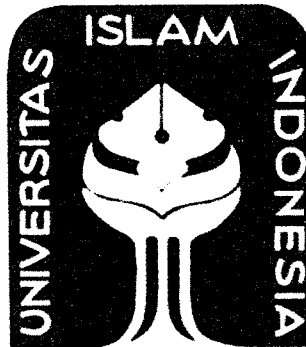


<b>PERPUSTAKAAN FTSP UII</b>	
<b>HADIAH/BELI</b>	
TGL. TERIMA :	12 - 05 - 2011
NO. JUDUL :	4218
NO. INV. :	5120004218001
NO. INDUK :	004218

**LAPORAN PERANCANGAN  
TUGAS AKHIR**

**FASHION CENTER DI YOGYAKARTA**  
*Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif  
Parang*

**FASHION CENTER IN YOGYAKARTA**  
*With the Stressing in the Transformation Arrangement Parang Batik  
motive*

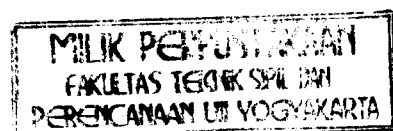


Disusun Oleh :  
**AGUNG SETIYOSO 06 512 036**

Dosen Pembimbing  
**Ir. MUNICHY B EDREES, M. Arch. IAI**

**JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

2011



**LEMBAR PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR**

**FASHION CENTER DI YOGYAKARTA**

*Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif Parang*

**FASHION CENTER IN YOGYAKARTA**

*With the Stressing in the Transformation Arrangement Parang Batik Motive*

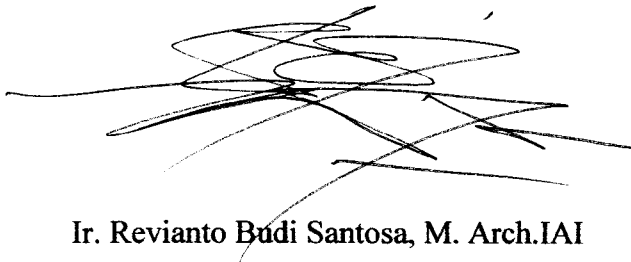
**Disusun Oleh :**

**AGUNG SETIYOSO 06 512 036**

**Tugas Akhir Ini telah di seminarikan pada tanggal 18 Februari 2011**

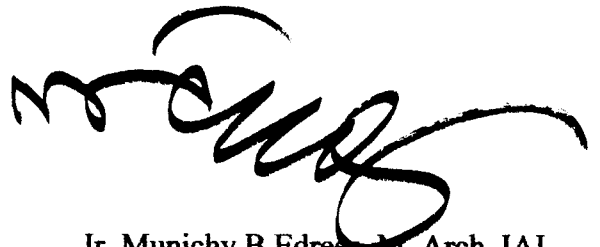
**Disetujui oleh :**

**Dosen Penguji**



**Ir. Revianto Budi Santosa, M. Arch. IAI**

**Dosen Pembimbing**



**Ir. Munichy B Edrees, M. Arch. IAI**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Arsitektur**

**Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan**

**Universitas Islam Indonesia**



**Dr. Ing. Ir. Ilya Fadjar Maharika, MA, IAI**

## CATATAN DOSEN PEMBIMBING

Berikut adalah penilaian buku laporan akhir :

Nama mahasiswa : Agung Setiyoso

Nomor mahasiswa : 06 512 036

Judul tugas akhir : FASHION CENTER IN YOGYAKARTA

*With the Stressing in the Transformation Arrangement*

*Parang Batik Motive*

Kualitas buku laporan akhir : **sedang** **baik** **baik sekali** \*) mohon dilingkari

Sehingga,

**Direkomendasikan / tidak direkomendasikan** \*) mohon dilingkari

Untuk menjadi acuan produk tugas akhir

Yogyakarta, Februari 2011

Dosen Pembimbing

Ir. Munichy B Edrees, M. Arch. IAI

## **HALAMAN PERNYATAAN**

### **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Februari 2011

**AGUNG SETIYOSO**

**Karya Tugas Akhir ini  
Kupersembahkan untuk :**

- ‡ Kedua orang tuaku tercinta, terimakasih atas doa, dukungan, materi dan segala pengorbanan yang tanpa pamrih telah di berikan, ( semoga ALLah SWT akan membalas semua jasa-jasa mama dan papa).**
- ‡ Kakak dan adikku yang selalu mendukungku dalam bentuk apapun,**
- ‡ Nitnot RDA tersayang, tercinta, termanis, tercantik yang tiada henti memberi dorongan semangat, doa dan selalu mendampingiku dalam pengerjaan Tugas akhir ini.**

## MOTTO

***Sungguh, bersama kesukaran itu pasti ada kemudahan , sungguh bersama kesukaran itu pasti ada kemudahan.Oleh karena itu , jika kamu telah selesai dari suatu tugas , Kerjakan tugas lain dengan sungguh-sungguh dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu memohon dan mengharap.  
(Qs ASY SYARH ayat 5-8)***

## KATA PENGANTAR

**Bismillahirrahmaannirrahiim,  
Assalamu”alaikum Wr. Wb.**

Alhamdulillahirobbil’alamin, segala puji bagi Allah SWT dan Shalawat dan salam senantiasa teriring kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk, kesabaran, dan ketabahan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “ Fashion Center Di Yogyakarta” ini dengan baik. Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana strata satu Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari dalam mempersiapkan dan menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik bersifat bimbingan, petunjuk, dan kesempatan untuk berdiskusi. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada berbagai pihak yang ikut serta dalam kelancaran pelaksanaan Tugas Akhir ini kepada :

1. Kedua orang tuaku yang selalu mendoakanku, dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materiil sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Ir.Munichy B Edrees,M. Arch.IAI. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dari awal hingga akhir Tugas Akhir ini. Saya ucapkan banyak terimakasih atas segala ilmu, wawasan dan nasehat yang telah saya dapatkan.
3. Bapak Ir.Revianto Budi Santosa,M. Arch.IAI. Selaku dosen penguji. atas kritik, saran dan pesan yang membangun sehingga dapat membuat Tugas Akhir ini menjadi lebih baik.
4. Bapak Subhan,ST selaku dosen tamu. Terimakasih atas masukan-masukanya yang dapat membuat Tugas Akhir ini menjadi lebih baik.

5. Bapak Dr.Ing.Ir.Ilya Fadjar Maharika,MA,IAI selaku ketua Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Ir.Mochamad Teguh ,MSCE,Ph.D selaku dekan Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Prof. Dr. H. Edi Suandi Hamid, M. Ec selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
8. Panitia Tugas Akhir periode semester ganjil tahun 2010-2011.
9. My Iuvly Fevtyka RDA, sebagai penyemangatku,untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.....makasih sayang...
10. Teman-teman seperjuangan yang selalu mendukungku.
11. Teman-teman satu bimbingan (hari nogroho,tetes,fariz rachmana) akhirnya perjuangan kita tidak sia-sia,kita lulus semua...Alhamdulillah
12. Pihak-pihak yang turut serta membantu kelancaran Tugas Akhir ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu,terimakasih atas semua doa dan bantuanya.

Semoga semua pihak mendapat pahala yang berlimpah dan balasan yang setimpal dari Allah SWT, Amiin...

Pada Tugas Akhir ini penulis menyadari banyaknya kekurangan dan ketidak sempurnaan akan penulisan laporan perancangan Tugas Akhir.Untuk itu, saran dan kritik penulis harapkan semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua. Amin.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

Yogyakarta 27 february 2011

**AGUNG SETIYOSO**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI.....	ii
CATATAN DOSEN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Judul: FASHION CENTER YOGYAKARTA .....	1
1.1.1. Pengertian Judul .....	1
1.1.2. Pengertian Sub Judul.....	1
1.2. Latar Belakang.....	4
1.2.1. Yogyakarta Sebagai Kota Budaya.....	4
1.2.2. Fashion .....	6
1.2.3. Latar Belakang Pembangunan Fashion Center.....	9
1.3. Permasalahan.....	15
1.3.1. Permasalahan Umum.....	15

1.3.2. Permasalahan Khusus.....	15
1.4. Tujuan dan Sasaran.....	15
1.4.1. Tujuan.....	15
1.4.2. Sasaran .....	15
1.5. Keaslian Tugas Akhir dan Kebaharuan.....	16

## BAB II Tinjauan Literature dan Data

2.1. Tinjauan Fashion Center.....	18
2.1.1. Pengertian Fashion Center.....	18
2.1.2. Sejarah Fashion.....	19
2.1.3. Tinjauan Perkembangan Fashion.....	21
2.1.4. Fungsi Fashion Center .....	24
2.2. Karakteristik Pengunjung Fashion Center.....	26
2.2.1. Penerapan karakteristik ke dalam fashion center dari segi arsitektural .....	26
2.2.2. Pola Kegiatan Fashion Center.....	35
2.2.3. Spesifikasi Pengguna .....	36
2.2.4. Kegiatan Yang Diwadahi .....	38
2.3. Study Kasus.....	46
2.3.1. Karya arsitek Frank O Gehry .....	46
2.3.2. Karya arsitek Kenzo Tange .....	48
2.3.3. Karya arsitek Daniel Libeskind .....	50
2.4. Data site.....	51

## BAB III Metodologi

3.1. Metode Pengumpulan Data .....	53
3.2. Metode Analisa Dan Pembahasan.....	53
3.3. Kerangka Pola Pikir.....	55
3.4. Metode Pengujian Desain .....	56
<b>BAB IV ANALISIS</b>	
4.1. Analisis Kebutuhan Ruang Pada Fashion Center .....	59
4.1.1. Macam pelaku kegiatan di dalam Fashion Center.....	59
4.1.2. Kegiatan pelaku di dalam Fashion Center .....	60
4.1.3. Kebutuhan Ruang dalam Fashion Center.....	64
4.2. Analisis Site .....	68
4.2.1. Letak dan View Site .....	68
4.2.2. Lingkungan Site.....	69
4.2.3. Orientasi Angin Dan Matahari.....	69
4.2.4. Infra struktur .....	70
4.2.5. Vegetasi.....	70
4.2.6. Zoning.....	71
4.3. Analisis Penemuan Bentuk .....	72
4.3.1 Gubahan Masa.....	73
4.3.2 Tata Masa Bangunan.....	74
4.3.3 Denah Lantai 1 .....	75
4.3.4 Denah Lanai 2.....	76
4.3.5 Tampak Bangunan .....	77
4.3.6 Perspektif Bangunan .....	78

Gambar 2.18 : Butik.....	41
Gambar 2.19 : Distro .....	42
Gambar 2.20 : Handycraft Shop .....	42
Gambar 2.21 : Artist Management.....	43
Gambar 2.22 : Salon.....	44
Gambar 2.23 : Aloha Café .....	45
Gambar 2.24 : Fitness Centre.....	45
Gambar 2.25 : Day care .....	46
Gambar:4.4 Analisa lingkungan.....	68
Gambar:4.5 Analisa lingkungan.....	69
Gambar:4.6 .....	70
Gambar:4.7 .....	70
Gambar:4.8 analisa angin dan matahari.....	71
Gambar:4.9 analisa infra struktur.....	72
Gambar:4.10 analisa Vegetasi.....	73
Gambar 4.17 : elvis bridge.....	78
Gambar 4.18 : permainan flying fox.....	78
Gambar 4.19 : permainan melompat kubangan.....	79
Gambar 5.7 : Bentuk bangunan yang kontras .....	85
Gambar 5.8 : Bentuk bangunan yang asimetris.....	86
Gambar 5.9 : Bentuk bangunan yang dinamis.....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	8
Tabel 1.2.....	11
Tabel 1.3 Beberapa Nama Agency-agency modelling di Yogyakarta .....	12
Tabel 1.4 Beberapa Nama desainer Yogyakarta .....	13
Tabel 1.5 Tugas Akhir tentang fashion .....	16
Tabel 3.1 Tabel pengujian perancangan .....	56
Tabel 4.1.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Peta Kota Yogyakarta .....	4
Gambar 1.2 : Pariwisata jogja.....	5
Gambar 1.3 : Membatik .....	6
Gambar 1.4 : Motif batik.....	7
Gambar 1.6 : Bangunan Bersejarah .....	10
Gambar 2.1 : Titik Pusat .....	18
Gambar 2.2 : Busana Pengantin.....	19
Gambar 2.3 : Busana New Clasic.....	20
Gambar 2.4 : Busana Trend .....	20
Gambar 2.5 : Informasi Fashion .....	24
Gambar 2.6 : Fashion show.....	25
Gambar 2.7 : Belanja.....	26
Gambar 2.8 : Shopping.....	27
Gambar 2.9 : sirkulasi.....	28
Gambar 2.10 : Iklim .....	29
Gambar 2.11 : Kebisingan .....	29
Gambar 2.12 : Objek Visual.....	30
Gambar 2.13 : Standart .....	30
Gambar 2.14 : Sketsa .....	31
Gambar 2.15 : Bangunan Atraktif .....	32
Gambar 2.16 : Gallery .....	28
Gambar 2.17 : Fashion Show .....	40

**FASHION CENTER DI YOGYAKARTA**  
**Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif Parang**  
**Disusun Oleh**  
**Agung Setiyoso\_06512036**  
**Dosen Pembimbing:**  
**Ir.Munichy B Edrees.,M.Arch.,IAI**

**ABSTRAK**

Banyak desainer dan agency-agency model di Yogyakarta meramaikan industry fashion Indonesia, yang di mana sering sekali diadakan di hotel, mall, dan di bangunan bersejarah di Yogyakarta. Untuk itu diperlukan suatu sarana sebagai wadah kegiatan yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan tersebut. Dimana tidak hanya bertujuan untuk pertunjukan fashion show tapi juga untuk memenuhi kebutuhan komunitas fashion di Yogyakarta.

