

PERPUSTAKAAN FAK

HADIAN/BELE

TGL. TERIMA : 26/07/2006

NO. JUDUL : 062148

NO. SV. : 5120002148001

TUGAS AKHIR

## RUMAH MODE DI JOGJAKARTA

### BOUTIQUE IN JOGJAKARTA

*Sebagai Wadah Kegiatan Informasi, Promosi, Dan Pemasaran Yang  
Atraktif Dan Rekreatif Dengan Pendekatan Citra Seorang Model*

R.

711.5524.

wid.

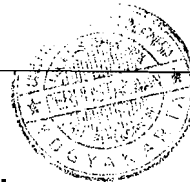
R.

1.



- 197, Bibl, Lamp, 28
- Rumah mode
- Boutique di Yogyakarta
- Judul

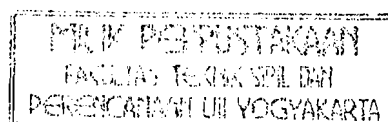
Disusun oleh :



Wiwik Tri Widyastuti

99512034

**JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2005**



**LEMBAR PENGESAHAN  
TUGAS AKHIR**

**RUMAH MODE DI JOGJAKARTA  
BOUTIQUE IN JOGJAKARTA**

***Sebagai Wadah Kegiatan Informasi, Promosi, Dan Pemasaran Yang  
Atraktif Dan Rekreatif Dengan Pendekatan Citra Seorang Model***

**Disusun oleh :**

**Wiwik Tri Widyastuti**

**99512034**

**Jogjakarta, Februari 2006**

**Menyetujui,**

**Dosen Pembimbing**

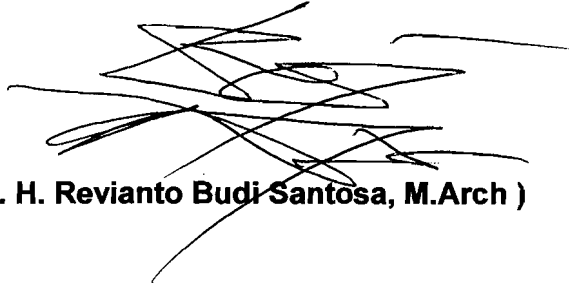


**( Ir. H. Munichy B. Edrees, M.Arch )**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Arsitektur FTSP**

**Universitas Islam Indonesia**



**( Ir. H. Revianto Budi Santosa, M.Arch )**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala taufik dan hidayah Nya serta shalawat dan salam bagi Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga, sahabat dan para pengikutnya

Berkat rahmat dari Nya pula sehingga pada saat ini penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan Judul " **RUMAH MODE DI JOGJAKARTA** " sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada jurusan Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari selama pelaksanaan hingga tersusunnya Tugas Akhir ini, saya telah banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta pengarahan berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada :

1. Bapak Ir. H. Revianto Budi Santosa, M. Arch selaku Ketua Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Ir. H. Munichy B. Edrees, M. Arch selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan dan wejangan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
3. Bapak Yulianto Purwono Prihatmaji, ST, MSA selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih kurang dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran sangat saya harapkan dan semoga Tugas Akhir ini dapat berguna serta bermanfaat bagi kita semua. Amien.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Jogjakarta, Februari 2006

**I JUST WANNA SAY**

**THANKS TO.....**

**ALLAH SWT,** TERIMA KASIH UNTUK KASIH SAYANG, KARUNIA, TAUFIK, HIDAYAH DAN SEGALANYA YANG SELALU DI LIMPAHKAN PADAKU

**MAMA,** MAKASIH BUAT PENUHNYA KASIH, SAYANG DAN CINTA YANG SLALU ADA DI TENGAH HARI DAN HIDUPKU, DI TENGAH JALANKU MENUJU SUKSES, I WIS I CAN MEIK UR DRIM KAMS THRU.." BEING A NAIS DAUGHTA 4 U,....:

**BAPAK,** SMOGA KEBANGGAAN T'BESAR SLALU BAPAK BERIKAN UNTUK WIK..DENGAN DUKUNGAN N SUPPORT DARI JAUH, INSYA ALLAH SUKSES ITU BISA WIK WUJUDKAN..... AMIN.....

**MY BRADE:** MAS ARIE.....SMOGA K 'SUKSES' AN BISA CEPET MAS RAIH,,;DIDIK.....KAKAK SETIA KU,..ABIS NI AQ PENGEN KTM KM LAGI..SIAP - SIAP DI REPOTIN LAGI YAAA....De' COCO ( NATA DE COCO EHM...SRUPT),....ADEK IMUTKU..... MAKASIH BUAT COMPUTER + BRONTOKNYA,..BUAT TA KU JADI RAME...

.....

**JO,**.... WHAT CAN I SAY ANYMORE ??..... MAKASIH..... WALOPUN SEJUTA LAGI KATA ITU KU UCAPKAN AQ YAKIN MASIH KURANG DARI CUKUP UNTUK MENGUKUR ALL DE THINGS U'VE GIVEN 2 ME..... HEV UR GRIT LIFE!!KARNA KAMU BERHAK UNTUK ITU.....QT SAMA - SAMA B'JUANGGGGG!!!!

**MBA UMI N ADEK ZAKA....**PONAKANKU CAYANK YANK YANK...MAINANKU...MAKACIH YAAA,....

**MAMA N PAPA JO,** MA KLUARGA...TRMAKASIH BUAT DUKUNGANNYA SLAMA INI,UNTUK DE' TIKA , My GRIT SISTER..ABIS NI QT JALAN YUK... MAZ TUTUT, ASISTEN PEMBIMBING ANAK STUDIO, MAKASIH BANGET NGET DAH JADI MAZ SABAR...MAZ SARJIMAN, MAKASIH JUGA YA....

**MAI FRENS....**

**DIAN MA MAZ RULLY,**..GET UR HEPI WEDDING, MAKASIH BUAT DISKON FOTO MA MEK UP GRATISNYA.....

**DPHIE"PO'I N IRFAN'VAR'IN...**YG LANGGENG YA..MPE KAKEK NE2K,KAPAN QT BUAT STUDIO BARU LAGI....??

WINDY, AKHIRNYA QT SAMPE DISINI JG YA, CAPEK BGT...SORI KALO  
WISUDANYA G BISA BARENG, MA2KU DH KEBELET..

TEMEN SE STUDIO...AYANG N BON BON, ARI, WILDA, DESY, UGI N NITA  
( TETEP KOMPAK Y DEK ☺ ), WISNU, TOVA 'ANACONDA, BAYU, SIGIT,  
JOKO, AKBAR, WAWAN, DEDI, ARIF RISKA, ADI, DAN LAEN - LAEN...

ALUN N TMEN2, THENKS BUAT MAKETNYA.....

ARDHIE, MAKASIH DAH D DDAIN, YUDHI, DEDI ( THENGS UNTUK  
TJEMAHANNYA), ..

YG TRAKHIR, BUAT SMUA YANG GA BISA ATO GA SEMPET AQ TULISKAN  
DI SINI, MAKASIH BANGET.....

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

LEMBAR PERSEMBAHAN

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.1.1. Potensi Rumah Mode di Jogjakarta .....	2
1.1.1.a. Kegiatan Komersial Dalam Rumah Mode .....	3
1.1.2. Rumah Mode Yang Atraktif Dan Rekreatif .....	3
1.2. Pengertian Judul .....	4
1.3. Permasalahan .....	5
1.4. Tujuan Dan Sasaran .....	5
1.4.1. Tujuan .....	5
1.4.2. Sasaran .....	5
1.5. Lingkup Perancangan .....	5
1.6. Strategi Perancangan .....	6
1.7. Tinjauan Lokasi .....	6
1.7.1. Kriteria Penentuan Lokasi .....	6
1.7.2. Lokasi Terpilih .....	6
1.8. Spesifikasi Proyek .....	7
1.8.1. Nama Proyek .....	8
1.8.2. Lokasi Proyek .....	8
1.9. Keaslian Penulisan .....	8
1.10. Kerangka Pola Pikir .....	10

### BAB II TINJAUAN TEORI

2.1. Tinjauan Rumah Mode .....	11
2.1.1. Pengertian Rumah Mode .....	11
2.1.2. Sejarah Perkembangan Mode .....	11
2.1.3. Elemen Pembentuk Mode .....	13

2.1.4. Fungsi Rumah Mode .....	14
2.2. Karakteristik Rumah Mode .....	15
2.2.1. Pola Kegiatan Dalam Rumah Mode .....	15
2.2.2. Spesifikasi Pengguna .....	15
2.2.3. Kegiatan Yang Di Wadahi .....	16
2.3. Rumah Mode Di Jogjakarta .....	18
2.3.1. Klasifikasi Rumah Mode Di Jogjakarta .....	18
2.3.2. Studi Observasi Rumah Mode Di Jogjakarta .....	19
2.4. Tinjauan Fasilitas Komersial .....	20
2.4.1. Kegiatan Komersial Dalam Dunia Mode .....	20
2.4.2. Kriteria Fasilitas Komersial .....	22
2.5. Tinjauan Teori Desain .....	23
2.5.1. Metaphor .....	23
2.6. Studi Kasus .....	24
2.6.1. Prada Shop, Tokyo .....	24
2.6.2. Daniel Libeskind .....	28
2.6.3. Richard Meier .....	29
2.6.4. Frank O Gehry .....	30
2.6.5. Studi Ruang Display .....	31
2.6.6. Ringkasan Studi Kasus .....	34
2.7. Kesimpulan Tinjauan Teori .....	35
<b>BAB III      ANALISA PERENCANAAN DAN PERANCANGAN</b>	
3.1. Analisa Site .....	36
3.1.3. Analisa Site .....	36
A. Analisis Makro .....	36
B. Analisis Mikro .....	37
3.1.2. Keadaan Lokasi Perancangan .....	37
3.1.3. Potensi Dan Kendala lokasi Terpilih .....	38
1. Potensi .....	38
2. Kendala .....	39
3.1.4. Tinjauan Persyaratan Bangunan Di Jl. Urip Sumoharjo .....	40
3.2. Analisa Program Fungsi Bangunan .....	41
3.2.1. Analisa Pola Pelaku Kegiatan .....	41

3.2.2. Besaran Ruang .....	46
3.3. Analisa Zoning .....	50
3.4. Analisa Bentuk Bangunan .....	50
3.4.1. Bentuk Bangunan .....	51
3.4.1. Fasade Bangunan .....	51
3.4.3. Bahan / Material .....	52
3.4.4. Warna .....	52
3.5. Analisa Tata Ruang Luar .....	52
3.6. Analisa tata Ruang Dalam .....	53
3.6.1. Hubungan Ruang .....	53
3.6.2. Sirkulasi .....	54
3.6.3. Organisasi Ruang .....	56
3.6.4. Pencahayaan .....	57
3.6.4.1. Pencahayaan Alami .....	57
3.6.4.2. Pencahayaan Buatan .....	59
3.6.4.3. Skema Pencahayaan dalam Ruangan.....	60
3.7. Analisa Tapak .....	61
3.7.1. Analisa Kebisingan .....	61
3.7.2. Analisa Arah Matahari .....	62
3.7.3. Analisa Sirkulasi .....	62
3.7.4. Analisa View Dari Bangunan .....	63
3.7.5. Analisa View Ke Bangunan .....	64
<b>BAB IV      KONSEP PERANCANGAN</b>	
4.1. Konsep Site .....	65
4.1.1. Penentuan Site .....	65
4.1.2. Pencapaian Ke Bangunan .....	66
4.2. Zoning Fungsi .....	66
4.3. Konsep Tata Ruang Dalam.....	67
4.3.1. Hubungan Ruang .....	67
4.3.2. Sirkulasi .....	68
4.3.3. Pencahayaan .....	68
4.3.3.1. Skema Pencahayaan Alami Dan Buatan Dalam Ruangan .....	69
4.4. Konsep Bentuk .....	69



4.4.1. Konsep Tata Massa .....	71
4.4.2. Konsep Fasade Bangunan .....	72
4.4.3. Konsep Material .....	72
4.4.4. Konsep Warna .....	73
<b>BAB V</b> <b>SCHEMATIC DESIGN</b>	
.....	74
<b>BAB VI</b> <b>LAPORAN PERANCANGAN</b>	
5.1. Situasi .....	85
5.2. Siteplan .....	85
5.2.1. Spesifikasi Proyek .....	86
5.2.2. Level Kontur .....	86
5.2.3. Sirkulasi .....	86
5.2.4. Penataan Landscape .....	86
5.3. Denah .....	87
5.3.1. Denah Lantai 1 .....	87
5.3.2. Denah Lantai 2 .....	87
5.4. Tampak Bangunan .....	88
5.4.1. Tampak Depan .....	88
5.4.2. Tampak Belakang .....	88
5.4.3. Tampak Kiri .....	88
5.4.4. Tampak Kanan .....	89
5.5. Struktur .....	89
5.5.1. Potongan A – A .....	89
5.5.2. Potongan B – B .....	90
5.5.3. Potongan C – C .....	90
5.5.4. Rencana Kolom Balok .....	90
5.5.5. Rencana Pondasi .....	91
5.6. Rencana – Rencana .....	91
5.6.1. Rencana Pola Lantai .....	91
5.6.2. Rencana Titik Lampu .....	92
5.6.3. Lay Out Furniture Ruang Display .....	92
5.6.4. Lay Out Catwalk .....	93
5.7. Detail .....	93
5.7.1. Detail Main Entrance .....	93

5.7.2. Detail Dinding Lengkung .....	94
5.7.3. Detail Pola Landscape 1 .....	94
5.7.2. Detail Pola Landscape .....	94
5.8. Perspektif .....	95
5.8.1. Eksterior .....	95
A. Eksterior 1 .....	95
B. Eksterior 2 .....	95
C. Eksterior 3 .....	96
5.8.2. Interior .....	96
A. Interior Ruang Display Butik .....	96
B. Interior Ruang Café Dan Catwalk .....	97

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

1.	Gambar 1.1 Peta Jogjakarta .....	7
2.	Gambar 1.2 Peta Kawasan Jl. Urip Sumoharjo .....	7
3.	Gambar 1.3 Potongan Badan Jalan Urip sumoharjo .....	8
4.	Gambar 2.1 Prada Shop, Tokyo .....	24
5.	Gambar 2.2 View Ke Bangunan Saat Siang Hari .....	24
6.	Gambar 2.3 View Ke Bangunan Saat Malam Hari .....	24
7.	Gambar 2.4 Keadaan Site .....	25
8.	Gambar 2.5 Kondisi Eksisting .....	25
9.	Gambar 2.6 Penataan lay out Furniture ruang display ...	26
10.	Gambar 2.7 Ruang fitting .....	27
11.	Gambar 2.8 Tangga Menuju Ruang Display .....	27
12.	Gambar 2.9 Tampak Bangunan Jewish Museum, Berlin	28
13.	Gambar 2.10. Interior bangunan Jewish Museum, Berlin	28
14.	Gambar 2.11. Tampak Bangunan Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main .....	29
15.	Gambar 2.12. Guggenheim Museum, Bilbao .....	30
16.	Gambar 2.13. Ruang Display Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main .....	31
17.	Gambar 2.14. Ruang Display Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main .....	31
18.	Gambar 2.15. Ruang Display Butik .....	32
19.	Gambar 2.16. Ruang Display Butik Andrea viventinni.....	32
20.	Gambar 2.17. Ruang Display Butik .....	33
21.	Gambar 2.18. Ruang Display Butik .....	33
22.	Gambar 3.1. View ke timur Site ( bangunan Yogya Plasa ) .....	37
23.	Gambar 3.2. Bangunan di sebelah barat Site ( Politeknik LPP ) .....	37
24.	Gambar 3.3. Bangunan di utara site (Kompleks pertokoan).....	38
25.	Gambar 3.4. Kompleks pertokoan di depan (utara) site...	38
26.	Gambar 3.5. Zoning Fungsi .....	50
27.	Gambar 3.6. Analisa Kebisingan Pada Site .....	61

28.	Gambar 3.7. Analisa Arah Matahari .....	62
29.	Gambar 3.8. Analisa Sirkulasi .....	62
30.	Gambar 3.9. Analisa View Dari Bangunan .....	63
31.	Gambar 3.10. Analisa View Ke Bangunan .....	64
32.	Gambar 4.1. Lokasi Perancangan Di Jalan Urip Sumoharjo .....	65
33.	Gambar 4.2. Sirkulasi dan Pencapaian Ke Bangunan ....	66
34.	Gambar 4.3. Konsep Zoning Fungsi .....	67
35.	Gambar 4.4. Model Wanita .....	70
36.	Gambar 4.5. Model Pria .....	70
37.	Gambar 4.6. Transformasi Siluet Model Wanita Pada Tata Massa .....	71
38.	Gambar 4.7. Transformasi Siluet Model Pria Pada Tata Massa .....	72
39.	Gambar 4.8. Transformasi Siluet Model Pria Dan Wanita Pada Fasade Bangunan .....	72

## DAFTAR TABEL

1.	Tabel 1.1 Persyaratan Bangunan Di jl. Urip Sumoharjo	40
2.	Tabel 3.2. Pola Kegiatan Pengelola .....	41
3.	Tabel 3.3. Pola kegiatan Komersial .....	42
4.	Tabel 3.4. Pola kegiatan Pendukung .....	44
5.	Tabel 3.5. Pola kegiatan Penunjang .....	45
6.	Tabel 3.6. Besaran Ruang Pengelola .....	46
7.	Tabel 3.7. Besaran Ruang komersial.....	47
8.	Tabel 3.8. Besaran Ruang pendukung.....	48
9.	Tabel 3.9. Besaran Ruang Penunjang .....	48
10.	Tabel 3.10. Besaran Ruang Operasional .....	49

## DAFTAR DIAGRAM

1.	Diagram 2.1. Pola Kegiatan .....	15
2.	Diagram 3.1. Pola Kegiatan Pengelola .....	42
3.	Diagram 3.2. Pola Kegiatan Komersial .....	44
4.	Diagram 3.3. Kegiatan Secara Makro .....	46

**RUMAH MODE di JOGjAKARTA**  
**Sebagai Wadah Kegiatan Informasi, Promosi dan Pemasaran Yang**  
**Atraktif dan Rekreatif Dengan Pendekatan Citra Seorang Model**

**Oleh :**  
**Wiwik Tri Widyastuti**  
**99512034**

**Pembimbing**  
**Ir. Munichy BE M.Arch**

**ABSTRAKSI**

*Dunia mode adalah dunia yang senantiasa berkembang dalam fungsinya sebagai dunia yang dituntut untuk mampu memwadahi kebutuhan primer manusia. Masa dimana mode menjadi milik eksklusif segolongan masyarakat telah lama berlalu, karena apabila kita melihat di masa sekarang, mode terbaru yang ditawarkan dengan cepat dapat diserap oleh orang banyak dari segala lapisan, baik dari lapisan ekonomi tinggi, menengah maupun ekonomi rendah. Perkembangan informasi yang semakin mudah di akses dan imbas ekonomi pasar pada konsumsi individu yang semakin kuat, menjadikan mode sebagai kebutuhan untuk mengekspresikan jati diri di tengah industri mode yang massal.*

*Dengan adanya perkembangan mode yang sangat pesat, para perancang dituntut mampu menghadirkan karya – karya yang memiliki nilai kreatifitas dan imajinasi yang tinggi. Di sisi lain untuk menyalurkan tuntutan tersebut para desainer mode membutuhkan wadah fisik yang digunakan untuk mengkomunikasikan / mempresentasikan hasil kreasinya kepada masyarakat, Hal ini merupakan bagian dari kegiatan informasi , promosi, dan pemasaran yang diharapkan dapat terwadahi dalam sebuah rumah mode.*



---

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dunia mode adalah dunia yang senantiasa berkembang dalam fungsinya sebagai dunia yang dituntut untuk mampu mewartahi kebutuhan primer manusia. Masa dimana mode menjadi milik eksklusif segolongan masyarakat telah lama berlalu, karena apabila kita melihat di masa sekarang mode terbaru yang ditawarkan dengan cepat dapat diserap oleh orang banyak dari segala lapisan, baik dari lapisan ekonomi tinggi, menengah maupun ekonomi rendah<sup>1</sup>.

Perkembangan informasi yang semakin mudah di akses dan imbas ekonomi pasar pada konsumsi individu yang semakin kuat, menjadikan mode sebagai kebutuhan untuk mengekspresikan jati diri di tengah industri mode yang massal<sup>1</sup>. Dunia mode merupakan salah satu faktor pendorong kebutuhan masyarakat untuk tampil unik dan khas, dimana nilai eksklusivitas bukan lagi ditentukan oleh merek atau apa yang didiktekan oleh perancang melainkan pada kemampuan masing – masing individu untuk menemukan sebuah gaya yang paling mewakili kepribadiannya<sup>1</sup>.

Dengan adanya perkembangan mode yang sangat pesat dan fenomena seperti yang telah dijabarkan, para perancang dituntut mampu menghadirkan karya – karya yang memiliki nilai kreatifitas dan imajinasi yang tinggi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan individu yang menginginkan sebuah busana yang dapat mewakili karakter individu tersebut. Di sisi lain untuk menyelaraskan tuntutan tersebut para desainer mode membutuhkan wadah fisik yang digunakan untuk mengkomunikasikan / mempresentasikan hasil kreasinya kepada masyarakat, Dimana hal ini merupakan bagian dari kegiatan informasi , promosi, dan pemasaran yang diharapkan dapat terwadahi dalam sebuah Rumah Mode. Dengan wadah yang tepat maka perancang lokal pada khususnya, dapat meningkatkan pencitraan Yogyakarta sebagai salah satu kota yang memiliki kemampuan desain.

1. *Kompas Edisi 5 Juni 2005*



### 1.1.1. Potensi Rumah Mode Di Jogjakarta

Kota Yogyakarta sejak masa yang telah lampau sudah memulai kegiatan menciptakan mode dan menganggap bahwa seni berbusana adalah kebutuhan untuk mengekspresikan jati diri seseorang, hal ini dapat dilihat dengan citra Yogyakarta sebagai salah satu kota penghasil kain batik yang memiliki motif dan corak khas sejak bertahun – tahun lamanya. Seiring dengan perkembangan yang terjadi dan dengan penambahan penduduk dari kota – kota di luar Yogyakarta semakin memperkaya inspirasi dalam dunia mode di Yogyakarta.

Jika di lihat dari potensi kota Yogyakarta sebagai kota pariwisata yang selalu di kunjungi banyak orang dari kota lain, maka akan memberi dampak pada semakin luasnya pasar yang bisa di jangkau oleh perancang Yogyakarta. Di sisi lain status kota pelajar yang di sandang Kota Yogyakarta juga melahirkan bibit – bibit muda yang berpotensi dalam menciptakan kreasi busana meskipun masih dalam skala industri kecil, hal ini terlihat dengan munculnya *distro – distro*<sup>1</sup> yang makin marak jumlahnya dan di minati oleh kalangan remaja yang merasa terwakilkan ekspresinya dalam berbusana. Respon masyarakat terhadap sejumlah butik – butik kecil yang tengah berkembang di hampir seluruh kota Yogyakarta pun sangat baik.

Yogyakarta memiliki potensi dan peluang untuk lebih mengembangkan mode melalui organisasi induk seperti PAPMI yang merupakan perhimpunan perancang mode yang mengurus perkembangan mode di Yogyakarta. Organisasi yang sama di kota – kota lain telah lama tidak berfungsi lagi, dengan demikian dapat terlihat bahwa Kota Yogyakarta masih mempunyai peluang untuk menjadikan Yogyakarta sebagai kiblat mode.

Di sisi lain kenyataan bahwa masyarakat di Yogyakarta sendiri masih banyak yang belum mengenal perancang lokal yang ada di kota Yogyakarta sendiri masih banyak di jumpai, padahal perancang lokal sudah banyak yang exist di dunia mode nasional seperti Afif Syakur, Ardiyanto dan lain - lain. Bangunan yang tidak terlalu mengekspresikan dirinya sebagai butik menjadi sebab masyarakat kurang mengetahui Rumah Mode yang ada di Jogja.

1. Tempat penjualan busana dan aksoris yang merupakan kreasi sendiri dan di jual sendiri





Oleh karena itu Kota Yogyakarta membutuhkan sebuah wadah yang melingkupi kegiatan informasi, promosi dan pemasaran yang di harapkan dapat menjual kreatifitas potensi perancang lokal kepada masyarakat Jogja sendiri dan konsumen di luar kota Jogjakarta bahkan hingga ke dunia internasional. Wadah yang tepat yang mencerminkan citra mode sebagai penarik minat orang yang melihatnya dan perancangan ruang yang atraktif dan rekreatif diharapkan dapat meningkatkan nilai komersial produk dan mempertahankan jumlah konsumen yang datang

#### 1.1.1.a. Kegiatan Komersial

Fasilitas komersial adalah wadah / tempat yang memudahkan manusia melakukan kegiatan perniagaan, pembelian dan penjualan barang / jasa. Pada dasarnya dalam dunia mode tidak dapat dilepaskan dari kegiatan komersial sebab seorang perancang harus dapat mempresentasikan / mengkomunikasikan hasil karyanya kepada masyarakat luas agar masyarakat tertarik dan memasarkannya ke tangan masyarakat, dengan cara tersebutlah para perancang mendapatkan hasil dari kreatifitasnya. Kegiatan komersial yang di wadahi berupa kegiatan informasi, promosi dan pemasaran.

#### 1.1.2. Rumah Mode yang Atraktif dan Rekreatif

Pada Rumah Mode ini khusus menampilkan desain dari perancang lokal Yogyakarta, dalam usaha untuk memperkenalkan hasil kreasi perancang lokal agar lebih mendapatkan perhatian yang baik dari masyarakat Jogja pada khususnya dan masyarakat Indonesia maupun mancanegara pada umumnya.

Karena jenis kegiatan komersial yang diwadahnya maka selain penciptaan citra mode pada penampilan bangunan yang bertujuan untuk menarik perhatian orang yang melihat, perancangan ruang dalam rumah mode yang mewadahi kegiatan informasi, promosi dan pemasaran yang atraktif dan rekreatif juga bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung sekaligus memberi perasaan menyenangkan pada pengunjung



## 1.2. Pengertian Judul

### Judul : *Rumah Mode Di Yogyakarta*

*Sebagai Wadah Informasi, Promosi dan Pemasaran Yang Atraktif dan Rekreatif Dengan Pendekatan Citra Seorang Model*

- a. Rumah  
: Suatu bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal, tempat berlindung oleh satu atau lebih individu untuk melakukan berbagai kegiatan
- b. Mode  
: Suatu ragam, cara, bentuk atau gaya yang diikuti dalam kurun waktu tertentu.
- c. Rumah Mode  
: Suatu tempat untuk mewadahi segala aktifitas yang berhubungan dengan fashion.
- d. Atraktif  
: Mempunyai kekuatan untuk menarik perhatian orang yang melihat<sup>1</sup>
- e. Rekreatif  
Berasal dari kata Rekreasi, Yaitu Penyegaran kembali badan dan pikiran, sesuatu yang menggembirakan hati dan menyegarkan<sup>1</sup>
- f. Citra  
: Kesan yang ingin di sampaikan dari obyek kepada orang yang melihat
- g. Model  
: Contoh, dalam dunia mode berarti seseorang yang memeragakan hasil karya desainer

### **Kesimpulan :**

Rumah mode yang atraktif dan rekreatif adalah suatu tempat yang mewadahi proses informasi, promosi, dan pemasaran hasil karya desainer mode, yang diwujudkan dalam bentuk yang mampu menarik perhatian sekaligus mengajak pengunjung untuk menikmati fungsi yang tersedia pada bangunan dengan cara yang menyenangkan melalui perwujudan citra seorang model

1.Poerwadarmanta, W.J.S, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Balai Pustaka Jakarta 1976

**1.3. PERMASALAHAN****Permasalahan Umum**

Bagaimana merancang Rumah Mode yang mewadahi kegiatan informasi, promosi, dan pemasaran yang atraktif dan rekreatif bagi pengunjung

**Permasalahan Khusus**

Bagaimana merancang Rumah Mode yang mewakili citra seorang model

**1.4. TUJUAN DAN SASARAN****1.4.1. Tujuan**

Mendisain bangunan Rumah Mode di Jogjakarta sebagai wadah fisik yang dapat memenuhi kebutuhan akan kegiatan desain mode dan kegiatan komersial ( informasi, promosi dan pemasaran ).

**1.4.2. Sasaran**

- a. Mendapatkan rancangan yang dapat mewadahi kegiatan informasi, promosi dan pemasaran yang atraktif dan rekreatif bagi pengunjung
- b. Mendapatkan rancangan bangunan Rumah Mode yang mencerminkan citra seorang model sebagai fungsi yang di wadahi

Dengan rancangan tersebut diharapkan desainer lokal memiliki tempat untuk mempresentasikan kreasinya dan mampu mempertahankan sekaligus meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke Rumah Mode

**1.5. LINGKUP PERANCANGAN**

Lingkup pembahasan dalam perancangan Rumah Mode lebih di arahkan pada :

- Perancangan Rumah Mode yang berfungsi sebagai wadah kegiatan komersial dan desain karya perancang mode yang atraktif dan rekreatif
- Perancangan bangunan yang mewakili citra seorang model sebagai perwujudan bangunan yang atraktif dan sesuai dengan aktivitas yang diwadahi

**1.6. STRATEGI PERANCANGAN****a. Studi Literatur**

Mengumpulkan informasi dan data – data tentang Rumah Mode melalui buku – buku referensi, data primer yang didapat dari Perhimpunan Perancang Mode Indonesia, artikel, majalah, dan internet

**b. Studi Presedent**

Mengadakan studi banding dengan bangunan Rumah Mode yang sudah ada dan juga bangunan yang serupa dengan Rumah Mode

**c. Analisa**

Menganalisa dari studi literature dan studi presedent yang telah di lakukan untuk mendapatkan konsep perancangan bangunan sehingga dapat menghasilkan perancangan bangunan Rumah Mode yang atraktif dan rekreatif

**1.7. TINJAUAN LOKASI****1.7.1. Kriteria Penentuan Lokasi**

Fungsi Rumah Mode ini adalah sebagai bangunan komersial, oleh karena itu pemilihan lokasi site harus di sesuaikan dengan fungsinya, yaitu :

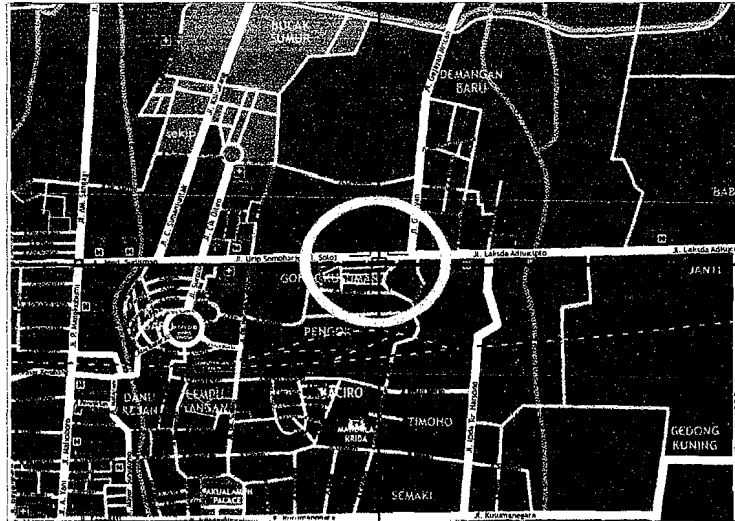
1. Mempunyai kedekatan dengan area perdagangan
2. Pencapaian ke bangunan harus mudah di capai pengguna dengan ketersediaan sarana transportasi
3. Mempunyai kejelasan visual kearah bangunan dan dari arah bangunan
4. Ukuran site harus mencukupi untuk menampung kebutuhan ruang pada Rumah Mode
5. Tersedianya jaringan infrastruktur pada lokasi yang memadai
6. Sesuai dengan tata guna lahan bagi pengembangan sector komersial

**1.7.2. Lokasi Terpilih**

Dengan melihat pada pertimbangan – pertimbangan di atas, maka lokasi

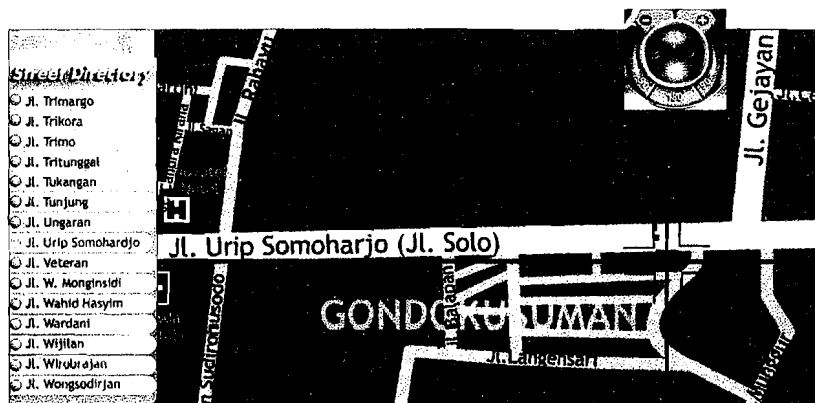


yang terpilih sebagai tempat berdirinya bangunan Rumah Mode adalah site di J Urip Sumoharjo tepatnya di site bekas bangunan Bioskop Empire dan Regent yang telah terbakar.



