

# **Bab I   Pendahuluan**

## **I.1   Latar Belakang**

Fashion adalah gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu (Troxell & Stone, 1981). Aspek fashion sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat. Fashion mempengaruhi apa yang kita kenakan, kita makan, bagaimana kita hidup, dan bagaimana kita memandang diri sendiri. Dengan kata lain, cara berpakaian yang mengikuti fashion juga memperlihatkan kepribadian dan idealisme kita. Fashion juga memicu pasar dunia untuk terus berkembang, produsen untuk memproduksi, pemasar untuk menjual dan konsumen untuk membeli. Lebih lanjut, gejala ramai-ramainya berbagai produk mengarah ke fashion muncul tatkala konsumen makin ingin diakui jati dirinya sebagai suatu pribadi (Mussry, 2004). Karena itu, mereka sengaja membentuk identitasnya sendiri dan kemudian bersatu dengan kelompok yang selaras dengannya. Dari definisi-definisi tersebut dapat terlihat bahwa fashion erat kaitannya dengan gaya yang digemari, kepribadian seseorang, dan rentang waktu. Maka bisa dimengerti mengapa sebuah gaya yang digemari bulan ini bisa dikatakan ketinggalan jaman beberapa bulan kemudian. Maka peluang bisnis di bidang fashion saat ini adalah bisnis yang cukup besar dan menguntungkan.

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia, tentunya hal ini mempengaruhi trend fashion di Indonesia. Hijab merupakan bagian dari pakaian identitas seorang wanita muslim. Sebagai wanita muslim tentu harus memperhatikan cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama. Salah satu hal yang sering menjadi perhatian adalah cara mengenakan hijab. Hal ini berpengaruh dengan semakin banyak wanita muslim yang menggunakan hijab, pemakaian hijab yang dulunya hanya untuk menutupi aurat, sekarang beralih menjadi trend fashion untuk tampil modis dan trendy namun tetap dalam syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya gaya busana wanita berhijab yang semakin bervariasi dan model hijab yang semakin beragam. Fenomena ini memberikan peluang bisnis baru di Indonesia, diantaranya bisnis busana muslim dan hijab yang saat ini semakin berkembang pesat.

Berdasarkan fenomena di atas, maka dilaksanakanlah proyek tugas akhir berupa Perancangan Interior *Hijab Fashion Center*. Dalam hal ini, *Hijab Fashion Center* merupakan sebuah fasilitas retail yang mewadahi perkembangan *trend* produk-produk fashion hijab yang selama ini tersebar, dan dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas seperti *fashion retail*, *fashion exhibition*, *fashion workshop*, *multifunction hall*, musala, dan *fashion café*. Lebih lanjut, *Hijab Fashion Center* ini memiliki keunikan tersendiri selain fungsinya sebagai fasilitas retail, yaitu fungsi sosial-edukasi.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang interior *Hijab Fashion Center* yang memberikan keunikan dan kenyamanan berbelanja bagi para pengunjungnya?
2. Bagaimana merancang interior *Hijab Fashion Center* yang dapat menjadi wadah bagi kreatifitas para perancang busana lokal?
3. Bagaimana merancang interior *Hijab Fashion Center* yang menyediakan tempat bertukar informasi mengenai trend fashion?

## **I.3 Gagasan Perancangan**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka penulis mempunyai ide/gagasan perancangan sebagai berikut :

1. Merancang interior *Hijab Fashion Center* dengan konsep yang menarik dan nyaman agar konsumen dan penikmat fashion tidak bosan untuk datang kembali ke *Hijab Fashion Center* tersebut.
2. Merancang interior *Hijab Fashion Center* dengan ruang khusus untuk konsumen agar dapat membeli hasil karya dari para perancang busana lokal.
3. Merancang interior *Hijab Fashion Center* yang memiliki fasilitas komersial, edukasi dan sosial seperti *retail*, *exhibition hall*, *multifunction hall*, juga *café* & *restaurant* yang dibutuhkan para pengunjungnya.

#### **I.4 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas di atas, penulis bertujuan membuat proyek *Hijab Fashion Center* tersebut untuk mengapresiasi hasil karya para perancang fashion hijab, membentuk lapangan pekerjaan bagi masyarakat, dan mawadahi kebutuhan para *hijabers* maupun penikmat fashion lainnya. Hal ini diperoleh dengan merancang interior *Hijab Fashion Center* yang memiliki fasilitas yang memadai dan merancang elemen interior dengan cara mengaplikasikan konsep Arsitketur Islam Nusantara.

#### **I.5 Manfaat Perancangan**

Manfaat perancangan *Hijab Fashion Center* dapat dibagi sesuai dengan penggunaannya, yang mana adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola:

Menjadikan *Hijab Fashion Center* sebagai sumber penghasil melalui penjualan produk-produk fashion dan memudahkan pengelola untuk bekerjasama dengan para desainer lokal.

2. Bagi Perancang Fashion:

Menjadikan *Hijab Fashion Center* sebagai sarana untuk memamerkan/menjual hasil karyanya, sehingga memudahkan sesama desainer bertukar informasi mengenai *trend* apa yang sedang berkembang sebagai referensi dalam membuat karya.

3. Bagi Konsumen:

Memudahkan konsumen dalam mencari fashion hijab terkini untuk kebutuhan dalam berbusana. Juga menjadikan *Hijab Fashion Center* sebagai tempat untuk *sharing* baik antar sesama konsumen maupun dengan *designer* melalui *workshop* seputar fashion hijab.

4. Bagi Komunitas:

Menjadikan *Hijab Fashion Center* sebagai tempat berkumpul dan melakukan *sharing* informasi mengenai perkembangan *trend* fashion hijab. Juga memudahkan anggota komunitas untuk saling bertemu dan melakukan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan fashion hijab.

## **I.6 Ruang Lingkup Perancangan**

Ruang lingkup perancangan yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan yang dibutuhkan di Hijab Fashion Center ini diuraikan sebagai berikut:

- a. Area Retail
- b. Café
- c. *Multifunction Hall*
- d. Ruang Lokakarya
- e. Kantor

## **I.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi Latar Belakang Hijab Fashion Center, Rumusan Masalah, Ide/gagasan Perancangan, Tujuan Perancangan, Manfaat Perancangan, Ruang Lingkup Perancangan, dan Sistematika Penulisan.

### **BAB II Landasan Teori**

Pada bagian ini akan dijabarkan dasar teori umum mengenai Hijab Fashion Center yaitu teori tentang hijab, tren fashion hijab di Indonesia, retail, bentuk retail one stop shopping, minat wisatawan atau konsumen terhadap one stop shopping, aktivitas dan fasilitas hijab fashion center.

### **BAB III Analisis Data Perancangan**

Pada bab ini akan dibahas perancangan desain untuk menjabarkan lebih lanjut mengenai ide/gagasan perancangan retail hijab fashion center yang membahas mengenai literatur dan filosofi desain tema konsep, deskripsi proyek, analisa bangunan, analisa pengguna (user), fasilitas/fungsi dan tabel kebutuhan ruang, konsep, dan sketsa ruang.

### **BAB IV Analisis Perancangan**

Bab ini berisi penjelasan tentang proses, pemaparan pemilihan konsep, hingga penyelesaian rancangan *Hijab Fashion Center* mulai dari segi struktural hingga dari bentuk tampak bangunan.

## **BAB V Kesimpulan Perancangan**

Bab ini berisi kesimpulan dari proses analisis yang sekaligus merupakan konsep perancangan dan perancangan interior *Hijab Fashion Center* ini yang menjawab rumusan masalah.

