

**LAPORAN PERANCANGAN
TUGAS AKHIR**

FASHION CENTER DI YOGYAKARTA

***Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif
Parang***

FASHION CENTER IN YOGYAKARTA

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



Disusun Oleh :

AGUNG SETIYOSO 06 512 036

Dosen Pembimbing

Ir. MUNICHY B EDREES, M. Arch. IAI

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2011**

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

FASHION CENTER DI YOGYAKARTA

Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif Parang

FASHION CENTER IN YOGYAKARTA

With the Stressing in the Transformation Arrangement Parang Batik Motive

Disusun Oleh :

AGUNG SETIYOSO 06 512 036

Tugas Akhir Ini telah di seminarkan pada tanggal 18 Februari 2011

Disetujui oleh :

Dosen Penguji

Dosen Pembimbing

Ir. Revianto Budi Santosa, M. Arch. IAI

Ir. Munichy B Edrees, M. Arch. IAI

Mengetahui,

Ketua Jurusan Arsitektur

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

Universitas Islam Indonesia

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

CATATAN DOSEN PEMBIMBING

Berikut adalah penilaian buku laporan akhir :

Nama mahasiswa : Agung Setiyoso

Nomor mahasiswa : 06 512 036

Judul tugas akhir : FASHION CENTER IN YOGYAKARTA

With the Stressing in the Transformation Arrangement

Parang Batik Motive

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

Sehingga,

Direkomendasikan / tidak direkomendasikan *) mohon dilingkari

Untuk menjadi acuan produk tugas akhir

Yogyakarta, Februari 2011

Dosen Pembimbing

Ir. Munichy B Edrees, M. Arch. IAI

HALAMAN PERNYATAAN

PERNYATAAN

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

Yogyakarta, Februari 2011

AGUNG SETIYOSO

Karya Tugas Akhir ini Kupersembahkan untuk :

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

MOTTO

Sungguh, bersama kesukaran itu pasti ada kemudahan , sungguh bersama kesukaran itu pasti ada kemudahan.Oleh karena itu , jika kamu telah selesai dari suatu tugas , Kerjakan tugas lain dengan sungguh-sungguh dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu memohon dan mengharap.

(Qs ASY SYARH ayat 5-8)

KATA PENGANTAR

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

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

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

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

DAFTAR ISI

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

1.3.2. Permasalahan Khusus.....	15
1.4. Tujuan dan Sasaran.....	15
1.4.1. Tujuan.....	15
1.4.2. Sasaran	15
1.5. Keaslian Tugas Akhir dan Kebaharuan.....	16
BAB II Tinjauan Literature dan Data	
2.1. Tinjauan Fashion Center.....	18
2.1.1. Pengertian Fashion Center.....	18
2.1.2. Sejarah Fashion.....	19
2.1.3. Tinjauan Perkembangan Fashion.....	21
2.1.4. Fungsi Fashion Center.....	24
2.2. Karakteristik Pengunjung Fashion Center.....	26
2.2.1. Penerapan karakteristik ke dalam fashion center dari segi arsitektural	26
2.2.2. Pola Kegiatan Fashion Center.....	35
2.2.3. Spesifikasi Pengguna	36
2.2.4. Kegiatan Yang Diwadahi.....	38
2.3. Study Kasus.....	46
2.3.1. Karya arsitek Frank O Gehry	46
2.3.2. Karya arsitek Kenzo Tange.....	48
2.3.3. Karya arsitek Daniel Libeskind.....	50
2.4. Data site	51
BAB III Metodologi	

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

DAFTAR TABEL

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

DAFTAR GAMBAR

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

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

FASHION CENTER DI YOGYAKARTA
Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif Parang
Disusun Oleh
Agung Setiyoso_06512036
Dosen Pembimbing:
Ir.Munichy B Edrees.,M.Arch.,IAI

ABSTRAK

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

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

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

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

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

By:
Agung Setiyoso_06512036
Dosen Pembimbing:
Ir.Munichy B Edrees.,M.Arch.,IAI

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

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

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

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

BAB I

Pendahuluan

1. 1 Judul

FASHION CENTER YOGYAKARTA

Desain Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Batik Motif Parang.

1.1.1 Pengertian Judul

Fashion Center Yogyakarta

Fashion¹ : Bentuk tata tertib,cara,ragam,model
(pakaian, potongan rambut,corak hiasan,dsb)ragam,cara,atau bentuk yang terbaru pada suatu waktu tertentu yang selalu berubah dari waktu ke waktu sesuaidengan alur kehidupan).

Center² : Pusat, [n] (1) tempat yg letaknya di bagian tengah: Istana Merdeka letaknya di -- kota Jakarta; (2) titik yg di tengah-tengah benar (dl bulatan bola, lingkaran, dsb): -- bumi; -- lingkaran; (3) pusat; (4) pokok pangkal atau yg menjadi pumpunan (berbagai-bagai urusan, hal, dsb): perguruan tinggi harus menjadi -- berbagai ilmu pengetahuan; (5) orang yg membawahkan berbagai bagian; orang yg menjadi pumpunan dr bagian-bagian.

1.1.2 Pengertian Sub Judul

Desain Dengan Penekanan Perancangan Transformasi Bentuk Corak Batik Yogyakarta.

Desain³ : [n] (1) kerangka bentuk; rancangan: -- mesin pertanian itu

¹ . kamus lengkap inggris/Indonesia/Indonesia/inggris,hal 23.kamus besar edis iii,balai pustaka2001

² .www.kamusbahasaIndonesia.org

³ .www.kamusbahasaIndonesia.org

dibuat oleh mahasiswa fakultas teknik; (2) motif; pola;
corak: --

batik Indonesia banyak ditiru di luar negeri.

Penekanan⁴ : [n] proses, cara, perbuatan menekan atau menekankan:
~penyebaran penyakit terletak pd usaha keras aparat
kesehatan.

Perancangan⁵ : [n] proses, cara, perbuatan merancang: ~ bangunan itu
dilakukan oleh seorang ahli yg masih muda.

Transformasi⁶ : [n] (1) perubahan rupa (bentuk, sifat, fungsi, dsb): Asia
Tenggara diliputi suasana transisi dan -- akibat
kemenangan mereka; terjemahan puisi yg baik kerap
kali menuntut -- secara besar-besaran; (2) Ling
perubahan struktur gramatikal menjadi struktur
gramatikal lain dng menambah, mengurangi, atau
menata kembali unsur-unsurnya.

Bentuk⁷ : [n] (1) lengkung; lentur: -- taji; -- kuku; -- busur; (2)
bangun;
gambaran: benarkah setan itu -- nya spt manusia?; (3)
rupa; wujud: -- rumah adat Palembang hampir sama dng
rumah adat di Jawa Tengah; (4) sistem; susunan
(pemerintahan,
perserikatan, dsb): -- pemerintahan negara itu adalah

⁴ . www.kamusbahasaIndonesia.org

⁵ . www.kamusbahasaIndonesia.org

⁶ . www.kamusbahasaIndonesia.org

⁷ . www.kamusbahasaIndonesia.org

republik; (5) wujud yg ditampilkan (tampak): menolak
penjajahan di segala -- nya; (6) acuan atau susunan
kalimat:
-- tunggal; -- (kalimat) pasif; (7) kata penggolong bagi
benda
yg berkeluk (cincin, gelang, dsb): ia membeli dua –
cincin emas.

Corak⁸ : [n] (1) bunga atau gambar (ada yg berwarna-warna) pd
kain
(tenunan, anyaman, dsb): -- kain sarung ini kurang
bagus;
besar-besar -- kain batik itu; (2) berjenis-jenis warna pd
warna dasar (tt kain, bendera, dsb): dasarnya putih, -- nya
merah; (3) ki sifat (paham, macam, bentuk) tertentu:
perkumpulan itu tidak tentu -- nya; -- politiknya tidak tegas.

Batik⁹ : [n] kain bergambar yg pembuatannya secara khusus dng
menuliskan atau menerakan malam pd kain itu, kemudian
pengolahannya diproses dng cara tertentu; kain batik.

⁸ .www.kamusbahasaIndonesia.org

⁹ .www.kamusbahasaIndonesia.org

1.2 Latar Belakang

1.2.1 Yogyakarta Sebagai Kota Budaya



Gambar 1.1 : Peta Kota Yogyakarta.

Sumber

http://id.wikipedia.org/wiki/Berkas:Locator_yogya_final.png

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

Dasar Hukum: U.U.No 3/1950

Ibukota : Yogyakarta

Luas : 3.185,80 km²

Penduduk : 3.434.534 (2007)¹⁰

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

¹⁰ .www.wikipedia.org

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

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



Gambar 1.2 : Pariwisata jogja

Sumber: <http://ladangkata.com/2008/01/05/jogja-labuan-rindu-yang-tak-pernah-sepi/&imgurl=http://ladangkata.com/wp-content/uploads/2008/01/jajaran-prajurit.jpg>

1. 2 .2 Fashion

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



Gambar 1.3 : Membatik

Sumber :

http://ilambra.blogspot.com/2009_04_01_archive.html&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/_y9X6Rxa3r6o/SdjGcvlxugI/AAAAAAAAAnA/uLh7KuM1zoM/s400/membatik.JPG

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

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

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



Gambar 1.4 : Motif batik

Sumber : <http://www.batikyogyakarta.com/kisah-di-balik-motif-parang-rusak/&imgurl=http://www.batikyogyakarta.com/wp-content/uploads/2009/12/parangrusakbarong.JPG>

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

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

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

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

Tabel 1.1

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

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

Sumber: www.visitingjogja.com

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

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

1.2 .3 Latar Belakang Pembangunan Fashion Center

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

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

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



Gambar 1.6 : Bangunan Bersejarah

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=benteng+vredeburg&um=1&hl=id&as_st=y&tbs=isch:1&tbnid=T99mNDpPLz89mM:&imgrefurl=http://exsistability.blogspot.com/&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_ooiBdhevEQ/SwzPWh10TzI/AAAAAAAAABI/4s3ldtiOuBM/s1600/Benteng%252BVredeburg.jpg

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

Tabel 1.2

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

Sumber: www.visitingjogja.com

Tabel 1.3
Beberapa Nama Agency-agency modelling di yogyakarta

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

Sumber:Data survei

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

Tabel 1.4
Beberapa Nama desainer yogyakarta

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

Sumber:Data survei

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

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

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

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

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

1.3 Permasalahan

1.3.1 Permasalahan Umum

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

1.3.2 Permasalahan Khusus

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

1.4 Tujuan dan Sasaran

1.4.1 Tujuan

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

1.4.2 Sasaran

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

1.5 Keaslian Tugas Akhir dan Kebaharuan

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

Tabel 1.5

Tugas Akhir tentang fashion

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

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

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

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

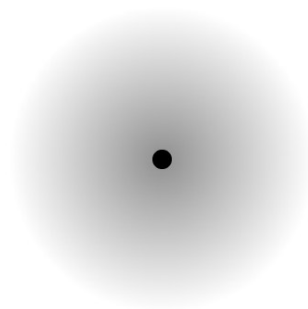
BAB II

Tinjauan Literature dan Data

2.1 Tinjauan Fashion Center

2. 1.1 Pengertian Fashion Center

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



Gambar 2.1 : Titik Pusat

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=mosaicworld&um=1&hl=id&sa=G&as_st=y&tbs=isch:1&tbnid=m5oi-vvfWUEa_M:&imgrefurl=http://mosaicworld.wordpress.com/my-weird-theory/mata-manusia/&imgurl=http://mosaicworld.files.wordpress.com/2009/04/vanish5.jpg

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

¹² .www.kamusbahasaindonesia.org

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

2. 1.2 Sejarah Fashion

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

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

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



Gambar 2.2 : Busana Pengantin

Sumber:

http://ipforum.dailyforum.net/viewtopic.php%253F%253D4%2526t%253D2650%2526st%253D0%2526sk%253Dt%2526sd%253Da%2526start%253D100&imgurl=http://www.duniawedding.com/wedding/plugins/content/contentoptimizer/6bacfd75af814b7ed7c7f43abb819bdc7cde430e_314x434_Q75.jpeg

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

¹⁴ .Kompas Edisi 5 Juni 2005

¹⁵ .Peragaan Busana

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



Gambar 2.3 : Busana New Clasic

Sumber:

<http://www.theepochtimes.com/n2/content/view/14462/&imgurl=http://www.theepochtimes.com/n2/images/stories/large/2009/03/29/TommyHilfiger-man.jpg>

- 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.



Gambar 2.4 : Busana Trend

Sumber: <http://bortysworld.com/wp-content/uploads/william-rast-spring-2010-3.png>

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

2.1.3 Tinjauan Perkembangan Fashion

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

Teori Tentang Fashion

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.1.4 Fungsi Fashion Center

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

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



Gambar 2.5 : Informasi Fashion

Sumber: <http://www.eramuslim.com/berita/dunia/jakarta-kuala-lumpur-dan-dubai-akan-jadi-pusat-mode-busana-muslim-dunia.htm&imgurl=http://www.eramuslim.com/fckfiles/Image/pic6%2829%29.jpg>

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



Gambar 2.6 : Fashion show

Sumber:
http://news.bbc.co.uk/2/hi/in_pictures/5141678.stm&imgurl=http://newsimg.bbc.co.uk/media/images/41841000/jpg/41841166_van_noten_group.jpg

- c. Sebagai tempat pemasaran dan penjualan hasil produksi.



Gambar 2.7 : Belanja

Sumber:

http://www.radisson.com/hotels/chnsgnhw/locations&imgurl=http://www.radisson.com/rad/images/hotels/CHNSGHNW/Shopping_450.jpg

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

2. 2. Karakteristik Pengunjung Fashion Center

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

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

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

a. Menyenangkan



Gambar 2.8 : Shopping

Sumber:

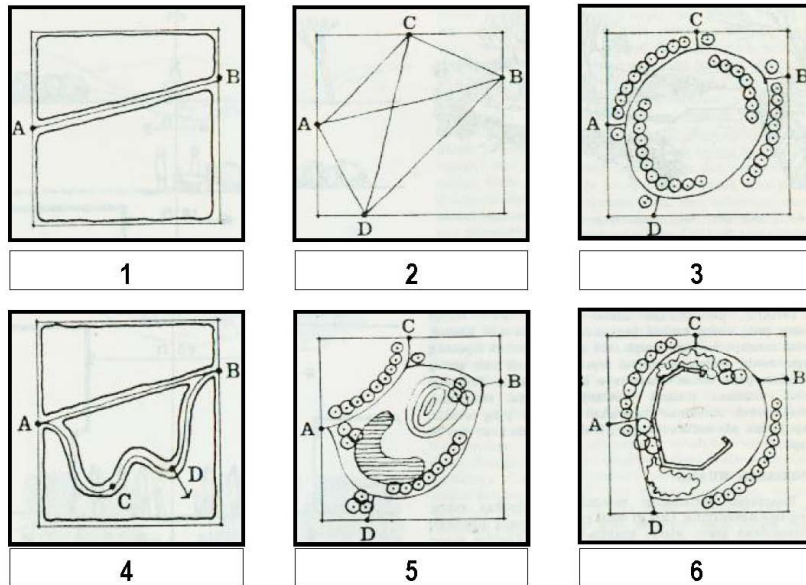
http://www.google.co.id/imglanding?q=shopping&um=1&hl=id&biw=1360&bih=579&as_st=y&tbs=isch:1&tbnid=oC8kjVCogTQVM:&imgrefurl=http://www.arizonafoothillsmagazine.com/valleygirlblog/shopping/10-holiday-shopping-tips&imgurl=http://www.arizonafoothillsmagazine.com/valleygirlblog/wp-content/uploads/holiday-shopping-tips.jpg

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

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

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

SIRKULASI TAMAN

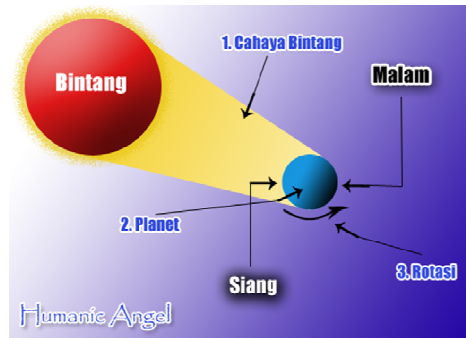


Gambar 2.9 : sirkulasi

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

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

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

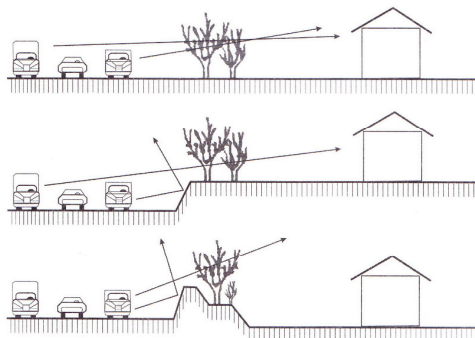


Gambar 2.10 : Iklim

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=terjadinya+siang+dan+malam&um=1&hl=id&biw=1360&bih=579&as_st=y&tbs=isch:1&tbnid=jAHPXhuBYVw4qM:&imgrefurl=http://forumkristen.com/komunitas/index.php%253Ftopic%253D81045&imgurl=http://img530.imageshack.us/img530/8797/ilustrasi1copyfo4.jpg

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



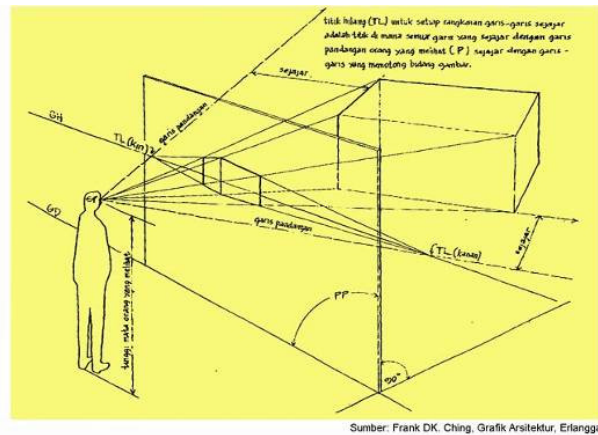
Gambar 5.1. Kondisi permukaan bumi yang rata atau berbukit yang memungkinkan terjadinya reduksi oleh penghalang secara alamiah (Egan, 1976)

Gambar 2.11 : Kebisingan

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=sketsa+jarak+jalan+dan+bangunan&um=1&hl=id&as_st=y&tbs=isch:1&tbnid=yri3i8ZhTHT2JM:&imgrefurl=http://bondanprihastomo.wordpress.com/tag/apartemen/&imgurl=http://bondanprihastomo.files.wordpress.com/2010/04/img_0002a.jpg

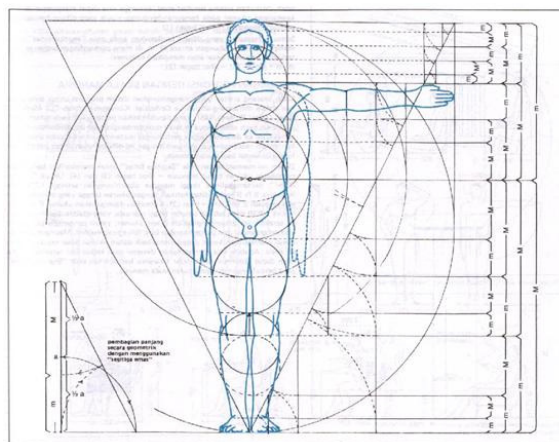
- Aroma atau bau-bauan : terutama pada daerah pembuangan sampah, untuk mengurangi bau tersebut maka sumber bau dipindahkan ditempat yang tertutup dari pandangan visual, serta dihalangi oleh tanaman pepohonan/semak ataupun dengan peninggian muka tanah.