Gambar 1.1. Peta Jogjakarta

Sumber : CD Interaktif PETA JOGJAKARTA 2000

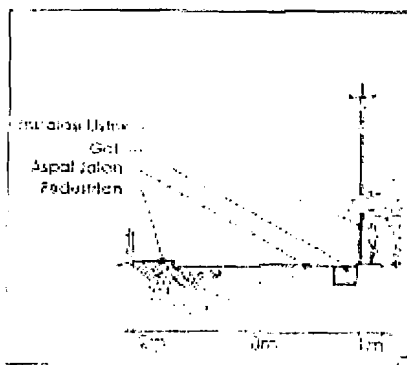


Gambar 1.2. Peta kawasan Jl. Urip Sumoharjo

Sumber : CD Interaktif PETA JOGJAKARTA 2000

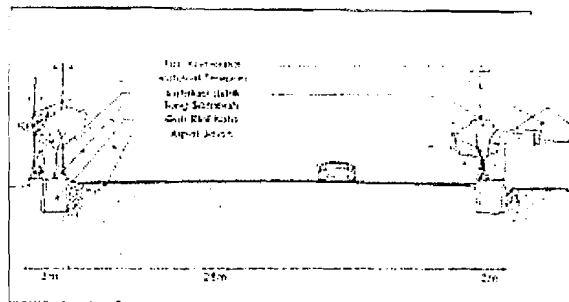


Gambar Potongan A-A



Sumber : Survey lapangan

Gambar Potongan B-B



Gambar 1.3. Potongan badan jalan Urip Sumoharjo

Sumber : BAPPEDA DIY TAHUN 2000

## 1.8. SPESIFIKASI PROYEK

### 1.8.1 Nama Proyek

Rumah Mode Di Jogjakarta

### 1.8.2 Lokasi Proyek

Proyek terletak di Propinsi Daerah Istimewa Jogjakarta yaitu Di Jalan Urip Sumoharjo. Kawasan Jalan Urip Sumoharjo masih termasuk kawasan yang padat karena merupakan area perdagangan dan jalur utama yang menghubungkan kota Jogjakarta dengan kota Solo. Kedekatan dengan Jalan Solo yang merupakan area pariwisata memberi dampak cukup positif terhadap upaya promosi bangunan. Letak site adalah di bekas bangunan Bioskop Empire dan Regent yang telah terbakar dan menjadi lahan kosong yang cukup potensial untuk fungsi komersial pada bangunan dengan luas lahan  $\pm 14.000 \text{ m}^2$ .

## 1.9. KEASLIAN PENULISAN

### 1. Primania Dhamayanti, UII, 2004

Judul : Rumah Mode ( Boutique ) Di Yogyakarta

Merancang Rumah Mode sebagai perwujudan karakter fungsi ruang dalam penampilan tata ruang dalam bangunan yang dinamis dan atraktif



2. Nutrisia Ira Denta, UII, 2002

Judul : Pusat Mode Islam Di Bandung

Merencanakan dan merancang penampilan bangunan Pusat Mode Islam sebagai sarana pendidikan disain mode, informasi, promosi dan pemasaran dengan pendekatan karakter konsep Seni Ruang Islam

3. Nur Setyaningtyas, UII, 2004

Judul : Rumah Mode Di Yogyakarta

Merancang Rumah Mode sebagai wadah kegiatan Informasi, promosi, pemasaran dan retail

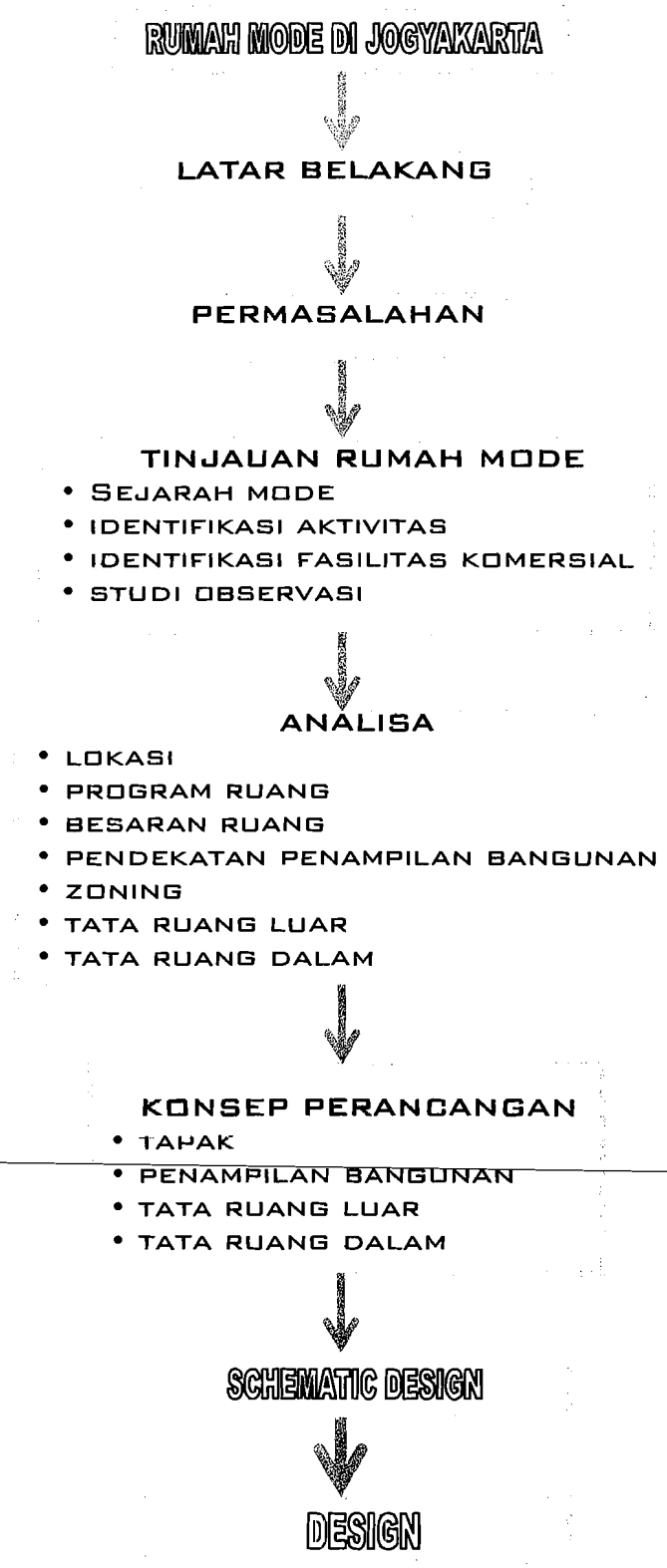
4. Wiwik Tri Widyastuti

Judul : Rumah Mode Di Jogjakarta

Sebagai wadah kegiatan informasi, promosi dan pemasaran yang atraktif dan rekreatif bagi pengunjung dengan pendekatan citra seorang model



1.10. KERANGKA POLA PIKIR







## BAB II

### TINJAUAN TEORI

#### RUMAH MODE DI JOGJAKARTA

### 2.1. TINJAUAN RUMAH MODE

#### 2.1.1. Pengertian Rumah Mode

Rumah memiliki arti sebagai bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal, tempat berlindung oleh satu atau lebih individu untuk melakukan berbagai kegiatan. Sedangkan mode adalah suatu ragam, cara, bentuk atau gaya yang diikuti dalam kurun waktu tertentu, dalam hal ini yang di maksud adalah ragam gaya busana.

Dari pengertian di atas maka kesimpulan yang dapat di ambil tentang pengertian Rumah Mode adalah Bangunan yang berfungsi mewadahi kegiatan yang berhubungan dengan gaya busana.

#### 2.1.2. Sejarah Perkembangan Mode

Busana telah di kenal manusia sejak jaman dahulu, 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 sosial, ekonomi, dan budaya dari diri pemakainya<sup>1</sup>. Bahkan dengan dampak dari bergulirnya jaman menjadi era yang lebih demokrasi, eksklusivitas tidak lagi di tentukan oleh label busana atau merek melainkan dari kekuatan gaya yang di gunakan oleh individu untuk menunjukkan jati dirinya<sup>2</sup>.

Perkembangan dalam dunia mode semakin di pacu dengan perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat yang menjadikan konsumsi individu terhadap busana semakin kuat pula. Pada abad ke 14 Paris sudah di akui sebagai pusat mode karena keunggulan teknologi dan banyaknya pedagang yang menggunakan cara promosi yang lebih maju. Mulai dengan

1. Barry, Sir Gerald, *The Art Man's Creative Imagination*, Doubleday & Company Inc, New York

2. *Kompas Edisi 5 Juni 2005*



mempromosikan busana melalui *mannequin*<sup>1</sup> yang didandani dengan mode terbarunya dan juga dengan cara mengadakan *fashion show* atau *pagelaran busana* yang di gelar secara periodik.

Dalam dunia mode terdapat beberapa aliran – aliran gaya busana<sup>2</sup>, Yaitu :

- a. *Classic*, yaitu aliran dari masa ke masa hampir tidak mengalami perubahan. Misalnya pakaian adat suatu daerah
- b. *New Classic*, yaitu aliran yang lambat menerima perubahan pada penampilan busana. Contohnya gaya busana pria ataupun wanita dewasa
- c. *Trend*, yaitu aliran yang lebih cepat dalam merespon perubahan, biasanya dalam waktu setahun sekali terdapat perubahan pada gaya busana aliran ini, bahkan dalam satu aliran sering terdapat beberapa gaya. Contohnya busana pada tahun 1970 yang memiliki ciri khas yang kuat seperti celana model cut brai
- d. *New Waves*, yaitu aliran yang sangat cepat mengalami perubahan dalam gaya busananya, sekitar 3 bulan sekali ada perubahan. Misalnya gaya busana yang terlihat segar, murah dan meriah yang sengaja di disain untuk remaja dan ibu –ibu muda

Untuk jenis pakaian yang di kelompokkan menurut kuantitas dan kualitas produksinya<sup>3</sup>, yaitu ;

- a. *Houte Couture* adalah Jenis pakaian dengan label resmi yang memiliki persyaratan khusus yaitu dikerjakan oleh tenaga ahli dan terlatih dengan garis rancangan dan pola yang dikerjakan secara mendalam dan mendetail, 80 % dari jenis ini di kerjakan dengan tangan serta penggunaan bahan yang bermutu tinggi. Contohnya jenis pakaian yang di desain berdasar pesanan dan diperkenalkan dengan di peragaan oleh minimal 3 orang model dalam peragaan busana yang diadakan secara periodik untuk memperlihatkan garis rancangan baru dengan teknik yang baru.

1. Boneka yang menyerupai manusia

2. Peragaan Busana

3. Majalah Dewi, Edisi April 2005



- a. *Semi Haute Couture* adalah salah satu jenis *Haute Couture* yang diproduksi dalam jumlah tertentu dan lebih banyak dikerjakan oleh mesin, untuk mengejar nilai komersialnya, sehingga jenis ini memiliki sifat yang eksklusif namun tidak unik.
- b. *Ready to wear* atau *prêt a porter* adalah Jenis pakaian yang di produksi massal dan dipasarkan secara luas, sehingga konsumen lebih banyak menggunakan jenis pakaian ini.

### 2.1.3. Elemen Pembentuk Mode

Elemen yang berperan dalam proses pembentukan mode terdiri dari 4 elemen<sup>1</sup>, yaitu :

#### 1. Gaya

Gaya yang di munculkan dalam sebuah desain mode senantiasa mengikuti trend yang sedang berkembang dan di gemari masyarakat sebagai pengguna saat itu. Pada elemen ini, perancang di tuntutan untuk selalu memunculkan gaya terbaru yang sekiranya dapat di jadikan trend mode terbaru, sehingga gaya dalam mode dapat berubah dalam waktu yang sangat cepat. Umumnya gaya dalam mode selalu berputar dan berulang – ulang, misalnya gaya tahun 1960-an bisa menjadi trend di tahun 2000-an, gaya etnik dan naturalis yang kembali di minati masyarakat di tahun 2005 ini.

#### 2. Warna

Elemen warna juga merupakan elemen yang senantiasa berubah seiring waktu dan terpengaruh ole kondisi masyarakat, misal trend warna tahun 2000 yang di sebut tahun millennium di identikan dengan warna perak

#### 3. Siluet

Siluet yang di ditampilkan dalam sebuah kreasi desainer merupakan elemen yang terkadang di pengaruhi oleh *issue* yang sedang berkembang pada

1. Kompas, Edisi 5 Juni 2005



masyarakat seperti potongan yang sedikit maskulin untuk seorang wanita hanya untuk memperlihatkan sosok perempuan yang saat ini dianggap sudah cukup seimbang dengan posisi pria.

#### 4. Ragam Hias

Ragam hias memberi pengaruh terhadap mode dengan kekayaan ide yang di tuangkan pada sebuah rancangan, merupakan sentuhan terakhir yang berfungsi sebagai elemen yang memperindah desain sebuah mode, misal dengan penambahan payet atau bordir yang di sesuaikan dengan ketiga elemen lainnya dapat menghidupkan rancangan

#### 2.1.4. Fungsi Rumah Mode

Dalam usaha pemenuhan kebutuhan untuk mendapatkan segala sesuatu tentang mode, maka di perlukan Rumah Mode sebagai wadah fisik yang menampung beberapa kegiatan antara lain :

- a. Sebagai tempat informasi desain mode dalam bentuk work shop dan gallery batik khusus untuk memperkenalkan batik
- b. Sebagai ajang promosi dan pameran untuk mempresentasikan kreasi terbaru para desainer
- c. Sebagai tempat pemasaran dan penjualan hasil produksi

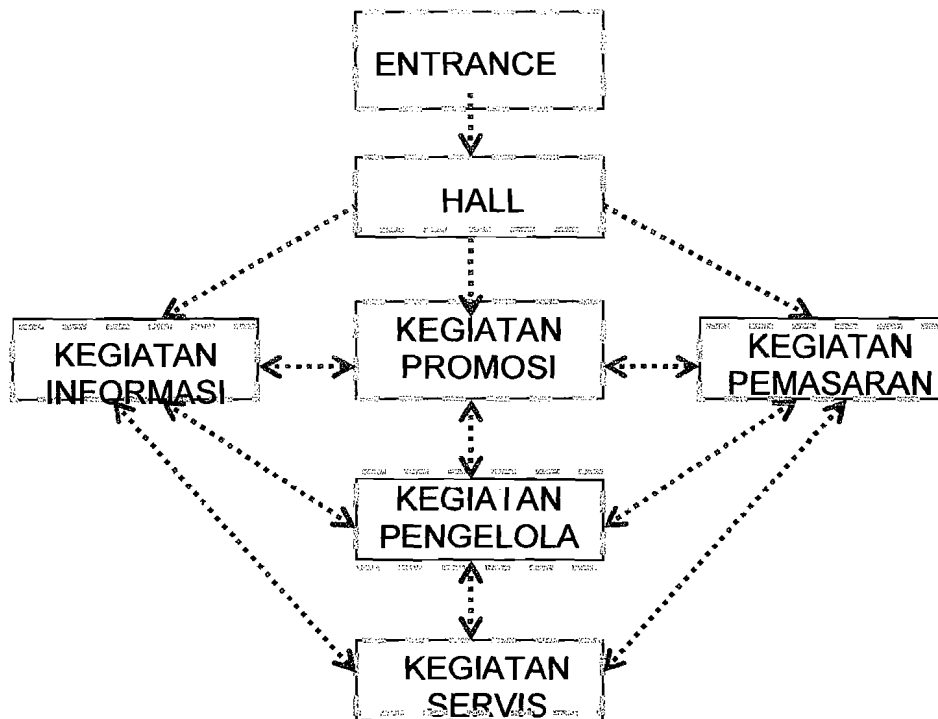
Dengan demikian, Rumah Mode ini memiliki fungsi utama sebagai *bangunan komersial* yang dapat menyediakan kebutuhan mode kepada masyarakat.



## 2.2. KARAKTERISTIK RUMAH MODE

### 2.2.1. Pola Kegiatan Rumah Mode

Diagram 2.1. Pola Kegiatan



Sumber : Analisa

### 2.2.2. Spesifikasi Pengguna

#### 1. Penggemar desain mode

Kebutuhan yang harus terpenuhi 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 seni merancang busana untuk meningkatkan daya kreasi

#### 2. Pengunjung

Dengan beberapa kriteria antara lain :

- Pengunjung yang bermaksud membeli koleksi busana



- Pengunjung yang datang agar senantiasa dapat mengikuti perkembangan mode
- Pengunjung yang datang untuk mencari informasi tentang desain mode
- Pengunjung yang datang hanya untuk melihat – lihat dan mencari hiburan
- Pengunjung yang datang bukan atas kepentingan atau keinginannya, melainkan hanya sekedar menemani pengunjung yang berkepentingan

### 3. Pengelola

Merupakan salah satu pengguna yang bertanggung jawab dan bertugas mengelola berbagai kegiatan dan kebutuhan dalam Rumah Mode.

### 4. Perancang mode

Perancang mode memiliki aktivitas yang berkaitan dengan kreasi dan produksi.

## 2.2.3. Kegiatan Yang Diwadahi

### 1. Lingkup Kegiatan Informasi

Merupakan kegiatan – kegiatan untuk menambah wawasan dan informasi terbaru tentang mode :

#### - *Gallery batik* ;

berupa Ruang untuk memperkenalkan seni batik yang merupakan desain mode warisan leluhur dan memberi informasi mengenai lokasi penghasil batik asli di wilayah Yogyakarta

#### - *Work shop*

Merupakan jenis kegiatan yang menghasilkan karya dan desain yang akan di pasarkan kepada konsumen, tetapi hanya dalam jumlah kecil karena lebih berfungsi sebagai sarana informasi mode:

**a. Studio Desain** ; Ruang untuk desainer maupun asisten desainer berkreasi dan memproduksi karya yang akan langsung di jual ke pengunjung, baik dalam bentuk pesanan atau produk yang akan di pameran di ruang display



- b. Studio Jahit dan Pola** : Dua kegiatan yang diwadahi adalah kegiatan mermbuat pola dan kegiatan menjahit, karena saling berhubungan. Pada ruang ini memiliki aktivitas yang bervariasi misalnya menjahit, membuat pola ( mengukur dan menggunting kain ) dan menggunakan cara menjahit dengan mesin maupun manual
- c. Studio Printing** ; Tempat mewarnai dan mencetak motif dalam berbagai media desain busana
- d. Studio Fotografi** ; Ruang untuk mendokumentasikan produk melalui gambar dua dimensi
- e. Studio Finishing dan Setrika** ; Ruang untuk merapikan produk seperti menambahkan aksesoris, bordir, pemasangan payet

## 2. Lingkup Kegiatan Promosi

Merupakan salah satu kegiatan untuk memperkenalkan kreasi terbaru dari perancang secara langsung :

### - *Peragaan Busana* ;

Kegiatan ini membutuhkan ruang khusus untuk memamerkan karya desainer yang berbentuk panggung. Kegiatan ini dilaksanakan secara periodik dan kontinyu

## 3. Lingkup kegiatan Pemasaran

Kegiatan ini bertujuan memasarkan produk ke konsumen :

### - *Butik* ; Di kelompokkan menjadi 2 bentuk, yaitu :

- Butik yang menjual jenis pakaian haute couture maupun semi haute couture berbentuk adi busana
- Butik yang memasarkan pakaian jenis ready to wear dalam jumlah cukup banyak

Dari 2 kelompok ini dibagi lagi menjadi :

- Butik yang menjual pakaian pria
- Butik yang menjual pakaian wanita



- Butik untuk pakaian anak - anak

#### 4. Lingkup Kegiatan Pengelola

Kelompok kegiatan ini bertugas mengelola dan mengatur administrasi kegiatan dan berjalannya fungsi – fungsi pada bangunan

#### 5. Lingkup kegiatan Pendukung

Kegiatan yang di lakukan oleh hampir seluruh pengguna bangunan seperti beribadah, istirahat dan sebagainya

#### 6. Lingkup Kegiatan Penunjang

Kegiatan yang berfungsi sebagai sarana rekreasi :

- Salon
- Café
- Bar

### 2.3. RUMAH MODE DI JOGJAKARTA

Rumah Mode yang ada di Jogjakarta yang telah memenuhi standar sebuah rumah mode seperti pemenuhan fungsi – fungsi ruang yang harus di miliki, berjumlah tidak terlalu banyak. Hampir seluruhnya masih dalam skala industri kecil dan menengah. Sedangkan bangunan yang hampir menyerupai Rumah Mode antara lain butik – butik yang hanya berfungsi sebagai tempat pemasaran, saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang cukup tinggi.

#### 2.3.1. Klasifikasi Rumah Mode Di Jogjakarta

Berdasarkan fasilitas yang diwadahi bentuk Rumah Mode di Jogjakarta dapat di kelompokkan menjadi beberapa type, antara lain :

1. Tipe besar
  - a. Bentuk bangunan berupa bangunan komersial dengan fungsi yang di wadahi melingkupi kegiatan produksi dan pemasaran
  - b. Jenis busana yang di tawarkan lengkap
  - c. Luas bangunan sekitar 300 – 600 m<sup>2</sup>, konstruksi permanent





- d. Contohnya : Mirota batik, Apip's Batik, Ardiyanto gallery
2. Tipe Sedang
    - a. Bentuk bangunan berupa bangunan komersial dengan fungsi yang di wadahi melingkupi kegiatan produksi dan pemasaran
    - b. Jenis busana yang di tawarkan cukup lengkap
    - c. Luas bangunan sekitar 200 – 300 m<sup>2</sup>, konstruksi permanent
    - d. Contohnya : L' Mar, Bambang Khalid batik
  3. Tipe Kecil
    - a. Bentuk bangunan hanya melingkupi kegiatan pemasaran
    - b. Jenis busana yang di tawarkan hanya untuk kalangan remaja
    - c. Luas bangunan sekitar 20 – 75 m<sup>2</sup>, konstruksi permanent
    - d. Contohnya : In Style factory outlet, Men's stuff dan lain - lain

### 2.3.2. Studi Observasi Rumah Mode Di Yogyakarta

#### 1. Afif's Batik

Afif's Batik yang terletak di daerah Jl. Kaliurang km.6 Pogung Lor berbentuk gubahan massa dan memiliki fasilitas sebagai berikut :

- a. Gallery display

Ada dua jenis gallery dalam bangunan ini yaitu Gallery display yang berisikan koleksi – koleksi kebaya tua di simpan tersendiri dan gallery display produk yang di jual ke konsumen yang bebentuk hall tertutup dan perletakan obyek display hanya di dalam rak / lemari

- b. Ruang produksi batik

Ruang ini terletak pada sebuah massa yang terbuka yang menyerupai pendopo. Oleh karena proses batik yang menuntut pencahayaan maksimal maka di ruang tersebutlah para karyawan melakukan kegiatan pembuatan batik

- c. Gudang penyimpanan kain dan koleksi

Dengan prinsip penjualan yang berdasarkan pesanan, maka koleksi yang



di jual tidak semuanya di letakkan pada ruang display produk, sebagian di simpan pada ruang penyimpanan.

- d. Ruang produksi seperti ruang jahit, pola, dan finishing

## 2.4. TINJAUAN FASILITAS KOMERSIAL

Fasilitas komersial dalam rumah mode memegang peranan yang sangat penting karena seorang perancang mode mengandalkan perolehan keuntungan yang didapatkan dari hasil karya yang telah di presentasikan kepada masyarakat yang di tuju yang kemudian di beli oleh masyarakat tersebut.

### 2.4.1. Kegiatan Komersial Dalam Dunia Mode

#### 1. Kegiatan Informasi

Kegiatan ini untuk memperkenalkan berbagai informasi tentang mode kepada masyarakat sehingga dapat menjadi media pembelajaran bagi masyarakat dan juga dapat menjadi bahan inspirator bagi perancang

Unsur yang terlibat :

- Pengunjung
- Penata Display

Kegiatan ini di wadahi dalam ruang gallery batik, yang memamerkan batik asli Yogyakarta. Diharapkan dengan adanya gallery ini, pengunjung dapat lebih mengenal potensi bahan yang di miliki kota Yogyakarta

#### 2. Kegiatan Promosi

Kegiatan ini untuk memperkenalkan produk busana kepada masyarakat selaku pemakai dan pembeli. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mempengaruhi pengunjung agar tertarik dan kemudian berminat untuk memiliki koleksi yang di tawarkan.

Kegiatan ini melibatkan berbagai unsur, yaitu :

- Desainer
- Model Peraga
- Fotografer



- Pengunjung / Konsumen
- Penyelenggara

Bentuk – bentuk kegiatan ini antara lain dengan iklan di berbagai media, pameran dan peragaan busana yang di selenggarakan dalam suatu gedung tertentu misalnya ruang serba guna, Hotel bahkan di ruang terbuka atau ruang publik.

Ruangan yang mewadahi kegiatan ini adalah ruang peragaan busana ( catwalk ) yang di adakan secara periodik yaitu 2 – 3 kali dalam satu tahun. Tujuannya untuk memperkenalkan produk terbaru desainer Jogjakarta kepada masyarakat umum

### 3. Kegiatan Produksi

Merupakan kegiatan yang bertujuan mewujudkan bahan mentah menjadi bahan jadi. Skala kegiatan beragam, yaitu jenis produksi yang besar seperti pada industri konveksi dan produksi dalam jumlah kecil seperti butik milik desainer mode

Unsur yang terlibat adalah :

- Perancang
- Karyawan / pekerja

Aktifitas produksi di lakukan di ruang desain, ruang pola dan jahit, ruang fotografi dan ruang finishing

### 4. Kegiatan Pemasaran

Kegiatan yang dilakukan untuk mendistribusikan hasil produksi ke tangan konsumen dan merupakan kegiatan yang berperan penting dalam kegiatan komersial Rumah Mode.

Unsur yang terlibat :

- Perancang
- Penata Display
- Pengunjung

Kegiatan ini di wadahi dalam ruang display produk, ruang ini memiliki



peran yang besar dalam usaha :

- Memamerkan produk,
- Menjadikan produk terlihat presentatif,
- Menarik perhatian pengunjung,
- Meningkatkan nilai jual produk dan
- Mempertahankan konsumen untuk mengikuti alur yang diciptakan pada area display.

#### **2.4.2. Kriteria Fasilitas Komersial**

##### **1. Kejelasan ( Clarity )**

Yaitu memberi kejelasan pada pengunjung untuk dapat dengan segera mengenali fasilitas yang ada, menemukan pintu utama dan segera merasakan aktivitas yang di tawarkan

##### **2. Kemencolokan ( boldness )**

Harus mempunyai sesuatu yang membuat orang segera mengenali dan terus mengingat dalam memorinya

##### **3. Keakraban ( Intimacy )**

Perancangan yang memungkinkan terciptanya suasana yang membuat pengunjung merasa santai dan betah di tempat tersebut

##### **4. Fleksibilitas ( Flexibility )**

Merancang ruangan yang memungkinkan untuk alih fungsi dan alih citra sehingga suasana yng di temukan oleh pengunjung senantiasa terlihat atraktif dan tidak monoton

##### **5. Kekompleksan ( Complexity )**

Perancangan yang kompleks akan mengurangi kemungkinan perubahan pada fasilitas yang telah dibangun

##### **6. Efisiensi ( Efficiency )**

Pengolahan ruang yang optimal pada setiap ruang komersial

##### **7. Kebaruan ( Inventiveness )**

Tuntutan akan tatanan massa dan ekspresi yang inovatif untuk mencegah kebosanan dan menciptakan atmosfir yang khas pada fasilitas komersial



## 2.5. TINJAUAN TEORI DESAIN

Teori dalam arsitektur yang digunakan sebagai dasar untuk perancangan<sup>1</sup>, yaitu ;

### 2.5.1. METAPHOR

Prinsip metaphor merupakan salah satu dari jalur untuk menemukan sebuah ide dengan pengembangan dan penyesuaian – penyesuaian tertentu yang di kembangkan dengan imajinasi dan kreativitas dari perancang.

Metaphor di kategorikan menjadi :

1. Intangible Metaphors ( Tidak dapat di lihat ) yaitu konsep atau ide yang berasal dari konsep abstrak seperti sifat manusia atau kualitas dan kondisi masyarakat ( alami, tradisi, budaya ).  
Contoh : Arsitek Jepang Kazuo Shinohara berhasil mengangkat sifat ' keheningan ' Jepang ke dalam ruangan tiga dimensi
2. Tangible Metaphors ( Dapat di lihat ) yaitu Metaphor yang di dapat dari karakter materi atau visual obyek konkritnya ( Atap seperti langit, rumah seperti istana ).  
Contoh : Sydney Opera House yang berasal dari John Utzon sebagai arsiteknya yang ingin menunjukkan bentuk cangkang sebagai permukaan bola dan sayap burung yang sedang terbang
3. Combined Metaphors ( Gabungan antara Intangible dan Tangible Metaphors ). Karakter visual dapat menjadi alasan untuk menilai sifat – sifat, kualitas, dan karakter wadah visualnya.

Contoh : Albuquerque Blood Bank karya Antonie Predock di sebut sebagai penerapan metafora berlapis. Ide awalnya sebagai Bank maka warna merah darah sebagai ide, dengan setting lokasi lembah Rio Grande yang ketika matahari terbenam langitnya memerah seperti darah, maka ide darah di anggap cocok dengan letak lokasi

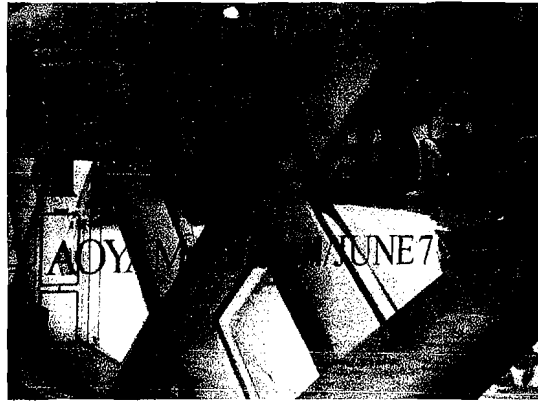
1. *Poetics Of Architecture*, Anthony C. Antoniades



## 2.6. STUDI KASUS

### 2.6.1. Prada Shop, Tokyo

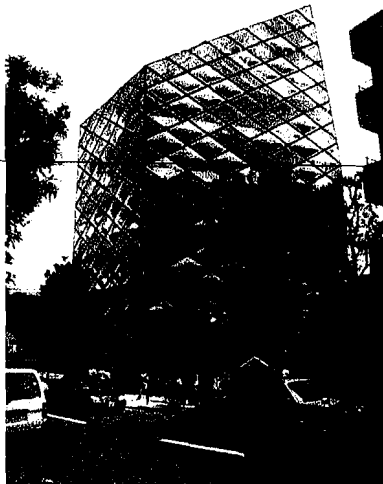
*Arsitek Kenzo tange*



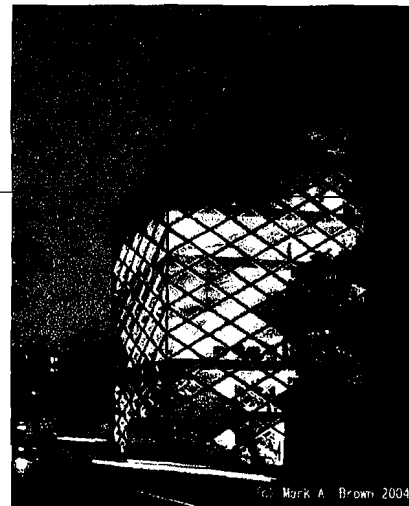
*Gambar 2.1. Prada Shop*

*Sumber : Tokyo Ahead.com*

Bangunan Prada shop yang di dirikan di Tokyo selesai di kerjakan pada bulan Juni 2003. Bangunan ini sangat mengesankan yang menunjukkan betapa bangunan ini agak berbeda dengan lingkungan sekitar. Gaya bangunan di jepang selalu berganti hampir setiap 60 tahun sekali, karena alasan ini maka kenzo tange memadukan antara gaya modern dan tradisional. Seperti yang di lakukan Hermes yang menggunakan banyak kaca – kaca.



*Gambar 2.2. View ke bangunan saat siang hari*



*Gambar 2.3. Tampak bangunan saat malam hari*

*Sumber : Tokyo Ahead.com*



View bangunan dari luar di waktu siang hari menampilkan sosok yang tidak terlalu menonjolkan fungsi di dalamnya, yang sangat terlihat adalah keberadaan bangunan yang eksklusif dengan selimut bangunan yang seluruhnya di lapiasi perpaduan kaca tipis dengan kaca yang lebih tebal yang menghasilkan sebuah bangunan yang unik.

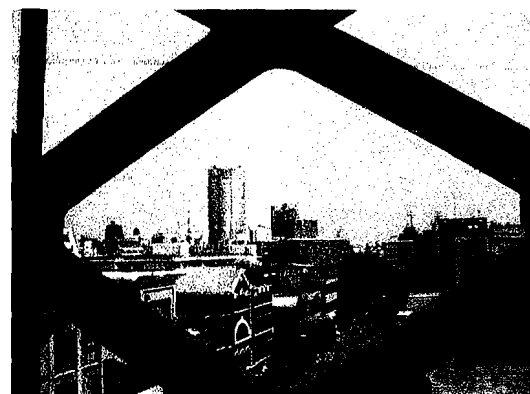
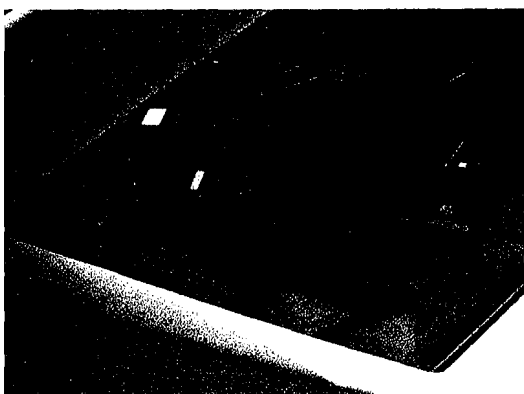
Konsep memamerkan produk dengan bantuan pencahayaan buatan saat malam hari memberi sesuatu yang cukup berbeda dengan view saat siang hari. Pada malam hari bangunan menjadi terlihat transparan, dengan kuat lemah pencahayaan yang diatur sedemikian rupa, sehingga menghasilkan sebuah bangunan yang eksotik.



*Gambar 2.4. Keadaan site*

*Sumber : Tokyo Ahead.com*

Penggunaan taman terbuka pada area tapak bangunan ini memberi kesan yang eksklusif dan berbeda dengan bangunan sekitar yang umumnya memiliki jarak antar bangunan sekitar 10 centimeter . Disisi lain bangunan ini juga terlihat sangat peduli terhadap lingkungan hidup.



