
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

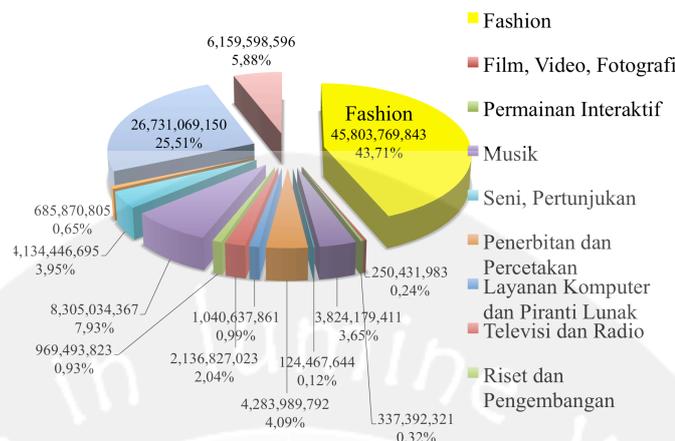
1.1.1. Perkembangan Mode di Indonesia

Mode merupakan gerak masyarakat berpakaian dalam gaya tertentu sesuai dengan ekspresi masanya.¹ Mode terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu yang mengikuti perkembangan jaman yang mengungkapkan suatu identitas kebudayaan, ekspresi serta estetika.

Mode sendiri sudah ada sejak jaman Mesir kuno dimana bangsa Mesir Kuno dan bangsa Babilonia sudah mulai mengenakan kostum yang menjadi ciri kebudayaan Mesir, yaitu tunika dan kaftan. Seiring berkembangnya jaman, perubahan mode mulai tampak pada masa pencerahan ialah masa Renaisan, Barok, dan Rakoko dimana tata busana telah bersifat internasional. Mode masa kini di seluruh dunia berawal dari sifat internasional tersebut. Hal tersebut memberi pengaruh yang besar terhadap perkembangan mode di negara-negara lainnya, salah satunya Indonesia.

Perkembangan dunia mode di Indonesia tak kalah pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data Departemen Perdagangan, industri kreatif pada 2006 menyumbang Rp 104,4 triliun, atau rata-rata berkontribusi 6,28% terhadap PDB nasional periode 2002-2006 (Gambar 1.1). Sektor yang memberikan kontribusi paling besar nasional adalah fesyen (43,71%).

¹ Alim Zaman, Moh., *Kostum Barat dari Masa ke Masa*, hal 1.



Gambar 1. 1. Kontribusi PDB Subsektor Industri Kreatif Tahun 2006
Sumber: Data Departemen Perdagangan RI 2008

Industri fesyen di Indonesia merupakan salah satu industri menarik, dilihat dari marak bermunculannya desainer-desainer Indonesia yang sudah dikenal di luar negeri, sebut saja seperti Tex Saverio, Raden Roro Liquica Anggareni, Mardiana Ika, Kleting Titis Wigati, dan masih banyak perancang adibusana lainnya. Selain itu, maraknya *factory outlet* dan distro di Indonesia juga menunjukkan betapa industri fesyen merupakan subsektor yang telah memiliki pondasi yang cukup kuat di Indonesia. Saat ini ada sekitar 1.500 gerai distro yang dikelola anak-anak muda di Indonesia.²

Kebangkitan mode di Indonesia juga tampak dari perhelatan acara mode yang setiap tahun digelar di kota-kota besar. Di Indonesia sendiri saat ini memiliki empat acara tahunan mode, yang berfungsi sebagai ajang memperkenalkan tren busana dalam negeri lewat hasil rancangan para desainer Indonesia.

² Program Kerja Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Departemen Perdagangan.

