

BAB 1

PENDAHULUAN

“Dan TUHAN Allah membuat pakaian dari kulit binatang untuk manusia dan untuk isterinya itu, lalu mengenakannya kepada mereka.”

Alkitab, Kejadian 3 : 21

1.1 Latar Belakang Eksistensi Proyek

Sejak manusia pertama yakni Adam dan Hawa, manusia telah mengenal pakaian dan pakaian merupakan satu dari tiga kebutuhan utama manusia selain makanan dan tempat tinggal. Kebutuhan akan pakaian sejalan dengan perkembangan manusia yang semakin maju dan memunculkan sebuah *trend* atau *mode* dalam berpakaian. Dunia *fashion* tidak akan pernah lepas dari kehidupan manusia sampai kapan pun.

Selain sebagai sebuah kebutuhan, *fashion* juga membedakan tingkatan status seseorang. Pada zaman kerajaan di China, keluarga kerajaan akan mengenakan pakaian dari bahan kain sutera yang terbaik dengan harga yang mahal, para pejabat mengenakan pakaian dari bahan sutera dengan kualitas di bawah raja sedangkan rakyat mengenakan pakaian dari bahan kain katun biasa dan bilapun memiliki pakaian dari kain sutera harganya akan jauh lebih murah dan sederhana. Demikian juga dengan *fashion* yang dikenakan oleh keluarga kerajaan Inggris pada abad pertengahan, keluarga kerajaan tampil dengan pakaian yang sangat mewah dan mahal sangat kontras dengan pakaian yang dikenakan oleh rakyat baik dari segi bahan maupun modanya.

Sama halnya dengan dunia arsitektur, dunia *fashion* juga mengalami perkembangan dan perubahan dari waktu ke waktu. Setelah perang dunia 1 dan 2, perhatian dunia teruju pada pembangunan, perkembangan teknologi dan bahan-bahan baru. Dunia *fashion* juga terkena dampak positif dari semua perkembangan tersebut, bila pada tahun-tahun sebelumnya kain sutera menjadi raja dari semua bahan pakaian, kini tidak demikian lagi. Kemajuan teknologi dan industri telah



melahirkan berbagai jenis bahan tekstil untuk membuat pakaian yang tidak kalah bagusnyanya dengan kain sutera.

Selanjutnya, lahirlah desainer-desainer *fashion* yang semakin menguatkan opini bahwa *fashion* bukanlah hanya sekadar pakaian yang merupakan sebuah kebutuhan tetapi lebih sebagai penguat identitas diri bagi si pemakai pakaian. Dunia *fashion* pun memasuki seluruh lapisan masyarakat mulai dari keluarga kerajaan, negarawan, politikus, artis hingga rakyat biasa. Desainer ternama seperti Gianni Versace, Yves Saint Laurent, Calvin Klein, Donna Karen dan lainnya berlomba-lomba mengembangkan kemampuannya dalam merancang pakaian. Dari kemampuan dan hasil rancangan para desainer tersebut, lahirlah kota-kota mode di dunia seperti Paris, London, Milan dan New York sebagai parameter perkembangan *mode* dan *fashion* seluruh dunia.

Era milenium pun tiba, ditandai dengan ketidakmaukalahan negara-negara di benua Asia dengan negara-negara di benua Eropa, negara-negara di kawasan Asia seperti Cina, Jepang, Korea Selatan, Hongkong, Taiwan, dan Singapura - semakin memantapkan diri di kancah persaingan dunia internasional dalam berbagai aspek kehidupan terutama perkembangan teknologi, informasi dan lagi-lagi dunia *fashion* ikut dalam persaingan tersebut.

“Geliat mode Indonesia juga mulai jelas terlihat. Satu demi satu perhelatan mode besar bermunculan. Nama Indonesia mulai terangkat. Walau belum mendunia, Indonesia sudah dianggap sebagai pusat mode Asia Tenggara, selain Singapura dan Malaysia”.¹

Banyaknya perhelatan mode bermunculan dengan mengusung berbagai tema, contohnya *Bali Fashion Week* dengan tema ‘*Fashion Meets Nature*’ yang akan berlangsung pada tanggal 24-28 Agustus 2008 di Kuta dan Garuda Wisnu Kencana Bali, *Jakarta Fashion Week* yang akan berlangsung pada 20 Agustus 2008, dan *Highglam Fashion Show* oleh Windy Chandra dengan tema ‘*Couture Carnival*’ bertema di *lobby lounge* Hotel Shangri-La, Jakarta.

