

PERENCANAAN *CREATIVE FASHION CENTER* DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR *ART DECO* DI KOTA SAMARINDA

Cindy Marselina¹, Mahdalena Risnawaty, S.T., M.T.², Wardhana, S.T., M.Si.³

¹Mahasiswa Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

²Dosen Prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

³Dosen Prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

Email : cindymarselina1@gmail.com

ABSTRAK

Creative Fashion Center merupakan tempat fashion workshop, makeup workshop, bazaar dan catwalk dengan mengutamakan gaya arsitektur *art deco*. Fashion adalah istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. Kita sering mengidentikkan fashion dengan busana atau busana, padahal sebenarnya yang dikatakan fashion adalah segala sesuatu yang sedang trend di masyarakat. Konsumen bisa dibidang sebagai penggerak utama industri fashion. Karena selain sebagai pembeli, mereka juga yang menentukan dan memilih gaya untuk menjadi trend fashion. Pendekatan arsitektur bangunan ini adalah *art deco*. Arsitektur *art deco* adalah gerakan desain yang populer dari tahun 1920 hingga 1939, yang memengaruhi seni dekoratif arsitektur. Gaya arsitektur ini cocok untuk bangunan *Creative Fashion Center* karena *art deco* merepresentasikan pesona, keanggunan dan kemewahan. Dan menurut saya, gaya *art deco* bisa mewakili keanggunan dan kemewahan gaya fashion *pop art* yang digemari oleh anak muda.

Kata Kunci : Fashion, Pusat, Pop Art, Art Deco

ABSTRACT

The Creative Fashion Center is a place for fashion workshops, makeup workshops, bazaars and catwalks with an emphasis on the art deco architectural style. Fashion is a familiar term in everyday life. We often identify fashion with clothes or clothes, when in fact what is said fashion is everything that is trending in society. Consumers can be regarded as the main driving force of the fashion industry. Because apart from being a buyer, they are also the ones who determine and choose the style to become a fashion trend. The architectural approach of this building is art deco. Art deco architecture was a popular design movement from 1920 to 1939, which influenced the decorative arts of architecture. This architectural style is suitable for the Creative Fashion Center building because art deco represents charm, elegance and luxury. And in my opinion, art deco style can represent the elegance and luxury of the pop art fashion style favored by young people.

Key Words : Fashion, Center, Pop Art, Art Deco

Pendahuluan

Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari – hari. Kita seringkali mengidentikkan fashion dengan busana atau pakaian, padahal sebenarnya yang dikatakan fashion adalah segala sesuatu yang sedang tren dalam masyarakat. Hal ini mencakup busana, selera makan, hiburan, barang – barang konsumsi dan lain – lain. Kosmetik merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan. Seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial dimata masyarakat.

Fashion menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. Benda – benda seperti baju dan aksesoris yang dikenakan bukanlah sekadar penutup tubuh dan hiasan, lebih dari itu juga menjadi sebuah alat komunikasi untuk menyampaikan identitas pribadi. Pakaian merupakan obyek yang oleh sebagian besar orang dianggap bisa menyampaikan sesuatu sebagaimana yang dikemukakan oleh Barthes mengenai “the language of fashion”, bahwa setiap bentuk fashion pasti mengandung pesan tertentu yang kemudian ingin disampaikan oleh pemakainya.

Konsumen bisa dikatakan sebagai penggerak utama industri fashion. Karena selain sebagai pembeli, mampu mereka juga yang menentukan dan memilih sebuah gaya untuk menjadi trend fashion. Karena fashion bisa mengekspresikan sesuatu yang tidak terucap secara verbal inilah, maka fashion juga seringkali digunakan untuk menunjukkan identitas personal dari individu yang bersangkutan. Hanya dengan mengenakan jenis pakaian tertentu maka, orang lain akan bisa menilai kepribadian dan citra dirinya.

Trend dan musim fashion sebagian besar didorong oleh perancang busana yang membuat dan menghasilkan artikel pakaian. Dalam hal ini istilah Bisnis Fashion akan digunakan dalam arti bisnis yang berhubungan dengan pakaian modis atau pakaian sebagai industri kreatif yang diciptakan dan diproduksi oleh perancang busana. Tidak ada yang menyangkal bahwa karya perancang busana memiliki kontribusi besar untuk industri garmen. Karena saat ini para pengusaha garmen akan perlu menggunakan keahlian para desainer untuk selalu up to date agar tidak ketinggalan dengan trend fashion dunia.