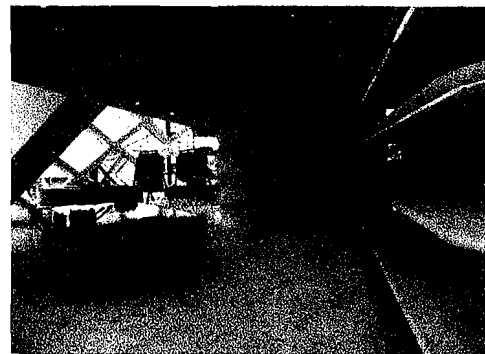
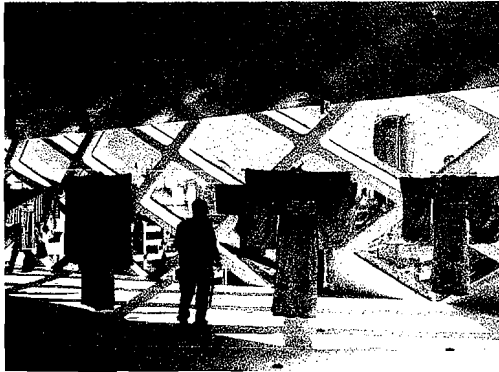
*Gambar 2.5. Kondisi Eksisting*

*Sumber : Tokyo Ahead.com*

Penggunaan material kaca memungkinkan view yang lebih banyak dari



bangunan, bangunan – bangunan yang berada di sekitar bangunan menjadi back drop dari setiap obyek yang di pameran



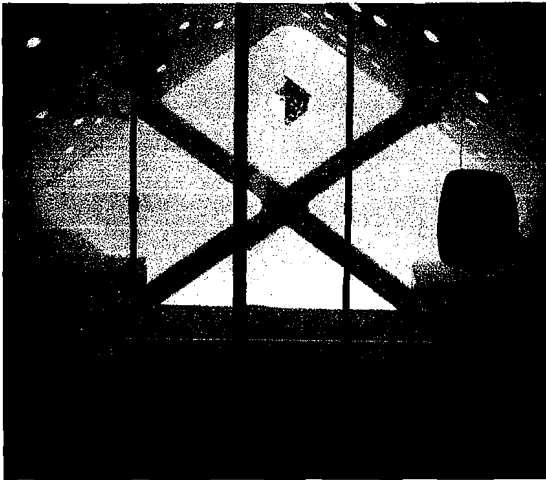
*Gambar 2.6. Penataan lay out Furniture ruang display*

*Sumber : Tokyo Ahead.com*

Back drop obyek yang berupa view Menara Tokyo dan bangunan klasik yang berada di sekitar bangunan sangat jelas terlihat dari dalam ruang display

Teknik mendisplay produk dengan konsep simplicity, jarak yang berjauhan antara obyek yang sengaja di display dalam jumlah sedikit, disamping membuat sirkulasi pengunjung lebih lega, juga dapat menambah kesan eksklusif pada obyek





*Gambar 2.7. Ruang fitting*  
*Sumber : Tokyo Ahead.com*

Pada bagian depan bangunan, terdapat ruang yang menggunakan split level pada lantai yang dirancang untuk tempat penyimpanan stok barang, di sebelahnya terdapat ruang yang menyendiri yang berfungsi sebagai ruang fitting ( Ruang pas )



*Gambar 2.8. Tangga Menuju Ruang Display*  
*Sumber : Tokyo Ahead.com*

Tangga masuk menuju ruang display yang di rancang untuk tidak memperlihatkan ruang setelahnya sehingga dapat membangkitkan rasa penasaran pada pengunjung tentang ruang tersebut



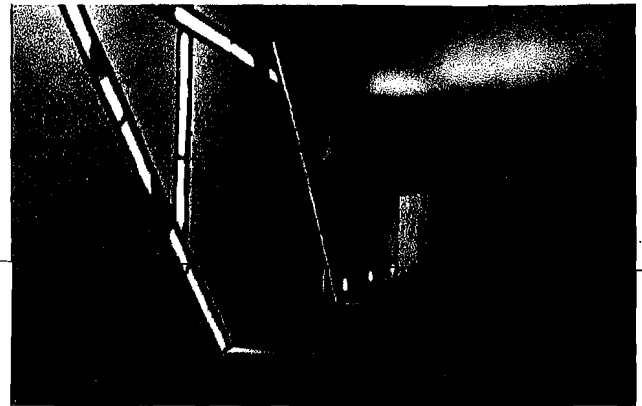
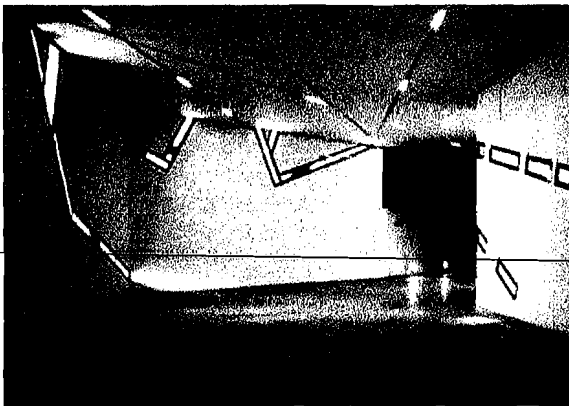
### 2.6.2. Karya Arsitek Daniel Libeskind Jewish Museum, Berlin



*Gambar 2.9. Tampak Bangunan Jewish Museum, Berlin*

*Sumber : Materi Studio Perancangan 6 ( Museum )*

Karya fenomenal ini menggunakan lempengan baja yang membalut seluruh bangunan. Dengan tema kehampaan yang di alami bangsa Yahudi sepanjang sejarah menjadikan fungsi museum yang di milikinya bukan hanya di tujukan pada obyek yang di diwadahi saja tetapi pada bangunan itu sendiri



*Gambar 2.10. Interior bangunan Jewish Museum, Berlin*

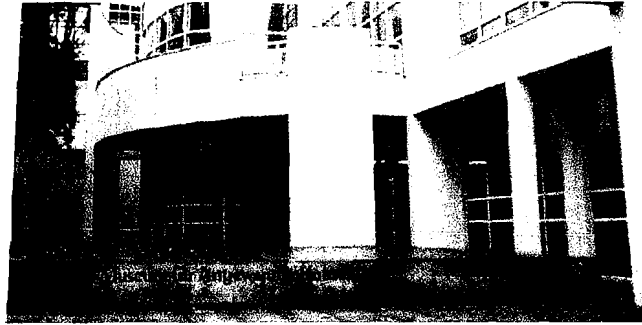
*Sumber : Materi Studio Perancangan 6 ( Museum )*

Bias – bias cahaya dari celah yang sempit menciptakan kedramatisan pada suasana ruang pameran. Sudut – sudut tajam yang menyempit merupakan bagian dari tema yang ingin di ceritakan



### 2.6.3. Richard Meier

#### Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main



*Gambar 2.11. Tampak Bangunan Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main*

*Sumber : Materi Studio Perancangan 6 ( Museum )*

Ke'simpel'an seorang Richard Meier dituangkan dalam pola – pola geometris, dari grid geometris pengatur keseluruhan bangunan hingga pada selubung bangunan yang berbalut kaca- kaca berpola geometris. Di antara sosok yang sederhana, penerapan bentuk dengan prinsip penambahan dan pengurangan memperlihatkan sebuah kedinamisan.

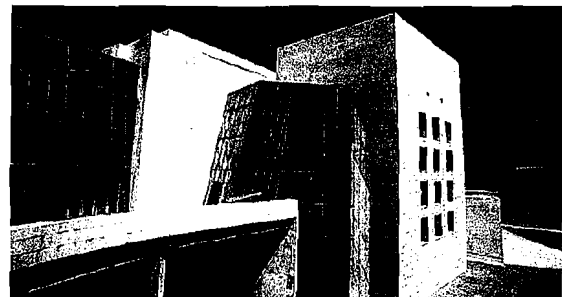
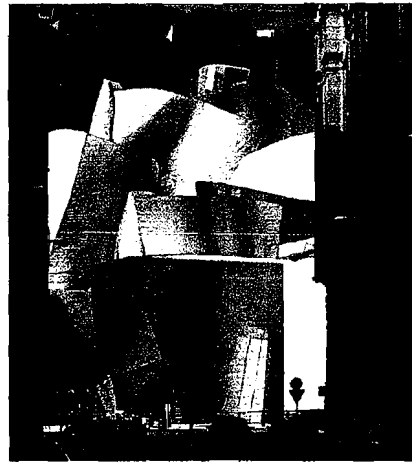
### 2.6.4. Frank O Gehry

#### Guggenheim Museum, Bilbao

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 mengundang perhatian dunia



*Gambar 2.12. Guggenheim Museum, Bilbao  
Sumber : Materi Studio Perancangan 6 ( Museum )*

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



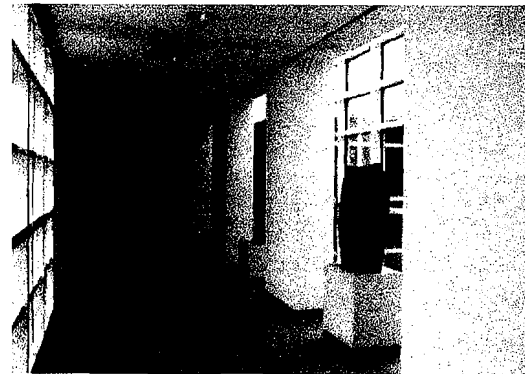
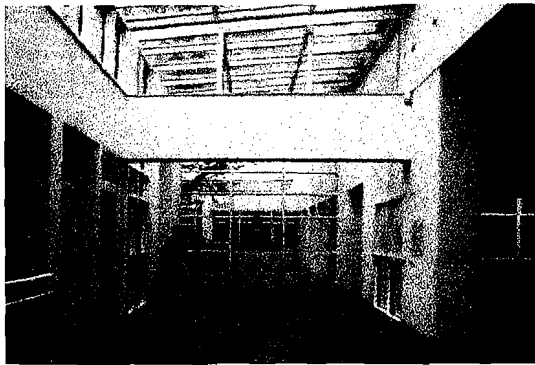
### 2.6.5. RUANG DISPLAY



*Gambar 2.13. Ruang Display Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main*

*Sumber : Materi Studio Perancangan 6 ( Museum )*

Penggunaan dinding -dinding partisi pada sebuah ruang display yang monoton memberi sentuhan kedinamisan ruang yang fungsional



*Gambar 2.14. Ruang Display Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main*

*Sumber : Materi Studio Perancangan 6 ( Museum )*

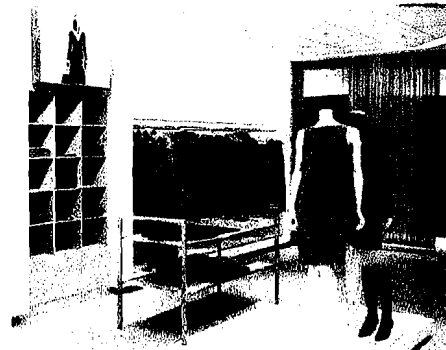
Perancangan ruang display menjadi hal yang kritis dan penentu dalam pemberian kesan ke'master pieces'an sebuah obyek. Jalur sirkulasi yang menjadi bagian dari ajang pameran produk yang mencairkan sebuah sirkulasi yang relatif kaku



*Gambar 2.15. Ruang Display Butik*

*Sumber : Internet*

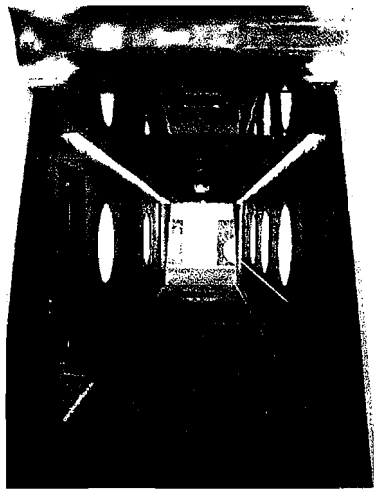
Penggunaan konsep simplicity pada ruang display di tonjolkan dengan penggunaan warna white chick dengan efek dramatis dari pencahayaan buatan dan penggunaan bahan aluminium memberi sentuhan modern yang minimalis



*Gambar 2.16. Ruang Display Butik Andrea viventinni*

*Sumber : Internet*

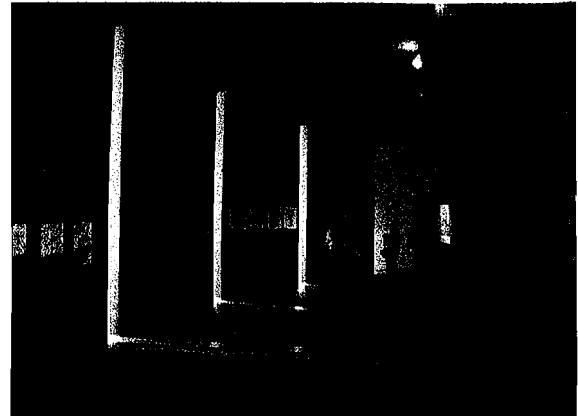
Teknik built in pada dinding bangunan memberi keleluasaan pada produk untuk memamerkan dirinya. Teknik display yang memungkinkan untuk di gunakan adalah dengan teknik gantung, di letakkan pada sebuah rak berpola geometris, meja etalase dan manekin



*Gambar 2.17. Ruang Display Butik*

*Sumber : Internet*

Lorong dalam ruang dapat di jadikan sebagai ajang penempatan sebuah vocal point yang atraktif



*Gambar 2.18. Ruang Display Butik*

*Sumber : Internet*

Teknik pencahayaan baik buatan maupun alami mampu menjadikan obyek sekaligus ruangan menjadi atraktif dan menampilkan konsep yang ingin di ceritakan.

Pada gambar sebelah kiri, pencahayaan buatan memberi efek eksklusif pada



obyek dan suasana ruang

Pada gambar sebelah kanan, pencahayaan alami pada celah – celah dinding, menampilkan sebuah kesan misterius dan futuristik. Bayangan yang di hasilkan bias cahaya dari celah di dinding membentuk sebuah irama yang menjelaskan alur dan arah pengunjung

#### **2.6.6. RINGKASAN STUDI KASUS :**

Ringkasan Studi Kasus ;

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

1. Penggunaan taman dan area parkir outdoor memberikan citra eksklusif dan ramah lingkungan di tengah – tengah lingkungan kota yang padat
2. Teknik display butik yang berkonsep simplicity lebih terlihat menarik dan eksklusif yang memberikan kenyamanan gerak pada pengunjung

##### ***Jewish Museum, Berlin***

1. Permainan celah pada dinding dapat memberikan kesan yang atraktif dan rekreatif pada eksterior dan interior bangunan

##### ***Museum Fur Angewandte Kunst, Frankfurt Am Main***

1. Penambahan dan pengurangan pada bentuk bangunan dapat menjadikan bangunan tampil lebih dinamis
2. Penerapan pola dan bentuk geometris menggambarkan sebuah ke'modern'an

##### ***Guggenheim Museum, Bilbao***

1. Bentuk lengkung yang dinamis memperlihatkan kesan luwes dan fleksibel pada bangunan

##### ***Studi Ruang Display***

1. Lorong dalam ruang dapat di jadikan sebuah ajang pameran untuk produk master piece yang atraktif
2. Efek dramatis pencahayaan dipadukan dengan bentuk ruang yang dinamis dan fungsional dapat memberikan sentuhan yang lebih eksklusif pada obyek dan dapat menampilkan obyek lebih atraktif
3. Efek kejutan ruang yang dinamis di ciptakan dengan permainan spit level





pada ketinggian lantai atau permainan lekukan pada ruang dalam bangunan

## 2.7. KESIMPULAN TINJAUAN TEORI

Rumah Mode adalah Bangunan yang berfungsi mewadahi kegiatan yang berhubungan dengan gaya busana, yang menampung kegiatan informasi, promosi dan pemasaran sebagai wadah yang menghubungkan karya desainer dengan konsumen.

Rumah Mode yang di rencanakan menampung jenis mode haute couture, semi haute couture dan ready to wear, yang di wujudkan dengan penataan layout yang berbeda untuk memberi kebebasan dan privasi pada konsumen dan juga penegasan tingkat kualitas dari obyek tersebut. Kegiatan yang wadahi dalam Rumah Mode ini adalah kegiatan informasi melalui work shop dan gallery batik, kegiatan promosi yang terwujud dengan kegiatan yang berlangsung secara periodic misalnya peragaan busana dan kegiatan pemasaran yang merupakan inti dari kegiatan komersial yang di tuju konsumen berupa butik – butik yang khusus di miliki oleh perancang asli Jogjakarta, dengan pertimbangan agar perancang – perancang Jogjakarta ini mampu mengangkat mode di jogjakarta melalui wadah fisik yang tepat seperti Rumah Mode ini.

Dengan fungsi yang di sandang sebagai bangunan komersial, Rumah Mode ini menuntut konsep – konsep perencanaan dan perancangan yang unik untuk menonjolkan keberadaan bangunan sehingga mampu menarik perhatian orang untuk mengunjunginya. Penggunaan konsep metaphor dari seorang model pada bangunan berfungsi untuk menunjukkan citra dan fungsi yang di sandang sebagai bangunan Rumah Mode.



## BAB III

### ANALISA PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

### RUMAH MODE DI JOGJAKARTA

#### 3.1. ANALISA SITE

##### 3.1.1. Analisa Site

###### A. Analisis Makro

Lokasi terpilih adalah di Jl. Urip Sumoharjo ( bekas Bioskop Empire dan Regent yang terbakar ) dengan pertimbangan antara lain :

a. Kedekatan dengan area perdagangan

Jl. Urip Sumoharjo sebelah timur merupakan daerah perdagangan yang cukup padat, sedangkan di area sebelah barat termasuk daerah perdagangan yang tidak terlalu padat, sehingga nilai eksklusivitas masih dapat dicapai oleh bangunan yang didirikan di area ini

b. Kedekatan dengan area pariwisata

Di sebelah barat lokasi yaitu Jl. Solo ( Adi Sucipto ) merupakan jalur yang menghubungkan Jogjakarta dengan kota Solo dan juga merupakan area jasa dan perhotelan. Dampak dari letak yang strategis terhadap Jl. Solo tersebut adalah kemudahan mempromosikan bangunan dan isinya kepada wisatawan yang sedang berkunjung ke Jogjakarta

###### B. Analisis Mikro

Adanya syarat – syarat dan pertimbangan khusus dan lebih mendalam terhadap lokasi, yaitu :

a. **Aspek Utilitas**

Jaringan infrastruktur seperti jaringan listrik, telepon, saluran – saluran drainase yang memadai



**b. Kondisi lahan**

Kondisi topografi yang memungkinkan lokasi dapat digunakan sebagai area perdagangan.

**c. Aksesibilitas**

**i. Menuju bangunan**

Tersedianya sarana transportasi dengan sistem yang baik dan memiliki tingkat kemudahan yang tinggi ketika memasuki lokasi

**ii. Dari bangunan**

Memiliki kemudahan ketika keluar dari lokasi dan mempunyai aksesibilitas yang baik terhadap pihak – pihak pelayanan kota seperti Dinas Pemadam kebakaran, pos polisi dll

**d. Kondisi Fisik lokasi**

Ukuran site memadai untuk mewedahi berbagai kebutuhan ruang yang dapat menampung aktivitas dalam bangunan

**e. Peraturan Setempat**

Sesuai dengan rencana tata guna lahan yang meungkinan dapat menampung kegiatan komersial

**3.1.2. Keadaan Lokasi Perancangan**



Gambar 3.1. View ke timur Site  
( bangunan Yogya Plasa )  
Sumber : Observasi 2005



Gambar 3.2. Bangunan di sebelah barat Site ( Politeknik LPP )  
Sumber : Observasi 2005



Gambar 3.3. Bangunan di utara Site ( Kompleks pertokoan )

Sumber : Observasi 2005



Gambar 3.4. Kompleks pertokoan di depan ( utara ) site

Sumber : Observasi 2005

### 3.1.3. Potensi dan Kendala Lokasi Terpilih

Dari site yang terpilih terdapat potensi – potensi dan kendala yang ada di lokasi ;

#### 1. Potensi

- a. Lokasi berada di Kodya Jogjakarta, tepatnya di jalan Urip Sumoharjo bekas bangunan Empire dan Regent yang telah terbakar, sehingga menjadi lahan kosong yang sangat potensial

#### Batas – Batas Site

- Sebelah Timur : Yogya Plasa dan Kantor Jamsostek
- Sebelah Selatan : Permukiman penduduk
- Sebelah Barat : Kampus Politeknik LPP
- Sebelah Utara : Komplek pertokoan

#### Batas – batas kawasan

- Sebelah utara : Dibatasi kelurahan Catur Tunggal
- Sebelah timur : Dibatasi Perempatan Jl. Adi sucipto
- Sebelah Selatan : Dibatasi Kelurahan Gondokusuman
- Sebelah barat : Dibatasi perempatan Jl. Jendral Sudirman

- b. Terletak di salah satu kawasan yang berkembang dengan dukungan kuat dari sektor jasa dan perdagangan yaitu kawasan Jl. Solo - Jl.



Gejayan – Jl. Urip Sumoharjo

- c. Profil dari pengguna adalah semua masyarakat Jogjakarta dan sekitarnya yang membutuhkan mode sebagai kebutuhan primer manusia
- d. Berdasarkan pengamatan dari lapangan, potensi site antara lain :
  - Kemiringan lahan yang relatif datar
  - Lokasi site berada di jalan Urip Sumoharjo dan dekat dengan jl. Solo yang merupakan gerbang masuknya wisatawan dari daerah timur Jogjakarta, sehingga lebih mudah mempromosikan Rumah Mode. Dekat dengan jalan besar yang terdiri dari satu jalur memudahkan akses pencapaian kedalam site.
  - Lokasi dekat dengan area perdagangan yang lebih mudah mengakomodasi pengunjung
  - Terdapatnya Galleria Mall sebagai landmark
  - Dampak dari kedekatan lokasi dengan jalur wisata di jl. Solo yaitu lebih mudah mempromosikan bangunan kepada para wisatawan dari luar kota

## 2. Kendala

- a. Banyaknya pedagang kaki lima di trotoar depan site akan sangat mengganggu pemandangan di sekitar site
- b. Lingkungan binaan di sekitar site kurang mendukung terciptanya geometri ruang yang selaras dengan bangunan mode yang menggunakan unsur modern



3.1.4. Tinjauan Persyaratan Bangunan di Jl. Urip Sumoharjo

Tabel 3.1. Persyaratan Bangunan Di jl. Urip Sumoharjo

Parameter	Ketentuan
Sempadan	Sempadan seperti pada bangunan asli 1. Samping minimal 3,5 m 2. Depan minimal 6 m
Fungsi	- Fungsi komersil lebih diutamakan - Peningkatan ruang publik
Intensitas Kegiatan	- BCR 40%-60% - FAR 1,6 - Guna lahan 60%
Ukuran Tapak	- Penggabungan dianjurkan - Perubahan mengikuti struktur awal
Parkir	- Untuk bangunan umum minimal 20% dari luasan lantai - Penggunaan halaman parkir untuk eksibisi, pedagang kaki lima dan sejenisnya tidak menambah beban jalan
Taman dan Pedestrian	- Pedestrian sebagai fasilitas pejalan kaki yang dilengkapi fasilitas untuk kaum difabel - Adanya kemenerusan antara pedestrian dan halaman tercermin secara visual maupun bentuk
Ketinggian Bangunan	- Depan setara dengan dua lantai - Belakang maksimal delapan lantai
Aksesibilitas	Penyediaan fasilitas penyanggah cacat fisik/mental sehingga bangunan dapat diakses oleh semua orang

Sumber : RUTRK Kodya Jogjakarta



**3.2. ANALISA PROGRAM FUNGSI BANGUNAN**

**3.2.1. Analisa Pola Pelaku Kegiatan**

**A.. Pola Kegiatan Pengelola**

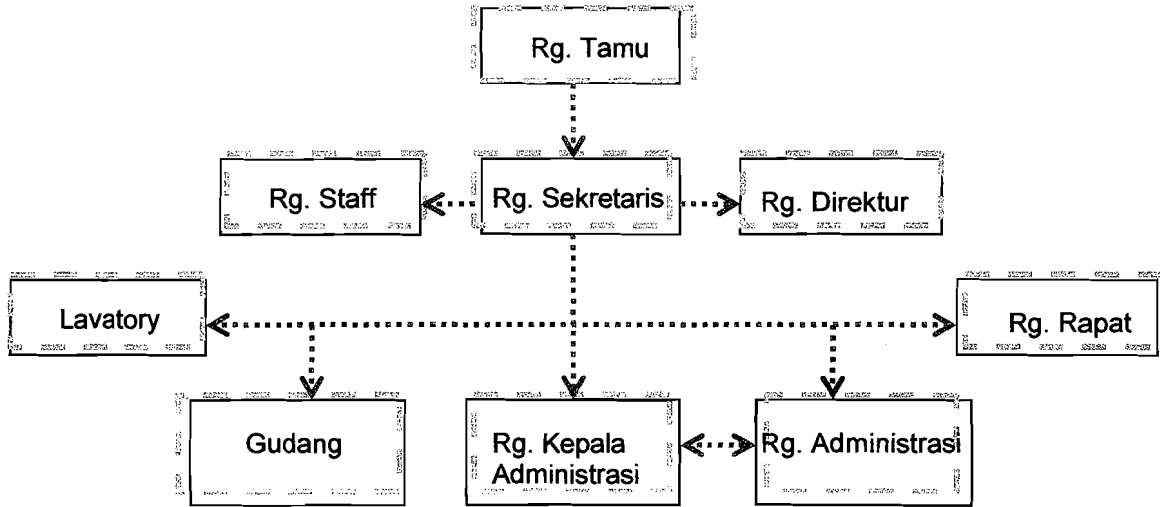
**Tabel 3.2. Pola Kegiatan Pengelola**

Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
Direktur Utama	Memimpin pengelolaan Rumah Mode	Ruang Direktur Utama
Sekretaris	Mengurus hal - hal yang berkaitan dengan kerja direktur	Ruang Sekretaris
Staff	Membantu yang berkaitan dengan pengelolaan Rumah Mode	Ruang Staff
Kepala Administrasi Staff	Memimpin bagian tata usaha	Ruang Kepala Administrasi
Administrasi	Tata usaha	Ruang Administrasi
Tamu	Menunggu	Ruang Tamu
Semua Pengelola	Rapat	Ruang Rapat
Semua Pengelola	MCK	Lavatory
Semua Pengelola	Penyimpanan barang	Gudang
Karyawan	Menyimpan barang	Ruang Loker

Sumber : Analisa



Diagram 3.1. Pola Kegiatan Pengelola



Sumber : Analisa

B. Pola Kegiatan Komersial

Tabel 3.3. Pola kegiatan Komersial

Kelompok Kegiatan	Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
I. Informasi a. Work Shop Butik	Desainer	Mendesain produk	Studio Desain
	Desainer, asisten desainer, Klien	Konsultasi desain	Ruang Konsultasi
	Desainer, asisten desainer, Klien	Mengukur dan mengepas pakaian	Ruang Ukur & Ruang Fitting
	Karyawan	Membuat pola	Ruang Pola
	Karyawan	Menjahit	Ruang Jahit
	Karyawan	Mewarnai dan mencetak bahan	Ruang Printing
	Karyawan	Dokumentasi produk	Ruang Fotografi
	Karyawan	Finishing produk	Ruang Finishing & Setrika
	Karyawan	Menyimpan kain	Gudang Penyimpanan Kain
	Karyawan	Menyimpan alat dan bahan jahit	Gudang Alat & Bahan Jahit
b. Gallery batik.	Pengunjung, Pengelola, karyawan	Mengenalkan Batik	Gallery Batik
	Semua pelaku produksi	Menyimpan barang	Gudang Barang
		MCK	Lavatory



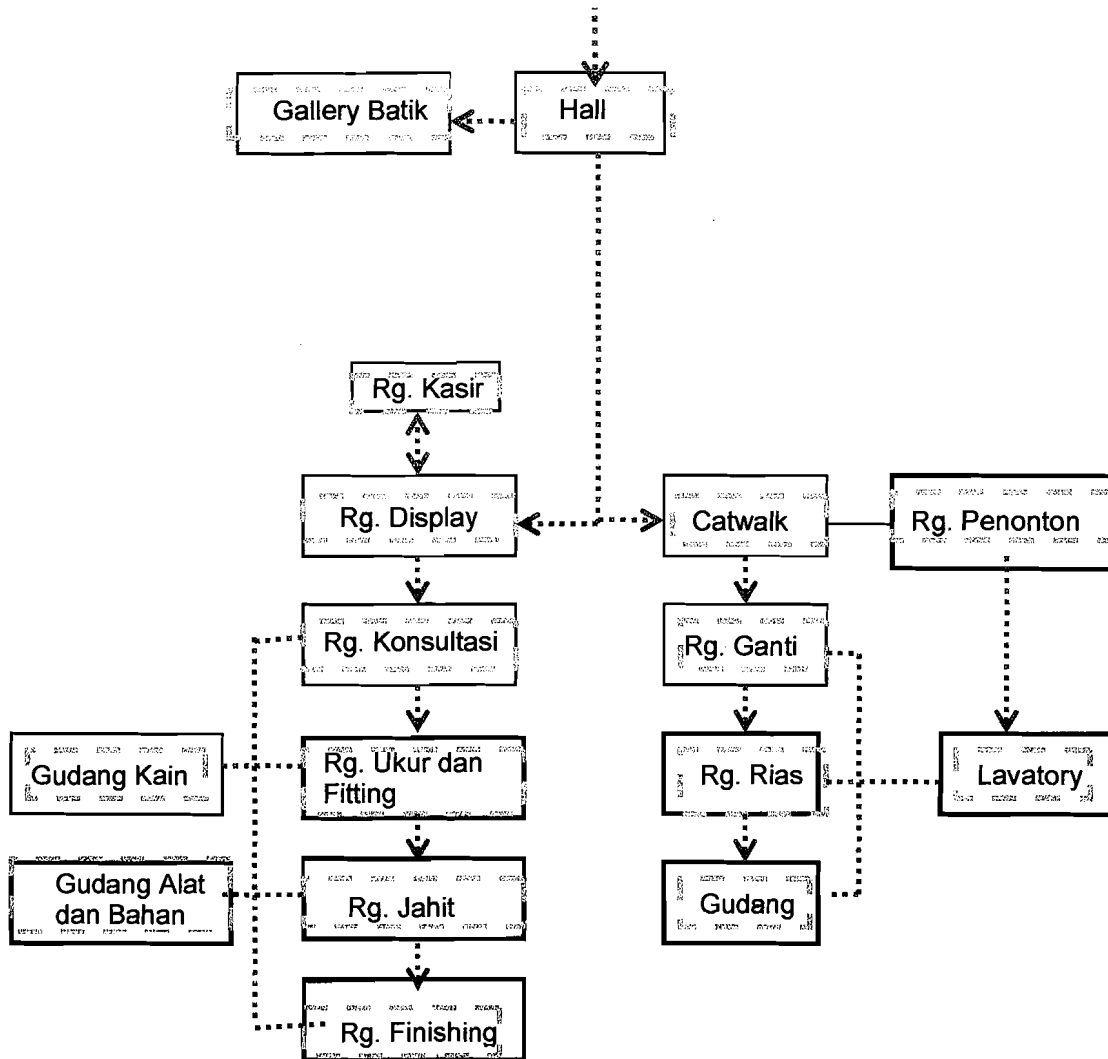


<p>III. Promosi Peragaan busana</p>	<p>Model peraga Desainer, asisten desainer, model, make up artist, hair stylist Pengunjung Karyawan Semua pelaku</p>	<p>Memperagakan produk Ganti baju, Rias wajah &amp; Rambut  Menonton Menyimpan produk MCK</p>	<p>Catwalk Ruang Ganti dan Rias  Ruang Penonton Gudang Lavatory</p>
<p>IV. Pemasaran Butik</p>	<p>Karyawan, Pengunjung  Karyawan, Pengunjung Pengunjung Karyawan Karyawan Semua pelaku</p>	<p>Memamerkan obyek Transaksi penjualan &amp; pembelian Mengepas pakaian Menyimpan barang Menyimpan stok produk MCK</p>	<p>Ruang Display  Ruang Kasir Ruang Pas Ruang Loker Gudang Lavatory</p>

Sumber : Analisa



Diagram 3.2. Pola Kegiatan Komersial



Sumber : Analisa

C. Pola kegiatan Pendukung

Tabel 3.4. Pola kegiatan Pendukung

Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
Pengelola, Karyawan, pengunjung Satpam	Memarkir kendaraan Menjaga keamanan	Parkir Ruang Keamanan
Pengelola, Karyawan, pengunjung	Ibadah	Musholla
Pengelola, Karyawan, pengunjung	Makan Membersihkan ruang	Cafeteria Ruang Cleaning Service
Karyawan	kerja	



**D. Pola kegiatan Penunjang**

**Tabel 3.5. Pola kegiatan Penunjang**

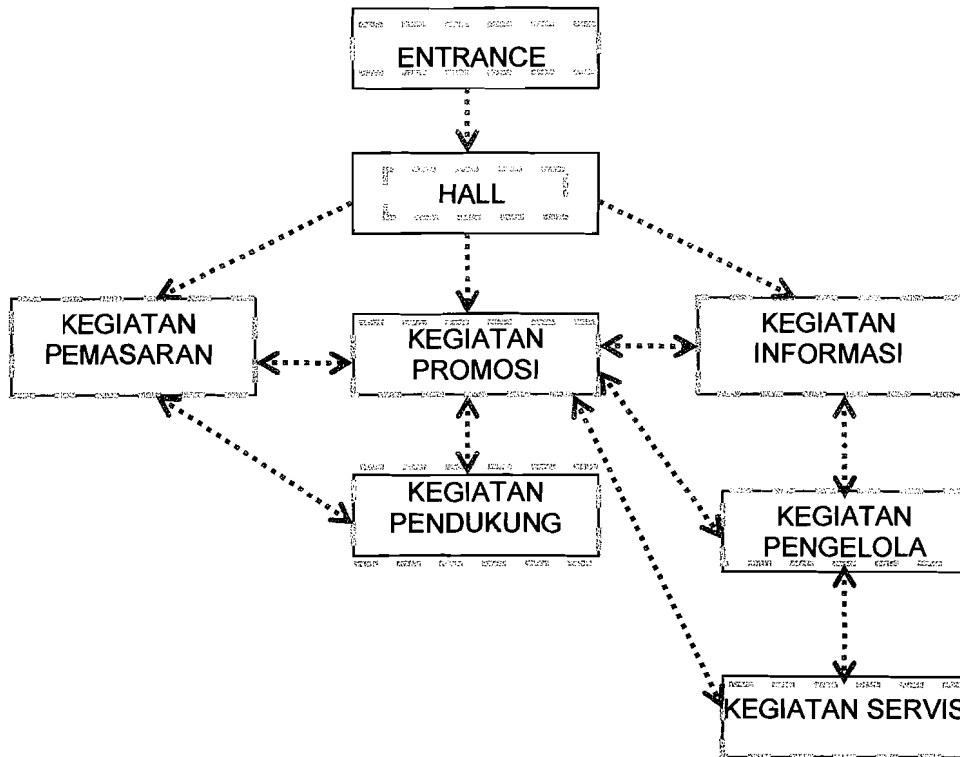
	Pelaku	Pola Kegiatan	Nama Ruang
a.Salon	Karyawan dan pengunjung	Merawat tubuh	Ruang Perawatan Tubuh
	Karyawan dan pengunjung	Menata rambut	Ruang tata rambut
	Karyawan dan pengunjung	Merias wajah	Ruang Rias Wajah
	Karyawan dan pengunjung	Merawat kulit wajah	Ruang Perawatan Kulit Wajah
	Karyawan dan pengunjung	Merawat kuku	Ruang Manicare Pedicure
	Karyawan dan pengunjung	Mencuci rambut	Ruang Cuci Rambut
	Tamu	Menunggu	Ruang Tunggu
	Karyawan	Menyimpan alat salon dan kosmetik	Gudang Alat salon
	Karyawan	Menyimpan barang	Ruang Loker
	Senua pelaku	Duduk, makan siang dsb	Cafeteria
MCK		Lavatory	
b.Café	Pengunjung	Menyantap hidangan	Ruang makan
	Karyawan	Menyiapkan perlengkapan	Ruang persiapan
	Karyawan	Memasak	Ruang dapur
	Karyawan	Menyiapkan makanan	Pantry
	Karyawan	Menyimpan barang	Loker
	Karyawan	Duduk, makan siang dsb	Cafeteria
	Karyawan	Menyimpan bahan makanan	Gudang bahan
Karyawan	MCK	Lavatory	
c.Bar	Pengunjung	Duduk	Ruang duduk
	Karyawan	Menyiapkan pesanan	Pantry
	Karyawan	Duduk, makan siang dsb	Cafeteria
	Karyawan	MCK	Lavatory