1. Koran Seputar Indonesia, Edisi tanggal 12 Agustus 2008, hal 33



Jakarta, sebagai ibukota negara Indonesia, menjadi magnet utama perkembangan *fashion* di Indonesia dengan banyaknya desainer ternama berkarier di kota tersebut. “Selanjutnya kota Bandung ‘*Paris the Java*’ yang terkenal dengan garmennya, setelah *booming factory outlet* yang menjual barang-barang sisa ekspor, beberapa tahun terakhir Bandung dilanda wabah *distro (distributor outlet)*, sampai-sampai bagi sebagian anak muda, rasanya belum ke Bandung bila belum mengunjungi *distro*”.²

Indonesia juga telah melahirkan desainer-desainer yang karya-karyanya tidak kalah bahkan ada yang dapat disejajarkan dengan karya-karya desainer internasional, antara lain Adjie Notonegoro, Ali Charisma, Alston Stephanus, Anne Avantie, Barli Asmara, Sebastian Gunawan, Oka Diputra, Gregorius Vici, Gea Panggabean, Barlei Asmara, Itang Yunas, Oscar Lawalata, Windy Chandra dan lainnya.

Dunia *mode* Indonesia mulai dilirik desainer-desainer internasional. Dalam ajang *fashion* yang diadakan beberapa bulan terakhir ini, seperti *Jakarta Fashion Week* dan *Bali Fashion Week*, beberapa desainer internasional ikut meramaikan acara tersebut. “Para desainer kelas dunia juga akan memamerkan koleksi ramah lingkungan selama pergelaran *Bali Fashion Week*. Mereka berasal dari Korea, Filipina, Belanda, Singapura, dan lain-lain,” kata Mardiana Ika sebagai pengagas acara *Bali Fashion Week*. Tentu saja ini adalah sesuatu yang menggembirakan karena Indonesia berhasil menarik perhatian para desainer manca.

Para desainer dalam mengusung rancangannya memiliki tema dan ciri tertentu dalam karyanya, ada yang identik dalam setiap rancangannya. Namun, ada pula yang berubah sesuai tema yang sedang *trend* saat itu ataupun menurut luapan imajinasi si perancang. Seperti upaya Gea Panggabean, seorang desainer ternama ibukota. Kali ini ia membuat rancangan untuk Danar Hadi, ia membuat tema bunga dengan nama ‘*Botanica Garden*’. Ia menuangkan temanya di atas kain batik. Pada tahun

2. Majalah Concept, Edisi 15’2007, *Graphic in Fashion Industries*, hal 26



2008 seorang desainer asal Australia, David Jones sedang mempersiapkan *fashion show* untuk menyambut musim panas dengan tema ‘ *Sexy and Preppy* ’. Semua tema yang diusung para desainer tidak pernah jauh dari segala sesuatu yang berhubungan dengan sosok seorang wanita, baik itu secara fisik maupun non-fisik.

Dalam setiap kali merancang, para desainer tentunya berharap hasil desain mereka dapat dikenal dan dinikmati oleh masyarakat. Baik itu dengan cara dipamerkan saat *event fashion show*, maupun dalam bentuk ditawarkan toko ataupun butik. Tetapi sebelum ditawarkan kepada konsumen, tentunya hasil karya tersebut dikenalkan terlebih dahulu kepada masyarakat melalui pameran *fashion show*, dengan harapan setelah para calon konsumen melihat dan menyukai hasil karya desainer tersebut, konsumen dapat memiliki dengan cara membeli baik secara langsung dengan desainernya ataupun melalui butik-butik tertentu. Selain itu dengan diadakannya pameran, para desainer dapat mengetahui seberapa besar minat konsumen akan produk *fashion* yang ditawarkan.