Hal lain yang menjadi pertimbangan dibuatnya Fashion Center adalah dengan melihat fenomena yang ada saat ini di Yogyakarta, yaitu banyaknya agency-agency modeling, desainer serta minat masyarakat mengenai dunia fashion. Padahal kebutuhan akan tempat itu semakin diperlukan. Oleh karena itu dibutuhkan suatu wadah yang dapat menampung fungsi-fungsi kegiatan tersebut dalam satu wadah.

Kawasan kota Yogyakarta merupakan kawasan yang strategis karena terletak di jantung kota Yogyakarta. Sehingga kawasan tersebut memiliki aksesibilitas tinggi maka, sangat mendukung untuk dibangun sebuah "Fashion Center". Dengan penekanan transformasi bentuk batik motif parang, yang merupakan ciri khas dari budaya kota Yogyakarta dan sangat kental dalam dunia fashion. Serta mengusung konsep catwalk di dalam setiap space bangunannya.

Untuk itu perlu di buatnya bangunan yang mempunyai ciri khas dari kota Yogyakarta yakni corak batik, yang dimana nantinya menjadi landmark dan pusat dunia fashion Yogyakarta.

**FASHION CENTER IN YOGYAKARTA**  
**With the Stressing in the Transformation Arrangement Parang Theme**  
**Batik Shaped**

By:

Agung Setiyoso\_06512036

Dosen Pembimbing:

Ir.Munichy B Edrees.,M.Arch.,IAI

There are Many model designers and agencies in Yogyakarta take part in Indonesian fashion industries. And it is often held in a hotel, mall, and in an old building in Yogyakarta. For that reason, a good organization is absolutely needed. This organization is not only for the sake fashion show, but is also aimed for fulfilling the needs of fashion communities in Yogyakarta.

There are still other things of why the fashion center should be built in Yogyakarta. Today's phenomenons of Yogyakarta, there are many modeling agency and designer. People interest of fashion in Yogyakarta is also increasing. The needs of place like fashion center is hardly needed.

Yogyakarta is located in a strategic location because it is in the centre of the city. So, it has high accessibility and high mobility. It is good to build a fashion centre in that kind of location. With the Stressing in the Transformation Arrangement Parang Theme Batik Shaped which really shows Javanese and Yogyakarta culture. And it is well known in fashion. In every corner of the building it brings a catwalk concept.

For that reasons, it is seen that it is needed to build a building which has Yogyakarta characteristics in it, especially batik. This building, hopefully, will be a lanmark and the center of fashion world of Yogyakarta.



## BAB I

### Pendahuluan

#### 1.1 Judul

##### **FASHION CENTER YOGYAKARTA**

*Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif Parang.*

##### 1.1.1 Pengertian Judul

###### **Fashion Center Yogyakarta**

**Fashion<sup>1</sup>** : 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 sesuai dengan alur kehidupan).

**Center<sup>2</sup>** : 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-bagian.

##### 1.1.2 Pengertian Sub Judul

***Desain Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Corak Batik Yogyakarta.***

**Desain<sup>3</sup>** : [n] (1) kerangka bentuk; rancangan: -- mesin pertanian itu

---

<sup>1</sup> . kamus lengkap inggris/Indonesia/Indonesia/inggris, hal 23. kamus besar edis iii, Balai Pustaka 2001

<sup>2</sup> . [www.kamusbahasaIndonesia.org](http://www.kamusbahasaIndonesia.org)

dibuat oleh mahasiswa fakultas teknik; (2) motif; pola;  
corak: --  
batik Indonesia banyak ditiru di luar negeri.

**Penekanan<sup>4</sup>** : [n] proses, cara, perbuatan menekan atau menekankan:  
~penyebaran penyakit terletak pd usaha keras aparat  
kesehatan.

**Perancangan<sup>5</sup>** : [n] proses, cara, perbuatan merancang: ~ bangunan itu  
dilakukan oleh seorang ahli yg masih muda.

**Transformasi<sup>6</sup>** : [n] (1) perubahan rupa (bentuk, sifat, fungsi, dsb): Asia  
Tenggara diliputi suasana transisi dan -- akibat  
kemenangan mereka; terjemahan puisi yg baik kerap  
kali menuntut -- secara besar-besaran; (2) Ling  
perubahan struktur gramatikal menjadi struktur  
gramatikal lain dng menambah, mengurangi, atau  
menata kembali unsur-unsurnya.

**Bentuk<sup>7</sup>** : [n] (1) lengkung; lentur: -- taji; -- kuku; -- busur; (2)  
bangun;  
gambaran: benarkah setan itu -- nya spt manusia?; (3)  
rupa; wujud: -- rumah adat Palembang hampir sama dng  
rumah adat di Jawa Tengah; (4) sistem; susunan  
(pemerintahan,  
perserikatan, dsb): -- pemerintahan negara itu adalah

---

<sup>4</sup> . [www.kamusbahasaindonesia.org](http://www.kamusbahasaindonesia.org)

<sup>5</sup> . [www.kamusbahasaindonesia.org](http://www.kamusbahasaindonesia.org)

<sup>6</sup> . [www.kamusbahasaindonesia.org](http://www.kamusbahasaindonesia.org)

<sup>7</sup> . [www.kamusbahasaindonesia.org](http://www.kamusbahasaindonesia.org)

republik; (5) wujud yg ditampilkan (tampak): menolak penjajahan di segala -- nya; (6) acuan atau susunan kalimat:

-- tunggal; -- (kalimat) pasif; (7) kata penggolong bagi benda

yg berkeluk (cincin, gelang, dsb): ia membeli dua -- cincin emas.

**Corak<sup>8</sup>** : [n] (1) bunga atau gambar (ada yg berwarna-warna) pd kain

(tenunan, anyaman, dsb): -- kain sarung ini kurang bagus;

besar-besar -- kain batik itu; (2) berjenis-jenis warna pd warna dasar (tt kain, bendera, dsb): dasarnya putih, -- nya merah; (3) ki sifat (paham, macam, bentuk) tertentu: perkumpulan itu tidak tentu -- nya; -- politiknya tidak tegas.

**Batik<sup>9</sup>** : [n] kain bergambar yg pembuatannya secara khusus dng menuliskan atau menerakan malam pd kain itu, kemudian pengolahannya diproses dng cara tertentu; kain batik.

---

<sup>8</sup> .www.kamusbahasaIndonesia.org

<sup>9</sup> .www.kamusbahasaIndonesia.org

## 1.2 Latar Belakang

### 1.2.1 Yogyakarta Sebagai Kota Budaya

LAMPUNG

JABAR

JATENG

Gambar 1.1 : Peta Kota Yogyakarta.

Sumber

[http://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Locator\\_yogya\\_final.png](http://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Locator_yogya_final.png)

Koordinat : 8°30'-7°20'LS109° 40' - 111° 0' BT

Dasar Hukum: U.U.No 3/1950

Ibukota : Yogyakarta

Luas : 3.185,80 km<sup>2</sup>

Penduduk : 3.434.534 (2007)<sup>10</sup>

Yogyakarta masih sangat kental dengan budaya Jawanya. Seni dan budaya merupakan bagian tak terpisahkan dalam kehidupan masyarakat Yogyakarta. Sejak masih kanak-kanak sampai dewasa, masyarakat Yogyakarta akan sangat sering menyaksikan dan bahkan, mengikuti berbagai acara kesenian dan budaya di kota ini. Bagi masyarakat Yogyakarta, di mana setiap

---

<sup>10</sup> .[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

tahapan kehidupan mempunyai arti tersendiri, tradisi adalah sebuah hal yang penting dan masih dilaksanakan sampai saat ini.

Tradisi juga pasti tidak lepas dari kesenian yang disajikan dalam upacara-upacara tradisi tersebut. Kesenian yang dimiliki masyarakat Yogyakarta sangatlah beragam. Dan kesenian-kesenian yang beraneka ragam tersebut terangkai indah dalam sebuah upacara adat. Sehingga bagi masyarakat Yogyakarta, seni dan budaya benar-benar menjadi suatu bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Kesenian khas di Yogyakarta antara lain adalah kethoprak, jathilan, dan wayang kulit. Yogyakarta juga dikenal dengan perak dan gaya yang unik membuat batik kain dicelup. ia juga dikenal karena seni kontemporer hidup. Memberikan nama kepada anak masih merupakan hal penting nama-nama anak Jawa. Yogyakarta juga dikenal dengan gamelan musik, yang termasuk gaya yang unik gamelan Yogyakarta.



Gambar 1.2 : Pariwisata jogja

Sumber: <http://adangkata.com/2008/01/05/jogja-nabuan-onda-yang-tak-pernah-sepi/> & [imgurl=http://adangkata.com/wp-content/uploads/2008/01/jajaran-prajurit.jpg](http://adangkata.com/wp-content/uploads/2008/01/jajaran-prajurit.jpg)

## 1. 2 .2 Fashion

Yogyakarta merupakan kota yang memiliki kemajuan pesat dalam bidang fashion, terbukti dengan banyaknya pusat perbelanjaan ,distro, butik, dan rumah mode yang tersebar di Yogyakarta. Selain itu minat masyarakat tentang kebutuhan fashion sangatlah tinggi, terbukti dengan kemajuan dalam bidang usaha tersebut. Dunia Fashion di kota Yogyakarta menjadi daya tarik tersendiri, karena Yogyakarta mempunyai potensi yang sangat menarik yaitu batik. Yang dimana batik merupakan, karya seni fashion untuk mencerminkan budaya Indonesia.



Gambar 1.3 : Membatik

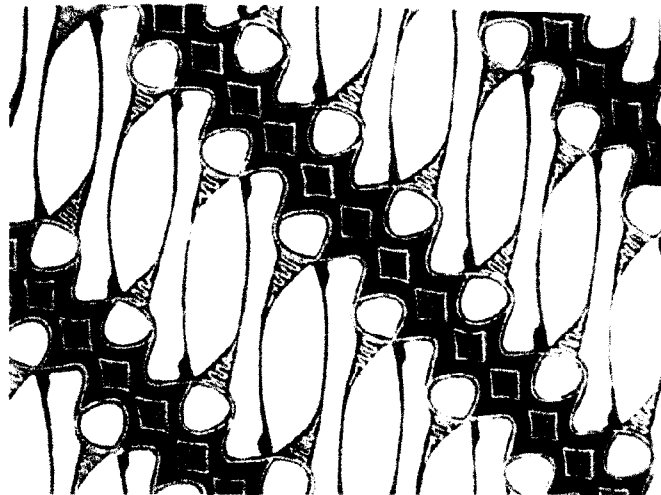
Sumber :

[http://ilambra.blogspot.com/2009/04/01/\\_archive.html&imgref=http://3.bp.blogspot.com/\\_y9X6Rxa3r6c/SdGovykugi-AAAAAAAAnA/ULh7KuM1zoM/s400/membatik.JPG](http://ilambra.blogspot.com/2009/04/01/_archive.html&imgref=http://3.bp.blogspot.com/_y9X6Rxa3r6c/SdGovykugi-AAAAAAAAnA/ULh7KuM1zoM/s400/membatik.JPG)

Batik adalah salah satu cara pembuatan bahan pakaian. Selain itu batik bisa mengacu pada dua hal. Yang pertama adalah teknik pewarnaan kain dengan menggunakan Malam untuk mencegah pewarnaan sebagian dari kain. Dalam literatur internasional, teknik ini dikenal sebagai wax-resist dyeing. Pengertian kedua adalah kain atau busana yang dibuat dengan teknik tersebut, termasuk penggunaan motif-motif tertentu yang memiliki kekhasan. Batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait. Batik secara historis berasal dari zaman nenek moyang yang

dikenal sejak abad XVII yang ditulis dan dilukis pada daun lontar. Saat itu motif atau pola batik masih didominasi dengan bentuk binatang dan tanaman. Namun dalam sejarah perkembangannya batik mengalami perkembangan, yaitu dari corak-corak lukisan binatang dan tanaman lambat laun beralih pada motif abstrak yang menyerupai awan, *relief candi*, *wayang beber* dan sebagainya. Selanjutnya melalui penggabungan corak lukisan dengan seni dekorasi pakaian, muncul seni batik tulis. Batik sangat mencerminkan kebudayaan Indonesia.

Makna pada batik menjadikan kita punya identitas tersendiri, Sehelai kain batik dapat mengungkapkan status sosial, lingkungan mana berasal, sejarah budaya dan untuk kesempatan apa digunakan. Berikut beberapa contoh motif-motif batik Yogyakarta:



Gambar 1.4 : Motif batik

Sumber : <http://www.batikyogyakarta.com/kategori/batik-motif-parang-rusak/> & <http://www.batikyogyakarta.com/wp-content/uploads/2010/12/parang-rusak-parang.JPG>

*Parang*, salah satu motif batik yang populer. Ada berbagai jenis motif parang yang memiliki arti berbeda. *Parang Barong* merupakan parang yang paling besar dan agung yang hanya boleh digunakan untuk Raja.