Sumber : Analisa





Diagram 3.3. Kegiatan Secara Makro



Sumber : Analisa

3.2.2. Besaran Ruang

A. Besaran Ruang Pengelola

Tabel 3.6. Besaran Ruang Pengelola

Nama Ruang	Jumlah Ruang	Kapasitas	Standart	Luas m2	Total m2 (+ sirkulasi 20 %)
Ruang Direktur Utama	1 buah	1 orang	15 m2/org #	15	18
Ruang Sekretaris	1 buah	1 orang	8 m2/org #	8	9,6
Ruang Staff	1 buah	15 orang	8 m2/org #	120	144
Ruang Kepala Administrasi	1 buah	1 orang	15 m2/org #	15	18
Ruang Administrasi	1 buah	15 orang	8 m2/org #	120	144
Ruang Tamu	1 buah	4 orang	2,5 m2/org*	10	12
Ruang Rapat	1 buah	10 orang	15 m2 #	15	18
Lavatory	2 buah	6 orang	4 m2/org*	24	28,8
Gudang	1 buah		asumsi	18	21,6
					415,2

Sumber : Analisa



**B. Besaran Ruang Komersial**

**Tabel 3.7. Besaran Ruang komersial**

Kelompok Kegiatan	Nama Ruang	Jumlah Ruang	Kapasitas	Standart	Luas	Total m2 (+ sirkulasi 20 %)	
I. Informasi a. Butik	Studio Desain Ruang	10 buah	3 orang	3,89 m2/org*	116,95	140,35	
	Ruang Konsultasi	10 buah	4 orang	1,5 m2/0rg*	60	72	
	Ruang Ukur & Ruang Fitting	10 buah	2 orang	2 m2/org#	40	48	
	Ruang Pola	10 buah	2 orang	2,7 m2/org#	54	64,8	
	Ruang Jahit	10 buah	3 orang	2,7 m2/org#	81	97,2	
	Ruang Printing	10 buah	1 orang	2,7 m2/org#	27	32,4	
	Ruang Finishing & Setrika	10 buah	2 orang	2 m2/org#	40	48	
	Gudang Penyimpanan Kain	10 buah	asumsi	asumsi	120	144	
	Gudang Alat & Bahan Jahit	10 buah	asumsi	asumsi	80	96	
	b. Gallery Batik	Gallery Batik	1 buah	asumsi	asumsi	300	360
							1102,75
II. Pemasaran a. Butik	Ruang Display	10 buah	asumsi	asumsi	1828	2193,6	
	Ruang Kasir	10 buah	1 orang	6,195 m2 *	61,95	74,34	
	Ruang Pas	20 buah	1 orang	1,5 m2	30	36	
	Gudang	10 buah	asumsi	asumsi	80	96	
						<b>2399,95</b>	
III. Promosi							
Peragaan Busana	Catwalk	1 buah	30 orang	0,90 m2/org*	27	32,4	
	Ruang Rias & Ganti	1 buah	50 orang	2,25 m2/org*	112,5	135	
	Ruang Penonton	1 buah	150 orang	1,2 m2/org#	180	216	
	Gudang	1 buah	asumsi	16 m2	16	19,2	
						402,6	





	Ruang Rias Wajah	1 buah	4 orang	3,15 m2/orang #	12,6	15,1
	Ruang Perawatan Kulit Wajah	1 buah	6 orang	3,15 m2/orang #	18,9	22,68
	Ruang Manicure Pedicure	1 buah	6 orang	3,15 m2/orang #	18,9	22,68
	Ruang Cuci Rambut	1 buah	6 orang	3,15 m2/orang #	18,9	22,68
	Ruang Tunggu	1 buah	10 orang	15,247 m2 *	12	14,4
	Gudang Alat salon	1 buah	1 orang	asumsi	32	38,4
	Ruang Loker	1 buah	10 orang	asumsi	6	7,2
	Lavatory	2 buah	2 orang	4 m2 *	16	19,2
						185,04
<b>b. Café</b>						
			150 orang=40 meja			
	Ruang makan	1 buah		asumsi	300	360
	Ruang persiapan	1 buah	4 orang	asumsi	6	7,2
	Ruang dapur	1 buah	2 orang	asumsi	16	19,2
	Pantry	1 buah	2 orang	asumsi	16	19,2
	Gudang bahan	1 buah	2 orang	asumi	40	48
						453.6
<b>c. Bar</b>						
	Ruang duduk	2 buah	16 orang	asumsi	64	76,8
	Pantry	2 buah	2 orang	asumsi	16	19,2

Sumber : Analisa

### E. Besaran Ruang Operasional

Tabel 3.10. Besaran Ruang Operasional

Nama Ruang	Jumlah Ruang	Kapasitas	Standart	Luas m2	Total m2 (+ sirkulasi 20 %)
Ruang Genset	1 buah		asumsi	20	24
Ruang MEE	1 buah		asumsi	20	24
Ground water tank	1 buah		asumsi	20	24
Ruang AHU	2 buah		asumsi	24	28,8
Ruang mesin AC	1 buah		asumsi	20	24
					124,8

keterangan :

\* data diambil dari *Dimensi Manusia dan Ruang Interior*

# data diambil dari *Data Arsitek*

data diambil dari *Office Planning*



### 3.3. ANALISA ZONING

Pendekatan zoning di lakukan untuk menciptakan organisasi ruang yang tertata dengan baik sehingga dapat mengoptimalkan kualitas kegiatan dalam bangunan. Zoning dapat di kembangkan berdasarkan pendekatan :

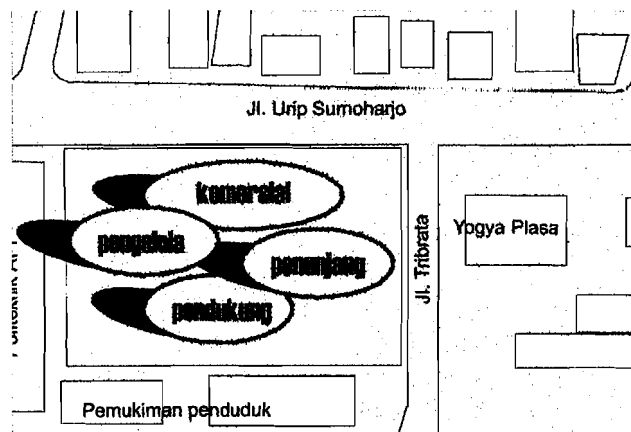
#### 1. Hirarkhi privasi kegiatan

Zoning berdasarkan pada jenjang privasi yang di butuhkan oleh ruang, terdiri dari:

zone privat, untuk kegiatan pengelola

Semi publik, untuk kegiatan komersial

Publik, untuk kegiatan pendukung seperti parkir



Gambar 3.5. Zoning Fungsi

Sumber : Analisa

#### 2. Intensitas penggunaan

Intensitas penggunaan terbagi menjadi :

- Penggunaan rutin, dilakukan oleh kelompok kegiatan pengelola, servis
- Penggunaan temporal, berkaitan dengan kegiatan promosi dan komersial

### 3.4. ANALISA BENTUK BANGUNAN

Sebagai bangunan komersial yang mewadahi kegiatan mode maka penampilan bangunan harus atraktif agar dapat menarik perhatian orang untuk mengunjungi sekaligus tetap menunjukkan jati dirinya sebagai Rumah Mode. Pencarian bentuk yang unik dan atraktif tetapi tetap berada pada khasanah mode dapat di lakukan dengan menggali dari elemen – elemen pembentuk





sebuah mode, antara lain :

1. Gaya
2. Warna
3. Siluet
4. Ragam Hias

Dunia mode tidak pernah terlepas dari sosok seorang model baik wanita maupun pria karena keduanya merupakan perantara antara desainer dan karyanya dengan konsumen. Peran sebagai media promosi menjadikan sosok seorang model melekat dalam pikiran masyarakat sebagai pembawa citra mode. Elemen yang di gunakan dan di transformasikan ke dalam bentukan Rumah Mode ini adalah Elemen Siluet. Dengan paparan tersebut maka siluet seorang model wanita dan seorang model pria di pilih sebagai konsep dasar dari perancangan Rumah Mode ini. Penampilan bangunan merupakan bagian dari pembentuk citra mode yang merupakan media untuk memperkenalkan bangunan dan media untuk menarik minat masyarakat. Faktor - faktor pendukung penampilan bangunan yaitu :

#### **3.4.1. Bentuk Bangunan**

Bentuk terkait dengan bentuk massa dan bentuk dasar. Organisasi bentuk keseluruhan akan mengekspresikan isi bangunan, sehingga komunikasi antara bangunan dan pengamat dapat terjalin. Persepsi yang di timbulkan bangunan akan berbeda – beda sehingga karakter yang akan dimunculkan harus mengekspresikan fungsi yang di wadahi. Penerapan siluet model wanita dan pria akan memberi bentuk yang berbeda pada bangunan yang di diharapkan dapat menjadikan bangunan terlihat menonjol

#### **3.4.2. Fasade Bangunan**

Fasade merupakan permukaan dari bentuk atau wajah dari bangunan. Oleh karena itu fasade bangunan mempunyai kekuatan menarik orang untuk mengunjungi bangunan. Elemen – elemen yang berasal dari transformasi siluet model wanita dan pria pada fasade bangunan akan memperkuat citra bangunan mode



### 3.4.3. Bahan / Material

Bahan yang di gunakan pada penampilan bangunan berfungsi untuk mewujudkan ekspresi dan tekstur yang ingin di ciptakan yang menyesuaikan fungsi yang ada pada bangunan. Bahan / material yang fungsinya sebagai finishing touch dari permukaan bangunan berperan dalam penciptaan kesan bangunan, misalnya batu alam yang bertekstur kasar memberi kesan kuat dan kokoh.

### 3.4.4. Warna

Peranan warna sangat berpengaruh pada persepsi yang di timbulkan bangunan. Warna sebagai eye catcher dapat mempengaruhi psikologis seseorang sehingga dalam penggunaan warna harus di sesuaikan dengan efek psikologis yang ingin di timbulkan, misalnya efek yang dapat menarik perhatian dan keinginan orang untuk mengunjungi bangunan.

## 3.5. ANALISA TATA RUANG LUAR

Keberadaan bangunan senantiasa berhubungan dengan elemen ruang luar seperti :

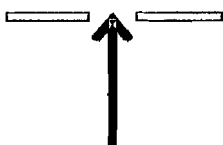
a. *Ruang terbuka*, yang berfungsi sebagai :

- Ruang transisi antara bangunan dan lingkungan, antara kelompok kegiatan, dan elemen pengikat antara bangunan dan lingkungan.
- Wadah kegiatan di luar bangunan seperti parkir dan lain – lain
- Dapat menjadi elemen orientasi bangunan dan menciptakan view dari bangunan

b. *Sirkulasi*, berfungsi sebagai jalur pencapaian ke bangunan.

Ada 3 cara penataan sirkulasi<sup>1</sup>, yaitu :

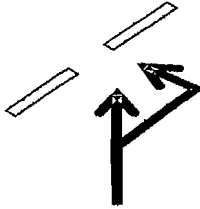
1. *Pencapaian langsung*



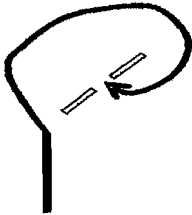
1. *Bentuk, Ruang dan Susunannya*, Francis D.K.Ching



2. Pencapaian tersamar



3. Pencapaian Melingkar



b. *Tata hijau*, berfungsi sebagai :

- Pemberi warna pada tata ruang luar
- Elemen pelindung kawasan / bangunan
- Pengarah sirkulasi
- Soft elemen pada kawasan

c. *Sculpture*, memiliki fungsi :

- Elemen pendukung citra bangunan
- Point of Interest dari kawasan

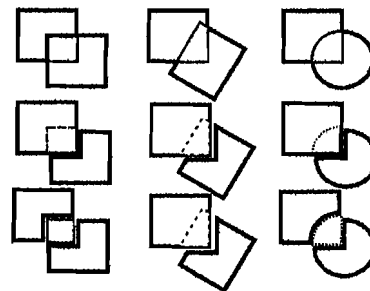
**3.6. ANALISA TATA RUANG DALAM**

**3.6.1. Hubungan Ruang**

Hubungan ruang menunjukkan pola hubungan antar ruang dengan menilai keterkaitan antara dua atau lebih kegiatan.

Pola hubungan ruang dapat dibagi menjadi<sup>1</sup>:

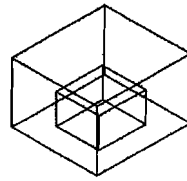
1. Ruang yang saling terkait



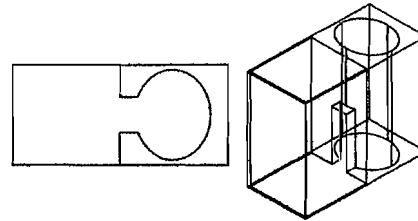
1. *Bentuk, Ruang dan Susunannya*, Francis D.K.Ching



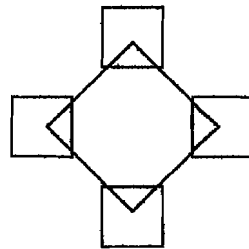
2. Ruang dalam ruang



3. Ruang yang bersebelahan



4. Ruang – ruang yang terkait dengan ruang – ruang umum

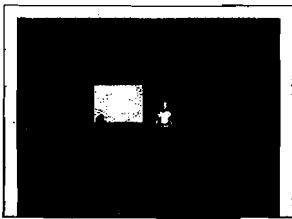


3.6.2. Sirkulasi

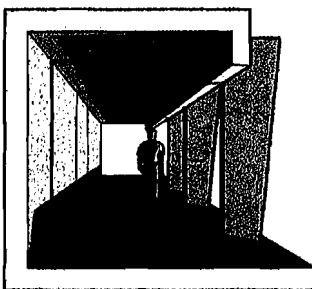
Sirkulasi ruang dalam bangunan mempunyai fungsi sebagai pengikat antar ruang.

Bentuk sirkulasi dalam ruang terbagi menjadi<sup>1</sup> :

1. Tertutup



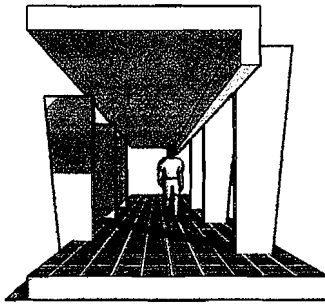
2. Terbuka di satu sisi



1. Bentuk, Ruang dan Susunannya, Francis D.K.Ching

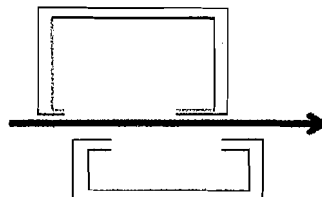


3. Terbuka kedua sisi

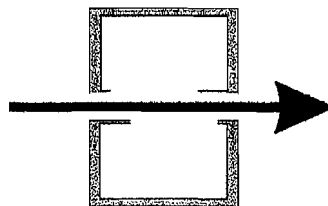


Kesatuan antara ruang – ruang dengan jalur pergerakan di peroleh dengan cara menciptakan jalur pergerakan<sup>1</sup> :

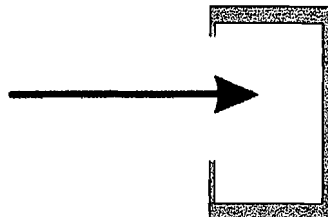
1. Pergerakan melewati ruang – ruang, agar integritas masing – masing ruang yang dilewati tetap terjaga. Ruang – ruang tersebut memiliki kepentingan yang sama dan di antara ruang – ruang tersebut dapat di tambahkan ruang perantara



2. Pergerakan yang dapat menembus ruang , pergerakan ini dapat menimbulkan pola – pola untuk istirahat dan gerak di dalamnya



3. Pergerakan yang berakhir di dalam ruang, dapat melambangkan ruang – ruang yang penting dan memiliki hirarkhi tertinggi



1. Bentuk, Ruang dan Susunannya, Francis D.K.Ching

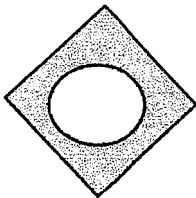


### 3.6.3. Organisasi Ruang

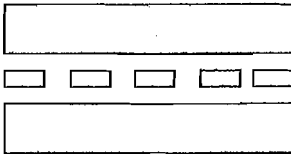
Pendekatan ini dilakukan agar mendapatkan pola tata ruang yang optimal, berdasarkan keterkaitan antar ruang, kegiatan yang di wadah, dan hirarkhi ruang.

Jenis – jenis penerapan organisasi dalam ruang<sup>1</sup> :

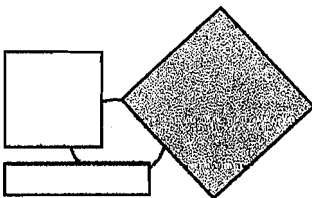
#### 1. Terpusat



#### 2. Linier



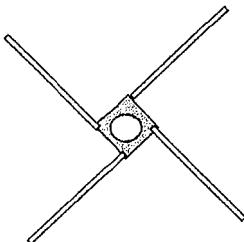
#### 3. Cluster



#### 4. Grid



#### 5. Radial



1. Bentuk, Ruang dan Susunannya, Francis D.K.Ching

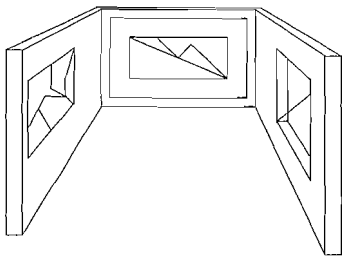


### 3.6.4. Pencahayaan

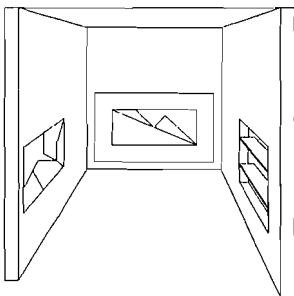
#### 3.6.4.1. Pencahayaan alami

Pencahayaan alami digunakan untuk menimbulkan suasana alami pada ruang, di olah dengan membuat bukaan – bukaan pada bidang horizontal maupun vertical. Karakter bahan tekstil pada produk terhadap cahaya matahari langsung sangat rentan, untuk itu pada ruang – ruang yang menuntut perlindungan terhadap cahaya matahari langsung seperti ruang display, dapat di gunakan cara - cara pengendalian daylight sebagai berikut<sup>1</sup> :

1. Hindari daylight langsung untuk daerah untuk daerah *critical task* karena akan menyebabkan perbedaan *brightness* yang berlebihan



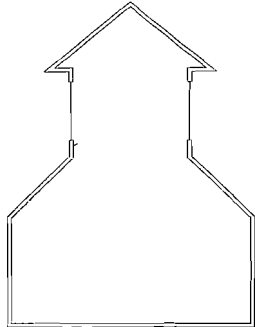
2. Pantulkan daylight pada permukaan sekitar seperti ceiling, lantai, dinding dan elemen lain yang terdapat di dalam maupun di luar ruang untuk melembutkan dan menyebarkan agar tidak langsung mengenai objek



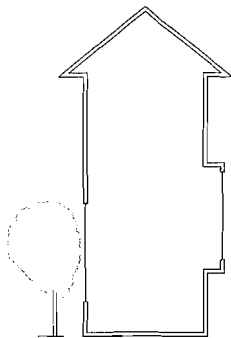
1. Hand Out *Rekayasa Pencahayaan*, Ir.Sugini



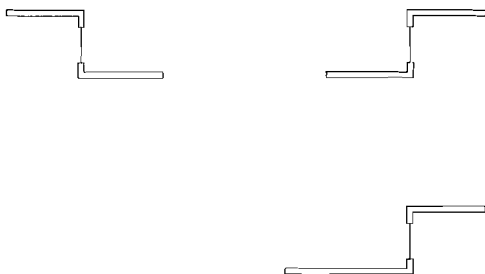
3. Berikan daylight pada ketinggian dan biarkan turun dengan lembut ke dalam ruang display, sehingga daylight yang sampai di dalam ruang merupakan sinar pantul yang sudah berkurang intensitas dan radiasi cahayanya



4. Saring daylight dengan gordyn screens atau vegetasi sebagai filter agar dapat memperlambat daylight yang masuk ke dalam ruang



5. Gunakan *klarestori* agar dapat memantulkan banyak daylight dan mengontrol matahari langsung serta pandangan ke eksterior







### 3.6.4.2. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan berfungsi sebagai penerang yang membantu penglihatan manusia dan juga sebagai elemen dekoratif yang atraktif. Efek dari pendaran cahaya buatan dapat di tujukan untuk<sup>1</sup> :

1. Menampilkan detil obyek baik tekstur maupun warnanya
2. Menampilkan karakter obyek seperti yang diharapkan
3. Memberikan penekanan yang merata pada obyek
4. Memberikan kesan tertentu yang berpengaruh pada jiwa penghuninya, misal cahaya hijau untuk menyeimbangkan emosi ( rekreatif ), cahaya merah untuk kesan eksotik ( atraktif ) dan lain – lain

Secara fungsional, pencahayaan di bedakan menjadi 3 yaitu<sup>1</sup> :

1. General lighting  
Yaitu penerangan merata yang harus ada dan menerangi secara merata seluruh ruang
2. Task lighting  
Pencahayaan setempat untuk mendukung kegiatan tertentu yang membutuhkan cahaya lebih terang
3. Decorative lighting  
Pencahayaan tambahan yang lebih berperan dalam segi estetika

Berdasarkan arah pencahayaan buatan dapat dibagi menjadi 5 kategori<sup>1</sup> :

1. Down light ( Pencahayaan ke bawah )  
Dapat di gunakan untuk pencahayaan merata, setempat, dan dekoratif. Misal mengarahkan cahaya ke dinding dan menghasilkan tekstur dan warna yang lebih berdimensi
2. Up light ( Pencahayaan ke atas )  
Jenis ini lebih dominant ke pencahayaan dekoratif. Efek yang di hasilkan adalah kesan megah dan memunculkan dimensi

1. Serial Rumah, Lighting, 2005



3. Back light ( Pencahayaan dari belakang )

Untuk memberi aksentuasi pada obyek, misal untuk memunculkan siluet dan membuat bentuk obyek terlihat lebih jelas

4. Side light ( Pencahayaan samping )

Umumnya jenis ini dipakai untuk benda seni yang membutuhkan penekanan pada elemen tertentu yang menjadi aksen

5. Front light ( Pencahayaan dari depan )

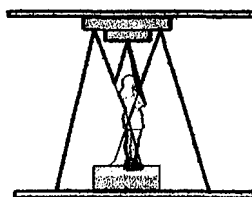
Pencahayaan dari depan untuk digunakan di elemen dua dimensi

Pada ruang display perlu ada tambahan pencahayaan buatan yang mendukung karakter atraktif dan pencahayaan yang dapat membimbing pergerakan pengunjung serta menunjukkan pengunjung kepada sesuatu yang istimewa, dengan cara dapat menambahkan pencahayaan pada bidang kiri kanan dan atap yang seakan – akan membimbing orang untuk terus mengikuti alur yang diciptakan. Pemberian lampu dekoratif pada obyek akan menonjolkan obyek dan langsung terlihat oleh pengunjung.

3.6.4.3. Analisa Skema Pencahayaan Pada Ruangan

Pencahayaan alami pada obyek tidak terlalu di mungkinkan karena sifatnya yang terus menerus dan dalam jumlah yang cukup besar. Sifat bahan tidak memungkinkan untuk menahan cahaya matahari tersebut.

Pencahayaan buatan yaitu lampu, sangat mungkin di gunakan karena jumlah kuat cahaya yang di miliki dapat di sesuaikan sesuai fungsinya. Pilihan besar daya yang di ingnkan pun sudah sangat beragam di pasaran. Fungsi pencahayaan buatan pada obyek display adalah untuk memunculkan efek tiga dimensi, menonjolkan warna asli dari obyek serta menjadikan obyek terlihat lebih menarik.

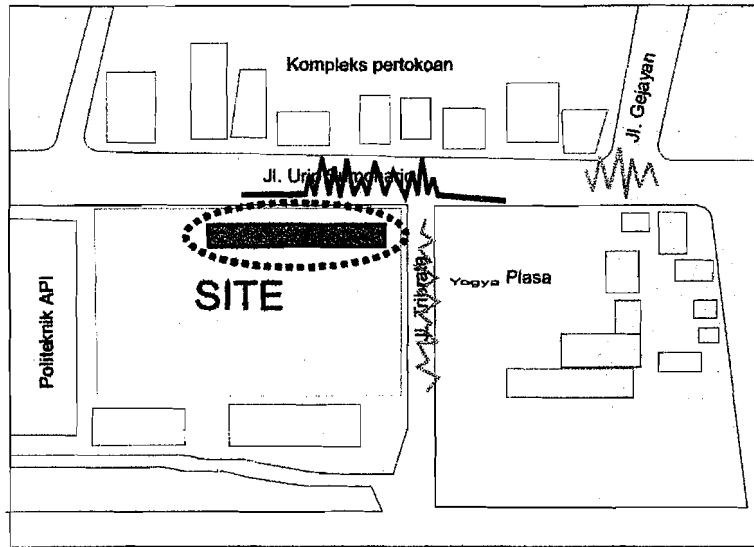


Terang Gelap pencahayaan buatan pada obyek display ( mannequin )



3.7. ANALISA TAPAK

3.7.1. Analisa Kebisingan



Intensitas kebisingan tertinggi berada di jalan Urip Sumoharjo, sehingga pada area depan site akan di rancang barrier berupa vegetasi , efek suara latar, maupun gundukan yang mampu menyaring bising.



Kebisingan dari perempatan jalan yang sedikit memberi polusi suara pada site tetapi tidak begitu mengganggu

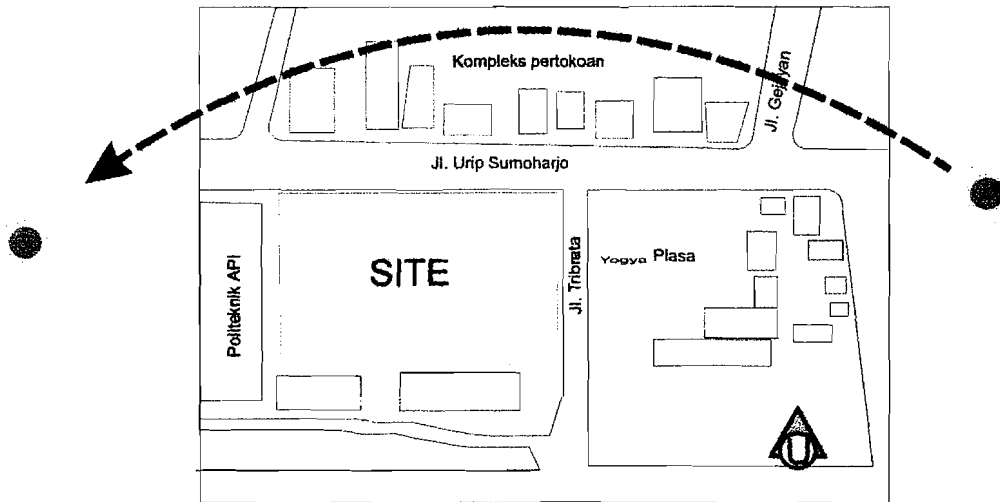


Intensitas kebisingan ada tetapi masih dalam batas normal

Barrier yang meredam sebagian dari bising, dapat berupa vegetasi, gundukan tanah, atau kolam air yang menciptakan suara latar yang meredam bising

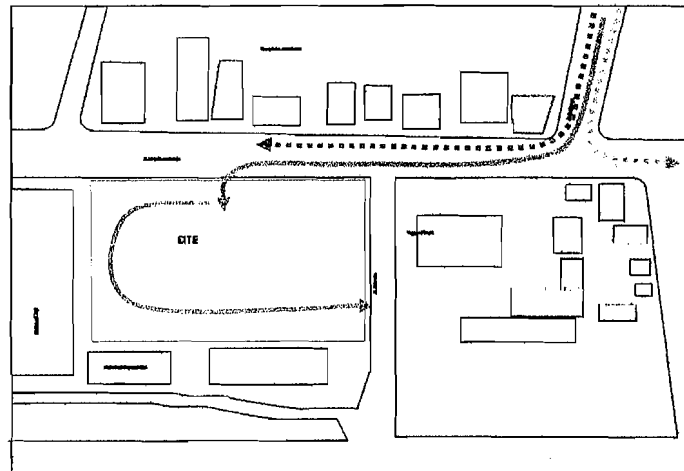


3.7.2. Analisa Arah Datang Matahari



Sebagai antisipasi terhadap pergerakan matahari dari timur ke barat maka pada kedua sisi ini akan dikurangi jumlah bukaan atau merancang system bukaan yang mampu mengurangi cahaya matahari masuk ke dalam ruangan, karena sifat bahan pada busana yang harus menghindari cahaya langsung dari matahari

3.7.3. Analisa Sirkulasi



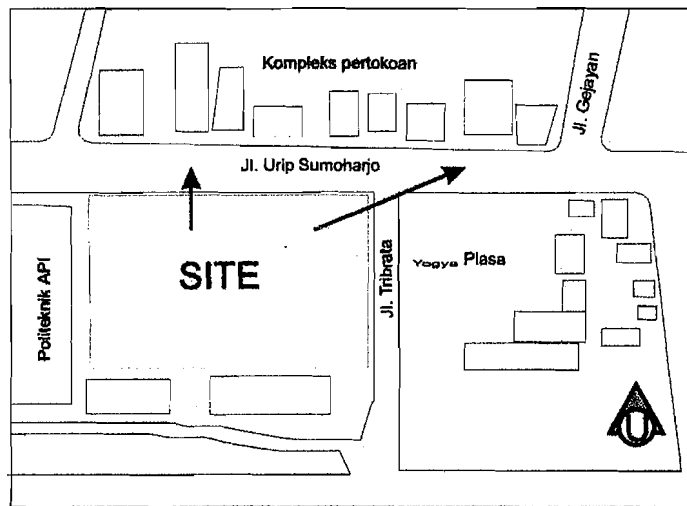
■ Sirkulasi kendaraan dari Jalan Gejayan menuju Jalan Urip Sumoharjo. Jalur di Jalan Urip sumoharjo memiliki potensi yaitu system satu arah dan dimensi jalan yang cukup lebar ± 21 m. Potensi letak di hoek menjadikan site memiliki 2 alternatif jalur untuk aksesibilitas kendaraan ke dan dari bangunan

■ Sirkulasi kendaraan ke jalan Solo



Jalan Urip Sumoharjo memiliki sistem satu arah dan ukuran jalan yang cukup lebar, untuk itu entrance ke site di letakkan di arah utara site (depan jalan Urip Sumoharjo) dan keluar di Jalan Tribrata. Sehingga sirkulasi kendaraan dalam site menjadi sirkulasi dengan sistem satu arah yang memudahkan pengunjung, sirkulasi dengan pola memutar juga memberi kesempatan pada seluruh sisi bangunan untuk dinikmati pengunjung

### 3.7.4. Analisa View Dari Bangunan

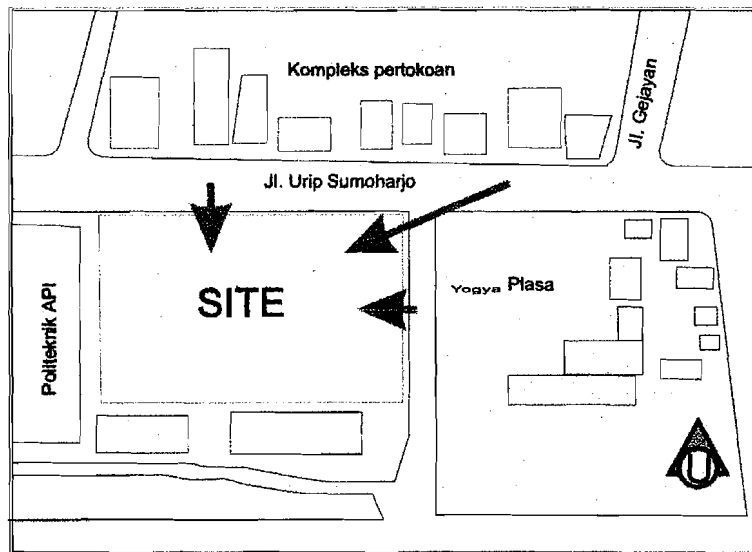


View yang menjadi potensi dari lokasi site adalah view ke arah jalan raya, sehingga bangunan akan dominant berorientasi ke utara dan timur laut site.

