

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fesyen yang merupakan kata serapan dari bahasa Inggris *fashion*, dalam KBBI memiliki pengertian sebagai mode, yang merupakan ragam terbaru pada suatu waktu tertentu yang mencakupi tentang pakaian, sepatu, aksesoris, potongan rambut dan lain sebagainya. Fesyen menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat terutama hingga kini. Fesyen mengalami berbagai perubahan dan perkembangan baik di tingkat internasional hingga nasional. Di Indonesia sendiri perkembangan fesyen dimulai sejak 1900an dimana saat masa liberal, perkembangan sektor ekonomi juga mempengaruhi keinginan masyarakat untuk membeli item-item fesyen. Pada masa itu mode masih sangat dipengaruhi oleh gaya barat, hingga pada akhirnya muncul gaya fesyen yang lebih menyesuaikan permintaan pasar yang diciptakan oleh perancang-perancang dalam negeri.

Semakin banyak perancang-perancang Indonesia dan pengaruh fesyen dalam perkembangan ekonomi, membuat keseluruhan jenis mode ini diakui dan menjadi bagian dari industri kreatif atau ekonomi kreatif Indonesia. Ekonomi kreatif sendiri memiliki beberapa jenis bisnis atau yang disebut sub-sektor ekonomi, namun berdasarkan data dari CNBC Indonesia (2019) yang dilansir pada Artikel Binus University, sub-sektor fesyen mampu menyumbang 18,01% atau sebesar 116 Triliun Rupiah pada pertumbuhan ekonomi nasional, selain itu data pada tahun 2017 data menyebutkan industri fesyen menyumbang pendapatan bruto domestik sebesar 3,76% atau sebesar 13.29 Milyar US dollar. Pada 2016, sub-sektor fesyen juga merupakan penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi kreatif yaitu sebanyak 54,54%. Beberapa pencapaian ini menjadikan industri fesyen sebagai industri yang cukup penting dan berdampak, karena sekarang fesyen lebih dari sekedar kebutuhan primer manusia namun juga menjadi kebutuhan artistik.

Fesyen sebagai bagian dari ekonomi kreatif memunculkan beberapa organisasi atau komunitas fesyen itu sendiri, baik di tingkat nasional maupun regional. Beberapa contoh organisasi fesyen itu adalah APPMI atau Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia yang berdiri sejak 1993 dan Indonesian *Fashion Chamber* atau yang disingkat sebagai IFC yang berdiri sejak 2015. IFC memiliki beberapa cabang kepengurusan yang tersebar di berbagai kota besar yang ada di Indonesia. Salah satu cabang yang paling berkembang adalah IFC regional Semarang yang memiliki nama IFC Chapter Semarang, perkembangan ini dilatarbelakangi semakin banyaknya brand desainer di Semarang. Tercatat, di tahun 2020 terdapat 97 merek desainer di Semarang, yang sebelumnya pada 2019 hanya ada 52 merek. Jumlah ini dinilai merupakan peningkatan yang cukup signifikan, mengingat kota Semarang masih merupakan kota metropolitan. Selain itu minat masyarakat Kota Semarang juga cukup tinggi terhadap fesyen. Namun, banyak diantara brand desainer berkembang yang masih belum memiliki tempat yang memadai sehingga kesulitan bersaing dengan brand desainer yang sudah memiliki nama besar. Dan beberapa diantara desainer tersebut membutuhkan sebuah platform untuk memasarkan dan mempromosikan produk mereka.

Di kota Semarang anggota IFC Chapter Semarang sendiri mencapai 50 desainer mode dan aksesori. Organisasi mode ini sering melakukan berbagai macam kegiatan baik yang bersifat komersial maupun non-komersial seperti kegiatan amal maupun pendidikan untuk semakin mengembangkan industri fesyen. Dihimpun dari website IFC kegiatan seperti *fashion show* diadakan minimal satu kali dalam satu triwulan, *fashion fair/fashion bazaar* yang biasa kita kenal sebagai pameran yang dilaksanakan dalam rentang waktu tertentu antara 1 hingga 2 bulan, kegiatan seminar yang diadakan rutin tiap bulan, maupun *workshop/kelas* singkat yang diadakan baik secara mingguan maupun harian. Namun yang disayangkan, organisasi ini belum memiliki tempat yang benar-benar mewadahi seluruh kegiatannya secara terhubung dan terpadu. Masih banyak kegiatan-kegiatan fesyen yang terlaksana di tempat-tempat yang terpisah. Seperti contoh, kegiatan *fashion show* yang seringkali diadakan di sebuah *hall/aula* gedung yang memang dalam kapasitas fungsi-nya belum dapat menjadi tempat pelaksanaan peragaan busana

dengan maksimal. Kegiatan seminar dan kelas-kelas yang masih berpindah-pindah, serta pameran yang diadakan di aula mall yang juga masih belum bisa memenuhi kapasitas. Kegiatan-kegiatan fesyen yang terlaksana terpisah-pisah ini juga menyebabkan tidak maksimalnya informasi sampai ke masyarakat awam, sehingga perkembangan industri *fashion* di Semarang cukup tersendat. Masyarakat awam seringkali melewatkan kegiatan-kegiatan fesyen yang dimaksudkan untuk menjangkau audiens dari berbagai kalangan.

