

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Gambaran Umum Proyek

2.1.1 Pengertian Sentra Fesyen Kreatif

- Pengertian Sentra/Pusat

Berikut yaitu pengertian sentra :

- Sentra adalah sebuah tempat atau ruang yang berada pada tengah sebagai titik pusat. (Kamus Besar Bahasa Indonesia)

- Pengertian Fesyen

Berikut adalah pengertian fesyen dari beberapa sumber :

- Fesyen adalah sebuah tanda yang akan menunjukkan jati diri, atau “siapa” dipengaruhi oleh salah satunya budaya yang diikuti oleh pemakainya (Roland Barthes dikutip dari IFS, Jakarta 2022).
- Fesyen merupakan simbol dari sebuah jiwa. Dapat diartikan pakaian adalah penentu status sosial seseorang atau sebagai identitas diri dari penggunaannya (Thomas Carlyle dikutip dari IFS, Jakarta 2022).
- Fesyen dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menjadi *trending* kemudian hal ini diikuti banyak orang. Dapat bersifat sesuatu yang baru, sementara dan tidak kekal karena berubah-ubah (Alex Thio dikutip dari IFS, Jakarta 2022).

- Pengertian Kreatif

Menurut beberapa ahli pengertian kreatif adalah sebagai berikut :

- Sebuah kemampuan pada seseorang dalam melihat sesuatu melalui sudut pandangnya kemudian mengubah konsep yang sudah tersedia menjadi hal yang baru lagi (James R.Evans dikutip dari Prawiro, M 2018).
- Kemampuan yang dipunyai oleh seseorang guna untuk menciptakan suatu kolaborasi yang baru dengan menggunakan unsur yang sudah tersedia (Utami Munandar dikutip dari Liputan 6, 2021).

2.1.1.1 Latar Belakang Fesyen di Indonesia

Sejarah Fashion di Indonesia menurut (Siregar, 2022):

- Abad ke-15 dan ke-16 Masehi

Kebaya berasal dari bahasa Arab “kaba” yang artinya “pakaian” yang diperkenalkan oleh bangsa Portugis. Kebaya diartikan sebagai jenis pakaian (atasan/*blouse*) yang pertama kali dipakai oleh wanita Indonesia terutama perempuan Jawa pada abad ke-15 atau ke-16 Masehi. Kebaya biasanya digunakan bersama dengan kain atau batik, namun kebaya menjadi populer dikalangan wanita Belanda pada zaman penjajahan Belanda. Kebaya juga menjadi simbol *feminisme* yang dikaitkan dengan perjuangan para perempuan tanah air terutama oleh tokoh R.A Kartini.

- Abad ke-17

Batik yang dikenal pada abad ke-17 yang dilukis pada daun lontar yang didominasi oleh motif bentuk tanaman dan bintang. Sejarah perkembangan batik di Indonesia dari motif seperti daun dan binatang beralih menjadi motif abstrak seperti awan, relief candi, wayang dan lainnya. Penggabungan corak lukisan dengan seni dekorasi pakaian, muncul seni batik tulis yang terkenal sampangan.

- Abad ke-18

Pada abad ke-18, terdapat dua jenis kebaya yang banyak dipakai oleh masyarakat, yaitu “kebaya Encim” yang banyak dipakai oleh perempuan keturunan Cina di Indonesia dan “kebaya Putu Baru” yaitu busana kebaya dengan bergaya tunik pendek berwarna-warni.

- Tahun 1950-an

Awal perkembangan sejarah Fashion di Indonesia dimulai tahun 1950-an dengan gaya busana klasik yang elegan atau disebut juga “*New Look*”. Desain “*New Look*” yang terbalik dari sikap ekonomis atau hemat, karena dalam memproduksi satu baju membutuhkan bahan lebih dari 23 meter.