View ke arah jl. Urip sumoharjo tidak di gunakan sebagai elemen visual yang mampu mendukung daya tarik dari bangunan, oleh karena kondisi jalan yang cukup padat hanya akan menjadi nilai minus jika dijadikan visual point, selain itu akan mengurangi nilai privat ruang yang berhubungan langsung dengan sisi tersebut untuk itu bukaan pada sisi tersebut tidak terlalu banyak dan ukuran yang tidak besar



**3.7.5. Analisa View Ke Bangunan**



Potensi view sangat menjanjikan dari 2 arah karena letaknya yang di hoek, sebagai respon atas potensi tersebut dan tuntutan fungsi komersial pada bangunan yang harus bisa menjual produk, salah satunya dengan cara menonjolkan bangunan dan memperlihatkan citra yang di sandangnya yaitu citra seorang model maka fasade bangunan yang menjadi point of interest di optimalkan ke sudut jalan sebagai respon atas site



## BAB IV

### KONSEP PERANCANGAN

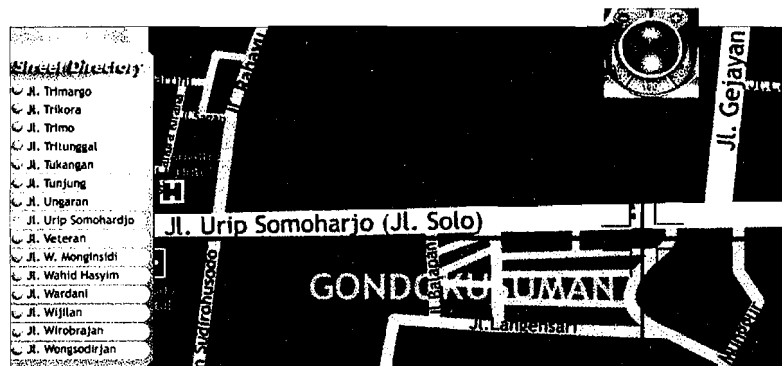
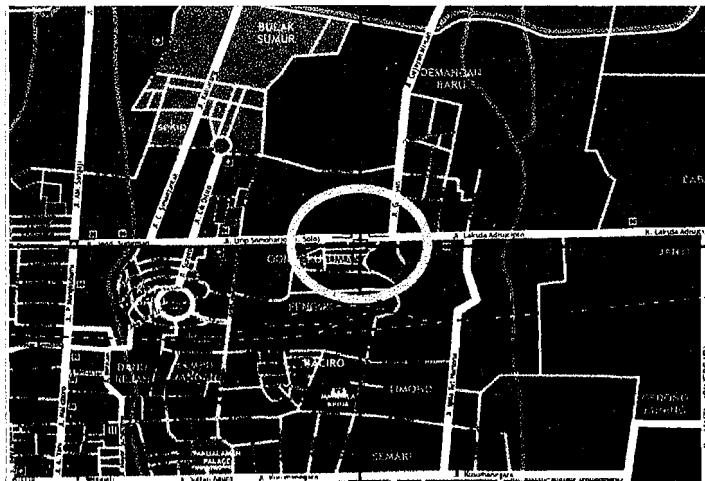
### RUMAH MODE DI JOGJAKARTA

#### 4.1. KONSEP SITE

##### 4.1.1. Penentuan Site

Penentuan site di sesuaikan dengan karakter lokasi yang mempunyai potensi lingkungan sebagai area komersial yaitu di Jl. Urip Sumoharjo tepatnya di bekas bangunan Bioskop Empire dan Regent yang telah terbakar dengan luas site  $\pm 14.000 \text{ m}^2$ .

##### LOKASI PENGALAN SITE TERPILIH



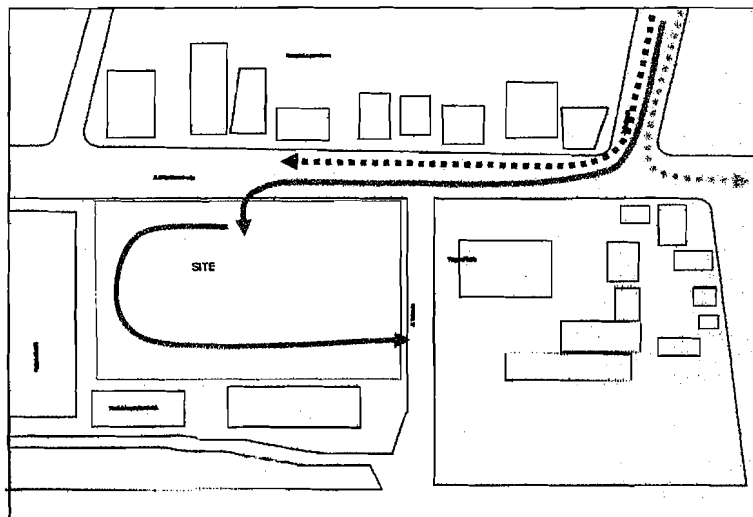
Gambar 4.1. Lokasi Perancangan Di Jalan Urip Sumoharjo

Sumber : CD Interaktif PETA JOGJAKARTA 2000



#### 4.1.2. Pencapaian Ke Bangunan

Posisi site berada di hoek, sehingga memungkinkan pencapaian ke atau dari bangunan melalui dua arah yaitu melalui Jl. Urip Sumoharjo atau Jl. Tribrata. Dengan pertimbangan kemudahan pencapaian menuju dan keluar dari bangunan maka entrance ke site melalui Jl. Urip Sumoharjo. Jalur ke luar bangunan melewati Jl. Tribrata. Pertimbangan tersebut di dasarkan pada kondisi jalan Urip Sumoharjo yang mempunyai sistem jalur satu arah dan lebar jalan yang besar  $\pm 21$  m serta merupakan jalan utama untuk kendaraan umum dan pribadi. Site yang berada di selatan Jl. Urip Sumoharjo juga memberi keuntungan yaitu berkurangnya kemungkinan terjadi crossing dan crowded antara sesama pengguna jalan. Jalur pejalan kaki dengan pedestrian mempunyai akses langsung menuju entrance bangunan, sedangkan jalur kendaraan di rancang dengan rute yang mengelilingi bangunan.



Gambar 4.2. Sirkulasi dan Pencapaian Ke Bangunan

Sumber : Perancang

#### 4.2. Zoning Fungsi

Pemisahan kegiatan komersial, pengelola dan servis ke dalam susunan horizontal dan vertical yang di bagi menjadi beberapa zona sebagai berikut :

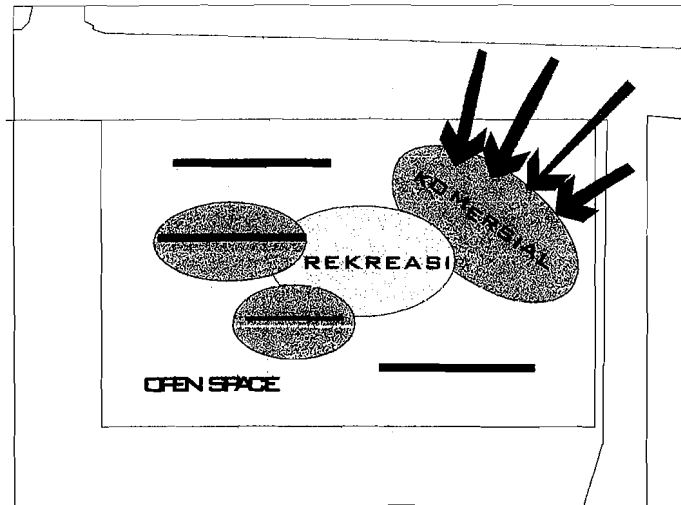
Zona Publik berupa kegiatan komersial yang terdiri dari kegiatan Informasi ( Workshop dan Gallery Batik ), promosi ( Ruang peragaan busana ) dan pemasaran ( Butik )





Zona Semi Publik berupa zona untuk kegiatan kegiatan pendukung seperti area rekreatif ( Café, Bar dan salon ) yang berfungsi sebagai datum ( pengikat ) dari berbagai kegiatan di dalam bangunan

Zona Privat berupa zona kegiatan pengelola dan servis



Gambar 4.3. Konsep Zoning Fungsi

Sumber : Perancang

### 4.3. Konsep Tata Ruang Dalam

Konsep tata ruang dalam berdasarkan pertimbangan kepentingan fungsi ruang dan kedekatan fungsi antar ruang dan memenuhi perannya mewadahi kegiatan informasi, promosi dan pemasaran yang bertema atraktif dan rekreatif dengan cara merancang ruang dalam dengan susunan ruang yang dinamis dan di padu dengan ruang – ruang transisi yang berfungsi sebagai sarana rekreasi sehingga terlihat atraktif dan memberi sebuah pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung. Perwujudan konsep rekreatif tertuang dalam perancangan ruang dalam dengan desain area - area rekreasi yang berfungsi sebagai datum ( pengikat ) di antara kegiatan – kegiatan lain dalam bangunan.

#### 4.3.1. Hubungan Ruang

Hubungan antar ruang – ruang merupakan ruang – ruang yang saling terkait dan di di ikat oleh sebuah ruang yang berfungsi sebagai datum. Ruang pengikat tersebut adalah area rekreasi yang di padu dengan ruang eksibisi



seperti catwalk. Pengolahan ruang pengikat akan di maksimalkan karena fungsinya sebagai area yang di tuntut mampu memberi efek rekreasi kepada pengunjung dan sebagai area transisi yang harus mampu menunjukkan area komersial di sekitarnya.

#### 4.3.2. Sirkulasi

Sirkulasi dalam bangunan di rancang dengan mengarahkan pengunjung menuju area eksibisi dan rekreasi, dimana saat berada di area yang berfungsi sebagai datum dalam bangunan tersebut pengunjung dapat menikmati semua kegiatan komersial yang ada yaitu kegiatan informasi ( workshop dan gallery batik ), promosi ( catwalk ) dan pemasaran ( butik ).

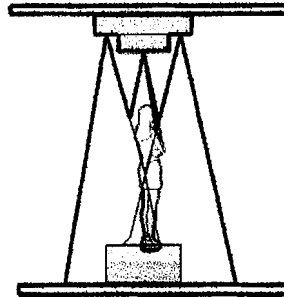
#### 4.3.3. Pencahayaan

Pencahayaan dalam bangunan menggunakan dua bentuk pencahayaan yang di sesuaikan dengan fungsi ruang yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pencahayaan alami banyak di gunakan di area rekreasi dan eksibisi dengan penggunaan void pada lantai dua dan skylight pada atap untuk memasukkan cahaya matahari sebanyak – banyaknya. Pada ruang butik dan ruang yang berhubungan dengan bahan kain / tekstil, cahaya matahari hanya dimasukkan sebagai pemberi efek dramatis pada ruang melalui bukaan yang berbentuk seperti celah kecil pada dinding.

Pencahayaan buatan di gunakan di seluruh bangunan karena berfungsi sebagai penerang pada malam hari, tetapi di ruang – ruang tertentu yang membutuhkan penonjolan, pencahayaan buatan di gunakan sebagai fasilitas yang mendukung konsep bangunan yang atraktif. Untuk memunculkan efek tiga dimensi pada produk, menjadikan produk sebagai point of interest dari ruang butik dan menonjolkan keberadaan catwalk adalah fungsi pencahayaan buatan dalam bangunan.



#### 4.3.3.1. Skema Pencahayaan Dalam Ruangan



Skema pencahayaan buatan pada obyek display

Pencahayaan yang di gunakan pada obyek display adalah dengan pencahayaan buatan untuk memberi efek tiga dimensi dan untuk menonjolkan obyek agar terlihat lebih atraktif. Type dan warna lampu yang di gunakan adalah lampu halogen dengan warna cahaya putih bersih. Obyek yang di sorot oleh lampu type halogen akan terlihat lebih tajam dan dapat memunculkan warna aslinya.

Pencahayaan alami dalam ruangan digunakan hanya untuk memberi efek dramatis pada ruangan. Obyek display sengaja di hindarkan dari cahaya alami tersebut karena sifat bahan yang tidak kuat menerima cahaya dengan jumlah cukup besar secara terus menerus. Bukaan yang berbentuk menyerupai celah kecil pada dinding akan menghasilkan cahaya yang terbingkai oleh bayangannya sendiri, efek dramatis inilah yang di harapkan dapat menambah nilai atraktif pada ruangan.

#### 4.4. KONSEP BENTUK

Penampilan bentuk bangunan dirancang dengan menggunakan konsep pendekatan metafora siluet model pria dan wanita sebagai perwujudan dari bangunan yang atraktif.

Bangunan terdiri dari massa tunggal yang terdiri dari 2 lantai dengan ketinggian lantai berkisar antara 3,5 – 4 m sebagai wujud penyesuaian terhadap



karakter pengunjung yang umumnya bersifat manja sehingga perancangan ruang lebih kearah horizontal.

#### 1. Siluet Model Wanita



Gambar 4.4. Model Wanita

Sumber : Internet

Tansformasi dengan pendekatan metafora dari siluet model wanita pada bangunan akan menghasilkan bidang – bidang lengkung dengan sudut yang tidak tajam sehingga menciptakan kesan luwes pada bangunan. Penggunaan elemen – elemen lengkung pada permukaan bangunan seperti relief dan elemen estetis yang berfungsi sebagai pendukung komersial bangunan juga di pengaruhi oleh konsep metafora siluet model. Untuk atap, pengadopsian bentuk lengkung di gunakan sebagai pembentuk fasade yang mencitrakan siluet model wanita.

#### 2. Siluet Model Pria



Gambar 4.5. Model Pria

Sumber : Internet

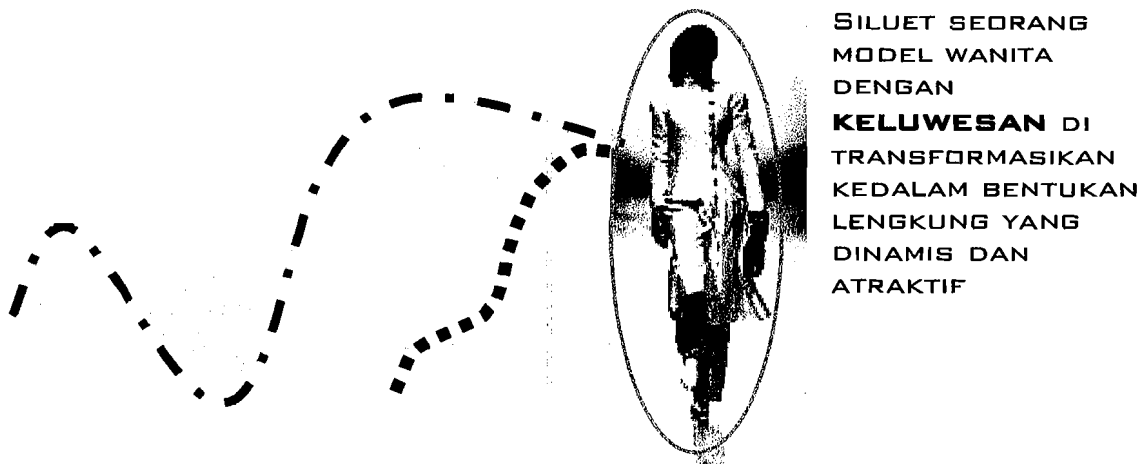
Metafora siluet model pria menghasilkan massa dengan dengan bidang –



bidang bersudut tajam yang memberi kesan kaku, kuat dan kokoh sebagai penyeimbang bentukan luwes dari metafora siluet model wanita. Bentuk Bukaannya, shading dan elemen estetis pada massa yang mewakili citra model pria, di dapatkan dari konsep pendekatan metafora siluet model pria

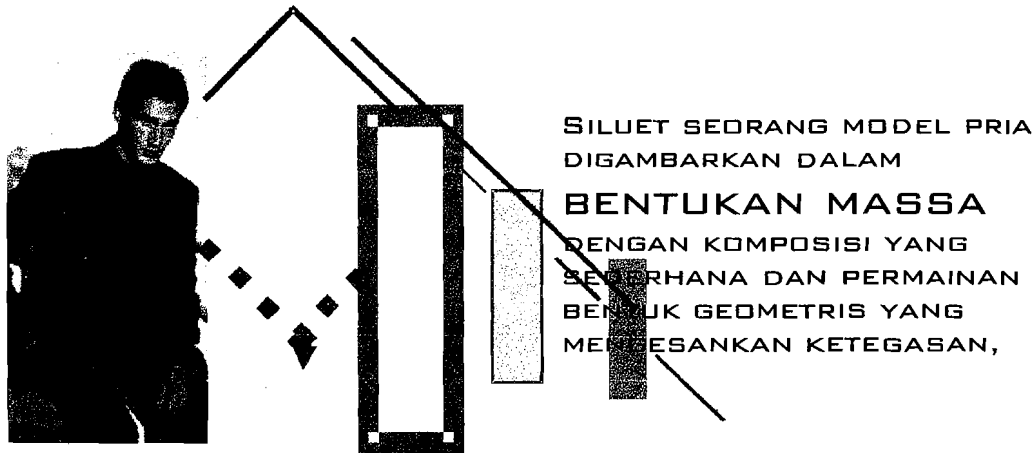
#### 4.4.1. Konsep Tata Massa

Konsep tata massa pada bangunan Rumah Mode mengambil konsep dari metafora siluet model wanita dan siluet model pria. Bnagunan merupakan sebuah massa tinggal yang terdiri dari beberapa bentukan. Massa tunggal tersebut mempunyai axis yang membagi keduanya dalam bentukan konsep yang berbeda yaitu konsep metafora siluet model wanita dan siluet model pria. Masing – masing bentukan akan mewakili konsepnya sehingga akan di hasilkan dua bagian yang mencitrakan siluet model wanita dan siluet model pria.



Gambar 4.6. Transformasi Siluet Model Wanita Pada Tata Massa

Sumber : Perancang



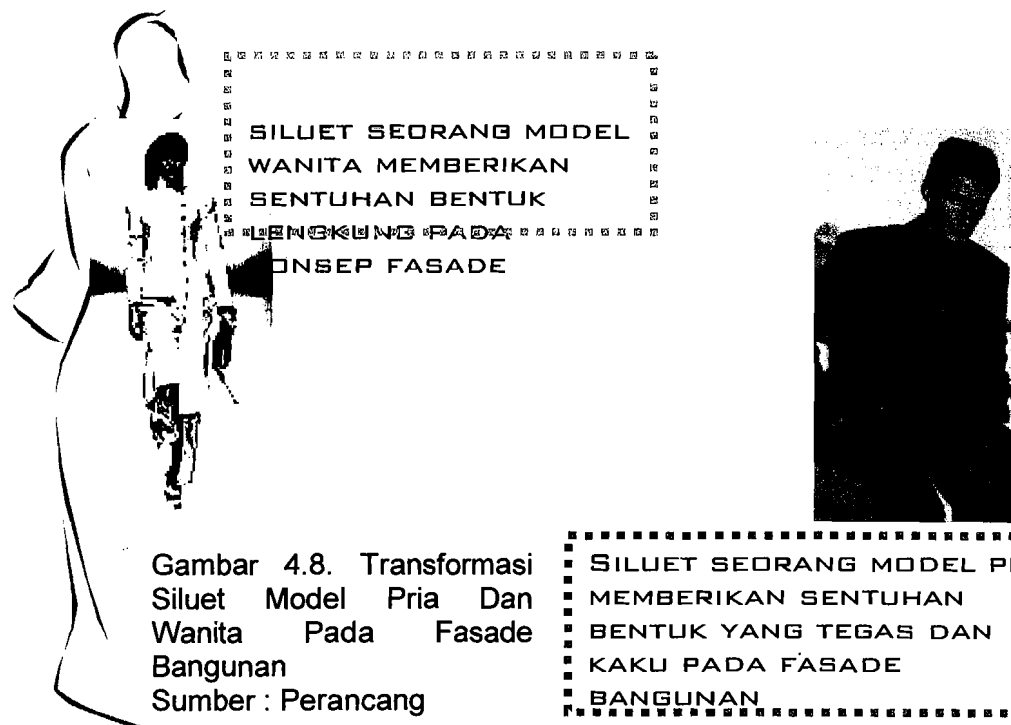
SILUET SEORANG MODEL PRIA DIGAMBARAKAN DALAM BENTUKAN MASSA DENGAN KOMPOSISI YANG BERHANA DAN PERMAINAN BENTUK GEOMETRIS YANG MENYESANKAN KETEGASAN,

Gambar 4.7. Transformasi Siluet Model Pria Pada Tata Massa

Sumber : Perancang

**4.4.2. Konsep fasade bangunan**

Potensi bangunan yang terletak pada hoek menjadikan bangunan memiliki dua fasade yang bisa di tonjolkan. Akan tetapi, dengan perbedaan ukuran jalan, fungsi jalan dan kepadatan jalan maka fasade yang lebih di tonjolkan adalah yang tepat berada di hoek dan fasade yang bersinggungan langsung dengan Jalan Urip Sumoharjo. Konsep fasade adalah pencitraan siluet model wanita dan pria yang terbagi oleh sebuah axis.



SILUET SEORANG MODEL WANITA MEMBERIKAN SENTUHAN BENTUK LENGKUNG PADA KONSEP FASADE

SILUET SEORANG MODEL PRIA MEMBERIKAN SENTUHAN BENTUK YANG TEGAS DAN KAKU PADA FASADE BANGUNAN

Gambar 4.8. Transformasi Siluet Model Pria Dan Wanita Pada Fasade Bangunan  
Sumber : Perancang



#### 4.4.3. Konsep Material

Penggunaan material di sesuaikan dengan fungsi bangunan. Material utama pada bangunan adalah beton untuk kolom dan plat lantai. Pada bentukan yang mewakili siluet model wanita maka pilihan bahan yang digunakan sebagai penutup permukaan dinding adalah semen dengan teknik caprut, gypsum dan glass ryber cement ( GRC ) yang dilapisi dengan warna cat yang lembut sehingga menghasilkan permukaan yang halus dan lembut. Pada bagian yang memperlihatkan siluet model pria, material ekspose dari batu alam yang bertekstur lebih kasar dan keras seperti batu candi menonjolkan kesan kuat dan kokoh.

#### 4.4.4. Konsep Warna

Perwujudan atraktif pada bangunan akan di perhatikan juga melalui permainan warna – warna yang mewakili citra sebuah mode yang kaya akan warna. Warna – warna atraktif yang di hasilkan dari pengolahan warna – warna dasar digunakan dalam proporsi warna yang seimbang dan harmonis. Pilihan warna – utama seperti merah marun yang berfungsi sebagai aksen menjadi point – point yang menonjol di atas warna – warna kuning gading dan kuning keemasan yang mengesankan sebuah energi dan kemewahan memberi kekuatan pada bangunan untuk terlihat atraktif .



SCHEMATIC DESIGN

RUMAH MODE DI JOGJAKARTA

SEBAGAI WADAH KEGIATAN INFORMASI, PROMOSI DAN PEMASARAN YANG ATRAKTIF DAN REKREATIF DENGAN PENDEKATAN CITRA SEDRANG MODELL

ATRAKTIF DAN REKREATIF

PERWIJUDAN ATRAKTIF

1. BENTUK

Pencarian karakter bentuk - bentuk baru yang atraktif dan unik yang Mewakili citra model dari metafora bentuk siluet tubuh model

METAPHOR BENTUK  
SILUET TUBUH MODEL  
WANITA



BENTUK GEOMETRI yang mendasari bentuk lengkung yang merupakan ' METAPHOR ' dari bentuk TUBUH MODEL WANITA yaitu :



BENTUK DI KURANGI

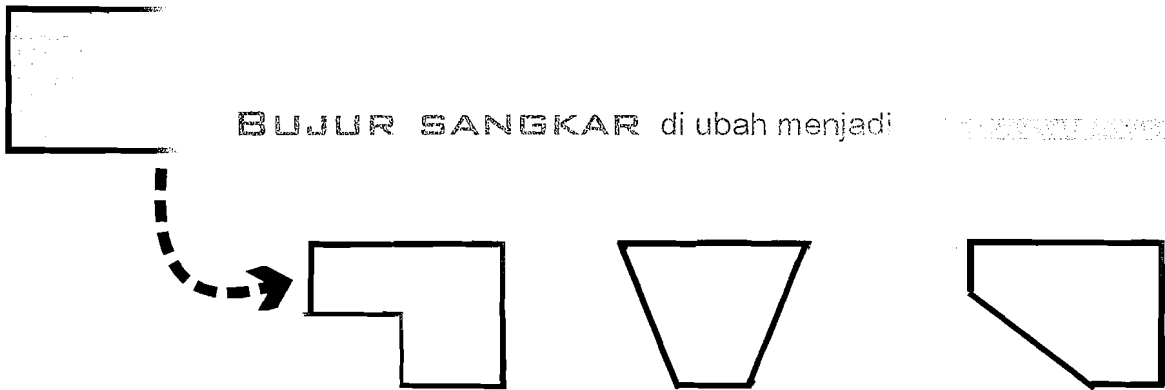




**METAPHOR BENTUK  
SILUET TUBUH MODEL  
PRIA**



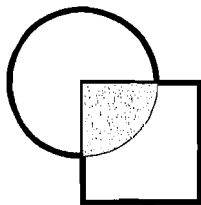
**BENTUK GEOMETRI** yang mendasari bentuk kaku dan tegas yang merupakan 'METAPHOR' dari bentuk **TUBUH MODEL PRIA** yaitu :



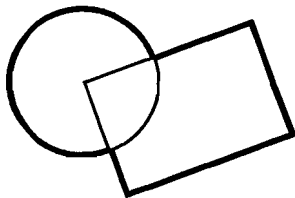
**BUJUR SANGKAR** di ubah menjadi

BENTUK DI KURANGI

**1.a. PERSENYAWAAN BENTUK**

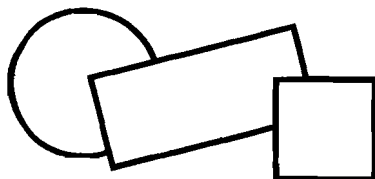


Masing - masing bentuk tetap mempertahankan identitasnya sehingga menghasilkan perbedaan bentuk yang cukup kontras dan menarik:



**PERBEDAAN GEOMETRI DAN ORIENTASI**  
Untuk membentuk dan mempertegas ruang dari suatu bentuk bangunan

**1.b. BENTUK YANG DI TAMBAH DAN DI KURANGI**



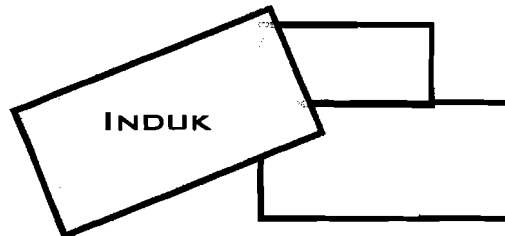
**KOMPOSISI KUMULATIF**  
- Dominan bentuk pertambahan  
- Indah, Penuh gerak



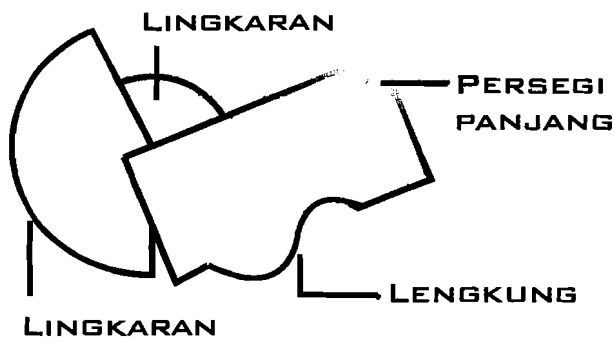
## 1.C. PENGORGANISASIAN BENTUK

### ■ BENTUK CLUSTER

Dengan konsep geometri yang tidak kaku, maka cukup luwes untuk memadukan bermacam - macam bentuk sehingga secara keseluruhan tampil unik, dinamis dan menarik



Ditempelkan sebagai imbuhan terhadap induk yang lebih besar



## 2. WARNA

Penggunaan warna - warna **ATRAKTIF** melalui penggabungan warna - warna dasar

■ **MERAH** : ENERGIK, KUAT, TERBUKA, BERANI

■ **KUNING** : MENGGEMBIRAKAN, MEWAH, EKSPRESIF

■ **BIRU** : TENANG, BIJAKSANA, MENYEGARKAN

■ **JINGGA** : MENANTANG, PERCAYA DIRI

■ **UNGU** : IDEALIS, AGUNG

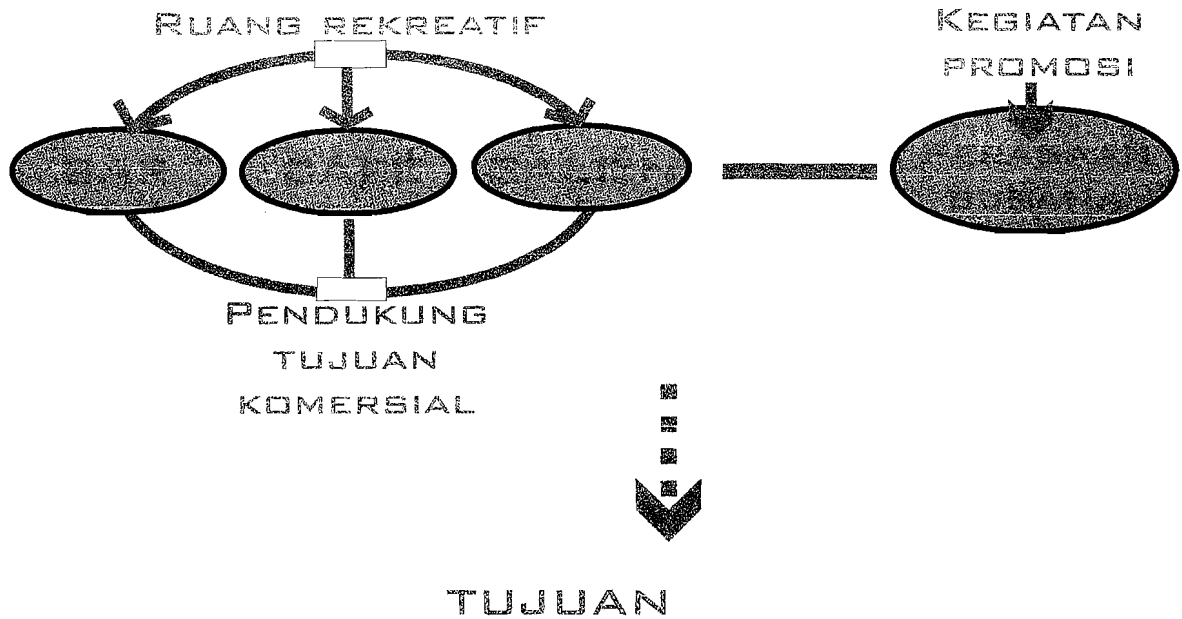
■ **HIJAU** : NATURAL, SEIMBANG

■ **MERAH MUDA** : ROMANTIS, LEMBUT, MENENANGKAN



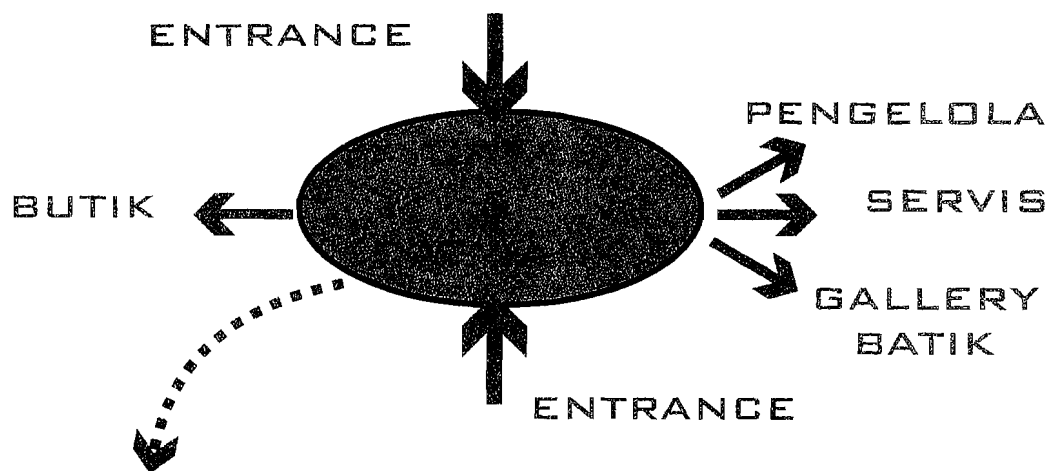
PERWUJUDAN REKREATIF

Untuk memberi perasaan menyenangkan bagi pengunjung



1. Menarik perhatian orang untuk mengunjungi bangunan
2. Menarik perhatian pengunjung untuk melihat ajang promosi
3. Meningkatkan nilai komersial pada butik

KONFIGURASI ALUR GERAK RUANG DALAM



Sebagai DATUM ( pengikat ) antara fungsi - fungsi di sekitarnya



REKREATIF

Menarik perhatian orang untuk datang dan mempertahankan pengunjung

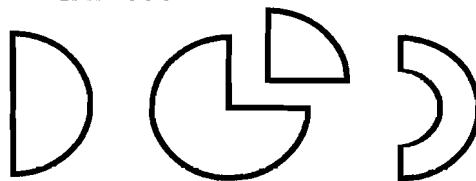
Mengajak pengunjung untuk melihat ajang promosi

