

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup masyarakat selalu berubah mengikuti perkembangan jaman. Seiring dengan perubahan gaya hidup tersebut, pemenuhan kebutuhan hidup juga ikut berubah. Salah satu kebutuhan pokok yang kita harus penuhi adalah kebutuhan akan sandang. Kebutuhan masyarakat akan pakaian di masa kini tidak hanya semata-mata untuk menutupi tubuhnya. Sebagian besar masyarakat kini memerlukan pakaian sebagai ekspresi dari jati diri masing-masing. Hal tersebut dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat jaman modern yang cenderung individual.

Dampak dari pemenuhan kebutuhan masyarakat individual akan sandang tersebut adalah dunia *fashion*, baik *fashion industry* maupun *fashion art* yang ikut berkembang.

Perkembangan dunia *fashion* yang pesat ini tentunya disebabkan oleh permintaan masyarakat akan produk *fashion* yang unik untuk menunjang penampilan sehari-hari maupun untuk acara khusus sebagai ekspresi jati dirinya. Perkembangan dunia *fashion* tersebut selanjutnya berdampak pada kebutuhan akan Sumber Daya Manusia. Untuk melahirkan Sumber Daya Manusia yang handal di bidang *fashion*, tentunya dibutuhkan pengetahuan akan *fashion* itu sendiri. Masyarakat tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai pelaku produktif di bidang *fashion*.

Salah satu Sumber Daya Manusia yang dibutuhkan di bidang *fashion* tentunya adalah perancang. Perancang akan memenuhi kebutuhan masyarakat akan *fashion* yang lebih detail dan khusus, misalnya untuk *adi busana*. Masyarakat masa kini yang cenderung kritis dan perfeksionis memerlukan sebuah konsultasi kepada perancang yang ahli untuk mendapatkan produk *fashion* yang diinginkannya.

Di Indonesia para perancang, khususnya di bidang *fashion* ini dirasa kurang diberikan apresiasi dalam bekarya. Hal ini terlihat dari minimnya *fashion exhibition*, *fashion show* dan *fashion gallery* yang ada. Dikarenakan hal tersebut, masyarakat cenderung mencari informasi *trend fashion* dari *fashion week* yang diadakan dua sampai tiga kali dalam setahun di kota-kota pusat fashion dunia seperti Paris, Milan, New York, Jepang dan lain-lain.

Acara-acara *fashion* juga *fashion gallery* sudah mulai berkembang di DKI Jakarta, dan antusiasme masyarakat pun bisa dikatakan cukup besar. Hal yang juga mulai berkembang di kota Bandung, namun dirasakan masih kurang dalam kualitas, dan khususnya kuantitasnya. Kota Bandung merupakan kota besar di Indonesia yang memiliki perkembangan pesat di berbagai bidang, tidak terkecuali di bidang *fashion*. Hal ini ditunjang dengan potensi sumber daya manusianya, di mana Bandung terkenal dengan kreatifitas masyarakatnya. Kreatifitas kota Bandung dapat terbukti dengan banyaknya *distro* yang bermunculan. Di luar itu, banyak perancang berbakat yang mungkin memerlukan fasilitas dalam menyalurkan karya-karyanya.

Adapun *user* dari Bandung Fashion Centre ini adalah para fashionista kelas atas atau *high end*. Fashionista yang dimaksud di sini merupakan para pelaku maupun penikmat *fashion* yang eksklusif. Pemilihan *user* kalangan atas didasarkan pada adanya perkembangan *event-event high fashion* di Bandung, namun fasilitas tetap belum tersedia.

Salah satu acara *high fashion* di Bandung yang dilaksanakan rutin setiap tahunnya adalah acara Fashion Tendance yang diadakan oleh Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia atau disingkat APPMI Jawa Barat. Acara tersebut dilaksanakan di *convention hall* sebuah hotel, dan berlangsung selama dua hari, di mana pada hari pertama dilangsungkan pagelaran busana pengantin, dan pada hari kedua dilangsungkan pagelaran busana kontemporer, *cocktail dress*, *ethnic*, dan busana muslim.