Setiap desainer ternama pastinya memiliki butik atas nama sendiri, untuk memfasilitasi karya-karyanya dengan masyarakat umum. Dengan adanya butik tersebut, masyarakat yang ingin memesan, membeli atau sekadar mengagumi karya sang desainer dapat datang langsung ke butik tersebut. Umumnya di butik lah tempat tatap muka langsung antara desainer dan masyarakat yang paling efektif.

Yogyakarta sebagai ikon kota pelajar dan kota seni dan budaya, menjadikan kota Yogyakarta tidak akan pernah sepi untuk selalu dikunjungi. Baik itu dengan tujuan bisnis, studi maupun hanya sekadar wisata. Dengan kenyataan tersebut, banyak peluang yang dapat diraih oleh kota Yogyakarta. Seperti halnya kota-kota mode dunia, Paris, London, Milan dan New York, Yogyakarta memiliki semua persyaratan yang harus dimiliki sebuah pusat mode, yaitu sebagai *fashion capital* merupakan suatu kawasan yang berpengaruh terhadap *mode* dan industri *fashion* menjadi nadi yang menghidupkan kota. Yogyakarta terkenal dengan tradisi budaya



Jawa yang sangat kental dengan latar belakang kehidupan Kraton sebagai sebuah kerajaan, sama halnya dengan kota London yang sangat kental oleh tradisi budaya kerajaan Inggris. Yogyakarta memiliki nilai tambah yakni kekayaan peninggalan budaya dan seni yang telah berusia ratusan tahun seperti peninggalan candi-candi dan seni pewayangan. Semua itu satu keuntungan bagi Yogyakarta untuk memperkenalkan keanekaragaman seni yang dimilikinya, yang dapat dituangkan ke dalam setiap desain rancangan para desainer-desainer dari Yogyakarta. Sehingga, pada perkembangannya diharapkan dapat mengundang kalangan pelaku *mode* seluruh dunia untuk berkunjung. Lambat laun Yogyakarta akan diakui sebagai salah satu kota *fashion* di Indonesia.

Komitmen dan tekad pecinta *fashion* di Yogyakarta untuk meningkatkan eksistensi, makin teruji dan terbukti dengan terselenggaranya *Jogja Fashion Week* 2008 atau yang ketigakalinya dengan tema *Culturally Plural* yang berlangsung mulai tanggal 27 – 31 Agustus 2008 di Pagelaran Keraton Yogyakarta. *Jogja Fashion Week* telah merebut simpati masyarakat yang semula belum/tidak peduli *fashion* – menjadi penikmat dan pecinta *fashion*. “Masyarakat akan sadar *fashion*, yakni tidak sekadar berbusana namun mengikuti *trend* busana dan pandai memilih tekstil yang sekaligus mengapresiasi produk lokal dan pelestarian budaya kita,” ujar Afif Syakur, ketua panitia *Jogja Fashion Week* 2008.³

Tabel 1.1: Data Fashion Show di Yogyakarta beberapa Tahun terakhir

No.	TEMPAT	TEMA	WAKTU	KETERANGAN
1	Ballroom Hotel Sheraton Mustika Yogyakarta	<i>An Elegant Evening with Miss Universe 2003</i>	9 Agustus 2003	Busana rancangan desainer Nita Azhar
2	Pagelaran Keraton Yogyakarta	Jogja Fashion Week (JFK) 2007	6 September 2007	50 perancang busana dan 30 pengusaha dari Jakarta, Bali, Madura, serta DI Yogyakarta

