

ARSITEKTUR TEMATIK

“Pusat Fashion Solo dengan Pendekatan Arsitektur
Regionalisme”



DOSEN PEMBIMBING :

Ir.Musyawah, MT

OLEH :

LEONI NOOR DAMARANI

I0213050

JURUSAN ARSITEKTUR

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

2016

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA PUSAT FASHION SOLO DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR REGIONALISME

II.1. TINJAUAN FASHION

II.1.1. PENGERTIAN FASHION DAN DUNIA FASHION

Fashion adalah cara, ragam yang terbaru pada suatu waktu tertentu baik tentang pakaian, rambut corak hiasan dan sebagainya. Busana selalu berkaitan dengan fashion, hal ini dikarenakan busana dalam penciptaannya tidak lepas dari masalah keindahan. Rancangan tersebut tidak akan berarti bagi kehidupan manusia apabila rancangan tersebut tidak diajukan menjadi sebuah benda yang berguna atau berfungsi bagi manusia.

Dunia mode adalah dunia yang selalu berubah – ubah, perubahan ini mencakup beberapa aspek yang mempengaruhi seperti ekonomi, politik, sosial dan budaya.

Atau dengan kata lain, fashion adalah gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu baik gaya busana, sepatu ataupun aksesoris

II.1.2. PERKEMBANGAN FASHION MODE DI INDONESIA

Sejarah busana di Indonesia dimulai pada zaman dahulu kala pakaian yang dipakai terdiri dari kulit pohon kayu. Dalam perkembangan selanjutnya, lembaran kulit kayu mulai dihias dengan motif – motif tertentu seperti motif ‘pilin’ (bentuk huruf S). Seiring dengan meningkatnya kebudayaan, mereka mulai mengenal alat tenun. Kain tenun hanya mampu memberikan motif – motif tertentu yang statis sifatnya. Kain – kain ini dibentuk dalam bentuk kain sarung yang pemakaian serta pemeliharaannya lebih praktis. Tetapi kain tenun ini cenderung kurang luwes serta kurang kaya akan motif maupun cara pemakaiannya.

Perkembangan selanjutnya adalah pemakaian kain bermotif batik yang dimulai sejak jaman Syailendra. System membatik dengan malam sudah ada sejak abad IV. Kain panjang motif batik dipakai terbatas oleh golongan atas, sedangkan masyarakat biasa menggunakan kain tenun serta

lurik yang harganya mahal karena bagus serta halus, tetapi bahan tersebut biasanya hanya dikenakan oleh pengantin.

Mode, sampai di awal dekade delapan puluhan masih dianggap sebagai sekedar hobi seseorang. Namun sekarang sudah dianggap sebagai bidang serius yang bisa menunjukkan cita rasa bangsa, sehingga ini semakin menciptakan arena mode di Indonesia yang ramai dengan apresiasi. Hal ini dibuktikan dengan menjamurnya kegiatan seputar mode dan lomba – lomba mode serta pekerjaan di bidang mode sudah tidak dipandang sebagai sekedar hobi, namun kedudukan para perancang mode telah amat dihargai sebagai profesi yang berarti, seperti juga profesi di bidang seni lainnya seperti interior designer, arsitek ataupun sutradara film.

II.1.3. PENGADAAN MODE ATAU BUSANA

Perwujudan atau pengadaan mode menurut kuantitas dan kualitas digolongkan menjadi tiga, yaitu :

- *Houte Couture* (Adi Busana)

Yaitu jenis busana berselera dan bermutu tinggi dengan bahan – bahan yang dipilih secara cermat, garis – garis rancangannya dipelajari secara mendalam dan pola – polanya dipersiapkan secara mendetail dan diproduksi tidak lebih dari satu atau berdasarkan pesanan seseorang.

- *Semi Houte Couture*

Merupakan jenis busana yang diproduksi dalam jumlah tertentu dan sekian proses pekerjaan tangan diambil alih oleh mesin. Produk ini lebih komersial sifatnya, agar harga pakaian – pakaian yang bermutu dapat ditekan harganya dan para produsen mengalami peningkatan bisnis.

- Ready to Wear / Pret a Porter (pakaian jadi, konveksi)

Adalah jenis busana yang diproduksi dalam jumlah besar dengan harga yang relative murah sehingga hasilnya dapat dinikmati oleh sejumlah besar konsumen.