Tabel 1. 1. Acara Tahunan Mode Busana di Indonesia

No.	Acara Tahunan Mode Busana di Indonesia
1.	<i>Indonesia Fashion Week</i>
2.	<i>Jakarta Fashion Week</i>
3.	<i>Bali Fashion Week</i>
4.	<i>Jogja Fashion Week</i>

Sumber: diolah dari data *Fashion Week 2011-2012*

Mari Elka Pangestu, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengungkapkan bahwa acara mode adalah ajang apresiasi dan etalase dari potensi Indonesia di bidang fesyen. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang berlangsung di dalamnya, seperti peragaan busana dan pameran produk lokal fesyen yang melibatkan desainer, praktisi mode, hingga pengguna produk fesyen. Peragaan busana yang biasa digelar bertujuan untuk menunjukkan keterampilan para desainer dalam berinovasi dalam merancang busana. Sedangkan untuk pameran produk lokal sendiri memberi manfaat besar bagi para desainer dan para konsumen. Manfaat yang didapat dari para desainer adalah memberikan keuntungan bagi para desainer dengan menjual produk sekaligus membuka peluang usaha dan memperluas jaringan di industri fesyen. Manfaat yang didapat dari konsumen adalah konsumen dapat mengenal lebih dekat akan produk-produk lokal serta membantu memberikan kontribusi dalam memajukan pasar lokal dalam bidang fesyen.

Mode juga memberikan dampak positif dari segi pariwisata. Dilihat dari *ranking* berdasarkan *World Economic Forum Competitiveness* untuk pariwisata, Indonesia menduduki peringkat 39 dari 139 negara untuk kekayaan warisan budaya, termasuk secara khusus disebut industri kreatif yang kuat, salah satunya fesyen.³ Hal itu menunjukkan bahwa fesyen dianggap menarik dan banyak dicari oleh wisatawan asing dan domestik. Lewat acara mode yang sering digelar di beberapa kota besar dan adanya

³ <http://gcr.weforum.org/ttci2011/>

pasar-pasar lokal, secara tidak langsung menjadi sarana untuk memperkenalkan hasil produk lokal dan budaya Indonesia melalui fesyen.

1.1.2. Perkembangan Mode di Yogyakarta

Yogyakarta merupakan salah satu Pusat Kota Mode di Indonesia. Di Yogyakarta, perkembangan dunia mode dalam beberapa tahun terakhir pun terus meningkat. Dunia mode pun kini menjadi daya tarik wisata baru bagi masyarakat luas. Yogyakarta sebagai barometer pariwisata nasional memiliki potensi industri mode yang cukup besar, sehingga pagelaran busana nasional dan internasional layak diadakan di Yogyakarta.

Beberapa acara mode di Yogyakarta saat ini banyak mendapat apresiasi kalangan pemerhati dan industri mode nasional seperti *Jogja Fashion Week* (JFW). *Jogja Fashion Week* merupakan acara tahunan yang diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Daerah Istimewa Yogyakarta (Disperindagkop DIY).⁴ Acara tersebut sudah diselenggarakan enam kali berturut-turut dan tetap menitik beratkan pada nilai budaya. Sebuah *event* yang mengedepankan industri mode dimana masing-masing memiliki tujuan pada skala yang berbeda.

Acara mode kedua di Yogyakarta yang memiliki pengaruh besar dalam dunia mode adalah *Fashion Tendance*. Ajang ini merupakan media untuk berekspresi dan berimprovisasi dari desainer Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) Yogyakarta. Melalui ajang ini, para desainer bisa membantu memberikan masukan informasi kepada masyarakat Yogyakarta cara berbusana yang baik dan mengikuti perkembangan tren mode terkini.

Acara-acara mode seperti *Jogja Fashion Week* dan *Fashion Tendance* sering yang diadakan bertujuan untuk mendorong perekonomian DIY terutama perkembangan industri kreatif. Dalam acara mode, suatu rancangan para desainer pasti melibatkan industri kecil lainnya sehingga memberi nilai tambah pada pelaksanaannya. Selain itu, *event* mode dapat

⁴ <http://www.facebook.com/group.php?gid=98341253208>

memberi kesempatan terjadinya transaksi bisnis melalui karya yang ditampilkan. Di tengah makin pesatnya perkembangan industri fashion yang juga dapat mendukung dunia pariwisata, pagelaran ini dapat dijadikan sebagai sarana penghubung antara pengrajin dengan desainer kemudian desainer dengan konsumen.