Gambar 2.12 : Objek Visual

Sumber: <http://teorikulah.blogspot.com/2009/07/gambar-perspektif.html&imgurl=http://img248.imageshack.us/img248/3402/image0021vl.jpg>

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

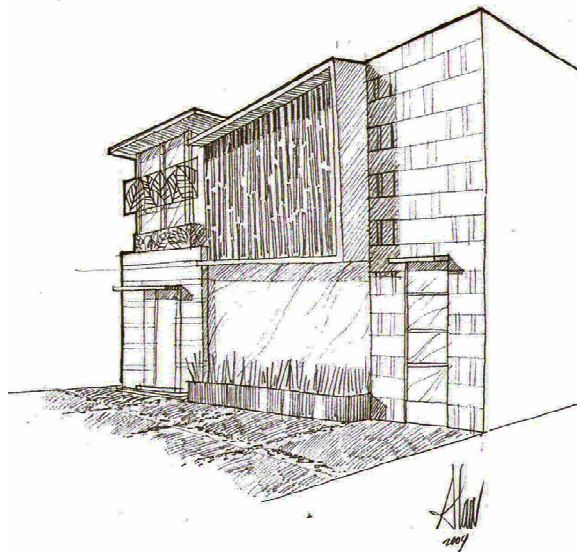


Gambar 2.13 : Standart

Sumber:

<http://teorikuliaah.blogspot.com/2009/08/mk-menggambar-arsitektur-5.html&imgurl=http://img193.imageshack.us/img193/8170/image001poo.jpg>

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



Gambar 2.14 : Sketsa

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=sketsa+arsitektur&um=1&hl=id&as_st=y&tbs=isch:1&tbnid=Z5oyz-ijfajBHM:&imgrefurl=http://nuralamwitono.blogspot.com/2009/12/owner-clasified-principal-architect-nur.html&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/_ATkWIq_sJxA/S_I938CK-ql/AAAAAAAAAKg/CHjCFf-ZfXU/s1600/sket%252Btampak.jpg

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

Indikator menyenangkan menurut hastuti berimplikasi pada :

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

b. Atraktif



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

Gambar 2.15 : Bangunan Atraktif

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=bangunan+atraktif&um=1&hl=id&as_st=y&biw=1360&bih=579&tbs=isch:1&tbnid=gQwfH6flq2KTDM:&imgrefurl=http://senjakita.multiply.com/&imgurl=http://farm4.static.flickr.com/3376/3524174548_f79cc85f54_o.jpg

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

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

Indikator atraktif menurut Hendraningsih adalah :

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

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

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

c. Dinamis

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

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

Indikator dinamis menurut Hastuti berimplikasi pada :

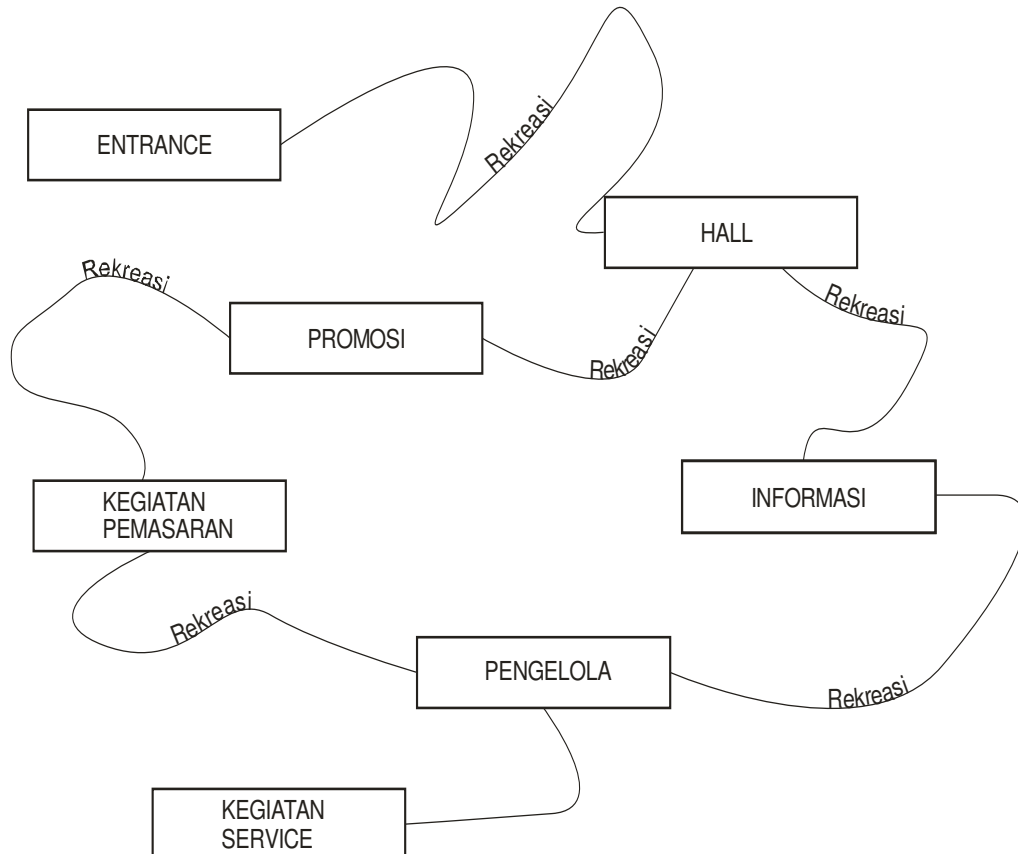
- Pada pola gubahan massa radial, dengan jalur sirkulasi yang menyebar ke sudut-sudut tapak.
- Pergerakan pengguna dengan sirkulasi yang organis
- Bentuk masa diungkapkan dengan repetisi bentuk geometris segi empat yang digubah secara bersusun agar dinamis²¹.

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

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

2.2.2 Pola Kegiatan Fashion Center

Diagram 2.1. Pola Kegiatan



Sumber : Analisa

2.2.3 Spesifikasi Pengguna

1. Penggemar Desain Mode

Kebutuhan yang harus dipenuhi antara lain :

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

2. Pengunjung

Dengan beberapa kriteria antara lain :

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

3. Pengelola

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

4. Perancang Mode

Aktivitas para perancang mode selalu berkaitan dengan kreasi dan Produksi.

5. Model

Aktivitas model di dalam fashion center antara lain:

- Kursus
- Fashion Show
- Pemotretan

6. Management artist

Kegiatan sebuah management biasanya

- Mengurus kursus
- Mempersiapkan Fashion show
- Promosi

7. Fothografer

Kegiatan fotografer studio diantaranya:

- Mengelola studio fotho
- Pameran
- Pemotretan

8. Event Organizer

EO memiliki beberapa kegiatan pokok:

- Menyelenggarakan Event
- Mencari klient
- Promosi

2.2.4 Kegiatan Yang Diwadahi

1. Lingkup Kegiatan Informasi



Gambar 2.16 : Gallery

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=art+gallery&um=1&hl=id&as_st=y&tbs=isch:1&tbnid=dZl-EcxcfOe6MM:&imgrefurl=http://artgallery.yale.edu/&imgurl=http://artgallery.yale.edu/graphics/landing/ren2_web_splash.jpg

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

- *Gallery*

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

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

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

- *Work shop*

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

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

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

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

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

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

2. Lingkup Kegiatan Promosi



Gambar 2.17 : Fashion Show

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=fashion+show+man&um=1&hl=id&as_st=y&tbs=sch:1&tbnid=jIH8_9rftLHoM:&imgrefurl=http://www.fashionsays.com/&imgurl=http://www.fashionsays.com/wp-content/uploads/2010/08/dg2011men1.jpg

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

- *Peragaan Busana (fashion show)*

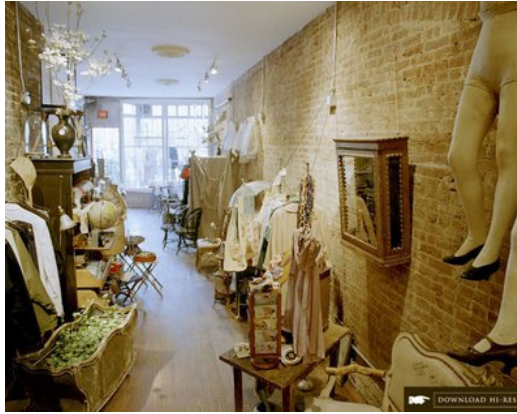
Kegiatan peragaan busana ini biasanya dilakukan hanya di ruangan khusus untuk memamerkan karya desainer yang berbentuk panggung, Namun dalam fashion center ini kegiatan peragaan busana dapat dilakukan di setiap space bangunan fashion center.

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

3. Lingkup Kegiatan Pemasaran

Merupakan kegiatan untuk memasarkan produk-produk seni kepada konsumen:

- *Butik*



Gambar 2.18 : Butik

Sumber: http://freewide2.kwebserv.com/butik-embun.html&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/_n45ezYXPsew/SJZ_FyvFIRI/AAAAAAAAA88/VBfUhpK3R3c/s400/butik2.jpg

Dikelompokkan menjadi 2 bentuk,yaitu :

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

- *Distro*



Gambar 2.19 : Distro

Sumber: http://freshensideclothingco.blogspot.com/2010/05/tips-membuka-distro-bagi-pemula.html&imgurl=http://2.bp.blogspot.com/_Ahw6OUa5uNo/S-DssBa-VI/AAAAAAAAABA/jpbBfzjRX60/s1600/264232_1_Yuendang_Distro.jpg

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

- *Stand hadycraft*



www.shutterstock.com · 154725

Gambar 2..20 : Handycraft Shop

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=handycraft+shop&um=1&hl=id&as_st=y&biw=1360&bih=579&tbs=isch:1&tbnid=7dA3lOcm9QHJxM:&imgref url=http://www.shutterstock.com/pic-154725/stock-photo-handicraft-shop.html&imgurl=http://thumb11.shutterstock.com.edgesuite.net/display_pic_with_logo/3525/3525,1108562345,38/stock-photo-handicraft-shop-154725.jpg

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

4. Lingkup Kegiatan Pendidikan

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

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



Gambar 2..21 : Artist Management

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=artist+management&um=1&hl=id&as_st=y&tbs=isc:h:1&tbnid=6JKrnh2gSK7QM:&imgrefurl=http://www.crosswind.org/artistmgmt.htm&imgurl=http://www.crosswind.org/artist1.jpg

- Kursus Desain
 - a. Menjahit
 - b. Desainer
- 5. Lingkup Kegiatan Pengelola
Kelompok kegiatan ini bertugas mengelola dan mengatur administrasi kegiatan yang ada dalam fashion center.
- 6. Lingkup Kegiatan Pendukung
Merupakan kegiatan yang dilakukan oleh hampir seluruh pengguna, seperti ibadah, istirahat dan sebagainya.
- 7. Lingkup Kegiatan Penunjang
Yaitu kegiatan yang berfungsi sebagai sarana pelengkap dan rekreasi:
 - Salon



Gambar 2..22 : Salon

Sumber:

<http://www.integritesalon.com/&imgurl=http://www.integritesalon.com/images/salon2.jpg>

- Café



Gambar 2..23 : Aloha Cafe

Sumber:

<http://www.02cruise.com/lines/Norwegian%252520Cruise%252520Line/Pride%252520Of%252520America/photos/&imgurl=http://www.02cruise.com/lines/norwegian%252520cruise%252520line/pride%252520of%252520america/photos/pride%252520of%252520america%252520aloha%252520cafe%252520outdoor%252520dining.jpg>

- Fitness center



Gambar 2..24 : Fitness Centre

Sumber:

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

- Day care



Gambar 2..25 : Day care

Sumber:

http://www.google.co.id/imglanding?q=daycare&um=1&hl=id&as_st=y&biw=1360&bih=579&tbs=isch:1&tbnid=GqUfUfIOESnsMM:&imgrefurl=http://tlc-ms.org/daycare.htm&imgurl=http://68.171.51.235/pics/daycare1.jpg

2.3 Study Kasus

2.3.1 Karya arsitek Frank o gehry

Guggenheim Museum Bilbao



Sumber: www.worldenough.net



Sumber: www.kaleidoscopecolor.blogspot.com

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

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

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

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

2.3.2 Karya arsitek Kenzo Tange

Prada Shop, Tokyo



Sumber: www.jessicakowal.blogspot.com

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



Sumber: www.waullye.blogspot.com

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



Sumber: www.flickr.com

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

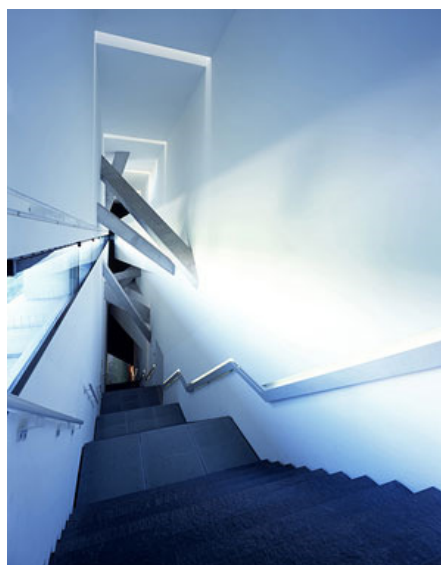
2.3.3 Karya arsitek Daniel Libeskind

Jewish Museum,Berlin



Sumber:www.concierge.com

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



Sumber:www.jmberlin.de

2.4 Data site

Lokasi site fashion center ini akan di rencanakan di pusat kota Yogyakarta. Luas site kurang lebih M^2 dengan kondisi kontur yang relative datar. Dengan adanya melihat kondisi site tersebut, maka tidak akan ada kendala dalam proses perancangan. Site ini sangat setrategis karena terletak di pusat kota yaitu sebelah utara jalan malioboro yang di ketahui sebagai pusat perniagaan dan landmark kota Yogyakarta.

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



Sumber: www.googlemaps.com

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

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

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



Sumber: Dokumen Pribadi

BAB III

Metodelogi

3.1. Metode Pengumpulan Data

1. Pengumpulan data primer :
 - a. Observasi lapangan: Pengukuran site dan dokumentasi kondisi existing site, maupun kondisi sekitar site.
 - b. Wawancara dengan pihak terkait, yaitu pemerintah (Bappeda, BPS, Tata Kota, Sosial Kebudayaan, Dinas Pariwisata yogyakarta).
2. Pengumpulan Data Sekunder :

Studi Literature meliputi buku, majalah, internet.

