

TUGAS AKHIR
DESAIN INTERIOR FASHION CENTRE
DENGAN PENDEKATAN POP ART

DI SURAKARTA



Disusun untuk melengkapi syarat kelulusan
Mata Kuliah Tugas Akhir

Oleh :

ACHMAD KHADAFI
NIM : C0805001

JURUSAN DESAIN INTERIOR
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA

2010
copyright to user

PERSETUJUAN

DESAIN INTERIOR FASHION CENTER
DENGAN PENDEKATAN POP ART
DI SURAKARTA

Oleh : Achmad Khadafi
C0805001

Telah disetujui pada mata kuliah Kolokium dan Tugas Akhir
Jurusan Desain Interior Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret
Surakarta
2010

Pembimbing I

Pembimbing II

Anung B. Studyanto, S.Sn, MT
NIP. 19710816 200501 1 001

Drs. IF. B Sulistyono, Sk., MT.arch
NIP. 19621125 199303 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan

Koordinator Tugas Akhir

Drs. Rahmanu Widayat, M. Sn
NIP. 19621221 199201 1 001

commit to us

Iik Endang Siti W, S.Sn, M.Ds
NIP. 19771027 200112 2 002

PENGESAHAN

DESAIN INTERIOR FASHION CENTRE DENGAN PENDEKATAN POP ART DI SURAKARTA

Oleh : ACHMAD KHADAFI
C0805001

Telah disahkan dan dipertanggung jawabkan pada Sidang Tugas Akhir
Jurusan Desain Interior Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret
Surakarta
Pada Hari Selasa, 27 Juli 2010

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang

Drs. Soepriyatmono, MSn.

NIP. 19560117 198811 1 001

2. Sekretaris Sidang

Lu'lu' Purwaningrum, SSn, MT

NIP. 19770612 20012 2 003

3. Penguji I

Anung B. Studyanto, S.Sn, MT

NIP. 19710816 200501 1 001

4. Penguji II

Drs. IF. B Sulistyono, Sk., MT.arch

NIP. 19621125 199303 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan
Desain Interior

Dekan Fakultas
Sastra dan Seni Rupa

Drs. Rahmanu Widayat, M. Sn
NIP. 19621221 199201 1 001

commit to user

Drs. Sudarno, M.A
NIP. 19530315 198506 1 001

PERNYATAAN

Nama : Achmad Khadafi

NIM : C0805001

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan Tugas Akhir Berjudul Desain Interior Fashion Centre Dengan Pendekatan Pop Art di Surakarta adalah benar benar karya sendiri, bukan plagiat dan dibuatkan orang lain. Hal-hal yang bukan karya saya. Dalam Laporan Tugas Akhir ini diberi tanda citasi (kutipan) dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik.

Surakarta, 27 Juli 2010

Yang membuat pernyataan

Achmad Khadafi

NIM. C0805001

commit to user

MOTTO



Awali dengan bismillah akhiri dengan Alhamdulillah

Kebahagiaan paling besar adalah bila kita bisa menyembunyikan kebaikan kita

Jangan pernah berpikir dan berbuat *kecuali yang bernilai tinggi dan bermakna*

Barangsiapa yang ingin mendapatkan lebih maka harus sanggup berbuat lebih

Pemain yang tenang adalah yang memenangkan pertandingan

Cintailah yang menjadi tugasmu atau yang menjadi tanggung jawabmu

Hidup adalah perjuangan.

PERSEMBAHAN



Karya ini saya persembahkan untuk :

Ibunda tercinta yang dengan sabar
memberikan semangat dan doa.

Keluarga besar tersayang, yang telah
memotivasi dan memberi dukungan.

Temen-temen yang saling bantu
membantu dalam susah maupun senang

EnQ yang tiada henti membesarkan
hatiku.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, pada akhirnya penulis telah menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir: Desain Interior Fashion Centre Dengan Pendekatan Pop Art di Surakarta, sebagai salah satu syarat kelengkapan kelulusan Jurusan Desain Interior, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Untuk itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan moril dalam penyelesaian tugas ini, dan pernyataan rasa terima kasih ini penulis haturkan kepada :

1. Pihak Dosen dan Civitas Akademika yang turut mendukung penulis, terutama kepada :
 - a. Bapak Anung B. Studyanto, S.Sn, MT. selaku Pembimbing I yang telah memberikan inspirasi dan bimbingan dalam proses perancangan Tugas Akhir
 - b. Bapak Drs. IF. B Sulistyono, Sk., MT.arch selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak pengarahan dalam penyusunan karya Tugas Akhir.
 - c. Bapak Drs. Soepriyatmono, MSn. selaku ketua Sidang Tugas Akhir yang telah memberikan petunjuk dan himbauan.
 - d. Ibu Lu'lu' Purwaningrum, SSn, MT. selaku Sekretaris Sidang Tugas Akhir yang telah memberikan banyak saran dan informasi.
 - e. Ibu Iik Endang SW, SSn, M.Des selaku koordinator Tugas Akhir yang telah memberikan banyak saran dan informasi.
 - f. Bapak Drs. Rahmanu Widayat, M.Sn selaku Ketua Jurusan Desain Interior yang dengan sabar memberi dukungan dan motivasi.
2. Orang tuaku dan keluarga besar yang telah mendukung dan mendorong semangat serta doa selama ini.
3. Rekan-rekan Jurusan Desain Interior Angkatan 2005, dan teman – teman jurusan Desain Interior (Bima, Koyo', Bangun, Gunawan, Budi art) yang telah

commit to user

memberikan banyak informasi serta selalu mendorong semangat yang membangun.

4. UmiQ yang dengan sabar memberikan perhatian dan kasih sayang slama ini (Luv U So Much).
5. Rekan-rekan INSOMNIA (Buzels, Ian, Diq, Deni) thank's guys maaf kalo aku sempat bikin kalian kecewa.
6. Manager INSOMNIA (Bunda) makasih buat wejangannya slama ini.
7. Semua pihak yang tidak bisa tersebut satu per-satu yang telah banyak membantu selama penyusunan TA.

Semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan oleh seluruh pihak akan mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata, dalam penulisan dan penyusunan Tugas Akhir: Desain Interior Fashion Center Dengan Pendekatan Pop Art di Surakarta ini mungkin masih ada kekurangan, oleh karena itu segala saran dan kritik yang berguna untuk melengkapi kesempurnaan Makalah Tugas Akhir ini. Dan semoga penulisan makalah ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Surakarta, Juli 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DATAR BAGAN	xvii
ABSTRAKSI	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. BATASAN MASALAH	4
C. RUMUSAN MASALAH	4
D. TUJUAN	4
E. SASARAN	5
F. MANFAAT	6
G. METODOLOGI	6
H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	7
I. SKEMA POLA PIKIR <i>commit to user</i>	8

BAB II	KAJIAN PUSTAKA	8
A.	STUDI LITERATUR	8
1.	Pengertian Judul	8
2.	Tinjauan Fashion	9
3.	Tinjauan Fashion Center	16
3.1.	Sejarah street wear(street fashion).....	16
3.2.	Pop Art.....	19
4.	Tinjauan Peragaan Fashion.....	26
4.1.	Sejarah Perkembangan Peragaan Fashion	26
4.2.	Fashion Show	27
4.3.	Interior Fashion Show	30
4.4.	Bentuk Catwalk	32
4.5.	Standarisasi interior	34
a.	Unsur Ruang	34
1.	Lantai	34
2.	Dinding	34
3.	Langit-langit	36
b.	Sistem Interior	37
1.	Pencahayaan	37
2.	Penghawaan.....	56
3.	Akustik	58
c.	Panggung dan Pelengkapny.....	60
d.	Sistem Keamanan	67
5.	Tinjauan Centre	69

commit to user

5.1. Pengertian centre	69
6. Tinjauan Khusus Area Penjualan	70
6.1. Sistem Pelayanan.....	70
6.2. Sistem Display	70
6.3. Prinsip Desain Sarana Penjualan	80
6.4. Standarisasi Area Penjualan	81
7. Tinjauan Khusus Cafe	88
7.1. Definisi Cafe.....	88
7.2. Standarisasi Cafe.....	88
B. STUDY LAPANGAN	93
1. TOM CAT	93
2. MOVEABLE.....	95
3. WHATEVER SHOP.....	96
4. HAILAI INTERNATIONAL EXECUTIVE CLUB	98
BAB III PEMBAHASAN	102
I. PROGRAMING	102
1. Pengertian	102
2. Status kelembagaan	103
3. Struktur organisasi.....	103
4. Sasaran pengunjung	103
5. Asumsi lokasi	105
6. Potensi Lingkungan	106
7. Orientasi.....	117
8. Program Kegiatan dan Aktifitas	117
9. Organisasi Ruang.....	120
10. Jenis ruang dan fasilitas ruang.....	122

11. Besaran Ruang	125
12. Zoning dan Grouping.....	128
13. sirkulasi.....	129
II. KONSEP DESAIN	
1. Tema	130
2. Ide Gagasan	132
3. Konsep.....	134
4. Pertimbangan desain.....	135
5. Lay out.....	138
6. Elemen Pembentuk Interior.....	139
7. Interior Sistem.....	142
8. Furniture	144
9. Utilitas Bangunan.....	144
10. Sistem Keamanan.....	145
BAB IV PENUTUP	146
A. KESIMPULAN.....	146
B. SARAN-SARAN	147
DAFTAR PUSTAKA.....	149
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gb.1 Tunika	10
Gb. 2 Toga.....	10
Gb. 3 Bustle.....	12
Gb. 4 Gaun Gaya Mix & Macth	13
Gb. 5 Hippie Style	17
Gb. 6 Teddy Style	18
Gb. 7 Skin head	18
Gb. 8 Goth Subculture	18
Gb. 9 Contoh Pop Art.....	20
Gb. 10 Contoh Pop Art.....	21
Gb. 11 Roy Fox Lichtenstein.....	22
Gb. 12 Karya Roy Fox Lichtenstein.....	23
Gb. 13 Whaam.....	26
Gb. 14 Drowning Girl.....	26
Gb. 15 Penataan ruang pada gedung peraga	31
Gb. 16 Penataan Teater	31
Gb. 17 Penataan Teater.....	31
Gb. 18 Bentuk Catwalk H	32
Gb. 19 Bentuk Catwalk I.....	32
Gb. 20 Bentuk Catwalk T.....	33
Gb. 21 Bentuk Catwalk K	33
Gb. 22 Lampu Cahaya Khusus	45
Gb. 23 Lampu Cahaya Khusus (lekolitas).....	45
Gb. 24 Lampu Spot Lensa Plano Konveks	45
Gb. 25 Lampu Spot Lensa	46

Gb. 26 Type Spot Digital.....	46
Gb. 27 Profile Spot.....	47
Gb. 28 Short Trow Follow Spot.....	47
Gb. 29 Front Of House Follow Spot.....	47
Gb. 30 Safety Wire Of Lamps.....	48
Gb. 31 Layang-Layang.....	63
Gb. 32 Layang-Layang dengan sistem bandul keseimbangan.....	63
Gb. 33 Layar Tarik.....	64
Gb. 34 Layar Tablo dan Layar Gantung.....	64
Gb. 35 Jembatan Lampu.....	65
Gb. 36 Para-para.....	65
Gb. 37 Sistem Bandul Keseimbangan.....	66
Gb. 38 Manual Console.....	66
Gb. 39 Computer Console.....	67
Gb. 40 Lobby Mall.....	69
Gb. 41 Etalase sistem terbuka.....	72
Gb. 42 Etalase sistem tertutup.....	73
Gb. 43 Etalase sudut.....	73
Gb. 44 Etalase atas.....	74
Gb. 45 Etalase kanan.....	74
Gb. 46 Etalase bertingkat.....	75
Gb. 47 Etalase arcade.....	75
Gb. 48 Vitrine.....	76
Gb. 49 Tempel dan panil.....	77
Gb. 50 Sistem Gantung.....	77
Gb. 51 Island display.....	78
Gb. 52 Table Fixture.....	78
Gb. 53 Cases Fixture.....	79
Gb. 54 Panel Fixture.....	80
Gb. 55 Antrophometri Area Retail Publik Utama.....	81
Gb. 56 Antrophometri Area Retail Publik Kedua.....	82