Di Yogyakarta, perkembangan industri kreatif terus meningkat. Perkembangan sektor industri (IKMB) DIY pada tahun 2010 sebanyak 78.122 unit usaha, bila dibandingkan dengan tahun 2009 sebanyak 77.851 unit usaha, mengalami peningkatan 0,35%. Salah satu unit yang mengalami peningkatan adalah industri dalam bidang sandang. Hal itu tampak dengan hadirnya rumah-rumah industri kreatif di sepanjang jalan Yogyakarta antara lain Dagadu, Omah Mode, Post Mode, dan masih banyak lainnya.



Gambar 1.2. Rumah Industri Kreatif Dagadu

Sumber: <http://tengakarta.wordpress.com/2011/11/05/dagadu-dan-rasa-cinta-tanah-air/>

Pada industri kreatif bidang mode, tidak hanya orang dewasa yang menjalankannya tetapi anak muda Yogyakarta ikut berpartisipasi dalam mengembangkan industri kreatif. Hal itu tampak dengan adanya acara Kicfest yang merupakan acara *bazaar* tahunan menampilkan produk-produk kreatif dalam hal ini produk fashion buatan anak-anak kreatif Indonesia. Kickfest mempunyai tujuan untuk memperkuat industri pakaian

lokal dengan menebarkan kecintaan kepada produk-produk lokal tersebut. Menurut hasil wawancara dengan salah satu *shopkeeper* distro GeeEight yang turut serta mengikuti Kickfest, omzet yang diperoleh selama 3 hari mengikuti *event* tersebut adalah berkisar \pm Rp 10.000.000,-. Keuntungan tersebut diperoleh dari jumlah pengunjung yang hadir dalam acara tersebut dan membeli produk di distro tersebut. Hal ini menandakan bahwa kegiatan mode seperti *bazaar* memiliki dampak positif dalam membantu industri kreatif.



Gambar 1.3. Kickfest Jogja 2011

Sumber: <http://blog-screamous.blogspot.com/2011/04/axis-kickfest-2011-jogja-1-3-april-2011.html>

Kehadiran mode pun tidak bisa dilepaskan dengan dunia pendidikan. Tujuan utama adanya pendidikan mode adalah membantu program pemerintah dan memperbaiki kursus-kursus yang ada serta dapat mempertanggungjawabkan hasilnya.⁵ Sekolah mode formal ataupun informal dianggap sebagai jembatan yang dapat menghubungkan desainer. Dengan kata lain sekolah mode diharapkan dapat melahirkan desainer yang menguasai segala aspek, baik desain maupun industri. Tujuan

⁵ Poppy Dharsono, www.kompas.com, Di Balik Ayun Langkah Seorang Model. Senin, 28 Juli 2003

pendidikan mode adalah untuk mencetak tenaga-tenaga ahli dalam bidang fesyen. Dengan kata lain, menghasilkan orang-orang yang memiliki disiplin ilmu dan dapat mandiri, serta dapat menularkan ilmunya tersebut di tengah masyarakat luas. Di Yogyakarta, setiap tahun peserta yang mengikuti kursus mode mengalami peningkatan, hal itu dilihat dari jumlah peserta kursus mode Papmi Yogyakarta pada tahun 2007 sebanyak 122 dan meningkat menjadi 170 di tahun 2008. Hal itu menandakan bahwa banyaknya peminat yang ingin belajar tentang busana di Yogyakarta. Berikut daftar sekolah mode yang terdapat di Yogyakarta yang dirangkum dari berbagai sumber:

Tabel 1.2. Daftar Sekolah Mode di Yogyakarta

No.	Lembaga Pendidikan	Keterangan
1.	Papmi Yogyakarta Fashion School	Merupakan pelopor pendidikan mode di Yogyakarta. Menawarkan program pembuatan pola, menjahit, dan modelling.
2.	Universitas Negeri Yogyakarta	UNY menawarkan kelas tata busana yang mengajarkan tentang pengetahuan busana, teknologi tekstil, grooming, modelling.