3. Koran Kedaulatan Rakyat, Edisi Minggu, tanggal 7 September 2008, hal 24



3	Mustokoweni – the Heritage Hotel, Jl. AM Sangaji 72, Yogyakarta	EVERLASTING BATIK LEGACY	1 Desember 2007	Karya perancang busana senior Goet Poespo
4	Pusat Kebudayaan Koesnadi Hardjasoemantri (semula Purna Budaya), Bulaksumur, Yogyakarta	Batik Pasca Gempa untuk Generasi Muda	28 Juli 2008	Acara tersebut merupakan kolaborasi ‘Sekar Jagad’ dengan 13 perancang busana, sehingga menghadirkan 150-an rancangan yang memikat
5	Pagelaran Keraton Yogyakarta	"Jogja Fashion Week" (JFW) 2009	5-8 Agustus 2009	Mengadakan tiga lomba, yaitu desain kerajinan pendukung peragaan yang diikuti 21 peserta, lomba desain peragaan yang diikuti 26 peserta, dan lomba foto blogger yang diikuti 25 peserta.
6	Gedung Societet TBY	'Pameran Batik Nusantara	17 - 21 Juni 2009	Desainer Husni Arizal menampilkan sekitar 60 karya busana batik asli Tegal yang terdiri dari busana resmi batik kebaya dan busana batik kasual

Sumber: Internet

Banyak desainer lokal kota Yogyakarta yang terlibat dalam ajang tersebut. Antara lain: Afif Syakur perancang busana senior di Yogyakarta, Iis Design dengan koleksi Gelombang Cinta, Cicik Mulyaningyas yang mengangkat batik spesifikasi motif kawung dengan semangat kaum muda, kasual, etnik dan funky, Rosso memadankan batik-baik warna alam dengan detail ornamen origami Jepang, Sofie dengan tema ‘Natural Line in Style’ dari batik katun, dan Widyawati dengan tema ‘Merah Putih’.



“*Jogja Fashion Week 2008* nampak makin mapan dari tahun-tahun sebelumnya. Keikutsertaan perancang busana dari Bali, Jakarta, Pekalongan, Solo, Surabaya – makin mempertebal eksistensi *JFW*. Pastinya, makin menunjukkan bahwa Jogja telah berbuat suatu progress yang lebih maju dari lainnya”.

Terlihat jelas bahwa, Yogyakarta mempunyai potensi dalam pertunjukan seni budaya (*fashion show*). Hasil karya desainer Yogyakarta tidak kalah hebatnya dengan hasil karya para desainer ibukota. Ini merupakan bukti bahwa kota Yogyakarta merupakan kota seni dan budaya.

Jika ditinjau dalam bidang kebudayaan seperti banyaknya tokoh seniman yang berkembang di Yogyakarta, banyaknya hasil-hasil seni, banyaknya benda-benda peninggalan budaya, banyaknya organisasi kesenian di seluruh pelosok kota, dan banyaknya pendidikan kebudayaan menjadi patokan arah pengembangan bidang kebudayaan di Yogyakarta melalui pembinaan pengembangan kebudayaan nasional dan daerah, sesuai dengan kedudukan kota Yogyakarta sebagai pusat kebudayaan.

Tabel 1.2: Perkembangan Jumlah Industri Tekstil dan Pakaian Jadi Propinsi DIY

Tahun	Jumlah
1999	135
2000	149
2001	155
2002	170

Sumber: Statistik Industri Propinsi DIY, th 2002

“Menurut ketua gerakan solidaritas seniman, Drs.Tisna Sanjaya dan seniman Aat Soeratin, dimanapun diseluruh dunia sekarang ini, salah satu ciri penting dari beradabnya sebuah kota adalah lingkungan dan sarana kesenian yang hidup, selain gedung parlemen, stadion olah-raga, rumah ibadat dan lain-lain”.

-
4. Koran Kedaulatan Rakyat, Edisi Minggu, tanggal 7 September 2008,hal 24
 5. Koran Kompas, Edisi tanggal 6 Maret 1996



Promosi *mode* di Yogyakarta yang meliputi pameran dan peragaan saat ini pengadaannya hanya berlangsung di hotel-hotel atau gedung pertemuan, serta pusat perbelanjaan/mall. Hal ini disebabkan Yogyakarta belum memiliki wadah khusus yang diperuntukkan menampung kegiatan promosi *mode*.