Pusat kegiatan fesyen menjadi penting dikarenakan kegiatan-kegiatan fesyen sering diadakan terpisah-pisah sehingga kurang terlaksana dan terintegrasi dengan baik. Kurangnya hubungan antara kegiatan satu dengan yang lain menyebabkan komunikasi yang buruk dan dapat mengganggu proses pengembangan industri fesyen itu sendiri.

1.2. Pernyataan Masalah

Dari tinjauan latar belakang tersebut, dapat di ambil beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengintegrasikan fasilitas-fasilitas bagi para pelaku fesyen di Semarang dalam satu bangunan?
2. Bagaimana merancang bangunan tempat informasi fesyen yang menarik bagi masyarakat awam?
3. Bagaimana mengakomodasi kegiatan peragaan busana dalam sebuah ruang khusus?

1.3. Tujuan

Perancangan Pusat Kegiatan Fesyen di ini diharapkan memenuhi harapan sebagai berikut :

1. Mengetahui cara mengintegrasikan fasilitas-fasilitas untuk para pelaku fesyen agar dapat mewadahi dan memfasilitasi para *fashion designer* di Semarang, utamanya yang sedang berkembang dalam satu bangunan.
2. Membentuk sebuah rancangan bangunan pusat kegiatan fesyen yang menarik dan mudah dijangkau oleh masyarakat awam.
3. Menyediakan fasilitas dan fitur ruang peragaan busana, agar kegiatan peragaan busana dan sejenisnya dapat berjalan dengan maksimal.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Akademis

Melalui Landasan Perancangan ini, diharapkan dapat menambah wawasan mengenai perancangan Pusat Kegiatan Fesyen dan menambah informasi tentang perancangan dan pemrograman tata ruang yang dapat menjadi acuan bagi proyek sejenis.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Dapat menjadi stimulus untuk semakin menumbuhkan dan mengembangkan sektor ekonomi kreatif sub-sektor fesyen atau mode.

b. Bagi Organisasi dan Komunitas

Memberi organisasi dan komunitas fesyen sebuah wadah yang menjadi naungan dan tempat berbagi dan berdiskusi tentang mode untuk semakin memajukan industri fesyen.

1.5. Orisinalitas

No.	Judul Proyek	Topik / Pendekatan yang diangkat	Nama Penulis, Institusi
1.	Pusat Mode di Bandung (Butik & Ruang Peragaan Busana)	<ul style="list-style-type: none"> • Arsitektur Kontemporer dengan tema desain Arsitektur Metafora sebagai representasi aliran <i>fashion</i> yang diwadahi Pusat Mode • Permasalahan lahan dan penataan yang mencakup hubungan dan aksesibilitas ruang menjadi fokus utama proyek 	Rainda Goesti Rizkita (2018) LTP PAA Unika Soegijapranata
2.	International Institute of <i>Fashion</i> Mode di Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> • Green Building Architecture dengan tema Arsitektur Futuristik • Berfokus ke mengekspresikan keunikhan <i>fashion</i> pada ruang khusus sebagai daya tarik bangunan 	Tifany Narita (2017) LTP PAA Unika Soegijapranata
3.	Pusat Kegiatan <i>Fashion</i> di Semarang	<ul style="list-style-type: none"> • Arsitektur Perilaku untuk mewadahi berbagai macam kegiatan fesyen yang memiliki karakteristiknya masing masing, sehingga kebutuhannya terpenuhi 	Novian Risaldi, Unika Soegijapranata

		<ul style="list-style-type: none"> • Permasalahan kebutuhan standar ruang peragaan busana agar memaksimalkan pelaksanaan peragaan busana. 	
--	--	--	--

Tabel 1. 1 Perbandingan Proyek Sejenis

Sumber : Analisis Pribadi

Letak orisinalitas atau keaslian karya penulisan ini terletak pada penyediaan jenis fasilitas dalam proyek yang direncanakan. Pusat Kegiatan Fesyen di Semarang berfokus menyediakan fasilitas bagi 3 macam atau jenis kegiatan yang berkaitan dengan fesyen yaitu kegiatan komunikasi yang merupakan kegiatan administratif organisasi fesyen, kegiatan komersial yang adalah kegiatan promosi dan pemasaran berkaitan dengan item fesyen dan kegiatan informasi yaitu kegiatan bertukar informasi yang merupakan pendidikan non-formal bermuatan fesyen. Kegiatan-kegiatan ini dilakukan dan diprakarsai baik itu oleh organisasi fesyen atau komunitas fesyen, sementara proyek Pusat Mode di Bandung hanya berfokus pada kegiatan komersial yaitu kegiatan jual-beli item fesyen dan peragaan busana (baik peragaan busana yang bersifat formal maupun informal), dan kegiatan informasi yaitu pendidikan non-formal berupa kursus. Sementara itu proyek International Institute of *Fashion Mode* di Kota Semarang hanya berfokus pada kegiatan informasi yang merupakan kegiatan pendidikan formal di bidang fesyen.