Budaya populer atau *Pop Art* cenderung menjamur di masyarakat sebagai bentuk ekspresi yang di dominasi terhadap hal – hal populer. Dapat ditampilkan sebagai ungkapan dari sebuah hal yang kuat dan sedang ‘trend’ di masyarakat. Dan terkadang menjadi sebuah budaya baru yang berbeda dengan budaya yang kuat dan sudah ada di masyarakat lainnya. Konsep dan ide yang diangkat dalam *Pop Art* ada dalam bentuk yang ditujukan untuk masyarakat luas, yang mudah dipahami oleh mereka.

Perpaduan gaya dunia seni rupa, karya *Pop Art* merupakan suatu bentuk karya inovasi kreatif terletak pada semangat kebebasan, konteks yang berbeda dan karakter. Bahkan ide/konsep desain melalui bahasa visual dalam cara mengkomunikasikannya yang dimanfaatkan oleh industri sebagai pemikat produk kaum muda. Industri fashion khususnya dalam hal pakaian, pembuatan desain seni *Pop Art* umumnya dibuat menggunakan media cat dan kanvas. Kini setiap negara berkembang karena adanya teknologi komputer yang digunakan. Pembuatan desain seni *Pop Art* diaplikasikan menggunakan teknologi digital.



Gambar 1 Sketsa Fashion
Sumber : <https://www.popbela.com/>



Gambar 2 Fashion Model
Sumber : https://www.vogue.com/?us_site=y

Konsep Arsitektur Art Deco

Art Deco merupakan gaya arsitektur modern yang ditemukan di Eropa yang berkembang di Paris sekitar tahun 1925. Art Deco terbagi menjadi tiga klasifikasi yaitu floral deco yang membentuk garis lengkungan dengan elemen – elemen bentuk ukiran bunga dan daun, streamline deco memiliki tipe gaya arsitektur yang cenderung menonjolkan garis – garis tegas horizontal panjang, dan zigzag deco memiliki pola bentuk garis yang tajam dan tegas terbentuk perulangan zigzag yang harmonis.

Contoh bangunan Indonesia bergaya art deco adalah salah satu bangunan peninggalan Bung Karno yaitu Gedung Gabungan Koperasi Pegawai Republik Indonesia (GKPRI). Gedung yang dibangun sekitar tahun 1950 ini berlokasi di Jalan Lengkong Besar dan kini telah beralih fungsi menjadi Hotel Lengkong. Gedung itu bergaya arsitektur Art Deco atau memiliki sisi bangunan yang melengkung. Lengkungan tersebut membuat gedung ini terlihat menyerupai sebuah kapal laut. Jadi jika kita ke balkon gedung di lantai paling atas, kita akan terada seperti di sebuah kapal laut.



Gambar 3 GKPRI
Sumber : <https://www.ayobandung.com/>

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu menghasilkan data deskriptif dari objek yang diamati, menganalisa serta menyimpulkan data dan informasi yang diperlukan yang berkaitan dengan penggunaan konsep arsitektur art deco pada bangunan *Creative Fashion Center*.

Hasil dan Pembahasan

Creative Fashion Center

Berlokasi di Jalan Bukit Alaya, Samarinda. *Creative Fashion Center* merupakan tempat fashion workshop, Makeup workshop, bazar dan catwalk dengan penekanan gaya arsitektur art deco.

Wadah ini memamerkan karya – karya busana yang unik dan kreatif yang memiliki unsur budaya populer atau biasa disebut Pop Culture yang kini sangat disukai oleh anak – anak muda sekarang. Pusat ini dilengkapi dengan panggung untuk mempamerkan gaya – gaya busana yang dipakai para model. Dan juga bazar untuk

memperjualbelikan busana – busana yang ada di pusat ini. Dan terdapat juga fasilitas servis seperti toilet dan cafe agar pengunjung dapat betah berada di pusat ini sekaligus menghabiskan waktu untuk melihat atau membeli busana – busana yang ada di pusat ini.