Sumber : [http://id-id.facebook.com/pages/Papmi-Yogyakarta-FashionSchool/162758687068360;](http://id-id.facebook.com/pages/Papmi-Yogyakarta-FashionSchool/162758687068360)
<http://www.uny.ac.id/akademik/fakultas-teknik/jurusan-boga-busana/pendidikan-busana>

Selama ini acara mode dilangsungkan di hotel ataupun mall, namun memiliki kekurangan yaitu tidak ada tempat khusus yang mampu menampung semua kegiatan mode seperti peragaan busana, *bazaar*, kursus mode maupun *retail store*. Berkaitan dengan hal-hal tersebut, maka diperlukan suatu wadah untuk menyelenggarakan kegiatan-kegiatan mode di Yogyakarta. Hal ini digunakan sebagai sarana untuk mengembangkan mode Indonesia dan memperkenalkan produk para desainer sekaligus sebagai tempat edukasi dalam suatu wadah yang disebut dengan Pusat Rumah Mode. Pusat Rumah Mode yang akan dirancang memiliki kelebihan, sebagai berikut:

- a. Memiliki visi dan misi yang bertujuan untuk memajukan mode khususnya di Yogyakarta.
- b. Membantu perekonomian Yogyakarta dalam bidang industri dan perdagangan.
- c. Membantu memajukan pendidikan mode guna mencetak tenaga ahli dalam bidang fesyen.
- d. Berfungsi sebagai wadah untuk mempromosikan busana dan hasil karya dari desainer lokal.
- e. Tersedianya fasilitas ruang yang berkaitan dengan kegiatan mode, seperti ruang peragaan busana, bazaar, kursus mode, dan retail.

Sehingga Pusat Rumah Mode yang akan dirancang bisa menjadi sarana edukatif maupun komersil sekaligus menjadi daya tarik tersendiri untuk kota Yogyakarta dalam menarik wisatawan domestik maupun mancanegara.

1.2. Latar Belakang Penekanan Studi

Untuk memahami Pusat Rumah Mode yang akan direncanakan, maka perlu dipahami makna dari Pusat Rumah Mode sebagai berikut:

- a) Pengertian Pusat.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Pusat merupakan tempat yang menjadi kedudukan atau tempat berkumpul, tempat pokok, pangkal atau yang menjadi himpunan berbagai hal.

- b) Pengertian Rumah.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, rumah adalah “Suatu bangunan yang digunakan sebagai tempat tinggal pada umumnya.”

- c) Pengertian Mode

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mode merupakan ragam (cara, bentuk) yang terbaru pada suatu waktu tertentu (tentang pakaian, rambut, corak hiasan dan sebagainya).

Dari pengertian-pengertian tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa Pusat Rumah Mode merupakan bangunan atau tempat sebagai pusat diadakannya segala kegiatan yang berhubungan dengan busana dan sebagainya yang terbaru. Pusat Rumah Mode diharapkan dapat menjadi tempat bertemu dan komunikasi masyarakat mode dengan konsumen atau kalangan sendiri, pendidikan serta aktivitas informasi, promosi, pemasaran dan pameran. Jadi dapat disimpulkan pengertian Pusat Rumah Mode adalah pusat wadah komunikasi dan informasi, promosi serta pengembangan di bidang mode dengan segala aktivitas dan fasilitas yang mendukung untuk membantu masyarakat dan pelaku mode mendapatkan segala informasi dan konsumen mode sehingga dapat membawa Yogyakarta sebagai salah satu Pusat Mode Dunia.