3.2. Metode Analisa Dan Pembahasan

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

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

a .Metode analisis yang dilakukan adalah :

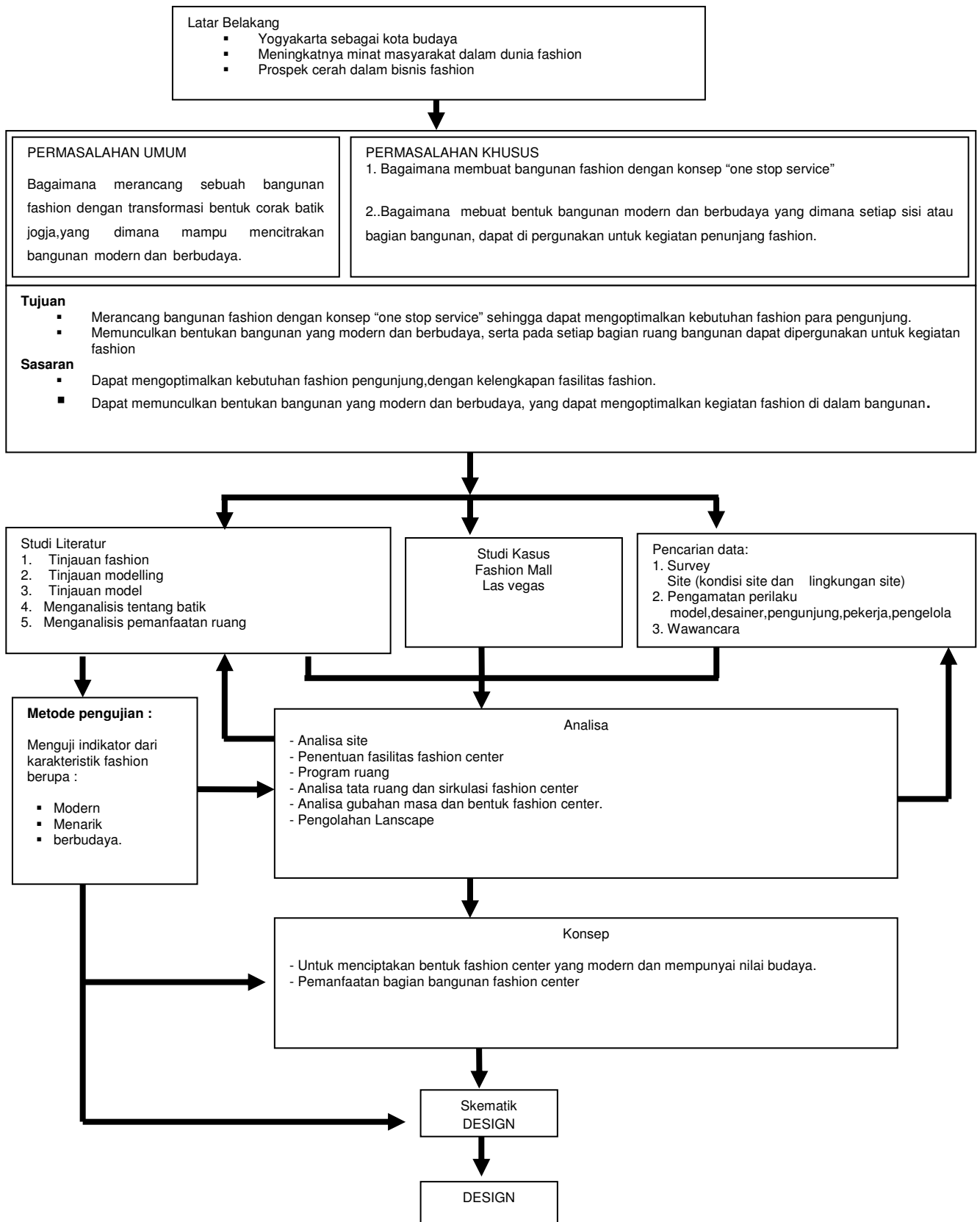
- Menganalisis berbagai macam fasilitas dan kebutuhan ruang (bangunan dan tata ruang) yang diperlukan untuk fasilitas fashion center.
- Menganalisis pelaku dan karakter pengunjung.

b.Pendekatan perancangan :

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

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

3.3. Kerangka Pola Pikir



3.4. Metode Pengujian Desain

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

Tabel 3.1
Tabel pengujian perancangan

Identifikasi	Variable	Indikator	Cara pengujian
Karakteristik Fashion Center	Atraktif	Menekankan salah satu elemen, sehingga menimbulkan kontras.	Hasil dari rancangan : bangunan berbeda dengan lingkungan sekitarnya .
		Keseimbangan bangunan yang asimetris	Hasil perancangan : bentukan bangunan asimetris dan fasad bangunan yang dilihat dari berbagai sudut juga berbeda/ tidak simetris

	Dinamis	Bentukan di dominasi bentuk bulat atau lengkung dapat memberikan kesan gerak bentukan dasar tidak massif/ kaku.	Hasil perancangan : bentukan bangunan pada resort di dominasi lengkungan dan menghindari bentukan dasar berkesan massif / kaku.
	Menyenangkan	Bangunan rekreatif dan secara psikologis mampu membuat pengunjung senang dan nyaman.	Membuat bangunan dengan konsep sirkulasi yang berkelok-kelok sehingga sehingga tidak kaku dan menarik.,bangunan menggunakan warna-warna rekreatif.sentuhan material alami dalam setiap bagian bangunanya.

		▪ Tata massa yang organis dengan ketinggian bervariasi, dimensi bangunan berskala manusia.	▪ Membuat tata massa yang organis yang sesuai dengan kondisi kontur dengan ketinggian yang berbeda-beda menurut kontur, dan membandingkan dengan ukuran manusia didalam desain fashion Center.
			58
Agung Setiyoso_06512036			

BAB IV

Analisis

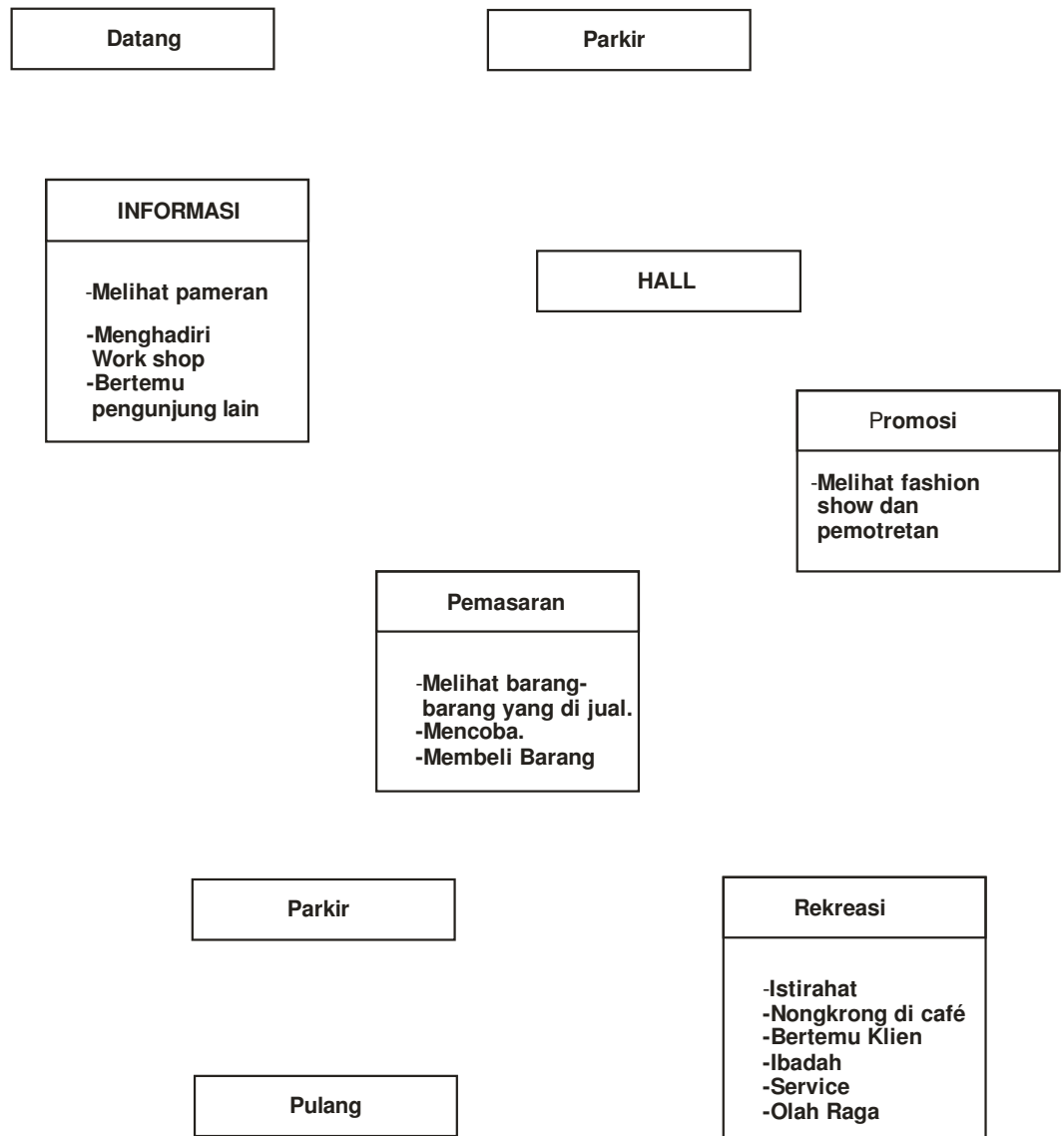
4.1. Analisis Kebutuhan Ruang Pada Fashion Center

4.1.1 Macam pelaku kegiatan di dalam Fashion Center:

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

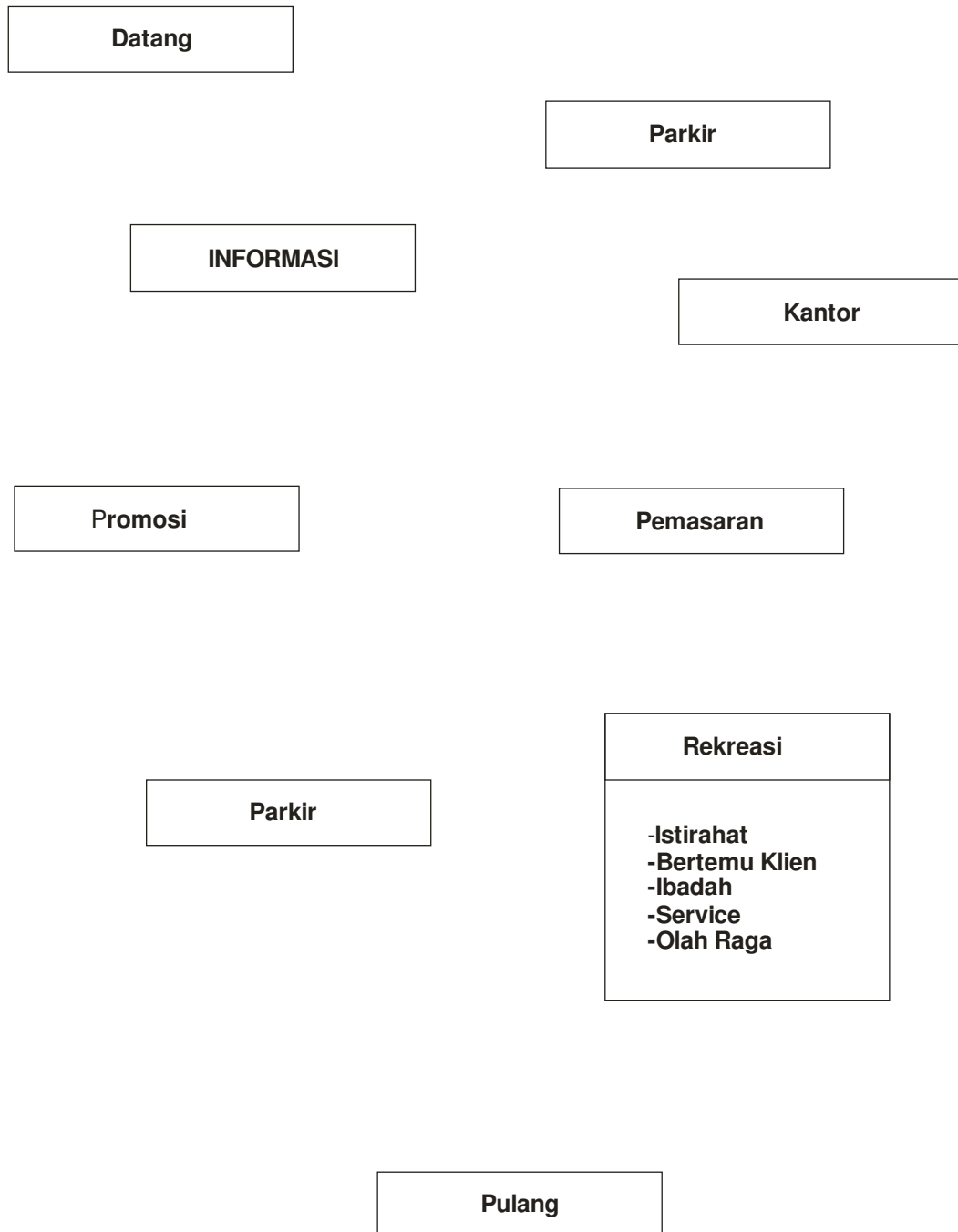
4.1.2 Kegiatan pelaku di dalam Fashion Center :

- Pengunjung Fashion Center :



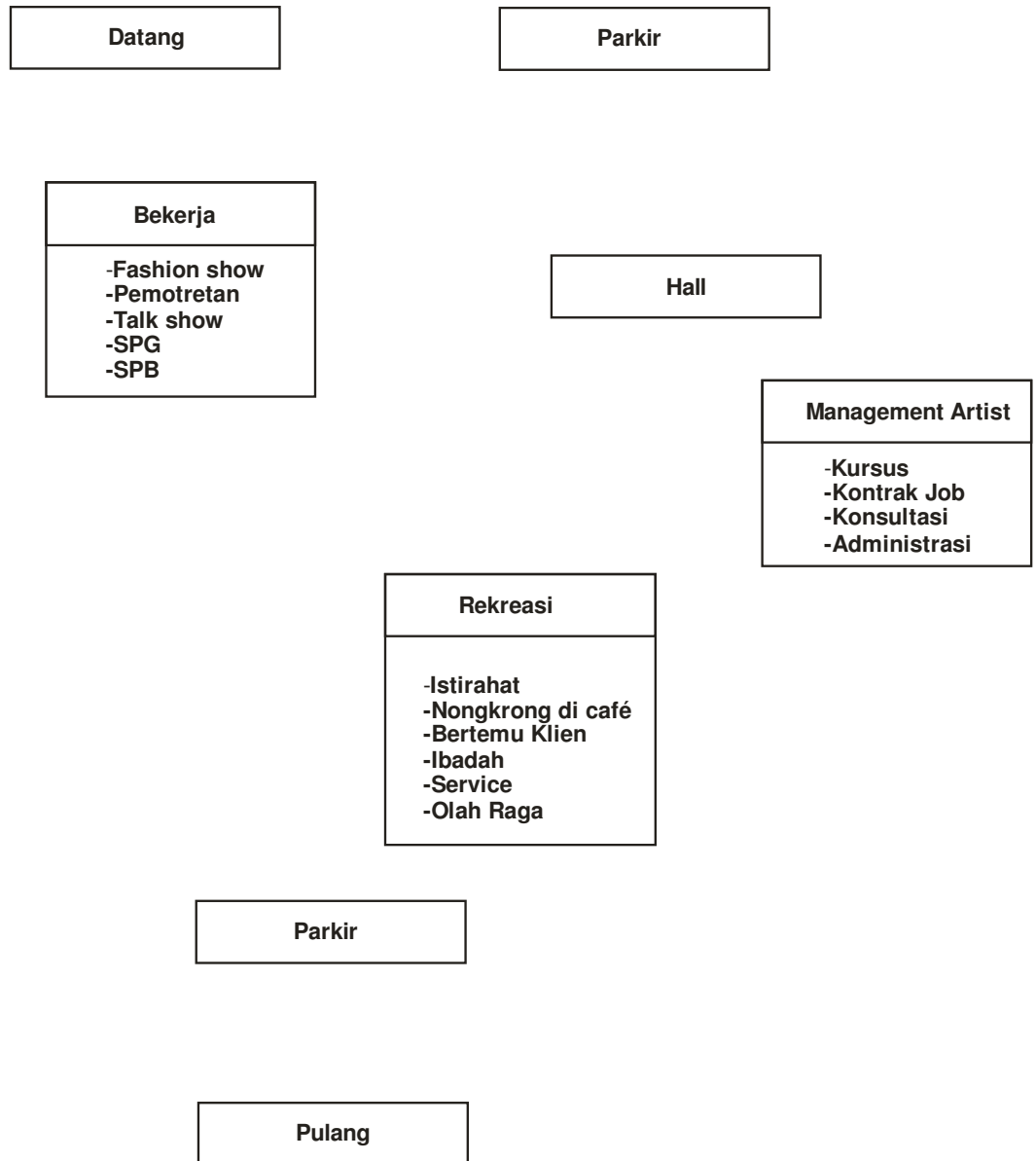
Gambar 4.1 : Analisis pelaku pengunjung Fashion Center
Sumber : Analisa Penulis