- Tahun 1960-an

Pada tahun 1960 perkembangan fashion di Indonesia telah menunjukkan potensi yang luar biasa sejak munculnya seorang designer Non Kawilarang dan Peter Sie. Awal perkembangan fashion Indonesia cenderung meniru gaya barat baik dalam segi desain dan bahan. Mode di tahun 60-an gaya

lebih bervariasi, berwarna dan gaya busana elegan dan *chic* ala Jackie O. Akhir tahun 1960-an gaya serba mini berkolaborasi dengan motif yang berani, kemudian Indonesia dikenal sebagai *A Go-go-Look*.

- Tahun 1970-an

Tahun 1970 merupakan awal kemunculan desainer seperti Irwan Tirta, Poppy Dharsono, Harry Dharsono, Prajudi dan Ramli yang telah memberikan sinyal dalam dunia fashion Indonesia kepada Internasional melalui rancangan mereka pada parade fashion. Terbitnya majalah “Femina” tahun 1972, banyak memberikan perhatian serius dalam dunia fashion. Pia Alisjahbana merupakan wanita yang berpengaruh dalam mengelola majalah tersebut dan menggagas Lomba Fashion Desainer pertama tahun 1979. Acara ini menjadi peristiwa yang sangat penting dan berhasil melahirkan banyak desainer muda baru berbakat seperti Chossy Latu, Edward Hutabarat, Samuel Watimena. Sehingga menambah daftar desainer yang sudah ada seperti Biyan, Ghea Panggabean, Adrianto Halim, dan lain-lain. Nama mereka menjadi titik sejarah pengembangan industri fashion di Indonesia dan sangat didukung oleh Pemerintah Indonesia.

- Tahun 1980-an

Tahun 1980-an adalah era “*powerful women*” dengan bermunculan busana siluet besar, seperti padding yang menonjol di bagian bahu. Siluet busana yang besar dan cenderung tidak terdapat aksesoris yang berukuran besar seperti kancing dan warna yang kontras.

- Tahun 1990-an

Pada tahun 1990-an semakin banyak perancang busana yang berbakat yang hadir dengan keunikan dan karakternya masing-masing. Tahun 1990-an sejalan dengan isu globalisasi dan perkembangan teknologi media modern seperti internet mempermudah para desainer untuk mengakses berita perkembangan fashion dan trend yang mengadopsi gaya barat yang glamor. Misalnya, desainer Sebastian Gunawan memperkenalkan gaun pesta dengan manik dan kristal yang menginspirasi desainer lain seperti Biyan, Adjie Notonegoro, Eddy Betty.

- Tahun 2000-an

Tahun 2000-an perkembangan fashion di Indonesia diperkaya dengan desainer-desainer berbakat di Indonesia seperti Adrian Gan, Obin, Sally Koeswanto, Tri Handoko dan Irsan. Sedangkan Edward Hutabarat dan Anne Avantie membuat desain mereka dengan menggunakan kostum tradisional Kebaya dengan sentuhan modern yang akhirnya menjadikan busana Indonesia lahir kembali dan disenangi oleh anak muda.

2.1.1.2 Jenis Fesyen Khas Kota Yogyakarta (Buatan Tangan)

Berdasarkan data UMKM (dalam Katalog Pelaku Ekonomi Kreatif Kota Yogyakarta) terdapat jenis fesyen didapatkan sebagai berikut :

- Batik

Motif batik adalah corak atau pola yang menjadi kerangka gambar pada batik berupa perpaduan antara garis, bentuk dan isen menjadi satu kesatuan yang mewujudkan batik secara keseluruhan.

- Jumputan

Jumputan adalah jenis kain yang dikerjakan dengan teknik ikat celup untuk menciptakan gradasi warna yang menarik. Tidak ditulis dengan malam seperti kain batik pada umumnya, kain akan diikat lalu dicelupkan ke dalam warna.

- Ecoprint

Ecoprint adalah sebagai teknik mencetak pada kain dengan menggunakan pewarna alami dan membuat motif dari daun secara manual dengan cara ditempel sampai timbul motif pada kain.