Maka untuk mewujudkan hal tersebut, pusat rumah mode memerlukan beberapa elemen desain yang perlu diperhatikan, antara lain tampilan bangunan, tata ruang dalam dan tata ruang luar. Tampilan bangunan merupakan ekspresi dari bangunan itu sendiri, sehingga harus bisa memperlihatkan fungsi di dalamnya. Tata ruang dalam memiliki peranan penting dalam bangunan karena hal ini berhubungan langsung pada dampak psikologis para pengunjung. Begitupun juga dengan tata ruang luar, dimana pada ruang luar dapat menciptakan ruang yang memungkinkan orang dapat bergerak dengan bebas kesegala arah dan dapat digunakan untuk kegiatan.

Busana dan kain memiliki keterkaitan. Busana yang akan dibuat berasal dari bahan kain yang sudah diberi pola dan dijahit sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah busana yang diinginkan. Kain sendiri memiliki berbagai jenis, yaitu kain sutera, wool, katun, dan sebagainya. Di Indonesia saat ini, kain-kain tradisional mulai diangkat. Kain tradisional dari berbagai daerah di Nusantara merupakan salah satu kekayaan budaya yang turut menyumbang pilar pengikat keIndonesiaan. Salah satu yang paling dikenal adalah batik. Namun, kain-kain tradisional lainnya sebenarnya tidak kalah elok, salah satunya kain tenun. Di Yogyakarta, salah satu kain tenun tradisional yang terkenal adalah kain lurik. Kain tradisional ini merupakan kain khas Yogyakarta yang merupakan bagian dari budaya Yogyakarta. Kata lurik berasal dari Bahasa Jawa *Lorek* yang berarti garis-

garis, sebagai lambang kesederhanaan. Sederhana dalam penampilan maupun dalam pembuatan namun sarat dengan makna. Dibuat dari benang Kapas menggunakan Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) atau bahkan alat Tenun *Gendong*. Filosofi dan makna sehelai kain Lurik Yogyakarta tercermin dalam motif dan warnanya, ada corak yang dianggap sakral dan bertuah dan ada pula corak yang memberi nasehat, petunjuk serta harapan. Aneka ragam corak lurik dalam motif, tekstur, dan warna sendiri memiliki filosofi yang sama dengan mode dimana mode hadir dengan memberi sentuhan warna yang berbeda di setiap perkembangan jaman, yang hadir melalui desain, karakter, maupun gaya berbusana. Mode yang bermula dari bahan-bahan yang sederhana mampu menciptakan karya yang indah, sama halnya dengan lurik yang dibuat dengan cara yang sederhana bisa menjadi kain yang memiliki seni tinggi.

Berikut karakteristik dari kain lurik, sebagai berikut:

- a) Kain lurik memiliki tekstur yang khas ketika disentuh, yaitu kain terasa kasar dan agak kaku.
- b) Kain ini memiliki kekuatan atau daya tahan yang kuat sehingga tidak mudah robek.
- c) Kain lurik memiliki corak garis-garis atau kotak-kotak. Yang membedakan antara satu corak dengan corak lainnya adalah susunan/komposisi warna dan jumlah garis. Masing-masing corak ada yang terdiri dari 3 garis atau 4 garis berwarna biru tua yang berselang-seling, dengan kain berwarna dasar hitam.

Pada dasarnya lurik memiliki 3 motif dasar, yaitu:

- a) Motif lajuran dengan corak garis-garis panjang searah sehelai kain.
- b) Motif pakan malang yang memiliki garis-garis searah lebar kain
- c) Motif cacahan adalah lurik dengan corak kecil-kecil.



Gambar 1.4. Motif Lajuran Kain Lurik

Sumber: <http://fashionesedaily.com/blog/2010/01/28/pesona-kain-nusantara-lurik-cantik/>

Dengan mengangkat salah satu hasil kebudayaan Yogyakarta, yaitu kain lurik lewat pengolahan penampilan bangunan, tata ruang dalam, dan tata ruang luar, diharapkan Pusat Rumah Mode dapat mewakili citra khas Yogyakarta sehingga dapat mendukung pariwisata dan industri kreatif Yogyakarta.