*Parang Rusak*, yang biasa digunakan prajurit setelah perang, untuk memberitahu Raja bahwa mereka telah memenangkan peperangan. *Beras Kecer*

adalah motif yang cukup terkenal di Solo, bentuknya berupa butiran-butiran menyerupai beras yang tersebar. Beras Kecer bermakna pengharapan untuk kemakmuran dan rejeki yang melimpah. Motif batik banyak menggambarkan simbol-simbol pertanian dan kegiatan keseharian pembatikannya.

Para pembatik yang hidup di pedesaan, motifnya akan banyak bergambar tumbuhan, kupu-kupu, burung, *alas alasan*, *kopi pecah*, jaring, *usus keli*, dan sebagainya. Selain simbol pertanian, batik juga digunakan sebagai pernyataan niat seseorang. Seperti motif *Madu Bronto*, menyimbolkan seseorang yang sedang kasmaran. "*Madu Bronto*" dulu dikenakan pria yang mau kencan atau bertandang ke tempat pacarnya. Jadi ketika orangtua si perempuan melihat bajunya, mereka langsung tahu tujuan kedatangan pria tersebut. Motif ini juga sering dikenakan saat acara lamaran, atau pada sarasehan calon mempelai pria. Madu berarti manis, sedangkan bronto berarti tarung. Jika digabungkan mengandung arti bertarung dalam manis. Gambarnya sendiri menyerupai peniti yang tersusun kotak-kotak dan memanjang. Selain beberapa contoh di atas, masih banyak lagi jenis atau macam motif batik, antara lain adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Motif Batik Parang Barong	Motif Batik Parang Baris
Motif Batik Parang Centong	Motif Batik Parang Jenggot
Motif Batik Parang Kusumo	Motif Batik Purbonegoro
Motif Batik Dara Gelar	Motif Batik Ceplok Koci
Motif Batik Keyongan	Motif Batik Kanigoro
Motif Batik Jentik Manis	Motif Batik Limaran
Motif Batik Kembang Blimbing	Motif Batik Kembang Cengkeh



Motif Batik Ceplok Manggis	Motif Batik Cakra Kusuma
Motif Batik Grompol	Motif Batik Ganggong Lerep
Motif Batik Ganggong Paningran	Motif Batik Sekar kacang
Motif Batik Tunjung Korobban	Motif Batik Banji
Motif Batik Riti Riti	

Sumber: [www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com)

Selain potensi di atas, Kemajuan dalam fashion Yogyakarta juga di pengaruhi oleh banyaknya sekolah dan kampus yang ada di Yogyakarta, oleh sebab itu selain sebagai kota budaya, Yogyakarta juga di sebut sebagai kota pelajar yang dimana banyak terdapat sekolah dan perguruan tinggi, sehingga pengaruh mode sangatlah berperan banyak.

Banyaknya sekolah dan perguruan tinggi, merupakan point penting dalam dunia fashion Yogyakarta. Karena kebutuhan akan fashion sangatlah tinggi, apalagi dengan banyaknya para pelajar dari luar daerah Yogyakarta. Yang membawa banyak pengaruh budaya, serta selera fashion yang berbeda-beda pula.

### 1.2.3 Latar Belakang Pembangunan Fashion Center

Yogyakarta merupakan kota yang memiliki potensi yang sangat menarik di bidang seni yaitu batik jogja, yang di mana menjadi ciri khas dari kota jogja itu sendiri. Seiring dengan perkembangan zaman kebutuhan bangunan fashion akan semakin meningkat, mengingat banyaknya butik, kerajinan batik, sekolah modeling, desainer, dan peragawan-peragawati yang berkiprah di jogja.

Oleh sebab itu bangunan fashion sangatlah penting untuk dibangun di kota Yogyakarta ini, karena sangat sering di Yogyakarta mengadakan event-event tahunan, bulanan dan harian, diantaranya jogja fashion Week, fashion show, pameran busana karya desainer, wisuda modeling school, Pemotretan dll,

yang di dukung pemerintah lewat dinas pariwisata dan kebudayaan sebagai event kalender budaya tahunan. Yang biasanya hanya di selenggarakan di hotel- hotel berbintang ,bangunan bersejarah,kraton,dan pusat perbelanjaan. Yang dimana tempat- tempat tersebut hanya dapat di nikmati oleh kalangan menengah ke atas dan kurang maksimal dalam mengangkat industry fashion di yogyakarta.



Gambar 1.6 : Bangunan Bersejarah

Sumber:

[http://www.google.co.id/imglanding?q=benteng+vredeburg&uma:1&hl=id&as\\_stay&tps=sch\\_1&btnid=199mNDpLz89mM&imgrefurl=http://exsistability.blogspot.com/&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/\\_peBghevWtEQ/SwzPWhi0TzI/AAAAAAAAAAB/4s3IdhCuBM/s1600/Benteng%252BVredeburg.jpg](http://www.google.co.id/imglanding?q=benteng+vredeburg&uma:1&hl=id&as_stay&tps=sch_1&btnid=199mNDpLz89mM&imgrefurl=http://exsistability.blogspot.com/&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_peBghevWtEQ/SwzPWhi0TzI/AAAAAAAAAAB/4s3IdhCuBM/s1600/Benteng%252BVredeburg.jpg)

Sehingga sangat perlunya wadah untuk mewadahi kegiatan ini,serta menjadikan daya tarik tersendiri bagi kota Yogyakarta yang dimana di Indonesia belum ada bangunan semacam ini sebelumnya. Yang dimana bangunan ini mewadahi seluruh kegiatan-kegiatan fashion Serta mentransformasikan bentuk corak batik jogja untuk pencitraan diri dari bangunan "fashion center" ini. Banyaknya Pusat perbelanjaan, Distro, rumah mode, butik, dan terutama yang dalam bidang fashion di Yogyakarta, menunjukkan bahwa kemajuan fashion di Yogyakarta sangat pesat. di bawah ini beberapa nama perbelanjaan di Yogyakarta:

Tabel 1.2

No	Nama	Alamat
1	Ambarukmo Plaza	Jl. Laksda Adisucipto Yogyakarta INDONESIA 55281
2	Mall Malioboro	Jl. Malioboro No. 52-58 Yogyakarta INDONESIA 55001
3	Garena department store	Jl. Urip Sumoharjo No. 40 Yogyakarta INDONESIA 55221
4	Galeria mall	Jl. Jendral Sudirman No. 99 - 101 Yogyakarta INDONESIA 55223
5	Stock Well	Jl. Laksda Adisucipto No. 163 Yogyakarta INDONESIA 55281
6	Saphir square	Jln. Laksda Adisucipto No. 32-34 Yogyakarta INDONESIA 55001
7	Ramayana	Jl. Malioboro No. 124 Yogyakarta INDONESIA 55122
8	Ramai mall	Jl. A. Yani No. 73 Yogyakarta INDONESIA 55122
9	Mirota Kampus	Jl. C. Simanjutak No. 70 Yogyakarta INDONESIA 55223
10	Makro cash and carry	Jl. Ring Road Utara, Maguwo, Desa Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta INDONESIA 55282

Sumber: [www.visitingjogja.com](http://www.visitingjogja.com)

Tabel 1.3  
Beberapa Nama Agency-agency modelling di yogyakarta

No	Nama Agency	Alamat
1	PAPMI DIY	KHA.DAHLAN NO :73
2	ASMAT PRO	JL.MONJALI
3	DANAR STUDIO	JL.HOS COKROAMINOTO
4	SAMURAI PRO	JL.GODEAN KM5 NO:52
5	ADANA	JL.MAWAR NO:5 BACIRO
6	YOYON AT	JL.MANGKUYUDAN NO:41
7	NEWDIES	Tanpa kantor
8	BUFA	JL.GLAGAH SARI NO:593B
9	ANDRE	Tanpa kantor
10	COLOUR MODEL	Tanpa kantor

Sumber:Data survei

Dari data diatas dapat diketahui bahwa banyaknya agency-agency di Yogyakarta,serta masih banyak lagi agency-agency yang belum atau tidak memiliki kantor.Oleh sebab itu bangunan fashion center perlu menyediakan ruang-ruang untuk fasilitas kursus dan studio modeling,Sehingga dapat di rentalkan untuk kegiatan tersebut.Serta menyediakan fasilitas retail-retail dan stand untuk mendisplay hasil karya desainer-desainer lokal Yogyakarta,berikut beberapa nama desainer-desainer Yogyakarta.

Tabel 1.4  
Beberapa Nama desainer yogyakarta

No	Nama Desainer
1	APIP SYAKUR
2	TOMMY TRI WAHYUDI
3	NITA AZHAR
4	BUDI SUSANTO
5	LIA MUSTOFA
6	MUDJIB
7	RAMADHANI ABDUL KHADIR
8	ARDIYANTO
9	GOED POESPO
10	ENY

Sumber: Data survei

Konsep bangunan nantinya adalah "One Stop Service" dimana fasilitas mengenai fashion terdapat dalam bangunan ini, Sehingga para pengunjung tidak harus berpindah-pindah ke tempat lain untuk memenuhi kebutuhan tentang fashion. Bahkan pada setiap sisi bangunan fashion center ini dapat di gunakan untuk kegiatan penunjang fashion, Seperti pada selasar, tangga, ruang luar, lobby dapat di gunakan untuk fashion show ataupun pemotretan. Dalam perancangan bangunan ini menggabungkan catwalk, stand, salon, fitness center, agency, café, studio photo dan sekolah modeling yang mempunyai fungsi berbeda, namun mendapatkan pencitraan yang balance dari pengguna melalui penerapan penekanan pada "transformasi bentuk corak batik yogyakarta" untuk mendapatkan suasana modern dan berbudaya. Untuk itu perlu di buatnya bangunan yang mempunyai ciri khas dari

kota Yogyakarta yakni corak batik, yang dimana nantinya menjadi landmark dan pusat dunia fashion Yogyakarta.

Secara garis besar dalam penekanan perancangan Fashion Center ini terdiri dari beberapa bagian :

- Konsep bangunan modern dengan transformasi bentuk corak batik yogyakarta.
- Mengusung konsep "One Stop Service" untuk kebutuhan fashion.
- Setiap sisi dari bangunan dapat menjadi point menarik untuk menunjang kegiatan fashion.
- Tersedianya fasilitas stand pameran karya desainer
- Tersedianya fasilitas ruang studio modeling ,photo,dan acting
- Tersedianya fasilitas kebugaran
- Tersedianya fasilitas café.
- Tersedianya fasilitas salon
- Tersedianya fasilitas service yang menarik seperti ruang ganti dan toilet
- Tersedianya fasilitas parkir yang nyaman

Dengan adanya fasilitas-fasilitas di atas pengunjung dan pengguna dapat memenuhi kebutuhan fashion dengan optimal,sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk dunia fashion yogyakarta.Pengambilan konsep corak batik Yogyakarta sangat identik dengan Yogyakarta sebagai salah satu sentra batik,sehingga mampu mengangkat industri batik dimata nasional maupun internasional.

### **1.3 Permasalahan**

#### **1.3.1 Permasalahan Umum**

Bagaimana merancang sebuah bangunan fashion dengan transformasi bentuk corak batik motif parang, yang dimana mampu mencitrakan bangunan berbudaya.

#### **1.3.2 Permasalahan Khusus**

- Bagaimana membuat bangunan fashion Center dengan konsep “one stop service”
- Bagaimana membuat bentuk bangunan berbudaya yang dimana setiap space, dapat di pergunakan untuk kegiatan catwalk.

### **1.4 Tujuan dan Sasaran**

#### **1.4.1 Tujuan**

- Merancang bangunan fashion dengan konsep “one stop service” sehingga dapat mengoptimalkan kebutuhan fashion para pengunjung.
- Memunculkan bentukan bangunan yang berbudaya, serta pada setiap space bangunan dapat dipergunakan untuk kegiatan fashion show.

#### **1.4.2 Sasaran**

- Dapat mengoptimalkan kebutuhan fashion pengunjung, dengan kelengkapan fasilitas fashion.
- Dapat memunculkan bentukan bangunan yang berbudaya, yang dapat mengoptimalkan kegiatan fashion di dalam bangunan.

## 1.5 Keaslian Tugas Akhir dan Kebaharuan

Pada sebuah tugas akhir sebuah keaslian dan kebaharuan merupakan hal yang sangat penting, maka dari itu saya membuat keaslian dan kebaharuan dari tugas akhir saya. Tugas Akhir yang berkaitan dengan fashion sudah ada diantaranya dapat dilihat pada tabel 1.5

Tabel 1.5

### Tugas Akhir tentang fashion

No	Penulis	Tahun	Judul Tugas Akhir	Penekanan
1	Achid Zudhirianto (95 340 039)	2000	Shopping center	Sebagai fasilitas perbelanjaan yang rekreatif untuk meningkatkan daya tarik konsumen di kawasan pasar wates.
2	Wiwik Tri Widyastuti (99 512 034)	2006	Rumah mode di jogjakarta	Sebagai wadah kegiatan informasi, promosi, dan pemasaran yang atraktif dan rekreatif dengan pendekatan citra seorang model.
3	Primania Dhamayanti (98 512 103)	2004	Rumah Mode (boutique)	Sebagai perwujudan karakter fungsi ruang dalam penampilantata ruang dalam bangunan yang dinamis dan atraktif.