- Shibori

Kata shibori berasal dari 'shiboru', berasal Jepang yakni merupakan teknik pewarnaan kain yang mengandalkan ikatan dan celupan.

- *Tiedye*

Tie dye berasal dari bahasa Inggris, *tie* yang artinya mengikat dan *dye* artinya pewarna. Sesuai dengan arti harafiah tersebut *tie dye* dilakukan dengan teknik membuat ikatan-ikatan pada kain menggunakan tali atau karet sebelum kain dibubuhi zat pewarna. Bagian kain yang tertutup tali

atau karet tidak akan terkena pewarna sehingga menghasilkan aneka motif istimewa.

- Batik cap

Batik cap adalah macam batik yang dibuat dengan menggunakan cap atau semacam stempel motif batik yang terbuat dari tembaga. Cap digunakan untuk menggantikan fungsi canting.

- Batik tulis adalah macam batik yang dibuat secara manual menggunakan tangan dengan alat bantu canting untuk menerakan malam pada corak batik. Pembuatan batik tulis membutuhkan kesabaran dan ketelatenan yang tinggi karena setiap titik dalam motif berpengaruh pada hasil akhirnya. Jenis batik ini dipakai raja, pembesar keraton, dan bangsawan sebagai simbol kemewahan.

- Batik lukis adalah macam batik yang dibuat dengan melukiskan motif menggunakan malam pada kain putih. Pembuatan motif batik lukis tidak terpaku pada pakem motif batik yang ada. Kerajinan Kulit (tas, dompet, ikat pinggang, dll)

- Kerajinan kulit

Kerajinan kulit adalah salah satu jenis kerajinan yang dibuat dengan bahan dasar kulit. Beberapa kulit hewan yang kerap digunakan untuk pembuatan kerajinan kulit adalah seperti kulit ular, sapi, biawak, buaya, kambing, kerbau dan lain sebagainya.

- Rajut

Merajut adalah metode di mana benang dimanipulasi untuk membuat tekstil atau kain untuk digunakan dalam banyak jenis pakaian. Merajut menciptakan beberapa putaran benang, yang disebut jahitan, dalam garis atau tabung. Merajut memiliki beberapa jahitan aktif pada jarum pada satu waktu

- Perca

Kain perca adalah kain yang terbuat dari potongan kain besar. Kain perca dibuat dari hasil sisa potongan kain besar. Bahan kain perca dapat dibuat dari apa saja, tergantung pada kain besar dari mana ia dibuat.

- Aksesoris manik-manik

Manik-manik adalah objek dekorasi kecil yang memiliki berbagai macam ukuran dan bentuk dan terbuat dari bahan-bahan seperti batu, tulang, cangkang, kaca, plastik, kayu, atau mutiara dengan lubang kecil untuk memasang benang atau untuk dirangkai. Diameter manik-manik berkisar antara kurang dari 1 milimeter (0,039 in) sampai lebih dari 1 sentimeter (0,39 in).

2.1.1.3 Jenis Aksesoris Fesyen

Menurut Katalog Pelaku Ekonomi Kreatif Yogyakarta terdapat beberapa jenis aksesoris fesyen yaitu :

- Perhiasan
Ada beberapa berbagai jenis perhiasan seperti : giwang, kalung, gelang, bros. Bahan yang digunakan untuk membuat bisa dari silver, manik-manik ataupun resin.
- Selendang
Kain yang biasanya digunakan pada bagian bahu dan disampirkan dengan bentuk motif atau hanya polos
- Tas
Tempat untuk menaruh barang-barang yang dibawa, bisa berukuran kecil maupun besar. Dapat terbuat dari kerajinan kulit atau anyaman
- Topi
Digunakan pada bagian kepala, memiliki berbagai macam bentuk serta motif tergantung pada budaya daerah masing-masing.
- Jaket
Busana yang digunakan pada badan dapat berfungsi sebagai aksoris ataupun untuk menghangatkan badan. Bahan yang digunakan untuk membuatnya yaitu kulit, kain batik, kain tenun dll.
- Ikat pinggang
Kerajinan dari kulit biasanya menjadi bahan utama dalam pembuatan ikat pinggang.