Konsumerisasi

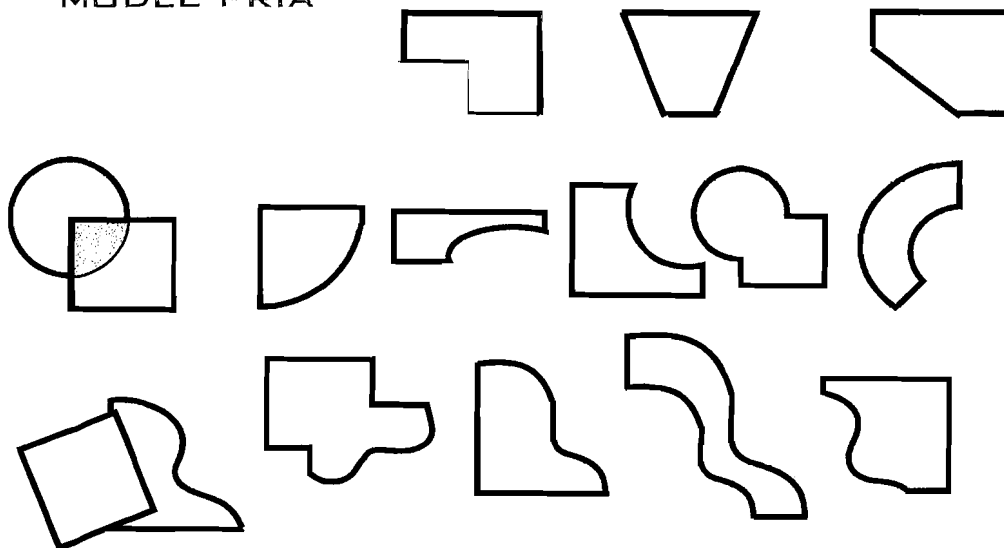
Tujuan Komersial Bangunan

ALTERNATIF PENGGABUNGAN ELEMEN SILUET TUBUH MODEL WANITA DAN PRIA

ELEMEN SILUET TUBUH MODEL WANITA

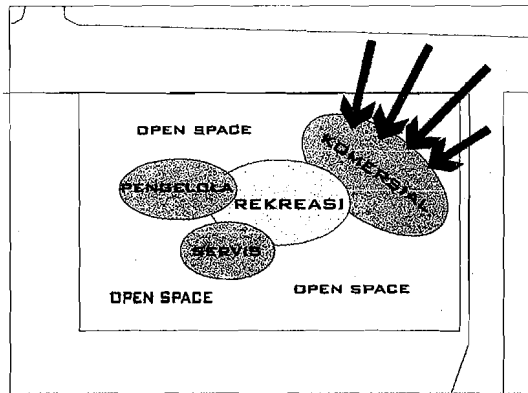


ELEMEN SILUET TUBUH MODEL PRIA





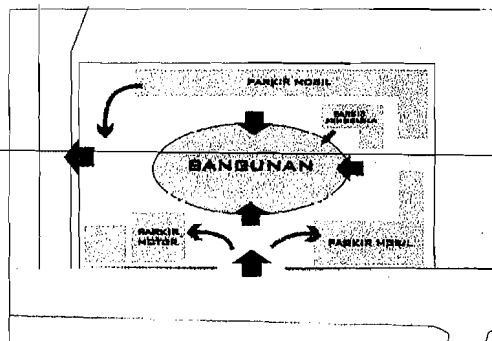
ZONING FUNGSI RUANG



Area komersial terutama untuk ruang yang berfungsi sebagai ruang promosi di letakkan pada sudut site yang berdekatan dengan jalan raya ( Jl. Urip Sumoharjo dan Jl. Tribrata ) agar mendapatkan kesempatan untuk di lihat lebih dahulu dan lebih banyak dari arah jalan raya

Area rekreasi sebagai orientasi di dalam bangunan berfungsi sebagai datum yang mengikat kegiatan - kegiatan dalam bangunan

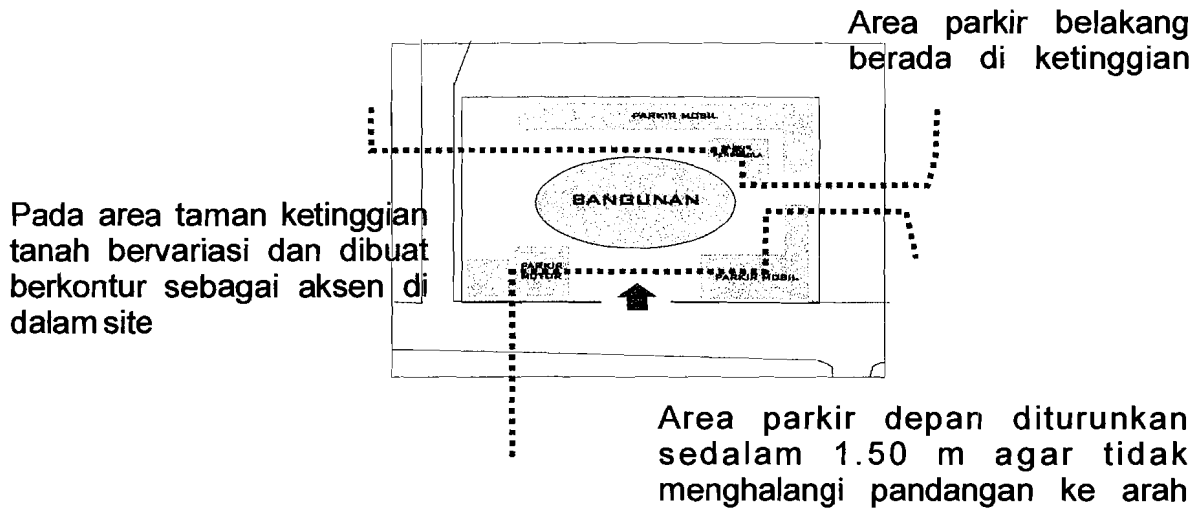
ZONING SIRKULASI DALAM SITE



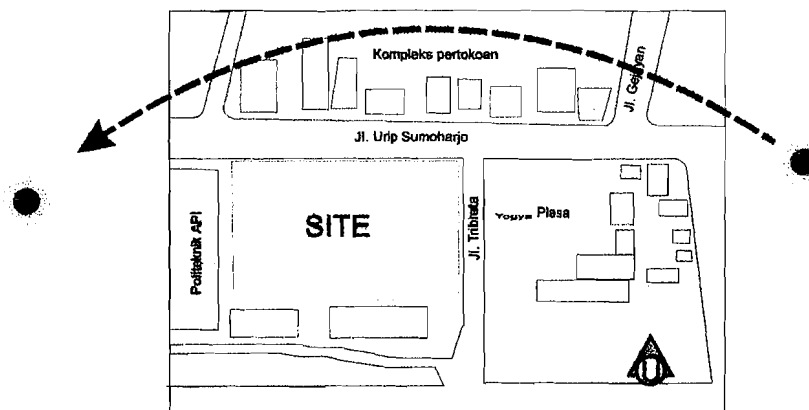
Untuk kemudahan pencapaian ke bangunan, setiap sisi bangunan yang berhubungan dengan area parkir di letakkan sebuah pintu masuk. Area parkir berada di di sekeliling bangunan dalam jalur sirkulasi satu arah. Kendaraan masuk melalui Jl. Urip Sumoharjo dan keluar di Jl. Tribrata. Dengan pengaturan sirkulasi seperti ini maka bangunan pun dapat di pameran dengan lebih maksimal.



POLA ELEVASI SITE



ARAH MATAHARI

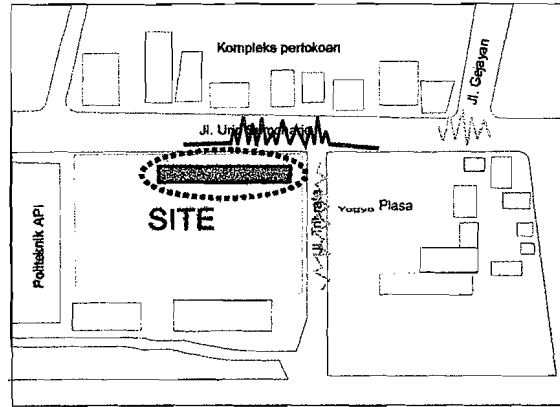


Sisi bangunan yang berada di bagian timur dan barat, menerima cahaya lebih banyak dan menyilaukan dari matahari sehingga rancangan bidang - bidang transparannya adalah yang berukuran kecil dan berfungsi lebih sebagai penambah efek dramatis melalui hasil bayangan pada ruangan

Sisi bangunan yang berada di bagian barat menggunakan bukaan yang lebih banyak karena menyesuaikan fungsi yang di wadah yang membutuhkan lebih banyak cahaya matahari, untuk itu solusi yang di gunakan agar ruangan memperoleh asupan cahaya yang optimal tanpa menimbulkan silau adalah dengan

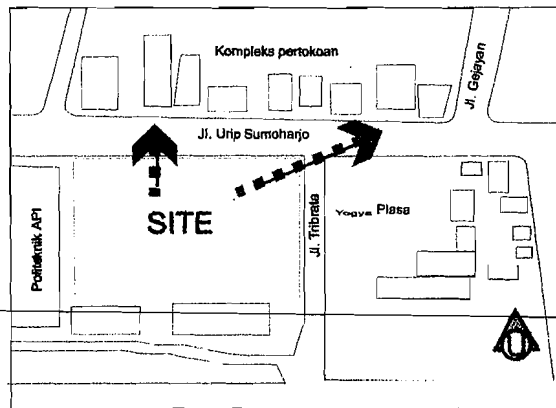


KEBISINGAN



Tingkat kebisingan yang tertinggi adalah dari jalan urip sumoharjo karena kepadatan kendaraan pada jalur utama tersebut sangat tinggi. Untuk sedikit mengurangi permasalahan tersebut di beri penambahan efek suara latar dari luar bangunan seperti suara gemericik air. Fungsi di dalam bangunan yang juga menghasilkan suara sendiri sehingga tidak terlalu membutuhkan penanganan yang terlalu banyak pada bagian site.

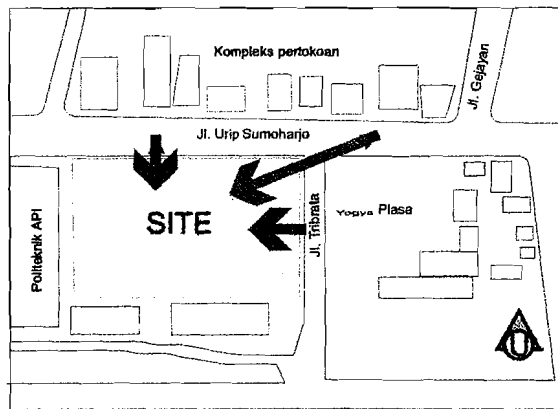
VIEW DARI SITE



View ke arah jl. Urip sumoharjo tidak di gunakan sebagai elemen visual yang mampu mendukung daya tarik dari bangunan, oleh karena kondisi jalan yang cukup padat hanya akan menjadi nilai minus jika dijadikan visual point, selain itu akan mengurangi nilai privat ruang yang berhubungan langsung dengan sisi tersebut untuk itu bukaan pada sisi tersebut tidak terlalu banyak dan ukuran yang tidak besar



VIEW KE SITE



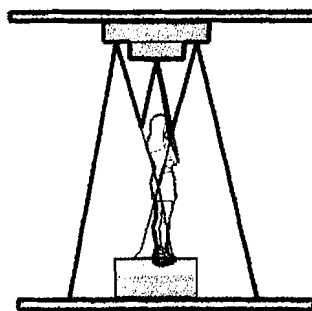
View ke arah bangunan dari arah jl. Urip sumoharjo, pertigaan jl. Gejayan dan jl. Urip sumoharjo serta jl. Tribrata sangat potensial dan mendukung untuk memamerkan fasade bangunan.

Sisi bangunan yang akan di jadikan point of interest akan di letakkan pada hoek agar dapat di nikmati dari ketiga jalan tersebut.

Untuk mendukung fungsi komersial dan pencitraan bangunan mode maka perletakan bidang transparant sebagai area display produk akan lebih di orientasikan ke arah jl. Urip sumoharjo dan pertigaan jalan dengan pertimbangan tingkat keramaian kendaraan yang lebih tinggi

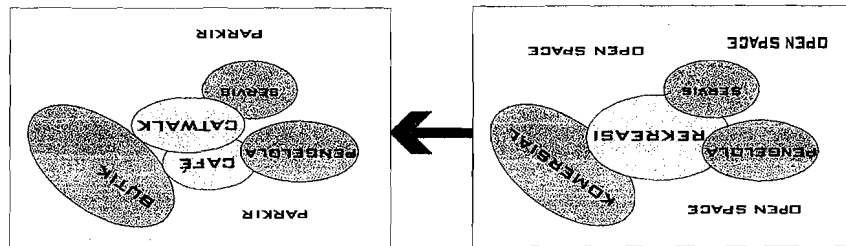
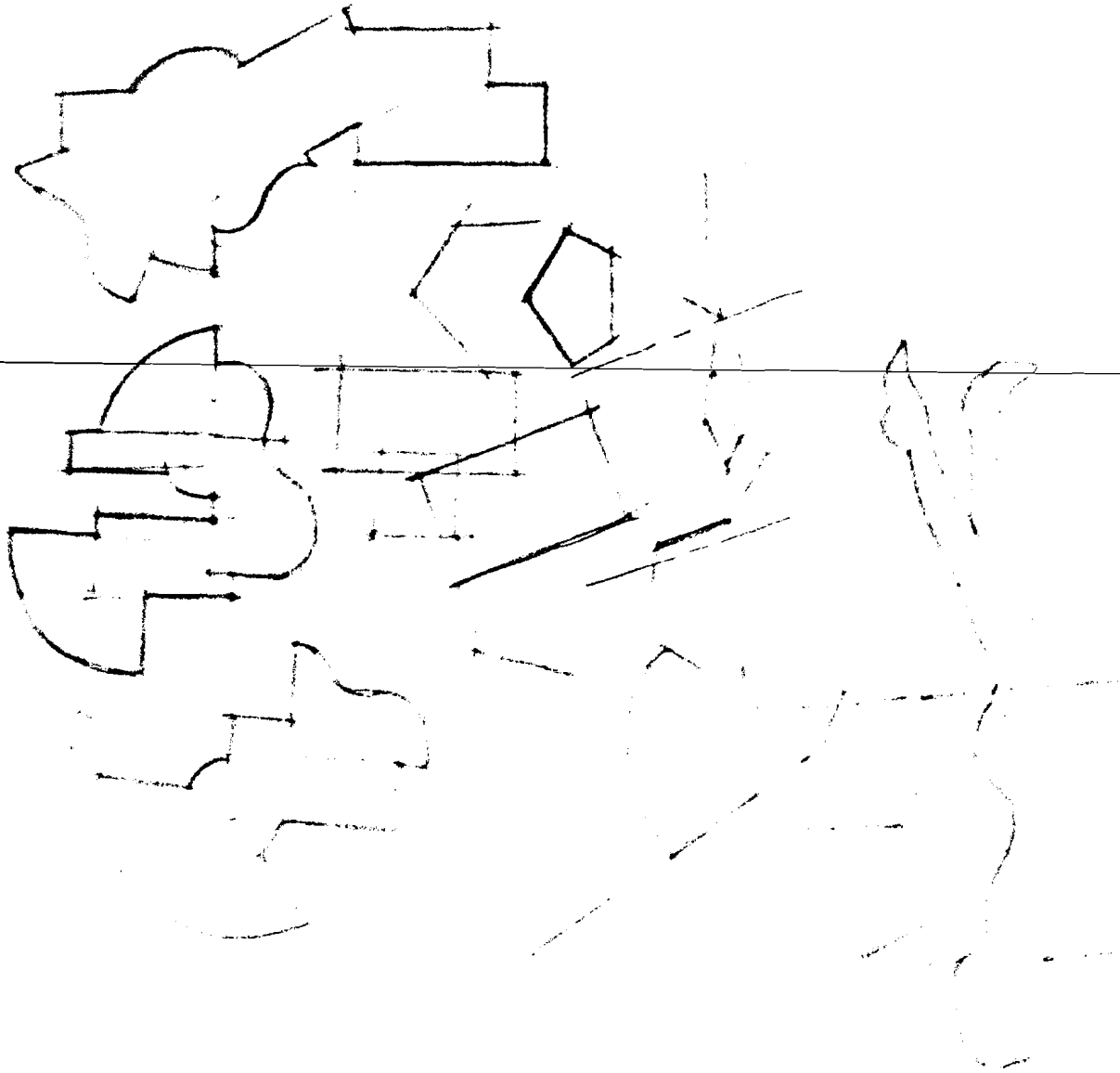
SKEMA PENCAHAYAAN DALAM RUANGAN

Pencahayaan buatan yang di gunakan pada obyek display pada ruang butik berfungsi untuk memunculkan efek tiga dimensi pada obyek. Jenis lampu yang digunakan pada obyek tersebut adalah jenis lampu halogen karena warnanya yang putih bersih mampu memperlihatkan setiap detail pada obyek dan menonjolkan obyek agar terlihat atraktif



Pencahayaan pada mannequin

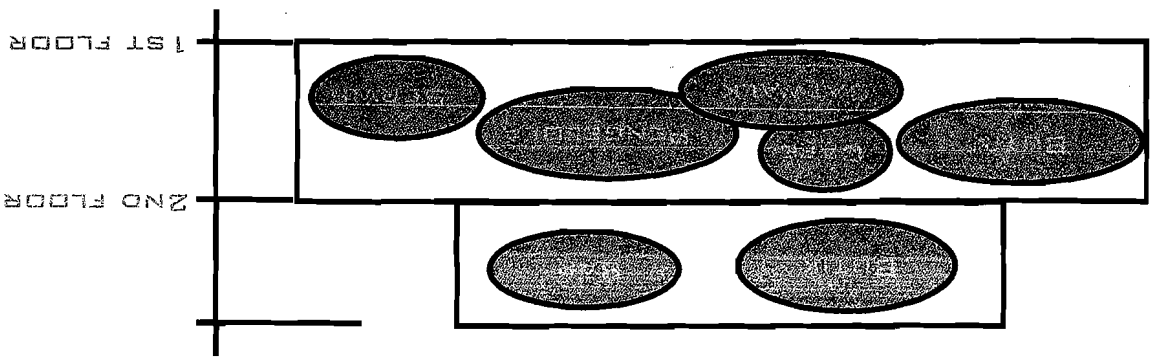
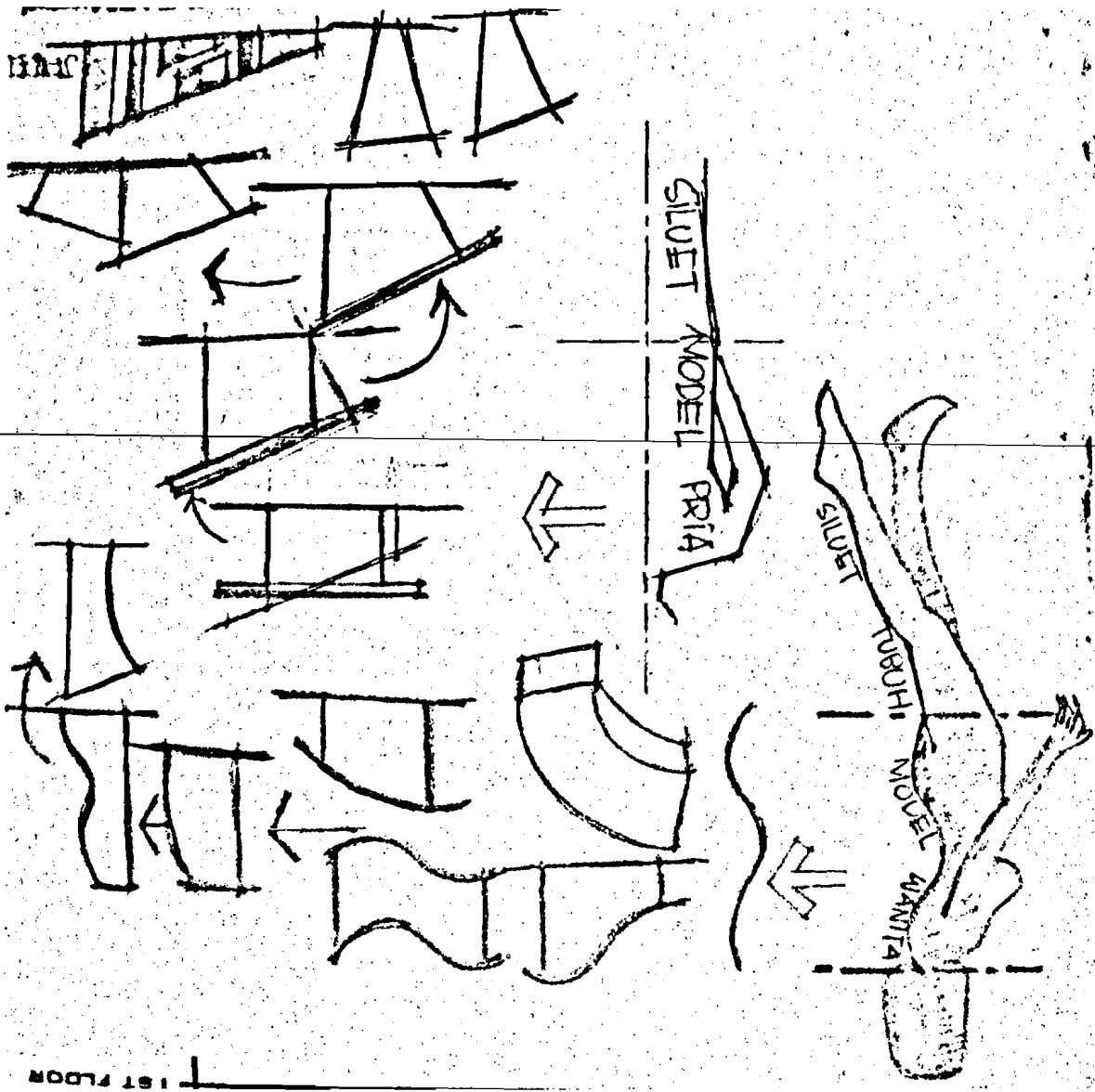




HORIZONTAL ZONING

KONSEP DENAH





VERTIKAL ZONING

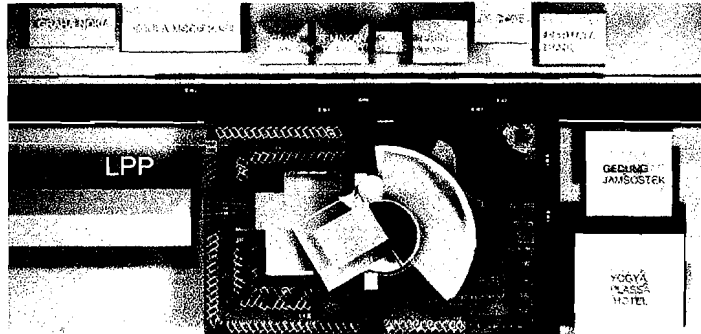
KONSEP TAMPAK





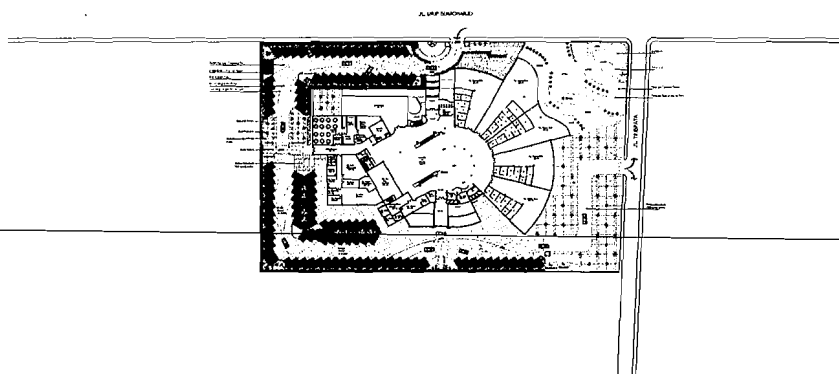
## BAB VI LAPORAN PERANCANGAN

### 5.1. SITUASI



Bangunan Rumah Mode terletak di Jl. Urip Sumoharjo, tepat di bekas bangunan Bioskop Empire dan Bioskop Regent dengan luas lahan sekitar  $\pm 14.000$  M<sup>2</sup>. Letak site yang berada di hoek, memberi kesempatan pada bangunan untuk memiliki dua fasade. Sudut site di manfaatkan sebagai area display produk sebagai salah satu bentuk pencitraan bangunan komersial dan untuk menarik konsumen, sisi bangunan yang terletak di sudut ini sekaligus di jadikan sebagai point of interest dari bangunan. Bangunan terdiri dari satu massa dengan menempatkan main entrance tepat di hadapan Jl. Urip Sumoharjo.

### 5.2. Siteplan



Jalur sirkulasi dalam site di rancang dengan konsep memutar bangunan sehingga seluruh sisi bangunan mempunyai kesempatan untuk di nikmati oleh pengunjung. Main entrance pada site di letakkan pada sisi utara site yang berada tepat di sisi Jl. Urip Sumoharjo, untuk memberi kesan ramah dan menerima pengunjung secara terbuka main entrance ditandai dengan sebuah gerbang berbentuk cekung ke arah jalan, pada sisi jalan keluar yang berada di hadapan Jl. Tribrata juga di letakkan gerbang yang mengarah ke dalam site sebagai pemberi ucapan selamat jalan saat pengunjung meninggalkan bangunan. Area parkir seluruhnya di letakkan pada site, karena bangunan tidak di rancang dengan menggunakan basement atau area parkir yang berada dalam bangunan.



### 5.2.1. Spesifikasi proyek

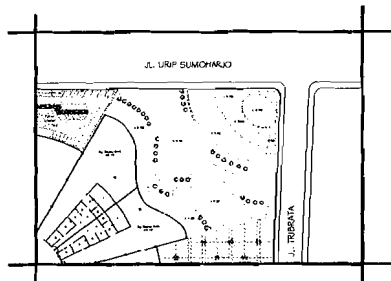
Site di Jl. Urip Sumoharjo ( bekas bangunan Bioskop Empire dan Regent

Luas Site :  $\pm 14.000 \text{ M}^2$

BCR : 40 - 60 %

Luas Bangunan :  $45.3 \% \times \pm 14.000 = \pm 6344 \text{ M}^2$

### 5.2.2. Level Kontur



Secara umum keadaan tapak asli tidak berkontur, untuk memberi kesan atraktif maka pada hoek dibuat dengan permainan ketinggian sehingga dapat menjadi aksen yang menarik dari site.

Site pada bagian depan diturunkan sedalam 1.50 M agar area parkir mobil yang berada di sisi tersebut tidak menghalangi pandangan ke site dari arah jalan raya. Pada bagian samping dan belakang tetap dalam ketinggian  $\pm 0.00 \text{ M}$ , pada sudut site lahan di buat dengan permainan elevasi agar menjadikannya sebagai aksen dari site. Sculpture pada bagian sudut berfungsi sebagai eye catcher sekaligus sebagai penguat citra model dengan desain yang melambungkan siluet tubuh wanita dan pria

### 5.2.3. Sirkulasi

Sirkulasi kendaraan di buat satu arah dan memutar bangunan agar mempermudah pengunjung dan mengajak pengunjung menikmati bangunan seutuhnya. Parkir motor di letakkan pada sisi yang paling dekat dengan main entrance yaitu di bagian depan. Untuk memudahkan pencapaian dari arah parkir mobil yang terletak di bagian utara, selatan dan barat site di rancang masing - masing sebuah entrance dengan perletakkan pergola sepanjang pedestrian yang melindungi pengunjung yang akan menuju entrance bangunan dari panas maupun hujan

### 5.2.3. Penataan Landscape

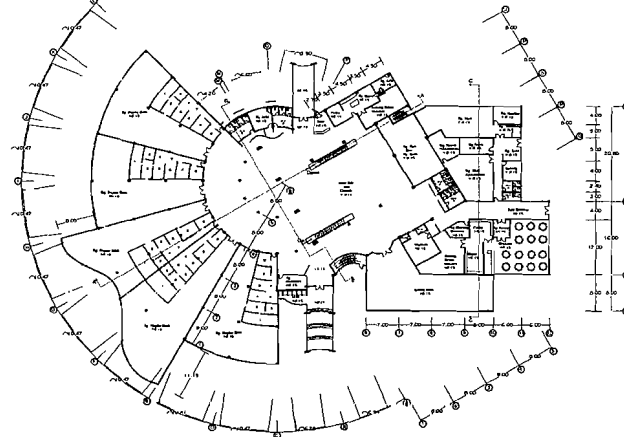
Penataan landscape di sesuaikan dengan fungsi dan jenis kegunaan ruangan yang ada. Pada sisi area parkir yang berdekatan dengan pedestrian yang di lindungi dengan pergola, tanaman yang di letakkan adalah jenis perdu ukuran sedang dan tinggi yaitu Soka dan Melati Costa agar tidak mengganggu konstruksi pergola, sehingga fungsi tanaman berbunga tersebut lebih banyak sebagai panambah nilai estetika. Jenis pohon peneduh yang di gunakan pada area parkir yang tidak berdekatan dengan pergola adalah Pohon Bungur. Tanaman yang dominan digunakan untuk menambah nilai estetika adalah Palem Raja, di atur dengan pola yang teratur dan atraktif di bagian kiri dan kanan bangunan untuk memberi keterikatan dalam satu site.



Jenis tanaman pendukung lainnya adalah jenis tanaman penutup tanah seperti lantana ataupun rumput - rumputan seperti rumput manila dan rumput gajah pada grass block.

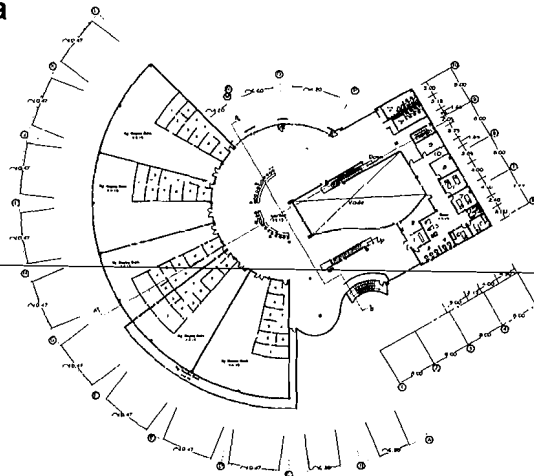
### 5.3. DENAH

#### 5.3.1. Denah Lantai Satu



Denah lantai satu terdiri dari beberapa ruangan di antaranya 5 ruang butik dari 10 butik yang ada pada bangunan, ruang café dan catwalk sebagai pengikat antar ruang dan area pendukung utama yang berfungsi sebagai area promosi yang rekreatif, ruang pengelola di sisi kanan bangunan dan ruang - ruang servis.

#### 5.3.1. Denah Lantai Dua



Denah lantai dua terdiri dari 5 ruang butik, Bar dan salon sebagai ruang pendukung yang bersifat rekreatif. Pada lantai dua terdapat void yang terdapat pada area bar yang berfungsi sebagai pengikat pada lantai ini, tujuan void di rancang untuk menyatukan kedua lantai secara tidak langsung, sehingga promosi di catwalk tetap dapat di nikmati dari lantai dua.



## 5.4. TAMPAK BANGUNAN

### 5.4.1. Tampak Depan ( Utara )



Perwujudan atraktif melalui pendekatan citra seorang model di ditampilkan dengan permainan bidang - bidang dan relief - relief pada dinding yang merupakan metafora dari siluet tubuh model wanita dan pria. Fasade bangunan terbagi menjadi dua sisi dimana sisi kanan merupakan metafora dari siluet tubuh model wanita dan sisi kanan dari metafora siluet tubuh model pria. Permainan atap yang dinamis jika di lihat menyeluruh dapat membentuk siluet model wanita dengan posisi tidur, upaya ini untuk memperkuat kesan atraktif pada bangunan.

### 5.4.1. Tampak Belakang ( Selatan )



Pada tampak belakang di letakkan sebuah entrance untuk area parkir mobil di bagian belakang. Perletakan kaca di sesuaikan dengan kebutuhan ruang akan cahaya matahari, ruang staff dan area servis membutuhkan cahaya yang cukup besar dan kontinyu. Penambahan shading selain berfungsi untuk menghindari cahaya langsung dari matahari dan sebagai elemen estetis yang memperkuat bentuk massa, pada ruang dapur pemberian shading juga untuk menyamarkan fungsi di dalamnya sehingga pengunjung tidak merasa sedang melewati area servis

### 5.4.1. Tampak Samping kiri ( Timur )





Metafora siluet tubuh wanita di sisi yang mewakili unsur wanita terlihat atraktif melalui permainan ketinggian dinding dan penggunaan elemen stainless steel yang juga berfungsi sebagai tempat perletakkan papan iklan. Pada tampak timur ini bukaan di rancang dengan ukuran kecil karena ruangan yang di dalamnya yaitu ruang butik tidak terlalu membutuhkan cahaya matahari sebagai penerangan utama, sehingga fungsi bukaan hanya sebagai pencahayaan tambahan dan lebih mengejar pada efek dramatis yang di hasilkan dari celah - celah dinding. Permainan relief, shading dan material pada dinding menjadi pelengkap dari ke atraktif an bangunan

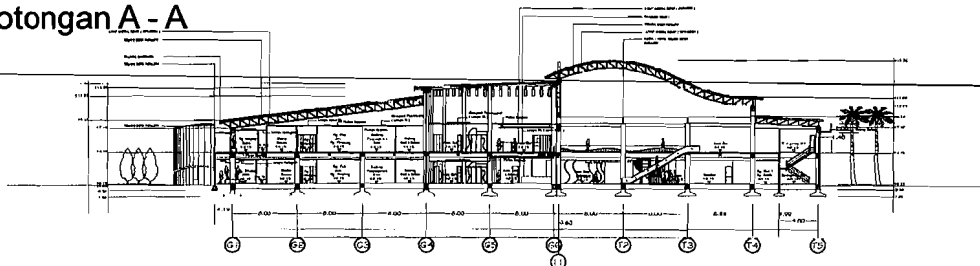
5.4.4. Tampak Samping kanan ( Barat )



Pada tampak barat, metafora siluet tubuh model pria terlihat dominan dengan bidang - bidang yang kaku dan material dinding ekspos yang bertekstur kasar dan permainan relief pada dinding yang membentuk sudut - sudut kaku dan tajam. Atap lengkung yang berada di bagian yang mewakili unsur model pria ini menunjukkan sisi wanita. Bidang yang membatasi antara dua sisi ini di beri warna merah agar lebih menjadi aksen yang menonjol di antara keseluruhan bangunan, bidang ini merupakan salah satu perwujudan citra siluet tubuh model wanita dan pria.

