org

Dari pengertian di atas maka kesimpulan yang dapat di ambil tentang pengertian *fashion center* adalah sebuah tempat yang mawadahi segala kebutuhan manusia yang berhubungan dengan fashion.

2. 1.2 Sejarah Fashion

Busana telah di kenal manusia sejak jaman dulu,meskipun hanya sekedar berfungsi sebagai penutup tubuh agar terlindung dari pengaruh iklim dan cuaca.Seiring dengan perkembangan jaman,dewasa ini kegunaan berbusana semakin berkembang menjadi sarana aktualisasi diri pemakai dengan cara menunjukkan status social,ekonomi, dan budaya dari diri pemakainya¹³.Bahkan dengan dampak dari bergulirnya jaman menjadi era yang lebih demokrasi, eksklusivitas tidak lagi di tentukan oleh label busana atau merk melainkan dari kekuatan gaya yang di gunakan oleh individu untuk menunjukkan jati dirinya¹⁴.

Dalam dunia mode terdapat beberapa aliran-aliran gaya busana¹⁵,yaitu :

- a. Classic, yaitu aliran dari masa ke masa yang hampir tidak mengalami perubahan.misalnya pakaian adat suatu daerah.



Gambar 2.2 : Busana Pengantin

Sumber:

http://ipforum.dailyforum.net/viewtopic.php?t=253F71253D47252671253D265072526st%253D0%2526sk%253D712526sd%253D712526start%253D100&imgurl=http://www.duniawedding.com/wedding_plugins/content/contentoptimizer/6ba0d75af814b7ed7c7f43abb819bdc7cde430e_314x434_Q75.jpeg

¹³ .Barry,sir Gerald,*The Art Man"s Creative Imagination,Doubleday & Company Inc,New York*

¹⁴ .Kompas Edisi 5 Juni 2005

¹⁵ .Peragaan Busana

- b. New Classic, yaitu aliran yang lambat menerima perubahan pada penampilan busana. contohnya gaya busana pria ataupun wanita dewasa



Gambar 2.3 : Busana New Clasic

Sumber:

<http://www.theepochtimes.com/n2/content/view/full/144623>
<http://www.theepochtimes.com/n2/images/stories/large/2009/03/29/TommyHilfiger-madison>

- c. Trend, yaitu aliran yang lebih cepat dalam merespon perubahan, biasanya dalam waktu setahun sekali terdapat terdapat perubahan pada gaya busana aliran ini, bahkan dalam satu aliran sering terdapat beberapa gaya.



Gambar 2.4 : Busana Trend

Sumber: <http://bertyswood.com/wp-content/uploads/2010/03/10.png>

- d. **New Moves**, yaitu aliran yang sangat cepat mengalami perubahan dalam gaya busananya, sekitar 3 bulan sekali ada perubahan. Misalnya desain yang murah meriah, yang sengaja di desain untuk remaja, anak-anak dan ibu-ibu.

2.1.3 Tinjauan Perkembangan Fashion

Gaya hidup menjadi sangat penting dan utama bagi sebagian orang saat ini, terutama mengenai penampilan. Penampilan seseorang mencerminkan karakter atau sikap orang itu sendiri, oleh sebab itu penampilan menjadi sangatlah penting bagi sebagian orang. Perkembangan dunia fashion di pengaruhi oleh budaya dan kreatifitas, karena Fashion melibatkan perubahan, kebaruan, dan konteks waktu, tempat, dan pemakainya.

Teori Tentang Fashion

Populis model, Model alternatif model fashion sistem adalah "populis" model. Model ini dicirikan sebagai polisentris, di mana kelompok-kelompok berdasarkan perbedaan usia, status sosial ekonomi, lokasi, dan budaya membuat fashion mereka sendiri. Kelompok-kelompok tersebut mungkin termasuk remaja di sekolah tertentu atau warga senior dalam komunitas pensiun. Polhemus (1994) menjelaskan "styletribes" sebagai segmen budaya yang berbeda yang menghasilkan gaya khas gaun dan dekorasi. Seperti "styletribes" mungkin membuat penampilan mereka sendiri dari mengkombinasikan pakaian yang ada, menciptakan warna adat mereka sendiri dengan dasi-pencelupan atau lukisan, mencampur dan mencocokkan dari pakaian yang sebelumnya dipakai dan daur ulang yang tersedia di toko-toko dan pasar vintage penghematan. Mereka tidak begitu peduli dengan satu gaya berpakaian seperti mengekspresikan diri, meskipun ada unsur sesuai yang berasal dari proses yang digunakan dan perilaku sosial yang dihasilkan. Polhemus mencerminkan bahwa

seperti "styletribes" telah berkembang di "tepat waktu dalam sejarah ketika individualitas dan kebebasan pribadi telah datang untuk dilihat sebagai ciri zaman kita"

Arus Fashion, Distribusi fashion telah digambarkan sebagai sebuah gerakan, aliran, atau menetes dari salah satu elemen masyarakat yang lain. Difusi pengaruh dari pusat ke pinggiran dapat dipahami dalam hirarki atau dalam istilah horizontal, seperti tetesan trickle-down, -seberang, atau menetes-up teori.