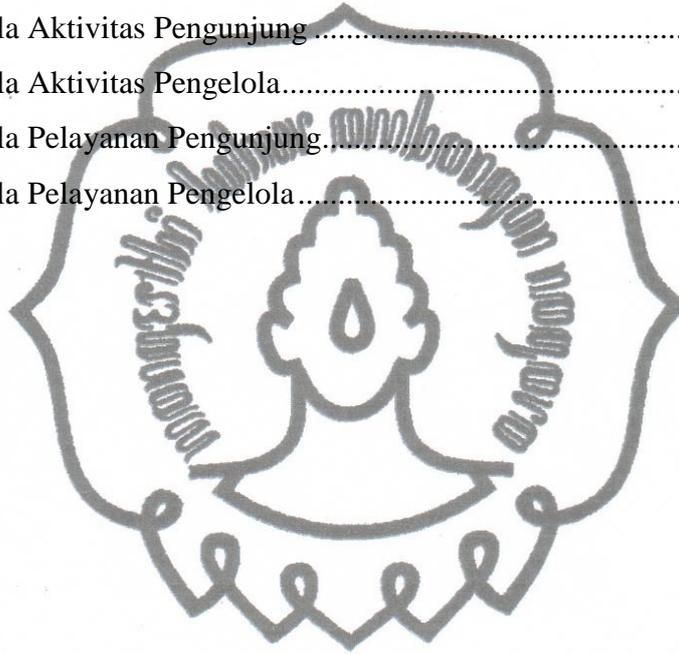
Gb. 57 Antrophometri Area Retail Counter	82
Gb. 58 Antrophometri Area Retail Counter Pembungkusan.....	83
Gb. 59 Antrophometri Area Retail Counter	83
Gb. 60 Antrophometri Area Retail Counter	84
Gb. 61 Antrophometri Area Retail display	84
Gb. 62 Antrophometri Area Retail display	85
Gb. 63 Antrophometri Area Retail display sepatu	85
Gb. 64 Antrophometri Area Retail display	86
Gb. 65 Antrophometri Area kamar ganti pakaian	86
Gb. 66 Antrophometri display berdiri	87
Gb. 67 Antrophometri Pelayanan Pramusaji	88
Gb. 68 Antrophometri Jarak Bersih antar Kursi	88
Gb. 69 Antrophometri Pelayanan Area Makan	88
Gb. 70 Antrophometri Area makan	89
Gb. 71 Antrophometri Bar	89
Gb. 72 Antrophometri Bar	90
Gb. 73 Antrophometri Bar Tampak Atas	90
Gb. 74 Antrophometri Dinning Area Untuk 4 Orang.....	91
Gb. 75 Antrophometri Dinning Area.....	91
Gb. 76 Antrophometri Bar	92
Gb. 77 Tom Cat.....	93
Gb. 78 R. Pertama Tom Cat	94
Gb. 79 R. Kedua Tom Cat.....	94
Gb. 80 R. Ketiga Tom Cat.....	94
Gb. 81 Moveable	95
Gb. 82 Area Dalam Moveable	96
Gb. 83 Area Dalam Whatever Shop.....	97
Gb. 84 R. Resepsionis 1 Halai	99
Gb. 85 R. Resepsionis 2 Halai	99
Gb. 86 Asumsi Lokasi	105
Gb. 87 Peta Surakarta.....	<i>commit to user</i> 106

Gb. 88 SWP.....	110
Gb. 89 Zoning.....	128
Gb. 90 Grouping.....	129
Gb. 91 Pola Sirkulasi.....	129
Gb. 92 Petco Park.....	132
Gb. 93 Lay out.....	138



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bg.1 Bagan Struktur Organisasi	103
Bg.2 Bagan Pola Aktivitas Pengunjung	117
Bg.3 Bagan Pola Aktivitas Pengelola.....	118
Bg.4 Bagan Pola Pelayanan Pengunjung	118
Bg.5 Bagan Pola Pelayanan Pengelola.....	119



commit to user

DESAIN INTERIOR FASHION CENTRE DENGAN PENDEKATAN POP ART DI SURAKARTA

Achmad Khadafi
(C0805001)

Pembimbing I : Anung B Studyanto S.Sn,MT
Pembimbing II : Drs. IF. B Sulistyono, Sk.,MT.arch

ABSTRAKSI

Achmad Khadafi. 2010/ TA. Berawal dari fungsi yang berbeda (komersial dan edukasi) untuk menciptakan suatu wadah, dimana terdapat segala macam aktivitas fashion yang bersifat artistic. Membatasi pada perencanaan interior ruang yang berhubungan dengan kegiatan komersial (promosi dan informasi) dan pendidikan mengenai mode / style terbaru, perancangan interior yang bisa mewakili fungsi komersial dan edukasi; yaitu : Fashion shop, lobby, cafe, stage, fashion clinic, studio tato. Bagaimana menciptakan fasilitas yang komunikatif pada fashion centre sekaligus dapat mengarahkan pengunjung yang beraktifitas sesuai dengan tujuan? Bagaimana menciptakan wadah yang mendukung bagi komunitas fashion yang ada didalamnya, mendorong penciptaan karya fashion street yang brilian di jamannya. Bagaimana menciptakan ruang interaksi yang dapat mengakomodasi sifat dan karakter calon pengguna.(masyarakat fashion).

Tema perancangan '' *Pop Art Lichtenstein* '' karakter yang dihadirkan dalam perancangan Fashion Centre dengan mengadaptasi dari karakter Pop Art

- Bebas / Penuh Surprise / akrab : fashion dapat berubah setiap saat tidak aturan pasti akan bentuk kemunculannya sehingga sering membuat semacam kejutan atau surprise, fashion juga bebas dipilih sesuai selera pemakai maupun kondisi yang mempengaruhinya.
- Dinamis menghindari kemonotonan karena unsur pokok dalam fashion yang menghindari adanya kemonotonan dengan pengolahan unsur garis, bentuk, warna dan tekstur, serta mementingkan keharmonisan penampilan dengan unsur keseimbangan (balance), perbandingan (proporsional), tekanan (emphasis) dan irama (ritme) dalam berbusana.
- Menonjolkan diri (ekspresif dan elegan) fashion merupakan bentuk upaya menarik perhatian sekelilingnya. Guna memberi kesan – kesan pada pemakainya, serta merupakan pribadi seseorang (sesuai dengan karakter suasana yang di inginkan).
- Berputar / perulangan / mengalir fashion selalu berganti dan mengulang lagi desain yang pernah ada walaupun dengan variasi yang berbeda.
- Beradaptasi dan fleksibel fashion harus disesuaikan dengan norma kesusilaan dan peradaban keadaan sekitarnya.

Berdasarkan perbedaan fungsi dan sistem organisasi ruang maka pembagian area ditetapkan dalam batasan yang jelas. Dalam fashion centre ini terbagi menjadi 3 program ruang yaitu : area komersial (fashion shop, studio tato), area edukasi (fashion clinic), area entertainment (stage, cafe). *commit to user*

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan tren fashion bagaikan sebuah siklus kehidupan yang berputar dan pada akhirnya akan terulang kembali. Kebutuhan sandang pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan primer yang dimiliki oleh setiap manusia. Adapun dalam perkembangannya kebutuhan ini berkembang sesuai dengan daya kreasi dan budaya tiap-tiap individu itu sendiri. Tetapi dengan semakin majunya era teknologi dan informasi orang dituntut semakin kritis untuk mencari sesuatu yang lain atau lebih trendy dari sekedar mengenakan busana tetapi juga untuk memberikan citra diri dan identitas kepada pemakainya.

Selain daripada itu, perkembangan fashion yang begitu cepat juga menjadi salah satu pemicu munculnya beberapa aliran-aliran fashion baru. Hal ini dapat dilihat sebagai fenomena yang sedang menggejala di kalangan remaja khususnya dikota-kota besar. Fashion selain berfungsi sebagai gaya dan *mode*, fashion juga berfungsi sebagai media untuk mengekspresikan diri. Sebagai bukti Akhir-akhir ini semakin sering kita melihat cara berpakaian remaja yang semakin beraneka ragam, bahkan menjadi trend dalam komunitasnya. Perkembangan ini ditandai dengan semakin maraknya komunitas-komunitas fashion, distro, butik, clothing luar negeri hingga clothing local, sebagai dampak dari majunya perkembangan fashion.

Beberapa komunitas remaja yang menganut paham-paham anti kapitalis dan anti kemapanan, melahirkan pemberontakan dalam hal cara berpakaian. Yang tidak harus mengikuti trend berpakaian yang ada atau *high fashion*. Dengan diiringi termilogi *urban street wear* yang merujuk pada gaya berbusana yang lahir dari komunitas jalanan, berbagai *revolusi youth culture* yang berbandan tanpa tujuan dan aktif berkumpul disebuah tempat. Tanpa disadari telah membuat sejarah fashion. **Karena beberapa hal tersebut akhirnya timbulah istilah *street fashion style* yang berarti gaya berpakaian jalanan.** Gaya berpakaian jalanan ini adalah memang gaya-gaya yang lahir di jalanan, di sini mereka bebas mengekspresikan diri, tanpa ketentuan, anti kemapanan dan mereka sama sekali tidak dipengaruhi high fashion, (*feb2008 a+ magazine*).

Seiring dengan globalisasi fashion street mulai dapat diterima di beberapa kalangan masyarakat dan tetap menjadi sebuah *lifestyle*. Street fashion bahkan menjadi pasar baru, (*the new niche market*) sebagian anak muda *style conscious* dengan keengganan pada budaya mall, kini mengeluhkan sesuatu yang lebih unik, langka dan personal. Mereka terobsesi dengan busana yang mencerminkan jalanan, *foot wear*, dan perhiasan atau aksesoris yang belum ada dipasaran, para penggemar high urban street wear ini memuja gaya yang *quirky* dan tampak lebih kinclong serta anti kemapanan.

Berangkat dari fenomena tersebut, para clothing maker mendapat celah untuk mengembangkan anemo masyarakat khususnya kalangan anak muda akan street fashion style menjadi lahan basah untuk menciptakan suatu produk yang

memiliki nilai jual tinggi dengan mengemas tema tersebut secara apik. Salah satunya dengan memberi sentuhan warna baru seperti yang lagi in sekarang ini, sentuhan pop art pada produk clothing seperti baju, celana, tas, sepatu dan barang-barang lain yang berhubungan dengan fashion. Hal ini ditujukan agar tercipta suatu kemajemukan fashion tanpa mengurangi karakteristik dari style fashion itu sendiri.

Pop art adalah akumulasi pemberontakan para seniman terhadap paradigma seni yang saat itu masih berkiblat pada jargon "art for art's sake" (seni untuk seni). Artinya, seni tidak boleh mewakili bentukan ekspresi apa pun di luar seni itu sendiri. Seni yang memiliki bentukan ekspresi dan kepentingan di luar seni (seni untuk agama, politik, perjuangan, komersial, dll) disebut low art yang berasosiasi seni rendah kualitas. Hal ini sangat tidak jauh beda dengan fenomena yang terjadi dimana banyak terdapat beberapa komunitas remaja yang menganut faham-faham anti kapitalis dan anti kemapanan, melahirkan pemberontakan dalam hal cara berpakaian.

Maka dari itu Perancangan Desain Interior Fashion centre dirasa tepat sebagai tempat komunitas muda untuk memperkenalkan dan mengungkapkan ekspresi serta kreativitas mereka dalam hal berbusana. Selain itu Perencanaan desain interior pop fashion centre juga berfungsi sebagai sarana belanja dan hiburan alternatif yang nyaman bagi masyarakat baik yang mengenal fashion street maupun tidak. Sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai sarana hiburan komunikatif serta tempat berkreativitas bagi komunitas muda pada khususnya. Dengan dilatar belakangi kota solo ini kurangnya *distro*, *fashion shop*, *factory*

outlet untuk komunitas muda, maka diharapkan perancangan fashion centre dapat menjadi solusi bagi komunitas muda untuk lebih mengekspresikan diri.

B. BATASAN MASALAH

1. Perencanaan ditekankan pada masalah interior dalam fashion centre dengan mempertimbangkan tuntutan dan persyaratan aktivitas dan pelaku aktivitasnya dapat diwadahi, dan komunikatif sebagai salah satu upaya menarik pengunjung, serta atraktif dengan menciptakan fashion centre sebagai bangunan dan lingkungan yang berbeda dengan yang ada disekitarnya.
2. Perencanaan akan ditekankan pada Lobby, fashion Shop, stage dan Café.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana menyelesaikan perancangan interior fashion center sebagai bangunan yang memiliki fungsi komersial, edukasi, informasi bagi perkembangan dunia fashion.
2. Sejauh mana penyelesaian element interior dapat memberi dukungan terhadap gaya perencanaan dan persyaratan fungsional ruang.
3. Bagaimana merencanakan furniture interior sebagai fasilitas indoor pada fashion centre.

D. TUJUAN

Khusus

1. Menentukan penyelesaian perancangan interior fashion center sebagai bangunan yang memiliki fungsi komersial, edukasi, informasi dan perkembangan dunia fashion.