▪ Pengelola Fashion Center



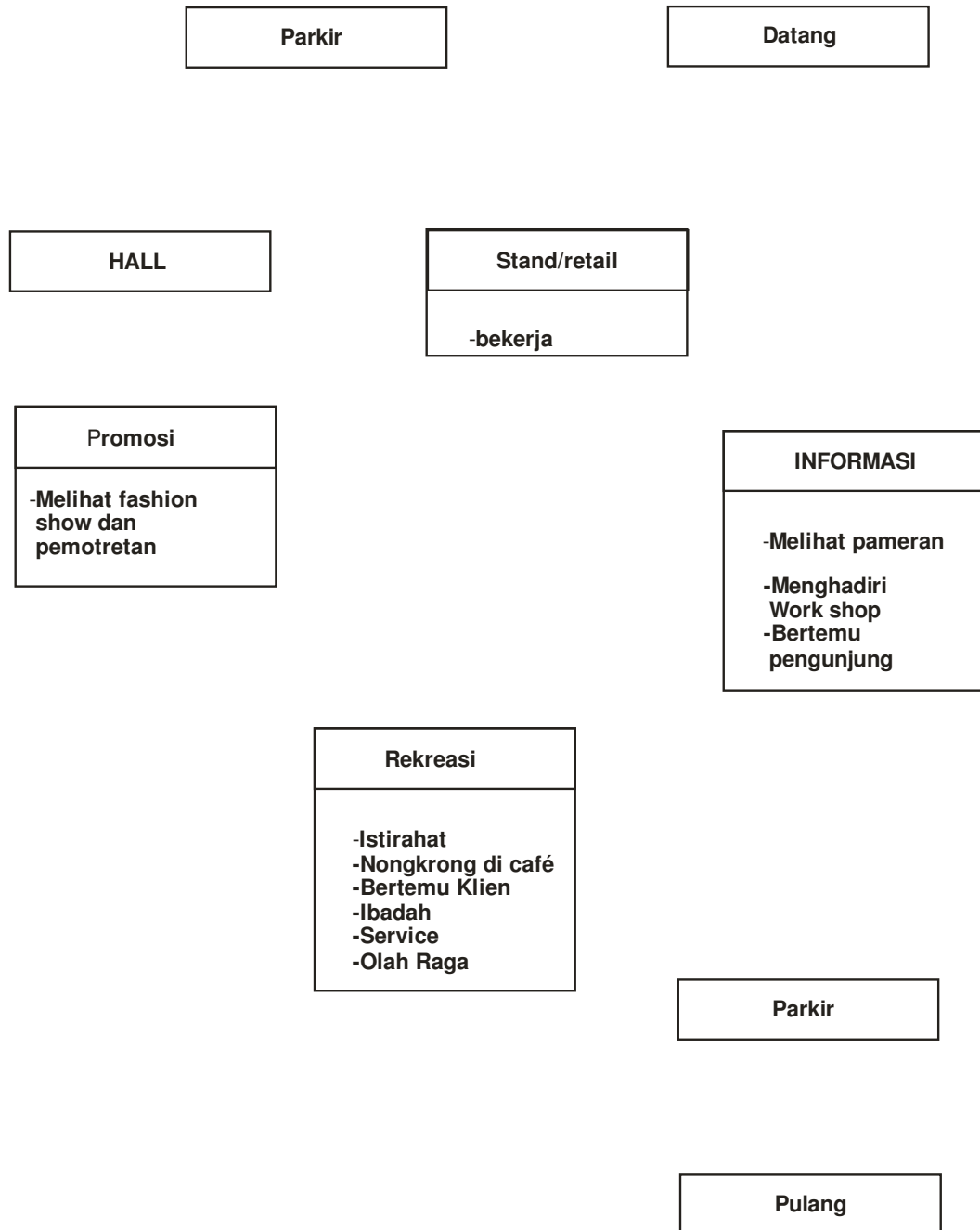
Gambar 4.2 : Analisis pelaku pengelola Fashion Center
Sumber : Analisa Penulis

▪ .Model



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

▪ .Penyewa



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

4.1.3 Kebutuhan Ruang dalam Fashion Center

Tabel 4.1

Kebutuhan Ruang Fashion Center

No	Kelompok Ruang	Kebutuhan Ruang	Kapasitas jumlah	Standart M ²	Besaran M ²
1	Ruang Kegiatan Utama	Retail			
		<i>Retail kecil</i>	40 buah	18 M ²	720 M ²
		<i>Retail sedang</i>	25 buah	36 M ²	900 M ²
		<i>Retail besar</i>	30 buah	72 M ²	2160 M ²
		<i>Minimarket</i>	1 buah	288 M ²	288 M ²
		<i>R.Pameran</i>	1 buah	288 M ²	288 M ²
		<i>Hall</i>	1 buah	144 M ²	144 M ²
		<i>R.Ganti</i>	1 buah	80 M ²	80 M ²
		<i>R.Make Up</i>	1 buah	80 M ²	80 M ²
2	Ruang Kegiatan Service	<i>Dapur</i>	2 buah	72 M ²	144 M ²
		<i>Gudang</i>	3 buah	18 M ²	54 M ²
		Coffe shop	60 orang		
		<i>Area makan</i>		2 M ² (EN)	200 M ²
		<i>Dapur,gudang,karyawan</i>		20%(asumsi)	40 M ²
		<i>Sirkulasi</i>		20%(asumsi)	40 M ²
		Fitness center	60 orang		
		<i>Ruang alat dan karyawan</i>	1 buah	432 M ²	432 M ²
					64

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

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

5	Ruang Kegiatan pendukung	mushalla	100 Orang	1,2M ² (asums	120 M ²
		lavatory(1lantai)			
		<i>putra</i>			
		<i>monoblock</i>	16 buah	2,4M ² (EN)	438,4 M ²
		<i>urinoir</i>	24 buah	0,8 M ² (EN)	19,2 M ²
		<i>wastafel</i>	12 buah	1,2 M ² (EN)	14,4 M ²
		<i>Putri</i>			
		<i>monoblock</i>	24 buah	2,4M ² (EN)	57,6M ²
		<i>wastafel</i>	12 buah	1,2M ² (EN)	14,4 M ²
		ATM CENTER	1 buah	3M ² (asumsi	18 M ²
		<i>sirkulasi</i>		20%asumsi	56,4 M ²
6	Area parkir	Area parkir mobil	120 mobil	10 M ² (EN)	1200M ²
		Area parkir motor	200 motor	2 M ² (EN)	800M ²

SKEMATIK DESAIN

LETAK DAN VIEW SITE

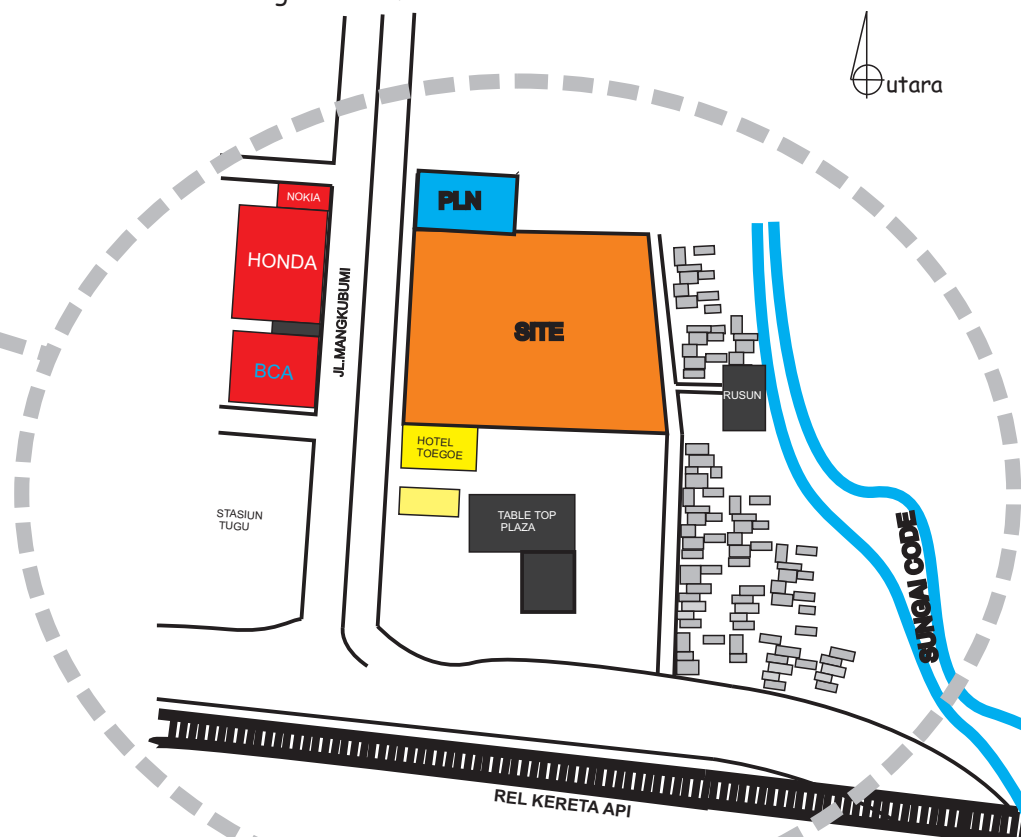
PENCAPAIAN SITE

Site mempunyai akses langsung di jalan mangkubumi yang merupakan jalan utama untuk menuju pusat kota,malioboro,kraton,alun alun.jalur jalan di mangkubumi adalah 1 arah sehingga jarang sekali macet dan lalu lintas sangat lancar.



Untuk menuju site jalurnya sangat mudah bahkan kawasan jalan mangkubumi di lalui oleh trans Jogja,sehingga sangat mudah untuk mencapai ke sini.Letak site yang berdekatan dengan setasiun tugu Jogjakarta menjadikan site ini sangat strategis dan berpotensi.Kawasan jalan mangkubumi merupakan kawasan perniagaan yang sangat maju,sehingga sangat cocok untuk pembangunan fashion center.

Kawasan jalan mangkubumi merupakan kawasan perekonomian yang sangat maju,karena terletak di tengah kota yogyakarta yang sangat mudah untuk di akses dari arah manapun. sehingga sangat cocok sekali untuk di bangun fashion center.



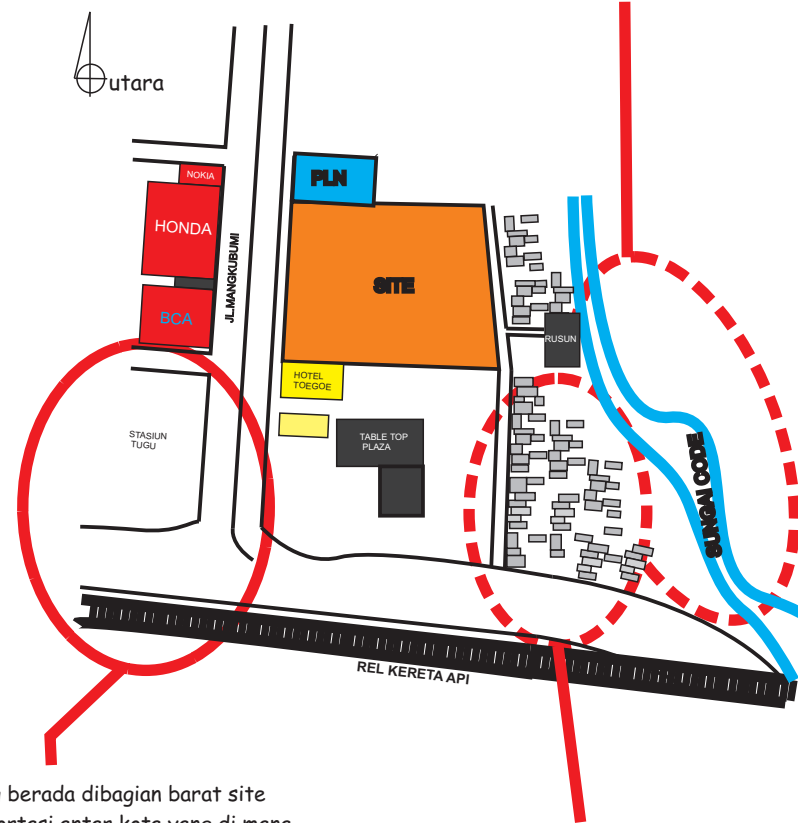
View yang menarik di bagian site ini adalah bagian timur site,karena terdapat sungai dan perkampungan,yang dimana pada malam hari suasana lampu perkampungan dan kereta api yang melewati jembatan dapat terlihat pada bagian ini.



SKEMATIK DESAIN



Dibagian belakang site atau bagian timurnya terdapat sungai code yang dimana merupakan sungai yang membelah kota yogyakarta. dilihat dari sudut site, sungai ini dapat menjadi view menarik, apalagi ketika café di rancang di bagian timur site akan nampak jelas view sungai, perkampungan, dan kereta api yang melalui atas jembatan sungai code ini.



Lingkungan stasiun yang berada dibagian barat site merupakan jalur transportasi antar kota yang di mana banyak orang datang dan pergi melintasi kawasan ini, yang di harapkan dapat mampir dan berkunjung ke fashion center.

Perkampungan penduduk di jogokaryan merupakan aset yang sangat menarik karena dapat sebagai keamanan swakarsa bagi bangunan fashion center yang direncanakan



KAMPUNG JOGOYUDAN



KAMPUNG JOGOYUDAN

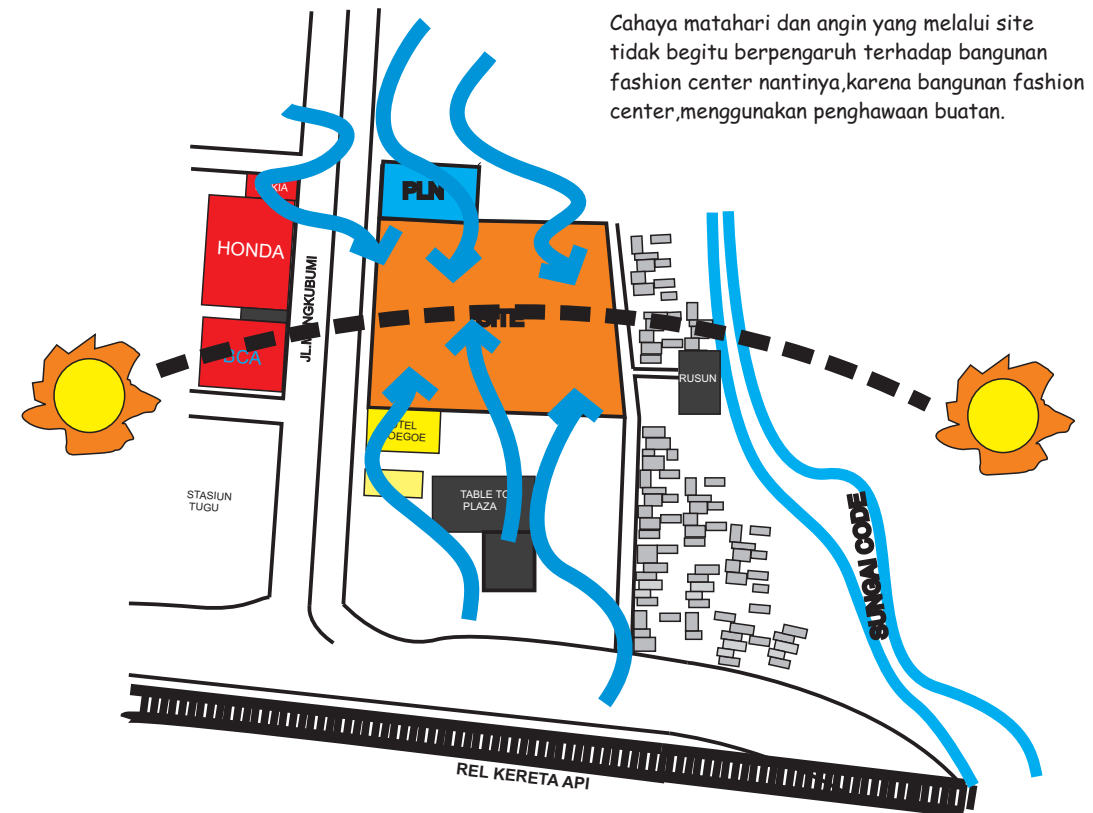


SUNGAI CODE



JEMBATAN KERETA API

LINGKUNGAN SITE DAN ORIENTASI ANGIN, MATAHARI



Cahaya matahari dan angin yang melalui site tidak begitu berpengaruh terhadap bangunan fashion center nantinya, karena bangunan fashion center, menggunakan penghawaan buatan.