Menetes ke bawah, Teori tertua distribusi adalah teori trickle-down digambarkan oleh Veblen pada tahun 1899. Untuk fungsi, gerakan ini menetes-down tergantung pada masyarakat yang hirarkis dan berjuang untuk mobilitas ke atas di antara berbagai strata sosial. Dalam model ini, gaya adalah pertama yang ditawarkan dan diadopsi oleh orang di strata teratas masyarakat dan secara bertahap akan diterima oleh mereka yang lebih rendah dalam strata (Veblen, Simmel, Laver). Model distribusi ini mengasumsikan hirarki sosial di mana orang berusaha untuk mengidentifikasi dengan makmur dan orang-orang di atas mencari perbedaan baik dan, akhirnya, jarak dari orang-orang sosial di bawah mereka. Fashion dianggap sebagai kendaraan konsumsi berlebihan dan mobilitas ke atas bagi mereka yang ingin menyalin gaya berpakaian.

Trickle di seluruh, Pendukung tetesan-seluruh klaim teori bahwa fashion bergerak horizontal antara kelompok-kelompok pada tingkat sosial yang sama (Raja; Robinson). Dalam tetesan-seluruh model, ada sedikit jeda waktu antara adopsi dari satu kelompok ke kelompok lain. Bukti untuk teori ini terjadi ketika desainer menunjukkan melihat secara bersamaan pada harga yang berkisar dari high end untuk menurunkan end siap pakai. Robinson (1958) mendukung seluruh tetesan-teori ketika ia menyatakan bahwa setiap kelompok sosial mengambil isyarat dari kelompok bersebelahan dalam strata sosial. King (1963) dikutip alasan untuk ini pola distribusi, seperti komunikasi massa yang cepat, upaya promosi produsen dan pengecer, dan eksposur terlihat untuk semua pemimpin fashion.

Trickle up, The-up atau gelembung-up pola menetes adalah terbaru dari gerakan teori mode. Dalam teori ini inovasi dimulai dari jalan, sehingga untuk

berbicara, dan diadopsi dari kelompok berpenghasilan rendah. Inovasi akhirnya mengalir ke kelompok atas penghasilan; sehingga gerakan dari bawah ke atas.

Inovasi Produk, Sebuah tampilan baru mungkin merupakan hasil dari inovasi dalam produk gaun, cara mereka diletakkan bersama-sama, atau jenis perilaku yang ditimbulkan oleh cara berpakaian. Tampak modis melibatkan bentuk pakaian pada tubuh manusia dan potensinya untuk makna (DeLong 1998). Arti dapat berasal dari produk, tetapi makna juga dapat berkembang dari cara-cara memakai produk, atau dari tubuh sendiri (Entwistle 2000). Gaun Fashionable mewujudkan estetika terbaru dan apa yang didefinisikan sebagai diinginkan pada saat tertentu.

Lehmann (2000) menjelaskan fashion sebagai ciptaan acak yang meninggal sebagai suatu inovasi lahir. Ia memandang fashion sebagai bertentangan, baik mendefinisikan kuno dan kontemporer dengan mengutip acak dari masa lalu serta mewakili saat ini. Robinson (1958) mendefinisikan fashion sebagai mengejar hal-hal baru untuk kepentingan diri sendiri. Lipovetsky (1994) menyatakan bahwa faktor penentu dalam mode adalah pencarian untuk hal-hal baru dan kegembiraan bermain estetika, sedangkan Roche (1994) menjelaskan fashion sebagai perubahan dinamis.

Meskipun fashion menyiratkan perubahan yang terus-menerus, produk tertentu telah bertahan selama jangka waktu yang lama, seperti blue jeans, yang membuat pokok berpakaian di Amerika Serikat pada abad kedua puluh. Meskipun jeans biru bentuk dikenali, ada potensi untuk variasi besar dalam rincian produk, termasuk batu mencuci, pencelupan, lukisan, sobek dan berjumbai. Blue jeans melambangkan pertumbuhan mode kasual dan bertahan karena mereka bisa berubah untuk beresonansi dengan waktu.

Penampilan dan identitas. Pakaian merupakan dasar untuk konsumen modern pengertian identitas. Bahwa kritik pakaian seseorang dan penampilan diambil lebih pribadi dan intensif dari pada kritik mobil atau rumah seseorang menunjukkan korelasi yang tinggi antara penampilan dan identitas pribadi (Craink, hal 206).

Budaya, pengamat, dan pemakainya. Fashion berpihak pada kritis tatapan pengamat mengetahui, atau yang "tahu," dan pemakainya yang mengatur tubuh untuk kesenangan sendiri dan kesenangan. Persepsi dari pengamat dan pemakai fashion ditajamkan didasarkan pada variasi banyak potensi di garis, bentuk, tekstur, dan warna. Sebagai contoh, pakaian inspirasi asal Perancis dan menekankan kontur dan memotong pakaian historis. Fashion perubahan terjadi pada tata letak garmen, yang pada gilirannya memusatkan perhatian pada siluet dan detail, seperti bias memotong dan membentuk (DeLong 1998).

2.1.4 Fungsi Fashion Center

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tentang fashion yang sangat besar, dengan konsep "one stop servis" maka diperlukan Fashion center sebagai wadah fisik yang menampung beberapa kegiatan antara lain :

- a. Sebagai tempat informasi fashion dalam berbagai macam bentuk seperti work shop, launching busana-busana terbaru, gallery batik, untuk diperkenalkan ke masyarakat.