2. Menciptakan penyelesaian element interior yang dapat memberi dukungan terhadap gaya perencanaan dan persyaratan fungsional ruang.
3. Merencanakan dan merancang interior fashion centre yang terbuka bagi kalangan komunitas street fashion atau juga khalayak umum.

Umum

1. Menciptakan suatu wadah bagi komunitas street fashion untuk beraktivitas dengan perencanaan dan perancangan interior yang baik.
2. Menciptakan sarana belanja dan hiburan alternatif bagi masyarakat yang Sesuai fungsi dan kebutuhan.

E. SASARAN

1. Sasaran Pengunjung
 - a. Masyarakat umum yang suka akan street fashion terutama anak muda
 - b. Masyarakat yang belum mengenal street fashion
2. Sasaran Desain
 - a. Memperhatikan dan menyelesaikan fungsional sesuai dengan aktifitas di dalam fashion centre.
 - b. Memperhatikan dan menyelesaikan kebutuhan fisik bangunan dengan memperhatikan keamanan dan kenyamanan, dari Lobby, fashion shop, stage dan Café pada umumnya.
 - c. Memperhatikan dan menyelesaikan kebutuhan estetis ,menyangkut tema sehingga ungkapan citra dan karakter yang tercipta dari bentuk desain interior fashion centre.

F. MANFAAT

- a. Dengan adanya fasilitas fashion centre komunitas muda dapat lebih mengekspresikan diri dan lebih dapat menyalurkan hobinya.
- b. Fashion centre dapat menjadi tempat hiburan alternatif, karena dapat mengerti dan melihat gaya busana jalanan dengan segala komunitasnya,
- c. Fashion centre juga dapat mendukung mempromosikan kota solo sebagai kota budaya dan pariwisata, apa lagi didukung adanya citywalk dan penataan kota yang semakin baik.
- d. Dengan adanya fashion centre lebih menarik karena menawarkan sebuah panduan busana yang unik, berbusana sesuai kepribadian dan sesuka hati tanpa harus mengikuti pakem.

G. METODOLOGI

Metodologi yang akan digunakan sebagai dasar penyusunan kolokium ini, sehingga mencapai hasil sesuai dengan tujuan dari perencanaan interior Fashion Centre, adalah :

1. Triangulasi observasi

Yaitu mengadakan observasi secara langsung maupun tidak langsung dengan studi pengamatan lapangan, wawancara dan studi literature melalui buku- buku, referensi majalah, surat kabar, konsultasi, serta media lainnya yang berkaitan dengan tujuan yang hendak dicapai sehingga mampu menyelesaikan permasalahan.

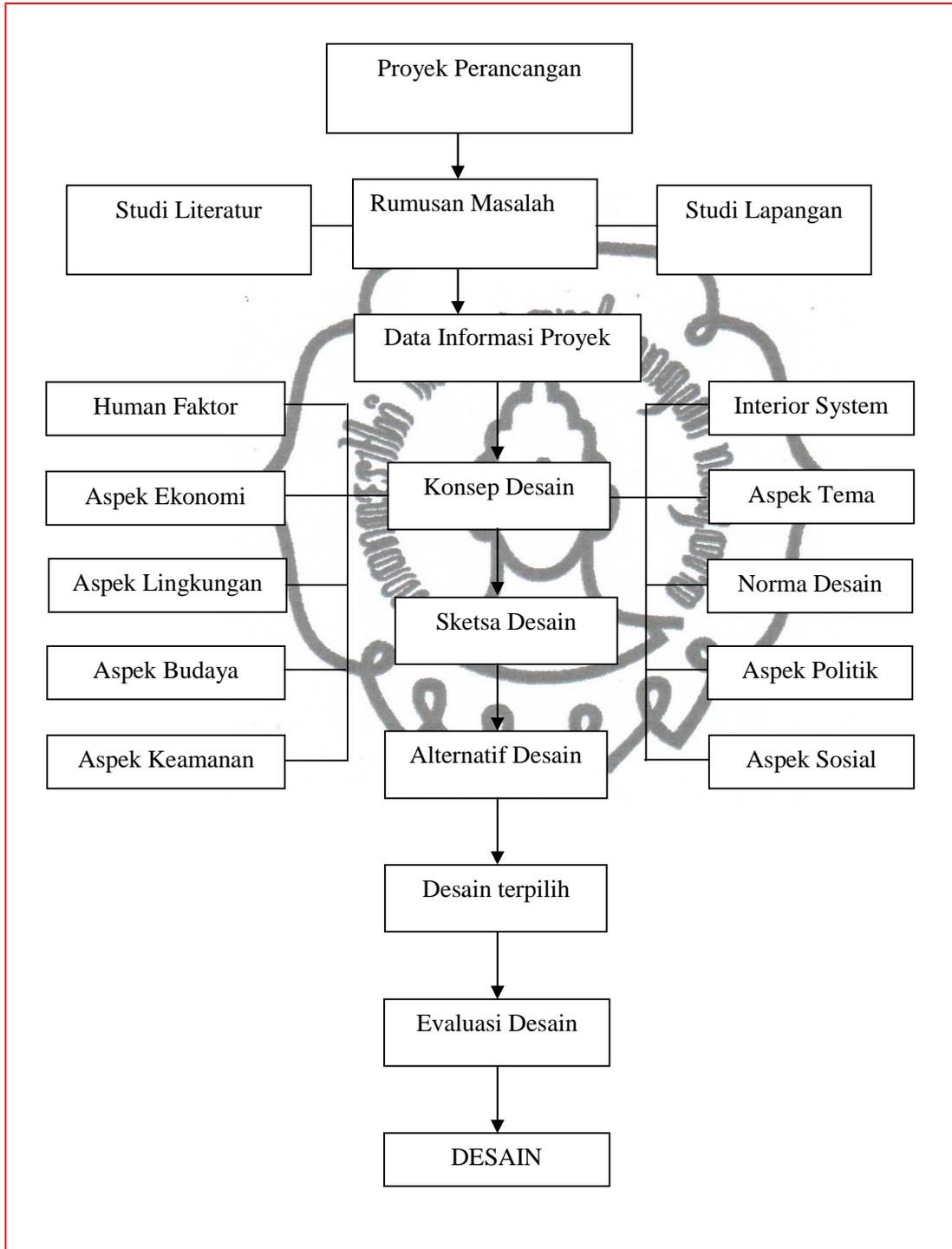
2. Triangulasi analisis.

Yaitu menganalisa data-data yang diperoleh dari lapangan, menghubungkan dengan kajian teoritis, untuk kemudian dianalisis kembali, dari hasil analisis ini kemudian menghasilkan alternative-alternative desain, yang selanjutnya disimpulkan menjadi suatu kesimpulan desain.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

- a. Bab I. Pendahuluan
yang terdiri atas latar belakang masalah, batasan masalah, tujuan, sasaran serta metodologi dan sistematika pembahasan.
- b. Bab II. Kajian Pustaka
adalah uraian tentang landasan teori yang dijadikan untuk mencapai tujuan perancangan.
- c. Bab III. Pembahasan
merupakan uraian tentang tema dan ide atau gagasan yang akan melatar belakangi terciptanya karya tugas akhir.
- d. Bab IV. Penutup
meliputi kesimpulan evaluasi konsep perancangan dan keputusan desain serta saran-saran penulis mengenai perancangan Desain Interior Fashion Centre.

I. SKEMA POLA PIKIR





BAB III

PEMBAHASAN

I. PROGRAMING

1. Pengertian

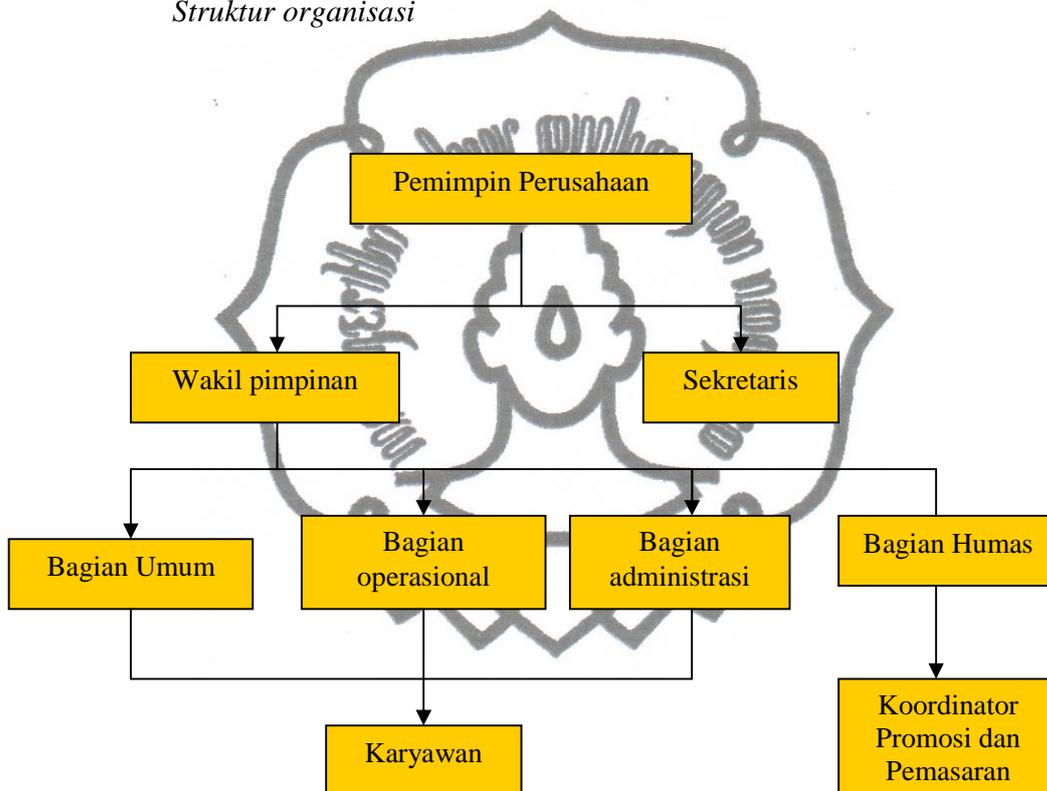
- A. Fashion Centre Adalah suatu tempat berkumpulnya sejumlah orang yang suka akan cara berbusana jalanan untuk mencari informasi, bertukar pikiran, berkreasi akan busana dan berbelanja busana sesuai dengan gaya yang di inginkan.
- B. Fashion Centre merupakan wadah yang memberikan fasilitas bagi masyarakat terutama anak-anak muda, baik yang tahu tentang fashion ataupun tidak untuk berkumpul, bertukar pikiran, berkreasi serta mencari informasi dengan perancangan yang baik. Selain itu juga sebagai sarana hiburan alternative bagi masyarakat.
- C. Fashion Centre didesain dengan pendekatan konsep pop art, pengaplikasian pop art akan dilakukan pada seluruh element interior sampai ke produk yang terdapat pada Fashion Center.
- D. Kesungguhan pengelola terlihat dari desain Fashion Centre sehingga pengunjung dapat melihat bonafitas dan kredibilitas Fashion Centre dari penataan dan pelayanan yang tersirat didalamnya.

2. Status Kelembagaan

Proyek milik perusahaan swasta sehingga manajemen dan orientasi usaha tergantung sepenuhnya pada kebijakan yayasan. Tetapi pengawasan langsung dari pemerintah daerah, sehingga bisa selaras dengan perkembangan kota Surakarta.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi



Bg 1. Bagan Struktur Organisasi.

4. Sasaran pengunjung

Perancangan interior fashion centre ini menjadi 2 jenis, yang terdiri dari:

- a. pelaku kegiatan komunitas street fashion,

pelaku yang khusus dilakukan oleh komunitas street fashion atau menjadi bagian dari komunitas street fashion yang berada di fashion centre, yang termasuk adalah

1. pelaku (fashioner).

Merupakan pengunjung yang sekaligus juga merupakan bagian dari komunitas fashion street, pelaku fashion berasal dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan juga umum.

2. pengelola fashion centre.