II.1.4. DIFERENSIASI FASHION

Menurut Betsy Cullum-Swan dan P.K. Mnning 1990, fashion dibedakan :

- *High fashion*, yaitu pakaian yang didesain secara khusus untuk orang-orang khusus dan dijual di outlet-outlet khusus. Segmen ini tidak bisa dilepaskan dengan desainer profesional.
- *Mass fashion*, yaitu sistem mencipta, mendistribusikan, dan menjual salinan dari pakaian karya para desainer.
- *Vulgar fashion*, merupakan pakaian yang diciptakan lewat produksi misalnya dari salinan mass fashion, dengan selang beberapa waktu setelah sebuah produk mass fashion beredar di pasaran.

II.2. PUSAT FASHION

II.2.1. PENGERTIAN *CENTER* / PUSAT

Berikut adalah pengertian *center* dari berbagai sumber, antara lain :

- Menurut The Contemporary English Indonesian Dictionary oleh Drs. Peter Salim (1985), centre berarti pusat, tengah-tengah, titik tengah lingkaran.
- Menurut kamus lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris, Prof. Dr. S. Wojowasito dan W.J.S. Poerwadarminta (1980), centre berarti pusat atau pokok.
- Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia oleh Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (1989), arti pusat adalah tempat yang letaknya di bagian tengah, pokok pangkal atau yang jadi tumpunan (berbagai urusan hal dan sebagainya).

II.2.2. PENGERTIAN DAN KLASIFIKASI PUSAT PERBELANJAAN

Dalam buku “Beddington, Design for Shopping Centre” (1982), pusat perbelanjaan diartikan sebagai suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi. Dalam buku “Urban Land Institute, Shopping Center Development Handbook”, shopping center atau pusat perbelanjaan didefinisikan sebagai sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai, dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi, berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko, dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko.

Selanjutnya dalam buku “Urban Land Institute, Shopping Center Development Handbook”, Klasifikasi pusat perbelanjaan berdasarkan pengelompokan fisik, yaitu :

- Pasar sederhana, mempunyai karakter tradisional
- Pusat perbelanjaan (*shopping centre* atau *mall*). Memiliki karakteristik dikelola secara teratur dan mempertimbangkan kenyamanan.

Klasifikasi pusat perbelanjaan menurut tingkat kapasitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

- Pusat perbelanjaan lokal (Neighbourhood Centre)
 - o Menjual barang kebutuhan sehari-hari (supermarket, unit-unit toko)
 - o Luas lantai penjualan 2870 – 9290 m²
 - o Tingkat pelayanan untuk 5000 - 40000 penduduk (skala radius 5mil)
- Pusat Perbelanjaan Distrik
 - o Menjual barang dalam lingkup yang lebih besar dari kebutuhan sehari-hari
 - o Luas lantai penjualan 9290 -27870 m²
 - o Tingkat pelayanan untuk 40000 - 150000 penduduk
- Pusat Perbelanjaan Regional
 - o Menjual barang dengan kebutuhan sehari-hari (supermarket, unit-unit toko, department store dengan supermarket, shop, sinema, bank, dsb)
 - o Luas lantai penjualan 27870 - 92000 m²
 - o Tingkat pelayanan untuk 150000 - 400000 penduduk

Pusat perbelanjaan atau shopping center dalam buku Indonesia “Shopping Centre”, Yuli Andyono (2006), memiliki pengertian sebagai suatu bangunan yang memiliki bentuk bangunan atau kumpulan beberapa bangunan dalam satu lokasi, yang mana terdapat beberapa vendor independent atau beragam toko dengan beragam brand, yang semuanya dihubungkan antara satu sama lain oleh jalur sirkulasi yang terbuka atau tertutup dengan tujuan untuk mempermudah pengguna mall pada waktu mengunjungi satu toko dan berjalan ke toko lain dengan aman dan nyaman.

II.2.3. PENGERTIAN BUTIK

Butik berasal dari bahasa Perancis, Boutique yang berarti toko tempat menjual pakaian jadi dengan segala kelengkapannya terutama untuk wanita. (Badudu, 2001) Boutique memiliki pengertian :

- Toko berskala kecil atau department store kecil yang menjual barang-barang khusus seperti baju bergaya (trend) dan aksesoris serta barang-barang merchandise lainnya
- Toko Retail Kecil yang menjual barang khusus seperti kado (hadiah), baju bergaya (trend), aksesoris, makanan, dan sebagainya.