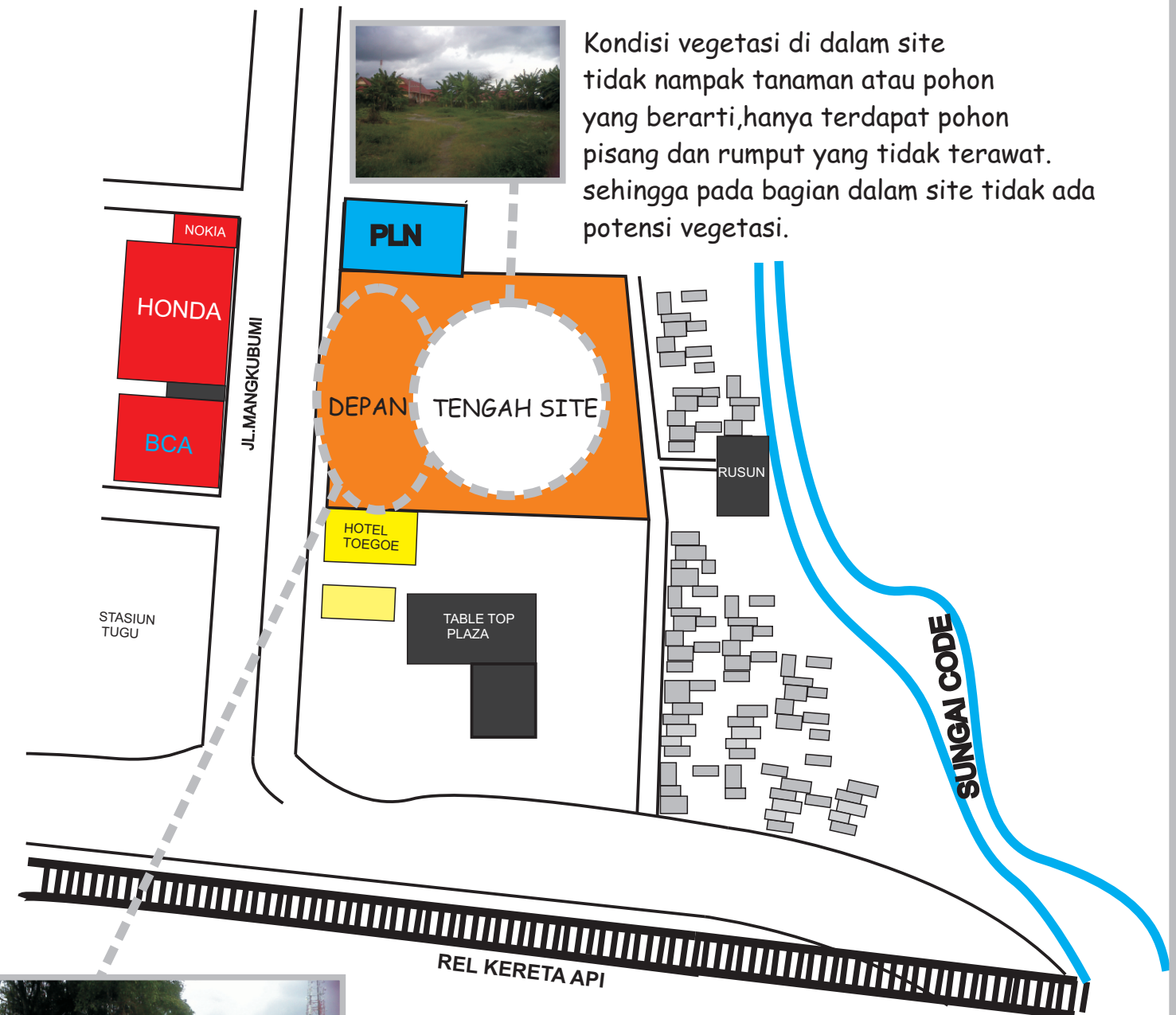
Site yang terletak di daerah iklim tropis mempunyai kecenderungan matahari bersinar sepanjang taun, hanya dalam musim penghujan intensitas matahari berkurang. Arah angin yang di pengaruhi oleh angin laut dan angin darat, bertiup dari arah selatan dan utara site yang saling bergantian dengan intensitas yang sering berubah-ubah. Fungsi bangunan Fashion center yang merupakan bangunan komersil yang mengutamakan kenyamanan, dan efek cahaya untuk men display ruangan sepanjang perasional dari siang sampai malam, sehingga di perlukan penghawaan yang setabil. Untuk itu bangunan ini tidak begitu terpengaruh oleh angin dan cahaya alami.

SKEMATIK DESAIN

INFRASTRUKTUR DAN VEGETASI



Jaringan infrastruktur di jalan mangkubumi sangat lengkap karena merupakan jalur utama kota yogyakarta, oleh sebab itu tidak ada kendala dalam memenuhi kebutuhan infrastruktur ke dalam perancangan fashion center.

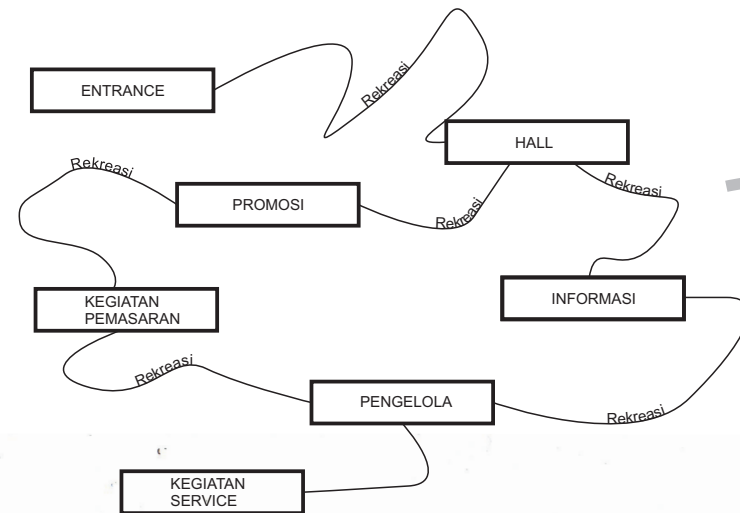


Di bagian depan halaman pada site terdapat pohon beringin besar berjumlah 1 buah, yang dapat difungsikan sebagai pohon peneduh di saat merancang tempat parkir. dan juga terdapat sedikit pohon palm.



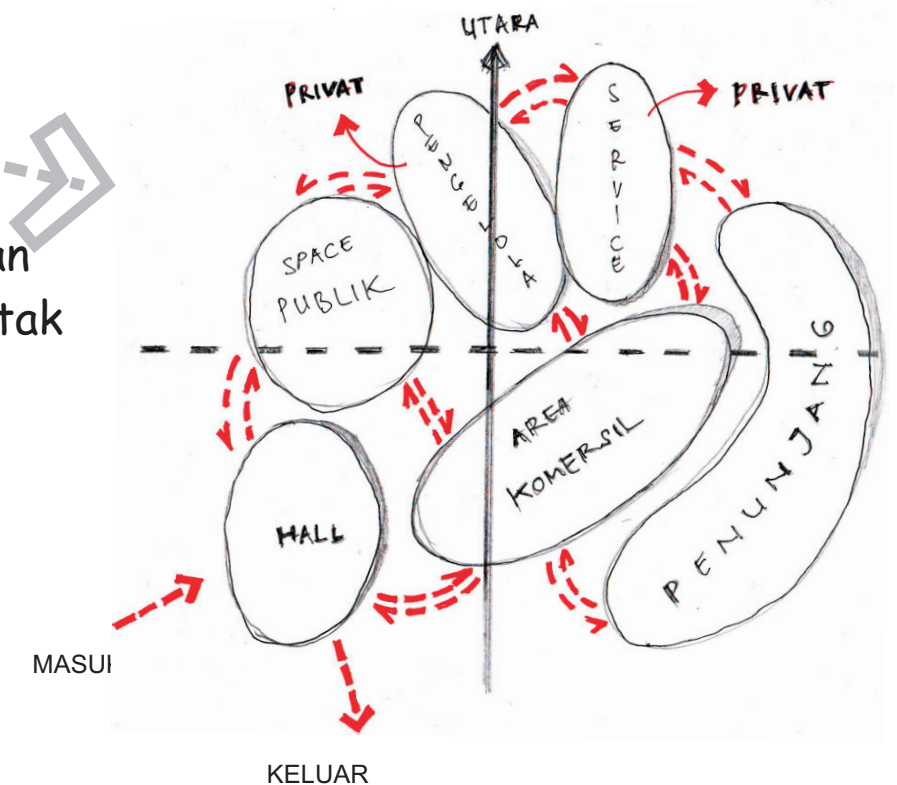
SKEMATIK DESAIN

ZONING DAN HUBUNGAN RUANG



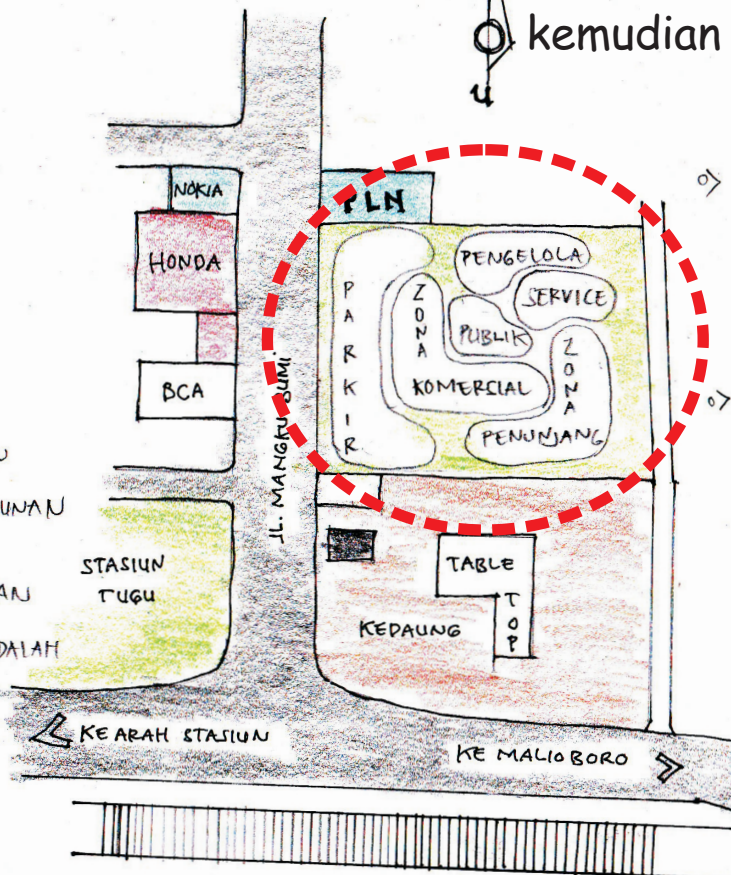
Tata masa berdasarkan pola kegiatan yang di mana di sesuaikan dengan letak dan karakteristik bentukan site.

Dari diagram sketsa penzoningan kemudian di plot pada site



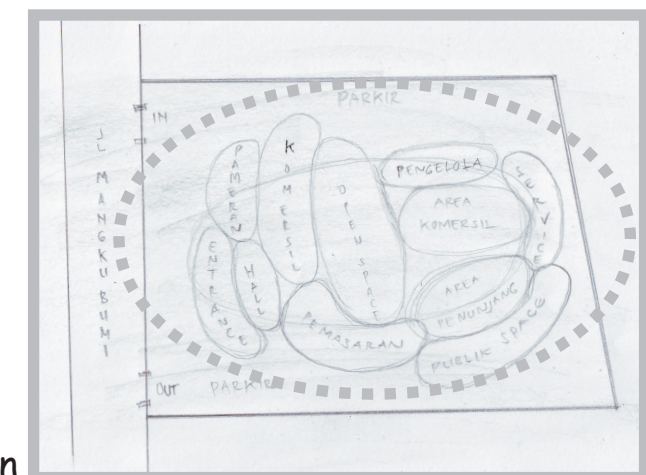
ZONING

- ZONA KOMERSIAL DI DEKATKAN KE ARAH DEPAN DAN TENGAH SEHINGGA MUDAH UNTUK DI JANGKAU
- UNTUK ZONA PARKIR TERLETAK DI BAGIAN PALING DEPAN DAN PADA BAGIAN SAMPING BANGUNAN
- PADA BAGIAN TENGAH BANGUNAN SEBAGAI AREA PUBLIK, DI SINI ADALAH SEBUAH OPEN SPACE UNTUK KEGIATAN FASHION OUT DOOR



- ZONA PENGELOLA BERADA DI BAGIAN BELAKANG UJUNG UTARA KARENA ZONA INI BERFUNGSI UNTUK MENGONTROL KELANGSUNGAN FASHION CENTER.
- ZONA PENUNJANG MERUPAKAN ZONA YANG PENTING KARENA TERDAPAT FASILITAS PENDUKUNG FASHION CENTER, TERDAPAT CAFE, GYM, SALON, DLL.

pengolahan zoning dan penataan zona-zona dikempokkan sesuai dengan karakter fungsi bangunan fashion center dan site, sehingga diperoleh posisi bangunan yang trerletak di tengah. sedangkan bagian sampingnya digunakan sebagai tempat parkir.



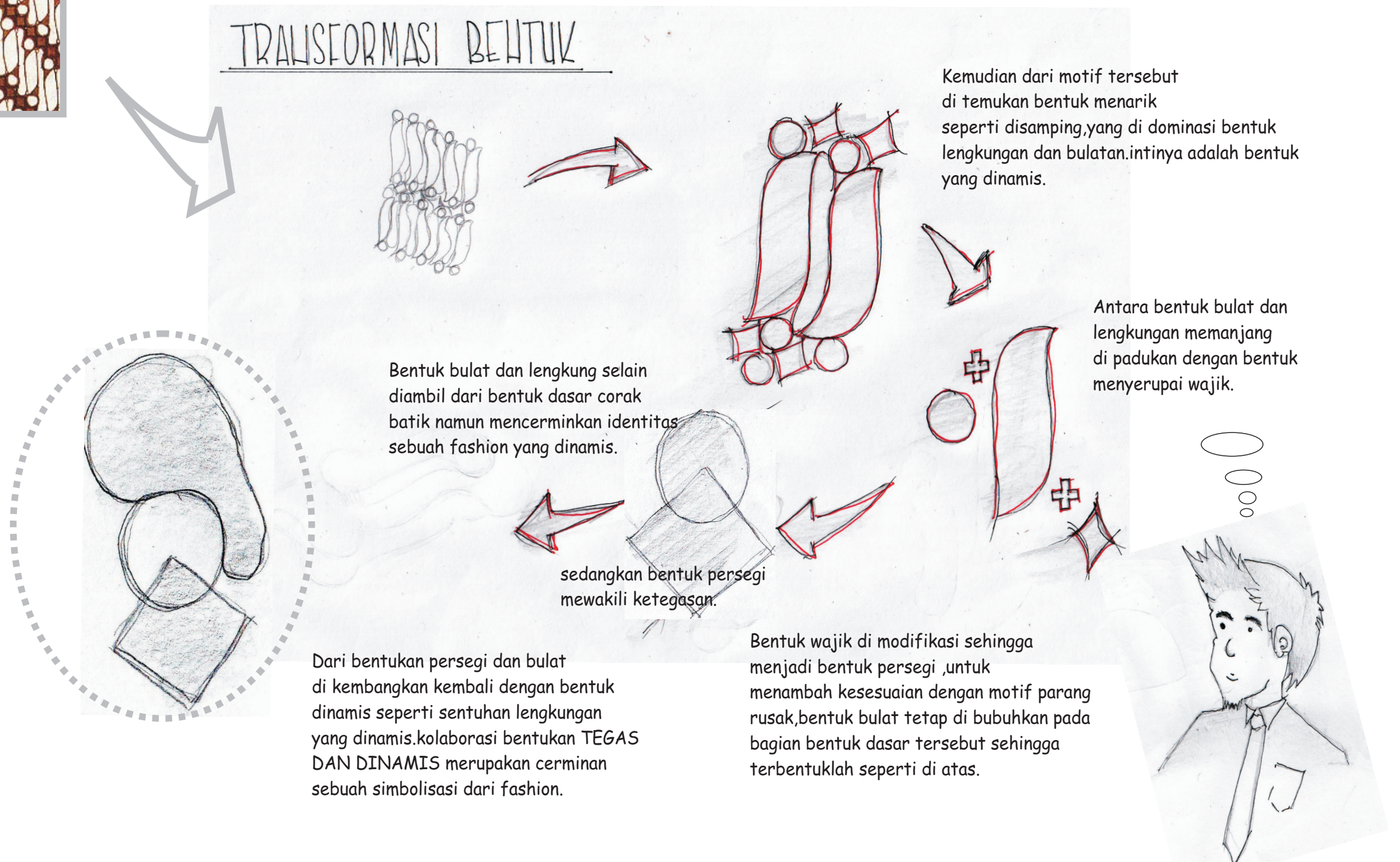
SKEMATIK DESAIN

PENEMUAN BENTUK



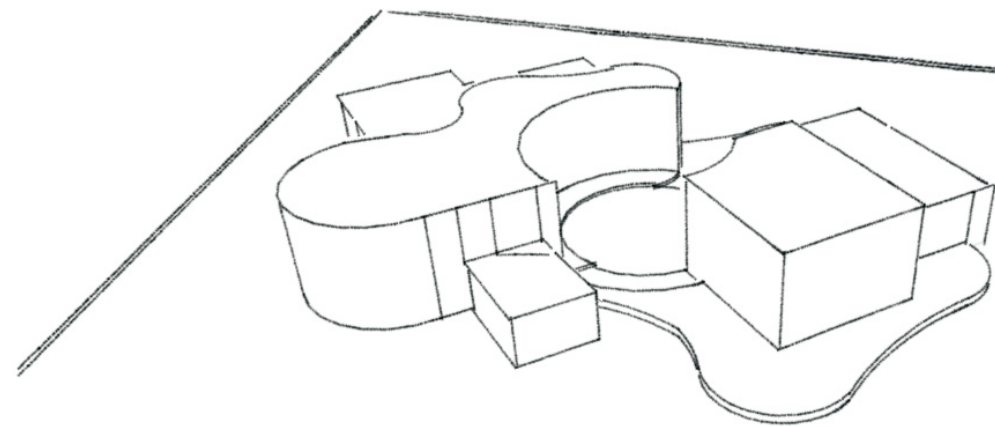
Tranformasi bentuk di ambil dari salah satu motif batik yaitu parang rusak,karena sangat berhubungan dengan fashion center dan merupakan ciri khas dari kebudayaan yogyakarta.