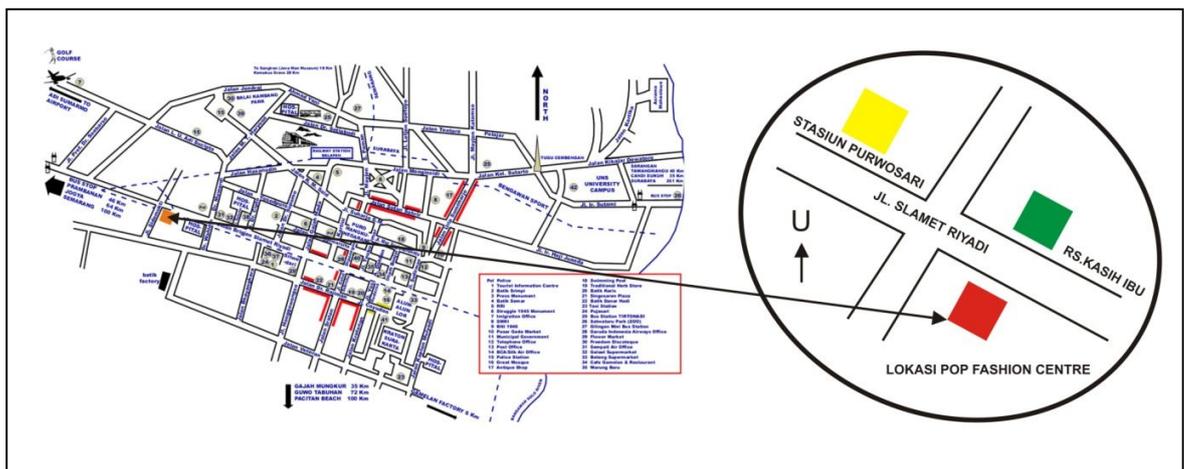
mereka yang mengelola harian kompleks fashion centre, pengelola kadang merupakan pemilik. Yang termasuk kategori pengelola adalah pengurus, keamanan, kebersihan dan pengawasan.

b. pelaku umum

pelaku yang termasuk kategori ini adalah pengunjung masyarakat umum siapa saja yang masuk dan mengunjungi fasilitas fashion centre. Kegiatan yang pengunjung lakukan didalam kompleks fashion centre adalah shopping, makan, minum, duduk, jalan, bercengkerama, dapat melihat orang memakai busana yang unik. Pengunjung umum adalah mayoritas dari pengunjung yang datang ke fashion centre karena cakupannya luas dan terdiri dari seluruh lapisan masyarakat yang mengunjungi fashion centre.

5. Asumsi Lokasi

Lokasi Fashion Centre diasumsikan di Jalan Raya Slamet Riyadi, Solo. Alasan pemilihan tempat yaitu lokasi strategis dekat dengan daerah berkumpulnya anak muda dan mudah dijangkau baik dari Kota Solo maupun dari Kota sekitarnya baik dengan kendaraan umum maupun pribadi. Dengan adanya fasilitas city walk sangat mendukung perancangan interior fashion centre. Disamping itu lokasi berada di daerah yang jalur transportasinya relative lancar, jadi akan memudahkan dari manapun menjangkau Fashion Centre.



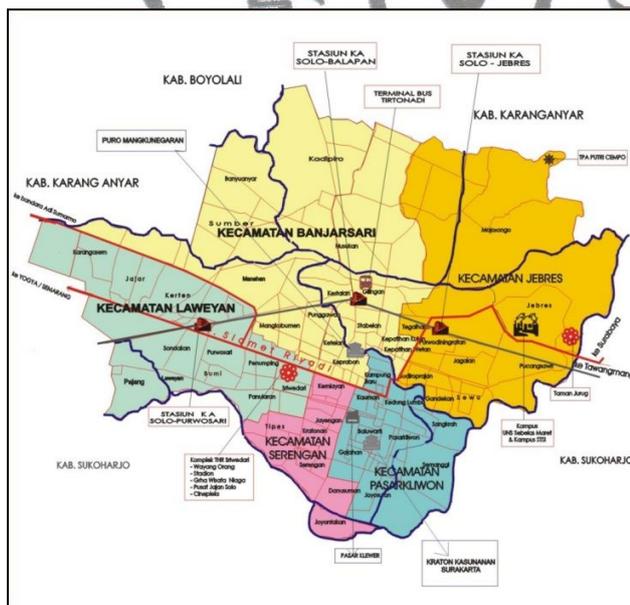
Gambar 86
PEMBAGIAN SUB WILAYAH PEMBANGUNAN (SWP)
Sumber : RUTRK Surakarta

6. Potensi Lingkungan

1. Letak Geografis Kota Surakarta

Letak geografis kota Surakarta berada di antara $110^{\circ}45'15''$ - $110^{\circ} 45'35''$ Bujur Timur ; $70^{\circ}36'$ - $70^{\circ}56'$ Lintang Selatan. Daerah-daerah yang berbatasan dengan wilayah kota Surakarta :

- a. Sebelah utara : Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Boyolali
- b. Sebelah timur : Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sukoharjo
- c. Sebelah selatan : Kabupaten Sukoharjo
- d. Sebelah barat : Kabupaten Karanganyar, Kabupaten Sukoharjo



Gambar 87.
Peta Kota Surakarta

Kota Surakarta berada didataran rendah, antara kaki Gunung Lawu dan Gunung Merapi, dua buah sungai; kali Pepe dan kali Jenes membelah tengah kota, sungai Bengawan Solo mengalir disebelah Timur kota. Luas wilayah kota Surakarta adalah 44.04km^2 .

2. Potensi Kota Surakarta

a. Potensi Ekonomi

Kota Surakarta merupakan bagian dari 35 Dati II di Propinsi Jawa Tengah. Posisinya, terletak di bagian Selatan. Areal wilayah merupakan daerah penghubung antara Propinsi Jawa Timur, DI Yogyakarta, Jawa Barat maupun DKI Jakarta. Posisinya, terletak di sebelah Selatan. Daerah ini, menempati posisi letak yang sangat strategis. Jalur transportasi darat, sebagai penghubung ibukota Dati II maupun propinsi yang lain. Jalur Kereta Api (KA), sebagai penghubung kota besar di Pulau Jawa. Belum lagi, posisi ini ditunjang dengan pengembangan Bandara Adi Sumarmo ditingkatkan dari penerbangan domestik menjadi ke Internasional. Tidak aneh, bila kota Surakarta semakin hari bertambah padat dari berbagai aktivitas manusia. dengan jumlah penduduk 550.251 jiwa berdasar sensus tahun 2000. Tingkat pertumbuhan 0,77% per tahun. Kepadatan rata-rata 117 jiwa per ha. Sedang tingkat kemakmuran tercermin dalam *income* per kapita Rp. 2.147.830.

b. Potensi Iklim dan Cuaca

1) Suhu Udara kota

Surakarta termasuk dalam kelompok iklim tropis panas pada daerah equator $7,5^{\circ}$ LS, 111° BT. Perbedaan temperatur pada wilayah equator pada umumnya berkisar antara 8° C dengan maksimal temperatur pada siang hari berkisar 30° C dan malam hari 24° C. suhu rata-rata tercatat pada tahun 1995 maksimal $32,64^{\circ}$ C dan minimal $19,82^{\circ}$ C.

2) Curah Hujan

Curah hujan yang terjadi pada wilayah tropis equator pada umumnya antara 2000 – 5000 mm/th dengan maksimal curah hujan sebesar 500 mm/bl pada musim penghujan, dan 50 mm/bl pada musim kemarau . Pada tahun 1994 di Surakarta banyaknya curah hujan maksimal adalah 2790 mm/ bulan dan minimal 30 mm/ bulan.

3) Kelembaban Udara

Kelembaban udara relatif umumnya berkisar 75 % dan dapat terjadi antara 55 – 100 % yang relatif basah. Pada tahun 1995 kelembaban udara yang terjadi di kota surakarta adalah 74 %.

2. Perkembangan Potensi Kota

Sejalan dengan pertumbuhan penduduk Surakarta yang besar, bidang perekonomian juga tumbuh pesat. Untuk mendukung pesatnya aktivitas ekonomi tersebut, di Surakarta telah tersedia sarana dan prasarana seperti jalan yang panjang keseluruhan mencapai 591 Km yang pada umumnya dalam kondisi baik. Pusat-pusat perekonomian dan fasilitas komersial yang terdapat di Surakarta dapat dikelompokkan antara lain :

a. Fasilitas Perdagangan

Meliputi fasilitas pertokoan, pasar skala kota dan supermarket. Kegiatan ini tumbuh dan berkembang di jalur-jalur pergerakan lalulintas kota yang kemudian berfungsi sebagai jalur ekonomi kota.

1) Pertokoan

Tumbuh di sepanjang Jalan Slamet Riyadi, Jalan Yosudarso, Jalan Diponegoro, Jalan Dokter Rajiman, Jalan Honggowongso, Jalan Kapten Mulyadi, Jalan Jenderal Urip Sumoharjo, kawasan Secoyudan, pusat grosir dan perbelanjaan Beteng.

2) Pasar skala kota

Pasar Klewer, Pasar Gede, Pasar Kliwon, Pasar Kadipolo, Pasar Hardjodaksimo, Pasar Legi, Pasar Gading.

3) Supermarket

Kawasan Purwasari, kawasan Secoyudan (singosaren), Jalan Honggowongso, Jalan Jend. S. Parman, Jalan Gading barat.

b. Fasilitas Jasa Komersial

Meliputi fasilitas-fasilitas akomodasi (hotel, losmen), jasa keuangan atau perbankan, serta perkantoran perdagangan.

c. Sarana lain yang cukup penting

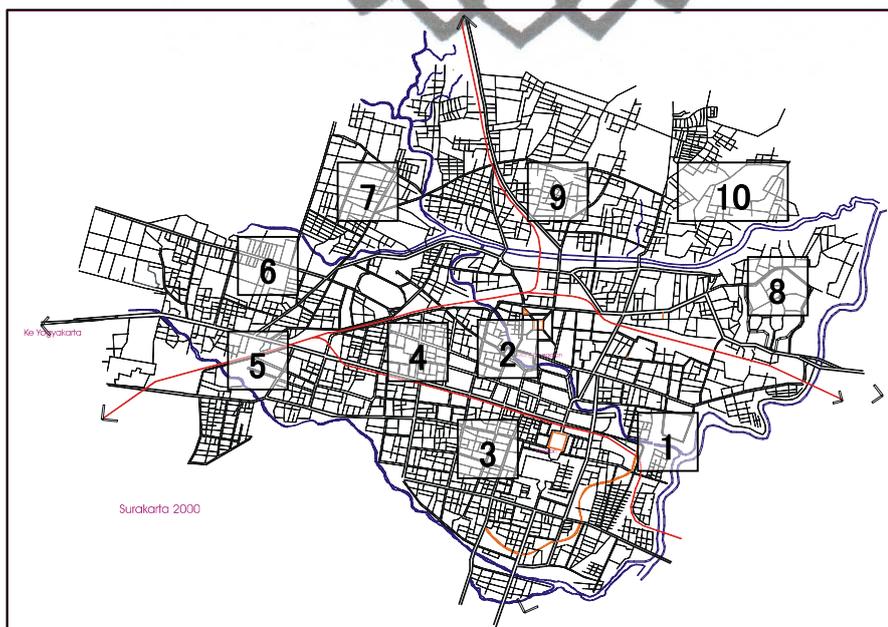
Adanya terminal angkutan darat dan bandara Adi Sumarmo yang telah mulai dipersiapkan untuk penerbangan internasional.

3. Pembagian Sub Wilayah Pembangunan (SWP) Kota Surakarta

Dalam Rencana Umum Tata Ruang Kota (RUTRK) tahun 1993-2013, Kota Surakarta dibagi dalam 10 SWP (Gambar 1.b), yaitu:

- a. Pucang Sawit, meliputi Pucang Sawit, Jagalan, Gandekan, Sangkrah, Sewu, dan Semanggi (nomor 1- dan seterusnya)

- b. Kampung Baru, meliputi Kampung Baru, Kepatihan Kulon, Kepatihan Wetan, Purwodiningratan, Gilingan, Kestalan, Keprabon, Ketelan, Timuran, Punggawan, Stabelan, dan Dinoprajan.
- c. Gajahan, meliputi Joyotakan, Danukusuman, Serengan, Kratonan, Jayengan, Kemlayan, Pasdar, Kliwon, gajahan, Kauman, Baluwarti, Kedung Lumbu dan Joyosuran.
- d. Sriwedari, meliputi Tipes, Bumi, Panularan, Penumping, Sriwedari, Purwosari, Manahan, dan Mangkubumen.
- e. Sondakan, meliputi Pajang, Laweyan, dan Sondakan.
- f. Jajar, meliputi Jajar, Karang Asem, dan Kerten.
- g. Sumber, meliputi Sumber dan Banyuanyar.
- h. Jebres, meliputi Jebres dan Tegalharjo.
- i. Kadipiro, meliputi Kadipiro dan Nusukan.
- j. Mojosongo



Gambar 88
PEMBAGIAN SUB WILAYAH PEMBANGUNAN (SWP)
Sumber : RUTRK Surakarta

4. Rencana Pemanfaatan Ruang Kota Surakarta

Menurut Permendagri no.2 tahun 1987 yang dimaksud dengan rencana pemanfaatan ruang kota mencakup arahan pemanfaatan ruang yang menggambarkan lokasi intensitas tiap penggunaan, baik kegiatan fungsi primer dan fungsi sekunder yang ada di dalam kota sampai akhir tahun perencanaan. Jadi dalam hal ini mencakup materi yang berupa pengaturan lokasi dan luas lahan yang dirinci dalam Sub Wilayah Pembangunann (SWP), untuk kegiatan primer maupun sekunder.