1.3. Rumusan Permasalahan

Bagaimana landasan konseptual perencanaan dan perancangan Pusat Rumah Mode di Yogyakarta sebagai wadah kegiatan promosi, informasi, dan pendidikan mode melalui pengolahan tampilan bangunan, tata ruang luar dan tata ruang dalam dengan pendekatan kain lurik Yogyakarta?

1.4. Tujuan Dan Sasaran

1.4.1. Tujuan

Terwujudnya rancangan Pusat Rumah Mode di Yogyakarta sebagai wadah kegiatan promosi, informasi, dan pendidikan mode melalui pengolahan penampilan bangunan, tata ruang luar dan tata ruang dalam Pusat Rumah Mode dengan pendekatan kain lurik Yogyakarta.

1.4.2. Sasaran

Sasaran yang akan dicapai untuk mewujudkan tujuan adalah:

- a) Rancangan penampilan bangunan yang dapat mengekspresikan fungsi di dalamnya sehingga menarik masyarakat Yogyakarta di bidang mode untuk beraktivitas di Pusat Rumah Mode di Yogyakarta.
- b) Rancangan tata ruang luar dan tata ruang dalam yang dapat menjadi wadah kegiatan promosi, informasi, dan edukasi.
- c) Rancangan penampilan bangunan, tata ruang luar dan tata ruang dalam yang dapat mewakili citra khas Yogyakarta melalui kain lurik.

1.5. Lingkup Studi

1.5.1. Materi Studi

Materi studi mencakup bagian dari obyek studi yang akan dioleh sebagai penekanan desain adalah bagian ruang luar dan ruang dalam dibatasi ilmu disiplin arsitektur. Dengan lokasi site berada di wilayah Yogyakarta.

1.5.2. Pendekatan Studi

Penyelesaian penekanan studi akan dilakukan dengan menggunakan kain lurik Yogyakarta.