Ada pula fasilitas pada pusat ini berupa Fashion Workshop untuk mempelajari cara merancang busana. Dilengkapi dengan mesin jahit, beraneka macam hiasan seperti manik – manik dan manekin. Makeup Workshop berupa ruang untuk mempelajari tata rias wajah dan rambut. Dilengkapi dengan meja cermin yang memiliki lampu, beraneka macam peralatan makeup seperti kuas, lipstick, bedak dan lain – lain. Dan juga peralatan menata rambut seperti wig atau rambut palsu, hair dryer, hairspray dan lain – lain. Terdapat pula panggung catwalk untuk mempertunjukkan karya – karya busana yang ada di pusat ini.

Analisa Besaran Ruang

Tabel 1 Analisa Kebutuhan Ruang Bangunan Utama

Lantai 1				
No	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Besaran
1	Direktur	Mengatur, mengawasi dan bertanggung jawab	Ruang Direktur	Total : $4,5 + 16,8 = 21,3 \text{ m}^2$
2		Mengatur dan mengawasi	Ruang Meeting	Total : $12,3 + 28,8 = 41,1 \text{ m}^2$
3	Supervisor	Mengatur dan mengawasi	Ruang Supervisor	Total : $4,4 + 14,4 = 18,8 = 19 \text{ m}^2$
4	Karyawan	Bekerja	Ruang Karyawan	Total : $9 + 14,4 = 23,4 \text{ m}^2$
Lantai 2				
5	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Besaran
6	Desainer	Mendesain Mengajar	Fashion Studio	Total : $2,7 + 7,2 = 10 \text{ m}^2$
7	Stylist	Styling dan membantu Desainer Mengajar		Jumlah ruang : $4 \times 10 = 40 \text{ m}^2$
Lantai 3				
8	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Besaran
9	Peserta/ Murid	Belajar	Workshop	Total : $30 + 26,4 = 56,4 \text{ m}^2$ Jumlah ruang : $2 \times 56,4 = 112,8 = 113 \text{ m}^2$
Lantai 4				

10	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Besaran
11	Stage Manager	Mengatur dan mengawasi panggung	Backstage	Total : 5 + 36 = 41 m ²
12	Model	Catwalk	Catwalk Stage	Total : 64,5 + 96 = 160,5 m ²
13	Penonton	Menonton dan menilai		
14	Fotografer	Photoshoot	Photo Studio	Total : 13,6 + 14,4 = 28 m ²
Lantai 5				
15	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Besaran
16	Cafe Manager	Mengatur dan mengawasi cafeteria	Ruang Makan Staff	Total : 32,1 + 38,4 = 70,5 m ²
17	Chef	Memasak	Cafeteria	Total : 36,6 + 67,2 = 103,8 m ²
18	Barista	Membuat minuman		
19	Waiter/ Waitress	Melayani		
20	Cleaning Service	Bersih - bersih	Ruang Cleaning Service	Total : 0,45 + 21,6 = 22 m ²
			Toilet	Total : 4,65 + 9,6 = 14,25 = 14,3 m ² Jumlah ruang : 2 x 14,3 = 28,6 = 29 m ²
			Toilet Pengunjung	Total : 4,65 + 9,6 = 14,25 = 14,3 m ² Jumlah ruang : 2 x 14,3 = 28,6 = 29 m ²
			Ruang Laktasi	Total : 15,5 + 7,2 = 22,7 = 23 m ²

Tabel 2 Analisa Kebutuhan Ruang Bazaar

No	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Besaran
1	Pramuniaga	Berjualan	Area Bazaar	Total : 30 + 240 = 270 m ²
2	Penjual Makanan	Berjualan	Food Area	Total : 3,6 + 72 = 75,6 = 76 m ²

3	Wanita dan Balita	Menyusui	Ruang Laktasi	Total : $15,5 + 7,2 = 22,7 = 23 m^2$
4	Remaja	Buang Air	Toilet Pengunjung	Total : $4,65 + 9,6 = 14,25 = 14,3 m^2$ Jumlah ruang : $2 \times 14,3 = 28,6 = 29 m^2$
5	Anak - anak	Bermain	Playground	Total : $6,25 + 9,6 = 15,85 = 16 m^2$
6	Cleaning Service	Bersih - bersih	Ruang Cleaning Service	Total : $0,45 + 21,6 = 22 m^2$
			Toilet	Total : $4,65 + 9,6 = 14,25 = 14,3 m^2$ Jumlah ruang : $2 \times 14,3 = 28,6 = 29 m^2$
			Toilet Pengunjung	Total : $4,65 + 9,6 = 14,25 = 14,3 m^2$ Jumlah ruang : $2 \times 14,3 = 28,6 = 29 m^2$