Tabel 1.3: Kegiatan Promosi *Mode* di DIY

Jenis Kegiatan	Pelaksana	Sifat	Frekuensi/Th
Pameran	Organizer	Berkala	1-2 kali
	Perancang	Berkala	2-4 kali
Pagelaran	Organizer	Berkala	Tidak teap
	Perancang	Berkala	Tidak tetap
	Sekolah mode	Berkala	1 kali
Lomba mode	Gabungan	Berkala	Tidak tetap
	Perancang	Berkala	Tidak tetap
	Gabungan	Berkala	Tidak tetap

Sumber: Kantri, Skripsi fashion Center, UGM Yogyakarta, 2004

Tabel 1.4: Wadah Kegiatan *Mode* di DIY

Nama wadah	Alamat
Yogyakarta Desain School	Jl. Kaliurang Km 5 No. 53 Yogyakarta
PAPMI(Perhimpunan Ahli Perancang Mode Indonesia)	Jl. Ronodigdayan No. 63 (Jl. Dr. Sutomo)

Sumber: Ervina Maya Sovya, Skripsi Pusat Mode dan Kecantikan di Yogyakarta
(Fashion and Beauty Center), Atma Jaya Yogyakarta, 2005.



1.2 Latar Belakang Permasalahan

“Fashion itu gaya. Rasa. Bukan sekedar bungkus raga, tapi juga refleksi jiwa.

Fashion berbicara mengenai imajinasi, mix & match/ padu padan,

bongkar pasang, tambal sulam ...”

Irene Saputra

Designer sampul “Majalah Desain Grafis Concept” edisi 15

Seperti dalam dunia arsitektur, dunia fashion juga tidak lepas dari pemikiran-pemikiran imajinatif dan tangan-tangan kreatif para desainer. Melalui para desainerlah lahir karya-karya fashion yang mengubah *trend* dan *mode* sehingga manusia dapat tampil lebih cantik, anggun dan sempurna dari waktu ke waktu. Melalui karya-karya para desainer inilah setiap saat seseorang dapat merubah penampilannya menjadi lebih baik.

Para desainer dalam mengusung rancangannya memiliki tema dan ciri tertentu dalam karyanya, ada *point-point* tertentu yang identik dalam setiap rancangannya. Namun, ada pula yang berubah sesuai tema yang sedang *trend* ataupun menurut luapan imajinasi si perancang. Salah satu maestro desainer Indonesia Adjie Notonegoro mengangkat batik Indonesia sebagai *point* yang identik dalam setiap karya rancangannya. Iis Design, desainer Jogja yang mengangkat *trend* tanaman hias *anthurium* Gelombang Cinta dengan lekuk-lekuk daunnya yang bergelombang dan menuangkan idenya pada batik dan kebaya rancangannya. David Jones, desainer asal negara kangguru Australia, yang mengadakan *fashion show* pada musim panas dengan nama David Jones Summer Collection 2008, mengangkat tema “*Sexy & Preppy*”.

Desainer kelas dunia - seperti Gianni Versace, Yves Saint Laurent, Calvin Klein, Donna Karen - telah lama meramaikan dunia fashion internasional. Nama para desainer kelas dunia tersebut, telah dikukuhkan sebagai perancang kelas wahid meskipun beberapa di antaranya telah meninggal dunia seperti Gianni Versace yang kini digantikan oleh keponakannya Donatella Versace yang juga seorang desainer ternama dan Yves Saint Laurent yang meninggal beberapa bulan yang lalu. Karya-



karyanya telah menjadi *top fashion* dunia yang sangat digemari masyarakat luas baik dari kalangan bawah sampai atas. Menjadi kebanggaan tersendiri dapat mengenakan fashion baik itu pakaian, sepatu, parfum maupun aksesoris dari nama-nama desainer tersebut.

Sama halnya dengan Negara-negara *Mode* di Dunia, Indonesia juga memiliki *top designer* yang karya-karya mereka menjadi kebanggaan tersendiri bagi masyarakat Indonesia umumnya bila mengenakan pakaian hasil rancangan sang desainer, seperti Dinar Hadi yang menjadi patokan pakaian batik terbaik di Indonesia.

Di era milenium ini, Indonesia juga tidak mau kalah dengan negara-negara lain dengan lahirnya desainer-desainer yang berbakat dan karya-karyanya diakui sangat baik, baik dalam negeri maupun di luar negeri - antara lain : Adjie Notonegoro, Ali Charisma, Alston Stephanus, Anne Avantie, Barli Asmara, Sebastian Gunawan, Oka Diputra, Gregorius Vici, Gea Panggabean, Barlei Asmara, Itang Yunas, Oscar Lawalata, Yongki Komaladi, Elizabeth Wahyu dan lainnya.