TRANSFORMASI BENTUK

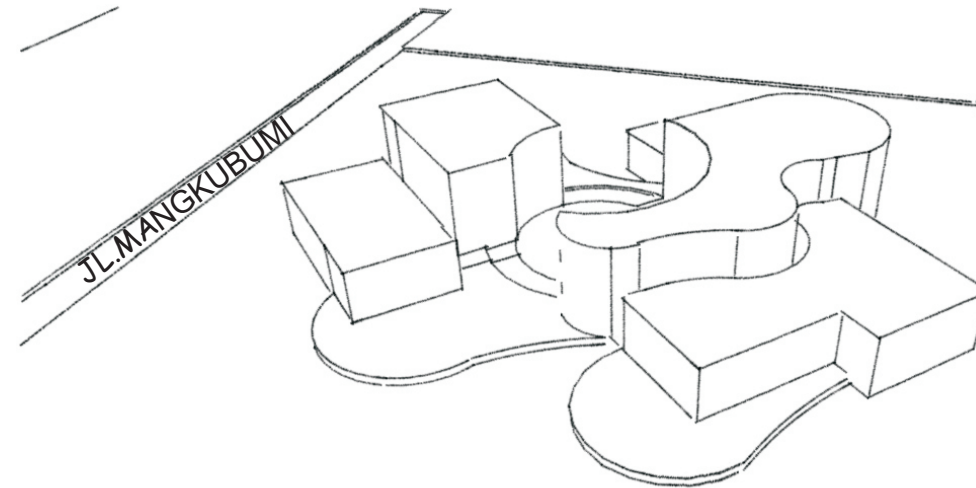


SKEMATIK DESAIN

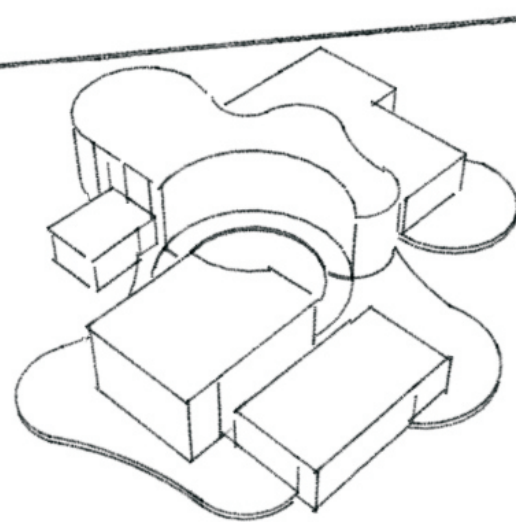
GUBAHAN MASA



JL.MANGKUBUMI



JL.MANGKUBUMI



JL.MANGKUBUMI

Parkir

Entrance

Area komersil

Area komersil

Open Space

Pengelola

Open Space

Area Penunjang

Entrance

Parkir

SKEMATIK DESAIN

TATA MASA BANGUNAN



Open space, berfungsi untuk fashion show out door dan pengikat kedua masa bangunan

SKALA MOTIF PARANG BAIK DARI SUDUT JAUH ATAU SECARA DETAIL

entrance

PARKIR

VIEW MENARIK

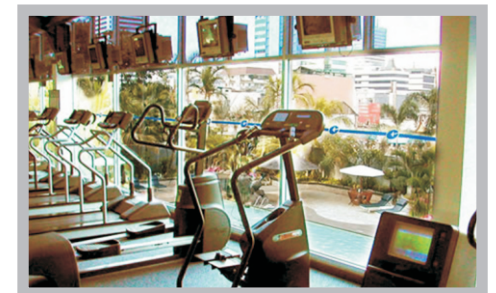
JALUR-JALUR SIRKULASI BERFUGSI SEBAGAI CATWALK

jl. mangkubumi

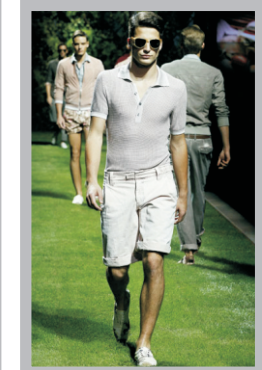
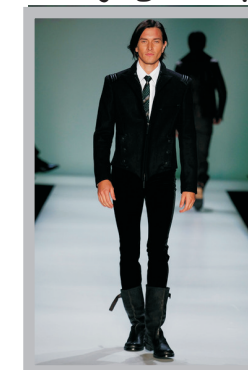
Bangunan komersil, untuk kegiatan pameran karya desainer, gallery batik, work shop, dll



Area penunjang mendapatkan view menarik sesuai untuk café dan gym,



Area hijau, space publik dan juga dapat berfungsi sbagai catwalk

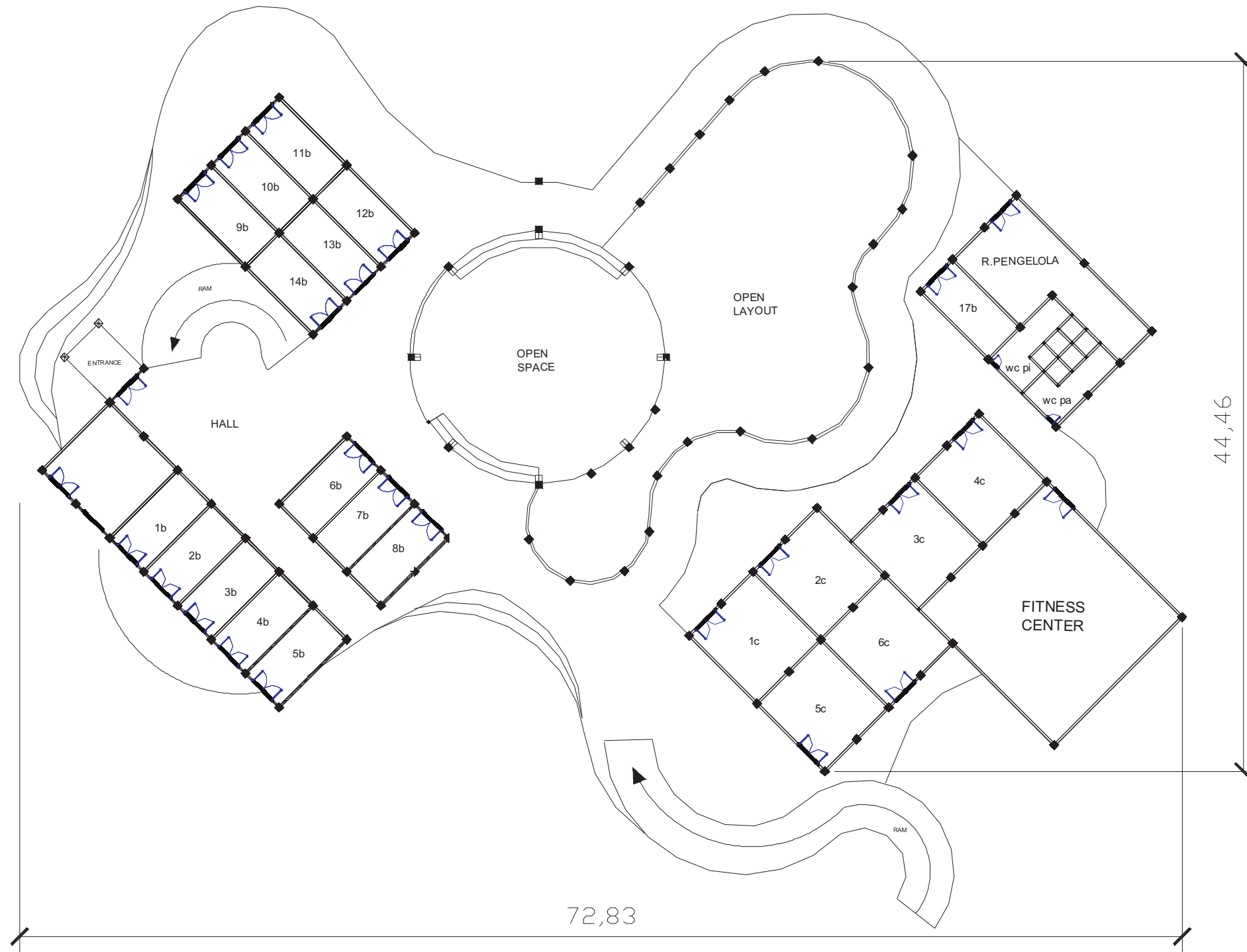


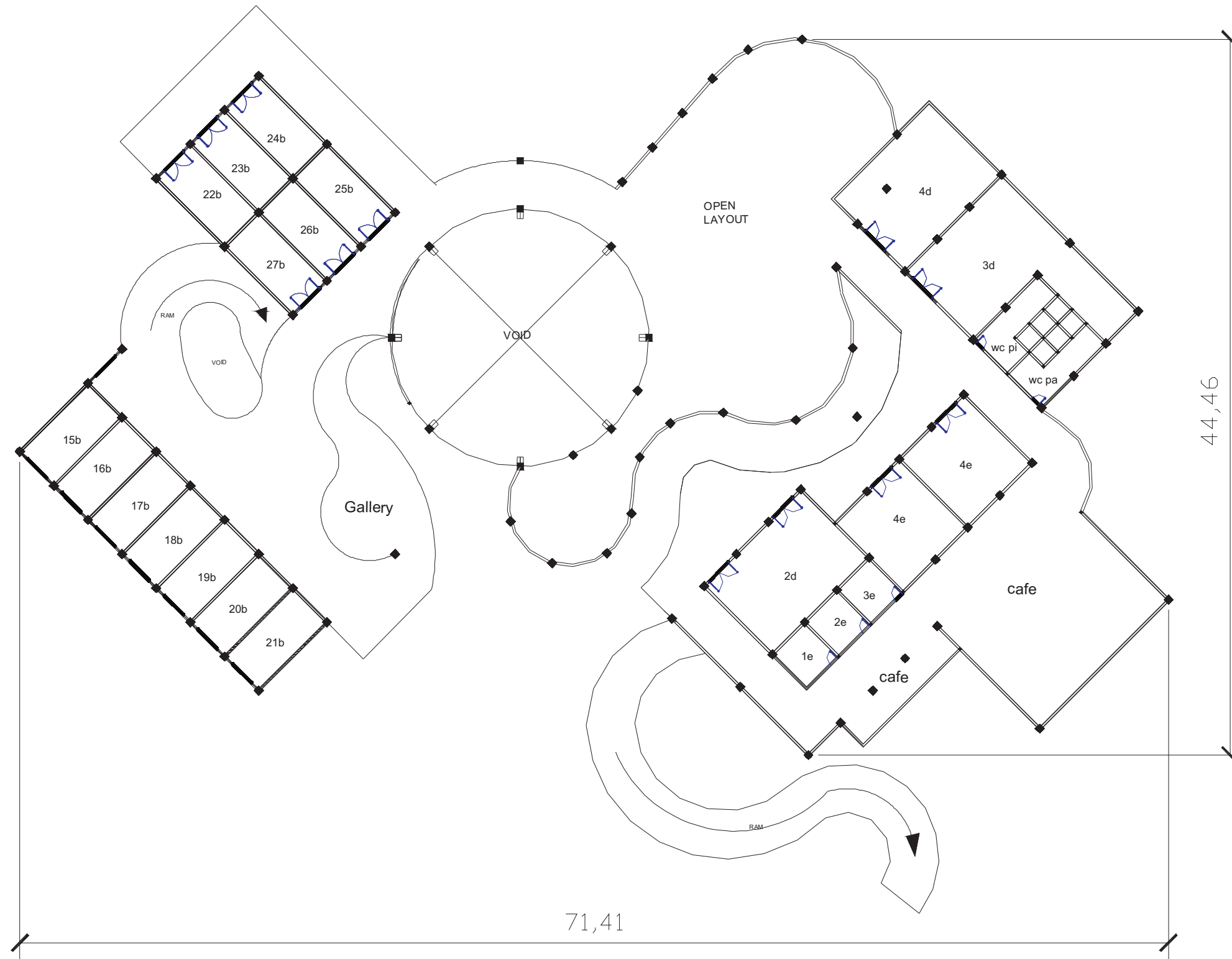
Bangunan komersil, untuk kegiatan kursus, management artist, salon, dll.



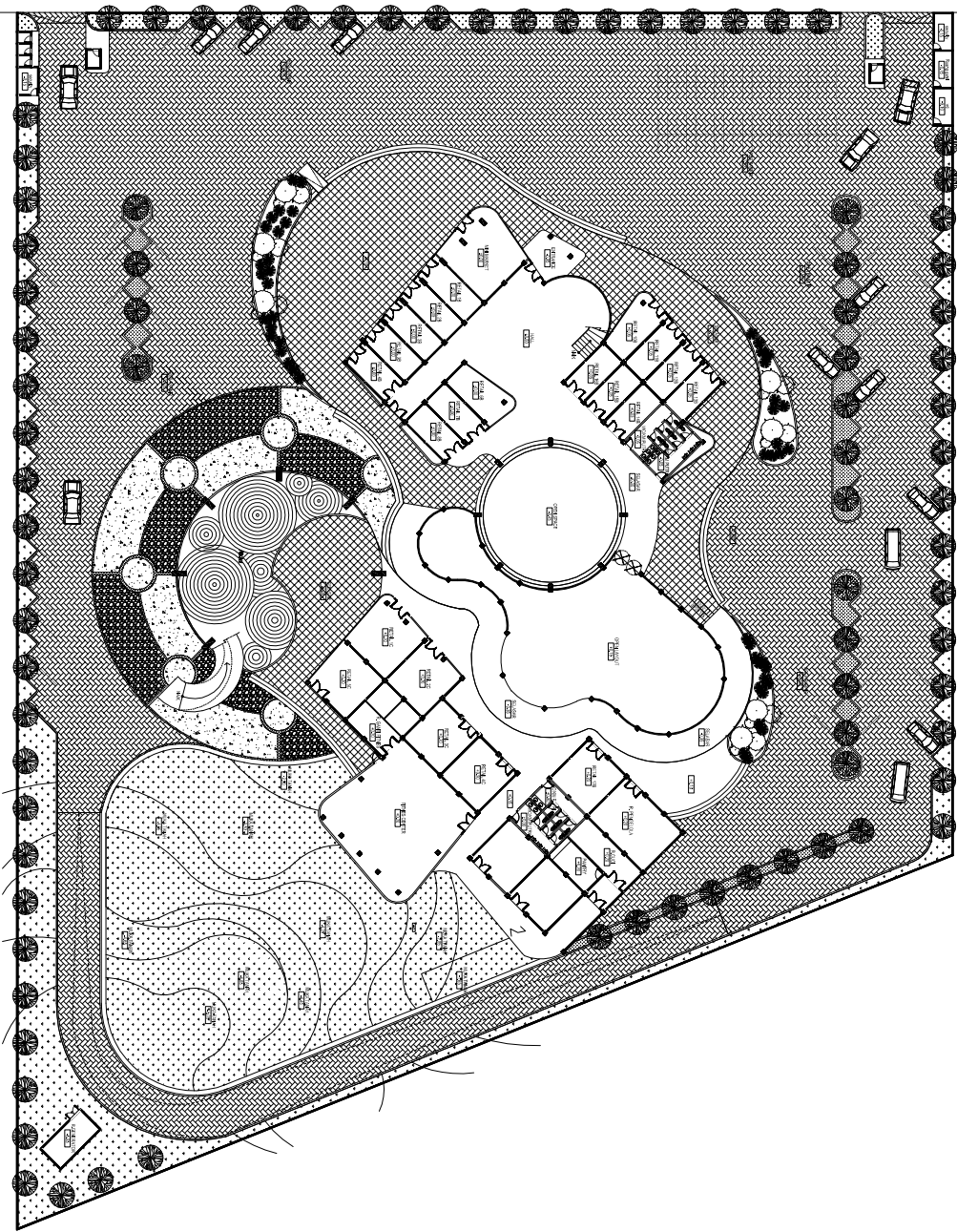
SKEMATIK DESAIN

RENCANA DENAH LANTAI 1





Jl. MANGKUBUMI



JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN
PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

TUGAS AKHIR

PERIODE GANJIL TAHUN
2010/2011

FASHION CENTER

SITELAN

SKALA
1:250

NAMA MAHASISWA : AGUNG SETYOSO
NOMOR MAHASISWA : 06512036

DOSEN PEMBIMBING

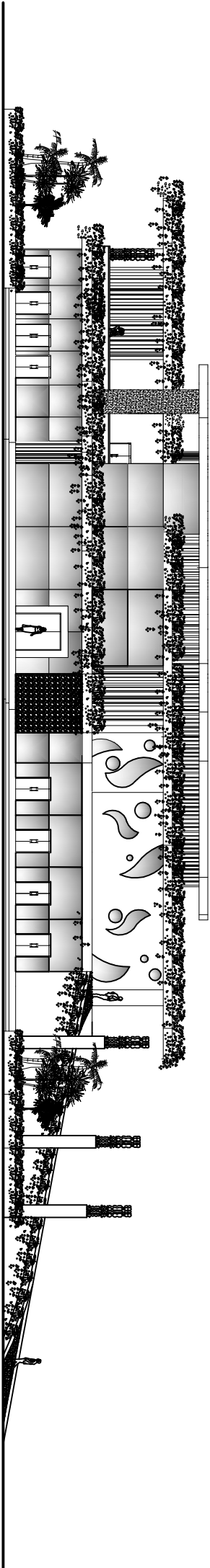
HAJININGRAT BACHIRON IRRIS, M.Arch, IAI

NILAI

LEMBAR KE

TANDA TANGAN

Keterangan



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

PERIODE GANJIL, TAHUN
2010/2011

FASHION CENTER

TAMPAK DEPAN

SKALA
1:150

NAMA
MAHASISWA : AGUNG SETYOSO
NOMOR
MAHASISWA : 06512036
DOSEN PEMBIMBING
I. MUNCHY BACHRON EDREES., M. Arch., IAI

NILAI

LEMBAR KE TANDA TANGAN

Keterangan



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

PERIODE GANJIL TAHUN
2010/2011

FASHION CENTER

TAMPAK SAMPIING UTARA

SKALA
1:150

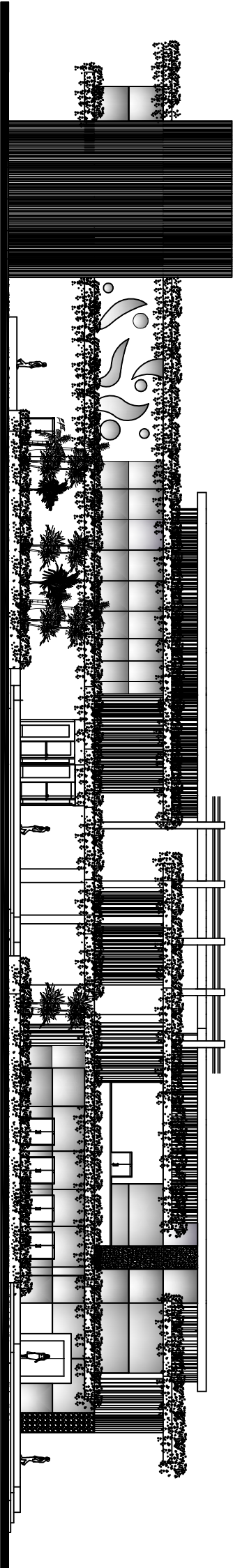
NAMA MAHASISWA : AGUNG SETYOSO
NOMOR MAHASISWA : 06512036