Dasar dan arah pemanfaatan ruang di wilayah kota Surakarta dipertimbangkan atas kenyataan fisik, sodial, ekonomi dan budaya masyarakat dan kotanya, agar dicapai suatu perimbangan penggunaan ruang yang efisien, harmonis dan wajar. Secara lebih konkret, konsep rencana pemanfaatan ruang kota akan disusun dengan mempertimbangkan potensi setiap lokasi terhadap kegiatan yang ada sekarang dengan mengingat :

- a. Ketersediaan lahan kota.
- b. Keterkaitan antar kegiatan.
- c. Sifat fleksibilitas suatu kegiatan.
- d. Peranan dan fungsi kawasan tersebut terhadap kota.
- e. Karakteristik budaya masyarakat.
- f. Peninggalan budaya dan sejarah kota.

Adapun kegiatan-kegiatan yang disediakan ruangnya didalam wilayah kota Surakarta mengacu pada pengembangan fungsi-fungsi kota Surakarta di masa mendatang (2013), yakni :

- a. Penyediaan areal pusat pariwisata.
- b. Penyediaan areal pusat pengembangan kebudayaan.
- c. Penyediaan areal olahraga.
- d. Penyediaan areal relokasi industri.
- e. Penyediaan areal perluasan dan pembangunan pendidikan.
- f. Penyediaan areal pusat perdagangan, pertokoan dan perbelanjaan.
- g. Penyediaan areal pusat perkantoran/pusat administrasi.
- h. Penyediaan areal lingkungan perumahan.

Kedelapan fungsi kota yang akan dikembangkan sampai dengan tahun 2013 ini merupakan aktivitas-aktivitas primer bagi kota Surakarta. Berdasar faktor lokasi, kecenderungan perkembangan, dampak lingkungan, kemungkinan hambatan pengembangan maka potensi lokasi untuk penyediaan ruang dari kedelapan fungsi tersebut nampak dalam tabel berikut ini (lembar berikutnya)

TABEL.1. Tabel Potensi Dan Prosentase Fungsi / Kegiatan Kawasan – Kawasan Di Kotamadya Surakarta

SWP	Skala Pelayanan Kegiatan						Fungsi / kegiatan (%)								Jumlah (%)
	Ters	Sekunder		Primer			A	B	C	D	E	F	G	H	
	Ling	Pu K	Kota /lokal	Regi onal	Nas	Inter									
I	✓	✓	✓	✓	✓	✓				20		10		70	100
II	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	5			5	10	10	60	100
III	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	15				25		45	100
IV	✓	✓	✓	✓	✓	✓	5		15		5	10		65	100
V	✓	✓	✓	✓	✓					15	5	10		70	100
VI	✓	✓	✓	✓						5	10	5	5	75	100
VII	✓	✓	✓							5		5		90	100
VIII	✓	✓	✓	✓	✓		10		5	10	25	5		55	100
IX	✓	✓	✓	✓	✓					15	5	5		75	100
X	✓	✓	✓							5		5		90	100

Sumber : RUTRK Kodya Surakarta 1993 – 2013 dan RDTRK SKAsel

- A = Fungsi Pariwisata
- C = Fungsi Olahraga
- E = Fungsi Pendidikan
- G = Fungsi Pusat Administrasi dan Perkantoran
- BWK = Bagian Wilayah Kota
- B = Fungsi Kebudayaan
- D = Fungsi Industri
- F = Fungsi Perdagangan
- H = Fungsi Perumahan
- Inter = Internasional

5. Penataan Bangunan Kota Surakarta

a. Penataan Lingkungan dan Bangunan

Penataan kepadatan bangunan pada penggal jalan utama untuk tiap SWP di kota Surakarta :

- 1) Kawasan peruntukan Angka Lantai Dasar (ALD) tinggi (>75%), untuk bangunan dengan Ketinggian Bangunan (KB) maks. 4 Lantai, yang berfungsi komersial di daerah perdagangan.
- 2) Kawasan peruntukan Angka Lantai Dasar (ALD) sedang (50 - 75%), untuk bangunan dengan Ketinggian Bangunan (KB) maks. 8 Lantai, yang berfungsi komersial di daerah perdagangan, serta KB maks. 2 Lantai untuk perumahan.
- 3) Kawasan peruntukan Angka Lantai Dasar (ALD) rendah (20 - 50%), untuk bangunan dengan Ketinggian Bangunan (KB) min. 9 Lantai, yang berfungsi komersial di daerah perdagangan, serta KB maks. 2 Lantai untuk industri.

b. Penataan Bangunan Bertingkat banyak

1) Sangat Potensial

Sepanjang jalan Slamet Riyadi, Urip Sumoharjo, Sudirman, Yos Sudarso, Gatot Subroto, dan Dr. Rajiman (Coyudan)

2) Potensial

Sepanjang jalan A. Yani, Kapt. Mulyadi, Gajah Mada, Sutan Syahrir, S. Parman, Sudiarto, Veteran, Honggowongso, dan Kol. Sutarto.

3) Cukup Potensial

Sepanjang jalan R.M Said, Akhmad Dahlan, Juanda Teuku umar, Ronggowarsito, Kartini, Monginsidi, Dr. Rajiman (Laweyan), Adi Sucipto, Dr. Moewardi, dan Katamso.

4) Kurang Potensial

Sepanjang jalan Kyai Mojo, Cokroaminoto, Suryo, Yosodipuran, Bhayangkara, Perintis Kemerdekaan, Dr. Wahidin, Hasanuddin, MT Haryono, Ir. Sutami, dan Sugiyono

5) Tidak Potensial

Sepanjang jalan Cipto Mangun Kusumo, Sugiyopranoto, Prof. Dr. soeharso, Mangun Sarkoro, Adi Sumarmo, dan Ki Hajar Dewantara.

c. Penataan Perpetakan Bangunan jalan-jalan Utama

- 1) Kawasan peruntukan dan penggal jalan dengan petak $> 5000 \text{ m}^2$ untuk KB min. 9 lantai.
- 2) Kawasan peruntukan dan penggal jalan dengan petak $2000 - 5000 \text{ m}^2$ untuk KB max. 8 lantai.
- 3) Kawasan peruntukan dan penggal jalan dengan petak $1000 - 2500 \text{ m}^2$ untuk KB max. 4 lantai.
- 4) Kawasan peruntukan dan penggal jalan dengan petak $< 1000 \text{ m}^2$ untuk KB max. 2 lantai.

d. Penataan Ketinggian Bangunan

Materi atau kriteria perancangan yang diatur dalam penataan ketinggian bangunan adalah jumlah lantai ketinggian bangunan maksimum pada jalan-jalan utama di tiap Sub Wilayah Pengembangan Kota Surakarta yaitu:

- 1) Ketinggian bangunan sangat rendah, yaitu blok dengan bangunan tidak bertingkat maksimum 2 lantai dengan tinggi puncak dasar dan dengan Angka Luas Lantai = $2 \times$ Angka Lantai Dasar
- 2) Ketinggian Bangunan Rendah, yaitu blok dengan bangunan bertingkat maksimum 4 lantai dengan tinggi puncak maksimum 20m dan minimum 12m dan lantai dasar dan dengan Angka Luas Lantai maksimum = $4 \times$ Angka Lantai Dasar.
- 3) Ketinggian Bangunan Sedang, yaitu blok dengan bangunan bertingkat maksimum 8 lantai dengan tinggi puncak bangunan maksimum 36m dan minimum 24m dari lantai dasar dan Angka Luas Lantai maksimum = $8 \times$ Angka Lantai Dasar.

Ketinggian Bangunan Tinggi, yaitu blok dengan bangunan bertingkat minimum 9 lantai dengan tinggi puncak bangunan minimum 40m dari lantai dasar dan Angka Luas Lantai minimum = $9 \times$ Angka Lantai Dasar, maksimum 20 lantai dengan tinggi puncak bangunan maksimum 84m dari lantai dasar dan Angka Luas Lantai = $20 \times$ Angka Lantai Dasar.

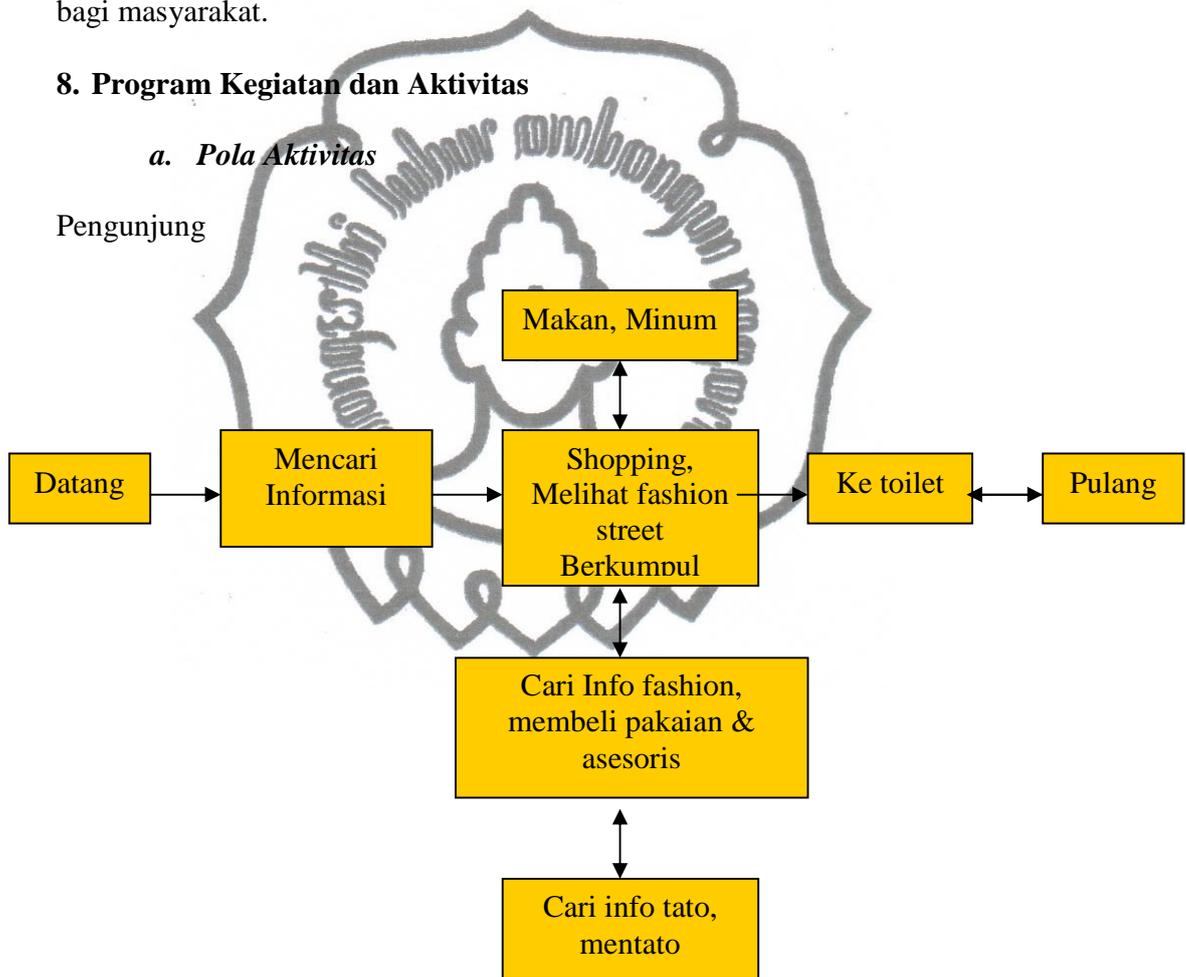
7. Orientasi

Maksud atau orientasi dari perencanaan dan perancangan ini yaitu memberikan fasilitas bagi masyarakat terutama anak-anak muda, yang suka akan fashion untuk berkumpul, bertukar pikiran, berkreasi serta mencari informasi dengan perancangan yang baik. Selain itu juga sebagai sarana hiburan alternative bagi masyarakat.

