

ABSTRAKSI

Mode adalah sesuatu yang dinamis, cepat berubah, dan desainer adalah seorang yang menawarkan alternatif baru dalam berbusana kepada masyarakat pemakai. Inovasi-inovasi baru yang muncul dari tangan desainer akan dilihat oleh pengamat maupun masyarakat pemakai, tetapi yang menjadi penentu selanjutnya adalah masyarakat itu sendiri. Dengan demikian mempelajari mode berarti mempelajari kebiasaan, gaya hidup dan budaya masyarakat.

Ini berarti pula bahwa antara desainer dan masyarakat harus mempunyai titik temu, dimana pada titik tersebut insan-insan mode dapat bertemu, berinteraksi dan menyatukan aspirasi. Diharapkan hubungan yang saling menguntungkan dapat terjadi: dimana terjadi proses *take and give* antara calon desainer, pengusaha dan masyarakat.

Pusat informasi mode (*Fashion Center*) adalah titik temu dimana siswa (calon desainer) dan masyarakat saling belajar. Pusat informasi mode merupakan penggabungan kegiatan siswa yang belajar secara formal melalui pendidikan (sekolah mode) dan kegiatan masyarakat yang belajar secara non formal melalui kegiatan komersial (promosi dan informasi). Diharapkan wadah ini dapat dimanfaatkan oleh siswa untuk mempelajari perilaku mode masyarakat dan sebaliknya, masyarakat dapat memperoleh informasi mode melalui peragaan, seminar, ceramah, konsultasi mode maupun galeri karya siswa sekolah mode.

Kegiatan pendidikan dan komersial yang ditampung dalam pusat informasi mode tersebut mempunyai karakter yang berbeda, oleh karena itu diperlukan tolok ukur-tolok ukur yang dapat digunakan untuk menyatukan kedua kegiatan *fashion* tersebut. Tolok ukur tersebut diharapkan dapat menyatukan kedua kegiatan tersebut secara fungsional maupun secara spasial.