II.2.4. PENGERTIAN GERAI FASHION YANG LAIN

- Factory Outlet, adalah gerai pakaian dengan konsep pemasaran yang menawarkan barang-barang dengan merk terkenal yang langsung didapat dari pabrik, tanpa melalui distributor, sehingga harga lebih murah. (dictionary.com)
- Boutique Outlet, adalah gerai fashion dengan barang-barang lebih berkkelas dibanding Factory Outlet, dan Boutique Outlet lebih pribadi dan memanjakan pelanggan. (dictionary.com)

II.2.5. KEGIATAN DI PUSAT FASHION SOLO

→ KEGIATAN DESAIN DAN PRODUKSI FASHION

Kegiatan ini merupakan kegiatan pembuatan pakaian yang dirancang oleh desainer.

Kegiatan-kegiatan tersebut yaitu :

- Merancang desain pakaian yang akan dibuat
- Membuat pola
- Membuat desain/motif kain dan corak kain yang nantinya akan dipakai sebagai bahan dasar pakaian
- Menjahit kain yang sudah di desain oleh desainer
- Konsultasi fashion

Pada kegiatan ini membutuhkan ruang – ruang, seperti :

- Ruang Desain / Perancangan → merupakan area untuk mendesain karya-karya seperti pakaian dan aksesorisnya
- Ruang Menjahit → merupakan area untuk menjahit karya - karya yang dibuat

→ KEGIATAN PROMOSI

Kegiatan promosi yang membutuhkan fasilitas gedung atau ruang peragaan. Pada dasarnya fasilitas ini terdiri dari 3 bagian yaitu :

- *Stage*, merupakan area pertunjukkan atau panggung peragaan
- *Audience*, merupakan area untuk pengunjung dan penonton
- *Area penunjang*, terdiri dari ruang persiapan yang meliputi ruang ganti, dan ruang rias, ruang servis, dan lobby

Selain itu, terdapat hal-hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan dan merancang fasilitas peragaan busana ini, yaitu :

- Pengaturan sirkulasi yang jelas antara peraga, pengunjung, dan servis. Misalnya sirkulasi peraga dari belakang stage atau dari arah penonton
- Pengaturan ruang yang memungkinkan sistem akustik yang baik, termasuk pengaturan pencahayaan
- Penyediaan ruang yang memungkinkan perubahan - perubahan penataan, sehingga di dapatkan suasana yang berubah-ubah sesuai dengan keinginan. Beberapa jenis penataan stage yaitu dengan bentuk stage I, T, H.



Gambar 1.a. Stage I untuk Fashion Show



Gambar 1.b. Stage T untuk Fashion Show



Gambar 1.c. Stage H untuk Fashion Show

- Pengaturan yang memenuhi tuntutan kenyamanan pandangan penonton kearah stage. Penataan ruangan untuk penonton ada 2 jenis, yaitu penataan teater dan penataan meja.



Gambar 1.d. Penataan Teater



Gambar 1.e. Penataan Meja

➔ KEGIATAN DISTRIBUSI DAN PAMERAN

Kegiatan distribusi dan pameran membutuhkan fasilitas semacam pertokoan atau butik merupakan suatu kelompok shop unit atau spesialis busana dan asesoris pendukungnya. Shop unit ini terdiri dari gerai – gerai fashion seperti butik. Hal- hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan pertokoan, terutama pertokoan indoor, yaitu :

- Memaksimalkan suasana yang atraktif dan efisien di dalamnya untuk memaksimalkan promosi. Pengaturan elemen- elemen, seperti pencahayaan, penghawaan, dan sirkulasi
- Memberikan batas pemisah atau border antara area penjualan dengan area servis dan penyimpanan barang (storage)
- Menciptakan fasade yang atraktif untuk menarik pengunjung atau pembeli kedalam pertokoan.