Semua tema yang diusung para desainer tidak pernah jauh dari segala sesuatu yang berhubungan dengan sosok seorang wanita, baik itu secara fisik maupun non-fisik. Wanita tidak pernah jauh dari dunia kecantikan. Dalam segala hal wanita akan berusaha untuk selalu menampilkan yang terbaik dari dirinya, baik itu secara fisik maupun non-fisik. Terlepas dari semua itu, tidak bisa dimungkiri bahwa wanita pasti memiliki sifat feminin dan anggun. Kedua sifat itu telah ada dalam diri wanita sejak dilahirkan. Wanita akan disebut wanita jika dapat menonjolkan sisi kefemininan dan keanggunannya. Karena, sifat tersebut dapat membuat wanita dihormati sebagai seorang wanita. Dan secara tidak langsung dapat mengangkat derajat seorang wanita. Karena, feminin dan anggun merupakan salah satu *point* dari kesempurnaan seorang wanita.

Dalam dunia *mode*, tentunya selain adanya seorang desainer sebagai perancang busana, dibutuhkan juga adanya seorang model (peragawati/peragawan) sebagai pembawa hasil rancangan dan tempat



untuk memamerkan (*catwalk*) hasil rancangan yang dibawakan oleh para model.

Dalam dunia *fashion show* jarang sekali terlihat *fashion* hasil rancangan seorang desainer dibawakan oleh model laki-laki. Hanya produk dan *event* tertentu saja mereka akan tampil. Hampir semua rancangan maupun model peraganya adalah kaum hawa. Itu semua karena hasil rancangan untuk wanita lebih kompleks dan bervariasi dalam mendesain. Selain itu, dari segi fisik, wanita tampil lebih menarik daripada laki-laki. Sifat-sifat dari wanita lebih banyak menyatu dalam rancangan setiap desainer.

Salah satu pendukung terselenggaranya suatu *fashion show* adalah adanya suatu tempat/ruang(*space*) yang menampung segala kebutuhan *show*, bahkan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas pendukung ruang *show*. Oleh karena itu, butuh suatu bangunan yang dapat mewadahi segala aktivitas yang berkaitan dengan *fashion show*. Selain tempat untuk diadakannya pertunjukan busana; juga berfungsi sebagai tempat untuk kebutuhan *fashion* masa kini seperti butik sebagai fasilitas pendukung, yang dapat mencitrakan suatu tempat yang mewadahi kebutuhan *fashion* masa kini. Gaya *ekspresionisme modern* identik dengan *fashion* yang selalu *up to-date* mengikuti perkembangan jaman(*modern*), dan menunjukkan ekspresi si pemakai, sehingga siapapun yang mengenakannya akan terlihat *stylish*, *trendy*, dan tidak ketinggalan jaman. Sesuai dengan dunia *fashion* yang selalu *up to-date* dari waktu ke waktu, *elegan*, *glamor*, yang selalu menunjukkan ekspresi dari setiap perancang maupun pemakai *fashion* itu sendiri.

Dalam arsitektur, gaya hidup *modern* berimbas kepada keinginan untuk memiliki bangunan yang *simple*, bersih, fungsional, yang mencerminkan keinginan si perancang, tetapi tidak ketinggalan jaman (*modern*). Karena, kehidupan modern menuntut gaya hidup yang lebih cepat, fungsional, dan *efisien*. Sehingga keberadaan sebuah Pusat Mode sangat diharapkan untuk dapat memfasilitasi kegiatan-kegiatan dunia mode



secara utuh, dan dapat mencitrakan suatu tempat yang mewadahi kebutuhan *fashion* masa kini dengan karakter *ekspresionisme modern*.

Sesuai dengan sifat dari wanita yang feminin dan anggun serta gaya hidup saat ini yang serba *modern*, dibutuhkan sebuah bangunan yang mencerminkan kesan feminin dan anggun, yang berupa bangunan bergaya *ekspresionisme modern*, yang ditampilkan melalui eksterior bangunan dan tata ruang dalamnya sehingga tampilannya sesuai dengan aktivitas yang akan diwadahi.