DOSEN PEMBIMBING
I.MUUNCHY BACHRON EDREES., M.Arch., IAI

NILAI

LEMBAR KE TANDA TANGAN

Keterangan





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

PERIODE GANJIL TAHUN
2010/2011

FASHION CENTER

TAMPAK SAMPIING KANAN

SKALA
1:250

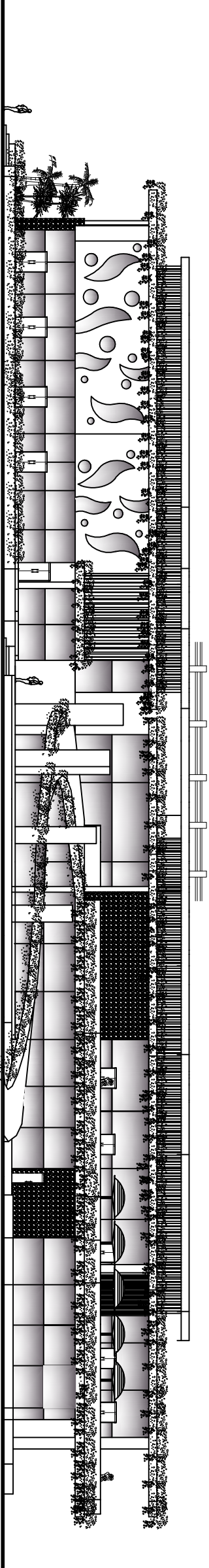
NAMA MAHASISWA : AGUNG SETYOSO
NOMOR MAHASISWA : 06512036

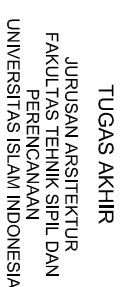
DOSEN PEMBIMBING
I.MUNICHY BACHRON EDREES, MArch, IAI

NILAI

LEMBAR KE	TANDA TANGAN
06	

Keterangan





FASHION CENTER

SKALA

MAHASISWA : AGUNG SETIYOSO

NOMOR
MAHASISWA : 06512036

DOSEN PEMBIMBING

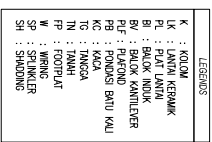
Ir.MUNCHY BACHRON EDREES., M.Arch., IAI

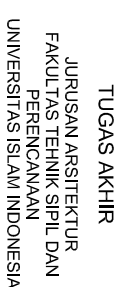
NILAI

LEMBAR KE TANDA TANGAN

07

Keterangan





FASHION CENTER

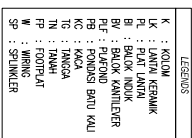
SKALA
1:300

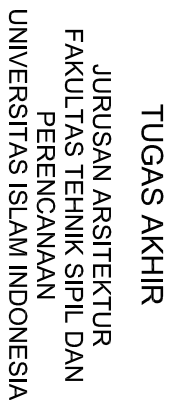
NOMOR
MAHASISWA : 06512036

Ir.MUNCHY BACHRON EDREES., M.Arch., IAN

LEMBAR KE TANDA TANGAN

Keterangan





FASHION CENTER

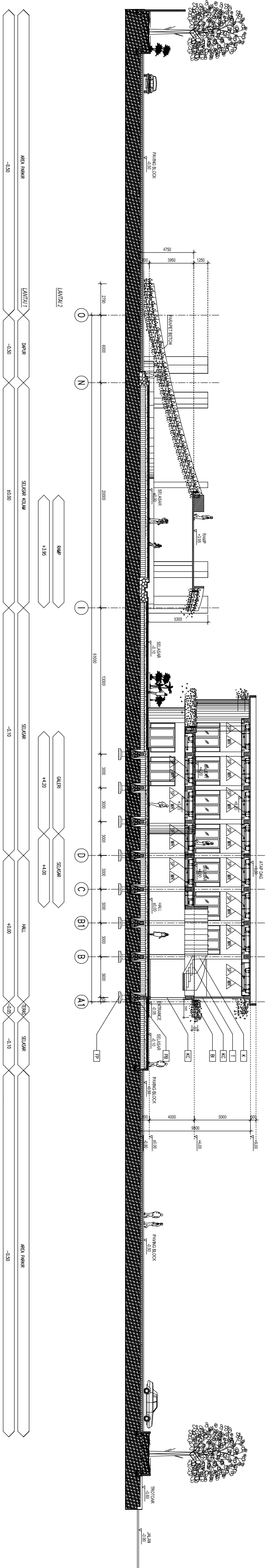
SKALA
1:200

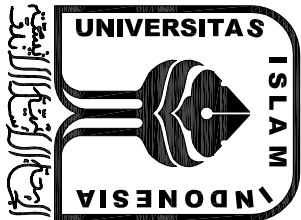
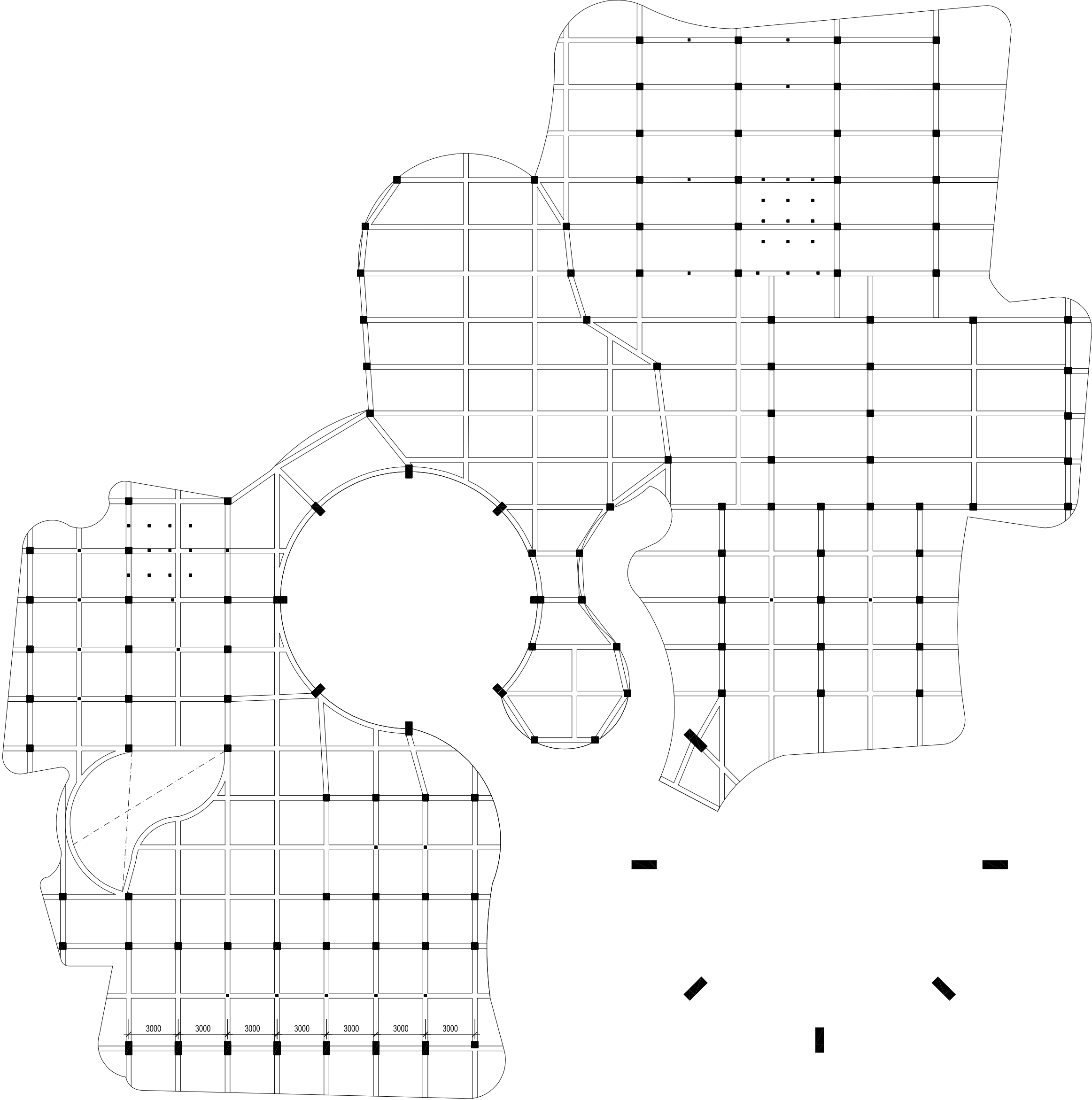
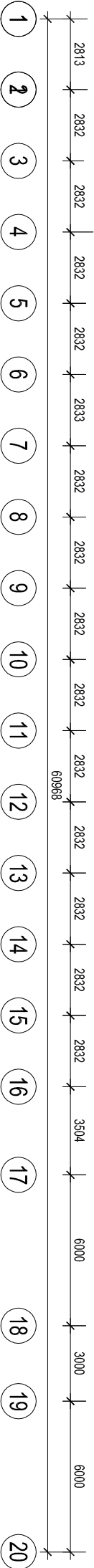
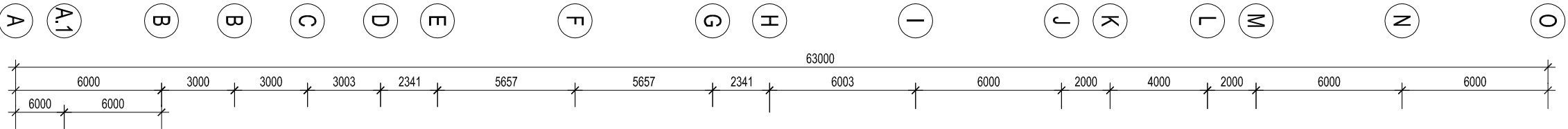
NOMOR
MAHASISWA : 06512036

Ir.MUNCHY BACHRON EDREES., M.Arch., IAI

LEMBAR KE
09
TANDA TANGAN

K : KOLOM
LK : LANTAI KERAMIK
PL : PLAT LANTAI
BL : BALOK INDUK
BV : BALOK KANTILEVER
PLF : PLATOND
PB : PONDASI BATU KALU
KC : KACA
TG : TANGGA
TN : TANAH
FP : FOOTPLAT
W : WIRING
SP : SPLINKLER
SH : SHADDING





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

PERIODE GANJIL TAHUN
2010/2011

FASHION CENTER

RENCANA BALOK LANTAI 2
ELEV. + 4.00

SKALA
1:150

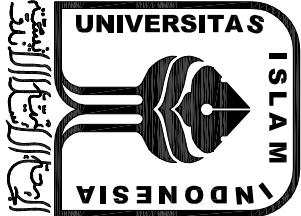
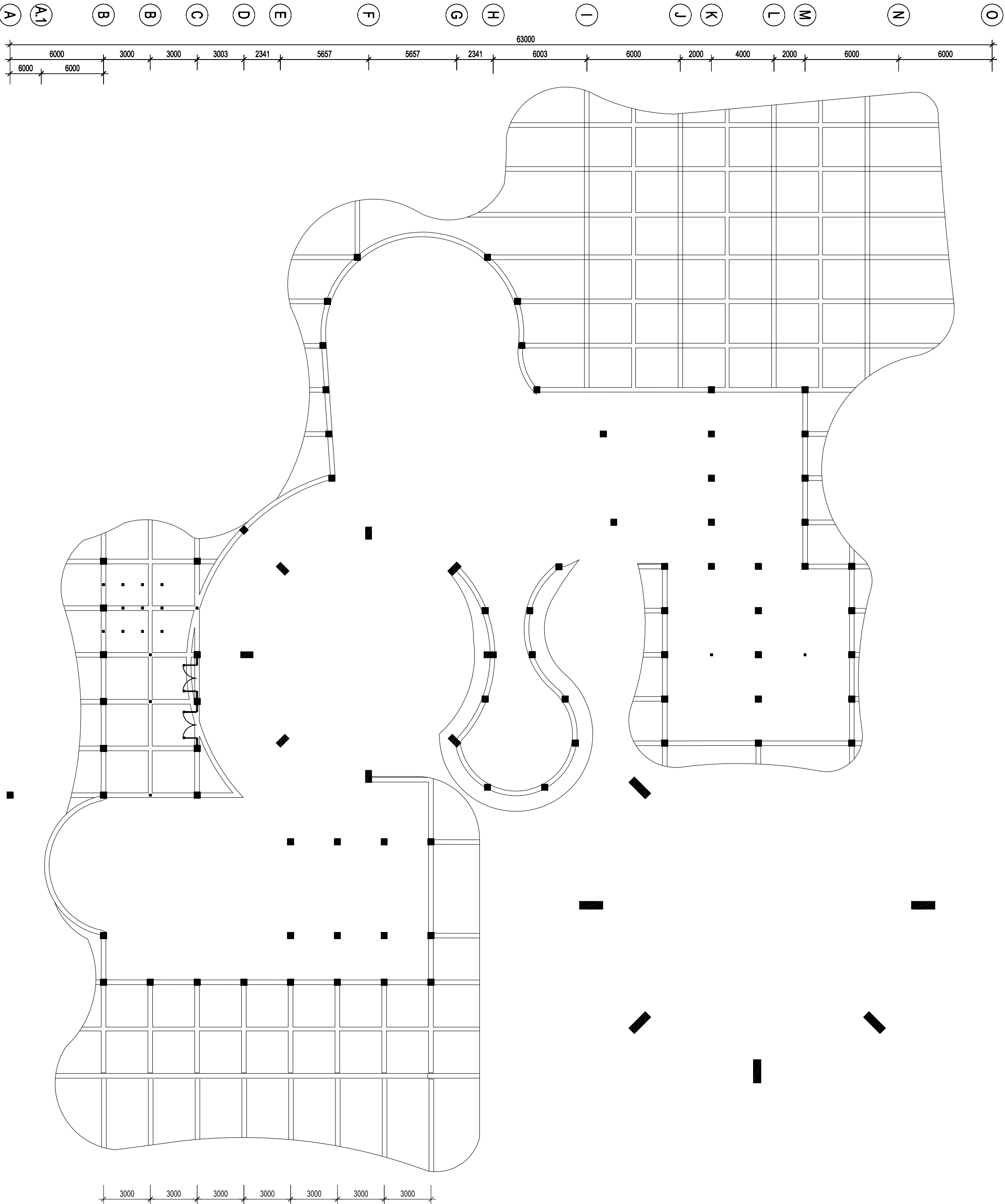
NAMA MAHASISWA : AGUNG SETYOSO
NOMOR MAHASISWA : 06512036

DOSEN PEMBIMBING
Ir.MUNCHY BACHRON EDREES, M.Arch., IAI

NILAI

LEMBAR KE TANDA TANGAN

Keterangan



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

PERIODE GANJIL TAHUN
2010/2011

FASHION CENTER

RENCANA BALOK LANTAI
ATAP ELEV. + 8.00

SKALA
1:150

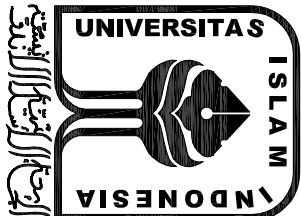
NAMA MAHASISWA : AGUNG SETYOSO
NOMOR MAHASISWA : 06512036