Gambar 2.5 : Informasi Fashion

Sumber: http://www.eramuslim.com/berita/dunia/jakarta-kuala-lumpur-dan-duba-akan-jadi-pusat-mode-busana-muslim-dunia.htm&imgurl=http://www.eramuslim.com/fckfiles/image/pic3_12829729.jpg

- b. Sebagai tempat promosi dan pameran, dengan berbagai macam cara seperti fashion show, foto, pawai dan lain sebagainya.



Gambar 2.6 : Fashion show

Sumber: http://news.bbc.co.uk/1/hi/in_pictures/5141678.stm&imgurl=http://news.bbc.co.uk/1/hi/media/images/41841000.jpg_41841166_van_noten_grove.jpg

c. Sebagai tempat pemasaran dan penjualan hasil produksi.



Gambar 2.7 : Belanja

Sumber:

http://www.radisson.com/hotels/chnsghny-locations&mainurl=http://www.radisson.com/rac/images/hotels/CHNSGHNY Shopping_458.jpg

Dengan demikian, Fashion Center ini memiliki fungsi utama sebagai bangunan komersial yang dapat menyediakan segala kebutuhan fashion kepada masyarakat.

2. 2. Karakteristik Pengunjung Fashion Center

Pengunjung Fashion Center ini ditujukan kepada anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua yang hanya ingin berkunjung, refreasing atau berbelanja di sebuah petualangan dan tantangan. Ciri-ciri pengunjung fashion center biasanya menyukai sebuah variasi, perubahan, kegembiraan, keterbukaan, rekreatif mencoba dengan hal-hal baru. Oleh karena fashion center ini sangat cocok untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat tentang fashion.

2. 2.1 Penerapan karakteristik ke dalam fashion center dari segi arsitektural

Variable dari sebuah fashion center dari kajian diatas adalah menyenangkan, atraktif, dan dinamis. Variable tersebut kemudian akan diterapkan kedalam fashion center dari segi arsitektural yaitu :

a. Menyenangkan

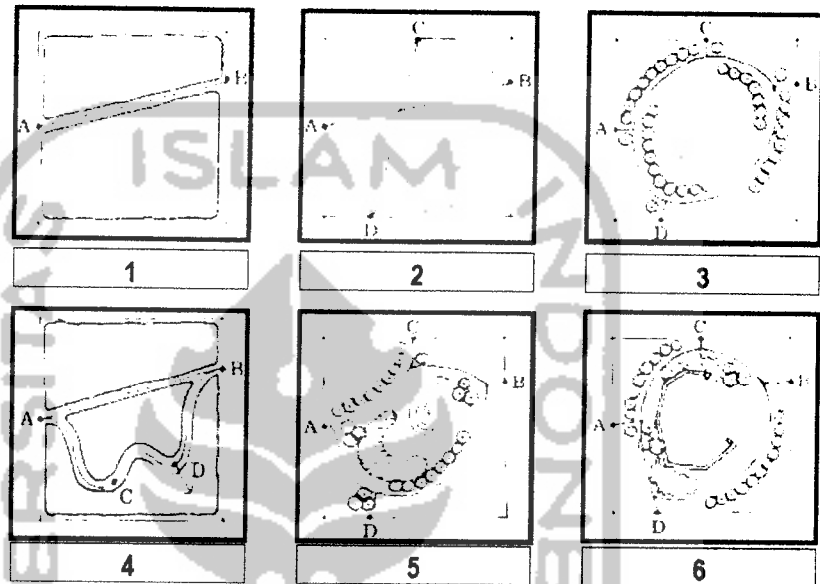


Menyenangkan merupakan bagian dari indikator karakteristik Fashion Center, dalam hal ini menyenangkan dikategorikan sebagai comfort/kenyamanan. Kenyamanan adalah segala sesuatu yang memperlihatkan penggunaan secara harmonis, baik dari segi bentuk, tekstur, warna, aroma, suara, bunyi, cahaya atau lainnya. Hubungan harmonis yang dimaksudkan adalah keteraturan, dinamis, dan keragaman yang saling mendukung terhadap penciptaan ruang bagi manusia, sehingga mempunyai nilai keseluruhan yang mengandung keindahan J.O.Simond

Faktor-faktor yang mempengaruhi kenyamanan menurut J.O.Simond adalah :

- Sirkulasi : kenyamanan dapat berkurang akibat dari sirkulasi yang kurang baik, misalnya kurang kejelasan sirkulasi, tidak adanya hirarki sirkulasi, tidak jelasnya pembagian ruang sirkulasi, penggunaan ruang sirkulasi yang berbeda¹⁶.

SIRKULASI TAMAN

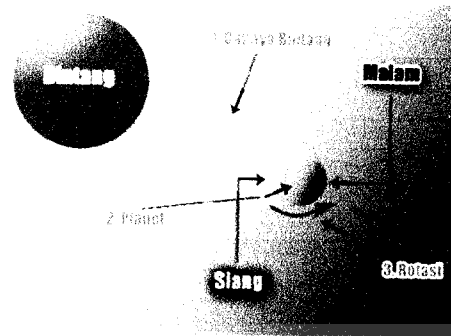


Gambar 2.9 : sirkulasi

Sumber: www.masanung.staff.uins.ac.id

¹⁶ .Simmonds, J.O. 1983. *Landscape Architecture*. New York : McGraw Hill Book.