Perbedaan dengan karya saya tentang fashion center adalah belum adanya perancangan bangunan fashion yang mentransformasikan bentuk corak batik Yogyakarta, serta memiliki keunggulan dalam pemanfaatan setiap bagian ruang untuk kegiatan fashion catwalk.

Didalam merancang fashion center ini menggunakan 2 pendekatan metode perancangan yaitu pendekatan literal analogi dan optimization essential function, sehingga ini termasuk kebaharuan didalam merancang sebuah fashion center. Selain itu kebaharuan yang lain adalah fashion center ini menawarkan konsep menarik dengan gaya modern namun tetap dengan sentuhan-sentuhan



kebudayaan yang dimana mencerminkan identitas kota Yogyakarta. Serta fashion center ini mempunyai fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan dalam dunia fashion, dan mempunyai keunggulan dalam pemanfaatan setiap bagian bangunan untuk kegiatan fashion show dan pemotretan.

## 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)<sup>11</sup> 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-bagian<sup>12</sup>.

Gambar 2.1 : Titik Pusat

Sumber:

[http://www.google.co.id/imglanding?gmmesa%20world&img=1&hl=id&sa=G&as\\_sre1&bsr\\_sch=1&bi=4m5q:-yVfWUEa\\_M&imgrefurl=http://mosaicworld.wordpress.com/my-weird-theory-mata-manusia&imgurl=http://mosaicworld.files.wordpress.com/2009/04/varish5.jpg](http://www.google.co.id/imglanding?gmmesa%20world&img=1&hl=id&sa=G&as_sre1&bsr_sch=1&bi=4m5q:-yVfWUEa_M&imgrefurl=http://mosaicworld.wordpress.com/my-weird-theory-mata-manusia&imgurl=http://mosaicworld.files.wordpress.com/2009/04/varish5.jpg)

---

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

<sup>12</sup> .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 pemakainya<sup>13</sup>.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 dirinya<sup>14</sup>.

Dalam dunia mode terdapat beberapa aliran-aliran gaya busana<sup>15</sup>,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=253F77253D47252677253D265072526st%253D0%2526sk%253D772526sd%253D772526start%253D100&imgurl=http://www.duniawedding.com/wedding\\_plugins/content/contentoptimizer/6ba0fd75af814b7ed7c7f43abb819bdc7cde430e\\_314x434\\_Q75.jpeg](http://ipforum.dailyforum.net/viewtopic.php?t=253F77253D47252677253D265072526st%253D0%2526sk%253D772526sd%253D772526start%253D100&imgurl=http://www.duniawedding.com/wedding_plugins/content/contentoptimizer/6ba0fd75af814b7ed7c7f43abb819bdc7cde430e_314x434_Q75.jpeg)

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

<sup>14</sup> .Kompas Edisi 5 Juni 2005

<sup>15</sup> .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/14462/Sigurl=http://www.theepochtimes.com/n2/images/stories/large/2009/03/29/TommyHilfiger\\_mad.jpg](http://www.theepochtimes.com/n2/content/view/full/14462/Sigurl=http://www.theepochtimes.com/n2/images/stories/large/2009/03/29/TommyHilfiger_mad.jpg)

- 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/2010/04/04.jpg>

- d. **New Maves**, 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 (Crain, 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/benta-dunia-jakarta-kuala-lumpur-dan-duba-akan-jadi-pusat-mode-busana-muslim-dunia.htm&imgurl=http://www.eramuslim.com/fckfiles/image\\_pic3\\_12829729.jpg](http://www.eramuslim.com/benta-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/2/hi/in\\_pictures/5141678.stm&imgurl=http://news.bbc.co.uk/2/hi/media/images/41841000.jpg\\_41841166\\_van\\_noten\\_group.jpg](http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_pictures/5141678.stm&imgurl=http://news.bbc.co.uk/2/hi/media/images/41841000.jpg_41841166_van_noten_group.jpg)

c. Sebagai tempat pemasaran dan penjualan hasil produksi.



Gambar 2.7 : Belanja

Sumber:

[http://www.radisson.com/hotels/CHNSGNW-locations&image=http://www.radisson.com/rao/images/hotels/CHNSGNW/Shopping\\_458.jpg](http://www.radisson.com/hotels/CHNSGNW-locations&image=http://www.radisson.com/rao/images/hotels/CHNSGNW/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, refreking 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**



Gambar 2.8 : Shopping

Sumber:

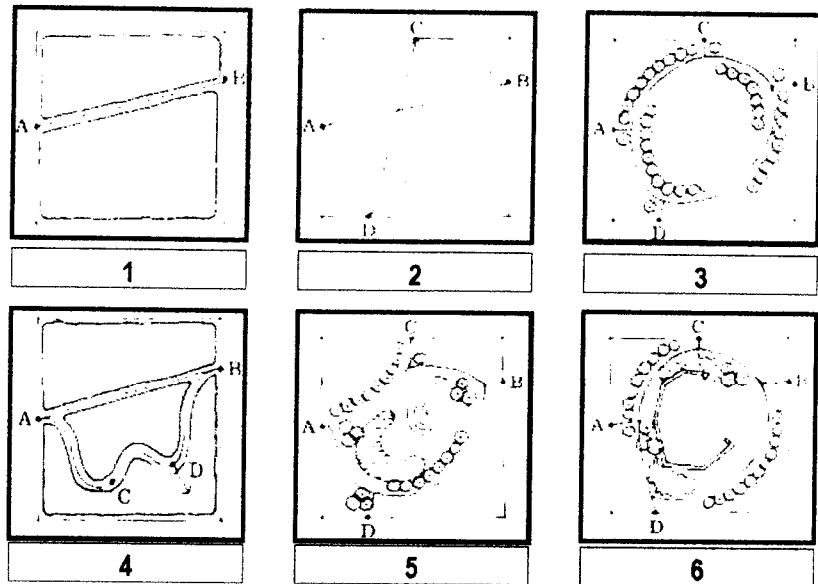
[http://www.google.co.id/imgandimg/img/shopping&user=1&img&img=1000&img=79&as\\_siz=&tes=sch1&imgdn=0C9kVCgsTQVM&imgrefurl=http://www.arizonafoothillsmagazine.com/valleygirlblog/shopping-10-holiday-shopping-tips&imgurl=http://www.arizonafoothillsmagazine.com/valleygirlblog/wp-content/uploads/holiday-shopping-tips.jpg](http://www.google.co.id/imgandimg/img/shopping&user=1&img&img=1000&img=79&as_siz=&tes=sch1&imgdn=0C9kVCgsTQVM&imgrefurl=http://www.arizonafoothillsmagazine.com/valleygirlblog/shopping-10-holiday-shopping-tips&imgurl=http://www.arizonafoothillsmagazine.com/valleygirlblog/wp-content/uploads/holiday-shopping-tips.jpg)

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 berbeda<sup>16</sup>.

#### SIRKULASI TAMAN

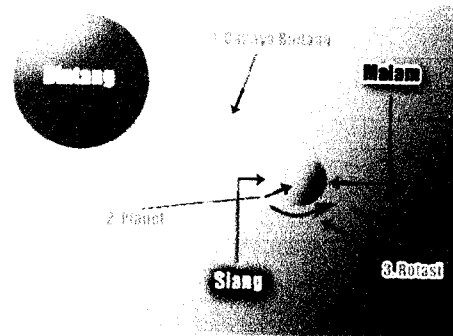


Gambar 2.9 : sirkulasi

Sumber: [www.masanung.staff.uins.ac.id](http://www.masanung.staff.uins.ac.id)

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

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

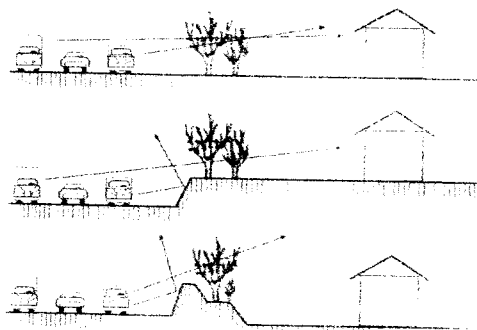


Gambar 2.10 : Iklim

Sumber:

[http://www.google.co.id/imglanding?q=terjadi+siang+dan+malam&img=1&hl=id&bw=1300&bih=579&as\\_sray&tbs=srch:1&tbnid:AHPXbuBYVw4gM&imgrefurl=http://forumkristen.com/komunitas/index.php?/253Ftopic/2530810/45&maud=http://img630.imageshack.us/img630/9797/lustrasi1copyfo4.jpg](http://www.google.co.id/imglanding?q=terjadi+siang+dan+malam&img=1&hl=id&bw=1300&bih=579&as_sray&tbs=srch:1&tbnid:AHPXbuBYVw4gM&imgrefurl=http://forumkristen.com/komunitas/index.php?/253Ftopic/2530810/45&maud=http://img630.imageshack.us/img630/9797/lustrasi1copyfo4.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.



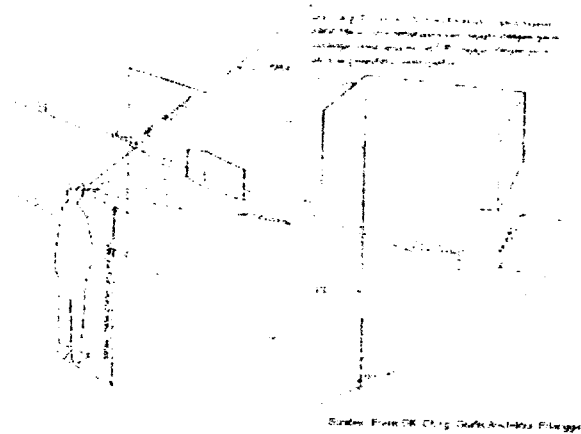
Gambar 5.1. Konvar penggunaan flora yang efektif berfaedah sebagai pemutus kebisingan di kawasan perkotaan (Budi, 1997)

Gambar 2.11 : Kebisingan

Sumber:

[http://www.google.co.id/imglanding?q=sketsa+reflektalan+dan+peranginan&img=1&hl=id&as\\_sray&tbs=srch:1&tbnid:YU06Zk1H12JM&imgrefurl=http://bondanprbasmu.wordpress.com/tag/apademen/&imgrefurl=http://bondanprbasmu.files.wordpress.com/2010/04/img\\_0002a.jpg](http://www.google.co.id/imglanding?q=sketsa+reflektalan+dan+peranginan&img=1&hl=id&as_sray&tbs=srch:1&tbnid:YU06Zk1H12JM&imgrefurl=http://bondanprbasmu.wordpress.com/tag/apademen/&imgrefurl=http://bondanprbasmu.files.wordpress.com/2010/04/img_0002a.jpg)

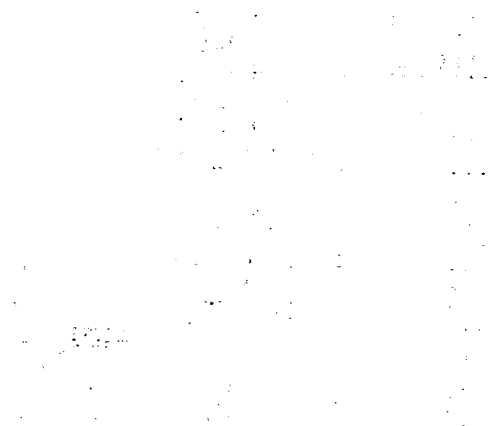
- Aroma atau bau-bauan : terutama pada daerah pembuangan sampah, untuk mengurangi bau tersebut maka sumber bau dipindahkan ditempat yang tertutup dari pandangan visual, serta dihalangi oleh tanaman pepohonan/semak ataupun dengan peninggian muka tanah.