5.5. STRUKTUR

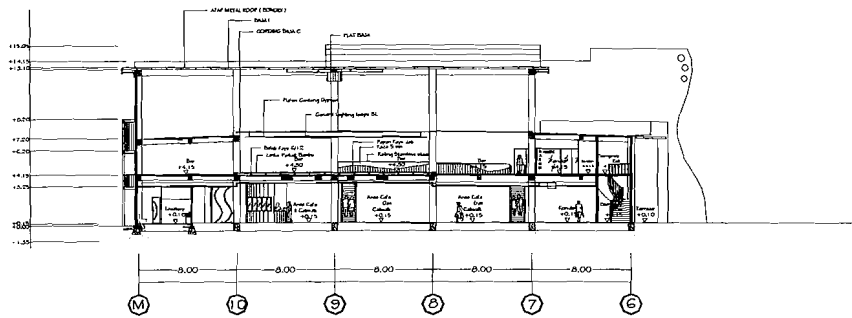
5.5.1. Potongan A - A



Struktur utama terdiri dari kolom beton, pondasi foot plat dan atap rangka baja truss di harapkan dapat menopang bangunan berlantai dua ini. Atap lengkung menggunakan konstruksi truss besi hollow. Penggunaan penutup atap ringan seperti metal roof akan mengurangi berat beban struktur atap. Atap - atap datar tetap di beri kemiringan sekitar 5 % untuk menghindari resiko bocor pada atap karena air hujan yang menggenang. Pada potongan ruangan, dinding yang di gunakan di ruang display atau ruang café dan catwalk lebih banyak menggunakan partisi dari gypsum dan kayu karena lebih mudah di bentuk, ringan dan fleksibel

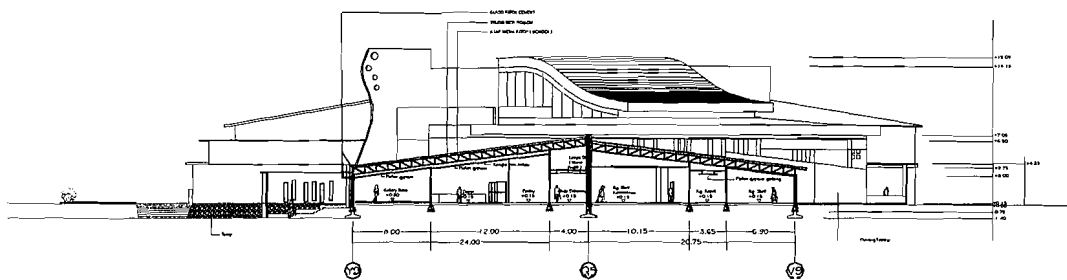


5.5.2. Potongan B - B



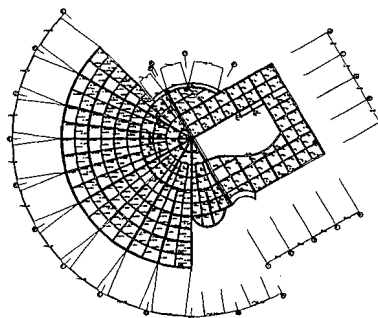
Potongan B - B menunjukkan potongan pada massa lingkaran yang menggunakan atap datar dari rangka baja I dengan penutup atap metal roof spandex yang di beri kemiringan 5%. Potongan interior menunjukkan elemen - elemen bidang lengkung yang terbuat dari lapisan kayu jati untuk kesan hangat, ramah dan eksklusif. Lapisan kayu jati pada railing membentuk bidang - bidang lengkung yang dikombinasikan dengan partisi dari kaca menjadi aksan di antara dua lantai.

5.5.3. Potongan C - C



Potongan C - C menunjukkan potongan massa di bagian pengelola dan gallery batik yang terdiri dari 1 lantai dengan bentang yang cukup lebar maka struktur utama menggunakan kolom beton dan pondasi foot plat agar dapat menopang bentang struktur atap yang cukup lebar. Permainan tinggi rendah pada atap untuk menciptakan kedinamisan agar lebih atraktif. Kemiringan atap sekitar 7 ° dengan bentang yang cukup lebar menjadikan pada ruang yang berada di bagian tepi memiliki ketinggian ruang yang semakin rendah, untuk itu permainan plafon di buat mengikuti arah kemiringan atap.

5.5.4. Rencana Kolom Balok

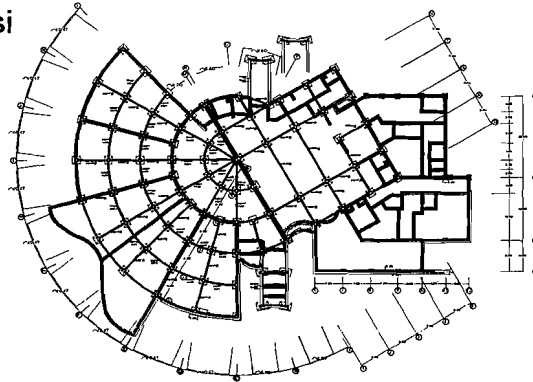






Struktur yang di gunakan adalah struktur rangka yang terdiri dari kolom balok. Modul dasar yang di gunakan adalah 8 x 8 m dengan ukuran balok menyesuaikan bentangnya. Penggunaan sistem kantilever di gunakan pada bagian bidang lengkung dimana tidak di mungkinkan adanya penambahan kolom untuk menopangnya.

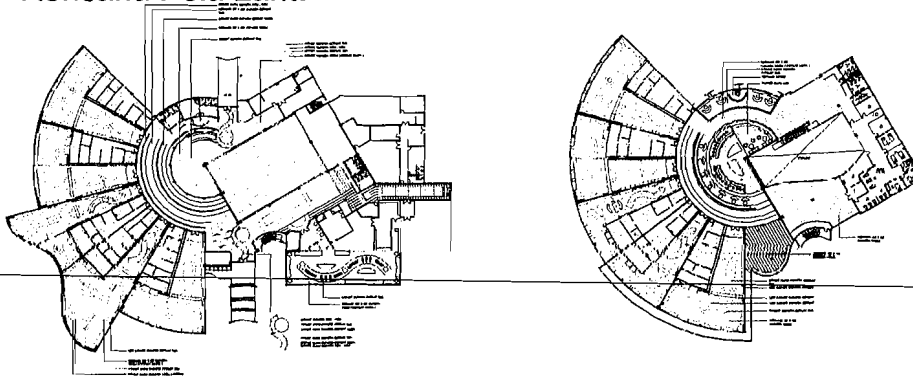
5.5.5. Rencana Pondasi



Karena bangunan di letakkan pada kondisi tanah yang cukup keras maka pondasi foot plat yang di gunakan maksimal dengan kedalaman sekitar 1.50 m. Pada sisi tepi bangunan yang di turunkan sedalam 1.50 M di gunakan turap penahan tanah.

5.6. RENCANA - RENCANA

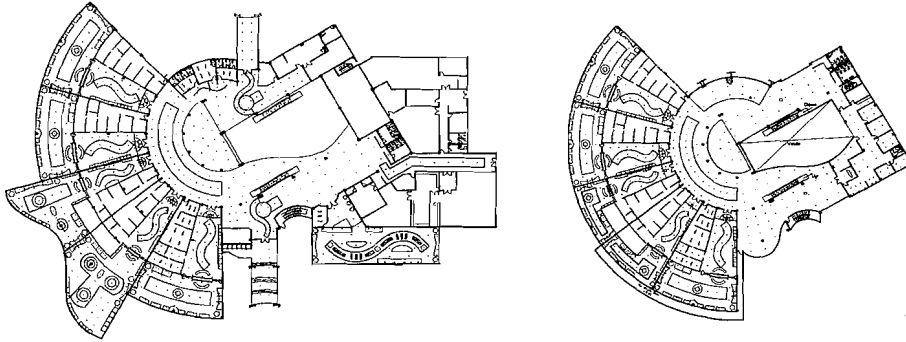
5.6.1. Rencana Pola Lantai



Penutup lantai menggunakan kombinasi dari granit alam maupun fabrikasi dan keramik KW 1. Pola di rancang untuk mengarahkan pengunjung menuju ruang-ruang komersial. Pola yang atraktif dan sebagai aksen yang di letakkan di ruang foyer di depan entrance, di desain berdasarkan konsep siluet tubuh model wanita dan pria dengan perwujudan pola lengkung yang di buat dengan granit alam . Pola kotak merupakan kombinasi dari granit fabrikasi dan keramik KW 1. Pada ruang display alur pengunjung di arahkan dengan pola yang di desain dengan aksen granit alam berbentuk lengkung. Untuk general flooring di gunakan keramik KW 1 dengan pola silang untuk menghilangkan kesan tidak simetris ruangan. Gradasi warna yang di gunakan adalah nuansa coklat tua, coklat muda yang mengarah ke warna keemasan dan krem.

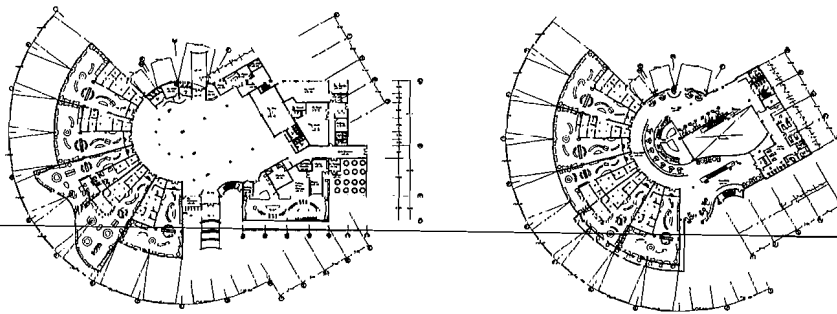


### 5.6.2. Rencana Titik Lampu



Untuk general lighting jenis lampu yang di gunakan adalah lampu down light dengan type , pada ruang butik yang m,membutuhkan pencahayaan khusus maka spotlight digunakan tepat pada obyek yang di display, arah spotlight yang digunakan pun terdiri dari dua type yaitu up light, downlight dan back light untuk memunculkan dimensi dari obyek dan menjadikan obyek terlihat lebih atraktif. Beberapa type khusus dari konsep pencahayaan ini adalah continues lighting yang di gunakan pada tepi plafon yang di desain unik seperti di turunkan atau di naikan sehingga mampu menjadi akseni dramatis pada plafon, lampu yang berfungsi sebagai lampu dekoratif lainnya adalah wall washer yaitu lampu yang mengarah ke dinding dan mampu memberi efek dimensi yang unik pada dinding. Permainan pencahayaan yang atraktif di rancang dengan fungsinya masing - masing sehingga dapat menjadi satu kesatuan yang mampu menciptakan ke atraktif an pada ruangan.

### 5.6.3. Lay out Furniture Ruang Display

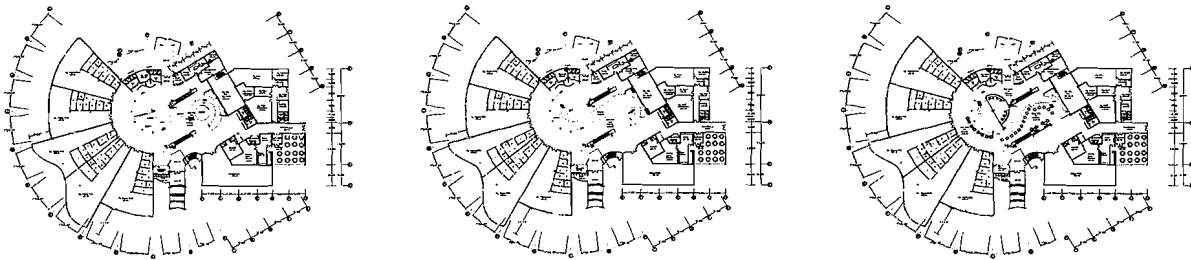


Lay Out furniture pada ruang display butik di buat dengan konsep siluet tubuh wanita sehingga pengaturan meja - meja display ataupun sofa untuk duduk pengunjung membentuk pola - pola lengkung. Letak furniture di rancang seirama dengan pola lantai dan plafon agar kesan siluet model wanita yang di tonjolkan semakin kuat. Rak display dengan desain yang hanya mampu memamerkan barang dalam jumlah yang tidak terlalu banyak agar ke eksklusif an rancangan para desainer tetap terjaga. Konsep pamer untuk pakaian lebih banyak menggunakan manekin karena sifat kain terutama untuk rancangan yang khusus seperti kebaya tidak di sarankan untuk di gantung seperti teknik display pakaian umum. Keleluasaan sirkulasi dan gerak paling di utamakan pada penataan ruang display.



Untuk lay out ruang display gallery batik teknik yang di gunakan ada dengan rak pajang yang di gantung maupun di lipat, meja display , semacam gantung dan panggung untuk manekin.

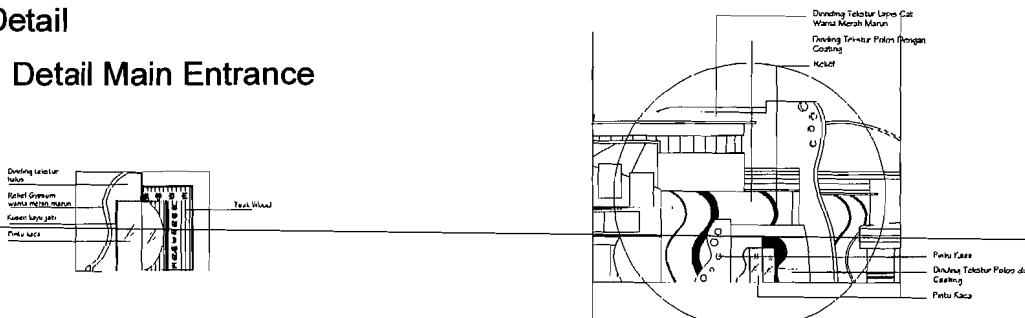
5.6.4. Lay out Catwalk



Ada 3 alternatif yang di rancang untuk aktivitas eksibisi, ketiganya di desain dengan memasukkan unsur siluet model wanita dengan bentukan lengkung dan unsur siluet model pria dengan bentuk yang tajam dan kaku. Catwalk di desain dengan peletakan tangga pada ujung catwalk untuk menyesuaikan alur gerak model yaitu dari catwalk langsung menuju area café.

5.7. Detail

5.7.1. Detail Main Entrance

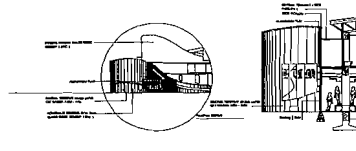


Main entrance terletak di tengah bidang lengkung yang masif dan menggunakan teknik caprut pada dindingnya sehingga menghasilkan tekstur yang halus pada dinding, dengan sentuhan warna abu - abu dof di antara bidang - bidang yang berwarna coklat muda ( krem ) sehingga mampu menonjolkan main entrance. Pengarah sekaligus elemen yang memperkuat keberadaan main entrance adalah dua kolom dengan desain yang unik yang mengambil unsur wanita dan pria dengan finishing tekstur.

Detail Pintu menggunakan bahan kaca polos dengan kusen kayu jati dan pemberian aksan lengkung yang terbuat dari gypsum.

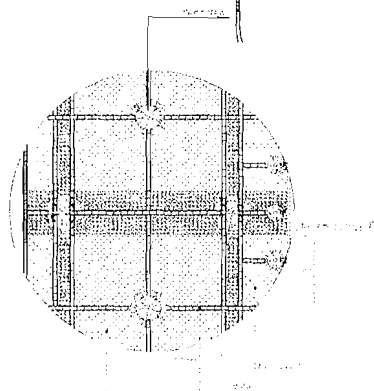


5.7.2. Detail Dinding Lengkung



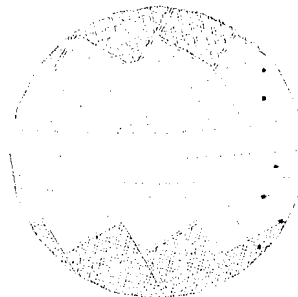
Dinding lengkung yang terletak di hoek ini memiliki kesempatan menjadi view pertama dari arah perempatan jalan. Dinding tersebut di buat lengkung yang merupakan metafora siluet model wanita, dinding yang di tinggikan menggunakan bahan Glass Riber Cement dengan konstruksi rangka besi hollow. Finishing teknik caprut pada bidang lengkung dan pemberian warna abu - abu dof menjadikan bidang terkesan lebih masif dan sebagai salah satu bentyuk pencitraan identitas bangunan di letakkan papan nama bangunan, dengan aksen merah marun papan nama tersebut lebih terlihat jelas

5.7.3. Detail Pola landscape



Pola lengkung pada landscape berfungsi sebagai pengarah bagi pengunjung. Agar dapat terlihat lebih menonjol pola ini material pada pola ini di bedakan dengan bahan pola umumnya, penggunaan batu salagedang yang di kombinasikan dengan pola garis dari batu ampyangan menjadikan lengkungan lebih terasa jelas di tengah - tengah perkerasan beton yang di susun dengan pola dinamis agar lebih atraktif

5.7.4. Detail Pola landscape



- Batu Bepogot
- Salagedang
- Batu Ampyangan
- Motif
- Grass Matel & rumput
- tanah

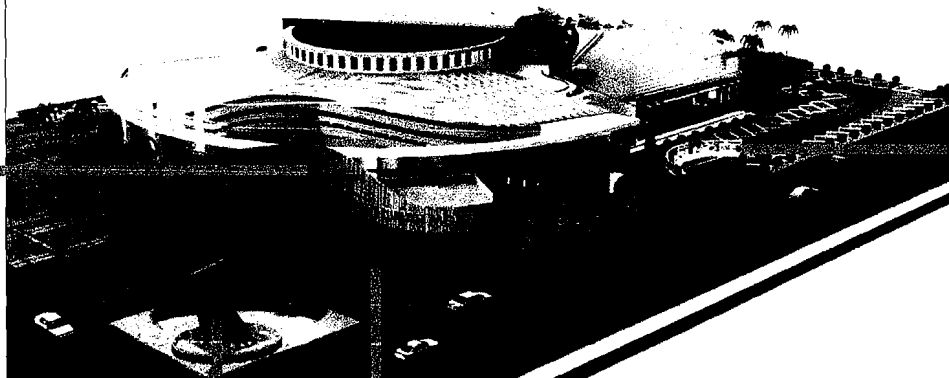
Untuk menciptakan garis - garis pola pada taman digunakan material kombinasi perkerasan dari bata, batu koral putih, batu sabak dan tanaman penutup tanah yaitu rumput manila. Pohon Palembang ditanam sesuai pola sebagai aksen tiga dimensi



### 5.8. PERSPEKTIF

#### 5.8.1. Eksterior

##### A. Eksterior 1



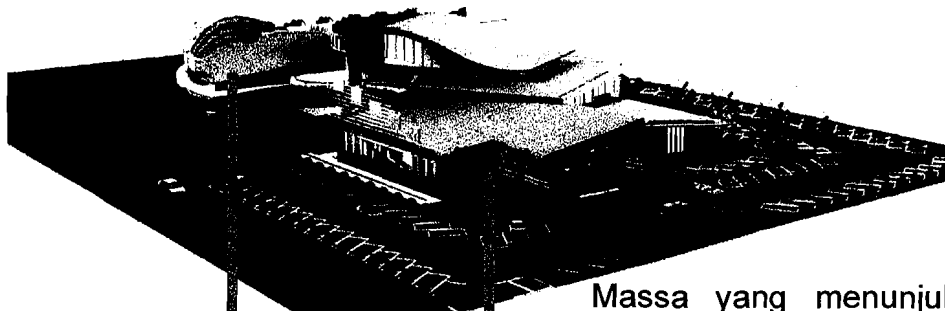
Penempatan kolam dan sculpture di sudut site sebagai eye catcher dan salah satu bentuk pencitraan siluet model wanita dan pria.

Permainan kontur yang diberi penegasan dari dinding beton warna putih berbentuk lengkung pada taman di sudut ini sebagai aksan dari keseluruhan site

Bidang lengkung pada bangunan sebagai point of interest dan bidang tempat peletakan papan nama

Gerbang penerima pada site untuk menerima pengunjung dengan ramah dan terbuka dan juga sebagai tempat peletakan papan nama bangunan

##### B. Eksterior 2

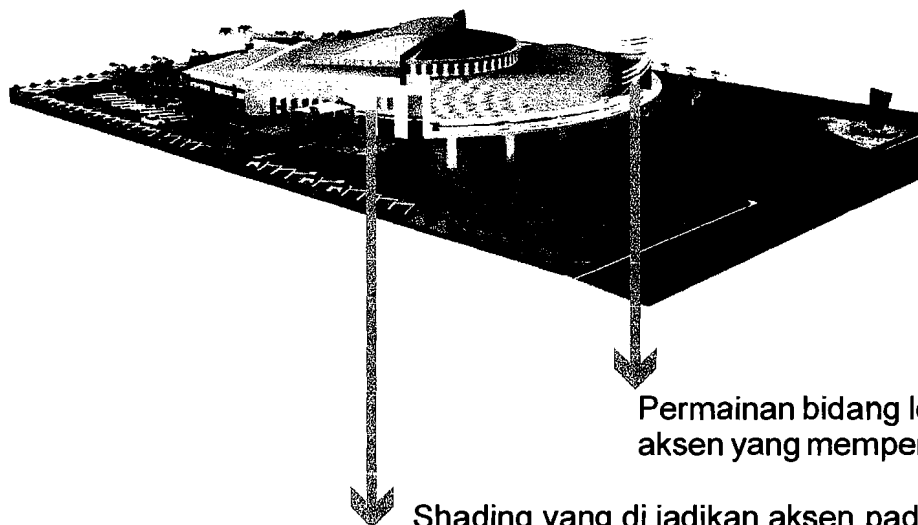


Massa yang menunjukkan siluet model pria dengan bukaan yang kaku yang juga menunjukkan sisi pria

Massa yang menunjukkan siluet model wanita yang di wujudkan dengan bidang - bidang lengkung



## C. Eksterior 3



Permainan bidang lengkung sebagai aksan yang memperkuat citra model

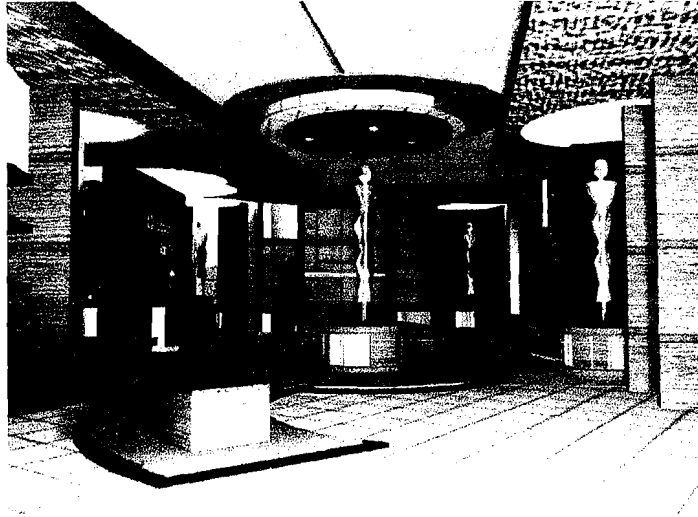
Shading yang di jadikan aksan pada massa lingkaran

## 5.8.2. Interior

## A. Interior Ruang display butik

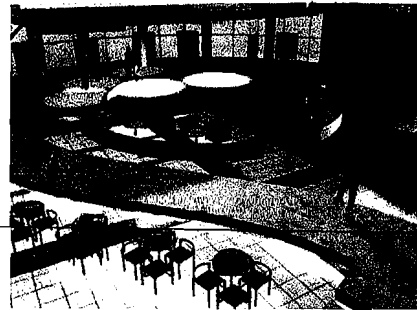
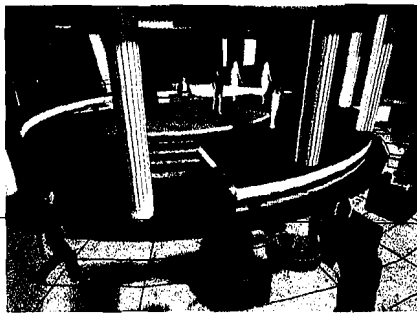


Pola lantai, peletakan meja display dan plafon seirama dalam pola lengkung yang merupakan perwujudan dari metafora siluet model wanita, berfungsi sebagai pengarah dari pintu masuk dan aksan yang atraktif pada ruang display. Keleluasaan gerak di wujudkan dengan penempatan furniture display yang minimalis. Ruang display di bagi dua berdasarkan obyek pameran, ruang kasir yang digunakan sebagai pembatas antara ruang display tersebut ditegaskan dengan sentuhan aksan merah marun sebagai pengikat dalam keseluruhan bangunan. Rak pajang doiletakkan di sisi kiri dan kanan ruang agar memberi keleluasaan gerak pada pengunjung untuk menikmati obyek



Ruang display ini terasa lebih privat dan eksklusif karena tidak langsung terlihat dari luar. Teknik display dengan obyek 3 dimensi seperti manekin lebih banyak di gunakan karena pertimbangan keawetan pada bahan. Peletakan master piece di area tengah dari ruangan sebagai visual point di pertegas dengan sorotan lampu spotlight dari plafon yang di turunkan dan dari arah bawah yang terletak di bawah panggung. Aksen merah marun menjadi point yang manis pada ruangan yang bernuansa krem dan keemasan.

#### B. Interior Ruang Café dan Catwalk



Layout café menyesuaikan pola catwalk, dengan tujuan pengunjung café dapat melihat fashion show dengan lebih dekat. Peletakan tangga pada ujung catwalk agar model dapat turun dari panggung dan dapat berinteraksi dengan pengunjung, aktivitas ini di harapkan mampu menjadi ajang yang atraktif sekaligus rekreatif bagi pengunjung Rumah Mode. Kolom - kolom pada massa yang melingkar semakin memperkuat kesan lingkaran.

## **LAMPIRAN**

### **Resume wawancara dengan Ir. Winarno sebagai ketua Perhimpunan Ahli Perancang Mode Indonesia :**

1. Yogyakarta memiliki potensi menjadi kiblat mode di Indonesia, bahkan dapat menjadi salah satu daerah di Indonesia yang mampu menduniakan mode Indonesia melalui ajang peragaan busana yang di laksanakan secara kontinyu
2. Yogyakarta adalah satu – satunya daerah di Indonesia yang masih memiliki wadah organisasi mode yang aktif
3. Dengan adanya Rumah Mode yang terintegrasi maka mempermudah masyarakat mengenal lebih jauh kreasi dan produk perancang lokal yang memiliki potensi besar
4. Fungsi yang penting untuk di wadahi selain kegiatan komersial adalah kegiatan informasi berupa museum yang dapat memperkenalkan tentang potensi bahan lokal yang di miliki daerah Jogjakarta mengingat masalah yang biasa di alami perancang lokal adalah semakin susahnya bahan yang bermutu, dengan demikiah masyarakat juga dapat lebih mengenal tentang produk lokal dan tempat produksinya, misalnya batik Mbok Sabar di Kulon Progo
5. Rumah Mode sebaiknya mampu menjadi pemicu peningkatan nilai kreativitas para perancang mode lokal terutama perancang pemula sehingga Kota Jogjakarta memiliki desainer – desainer bermutu

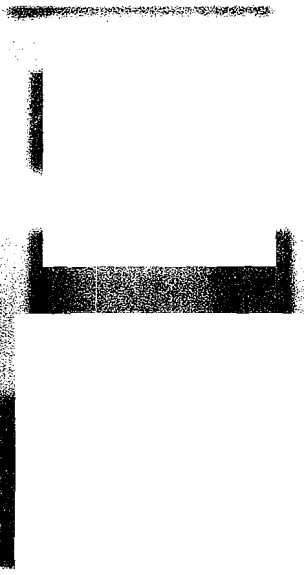
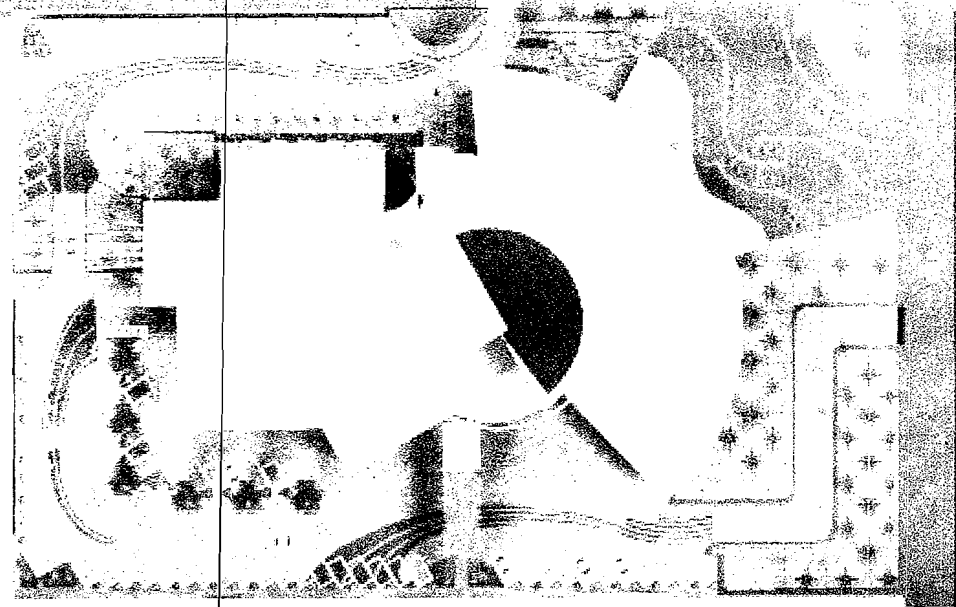


**Resume wawancara dengan Afif Syakur ( Pemilik Apip's Batik dan Ketua Assosiasi Perhimpunan Perancang Mode Indonesia ) :**

1. Teknik Display yang di anggap optimal dalam melayani klien adalah penyajian dalam ruang yang berbentuk gallery
2. Untuk penghawaan dan pencahayaan harus sangat memperhatikan sifat dan karakteristik bahan karena berhubungan dengan keawetan bahan, Misal Untuk batik, pada saat proses pembuatan sangat memerlukan intensitas cahaya yang tinggi sehingga sebaiknya berada di ruangan terbuka, tetapi saat sudah melewati proses pembuatan, batik memerlukan pencahayaan yang minimal
3. Desainer Jogjakarta yang sudah di kenal di Indonesia umumnya menghasilkan produk adi busana ( haute Couture ) dan lebih banyak membidik konsumen di kalangan menengah ke atas, Sebaliknya untuk perancang pemula lebih banyak memakai system mass product dan kalangan yang di bidik pun cenderung ke menengah ke bawah
4. Untuk pengaturan lay out ruang, sebaiknya di atur untuk memberi privasi yang tinggi pada seluruh desainer yang di wadahi dalam bangunan Rumah Mode tersebut, dengan cara mengatur agar antara butik yang satu dengan yang lain tidak berinteraksi secara langsung sehingga dalam berkreasi para perancang tetap merasa memiliki privasi

## DAFTAR PUSTAKA

1. Bentuk, Ruang Dan Susunannya, Francis D.K.Ching
2. Dewi, Edisi April 2005
3. Serial Rumah, Lighting, 2005
4. Data Arsitek Jilid 2
5. Dimensi, Manusia Dan Ruang Interior
6. Tokyoahead.com
7. Poetics Of architecture, Anthony Antoniades



**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV  
TAHUN AKADEMIK  
2004/2005**

**RUMAH MODE DI JOG.JAKARTA**

SEBAGAI WADAH INFORMASI, PROMOSI, DfA. PENGISAHAN YANG INKUIRIF DAN KREATIF DENGAN PENDEKATAN 3-DIMENSI

**DOSEN PEMBIMBING**

**IR. MUNICHY B . E ,M. Arch**

**IDENTITAS MAHASISWA**

NAMA	WIKI TRI WIDYASTUTI
NO. MHS	99 512 034
TANDA TANGAN	

**NAMA GAMBAR**

**SITUASI**

**SKALA**

**1 : 200**

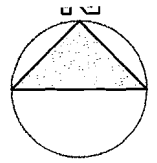
**NO. LBR**

**1**

**JML LBR**

**28**

**PENGESAHAN**



ANEKA LOGAM

GRAHA NOKIA

IMC.A

GRAHA ELEKTRONIK

RUMAH MAKAN TOJOYO

SALON ENDANG

PRINT LASER

TJS

PERMATA BANK

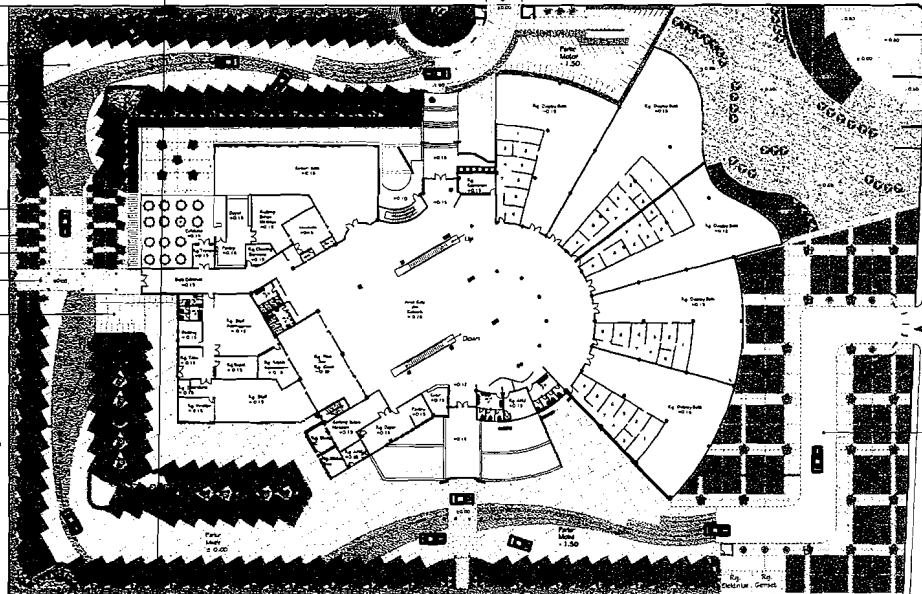
JL. URIP SUMOHARJO

POLITEKNIK LPP

Batas Asapad Tumpang Paha  
Garis Rokok (Rumpal Graha)  
Perumahan Dada  
Dada Sempayang Dada  
Dada Asapad Wana Pak

Kampus Manda  
Pak Tanah  
Dada Asapad Wana Pak  
Dada Dada

Batas Asapad Tumpang Paha



JL. TRIBRATA

Sekeloa  
Lada 07  
Taman Pasop Tandi  
Pondok Beton Wana Pak

JAMSOSTEK

HOTEL YOGYA PLASA

Batas Asapad Tumpang Paha

KETERANGAN	
	Parkir Bay
	Carport
	Sempang Dada
	Tumpang Paha
	Dada
	Dada Sempayang
	Dada Asapad
	Dada Wana Pak



**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE I  
SEMESTER GANJIL  
TH. 2004/2005

**RUMAH MODE DI JOGJAKARTA**

SEBAGAI WADAH INFORMASI, PROMOSI DAN PEMASARAN YANG ATRAKTIF DAN REKREATIF DENGAN PENDEKATAN SIKUET NOODL

**DOSEN PEMBIMBING**

R. MUNICHY B.E, MARCH

**IDENTITAS MAHASISWA**

NAMA	WIWIK TRI WIDYASTUTI
NO. MHS	99 512 034
TANDA TANGAN	

**NAMA GAMBAR**

SITE PLAN

**SKALA**

1 : 400

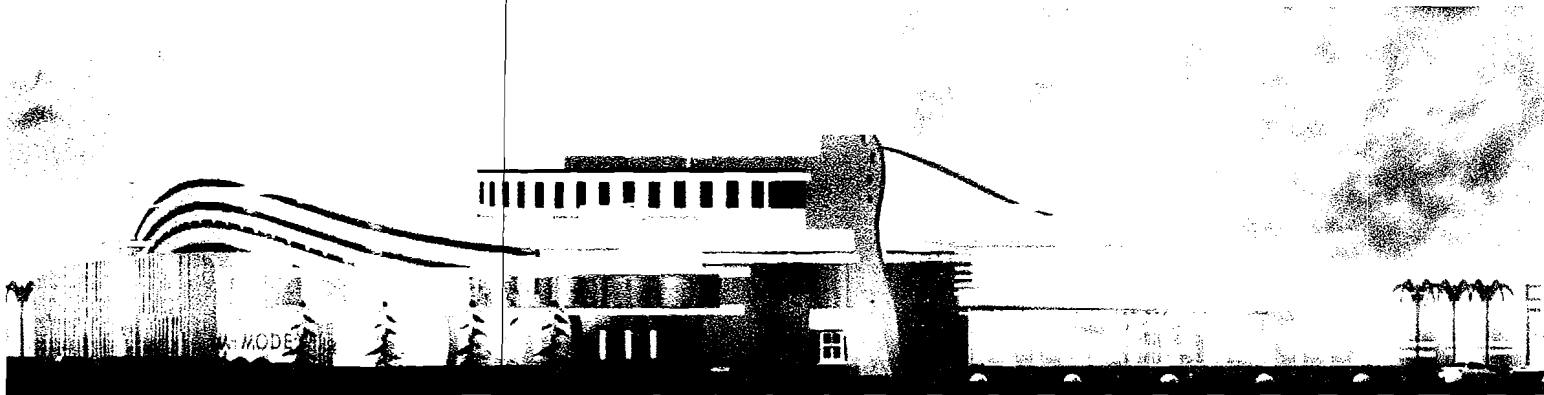
**NO. LBR**

2

**JML LBR**

28

**PENGESAHAN**



**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

PERIODE IV  
TAHUN AKADEMIK  
2004/2005

RUMAH MODE DI JOGJAKARTA

SEBAGAI WACANA INFORMASI, PROPOSAL DAN PERANCANGAN YANG ARSITEKTUR DAN  
KREATIF DENGAN "TENDAK"AN SLEKET MODE.