1.3 Rumusan Permasalahan

Bagaimana wujud rancangan bangunan *Jogja Fashion Center* di Yogyakarta yang feminin dan anggun melalui pengolahan tampilan eksterior dan tata ruang dalam pada bangunan dengan pendekatan Arsitektur Ekspresionisme Modern?

1.4 Tujuan dan Sasaran

1.4.1 Tujuan

- Terwujudnya bangunan *Jogja Fashion Center* di Yogyakarta sebagai wadah untuk menampung aktivitas yang berkaitan dengan *fashion*, yang feminin dan anggun melalui pengolahan tampilan eksterior dan tata ruang dalam pada bangunan dengan pendekatan Arsitektur Ekspresionisme Modern.

1.4.2 Sasaran

- Terwujudnya rancangan eksterior bangunan yang feminin dan anggun dengan menggunakan pendekatan Arsitektur Ekspresionisme Modern.
- Terwujudnya rancangan tata ruang dalam yang feminin dan anggun dengan menggunakan pendekatan Arsitektur Ekspresionisme Modern.



1.5 Lingkup Studi

1.5.1 Materi studi

Dalam menyelesaikan permasalahan pembahasan dibatasi pada pengolahan eksterior bangunan dan tata ruang dalam mencakup bentuk, warna, jenis bahan, tekstur, ukuran / skala / proporsi.

1.5.2 Pendekatan

Batasan mengenai dasar tinjauan atau aspek tinjauan yang dilakukan dalam analisis permasalahan, dibatasi melalui pendekatan Arsitektur Ekspresionisme Modern, untuk merumuskan karakter rancangan yang feminin dan anggun pada *Jogja Fashion Center* di Yogyakarta.

1.6 Metode Pembahasan

1. Cara Mendapatkan Data

- Pengamatan Tidak Langsung
Dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi dari beberapa sumber dan preseden arsitektur.
- Studi Literatur
Mencari data dari literatur-literatur yang mendukung pada pelaksanaan perancangan.
- Foto dan Sketsa
Untuk melengkapi laporan yang disusun.

2. Cara Menganalisis

- Analisis berdasarkan data dan informasi yang dicatat selama pengamatan dan ditunjang dengan foto-foto yang ada.
- Analisis berdasarkan data dan informasi berupa studi literatur.

3. Cara Menarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data perencanaan dan perancangan serta cara menganalisa yang telah dilakukan sebelumnya. Kesimpulan akan menghasilkan suatu konsep perencanaan dan perancangan pada bangunan *Jogja Fashion Center* yang direncanakan.