Gambar . Contoh layouting retail

Sumber : www.thinking.com



Gambar . Pemanfaatan Space

Sumber : www.thinking.com



Gambar . Contoh Tampilan Eksterior Retail

Sumber : www.hktdc.com



Gambar . Contoh Tampilan Interior Retail

Sumber : www.pinterest.com



Gambar . Contoh Tampilan Main Entrancel

Sumber : <http://www.woodsbaqot.com/project/the-one-hong-kong>

→ K

tau

ruang penunjang. Pada dasarnya fasilitas ini terdiri dari 5 bagian yaitu :

- Foodcourt
- Ruang penyimpanan
- Ruang Pemeliharaan
- Ruang informasi
- Ruang pengelola

II.2.6. TINJAUAN BANGUNAN PUSAT FASHION ATAU GRAHA BUSANA

- **Stockholm Mode Centre**



Gambar 2. Stockholm Modecenter

Sumber : www.create.se

Bangunan Mode Center ini didesain oleh arsitek Swedia Misca Borowski dan Krister Akeby. Bangunan ini digambarkan konsep ruang yang diperuntukkan bagi publik dengan pemanfaatan cahaya matahari dengan maksimum. Pengaturan ruang sederhana dan arah sirkulasi yang jelas.

Data bangunan Stockholm Mode Centre :

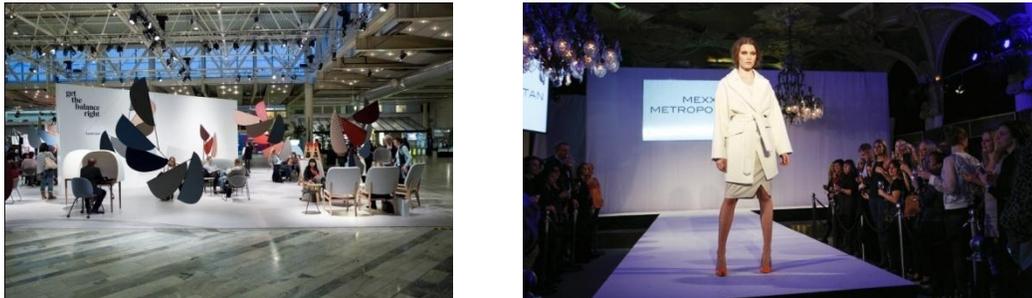
- o Luas bangunan 30.000 m².
- o Hall atau Lobby berupa atrium dengan ukuran 18 x 24 dengan kapasitas 1000 orang
- o Toko toko atau Retail Stores dan Kantor Agen Mode
- o Kantor perwakilan perusahaan yang berkaitan dengan mode.
- o Kantor perancang
- o Restoran
- o Ruang Konveksi
- o Ruang Service



Gambar 3. Interior Stockholm Modecenter

Sumber : sweefse.com

Bangunan ini diisi oleh toko – toko pakaian terkemuka yang tersebar di seluruh Eropa dan menjadi tempat bersatunya agen – agen terkemuka, perancang dan perwakilan perusahaan mode. Bangunan yang memakai konsep estetika High Tech dengan mengacu pada teori bangunan futurism St. elia dimana menggunakan kemajuan teknologi dengan menekankan pada konstruksi ringan dan material modern. Hal terlihat dengan material seperti baja, kaca, beton dan elemen prefab.



Gambar 3. Hall dan Modelling Room Stockholm Modecenter

Sumber : sweefse.com

Dalam bangunan Mode Centre ini terdapat hall yang besar, yang digunakan untuk ruang bersama karena cahaya matahari masuk dari atap transparan. Lantai ruang ini dihiasi dengan tanaman serta ditaruh di kursi pengunjung

- **Pusat Grosir Solo**



Gambar 4. Pusat Grosir Solo

Sumber : pusatgrosirsolo.com

Sektor perdagangan adalah sektor yang terus-menerus mengalami peningkatan dan menjadi salah satu penyumbang terbesar bagi roda perekonomian Kota Solo. **Pusat Grosir Solo** hadir sebagai wadah bagi para pengusaha di bidang perdagangan yang bergerak di penjualan produk fashion terutama batik.

Pusat Grosir Solo merupakan pusat perbelanjaan (trade center) yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang kenyamanan dan keamanan baik kepada pedagang maupun kepada para pengunjungnya. Pusat Perbelanjaan ini melayani kebutuhan fashion bagi pembeli dalam jumlah grosir maupun eceran. Selain pusat perdagangan, **Pusat Grosir Solo** juga menjadi tujuan utama bagi para wisatawan ketika mereka mencari oleh-oleh batik, saat berkunjung ke Kota Solo.