Gambar 2.12 : Objek Visual

Sumber: [http://teenkuah.blogspot.com/2009/07/gambar-berperspektif.html&imgdntop...img248\\_imagehack.us/img248/0402/image002/w.jpg](http://teenkuah.blogspot.com/2009/07/gambar-berperspektif.html&imgdntop...img248_imagehack.us/img248/0402/image002/w.jpg)

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

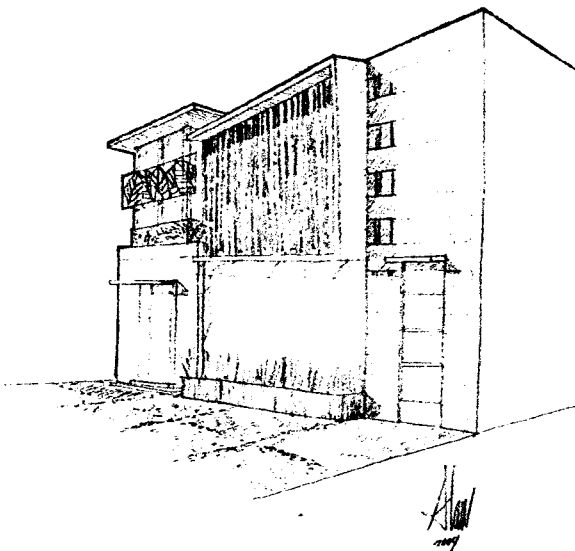


Gambar 2.13 : Standart

Sumber:

<http://teorikubah.blogspot.com/2009/08/08/menggambar-arsitektur-5.html>  
<http://img199.imageshack.us/img199/3773/madeu012e0.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 2.15 : Bangunan Atraktif

Sumber:

[http://www.google.co.id/imgland?q=bangunan+atraktif&um=1&hl=id&as\\_scty&own=1300&btn=6790&sch=1&load=9Dwin8iq2KJDM&imgref=http://sejakite-multi-aly.com/&imgref=http://farm4.static.flickr.com/3376/3524174546\\_179cc65f64\\_o.jpg](http://www.google.co.id/imgland?q=bangunan+atraktif&um=1&hl=id&as_scty&own=1300&btn=6790&sch=1&load=9Dwin8iq2KJDM&imgref=http://sejakite-multi-aly.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 asimetris<sup>18</sup>.

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 perhatian<sup>19</sup>.
- 

---

<sup>18</sup> . Hakim, Rustam. 2002. *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap*, Jakarta.

<sup>19</sup> . 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 kesatuan<sup>20</sup>.

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 dinamis<sup>21</sup>.

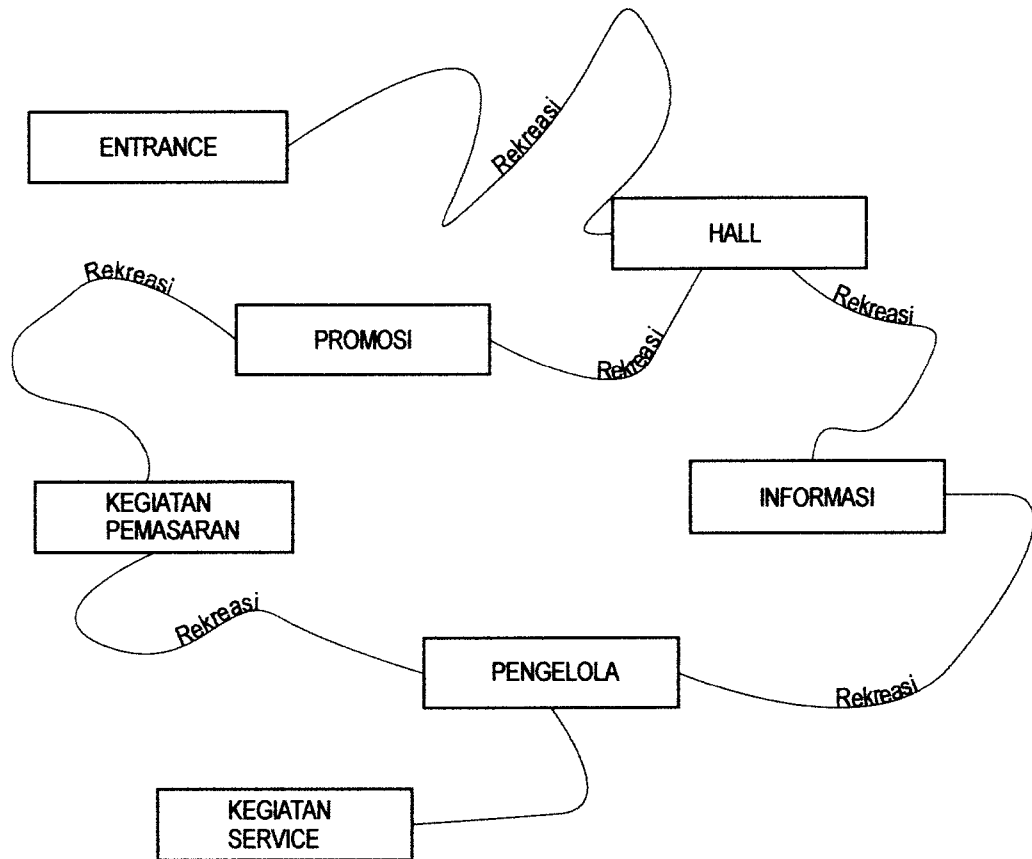
---

<sup>20</sup> . Hakim, Rustam. 2002. *Komponen Perancangan Arsitektur Lanskap*, Jakarta.

<sup>21</sup> . 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



Sumber : Analisa

## **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=dZi-EoxcfOe9MM&imgrefurl=http://artgallery.yale.edu/&imgd=http://artgallery.yale.edu/graphics/landing-ren2\\_web\\_splash.jpg](http://www.google.co.id/imglanding?part+gallery&um=1&hl=id&as_siv&tos=sch_1&fbid=dZi-EoxcfOe9MM&imgrefurl=http://artgallery.yale.edu/&imgd=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&rlid&as\\_stay&fbser' sch.1&tbid=1H2\\_SrftLHoM &imgrefurl=ht tp://fashionsays.com/&imgurl=http://www.fas hionsays.com/wp- content/uploads/2010/08/dg2011men1.jpg](http://www.google.co.id/imglanding?q=fashion+show+man&um=1&rlid&as_stay&fbser' sch.1&tbid=1H2_SrftLHoM &imgrefurl=ht tp://fashionsays.com/&imgurl=http://www.fas hionsays.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.kwebsery.com/butik-embun.html&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/\\_n45ezYXP5Ew/SJZ\\_FyyFIRI/AAAAAAAAA88/VBfUhpK3R3c/s400/butik2.jpg](http://freewide2.kwebsery.com/butik-embun.html&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_n45ezYXP5Ew/SJZ_FyyFIRI/AAAAAAAAA88/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://freshensideciathingco.blogspot.com/2010/05/tips-membuka-distro-bagi-pemula.html&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/\\_Ahw6OUa5uNo/S\\_DssBa.../VI/AAAAAAAAABA/pbBfzRX60/s1600/264232\\_1\\_Yuendang\\_Distro.jpg](http://freshensideciathingco.blogspot.com/2010/05/tips-membuka-distro-bagi-pemula.html&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/_Ahw6OUa5uNo/S_DssBa.../VI/AAAAAAAAABA/pbBfzRX60/s1600/264232_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..20 : Handycraft Shop

Sumber:

[http://www.google.co.id/imglanding?sa=handycraft+shop&um=1&hl=id&as\\_s=ry&aws=1360&bih=579&tps=isch.1&tpid=7dA3fQcm9QHxM.&imgref=ur=http://www.shutterstock.com/pic-154725/stock-photo-handicraft-shop.html&imgurl=http://thumb.11.shutterstock.com/edgesuite.net/display\\_pic\\_with\\_logo-3525/3525-1108562346-38-stock-photo-handicraft-shop-154725.jpg](http://www.google.co.id/imglanding?sa=handycraft+shop&um=1&hl=id&as_s=ry&aws=1360&bih=579&tps=isch.1&tpid=7dA3fQcm9QHxM.&imgref=ur=http://www.shutterstock.com/pic-154725/stock-photo-handicraft-shop.html&imgurl=http://thumb.11.shutterstock.com/edgesuite.net/display_pic_with_logo-3525/3525-1108562346-38-stock-photo-handicraft-shop-154725.jpg)

Adalah sebuah tempat untuk penjualan karya seni kerajinan tangan dan Seni rupa.

4. Lingkup Kegiatan Pendidikan

Yaitu kegiatan yang berhubungan dengan sumber daya manusia, dengan memberikan ilmu pengetahuan serta ketrampilan di bidang fashion.

- Kursus Modelling meliputi:
  - a. Catwalk
  - b. Acting
  - c. Pemotretan
  - d. Presenter
  - e. Kepribadian





Gambar 2.22 : Salon

Sumber:

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

- Café

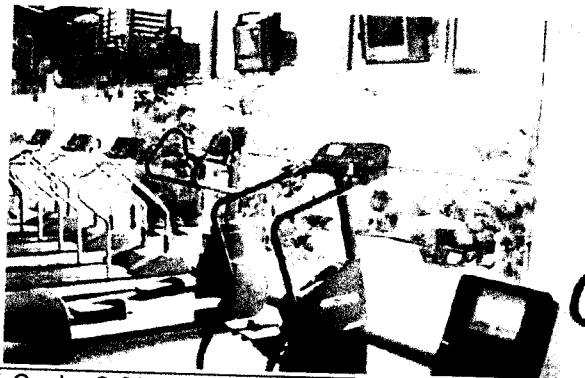


Gambar 2.23 : Aloha Cafe

Sumber:

<http://www.02cruise.com/lines/Norwegian/4252520Cruise%252520Line/Pride%252520Of%252520America/photos/&imgurl=http://www.02cruise.com/lines/norwegian%252520Cruise%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](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

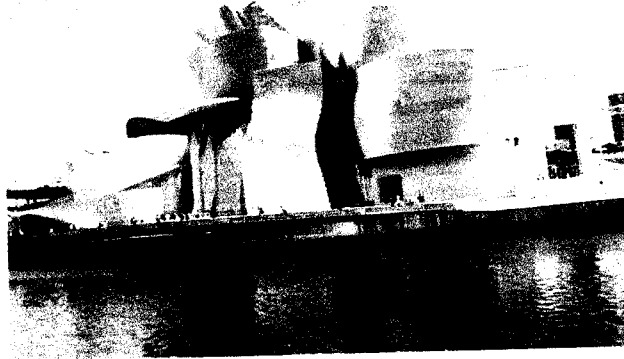
Sumber:

[http://www.google.co.id/imglandng?d=daycare&um=1&hl=id&as\\_st=y&bw=1360&bih=579&tbs=isch:1&fbid=GgUfUfIOESnsMM](http://www.google.co.id/imglandng?d=daycare&um=1&hl=id&as_st=y&bw=1360&bih=579&tbs=isch:1&fbid=GgUfUfIOESnsMM) &imgrefurl=http://toms.org/daycare.htm&imgurl=http://68.171.51.235/pics/daycare1.jpg

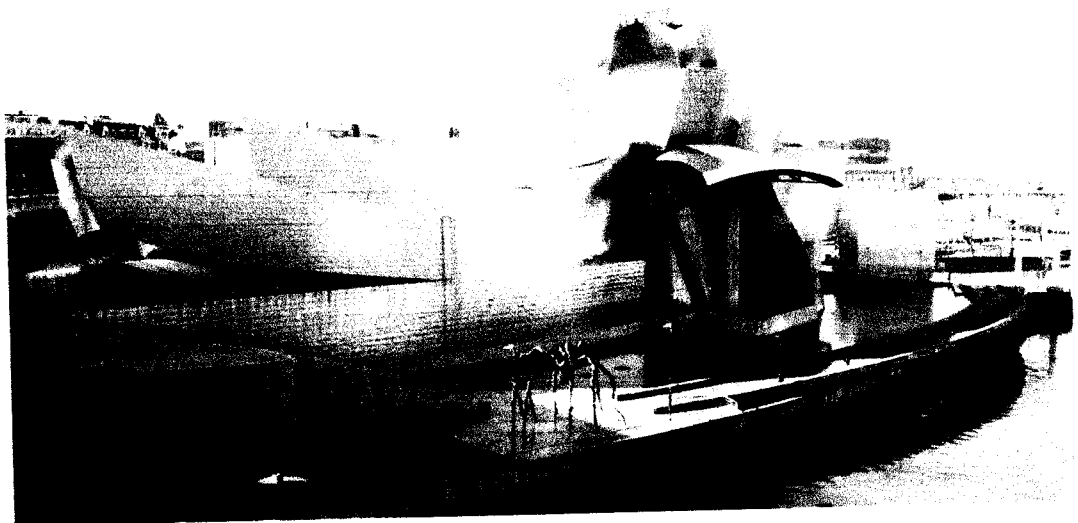
## 2.3 Study Kasus

### 2.3.1 Karya arsitek Frank O Gehry

#### Guggenheim Museum Bilbao



Sumber: [www.worldenough.net](http://www.worldenough.net)



Sumber: [www.kaleidoscopecolor.blogspot.com](http://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.