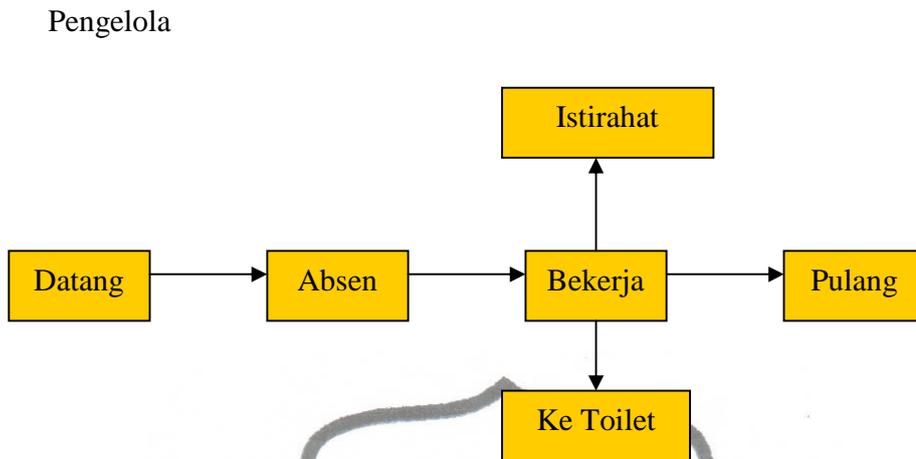
8. Program Kegiatan dan Aktivitas

a. Pola Aktivitas

Pengunjung

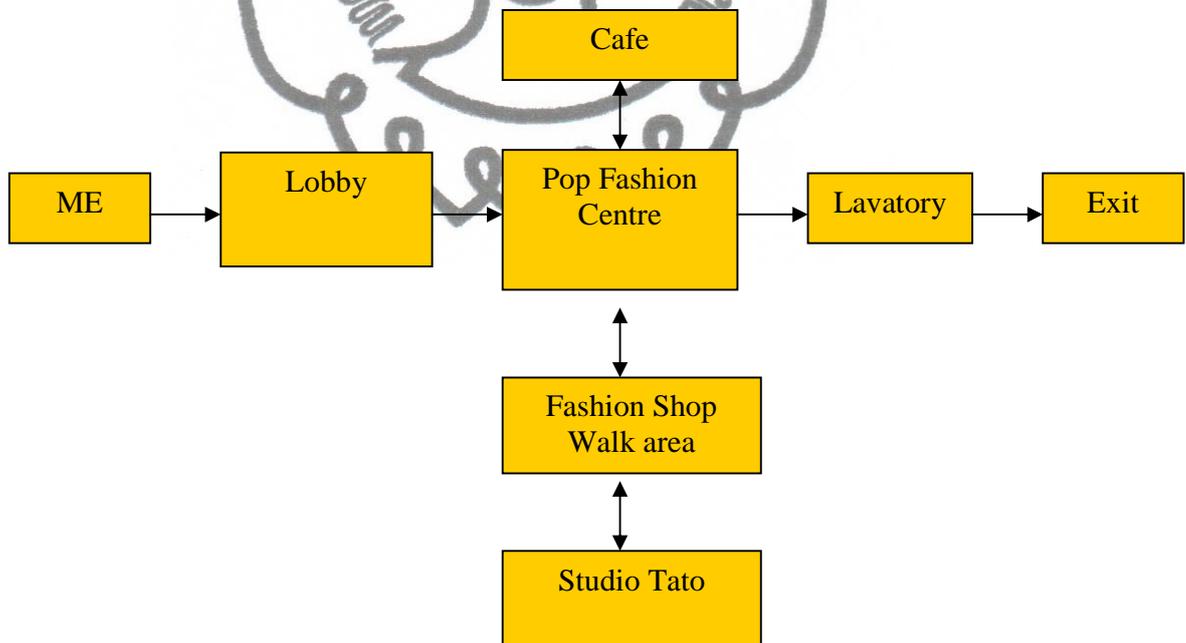


Bg. 2 Bagan Pola Aktivitas Pengunjung



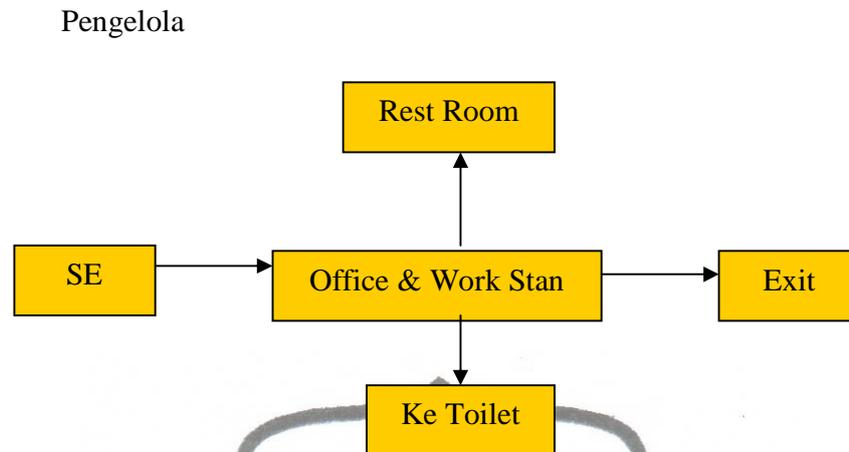
Bg. 3 Bagan Pola Aktivitas Pengelola

b. Pola Pelayanan
Pengunjung



Bg. 4 Bagan Pola Pelayanan Pengunjung

commit to user



Bg. 5 Bagan Pola Pelayanan Pengelola.

c. *Kebutuhan Ruang*

1.) Fasilitas Utama

a.) Fashion Shop

- Area Display

- Ruang Ganti

- Counter Cashier

b.) Fashion Clinic

- Ruang Pemesanan / Konsultasi

c.) Office

- Manager Room

- Staf Area

- Meeting Room

- Lounge

d.) Studio Tato

- R. Tato

commit to user

- R. Tunggu

2.) Fasilitas Pendukung

a) Cafe

- Dining Area
- Dapur
- Counter Cashier
- Storage

b) Stage

- Stage
- Backstage
- Make up
- Ruang persiapan

c) Lobby

d) Receptionis Area

e) Gudang

f) Lavatory

d. Sistem Operasional

Buka mulai pukul 09.00 WIB – 23.00 WIB

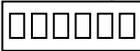
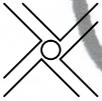
9. Organisasi Ruang

Mempertimbangkan perencanaan bentuk organisasi ruang maka perlu adanya :

- a. Pengelompokan massa yang akan dilihat dari karakter dan macam kegiatan yang diwadahi.

commit to user

- b. Karakter yang ditampilkan dengan bentuk-bentuk dinamis sehingga turut mendukung dan membangun dari tema yang akan diangkat sehingga menjadi kesatuan.

Alternatif	Karakter/Kaidah	Penerapan
Linear 	Bersifat fleksibel, terdiri dari ruang yang berulang dalam hal ukuran dan fungsi dari tiap ruang disepanjang deretan tersebut memiliki hubungan dengan ruang luar	Massa bangunan disusun berbaris
Radial 	Memadukan unsur-unsur pola terpusat dan linear dengan ruang-ruang pusat yang dominan dan pola-pola linear yang berkembang menjadi jari-jarinya	Massa bangunan menyebar dari satu titik pusat massa sebagai sentral
Cluster	Menggabungkan ruang-ruang yang berlainan bentuk tapi bersifat kegiatan yang sama dan berhubungan satu sama yang lain berdasarkan	Massa bangunan disusun berkelompok sesuai dengan kegiatan yang serupa

	penempatan & ukuran visual seperti sumbunya	
Memusat	Bentuk stabil merupakan komposisi terpusat yang terdiri dari sejumlah ruang-ruang sekunder yang dikelompokkan mengelilingi sebuah ruang pusat yang besar dan dominan	Massa bangunan disusun mengelilingi pusat massa

Dasar pertimbangan yang digunakan antara lain berdasar pada sistem pelayanan, aktivitas pengunjung, dan pencapaian tujuan atau tema yang diangkat, maka setelah menimbang dari alternatif tersebut maka dipilihlah bentuk radial.

10. Jenis Ruang dan Fasilitas Ruang

a. Lobby

PELAKU	AKTIVITAS	KEBUTUHAN RUANG	FASILITAS
Pengunjung	Mencari informasi, duduk-duduk	Receptionist area	Meja counter, stool receptionist, rak sound sistem, telepon intercom, pengeras suara Sofa lounge, meja, rak multifungsi
Pengelola	Melayani pengunjung yang mencari informasi		

b. Cafe

PELAKU	AKTIVITAS	KEBUTUHAN RUANG	FASILITAS
Pengunjung	Pesan makanan & minuman, makan minum, menikmati hiburan, membayar, ke toilet	Dining Area Dapur	Meja & kursi makan, aksesoris ruang, booths&benches Kitchen Set, perlengkapan masak&peralatan
Pengelola	Melayani pemesanan, memasak, melayani pembayaran	Cashier counter Storage lavatory	Meja&Kursi Counter, mesin penghitung uang Almari penyimpanan, rak Clost, wastafel, cermin

c. Fashion Shop

PELAKU	AKTIVITAS	KEBUTUHAN RUANG	FASILITAS
Pengunjung	Melihat-lihat, memilih&mencoba barang, membeli, membayar	Area penjualan & Display Ruang Ganti	Display counter, etalase, rak, manekin Cermin, gantungan pakaian.
Pengelola	Melayani dan mengawasi, menerima pembayaran	Cashier	Meja&Kursi Counter, mesin penghitung uang

d. Fashion Clinic

PELAKU	AKTIVITAS	KEBUTUHAN RUANG	FASILITAS
Pengunjung	Konsultasi, memesan barang	R. konsultasi & Display	Meja&kursi, etalase, rak,
Pengelola	Melayani konsultasi dan pemesanan barang	R.konsultasi & display	Meja&Kursi, etalase, rak, laptop

e. Office

PELAKU	AKTIVITAS	KEBUTUHAN RUANG	FASILITAS
Pengelola	Manager: Memimpin, meneliti laporan, mengadakan rapat Staff: Bekerja sesuai bidang	Manager room, Staff area Meeting room Lavatory	Meja&kursi Kerja, rak, almari, laptop @ Meja&kursi Kerja, rak, komputer, partisi meja&kursi, amari, slide proyektor closet, wastafel, urinoir, cermin

Pengelola	mengawasi,		
-----------	------------	--	--

f. Studio Tato

PELAKU	AKTIVITAS	KEBUTUHAN RUANG	FASILITAS
Pengunjung	Melihat-lihat gambar tato, duduk, Mencari informasi,tato	Ruang tato Ruang tato	Katalog gambar tato, meja, kursi Perangkat tato,meja, kursi
Pengelola	Melayani konsultasi tato		

11. Besaran Ruang

Penentuan Besaran Ruang mengacu pada standar yang didapatkan dari:

- Studi Besaran Ruang dan Asumsi (Ass)
- Data arsitek, Ernest Neufert (DA)

- Kegiatan Penerimaan

Ruang	Unit	Kapasitas	Standar	Sumber	Asumsi
Ruang duduk	8	2/unit	2,5 m ² /orang	DA	40m ²
Area Receptionist	1	2	4,48m ² /orang	DA	8,96m ²
Sirkulasi 60%					

- Kelompok Kegiatan Pengunjung

commit to user

Fashion Shop

Ruang	Unit	Kapasitas	Standar	Sumber	Asumsi
R. Pamer	1	50	200 m ² /ruang	Ass	200m ²
R. Cashier	1	2	4 m ² /orang	Ass	8m ²
R. Ganti	3	1	1,5m ² /orang	Ass	4,5m ²
Storage	1	-	12 m ² /ruang	DA	12m ²
Sirkulasi 60%					

Fashion Clinic

Ruang	Unit	Kapasitas	Standar	Sumber	Asumsi
R. Konsultasi	1	6	20 m ² /ruang	Ass	120m ²
Sirkulasi 60%					

Studio Tato

Ruang	Unit	Kapasitas	Standar	Sumber	Asumsi
R. Tato	1	6	20 m ² /ruang	Ass	120m ²
Sirkulasi 60%					

Café

Ruang	Unit	Kapasitas	Standar	Sumber	Asumsi
Dining Area	1	60	2,5 m ² /orang	DA	150m ²
Dapur	1	4	40% dining area	DA	60m ²
Pantry	1	4	20% dapur	DA	12m ²
Storage	1	-	6 m ² /ruang	DA	6m ²
Rest Room	1	10	2,5m ² /orang	Ass	25m ²
Lavatory	1	Pria : 1WC, 1 wastafel Wanita : 1WC, 1 wastafel	2,7 m ² /WC 0,7 m ² /wastafel	DA	6,8m ²
Cashier	1	2	4 m ² /orang	Ass	8m ²
Sirkulasi 60%					