1.6. Metoda

1.6.1. Metoda yang Dipakai

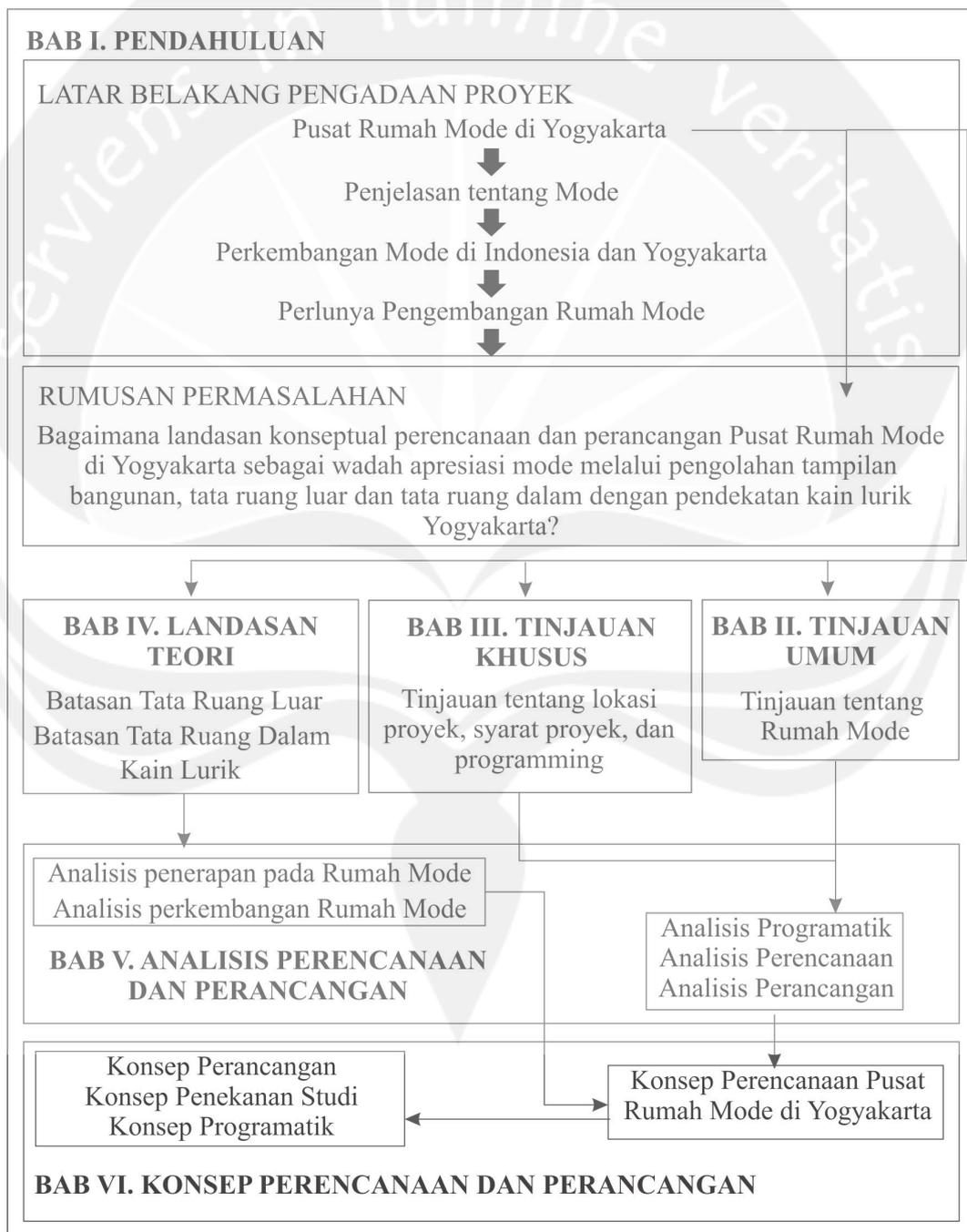
Metode studi yang digunakan antara lain:

- a) Studi Literatur
Melakukan studi dengan menggunakan bantuan dari media informasi seperti buku, majalah, *website*, yang berhubungan dengan informasi mengenai pengertian mode, sejarah mode di Indonesia, perkembangan mode.
- b) Diskriptif
Melakukan penjabaran dari data dan informasi yang aktual berkaitan dengan penjelasan latar belakang permasalahan yang sesuai dengan keadaan di lingkup Kota Yogyakarta.

c) Analisis

Mengidentifikasi permasalahan berdasarkan data yang telah didapatkan serta menuangkan gagasan ide perancangan pada Pusat Rumah Mode di Yogyakarta.

1.6.2. Kerangka Berpikir



1.7. Sistematika Pembahasan

Bab I. Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metode studi, dan sistematika pembahasan.

Bab II. Tinjauan Umum Pusat Rumah Mode di Yogyakarta

Berisi tentang tinjauan umum yang mencakup sejarah, perkembangan mode di Indonesia dan penjelasan rumah mode.

Bab III. Tinjauan Khusus Pusat Rumah Mode di Yogyakarta

Berisi tentang syarat tentang Pusat Rumah Mode dan programatik.

Bab IV. Tinjauan Landasan Teori

Berisi tentang teori-teori yang digunakan untuk mencapai konsep rancangan rumah mode di Yogyakarta yang dibatasi dalam ilmu arsitektural.

Bab V. Analisis Perencanaan dan Perancangan

Berisi analisis perencanaan yang mencakup analisis programatik, tapak, utilitas, struktur bangunan dan analisis perancangan yang terkait dengan perkembangan mode di Yogyakarta.

Bab VI. Konsep Perencanaan dan Perancangan

Berisi tentang dasar-dasar perencanaan dan perancangan bangunan Rumah Mode di Yogyakarta dan kesimpulan yang didapatkan berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada bagian Analisis Perencanaan dan Perancangan.