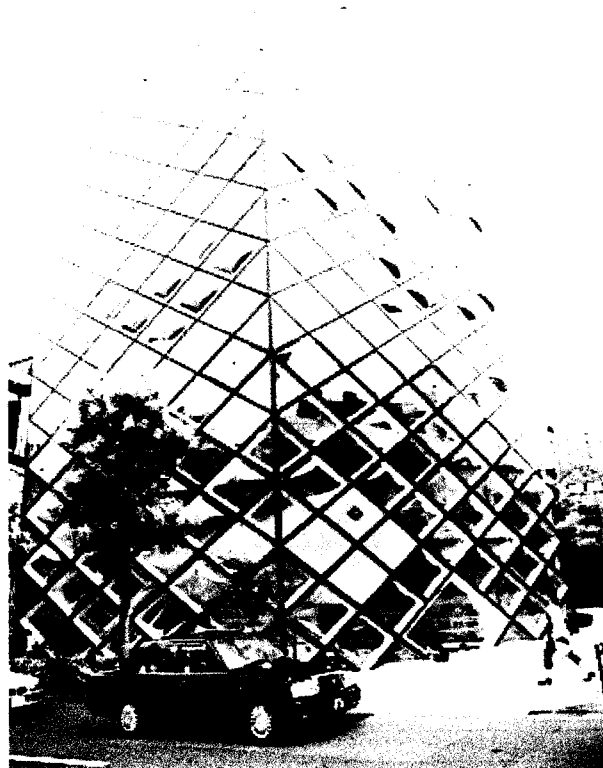
Berdiri di tepian sungai Nervion, bangunan ini meliuk-liuk mengikuti pusaran air sungai yang telah bertahun-tahun menghidupi kota Bilbao. Penciptaan sosok yang berbeda dari bangunan sekitar dengan tetap menjaga skala dan

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**

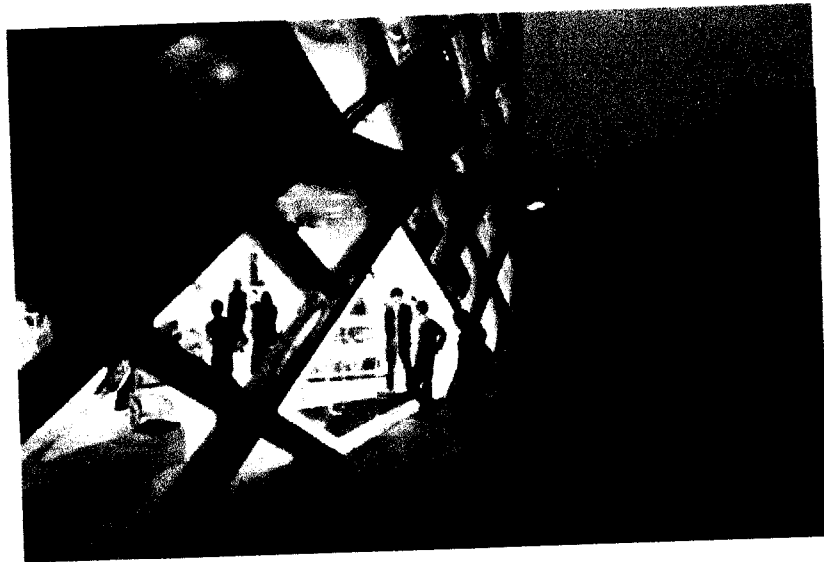
#### **Prada Shop, Tokyo**



Sumber: [www.jessicakowal.blogspot.com](http://www.jessicakowal.blogspot.com)

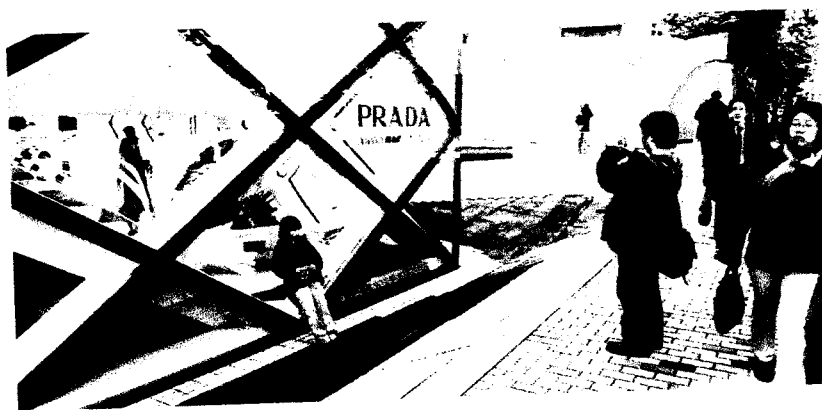


Bangunan Prada shop yang di dirikan di Tokyo selesai dikerjakan pada bulan juni 2003. Bangunan ini sangat menarik karena berbeda dengan bangunan sekitar. Gaya bangunan di jepang selalu berganti setiap 60 tahunnya, karena alas an ini maka kensho tange memadukan antara gaya modern dan tradisional. Seperti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



Sumber: [www.waullye.blogspot.com](http://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.

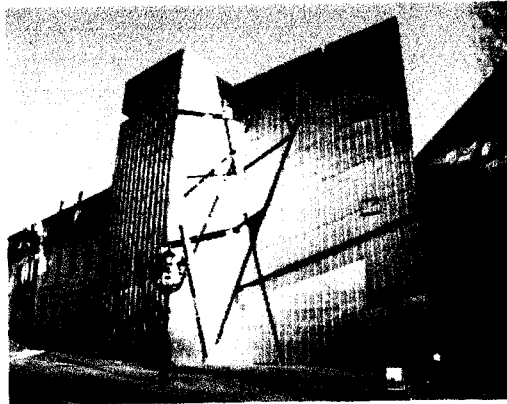


Sumber: [www.flickr.com](http://www.flickr.com)

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](http://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.

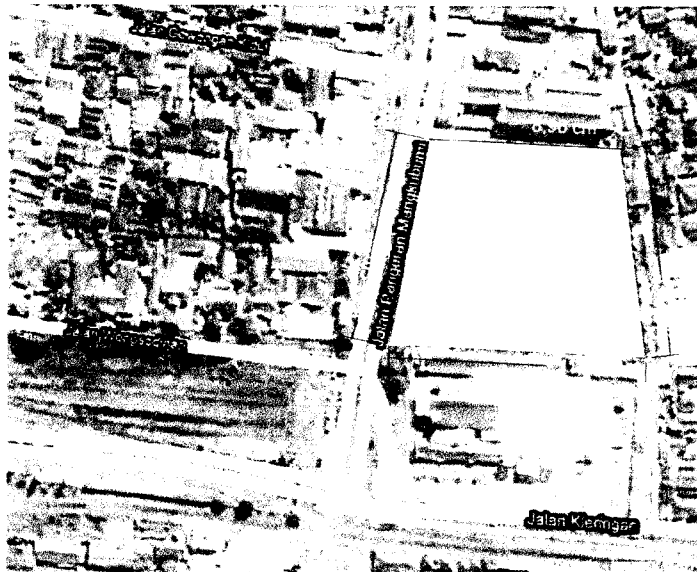


Sumber: [www.jmberlin.d](http://www.jmberlin.d)

## 2.4 Data site

Lokasi site fashion center ini akan di rencanakan di pusat kota Yogyakarta. Luas site kurang lebih 10.000 M<sup>2</sup> 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 M<sup>2</sup>



Sumber: [www.googlemaps.com](http://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

## BAB III

### Metodelogi

#### 3.1. Metode Pengumpulan Data

1. Pengumpulan data primer :
  - a. Observasi lapangan: Pengukuran site dan dokumentasi kondisi existing site, maupun kondisi sekitar site.
  - b. Wawancara dengan pihak terkait, yaitu pemerintah (Bappeda, BPS, Tata Kota, Sosial Kebudayaan, Dinas Pariwisata Yogyakarta, Agency model, Management artist, Desainer, Model, pengunjung Shopping Mall).
2. Pengumpulan Data Sekunder :

Studi Literature meliputi buku, majalah, internet.

#### 3.2. Metode Analisa Dan Pembahasan

Metode pembahasan dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan observasi lapangan tentang bangunan fashion, dan juga mengumpulkan data-data yang meliputi studi literature. Dari data-data tersebut nantinya akan dianalisis kelebihan dan kekurangannya, kemudian ditarik suatu kesimpulan yang sesuai dengan permasalahan.

Hasil dari analisa tersebut disusun dalam suatu kerangka terarah berupa pendekatan dan deskripsi konsep perencanaan, meliputi : pemetaan site, kebutuhan dan besaran ruang, pola ruang, dan hubungan ruang.

##### a. Metode analisis yang dilakukan adalah :

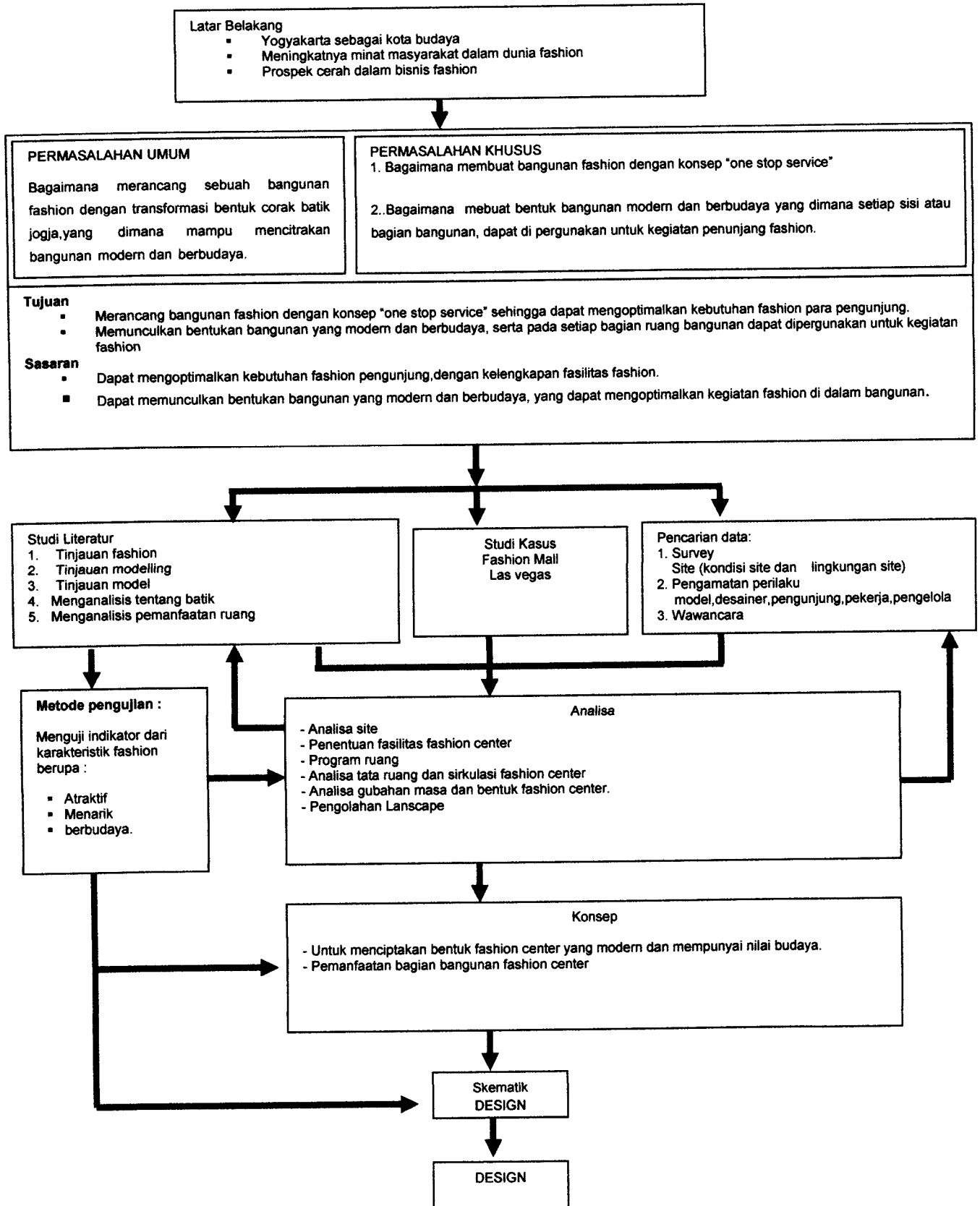
- Menganalisis berbagai macam fasilitas dan kebutuhan ruang (bangunan dan tata ruang) yang diperlukan untuk fasilitas fashion center.
- Menganalisis pelaku dan karakter pengunjung.

**b. Pendekatan perancangan :**

Pendekatan dalam merancang fashion center ini akan menggunakan pendekatan literal analogi dan pendekatan optimization essential function. Literal analogi menurut Christopher (2006) yaitu Literal analogi menggunakan formulir yang ada atau membangun untuk menghasilkan solusi untuk desain. Menunjukkan suatu pengaruh bentuk pada desain, contoh jika seseorang mendesain jalan ke museum reptile, dia akan merancang jalan seperti bentuk ular yang merayap. Optimization essential function menurut Christopher (2006) yaitu berupa metode perancangan dengan memaksimalkan dan mengidentifikasi sebuah fungsi-fungsi permasalahan dalam desain dan bekerja melalui setiap fungsi tersebut, menyelesaikan masing masing seolah olah itu fungsi yang paling penting. Informasi yang akan dikumpulkan ini digunakan untuk lebih memahami bagaimana setiap fungsi akan sesuai dengan desain. Sebagai contoh yaitu memahami setiap fungsi permasalahan, kemudian dipecahkan dan dijadikan sebuah solusi untuk mengembangkan sebuah desain.

Dalam perancangan fashion center ini, saya menggunakan dua metode pendekatan perancangan yaitu pendekatan dengan Literal analogi dan pendekatan optimization essential function, karena dalam fashion center ini akan menstransformasi bentuk corak batik jogja dan konsep perancangan "one stop service", dan diharapkan dengan pemilihan metode Literal analogi akan memberikan gambaran transformasi yang tepat bagi fashion center yang modern dan berbudaya . Selain itu dengan melakukan pendekatan terhadap fungsi bangunan secara mendalam, dapat menjadi landasan perancangan yang memenuhi kebutuhan pengguna dan pengunjung dengan tepat.