- Kelompok Kegiatan Pengelola

Ruang	Unit	Kapasitas	Standar	Sumber	Asumsi
R. Direksi	1	6	20 m ² /ruang	Ass	20m ²
R. sekretaris	1	1	4 m ² /orang	Ass	4m ²
R. Staff	1	6	4m ² /orang	Ass	24m ²
R. Rapat	1	20	2,5 m ² /orang	DA	50m ²
R. Pengawasan	1	3	15m ² /ruang	DA	15m ²
Lavatory	1	Pria : 1WC, 1 urinoir, 1 wastafel Wanita : 1WC, 2 wastafel	2,7 m ² /WC 0,7 m ² /urinoir 0,7 m ² /wastafel	DA	8,2m ²
Sirkulasi 30%					

12. Zoning dan Grouping

a. Zoning

1) Zone Publik

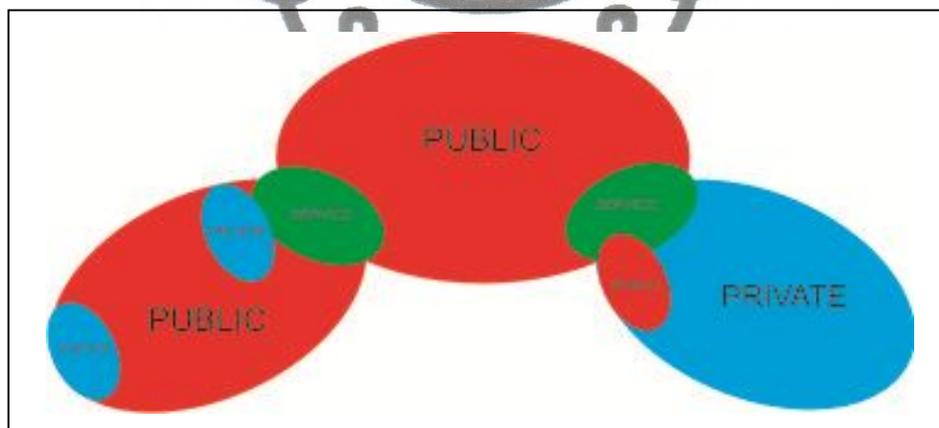
- Harus mencapai kenyamanan
- Sirkulasi mudah dan efisien
- Terdapat akses keluar bangunan

2.) Zone Servis

- Mudah dicapai oleh publik
- Tingkat ketenangan cukup

3.) Zone Privat

- Ketenangan tinggi
- Pencapaian setelah Publik dan semi publik.



Gambar .89 Zoning

II. KONSEP DESAIN

1. Tema

Tema yang dipilih dalam Perancangan fashion centre yaitu Pop art karya Lichtenstein. Pop art adalah akumulasi pemberontakan para seniman terhadap paradigma seni yang saat itu masih berkiblat pada jargon "art for art's sake" (seni untuk seni). Artinya, seni tidak boleh mewakili bentukan ekspresi apa pun di luar seni itu sendiri. Seni yang memiliki bentukan ekspresi dan kepentingan di luar seni (seni untuk agama, politik, perjuangan, komersial, dll) disebut low art yang berasosiasi seni rendah kualitas. Hal ini sangat tidak jauh beda dengan fenomena yang terjadi dimana banyak terdapat beberapa komunitas remaja yang menganut faham-faham anti kapitalis dan anti kemapanan, melahirkan pemberontakan dalam hal cara berpakaian.

Pop art sendiri merupakan karakter penggambaran semua aspek dari kebudayaan populer yang memberikan dampak yang kuat dari kehidupan kontemporer. **Pop art** mempunyai ciri-ciri adanya perulangan pada gambarnya, adanya perbesaran gambar dan umumnya mengambil bentuk dan sederhana dari suatu benda. Ikonografi yang dipakai diambil dari televisi, buku komik, majalah film, dan semua bentuk advertising yang disampaikan secara empati dan objektif tanpa memuja atau penghukuman tetapi dengan menunjukkan kesegaran dalam arti tetap menunjukkan ketepatan teknik komersial yang dipakai media dari ikonografi yang dipinjam. Pada karyanya *lichtenstein* menggunakan minyak dan cat magna. Selain itu juga menampilkan garis tebal, warna yang berani dan benday dot untuk mewakili warna tertentu seolah-olah diciptakan oleh fotografi

reproduksi. Benday dot atau Benday titik-titik adalah proses pencetakan yang menggabungkan dua (atau lebih) kecil yang berbeda, titik-titik berwarna untuk menciptakan warna ketiga.

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pop art mempunyai karakter sebagai berikut:

1. Terdapat perulangan bentuk
2. Terdapat perbesaran bentuk
3. Garis tebal
4. Warna yang berani
5. Terdapat benday dot (titik-titik berwarna)

Karakter pop art diatas dalam perancangan pop fashion centre akan di aplikasikan pada seluruh element interior sampai ke produk yang terdapat pada Pop Fashion Center tanpa mengurangi keamanan, kenyamanan dan fungsi.

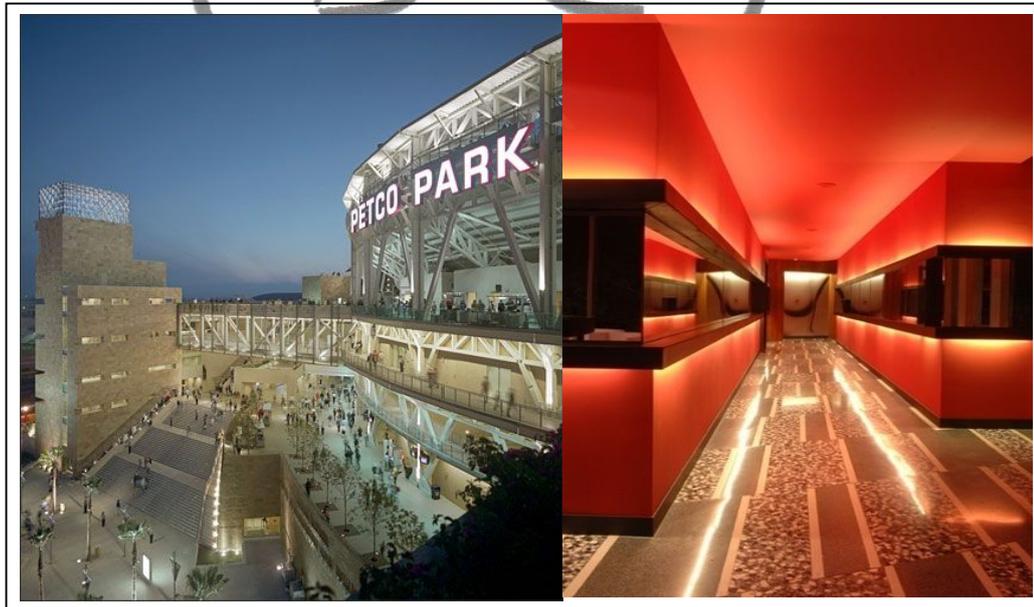
Alasan pemilihan tema, Pop art karya lichtenstein

Tema pop art karya lichtenstein sesuai dengan perancangan Pop Fashion Centre ini, Pop art adalah budaya yang sangat menganut kebebasan dari fashion, seni dan semua yang berbau anak muda, sasaran utama dari perancangan ini adalah kaum muda, selain itu pop art adalah akumulasi pemberontakan para seniman terhadap paradigma seni yang saat itu masih berkiblat pada jargon "art for art's sake" (seni untuk seni). Artinya, seni tidak boleh mewakili bentukan ekspresi apa pun di luar seni itu sendiri. Seni yang memiliki bentukan ekspresi dan kepentingan di luar seni (seni untuk agama, politik, perjuangan, komersial, dll) disebut low art yang berasosiasi seni rendah kualitas. Hal ini sangat tidak jauh

beda dengan fenomena yang terjadi dimana banyak terdapat beberapa komunitas remaja yang menganut paham-paham anti kapitalis dan anti kemapanan, melahirkan pemberontakan dalam hal cara berpakaian.

Dengan karakteristik pop art karya lichtenstein yang selalu menampilkan seni onomatope yang menggambarkan ekspresi pada setiap karyanya serta teknik garis tebal disertai penggunaan warna yang berani maka sangat sesuai dengan perancangan pop fashion centre yang sama, sama menjunjung kebebasan, unkonvensional, bebas, konservatif, baru, orisinalitas, yang sangat tepat sasaran bagi kaum muda, yang mempunyai keinginan untuk berekspresi, berinovasi, idealis, ingin menonjol.

2. Ide gagasan



Gambar 92

http://en.wikipedia.org/wiki/public_space

commit to user

Perancangan fashion centre ini di latar belakang dengan perkembangan tren fashion. Perkembangan tren fashion bagaikan sebuah siklus kehidupan yang berputar dan pada akhirnya akan terulang kembali. Kebutuhan sandang pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan primer yang dimiliki oleh setiap manusia. Adapun dalam perkembangannya kebutuhan ini berkembang sesuai dengan daya kreasi dan budaya tiap-tiap individu itu sendiri. Tetapi dengan semakin majunya era teknologi dan informasi orang dituntut semakin kritis untuk mencari sesuatu yang lain atau lebih trendy dari sekedar mengenakan busana tetapi juga untuk memberikan citra diri dan identitas kepada pemakainya. Dunia mode adalah gaya hidup yang selalu berubah, mengikuti zaman dan selalu berputar mengikuti sebuah irama. Hal ini disebabkan karena adanya aspek-aspek kehidupan manusia yang selalu berubah pula. Dengan semakin banyaknya selera mode dari masyarakat yang menuntut kebutuhan akan mode sebanyak-banyaknya dan dikarenakan perkembangan mode, maka semua golongan masyarakat, baik lapisan masyarakat yang taraf ekonominya tinggi, menengah/sedang maupun rendah/lemah semuanya senantiasa mengikuti perkembangan mode. Diakui bahwa mode merupakan bagian terbesar yang mempengaruhi manusia. Dengan adanya mode kita dapat melihat latar belakang pendidikannya, kepribadiannya, keluarganya, gaya hidup serta budaya dalam masyarakat dan mempelajari kebiasaan, gaya hidup dan selera dari seseorang yang mengenakannya.

“Fashion is presenting a lifestyle in a period moment, at specific places. It’s about culture, religious, social, economic, and also politic. “

Perancangan fashion centre disolo ditekankan pada ruang terbuka dan citra tampilan bangunan dan interior pop art yang dapat diwujudkan dalam bentuk yang mampu menarik perhatian sekaligus mengajak pengunjung untuk menikmati fungsi yang tersedia pada bangunan dengan cara menyenangkan melalui penekanan pada ruang terbuka dan tampilan bangunan modern minimalis.

Street fashion di Solo belum mulai berkembang seiring dengan perkembangan kota Solo. Dengan adanya fasilitas citywalk yang ada di sepanjang jalan slamet riyadi. Maka dari itu Perancangan pop fashion centre dirasa tepat sebagai tempat komunitas *muda* untuk memperkenalkan dan mengungkapkan ekspresi serta kreativitas mereka dalam hal berbusana. Selain itu Perencanaan pop fashion centre juga berfungsi sebagai sarana belanja dan hiburan alternatif yang nyaman bagi masyarakat baik yang mengenal fashion street maupun tidak. Sehingga diharapkan dapat digunakan sebagai sarana hiburan komunikatif serta tempat berkreativitas bagi komunitas muda pada khususnya., maka diharapkan perancangan pop fashion centre dapat menjadi solusi bagi komunitas muda untuk lebih mengekspresikan diri.

3. Konsep

a. filosofi

Secara garis besar konsep filosofi yang diterapkan pada perancangan ini didasarkan pada penghargaan dan perhatian besar terhadap pengunjung untuk mendapatkan pelayanan yang layak dan memadai sehingga tercapai tujuan masyarakat untuk mencari informasi, bertukar pikiran, serta berkreasi tentang busana.

b. psikologi

Desain Interior pop fashion centre diharapkan mampu membangun kepercayaan pada pengunjung dari penampilan dan kelancaran proses aktivitas yang berlangsung didalamnya, dengan demikian rasa puas dan senang diharapkan tumbuh kembali didalamnya .

c. fisik

Bentuk bangunan yang mengadaptasi konsep modern minimalis dengan pop art diharap dapat memenuhi fungsi dan tujuan kegiatan yang berlangsung didalamnya. Pemilihan warna, penerapan ornamen yang minimalis dan materi interior yang memberi kesan pop art dengan tidak mengurangi nilai estetis dan fungsi elemen interior dan bangunan diharapkan dapat membangun dampak psikologis yang ingin dicapai .