Pusat Grosir Solo memiliki beberapa spesifikasi seperti :

Luas Tanah	: 10.190 m ²	Parkir Mobil	: 350 lot
Luas Bangunan	: 30.278 m ²		
Jumlah Lantai	: 5 lantai		
Jumlah Kavling	: 1221		
Parkir Motor	: 350 lot		

II.3. TINJAUAN ARSITEKTUR REGIONALISME

II.3.1. PENGERTIAN ARSITEKTUR REGIONALISME

Regional menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah 'bersifat kedaerah' atau 'kedaerahan'. Sedangkan pada awalnya regionalisme telah dihubungkan pada “pandangan identitas” (Frampton, dan Buchanan). Pengertian ini timbul karena keterpaksaan menerima

tekanan modernisme yang menciptakan “universalism” (Buchanan); melalaikan “kualitas kehidupan” (Spence) atau “jiwa ruang”(Yang); dan mengambil “kesinambungan” (Abel).

Berdasarkan hal diatas arsitektur regional oleh para arsitek di atas dapat disimpulkan sebuah definisi yang lebih lengkap yang mana definisi ini dapat diterima untuk segala jaman, yaitu definisi menurut Tan Hock Beng.

Berdasarkan definisi Tan Hock Beng dapat diklasifikasikan dalam 6 strategi regionalisme, yaitu :

1. Memerlihatkan identitas tradisi secara khusus berdasarkantempat/daerah dan iklim.
2. Memerlihatkan identitas secara formal dan simbolik ke dalam bentuk baru yang lebih kreatif.
3. Mengenalnya sebagai tradisi yang sesuai untuk segala zaman.
4. Menemukan kebenaran yang seimbang antara identitas daerah dan internasional.
5. Memutuskan prinsip mana yang masih layak/patut untuk saat ini (aktual).
6. Menggunakan tuntutan-tuntutan teknologi modern, dari hal yang tradisional digunakan sebagai elemen-elemen untuk langgam modern.

II.3.2. PENERAPAN ARSITEKTUR REGIONALISME DALAM DESAIN

Arsitektur Masa Lampau (AML) dan Arsitektur Masa Kini (AMK) keduanya secara visual luluh menjadi satu kesatuan. Menurut Wondoamiseno, kemungkinan – kemungkinan pengkaitan tersebut adalah :

- Tempelan elemen AML pada AMK
- Elemen fisik AML menyatu didalam AMK
- Elemen fisik AML tidak terlihat jelas dalam AMK
- Ujud AML mendominasi AMK
- Ekspresi ujud AML menyatu di dalam AML

Untuk mendapatkan kesatuan dalam komposisi arsitektur ada tiga syarat utama yaitu adanya :

- **Dominasi**

Dominasi yaitu ada satu yang menguasai keseluruhan komposisi. Dominasi dapat dicapai dengan menggunakan warna, material, maupun objek – objek pembentuk komposisi itu sendiri.

- **Pengulangan**

Pengulangan di dalam komposisi dapat dilakukan dengan mengulang bentuk, warna, tekstur maupun proporsi. Di dalam pengulangan dapat dilakukan dengan berbagai irama atau repetisi agar tidak terjadi kesenadaan (monotone)

- **Kesinambungan dalam Komposisi**

Kesinambungan atau kemenerusan adalah adanya garis penghubung maya (imaginer) yang menghubungkan perletakan objek – objek pembentuk komposisi.

II.3.3. PENERAPAN ARSITEKTUR REGIONALISME DALAM BANGUNAN PUSAT FASHION

Penerapan arsitektur regionalism dapat diaplikasikan pada beberapa bagian bangunan di Pusat Fashion Solo ini baik bagian eksterior ataupun interior. Pada eksterior dapat diaplikasikan pada fasad yang berfungsi untuk ornamen – ornamen sehingga bangunan lebih menarik. Sedangkan pada interior dapat diaplikasikan pada layout ruang hall, ruang konsultasi bahkan ruang fashion show.



Gambar . Contoh penerapan unsur jawa modern di ruang fashion show

Sumber : www.interiorjavanese.com



Gambar . Contoh penerapan unsur jawa modern di hall penerima

Sumber : www.interiorjavanese.com



Gambar . Aplikasi ornamen jawa pada eksterior bangunan

Sumber : www.interiorjavanese.com



Gambar . Fasad eksterior dengan konsep regionalisme

Sumber : www.interiorjavanese.com



Gambar . Fasad eksterior dengan konsep regionalisme

Sumber : www.interiorjavanese.com