### 3.3. Kerangka Pola Pikir



### 3.4. Metode Pengujian Desain

Pada bagian ini berisi variable yang berkaitan dengan penekanan tentang fashion Center, indikator yang digunakan untuk menguji variable dan tolak ukur untuk menguji suatu permasalahan dalam Fashion Center. Tabel 3.1 berikut merupakan variable pengujian perancangan Fashion Center.

Tabel 3.1  
 Tabel pengujian perancangan

Identifikasi	Variable	Indikator	Cara pengujian
Karakteristik Fashion Center	Atraktif	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menekankan salah satu elemen, sehingga menimbulkan kontras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hasil dari rancangan : bangunan berbeda dengan lingkungan sekitarnya.</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Keseimbangan bangunan yang asimetris</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hasil perancangan : bentuk bangunan asimetris dan fasad bangunan yang dilihat dari berbagai sudut juga berbeda/ tidak simetris</li> </ul>



	Dinamis	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bentukan di dominasi bentuk bulat atau lengkung dapat memberikan kesan gerak bentukan dasar tidak massif/ kaku.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hasil perancangan : bentukan bangunan pada resort di dominasi lengkungan dan menghindari bentukan dasar berkesan massif / kaku.</li> </ul>
	Menyenangkan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bangunan rekreatif dan secara psikologis mampu membuat pengunjung senang dan nyaman.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat bangunan dengan konsep sirkulasi yang berkelok-kelok sehingga tidak kaku dan menarik.,bangunan menggunakan warna-warna rekreatif.sentuhan material alami dalam setiap bagian bangunanya.q1</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tata massa yang organis dengan ketinggian bervariasi, dimensi bangunan berskala manusia.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Membuat tata massa yang organis yang sesuai dengan kondisi kontur dengan ketinggian yang berbeda-beda menurut kontur, dan membandingkan dengan ukuran manusia didalam desain fashion Center.</li></ul>
--	--	--	--

## **BAB IV**

### **Analisis**

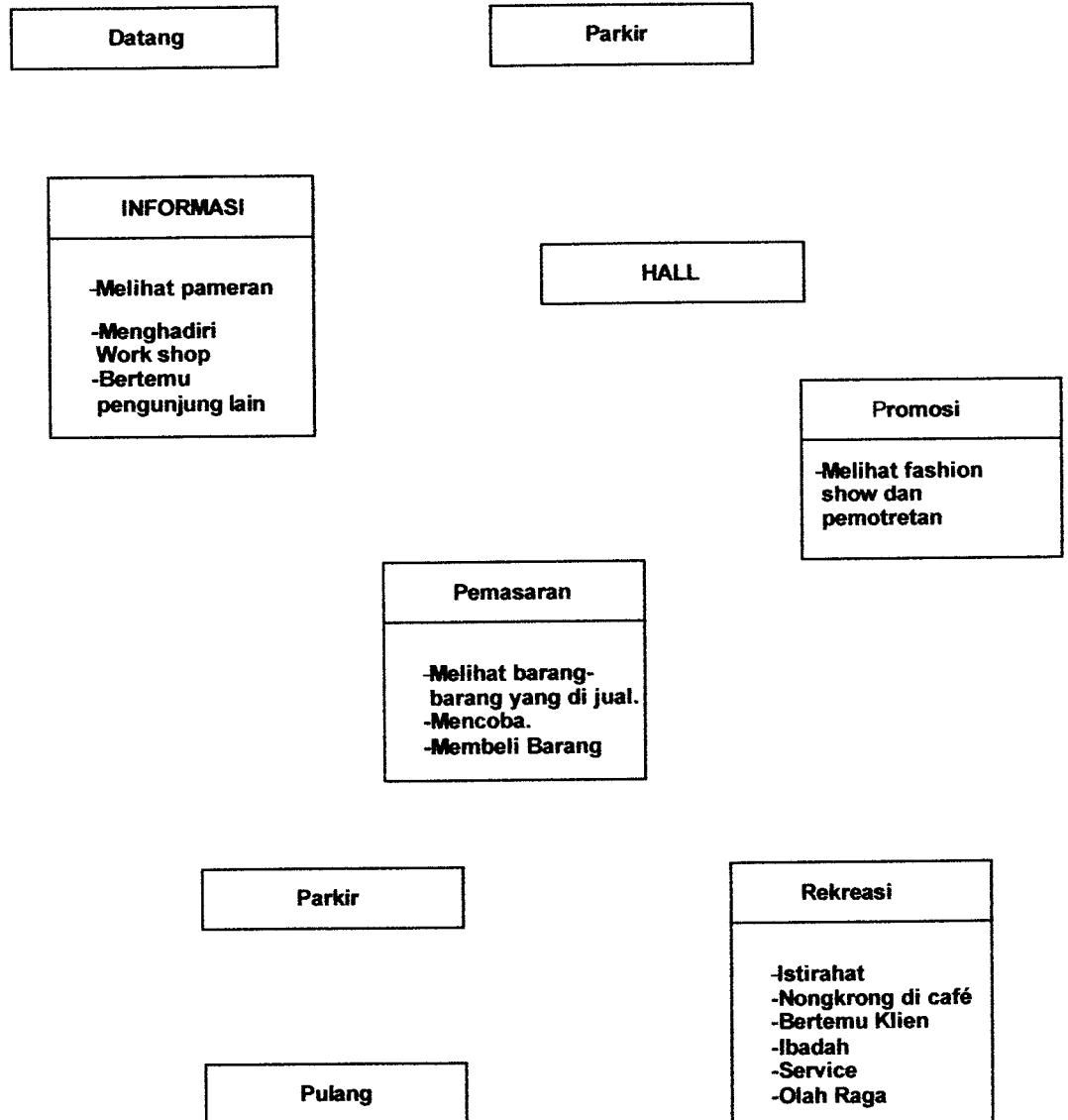
#### **4.1. Analisis Kebutuhan Ruang Pada Fashion Center**

##### **4.1.1 Macam pelaku kegiatan di dalam Fashion Center:**

- Pengunjung Fashion Center , orang yang datang berkunjung, belanja dan refreasing di fashion center.
- Pengelola dan karyawan , pegawai yang bekerja dan mengelola keseluruhan kegiatan fashion.
- Model, merupakan pihak yang mengikuti kegiatan fashion.
- Perancang Mode, adalah pengguna stand ataupun retail yang di sewakan pihak pengelola.
- Fothografer, Merupakan pengguna stand ataupun retail yang di sewakan pihak pengelola untuk kegiatan fothografi.
- Management artist, Merupakan pengguna stand ataupun retail yang di sewakan pihak pengelola untuk kegiatan pendidikan.
- Event Organizer, Merupakan pengguna stand ataupun retail yang di sewakan pihak pengelola untuk kegiatan yang berhubungan dengan Event.

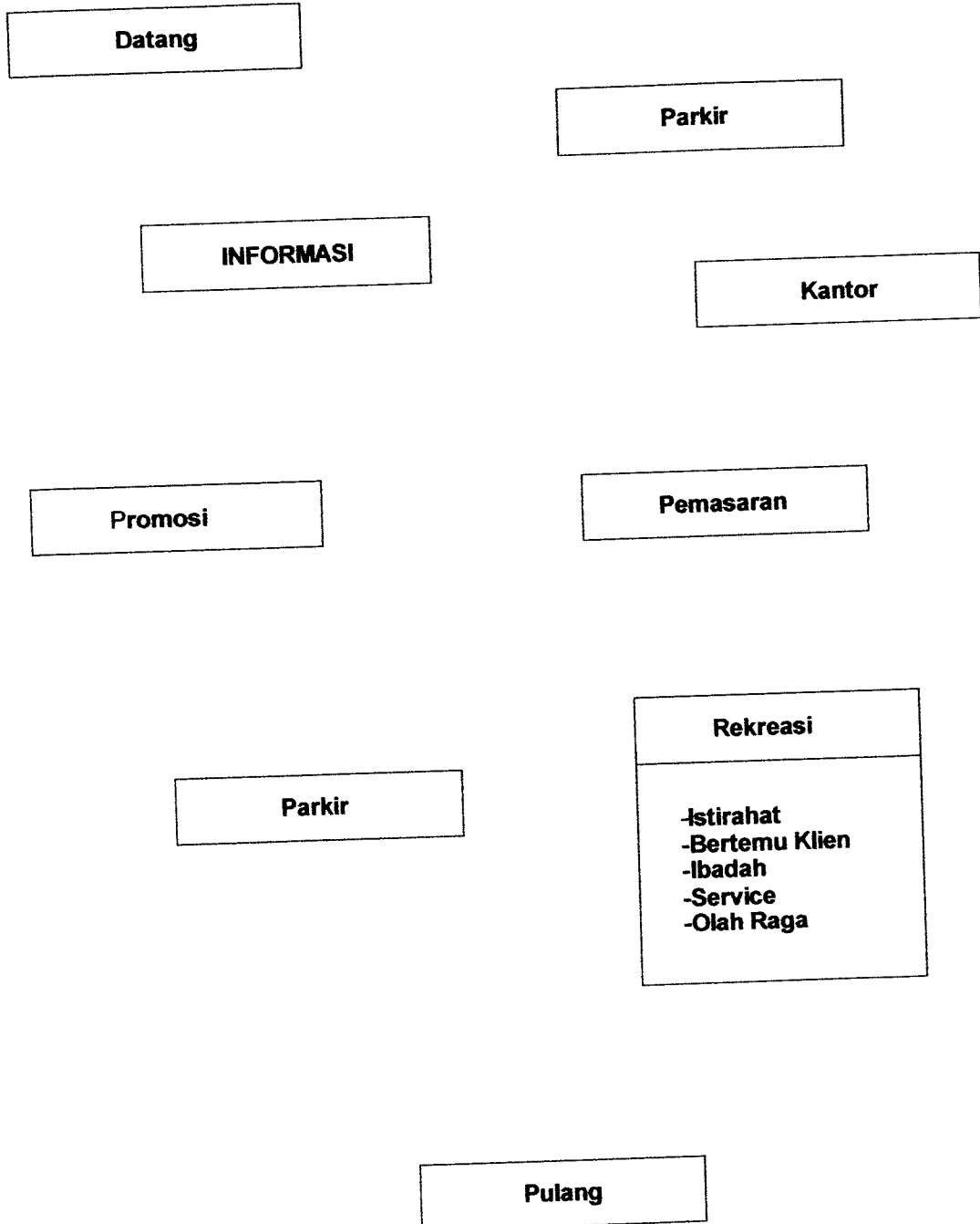
#### 4.1.2 Kegiatan pelaku di dalam Fashion Center :

- Pengunjung Fashion Center :



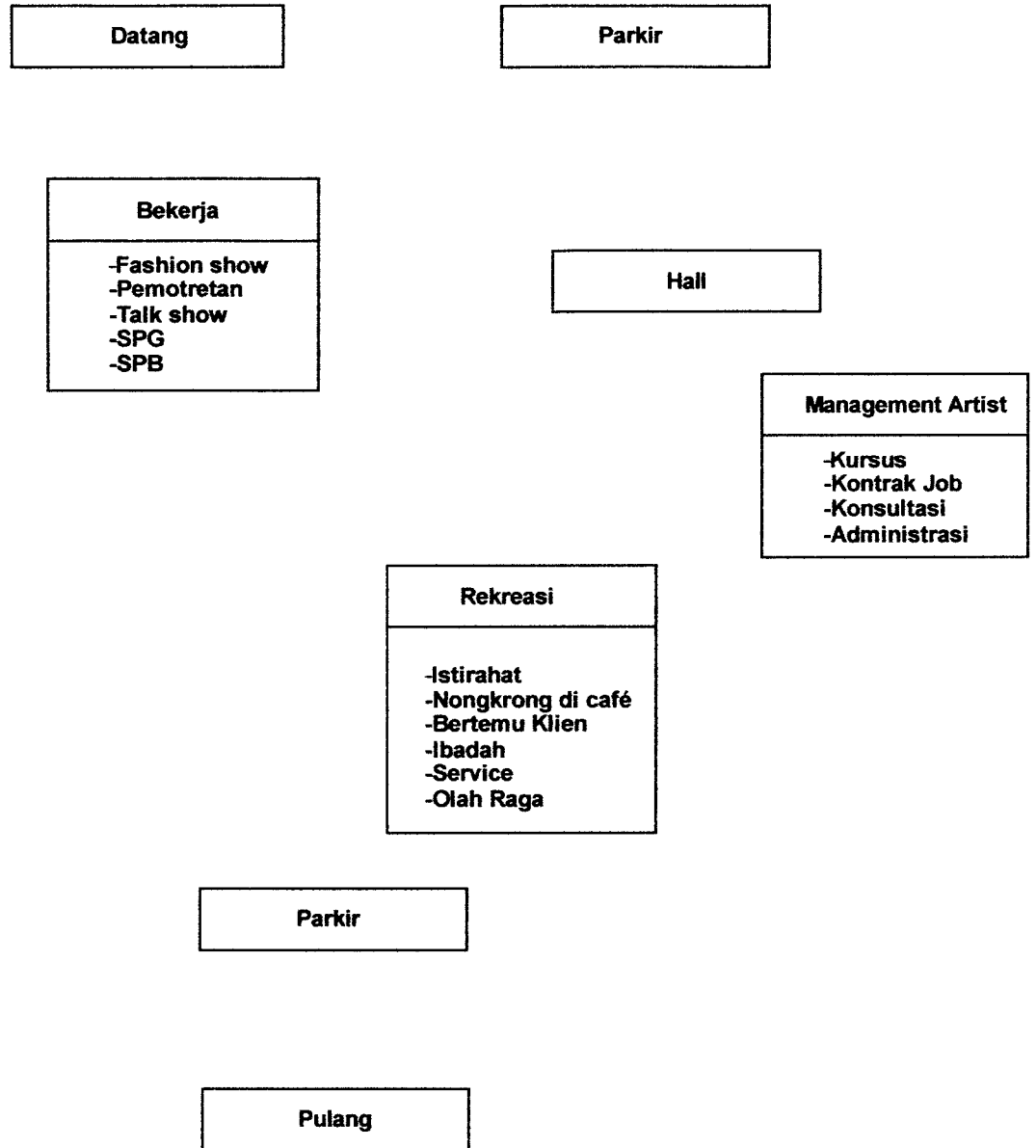
Gambar 4.1 : Analisis pelaku pengunjung Fashion Center  
Sumber : Analisa Penulis