- Iklim : radiasi matahari, angin, curah hujan, temperature.

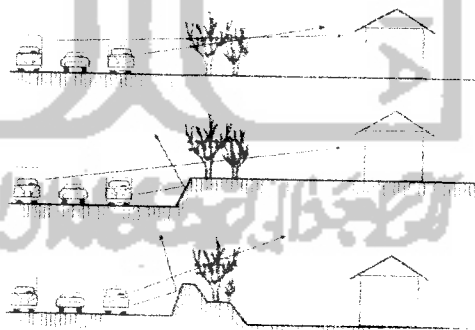


Gambar 2.10 : Iklim

Sumber:

http://www.google.co.id/imgland?q=terapan+yang+sangat+dan+malam&img=1&hl=id&new=1300&bih=576&as_sray&tbs=srch:1&tbnid:AHPXbu6YVW4sM&imgrefurl=http://forum Kristen.com/komunitas/index.php?/253F/topic/253081045&maud=http://img630.imageshack.us/img630/9792/ustras/leppyfo4.jpg

- Kebisingan : pada daerah padat missal perkantoran dan pabrik) kebisingan adalah masalah pokok yang dapat mengganggu kenyamanan, sehingga perlu diatasi dengan menggunakan tanaman dengan pola dan ketebalan yang rapat.



Gambar 5.1. Konsep penggunaan flora yang efektif berfilas hijau untuk mengurangi kebisingan di jalan (Busa, 1997)

Gambar 2.11 : Kebisingan

Sumber:

http://www.google.co.id/imgland?q=sketsa+reflektalan+dan+perancangan&img=1&hl=id&as_sray&tbs=srch:1&tbnid:YU06Zk1H12JM&imgrefurl=http://bondanprhastomo.wordpress.com/tag/academien/&imgrefurl=http://bondanprhastomo.files.wordpress.com/2010/04/img_0002a.jpg

- Aroma atau bau-bauan : terutama pada daerah pembuangan sampah, untuk mengurangi bau tersebut maka sumber bau dipindahkan ditempat yang tertutup dari pandangan visual, serta dihalangi oleh tanaman pepohonan/semak ataupun dengan peninggian muka tanah.



Gambar 2.12 : Objek Visual

Sumber: <http://teknikulah.blogspot.com/2009/01/gambar-bersejarah.html> & <http://img448.imageshack.us/img248/48/0402image0024m.jpg>

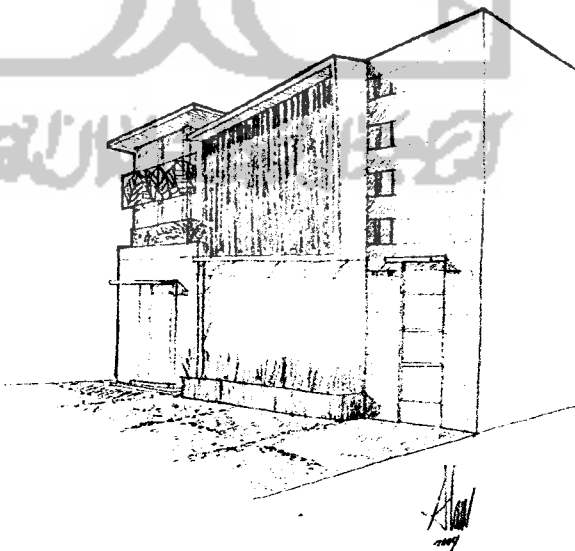
- Bentuk : harus disesuaikan dengan skala manusia agar dapat mempunyai rasa nyaman.

Gambar 2.13 : Standart

Sumber:

<http://teorikubah.blogspot.com/2009/08/ok-menggambar-arsitektur-5.html>
<http://img199.imageshack.us/img199/3/123/madeu012a0.jpg>

- Keamanan : dalam hal ini tidak mencakup dari segi kejahatan saja, tetapi mencakup kekuatan konstruksi dari elemen lansekap, tata letak elemen, bentuk elemen, kejelasan fungsi.
- Kebersihan : kebersihan tidak hanya menimbulkan daya tarik saja tetapi juga memberikan rasa nyaman. Untuk memenuhi hal tersebut perlu ditempatkan dan disediakannya bak sampah sebagai elemen lansekap serta pembuangannya. Selain itu juga menggunakan tanaman yang mudah rontok.
- Keindahan : keindahan juga sesuatu yang perlu diperhatikan guna memperoleh kenyamanan. Dalam hal ini keindahan dapat berupa keindahan bentuk, warna, komposisi susunan tanaman, serta komponen elemen perkerasan.



Gambar 2.14 : Sketsa

Sumber:

http://www.apple.co.id/img/landing/Pas-sketsa+arsitektur&u=me=1&u=0&as_sst=Atosa_son_1&tpnq=Z3oyz-iffajBHM&manefid=http://auralamartono.blogspot.com/2009/12/owner-pas-fleg-gnc-pai-architect-nur.html&u=0&u=http://2.bp.blogspot.com/_ATKWIg_suAA/S_19320K_gI_AAAAAAAAKg_OHjCFF_ZfXU/s1600/sketch12528tampak.jpg

- Drainase : drainase merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu perancangan tapak. Genangan air yang tidak terencana juga mempengaruhi faktor kenyamanan (baik dari segi visual maupun konstruksi perkerasan).