Tabel 3 Analisa Kebutuhan Ruang Mushola

No	Pelaku	Aktifitas	Kebutuhan Ruang	Besaran
1	Pekerja	Beribadah	Area Sholat	Total : $62,2 + 96 = 158,2 m^2$
2	Pengunjung			

Analisa Lokasi Site

Kriteria pemilihan lokasi untuk Perencanaan Creative Fashion Center ini memiliki beberapa pertimbangan atau faktor penentu, antara lain :

1. Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Samarinda Tahun 2014 - 2034 (RTRW Samarinda) lokasi site harus sesuai dengan Peruntukan lahan yang telah ditetapkan.
2. Cukup luas untuk wadah bangunan dan parkir.
3. Berlokasi di area yang ramai dan sering dilewati banyak orang.
4. Aksesibilitas yang memadai.
5. Memiliki jaringan utilitas seperti drainase, listrik PLN, Air PDAM.



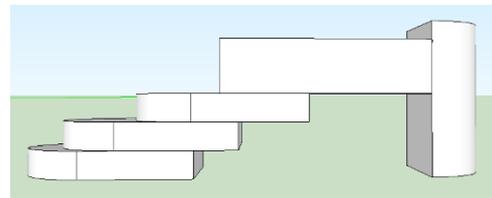
Gambar 4 Lokasi Lahan
Sumber : Google Maps

Konsep Perencanaan Konsep Bentuk

Berdasarkan analisa bentuk yang berbentuk sepatu hak tinggi atau *high heels*. Bentukan massa yang unik ini melambangkan industri fashion yang akan menarik perhatian masyarakat.



Gambar 6 Sepatu Hak Tinggi/High Heels
Sumber : Pinterest



Gambar 5 Bentukan Massa
Sumber : Penulis, 2022

Denah

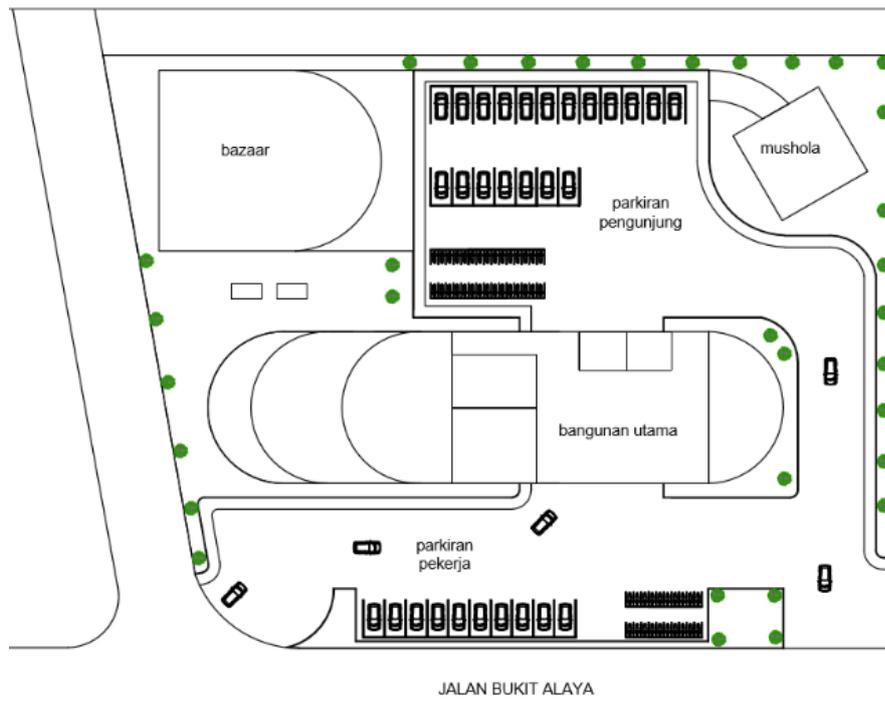
Penataan Pola Ruang serta Sirkulasi bangunan digambarkan pada gambar denah ini.



Gambar 7 Denah Lantai 1
Sumber : Penulis, 2022

Site Plan

Penataan Lanskap, Area Parkir dan Bangunan penunjang digambarkan pada gambar site plan ini.