4. Pertimbangan Desain**a. Fungsi, Bahan dan Teknis**

Dalam menentukan ketiga unsur yang saling berkaitan ini perlu adanya pertimbangan akankah solusi yang diambil akan mendukung terciptanya atmosfer yang mengacu pada terwujudnya tema yang diangkat.

Dalam menentukan ketiga hal diatas perlu dipertimbangkan pula bahwa alternatif yang dipilih harus :

- a. Mendukung tema yang diangkat
- b. Mudah perawatan
- c. Tahan dalam cuaca dan kelembapan
- e. Tidak menyimpan bibit penyakit

b. Estetis

Fungsi dari elemen estetis adalah untuk menambah keindahan suatu benda pada bangunan. Penerapan elemen estetis harus dapat diatur dengan bentuk, fungsi dan strukturalnya agar dapat mencapai suasana yang diinginkan. Dalam perancangan suatu ruangan, hubungan antar unsur-unsur dekorasi dalam interior harus terpadu dengan eksteriornya. Unsur-unsur ini antara lain proporsi, warna, garis dan tekstur.

1). Warna

Sebagai komponen seni, warna memegang peranan yang kuat dan mutlak selalu berhadapan dengan indera penglihatan manusia yang selalu mempunyai penilaian hal tentang warna diungkap oleh Neufert Ernst : warna pada bangunan sangat membantu penampilan bangunan, terutama bagi para arsitek, warna adalah alat bantu untuk dapat merancang suatu keindahan dan kenyamanan, juga dapat menjadi alat pemacu penampilan suatu rancangan.

Dalam perancangan pemilihan warna digunakan warna magenta yang memberikan efek psikologis bersemangat, warna kuning yang memotivasi, warna orange yang menggambarkan keceriaan, warna hijau yang memberikan kesejukan dan warna biru memberikan kesegaran. Warna-warna tersebut dipadukan dalam gradasi warna kontras maupun monokromatis untuk menciptakan suasana 'anak muda' (jiwa muda) yang dapat memotivasi

semangat dalam berkarya dengan atmosfer kesegaran dan penuh keceriaan.

2). *Garis*

Salah satu unsur penentu terwakilinya tema adalah garis ,dimana garis yang terbentuk akan memberikan efek psikologis. Garis menentukan bentuk dan dimensi dari ruang yang dibentuk, tentu saja memberi efek psikologis.

- 1) Garis horisontal memberi kesan membumi, hal yang tidak bergerak dan memuaskan .
- 2) Garis vertikal memberi kesan kewibawaan dan megah.
- 3) Garis diagonal memberi kesan ketidakstabilan atau suatu yang bergerak.

Aplikasi pada perancangan ialah garis-garis diagonal dengan bentuk-bentuk geometris dan non geometris untuk memberikan kesan bergerak atau optis sehingga suasana yang ingin dimunculkan tercapai yaitu suasana 'avantgarde' (anti kemapanan). Selain itu juga memberikan kesan dinamis.

3). *Tekstur*

Pengertian tekstur adalah rasa permukaan atau penggambaran dari sifat permukaan dari suatu objek (benda atau bidang). Tekstur dapat memberikan pengaruh dari pandangan atau sentuhan dan memberikan kesan atau pesan dari permukaan yang ditampilkannya :

- 1) Halus, memberi kesan menyenangkan dan tidak mempengaruhi dominasi ruang .
- 2) Kasar, memberi kesan keras, kuat dan mendominasi penampilan bentuk. Untuk membangun suasana atau membentuk image dari suatu desain tekstur merupakan salah satu unsur pendukung yang memegang peranan, sehingga penggunaan tekstur pada tiap elemen pembentuk interior juga berbeda tergantung pada kesan atau image yang akan ditampilkan .

5. Lay Out



Gambar 93

Lay out Fashion Centre

Perancangan lay out menggunakan beberapa pertimbangan ,antara lain:

commit to user

- a. fungsi ruang
- b. zoning dan grouping
- c. organisasi ruang
- d. sirkulasi
- e. anthropometri
- f. kebutuhan layanan renang pengunjung.

6. Elemen Pembentuk Interior

a. Lantai

Lantai merupakan salah satu elemen pembentuk interior yang memegang peranan penting didalam ruang. Lantai ini akan membantu pembentukan kesan dari tempat lantai itu berada, membangun kesan luas, nyaman dan apapun yang dicoba diwakilkan darinya .

Pola lantai juga diterapkan pada Perancangan Pop Fashion Center. Disamping fungsinya sebagai unsur estetis, pembentuk suasana yang divisualisasikan melalui kesan pola dan bahannya, juga berfungsi sebagai pengatur sirkulasi. Hal ini dapat dibaca dari pola dan warna lantai yang membimbing kita pada suatu tujuan

1. Fashion Shop

Tuntutan Bahan terhadap fungsi :

kuat, mudah perawatan, tidak licin karena perubahan elevasi pengunjung, mudah dibersihkan.

Alternatif Bahan : granit, keramik, batu alam.

Pola lantai hanya sebagai unsur estetis yang mendukung tema

2. Area penerimaan, pelayanan dan penjualan

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : Tidak licin karena perubahan elevasi pada sitting area, mudah dibersihkan, Mengisolasi panas, dan Mendukung arahan tema

Alternatif Bahan : Marmer, Granit, Vinyl Carpet dan Keramik.

Pola lantai dapat digunakan sebagai aksen dan juga berfungsi sebagai jalur sirkulasi

3. Lavatory

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : Tidak licin dan mudah dibersihkan

Alternatif Bahan : Keramik bertekstur dan koral sikat.

Pola lantai hanya sebagai unsur estetis saja.

b. Dinding

Penggunaan bahan dan warna diharapkan mampu memberi kesan sejuk dan segar. Pemilihan bahan dan warna antara lain menggunakan pertimbangan bahwa alternatif yang dipilih meredam bunyi sebagai pendukung akustik.

1) Fashion Shop

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : tahan lama dan mudah dibersihkan

Alternatif Bahan : batu bata ekspos, batu bata finishing cat, batu alam.

2) Area Penerimaan, Pelayanan dan Penjualan

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : tahan lama dan mudah dalam perawatan, tahan terhadap temperatur dan kelembaban, mendukung akustik.

Alternatif Bahan : dinding finishing cat, teakwood, wallpaper, kaca.

Dinding partisi juga diperlukan sebagai pemisah dan pembentuk ruang yang lebih kecil di dalam ruang yang lebih besar.

3) Lavatory

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : tahan lama dan mudah dalam perawatan, tahan terhadap temperatur dan kelembaban, mendukung akustik.

Alternatif Bahan : dinding finishing keramik, dinding finishing marmer, dinding finishing cat.

c. Ceiling

Pada prinsipnya penggunaan ceiling hampir sama pada semua ruang, dengan dasar pertimbangannya adalah mereduksi bunyi, mudah dalam perawatan, tidak menyimpan penyakit, serta mendukung sirkulasi udara.

1) Fashion Shop

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : Mempunyai kekuatan yang dapat mendukung pencahayaan dan investasi lain, ringan, tahan lama dan mudah dibersihkan.

Alternatif Bahan : lumberceiling, acoustic board, gypsum, karpet, bahan lain yang dilengkapi fungsi utama ceiling sebagai penyerap bunyi sekaligus unsur estetis.

2) Area Penerimaan, Pelayanan dan Penjualan

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : mempunyai kekuatan yang dapat mendukung pencahayaan dan investasi lain, ringan, tahan lama, dan mudah dibersihkan.

Alternatif Bahan : lumberceiling, gypsum dan fiber.

3) Lavatory

Tuntutan Bahan terhadap fungsi : mudah dalam perawatan, tahan terhadap temperatur dan kelembaban,

Alternatif Bahan : gypsum wet area, eternity.

7. Interior Sistem

a. Pencahayaan

Perancangan pencahayaan pada Street fashion Centre dibuat berdasarkan pertimbangan

- 1) aktivitas kegiatan
- 2) sirkulasi
- 3) kenyamanan

Jenis Pencahayaan yang digunakan yaitu :

commit to user

Pencahayaan Alami (sinar matahari) yang pencahayaannya pada siang hari yang masuk melalui dinding kaca serta jendela kaca yang terdapat pada ruang.

Pencahayaan Buatan berupa lampu Flourescent untuk cahaya umum, sedang untuk kegiatan pelayanan diperlukan pencahayaan khusus antara lain down light, spot light dan wall lamp.

b. Penghawaan

Secara umum, perbedaan tekanan udara yang tinggi ditempatkan pada daerah sirkulasi dan pelayanan pengunjung, dengan prinsip bahwa udara mengalir dari tekanan tinggi ke tekanan rendah.

Penghawaan yang digunakan yaitu pencahayaan alami dan buatan. Penghawaan alami melalui ventilasi dinding, sedangkan penghawaan buatan menggunakan kipas angin dan exhaust untuk daerah dapur dan lavatory.

c. Sistem Akustik

Kebisingan tidak dapat dihindari karena aktivitas pengunjung yang bermacam-macam. Agar mengurangi bising unsur pembentuk ruang menggunakan bahan yang dapat mereduksi bising.

Akustik terpenuhi dengan penggunaan material dan penerapan dinding akustik sistem *double wall* serta penggunaan panel-panel akustik.

8. Furniture

Desain furniture dituntut untuk fungsional menjawab kebutuhan, dengan demikian konstruksinya harus tepat dan kuat jadi mampu menjawab permasalahan yang ada. Selain fungsional furniture harus memenuhi tuntutan aman, nyaman dan mudah dalam perawatan.

Pemilihan bahan dan warna disesuaikan menurut kebutuhan dan sesuai dengan tema yang akan dimunculkan.

9. Utilitas Bangunan

a. Kriteria Pemilihan sistem Utilitas

- 1) Sistem utilitas diusahakan mempunyai nilai kemudahan yang tinggi baik pemasangan maupun operasionalnya, sehingga tercapai ekonomis dalam pembiayaan.
- 2) Kapasitas yang digunakan sesuai dengan persyaratan standar baik secara kualitatif maupun kuantitatif.
- 3) Disesuaikan dengan tuntutan kegiatan dalam bangunan.

Sedangkan kriteria pemilihan sistem utilitas diatas dipilih berdasarkan pertimbangan :

- 1.) Efisiensi biaya Operasional

- 2.) Persyaratan biaya operasional dan perawatan.
- 3.) Luasan lantai yang dilayani
- 4.) Kondisi fisik lingkungan
- 5.) Pemanfaatan Jaringan yang sudah ada.

10. Sistem Keamanan

Terlepas dari sistem pengaturan fisik bangunan terhadap kenyamanan, perlu juga diperhatikan resiko atau dampak desain terhadap keamanan akan bahaya kejahatan dan bahaya terhadap bencana dan kebakaran.

Untuk mengantisipasi terhadap kedua kemungkinan tersebut maka perlu dinilai adanya :

- a. Sistem komunikasi yang baik (sistem keamanan CCTV)
- b. Penanggulangan kebakaran kecil (Portable Extinguisher Sistem)
- c. Penaggulangan kebakaran besar untuk Area Studio, warnet & Musik Shop : Menggunakan Pemadam Kebakaran CO2 : dengan sistem Isolasi sehingga Tidak merusak Peralatan Elektronik dan juga tekstil
- d. Penaggulangan kebakaran besar untuk area lainnya dengan Hydrant Sistem



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Mempelajari dari uraian-uraian yang tertulis dari bab sebelumnya penyusun dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Fashion Center merupakan wadah yang memberikan fasilitas bagi masyarakat terutama anak-anak muda, baik yang tahu tentang fashion ataupun tidak untuk berkumpul, bertukar pikiran, berkreasi serta mencari informasi dengan perancangan yang baik. Selain itu juga sebagai sarana hiburan alternative bagi masyarakat.
2. Fashion Centre didesain dengan memberikan efek psikologis yang dapat membangkitkan kreativitas ataupun pengetahuan pengunjung dalam bidang busana. Terutama pada fashion shop, fashion clinic.
3. Kegiatan pelayanan diberikan dalam bentuk member, self servis, dan waiters, sehingga pengunjung bisa mendapatkan pelayanan yang memuaskan.
4. Kesungguhan pengelola terlihat dari desain fashion centre sehingga pengunjung dapat melihat bonafitas dan kredibilitas dari penataan dan pelayanan yang tersirat didalamnya.

B. SARAN

Pada dasarnya keberhasilan desain dapat ditinjau dari :

1. Desain yang dapat memenuhi kebutuhan pemakainya
2. Penggunaan material yang sesuai dengan fungsi dan kebutuhan
3. Tercapainya hasil yang baik dari segi estetis

Untuk itu perlu partisipasi dari masyarakat semua untuk dapat menciptakan keberhasilan desain.