Indikator menyenangkan menurut hastuti berimplikasi pada :

- Tata massa yang organis dengan ketinggian bervariasi, dimensi bangunan berskala manusia.
- Memaksimalkan landscape dengan vegetasi, air, pola pergerakan melingkar, konstruksi yang kokoh dan pergerakan yang kasar¹⁷.

b. Atraktif



¹⁷ Hastuti, 2007 Karakter Atraktif Dalam Perancangan Taman Petualangan Anak. Jurnal Dimensi Teknik Arsitektur vol. 35, No 1, Juli 2007: 59-72.

Gambar 2.15 : Bangunan Atraktif

Sumber:

http://www.google.co.id/imgland?q=bangunan+atraktif&um=1&hl=id&as_ssr=1&own=1300&btn=6790&sim=1&load=9Dwin8iq2KJDM&imgref=http://sejakite.multy.com/&imgref=http://farm4.static.flickr.com/3376/3524174546_179cc65f64_o.jpg

Bangunan yang atraktif menurut rustam hakim merupakan salah satu indikator dari karakteristik Fashion Center. Indikator arsitektural atraktif adalah :

- Bila ruang didominasi oleh garis lengkung, maka akan terasa suasana ruang yang menarik dan gembira.
- Penekanan ditimbulkannya oleh dominannya salah satu komponen unsur sehingga menimbulkan kontras terhadap elemen lainnya. Penekanan dalam suatu bentuk akan menarik perhatian kita.
- Penerangan cahaya sebagai pembentuk bayangan dapat menimbulkan kesan visual yang atraktif.
- Keseimbangan bangunan yang dinamis akan menghasilkan suatu susunan yang menarik melalui keseimbangan asimetris¹⁸.

Indikator atraktif menurut Hendraningsih adalah :

- Skala bangunan dengan skala kecil memberikan kesan menarik hati, sedangkan bangunan dengan skala besar memberikan kesan suasana kekuasaan dan berhak untuk mendapatkan penghormatan.
- Kekerasan permukaan (tekstur) mengandung sedikit peringatan yang mungkin akan cukup kuat untuk menarik perhatian¹⁹.
-

¹⁸ . Hakim, Rustam. 2002. *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap*, Jakarta.

¹⁹ . Hendraningsih. 1982. *Peran, Kesan Dan Pesan Bentuk-Bentuk Arsitektur*. Jakarta.

c. Dinamis

Bangunan yang dinamis merupakan salah satu indikator dari karakteristik Fashion Center. Menurut Rustam Hakim bangunan dikatakan dinamis jika :

- Bentuk bulat atau bola memberikan kesan tuntas, labil, bergerak dan dinamis.
- Susunan keseimbangan yang asimetris merupakan keseimbangan yang dinamis (memberikan kesan gerak, penempatan yang spontan, dan bersifat santai).
- Penggunaan irama yang berulang secara teratur dan berselang seling dengan variasi sehingga dapat menimbulkan gerak emosi. Irama juga menciptakan keharmonisan dan mengikat bagian-bagian menjadi satu kesatuan²⁰.

Indikator dinamis menurut Hastuti berimplikasi pada :

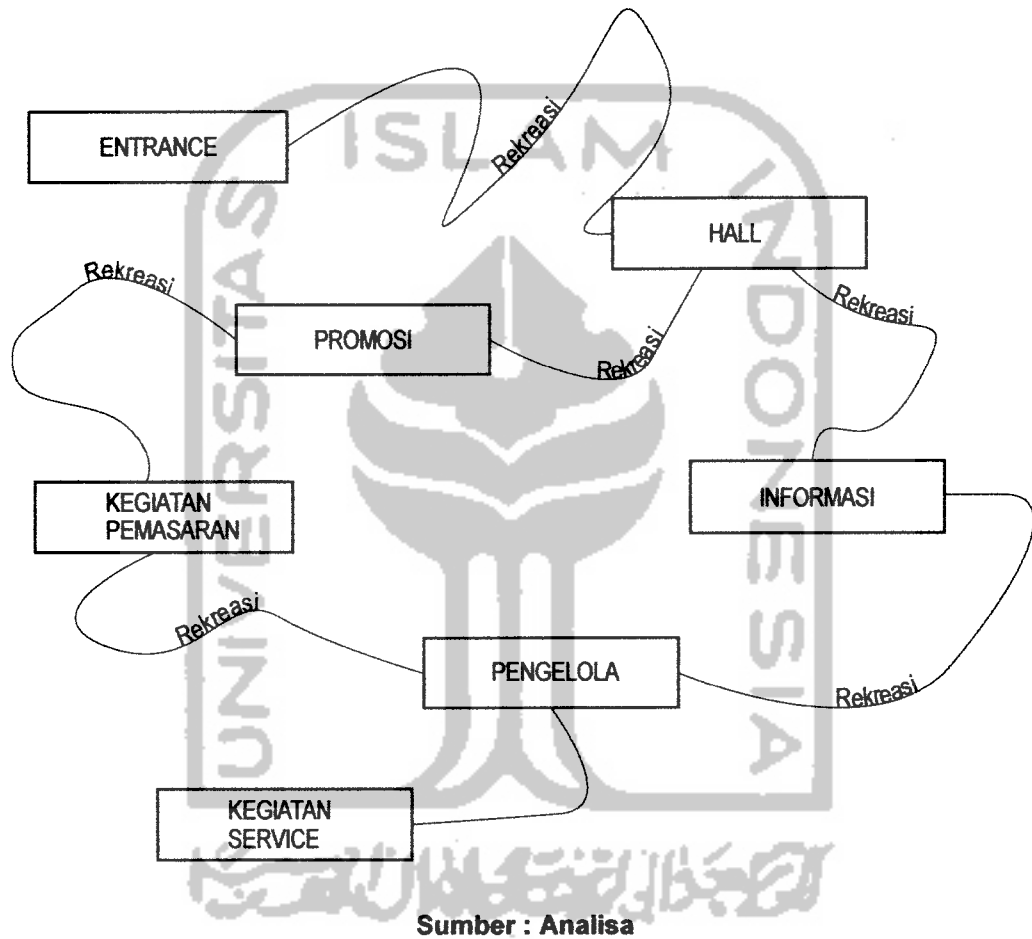
- Pada pola gubahan massa radial, dengan jalur sirkulasi yang menyebar ke sudut-sudut tapak.
- Pergerakan pengguna dengan sirkulasi yang organis
- Bentuk masa diungkapkan dengan repetisi bentuk geometris segi empat yang digubah secara bersusun agar dinamis²¹.