Gambar 8 Site Plan
Sumber : Penulis, 2022

Perspektif Bangunan

Sudut pandang bangunan yang terekspos dan dapat menarik perhatian pengunjung karena memiliki nilai estetika yang tinggi.



Gambar 9 Perspektif 1
Sumber : Penulis, 2022



Gambar 10 Perspektif 2
Sumber : Penulis, 2022

Kesimpulan

Kesimpulan pada perencanaan Creative Fashion Center dengan Pendekatan Arsitektur Art Deco di Kota Samarinda yang berlokasi di Jalan Bukit Alaya ini diharapkan menjadi wadah untuk mendukung bisnis fashion, workshop untuk mengajar kaum – kaum muda tentang fashion, bazaar untuk memperjualbelikan pakaian – pakaian yang diproduksi oleh pusat tersebut dan catwalk untuk menampilkan pakaian – pakaian trending melalui para model. Dan juga sebagai wadah untuk mengadakan event – event bagi warga Samarinda dan sekitarnya.

Melalui pendekatan arsitektur Art Deco sebagai daya tarik bagi Creative Fashion Center ini, dapat mencerminkan kreasi – kreasi fashion pada bangunan tersebut. Penekanan pada arsitektur Art Deco ini dikarenakan gaya ini berasal dari istilah pre modern yang digunakan untuk gaya – gaya seni dan fashion yang baru dan belum pernah ada. Lalu gaya ini digunakan untuk gaya arsitektur bangunan yang memiliki bentuk tidak biasa maupun belum pernah ada pada masa itu.

Daftar Pustaka

- Asmita, D. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswi dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini . Jurnal Perspektif Vol. 2, 6.
- Aulia, A., & Anisa. (2021). Kajian Konsep Arsitektur Art Deco pada Planetarium Adler. JurnalLINEARS, 7.
- Cahyo, A. D. (2016). PERBANDINGAN BIAYA DAN WAKTU PADA PELAKSANAAN PEKERJAAN PASANGAN DINDING BATA RINGAN DAN DINDING BATA MERAH DENGAN METODE TIME STUDY. 36.
- Hambyah, R. F. (2016). EVALUASI PEMASANGAN APAR DALAM SISTEM TANGGAP DARURAT KEBAKARAN DI GEDUNG BEDAH RSUD DR. SOETOMO SURABAYA . The Indonesian Journal of Occupational Safety and Health, 10.
- Hidayat, F. (2010). STUDI PERBANDINGAN BIAYA MATERIAL PEKERJAAN PASANGAN DINDING BATA RINGAN DENGAN BATA MERAH. Media Teknik Sipil, 7.
- Jati, R. M., Thojib, J., & Amiuza, C. B. (2014). SECONDARY SKIN MOTIF BATIK JAWA TIMUR PADA HOTEL DI SURABAYA. 14.

Kadra, A. F., & Makmur, U. (2021). Impelementasi Arsitektur Art Deco Pada Pusat Perbelanjaan Di Kota Baru Parahyangan. e-Proceeding, 8.

Kim, R., & Sari, S. M. (2019). Perancangan Interior Makeup & Beauty Community Center Di Surabaya. JURNAL INTRA, 9.

Kristanto, A. L., & Sari, S. M. (2014). Perancangan Interior Pusat Fashion Forever 21 di Surabaya. JURNAL INTRA, 5.

Normaida. (2020). Meningkatkan Kemampuan Guru Menggunakan Media Pembelajaran melalui Workshop di SDN 1 Kapar Kecamatan Murung Pudak. SAGACIOUS JURNAL ILMIAH PENDIDIKAN DAN SOSIAL, 8.

Purnomo, H., & Pasca, R. L. (2018). Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 21.

Putri, A. A., Iskandaria, H., & Endangsih, T. (2021). Penerapan Arsitektur Metafora Pada Perancangan Muslim Fashion Center di Jakarta Selatan. Jurnal Maestro, 8.

Trisnawati, T. Y. (2011). Fashion sebagai Bentuk Ekspresi Diri dalam Komunikasi. THE MESSENGER, 12.

Wulandari, A. (2018). PAMERAN, PERSONAL SELLING DAN IKLAN MEDIA ONLINE DALAM MENDORONG PENJUALAN PROPERTY. JURNAL PENGEMBANGAN WIRASWASTA , 12.