DOSEN PEMBIMBING
Ir.MUNCHY BACHRON EDREES, M.Arch., IAI

NILAI

LEMBAR KE TANDA TANGAN

Keterangan



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

PERIODE GANJIL TAHUN
2010/2011

FASHION CENTER

RENCANA BALOK LANTAI
ATAP ELEV. + 9.00

SKALA
1:150

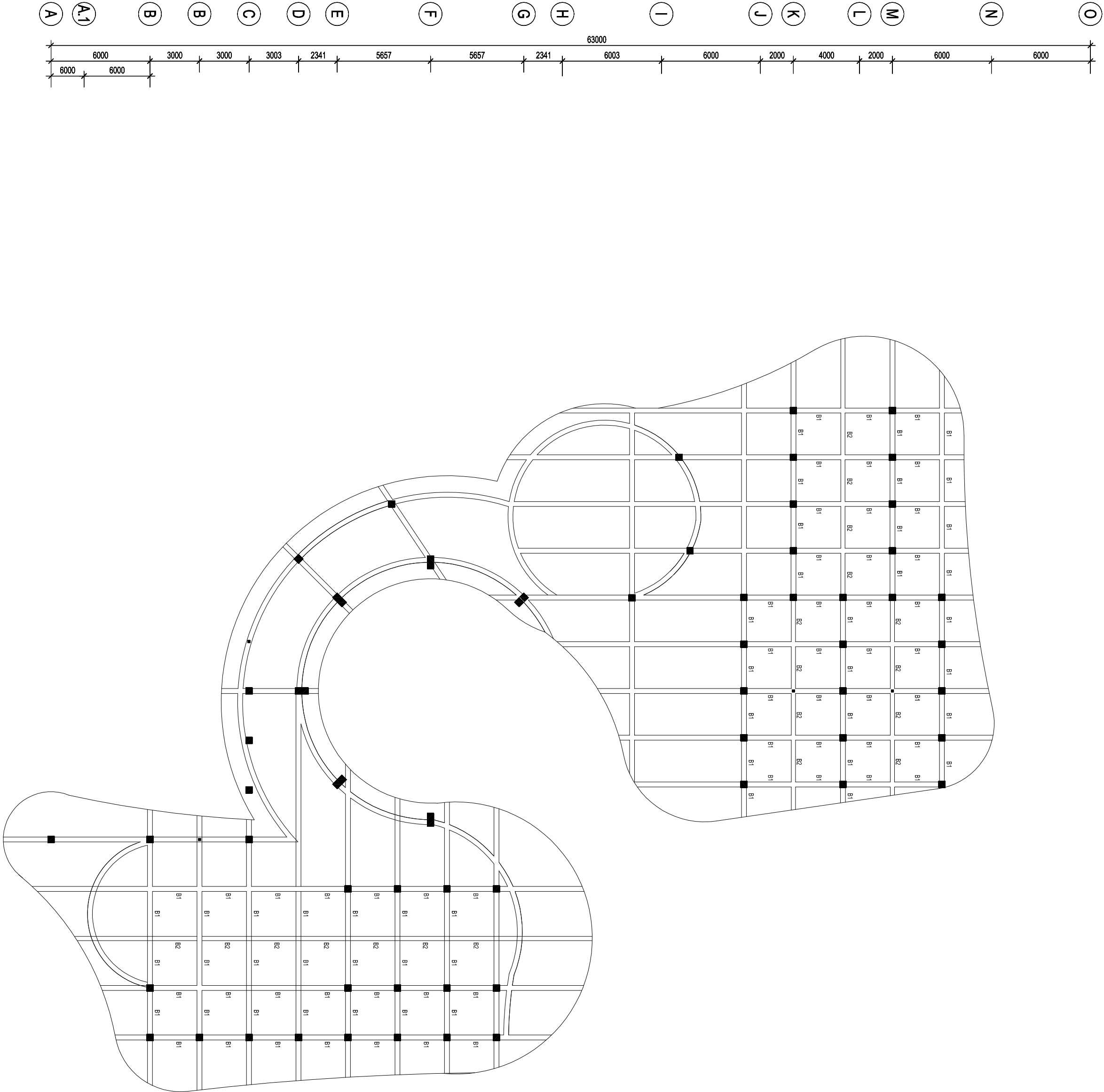
NAMA MAHASISWA : AGUNG SETYOSO
NOMOR MAHASISWA : 06512036

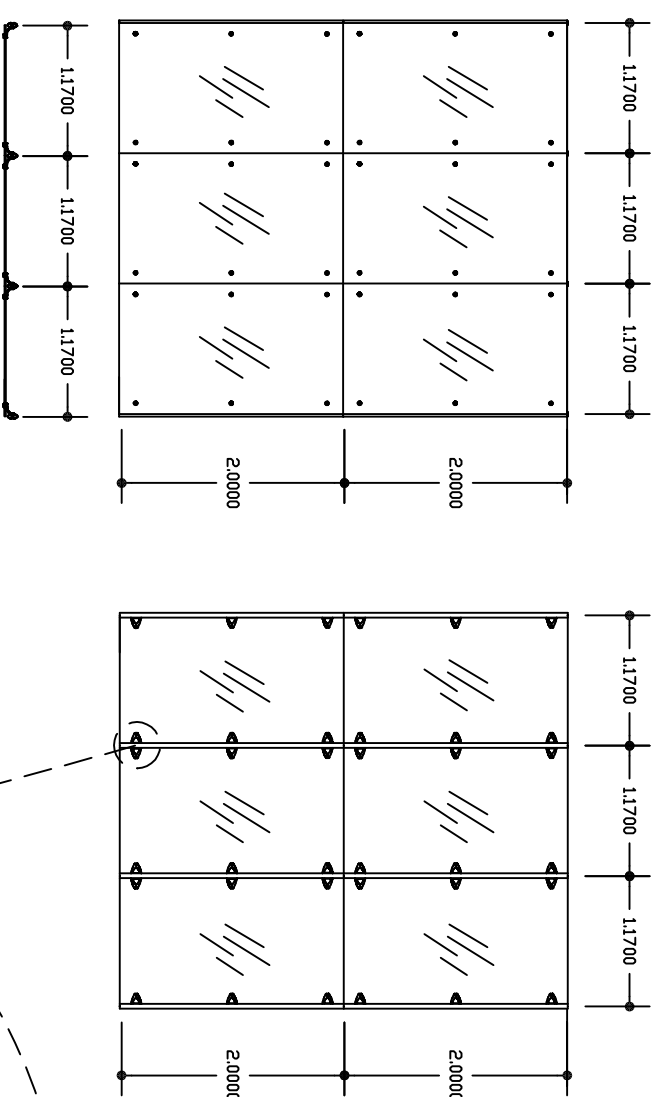
DOSEN PEMBIMBING
Ir.MUNCHY BACHRON EDREES, M.Arch., IAI

NILAI

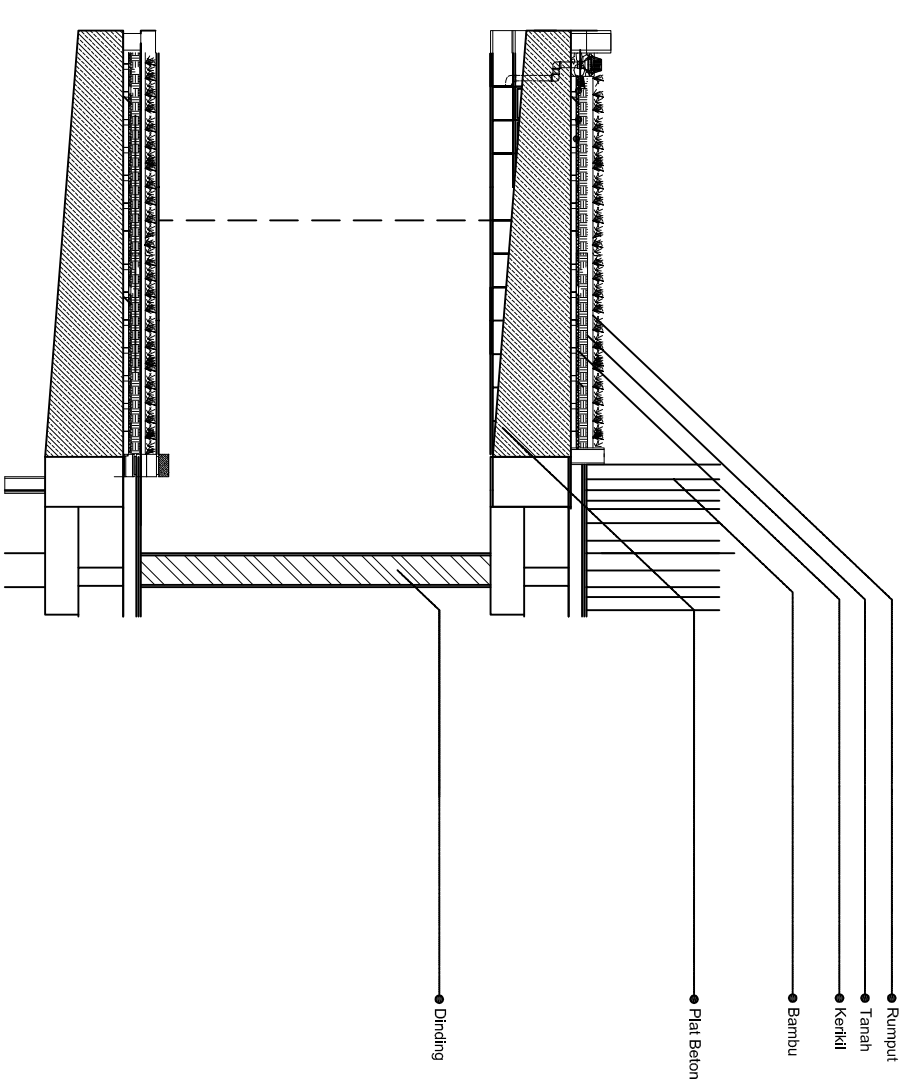
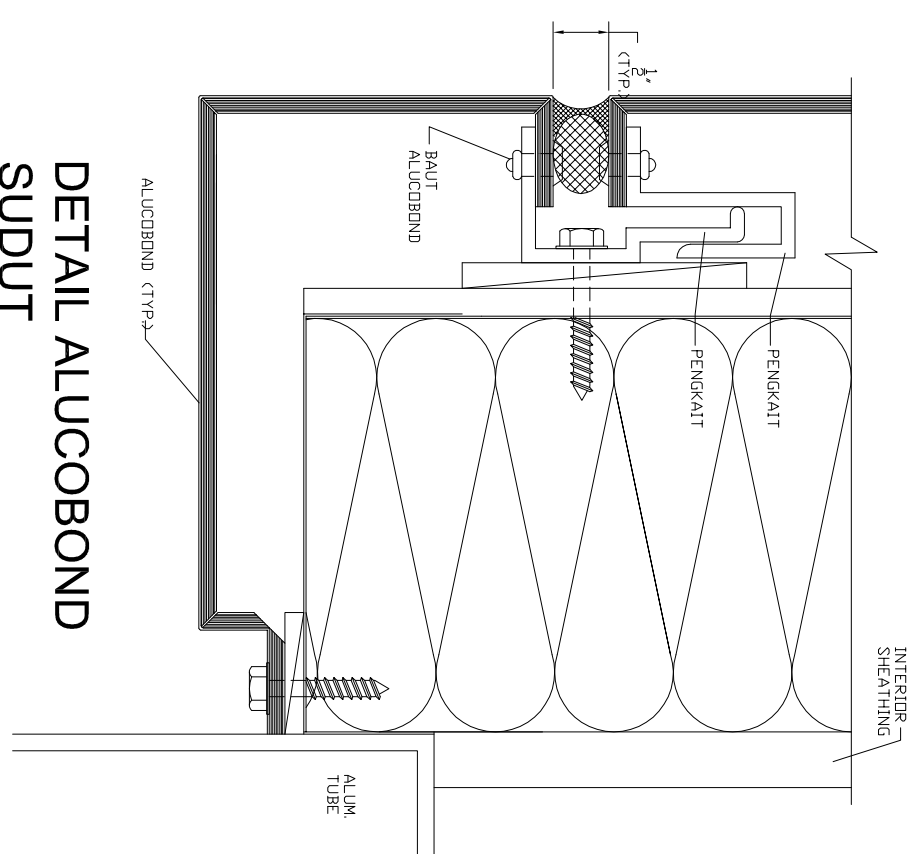
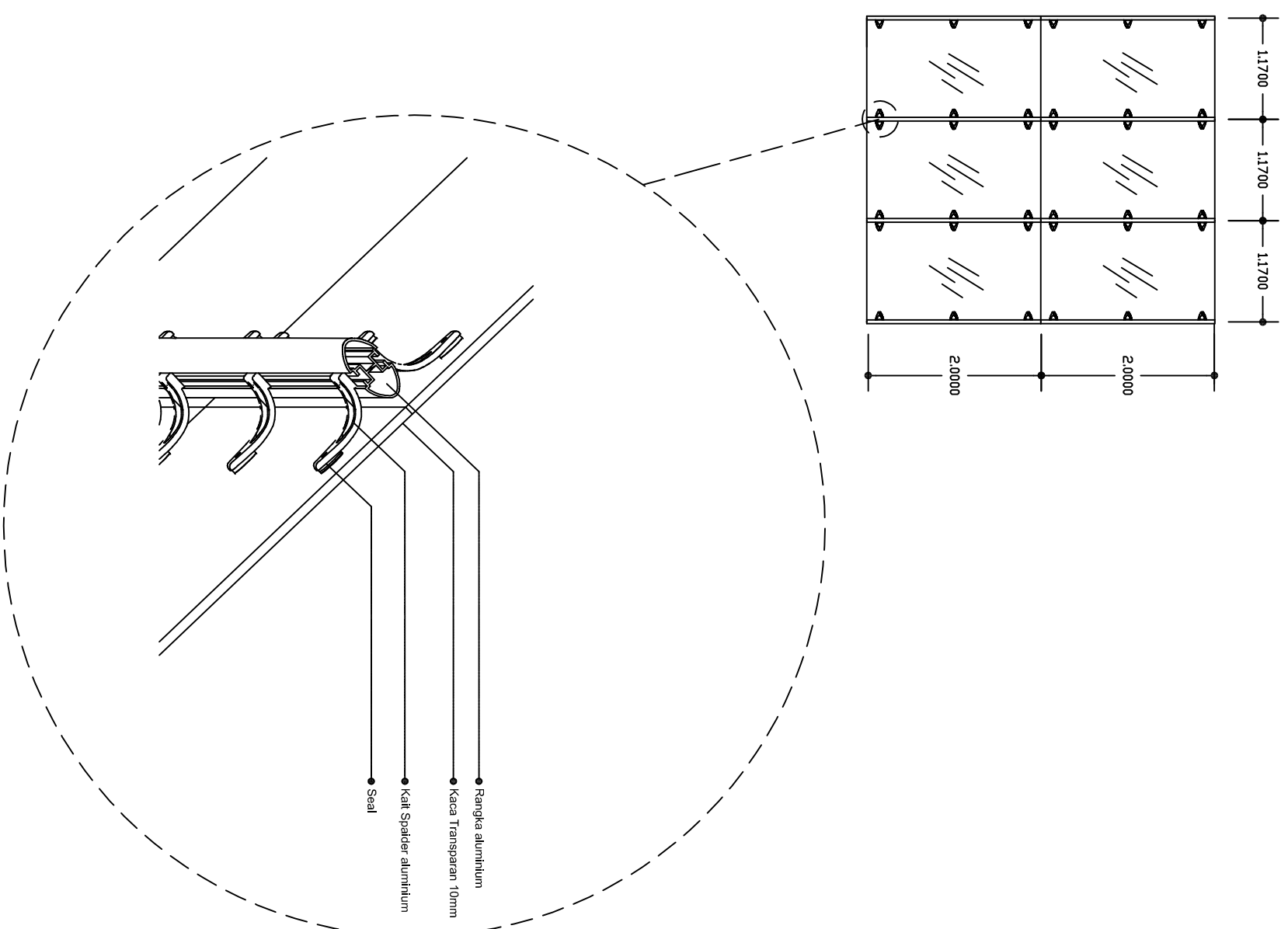
LEMBAR KE TANDA TANGAN

- Keterangan
- 1. B1 = BALOK 300x600
 - 2. B2 = BALOK 250x400
 - 3. K1 = KOLOM 500x1500
 - 4. K2 = KOLOM 400x800
 - 5. K3 = KOLOM 400x400

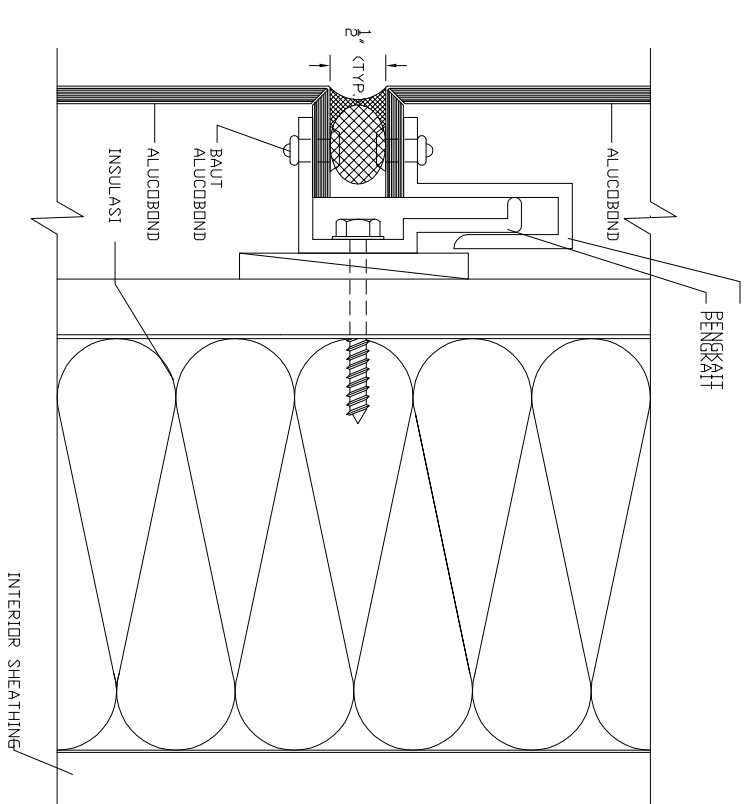


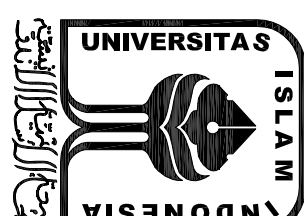


DETAIL SPIDER FIXING



DETAIL ROOF GARDEN



 TUGAS AKHIR JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	
PERIODE GANJIL TAHUN 2010/2011	
FASHION CENTER	
DETAIL-DETAIL	
SKALA 1:50	
NAMA MAHASISWA :	AGUNG SETIYOSO
NOMOR MAHASISWA :	06512036
DOSEN PEMBIMBING	
Ir.MUNCHY BACHRON EDREES., M.Arch., IAI	
NILAI	
LEMBAR KE	TANDA TANGAN
Keterangan	



PARANG FASHION CENTER

EKSTERIOR BANGUNAN
INTERIOR BANGUNAN