²⁰ . Hakim, Rustam. 2002. *Komponen Perancangan Arsitektur Lanskap*, Jakarta.

²¹ . Hastuti ,2007 Karakter Atraktif Dalam Perancangan Taman Petualangan Anak. *Jurnal Dimensi Teknik Arsitektur* vol. 35, No 1, Juli 2007: 59-72.

2.2.2 Pola Kegiatan Fashion Center

Diagram 2.1. Pola Kegiatan



2.2.3 Spesifikasi Pengguna

1. Penggemar Desain Mode

Kebutuhan yang harus di penuhi antara lain :

- Kebutuhan bertukar informasi dan saling berkomunikasi secara langsung dalam bidang desain mode
- Mengukur kemampuan individu dalam bidang desain mode untuk meningkatkan ilmu secara kontinyu
- Mendapatkan pengetahuan dalam bidang seni merancang busana untuk ,meningkatkan daya kreasi.

2. Pengunjung

Dengan beberapa criteria antara lain :

- Pengunjung yang bermaksud membeli
- Pengunjung yang ingin mendapatkan informasi perkembangan fashion.
- Pengunjung yang datang hanya untug melihat-lihat dan rekreasi.
- Pengunjung yang datang bukan atas kepentinganya namun hanya menemani pengunjung yang berkepentingan.
- Pengunjung yang hanya datang untuk bertemu klien atau nongkrong.

3. Pengelola

Merupakan salah satu pengguna yang bertanggung jawab dan bertugas mengelola berbagai kegiatan dan kebutuhan dalam fashion center.

4. Perancang Mode

Aktivitas para perancang mode selalu berkaitan dengan kreasi dan Produksi.

5. Model

Aktivitas model di dalam fashion center antara lain:

- Kursus
- Fashion Show
- Pemotretan

6. Management artist

Kegiatan sebuah management biasanya

- Mengurus kursus
- Mempersiapkan Fashion show
- Promosi

7. Fothografer

Kegiatan fotografer studio diantaranya:

- Mengelola studio fotho
- Pameran
- Pemotretan

8. Event Organizer

EO memiliki beberapa kegiatan pokok:

- Menyelenggarakan Event
- Mencari klient
- Promosi

2.2.4 Kegiatan Yang Diwadahi

1. Lingkup Kegiatan Informasi



Gambar 2.16 : Gallery

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?part+gallery&um=1&hl=id&as_siv&tos=sch_1&fbid=qZl-6oxcf0e6MM&imgrefurl=http://artgallery.yale.edu/&imgurl=http://artgallery.yale.edu/graphics/landing-ren2_web_splash.jpg

Merupakan kegiatan yang mencakup penambahan informasi dan wawasan terbaru tentang dunia fashion:

- Gallery

a. Gallery batik : Berupa ruang untuk memperkenalkan seni batik yang merupakan warisan leluhur dan potensi yang sangat besar, dan juga sebagai identitas diri bangsa Indonesia.

b. Gallery Fotografi : Merupakan sebuah ruang untuk memamerkan hasil karya-karya fotografer melalui media dua dimensi.

c. Gallery Hadycraft : sebuah ruang untuk memamerkan hasil karya seni, kerajinan tangan dan seni rupa, dari para seniman Yogyakarta.

- *Work shop*

Merupakan jenis kegiatan yang menghasilkan karya serta desain yang akan di pasarkan kepada konsumen.

a. Studio Desain :Ruang untuk desainer merancang atau memproduksi karya seni fashion dengan para asistennya.

b. Studio Jahit :Merupakan ruang untuk kegiatan menjahit karena saling berhubungan dengan studio desain. Pada ruangan ini memiliki aktivitas yang beragam, misalnya menjahit dan membuat pola.

c. Studio Printing :Tempat untuk mewarnai dan mencetak motif dalam berbagai media desain busana.

d. Studio Fotografi :Ruang untuk mendokumentasikan produk melalui media gambar dua dimensi.

e. Studio Finishing : Ruang untuk merapikan produk seperti menambahkan aksesoris, border, dan setrika.