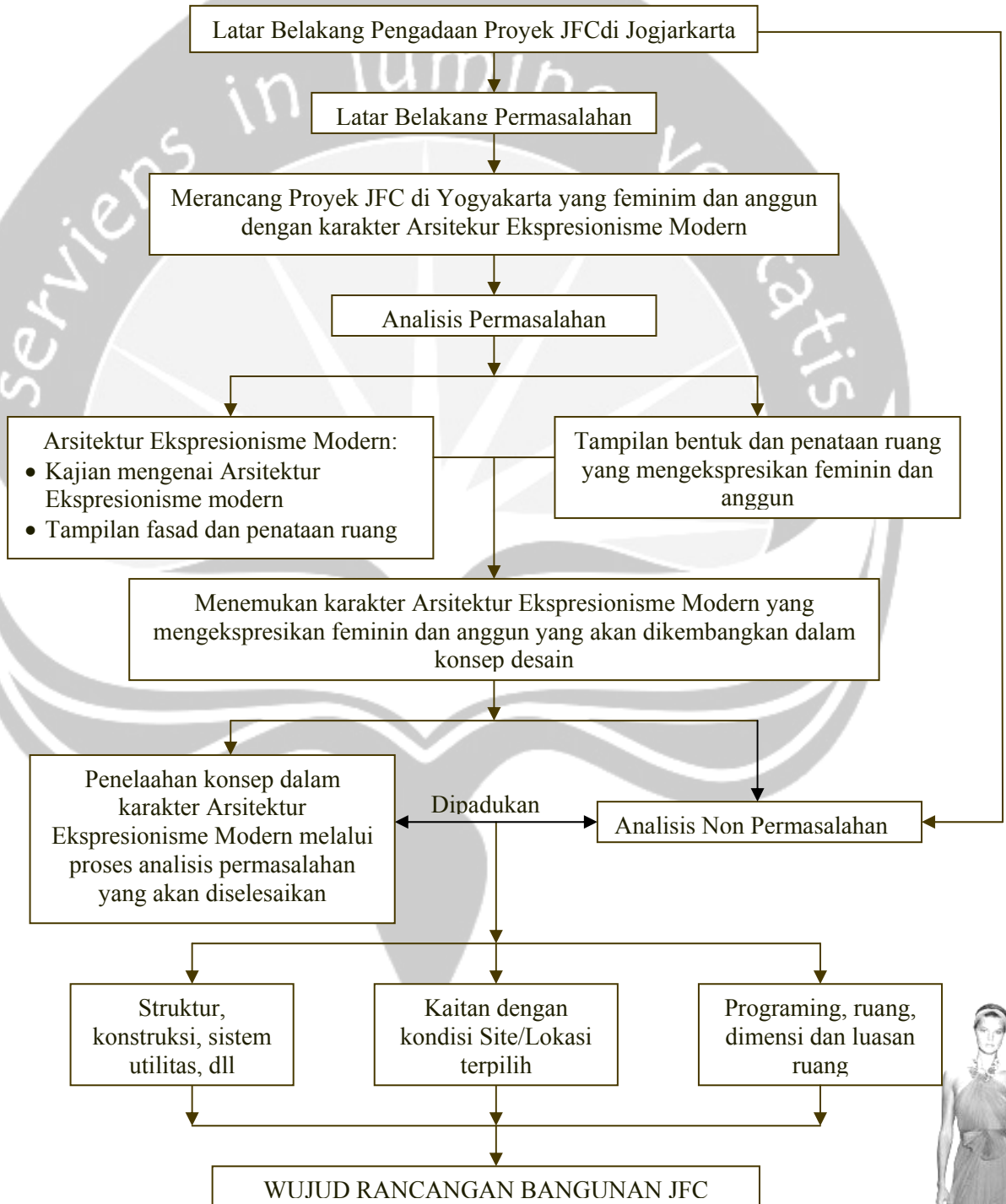


1.7 Metode Studi

1.7.1 Pola Prosedural

Pola prosedural yang digunakan dalam perancangan JFC di Yogyakarta yaitu pola komparasi yaitu dengan pendekatan preseden bangunan modern yang feminin dan anggun.

1.7.2 Baglan Tata Langkah



Sumber : Analisis



1.8 Sistematika Pembahasan

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi latar belakang pengadaan proyek, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metoda dan metode pembahasan, serta kerangka kerja perancangan.

BAB 2 TINJAUAN FASHION CENTER

Tinjauan mengenai sejarah dan perkembangan dunia fashion di dunia dan Indonesia umumnya dan di Yogyakarta khususnya, terutama mengenai karya rancangan, bentuk penyelenggaraan sebuah acara *fashion show*, dan wadahnya.

BAB 3 TINJAUAN YOGYAKARTA

Berisi tentang kondisi fisik dan non fisik Daerah Istimewa Yogyakarta, deskripsi proyek, fungsi, tujuan, dan manfaat proyek.

BAB 4 LANDASAN TEORI DAN ELEMEN-ELEMEN ARSITEKTURAL

Berisi penjelasan teori mengenai elemen-elemen pembentuk arsitektural.

BAB 5 ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN JOGJA FASHION CENTER

Berisi analisis permasalahan dan analisis non permasalahan *Jogja Fashion Center*

BAB 6 KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN JOGJA FASHION CENTER DI YOGYAKARTA

Bab ini menjelaskan konsep perencanaan dan perancangan JFC di Yogyakarta yang meliputi konsep wujud massa bangunan, sirkulasi bangunan, sistem struktur, utilitas, dan ME.