Pada acara Fashion Tendance disamping adanya pagelaran busana, hasil karya seni para perancang dipajang di area *exhibition* yang terletak pada area hotel sebelum memasuki *convention hall*. Karya seni tersebut berupa *fashion product*, juga kolaborasi *fashion designer* dengan fotografer. Sebelum pagelaran busana berlangsung, pada area *exhibition* biasanya diadakan acara *gathering*, di mana pengunjung dapat bertemu langsung dengan para perancang untuk bertanya-tanya atau untuk sekedar memberi selamat untuk acara yang akan berlangsung.

Untuk menunjang hal-hal di atas, dan mengingat gaya hidup masyarakat *modern* yang praktis dan efisien, maka penulis ingin membuat proyek Tugas Akhir berupa Perancangan Interior Bandung Fashion Center. Bandung Fashion Center merupakan sebuah tempat di mana para pekerja *fashion* memiliki fasilitas yang tetap untuk mempertunjukkan hasil kreasinya, dan para penikmat *fashion* dapat menikmati hasil karya tersebut, dan tentunya menjadi konsumen di *shopping center* ini dengan fasilitas *fashion exhibition*, *fashion bazaar*, *fashion café*, *fashion gallery*, dan *fashion catwalk*. Dengan keunikan tersendiri, dimana Bandung Fashion Center yang memiliki fungsi edutainment memiliki *fashion school* sebagai *Anchor Tenant* yang diharapkan dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat Bandung kelas atas terutama di bidang *fashion* untuk sepanjang tahun.

1.2 Identifikasi Masalah

Rumusan masalah yang ada adalah sebagai berikut :

1. Fasilitas umum apa sajakah yang diperlukan user pada Bandung Fashion Center, yang dapat mendukung aktivitas pemilik *tenant*, maupun konsumen?
2. Bagaimana pengelompokan dan peletakkan fasilitas-fasilitas yang efektif hingga dapat memberikan citra *high end* pada Bandung Fashion Center?

3. Bagaimanakah *zoning-blocking* fasilitas utama, fasilitas pendukung serta fasilitas pelengkap yang efektif untuk sebuah *shopping center* di mana satu sama lain tidak saling mengganggu kegiatannya masing-masing, namun tetap memiliki keterkaitan satu sama lain?
4. Bagaimanakah mengasimilasikan individualitas gaya para *fashion designer* ke dalam satu tema pada Bandung Fashion Center?

1.3 Tujuan Perancangan

Tujuannya adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui fasilitas-fasilitas umum yang dibutuhkan *user* pada Bandung Fashion Center yang dapat mendukung aktivitas pemilik tenant dan konsumen
2. Mengetahui pengelompokan dan peletakkan fasilitas-fasilitas yang dapat memberikan citra *high end* pada Bandung Fashion Center
3. Mengetahui *zoning-blocking* fasilitas utama, dan fasilitas pendukung serta fasilitas pelengkap yang efektif agar satu sama lain tidak saling mengganggu kegiatannya masing-masing, namun tetap memiliki keterkaitan satu sama lain
4. Mengetahui cara untuk mengasimilasikan individualitas gaya para *fashion designer* ke dalam satu tema pada Bandung Fashion Center

1.4 Metode Penelitian

Dalam perancangan Bandung Fashion Center, penulis menggunakan metode penelitian gabungan, di mana dilakukan studi lapangan juga studi literatur. Penulis melakukan survey ke Mall Kelapa Gading 3, Jakarta sebagai studi banding untuk Bandung Fashion Center. Selain itu, penulis menganalisis Istana Plaza Bandung, sebagai area *existing* proyek TA ini. Studi literatur diambil dari berbagai sumber, yaitu media cetak berupa buku interior arsitektur, dan media elektronik yaitu internet.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada Bab I dibahas latar belakang Perancangan Bandung Fashion Center, identifikasi masalah, tujuan perancangan, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Pada Bab

II penulis membahas landasan-landasan teori yang digunakan, juga studi banding yang telah dilakukan. Di Bab III akan dibahas mengenai deskripsi objek studi, site analysis, analisis fungsional, programming, dan studi image. Di Bab IV akan dibahas mengenai perancangan objek studi. Bab V merupakan bab simpulan, di mana penulis akan membahas kesimpulan yang didapat, dan jawaban dari identifikasi masalah.