2. Lingkup Kegiatan Promosi



Gambar 2.17 : Fashion Show

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=fashion+show+man&um=1&rlzid=C53131stey&fbser=sch.1&tbid=H2_SfblLHoM&imgrefud=hitp://fashionsays.com/?imgurl=http://www.fashionsays.com/wp-content/uploads/2010/08/dg2011men1.jpg

Merupakan kegiatan untuk memperkenalkan karya-karya fashion terbaru dari pekerja seni secara langsung:

- *Peragaan Busana (fashion show)*

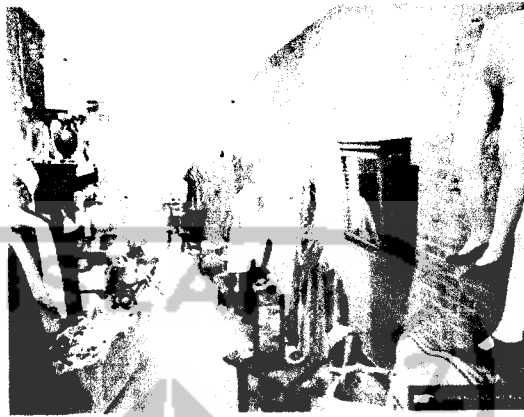
Kegiatan peragaan busana ini biasanya dilakukan hanya di ruangan khusus untuk memamerkan karya desainer yang berbentuk panggung, Namun dalam fashion center ini kegiatan peragaan busana dapat dilakukan di setiap space bangunan fashion center.

contoh: di tangga, selasar, taman, kolam, toilet dan tempat parkir.

3. Lingkup Kegiatan Pemasaran

Merupakan kegiatan untuk memasarkan produk-produk seni kepada konsumen:

- *Butik*



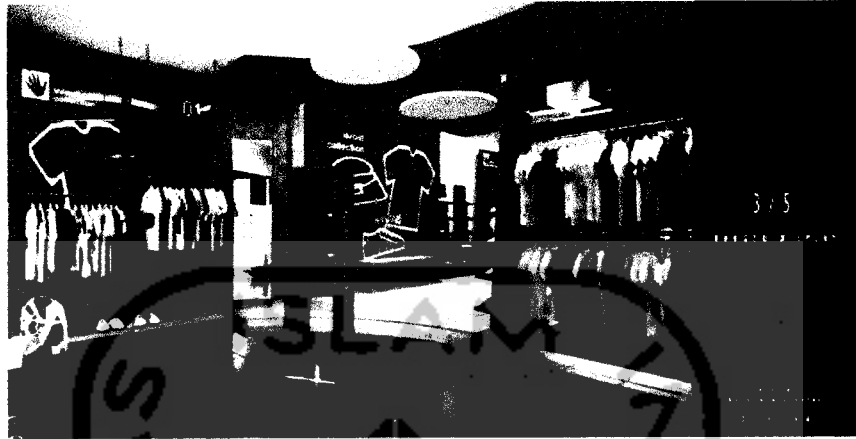
Gambar 2.18 : Butik

Sumber: http://freewide2.kwebserv.com/butik-embun.html&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_n45ezYXP5Ew/SJZ_FyvFIRI/AAAAAAAAA86/VBfUhpK3R3c/s400/butik2.jpg

Dikelompokkan menjadi 2 bentuk,yaitu :

- a. Butik yang menjual jenis pakaian haute couture maupun semi haute couture.
- b. Butik yang memasarkan pakaian jenis ready to wear dalam jumlah cukup banyak.

- *Distro*



Gambar 2.19 : Distro

Sumber: http://freshensideciatinigco.blogspot.com/2010/05/tips-memuka-distro-bagi-pemula.html&imgref=http://2.bp.blogspot.com/_Ahw6OUa5uNo/S_DssBa...VI/AAAAAAAAABA/pbBzRX60s1600/264232_1_Yuendang_Distro.jpg

Merupakan tempat pemasaran karya seni busana kegemaran kaum muda, biasanya memproduksi dalam jumlah banyak.

- *Stand hadycraft*



www.shutterstock.com 154723

Gambar 2.22 : Salon

Sumber:

<http://www.integrifosalon.com&imgurl=http://www.integrifosalon.com/image/s/salon2.jpg>

- Café



Gambar 2.23 : Aloha Cafe

Sumber:

<http://www.g2cruise.com/lines/Norwegian/4252520Cruise%252520Line/Pride%252520Of%252520America/photos/&imgurl=http://www.g2cruise.com/lines/norwegian/4252520Cruise%252520line/pride%252520of%252520america/photos.pnde%252520of%252520america%252520aloha%252520cafe%252520outdoor%252520dining.jpg>

- Fitness center



Gambar 2.24 : Fitness Centre

Sumber:

http://www.panpacific.com/en/Jakarta/Facilities/ClarkHatchInternationalFitness.html&imgurl=http://www.panpacific.com/media-en/images/Countries/Indonesia/Jakarta/Pan_Pacific/Jakarta/Facilities/clark_hatch_fitness_center_spa.jpg



- Day care



Gambar 2.25 : Day care

Sumber:

http://www.google.co.id/img/andimg?gmsdaycare&um=1&hl=id&as_sst=y&bw=1360&pn=579&tbs=isch:1&fbid=GgUfUfIOESnsMM&imgrefurl=http://le-mis.org/daycare.htm&imgurl=http://68.171.51.235/pics/daycare1.jpg