▪ Pengelola Fashion Center



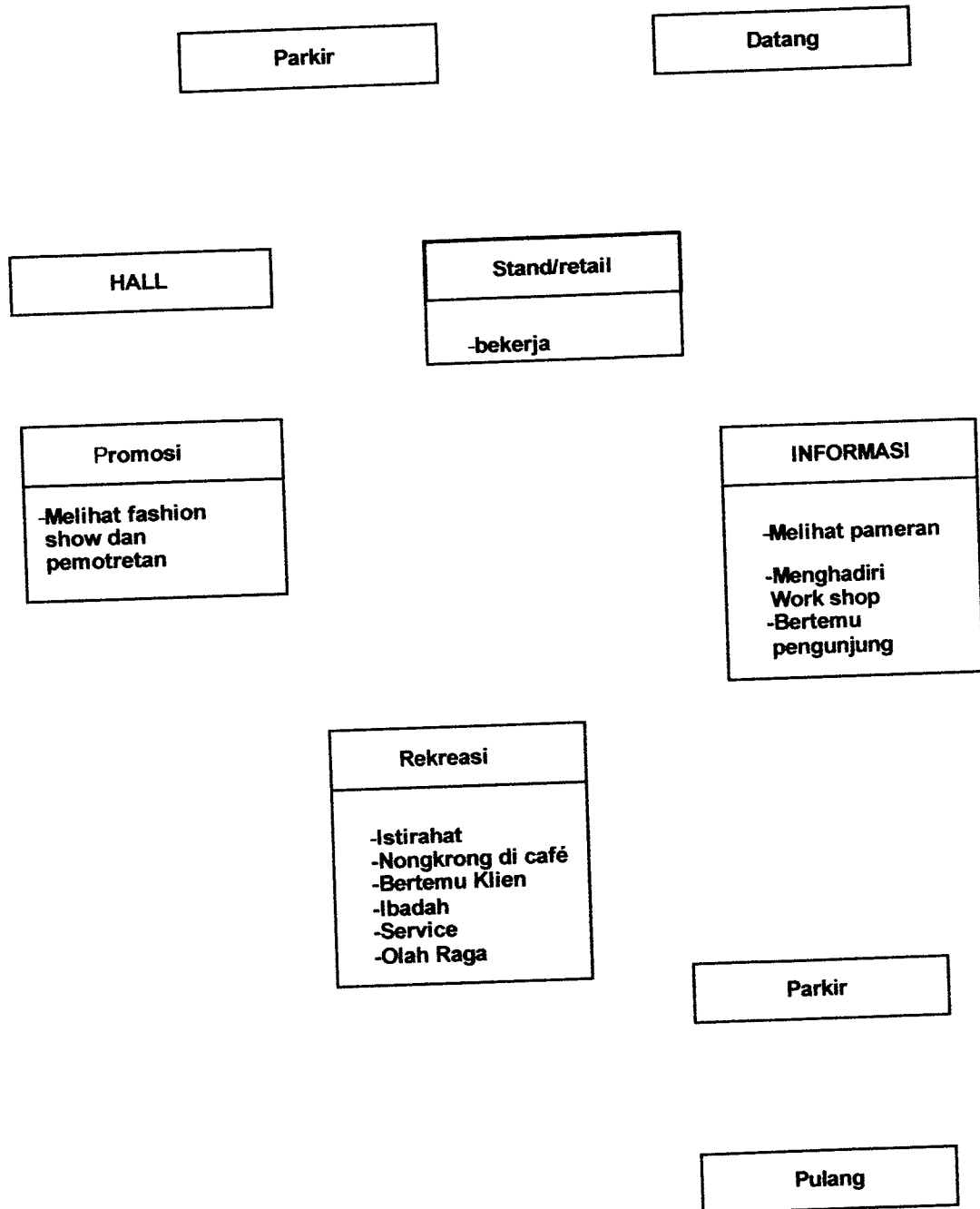
Gambar 4.2 : Analisis pelaku pengelola Fashion Center  
Sumber : Analisa Penulis

▪ Model



Gambar 4.3 : Analisis pelaku Model di dalam fashion Center  
Sumber : Analisa Penulis

▪ .Penyewa



Gambar 4.4 : Analisis pelaku Model di dalam fashion Center  
 Sumber : Analisa Penulis

### 4.1.3 Kebutuhan Ruang dalam Fashion Center

Tabel 4.1

#### Kebutuhan Ruang Fashion Center

No	Kelompok Ruang	Kebutuhan Ruang	Kapasitas jumlah	Standart M <sup>2</sup>	Besaran M <sup>2</sup>
1	Ruang Kegiatan Utama	<b>Retail</b>			
		<i>Retail kecil</i>	40 buah	18 M <sup>2</sup>	720 M <sup>2</sup>
		<i>Retail sedang</i>	25 buah	36 M <sup>2</sup>	900 M <sup>2</sup>
		<i>Retail besar</i>	30 buah	72 M <sup>2</sup>	2160 M <sup>2</sup>
		<i>Minimarket</i>	1 buah	288 M <sup>2</sup>	288 M <sup>2</sup>
		<i>R.Pameran</i>	1 buah	288 M <sup>2</sup>	288 M <sup>2</sup>
		<i>Hall</i>	1 buah	144 M <sup>2</sup>	144 M <sup>2</sup>
		<i>R.Ganti</i>	1 buah	80 M <sup>2</sup>	80 M <sup>2</sup>
		<i>R.Make Up</i>	1 buah	80 M <sup>2</sup>	80 M <sup>2</sup>
2	Ruang Kegiatan Service	<i>Dapur</i>	2 buah	72 M <sup>2</sup>	144 M <sup>2</sup>
		<i>Gudang</i>	3 buah	18 M <sup>2</sup>	54 M <sup>2</sup>
		<b>Coffe shop</b>	<b>60 orang</b>		
		<i>Area makan</i>		2 M <sup>2</sup> (EN)	200 M <sup>2</sup>
		<i>Dapur,gudang,karyawan</i>		20%(asumsi)	40 M <sup>2</sup>
		<i>Sirkulasi</i>		20%(asumsi)	40 M <sup>2</sup>
		<b>Fitness center</b>	<b>60 orang</b>		
		<i>Ruang alat dan karyawan</i>	1 buah	432 M <sup>2</sup>	432 M <sup>2</sup>



3	<b>Ruang Kegiatan Pengelola</b>	<b>Ruang building manager</b>			
		<i>R.building manager</i>	1 orang	25 M <sup>2</sup> (EN)	25M <sup>2</sup>
		<i>R.sekretaris</i>	1 orang	12 M <sup>2</sup> (EN)	12M <sup>2</sup>
		<i>R.tamu</i>	6 orang	1,5M <sup>2</sup> (asumsi)	9M <sup>2</sup>
		<b>Ruang kepala devisi</b>			
		<i>R.kpl.Div.Keuangan</i>	1 orang	12 M <sup>2</sup> (EN)	12 M <sup>2</sup>
		<i>R.kpl.Div.Operasional</i>	1 orang	12 M <sup>2</sup> (EN)	12 M <sup>2</sup>
		<i>R.kpl.Div.Pemasaran</i>	1 orang	12 M <sup>2</sup> (EN)	12 M <sup>2</sup>
		<i>R.kpl.Div.Promosi</i>	1 orang	12 M <sup>2</sup> (EN)	12 M <sup>2</sup>
		<b>Ruang kepala seksi</b>			
		<i>R.kpl.seksi.ME</i>	1 orang	9 M <sup>2</sup> (EN)	9 M <sup>2</sup>
		<i>R.kpl.seksi.keamanan</i>	1 orang	9 M <sup>2</sup> (EN)	9 M <sup>2</sup>
		<i>R.kpl.seksi.Maintenance</i>	1 orang	9 M <sup>2</sup> (EN)	9 M <sup>2</sup>
		<i>R.kpl.seksi.Personalia</i>	1 orang	9 M <sup>2</sup> (EN)	9 M <sup>2</sup>
		<i>R.kpl.seksi.administrasi</i>	1 orang	9 M <sup>2</sup> (EN)	9 M <sup>2</sup>

3	Ruang Kegiatan pengelola	<b>Ruang staff</b>			
		<i>R.staff keamanan</i>	10 orang	8 M <sup>2</sup> (EN)	80 M <sup>2</sup>
		<i>R.staff personalia</i>	5 orang	8 M <sup>2</sup> (EN)	40 M <sup>2</sup>
		<i>R.staff administrasi</i>	5 orang	8 M <sup>2</sup> (EN)	40 M <sup>2</sup>
		<i>R.staff MEE</i>	10 orang	8 M <sup>2</sup> (EN)	80 M <sup>2</sup>
		<i>R.staff keuangan</i>	5 orang	8 M <sup>2</sup> (EN)	40 M <sup>2</sup>
		<i>R.staff marketing</i>	5 orang	8 M <sup>2</sup> (EN)	40 M <sup>2</sup>
		<b>R.rapat staff</b>	12 orang	16,257(EN)	195 M <sup>2</sup>
		<b>R.pemilik modal</b>	1 orang	25M <sup>2</sup> (EN)	25 M <sup>2</sup>
		<b>R.house keeping</b>	1 buah	25M <sup>2</sup> (asumsi)	25 M <sup>2</sup>
		<b>Pantry</b>	1 buah	6 M <sup>2</sup> (asumsi)	6 M <sup>2</sup>
		<b>Lavatory</b>	2 buah	1,68M <sup>2</sup> (EN)	3,36M <sup>2</sup>
		<b>Sirkulasi</b>	20%(asumsi)	186M <sup>2</sup>	
4	Ruang Kegiatan perawatan/MEE	<i>R.genset</i>	1 buah	110M <sup>2</sup> (DT)	110M <sup>2</sup>
		<i>R.trafo</i>	1 buah	50M <sup>2</sup> (DT)	50M <sup>2</sup>
		<i>R.gardu PLN</i>	1 buah	50M <sup>2</sup> (DT)	50M <sup>2</sup>
		<i>R.ground watertank</i>	1 buah	64M <sup>2</sup> (asumsi)	64M <sup>2</sup>
		<i>R.Roof water tank</i>	1 buah	64M <sup>2</sup> (asumsi)	64M <sup>2</sup>
		<i>R.peralatan MEE</i>	1 buah	16M <sup>2</sup> (asumsi)	16M <sup>2</sup>
		<i>R.mesin AC</i>	1 buah	50M <sup>2</sup> (DT)	50 M <sup>2</sup>
		<i>sirkulasi</i>		20%(asumsi)	93,6M <sup>2</sup>

5	Ruang Kegiatan pendukung	<b>mushalla</b>	100 Orang	1,2M <sup>2</sup> (asumsi)	120 M <sup>2</sup>
		<b>lavatory(1lantai)</b>			
		<i>putra</i>			
		<i>monoblock</i>	16 buah	2,4M <sup>2</sup> (EN)	438,4 M <sup>2</sup>
		<i>urinoir</i>	24 buah	0,8 M <sup>2</sup> (EN)	19,2 M <sup>2</sup>
		<i>wastafel</i>	12 buah	1,2 M <sup>2</sup> (EN)	14,4 M <sup>2</sup>
		<i>Putri</i>			
		<i>monoblock</i>	24 buah	2,4M <sup>2</sup> (EN)	57,6M <sup>2</sup>
		<i>wastafel</i>	12 buah	1,2M <sup>2</sup> (EN)	14,4 M <sup>2</sup>
				<b>ATM CENTER</b>	1 buah
		<i>sirkulasi</i>		20%asumsi	56,4 M <sup>2</sup>
6	Area parkir	<b>Area parkir mobil</b>	120 mobil	10 M <sup>2</sup> (EN)	1200M <sup>2</sup>
		<b>Area parkir motor</b>	200 motor	2 M <sup>2</sup> (EN)	800M <sup>2</sup>