**DOSEN PEMBIMBING**

IR. MUNICHY B. E., M. Arch

**IDENTITAS MAHASISWA**

NAMA	WIKI TRI WIDYASTUTI
NO. MHS	99 512 034
TANDA TANGAN	

**NAMA GAMBAR**

TAMPAK DEPAN DAN BELAKANG

**SKALA**

1 : 200

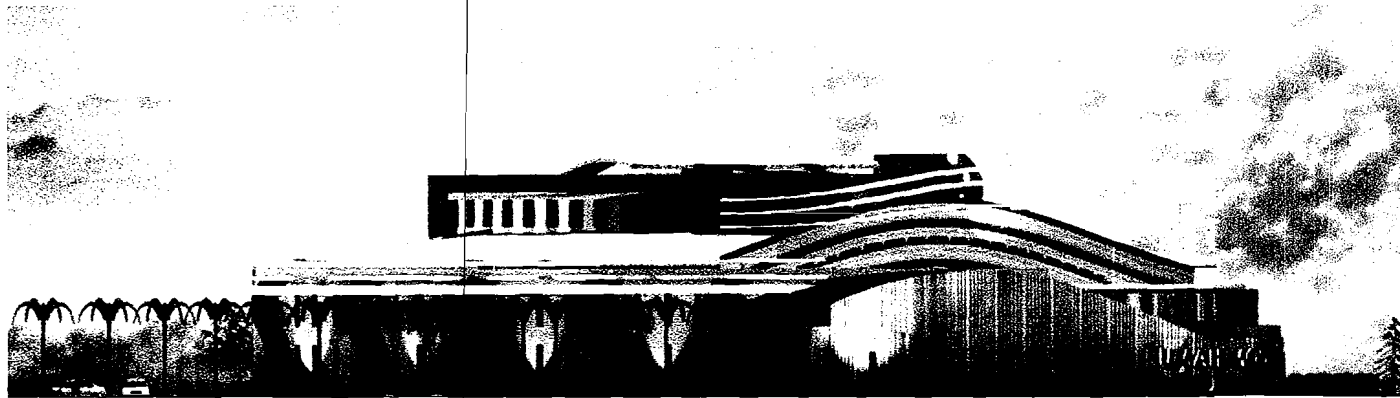
**NO. LBR**

6

**JML LBR**

28


**PENGESAHAN**

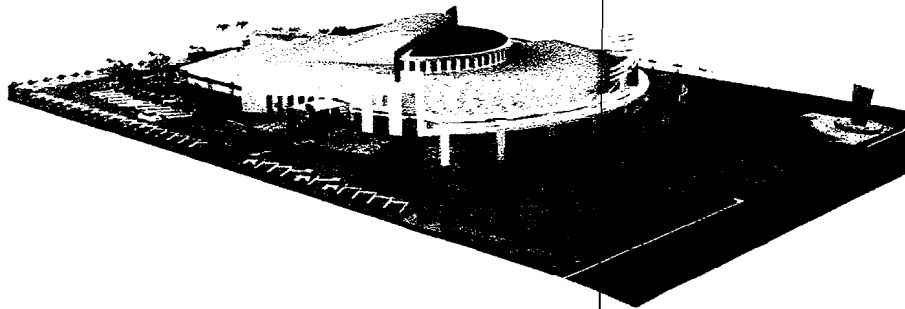
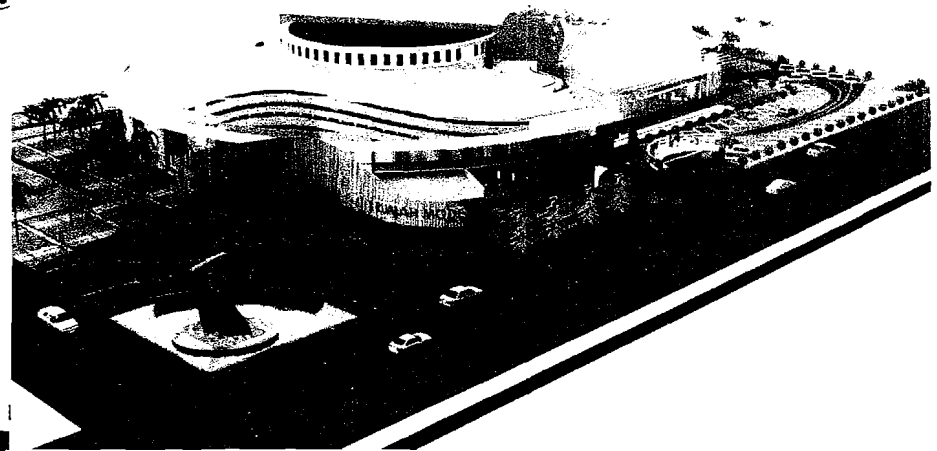
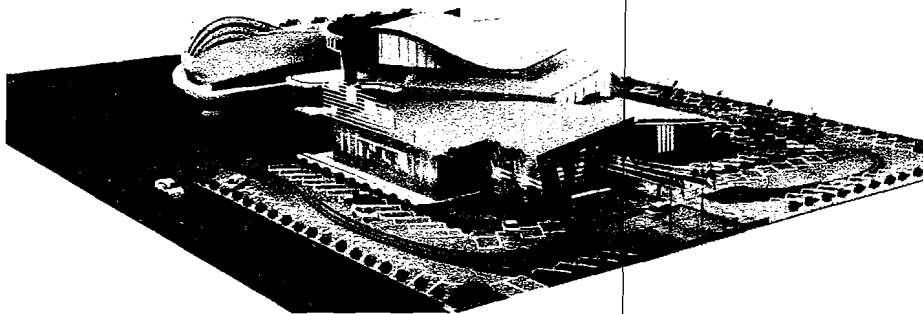


**TAMPAK SAMPING KIRI**



**TAMPAK SAMPING KANAN**

 <p><b>TUGAS AKHIR</b> JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA</p>	<p><b>PERIODE IV TAHUN AKADEMIK 2004/2005</b></p>	<p><b>RUMAH MODE DI JOGJAKARTA</b> <small>SEBAGAI WADAH INFORMASI, PROMOSI DAN PEMASARAN YANG "AKTIF" DAN REKREATIF DENGAN PENDEKATAN SILUET MODE.</small></p>	<b>DOSEN PEMBIMBING</b>		<b>IDENTITAS MAHASISWA</b>		<b>NAMA GAMBAR</b>	<b>SKALA</b>	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
			IR. MUNICHY B. E., M. Arch		NAMA	WIKI TRI WIDYASTUTI					
					NO. MHS	99 512 034					
		TANDA TANGAN				TAMPAK KIRI DAN KANAN	1 : 200	7	28		



**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

**PERIODE IV  
 TAHUN AKADEMIK  
 2004/2005**

**RUMAH MCDE DI JCG.JAKARTA**

SEBAGAI SUMBER INFORMASI, PROGRAM DAN PEMBARUAN YANG AKTIF DAN  
 REKREATIF DENGAN BERKAITAN BILUET MUDI.

**DOSEN PEMBIMBING**

**IR. MUNICHY B. E., M. Arch**

**IDENTITAS MAHASISWA**

NAMA	WIWIK TRI WIDYASTUTI
NO. MHS	99 512 034
TANDA TANGAN	

**NAMA GAMBAR**

**PERSPEKTIF EKSTERIOR**

**SKALA**

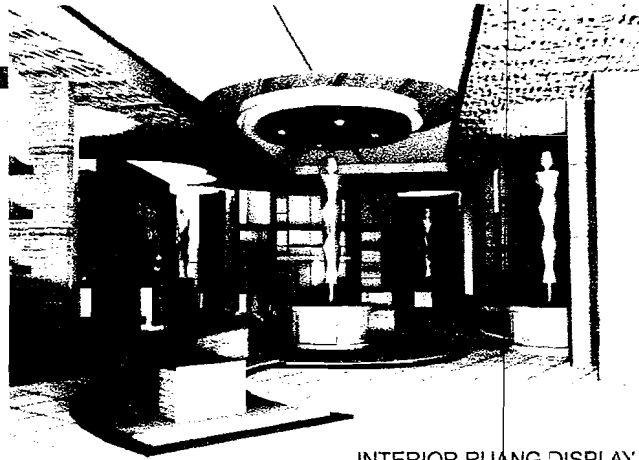
**NO. LBR**

**JML LBR**

**PENGESAHAN**

25

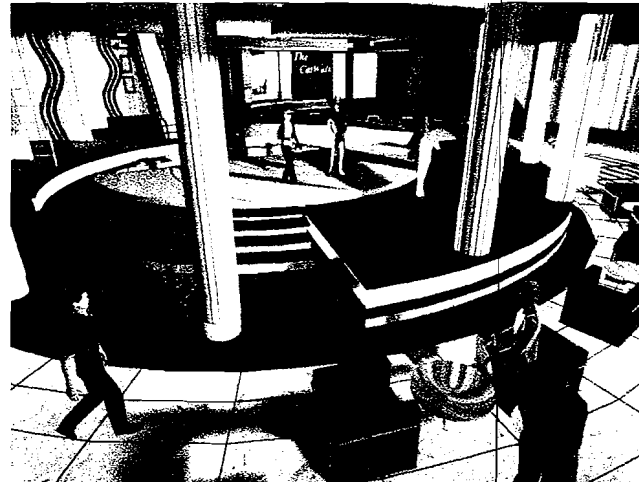
28



INTERIOR RUANG DISPLAY



INTERIOR RUANG



OR CAFÉ DAN CATWALK



**TUGAS AKHIR**  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

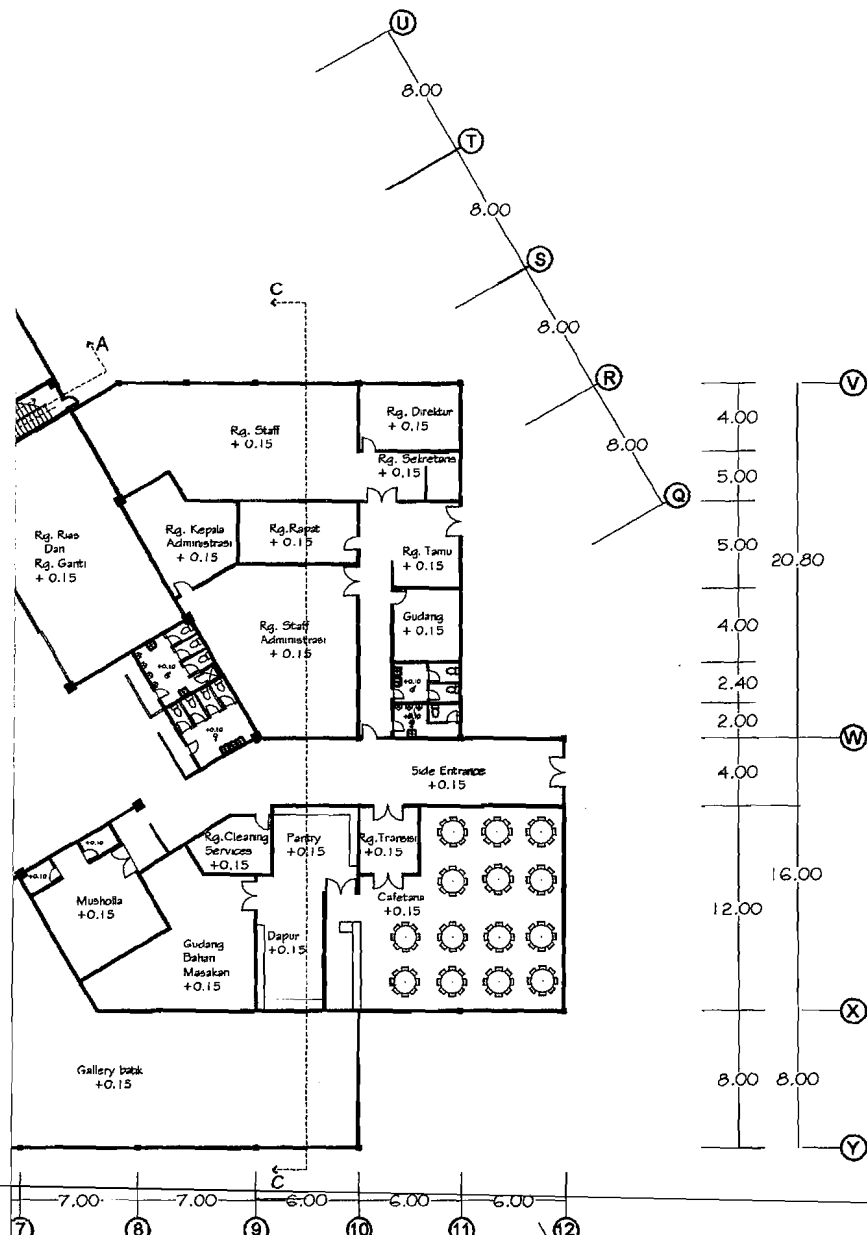
PERIODE IV  
 TAHUN AKADEMIK  
 2004/2005

**RUMAH MODE DI JOGJAKARTA**

SEBAGAI WADAH INFORMASI, PROMOSI DAN PEMASARAN YANG INTERAKTIF DAN REKREATIF  
 DENGAN PENYUSUTAN BILLET MODEL

DOSEN PEMBIMBING	IDENTITAS MAHASISWA		JUDUL GAMBAR	SKALA	LEMBAR KE	JUMLAH LEMBAR	PENGESEHAN
	NAMA	WIKIK TRI WIDYASTUTI					
IR. H.MUNICHY B.E. M.Arch	NO. MAHASISWA	99 512 034	INTERIOR				
	TANDA TANGAN						





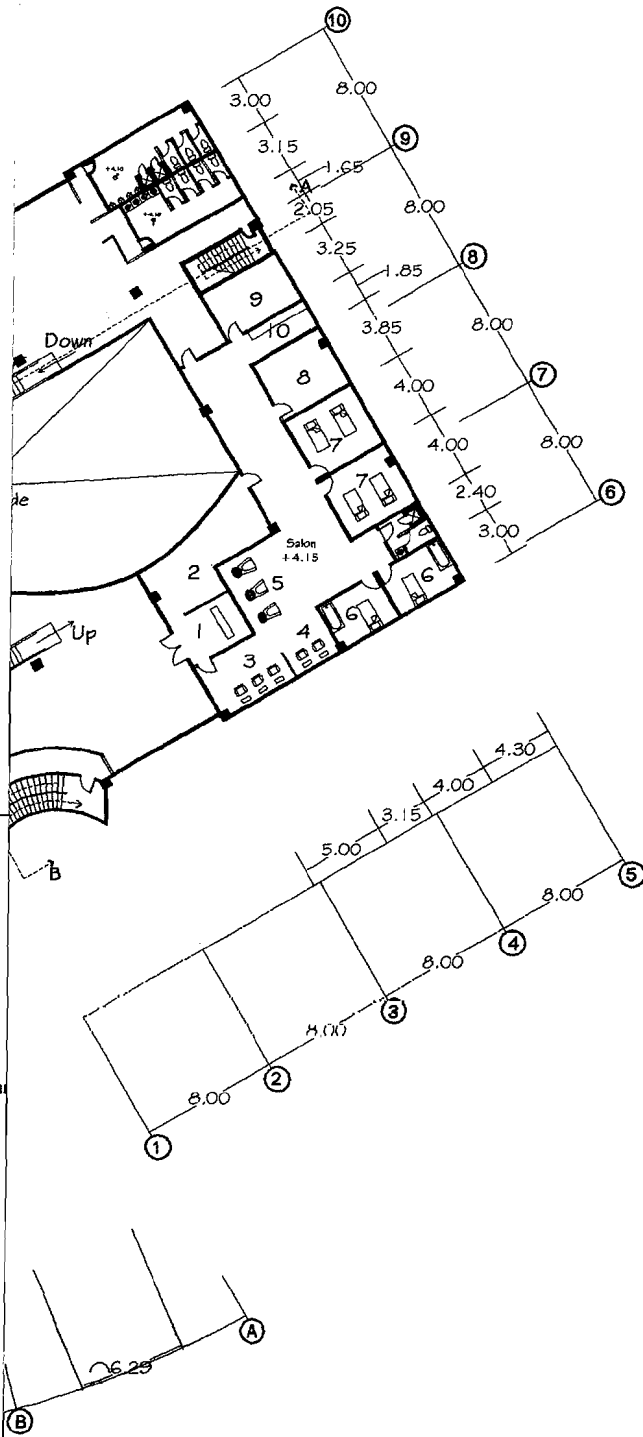
- KETERANGAN RUANG BUTIK**
1. Studio Desain
  2. Rg. Konsultasi
  3. Rg. Ukur dan Fitting
  4. Rg. Jahit
  5. Rg. Pola
  6. Rg. Finishing dan Setrika
  7. Rg. Printang
  8. Gudang Penyimpanan Kain
  9. Gudang Alat dan Bahan Jahit



**TUGAS AK**

**JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN  
UNIVERSITAS ISLAM BENERO**

	NAMA GAMBAR	SKALA	NO. LBR	JML LBR	PENGESAHAN
ASTUTI	DENAH LANTAI 1	1 : 200	4	28	



**KETERANGAN**

**RUANG BUTIK**

1. Studio Desain
2. Rg. Konsultasi
3. Rg. Ukur dan Fitting
4. Rg. Jahit
5. Rg. Pola
6. Rg. Finishing dan Setrika
7. Rg. Printing
8. Gudang Penyimpanan Kain
9. Gudang Alat dan Bahan Jahit

**RUANG SALON**

1. Kasir
2. Rg. Tunggu
3. Rg. Tata Rambut
4. Rg. Rias Wajah
5. Rg. Cuci Rambut
6. Rg. Perawatan Wajah
7. Rg. Perawatan Tubuh
8. Rg. Manicure Pedicure
9. Gudang
10. Rg. Loker



**TUGAS AKHIR**

ASTUTI  
 JURUSAN ARSITEK  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN  
 UNIVERSITAS ISLAM IN

**NAMA GAMBAR**

**SKALA**

**NO. LBR**

**JML LBR**

**PENGESAHAN**

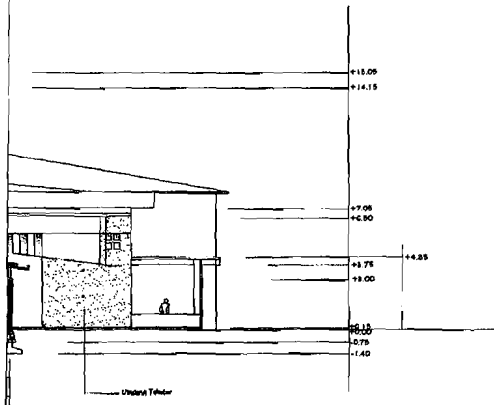
**DENAH LANTAI 2**

**1 : 200**

**5**

**28**

**POTONGAN B - B**



**POTONGAN C - C**



**TUGAS AKHIR**

JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

ASTUTI

**NAMA GAMBAR**

**POTONGAN B - B  
 DAN POTONGAN C - C**

**SKALA**

**1 : 200**

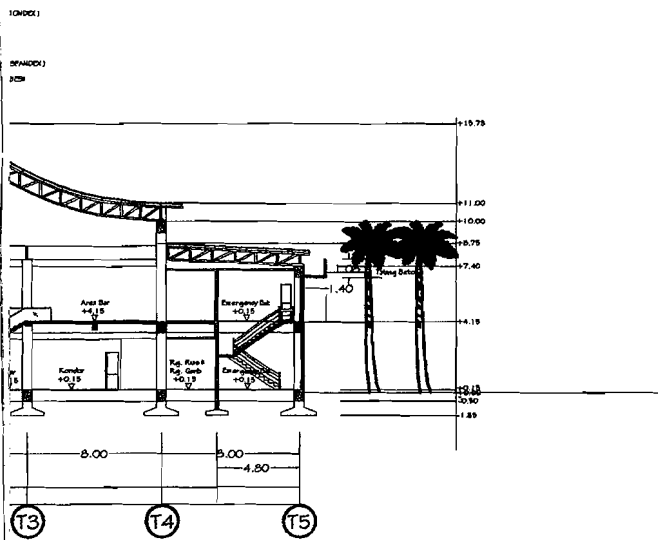
**NO. LBR**

**9**

**JML LBR**

**28**

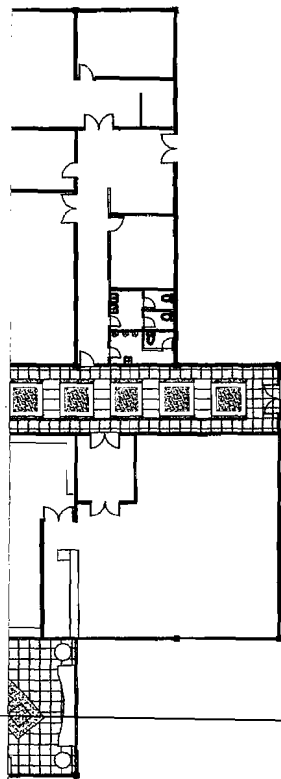
**PENGESAHAN**



**TUGAS ARSITEKTUR**

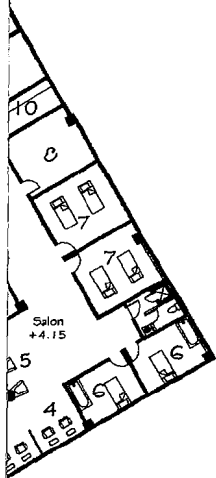
JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN  
 UNIVERSITAS ISLAM

	NAMA GAMBAR	SKALA	NO. LBR	JML LBR	PENGESAHAN
/T/	POTONGAN A - A	1 : 200	8	28	



**TUGAS A**  
 STUTI  
 JURUSAN ARSITEKTUR  
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
 UNIVERSITAS ISLAM

	NAMA GAMBAR	SKALA	NO. LBR	JML LBR	PENGESAHAN
	RENCANA POLA LANTAI 1 DAN LAYOUT FURNITURE	1 : 200	10	28	



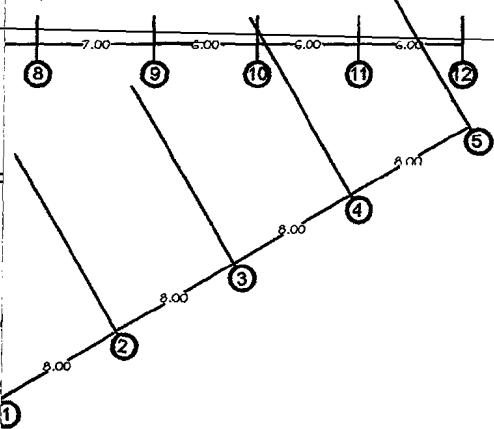
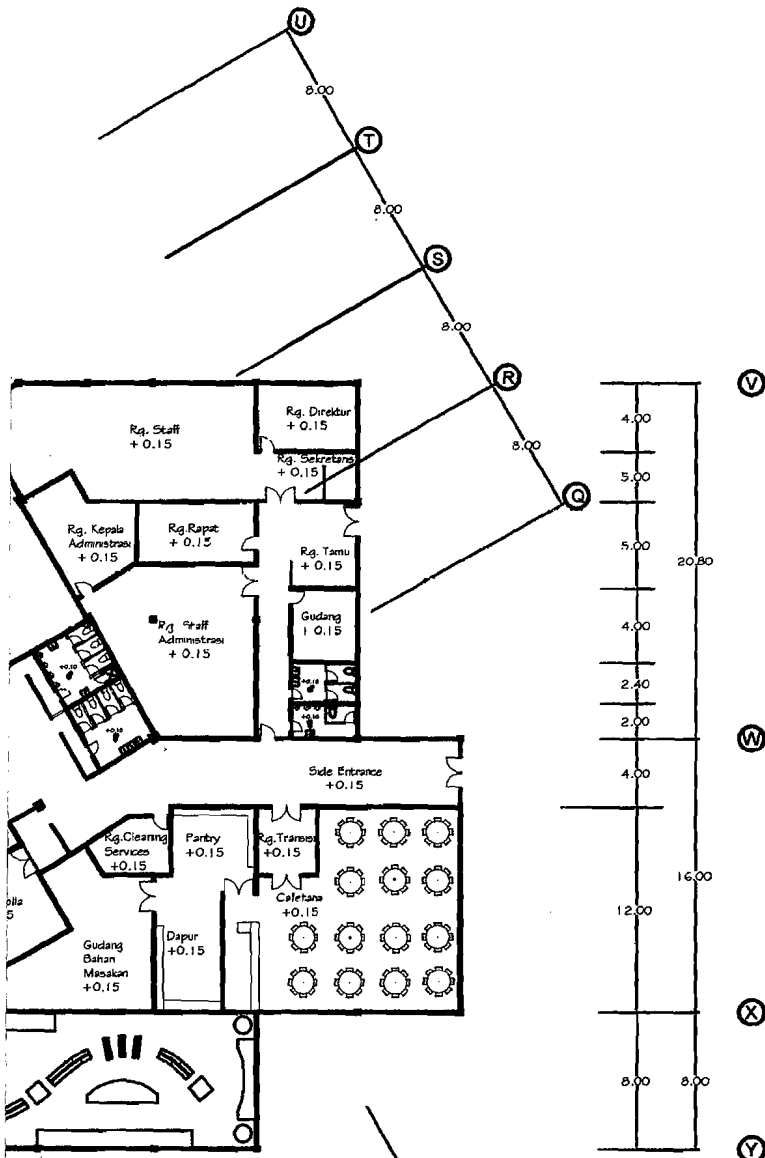
60 X 60  
KREM




**TUGAS AKHIR**

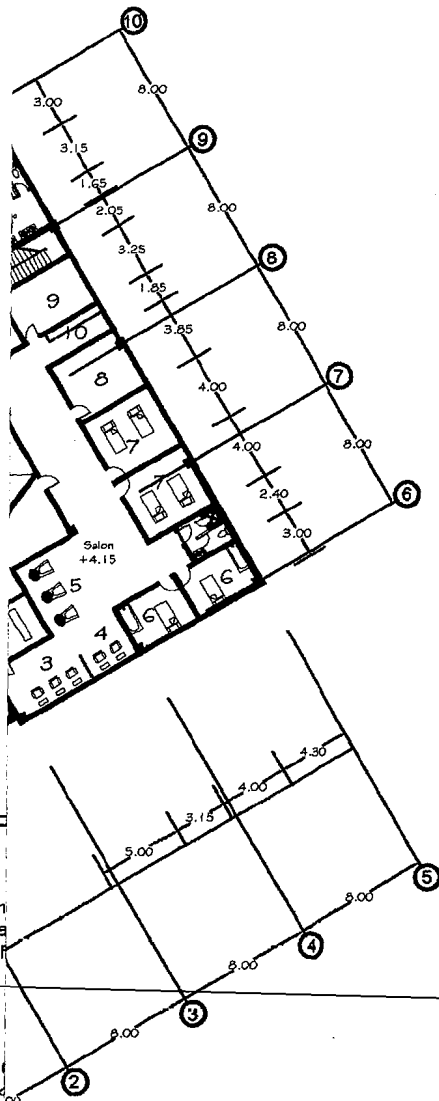
JURUSAN ARSITEKTUR  
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

NO.	NAMA GAMBAR	SKALA	NO. LBR	JML LBR	PENGESAHAN
1	RENCANA POLA LANTAI 2 DAN LAYOUT FURNITURE	1 : 200	11	28	




- KETERANGAN RUANG BUTIK**
1. Studio Desain
  2. Rg. Konsultasi
  3. Rg. Ukur dan Fitnah
  4. Rg. Jahit
  5. Rg. Pola
  6. Rg. Finishing dan
  7. Rg. Printing
  8. Gudang Penyimpan
  9. Gudang Alat dan B

	TU	<b>NAMA GAMBAR</b>	<b>SKALA</b>	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
	TUTI	LAY OUT FURNITURE RG. DISPLAY LANTAI 1	1 : 200	16	28	

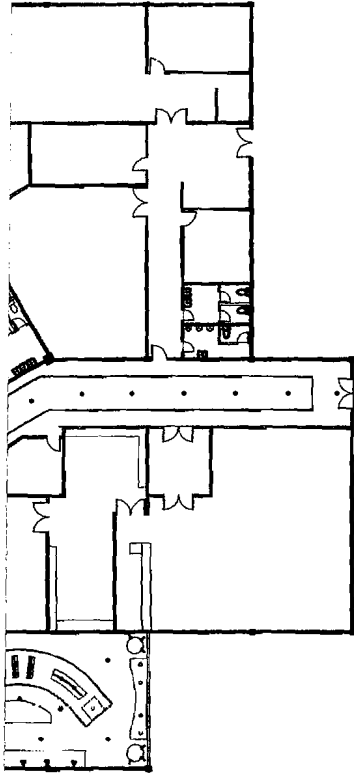


- KETERANGAN**
- RUANG BUTIK**
1. Studio Desain
  2. Rg. Konsultasi
  3. Rg. Ukur dan Potong
  4. Rg. Jahit
  5. Rg. Pola
  6. Rg. Finishing
  7. Rg. Printing
  8. Gudang Peny
  9. Gudang Alat

- RUANG SALON**
1. Kasir
  2. Rg. Tunggu
  3. Rg. Tata Rambu
  4. Rg. Rias Waj
  5. Rg. Cuci Rambu
  6. Rg. Perawatan
  7. Rg. Perawatan
  8. Rg. Manicure
  9. Gudang
  10. Rg. Loker

 <b>TUGAS</b> <b>UTRI</b> <b>JURUSAN</b> <b>FAKULTAS TEKNIK</b>	<b>NAMA GAMBAR</b>	<b>SKALA</b>	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
	<b>LAY OUT FURNITURE            RG. DISPLAY            LANTAI 2</b>	<b>1 : 200</b>	<b>17</b>	<b>28</b>	



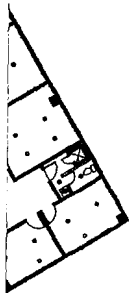


- ▲ LAMPU HALOGEN ( BACK LIGHT )
- ⊙ GENERAL LIGHTING ( COMPACT FLUERESCENT LAMPU SL WARNA KUNING)
- LAMPU HALOGEN ( DOWN LIGHT )
- ▮ LAMPU NEON ( TL )
- ▼ LAMPU HALOGEN ( UP LIGHT )




**TUGAS**  
 UTI  
 JUR  
 FAKULTAS TEK  
 UNIVERS

NAMA GAMBAR	SKALA	NO. LBR	JML LBR	PENGESAHAN
RENCANA TITIK LAMPU DENAH LANTAI 1	1 : 200	12	29	



- ▲ LAMPU HALOGEN DACK LIGHT
- ⊙ GENERAL LIGHTING ( LAMPU SL / PL WARNA KUNING)
- LAMPU HALOGEN ( DOWN LIGHT )
- ▮ LAMPU NEON ( TL )
- ▼ LAMPU HALOGEN ( UP LIGHT )

	<b>TUGAS</b>	<b>NAMA GAMBAR</b>	<b>SKALA</b>	<b>NO. LBR</b>	<b>JML LBR</b>	<b>PENGESAHAN</b>
	TUTI	<b>RENCANA TITIK LAMPU DENAH LANTAI 2</b>	<b>1 : 200</b>	<b>13</b>	<b>28</b>	
	JURUSAN <b>FAKULTAS TEKNIK</b> UNIVERSITAS					