2.3 Study Kasus

2.3.1 Karya arsitek Frank O Gehry

Guggenheim Museum Bilbao



Sumber:www.kaleidoscopecolor.blogspot.com

Guggenheim Museum Bilbao adalah sebuah museum dan seni modern kontemporer dirancang oleh Kanada-Amerika arsitek Frank Gehry , dibangun oleh Ferrovial dan terletak di Bilbao , Basque Country , Spanyol. Guggenheim adalah salah satu dari beberapa museum milik Solomon R. Guggenheim Foundation . museum ini memiliki pameran tetap dan Seperti karya-karya seniman Spanyol dan internasional.

Berdiri di tepian sungai Nervion, bangunan ini meliuk-liuk mengikuti pusaran air sungai yang telah bertahun-tahun menghidupi kota Bilbao. Penciptaan sosok yang berbeda dari bangunan sekitar dengan tetap menjaga skala dan

ketinggian mampu menjadikan kota yang tengah terlelap menjadi bangkit dan menjadi perhatian dunia.

Dua sisi yang kontras dari keseluruhan bangunan, sisi yang mengarah pada sungai menggambarkan arus sungai yang bening dengan bentukan yang meliuk-liuk dan sosok yang mengkilap oleh lempengan titanium. di sisi lain penggambaran bentukan kota dengan keteraturan geometris, material alam dan kaca yang lebih konvensional.

2.3.2 Karya arsitek Kenzo Tange

Prada Shop, Tokyo



Sumber: www.jessicakowal.blogspot.com

Bangunan Prada shop yang di dirikan di Tokyo selesai dikerjakan pada bulan juni 2003. Bangunan ini sangat menarik karena berbeda dengan bangunan sekitar. Gaya bangunan di jepang selalu berganti setiap 60 tahunnya, karena alas an ini maka kensho tange memadukan antara gaya modern dan tradisional. Seperti yang digunakan Hermes yang menggunakan banyak kaca-kaca.



Sumber: www.waullye.blogspot.com

Pada malam hari bangunan ini menjadi terlihat transparan, dengan kuat lemah pencahayaan yang diatur sedemikian rupa, sehingga menghasilkan sebuah bangunan yang eksotik.

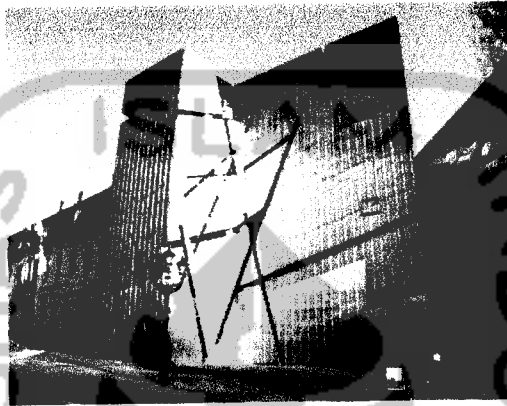


Sumber: www.flickr.com

Penggunaan material kaca menjadikan bangunan ini terkesan terbuka dan bangunan disekitar menjadi back drop dari setiap obyek yang di pamerkan.

2.3.3 Karya arsitek Daniel Libeskind

Jewish Museum, Berlin



Sumber: www.concierge.com

Karya fenomenal yang menggunakan material baja ini, menggunakan tema kehampaan yang di alami bangsa yahudi sepanjang sejarah menjadikan fungsi museum yang di milikinya bukan hanya di tujukan pada obyek yang di wadah saja namun pada bangunan ini sendiri bias bias cahaya dari celah-celah yang sempit menciptakan kedramatisan pada suasana ruang pameran. Sudut-sudut yang tajam menyempit merupakan bagian dari tema yang ingin di ceritakan.



Sumber: www.jmberlin.d

2.4 Data site

Lokasi site fashion center ini akan di rencanakan di pusat kota Yogyakarta. Luas site kurang lebih 10.000 M² dengan kondisi kontur yang relative datar. Dengan adanya melihat kondisi site tersebut, maka tidak akan ada kendala dalam proses perancangan. Site ini sangat setrategis karena terletak di pusat kota yaitu sebelah utara jalan malioboro yang di ketahui sebagai pusat perniagaan dan landmark kota Yogyakarta.

1. Fungsi bangunan : Fashion center
2. Kegiatan : Sebagai pusat Fashion Yogyakarta
3. Lokasi : JL.Mangkubumi
4. Luas Lahan : 10.400 M²



Sumber: www.googlemaps.com

Lokasi ini di pilih karena terletak di pusat kota Yogyakarta, jalan mangku bumi merupakan kawasan yang sangat dekat dengan malioboro dan tugu jogja, yang merupakan daya tarik dari kota Yogyakarta. Selain itu jalur

sirkulasi di jalan mangkubumi adalah satu arah sehingga lalu lintas di jalan ini sangat lancar.

Selain itu kawasan ini merupakan daerah komersil, menjadi tujuan belanja masyarakat dan wisatawan. Sebelah selatan jalan mangkubumi adalah stasiun kereta api "tugu", sehingga kawasan ini sangat strategis.



Sumber: Dokumen Pribadi