2.1.2 Gambaran Umum Fungsi Bangunan

2.1.2.1 Ekonomi Kreatif

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia Ekonomi kreatif adalah industri yang berasal dari penggunaan kreativitas, keterampilan, serta bakat manusia guna mewujudkan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Restu, 2021).

Ciri-ciri ekonomi kreatif yaitu sebagai berikut :

- a. Memiliki sifat terbuka dan tidak terbatas dalam kegiatan usahanya
- b. Produk yang dihasilkan memiliki nilai kreatif
- c. Berbagai pihak terdapat kerjasama
- d. Dalam sektor usahanya memiliki kreasi intelektual
- e. Pelaku ekonomi memberikan ide dan gagasan sebagai ide utama
- f. Bersifat relatif dan mudah tergantikan dalam konsep

Faktor pendorong ekonomi kreatif :

- a. Sektor ekonomi yang memiliki kreativitas
- b. Kemajuan teknologi
- c. Ketenagakerjaan
- d. Akses komunikasi yang mudah
- e. *Platform* media sosial

2.1.2.2 Kriteria Sentra UKM

Berdasarkan (Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI 2005) didapatkan kriteria sebagai berikut :

- a) Memiliki prospek pasar yang baik
- b) Terdapat fasilitas yang mendukung
- c) Dalam meningkatkan mutu produk teknologi yang digunakan tepat
- d) Tersedia paling sedikit 20 orang UKM yang kapasitas produksinya memenuhi kawasan sentra
- e) Omzet yang didapatkan paling sedikit mencapai Rp.200.000.000/bulan
- f) Mendapatkan tenaga kerja paling sedikit sebanyak 40 orang dalm kawasan sentra

- g) Memiliki jaringan kemitraan/relasi dalam pengadaan bahan baku ataupun pemasaran
- h) Menggunakan bahan dalam negeri (lokal)

2.1.3 Sentra Fesyen Kreatif

Berbagai macam produk yang berasal dari hasil UMKM dan desainer Kota Yogyakarta dan memiliki ciri khasnya masing-masing. Perbedaan variasi di antara produknya dapat terlihat dari bahan, model, maupun temanya dengan kualitas yang premium. Sebagai bentuk dukungan untuk para desainer dan UMKM fesyen Kota Yogyakarta pendirian Sentra Fesyen Kreatif ini menjadi salah satu fasilitas fisik yang dapat mengembangkan potensi-potensi kegiatan tersebut. Berdasarkan studi literatur tentang pengertian sentra fesyen di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian mengenai Sentra Fesyen Kreatif yaitu sebuah pusat fesyen khas Kota Yogyakarta yang berfokus pada produk dari hasil buatan tangan dengan tiga fungsi utama di dalamnya. Tiga fungsi tersebut yaitu pendidikan, komersial dan rekreasi. Kegiatan pelatihan dengan tujuan menghasilkan produk-produk terbaru yang memiliki kualitas premium dengan proses berinovasi adalah fungsi pendidikan. Toko dan kios sebagai fasilitas dengan fungsi komersial untuk memamerkan serta memasarkan hasil rancangan dari para desainer dan UMKM. Dan galeri/ruang pameran, *workshop* dan arena peragaan busana menjadi fungsi rekreasi bagi masyarakat Kota Yogyakarta. Terdapat berbagai fasilitas penunjang yaitu pujasera untuk para pengguna. Ruangan terbuka seperti lanskap, taman menjadi penghubung antara bangunan yang satu dengan yang lain.

2.1.4 Kegiatan di Sentra Fesyen Kreatif

2.1.4.1 Kegiatan produksi dan desain

Kegiatan desainer merancang sebuah pakaian. Terdapat beberapa kegiatan yaitu :

- Merancang desain yang akan dibuat
- Membuat sebuah pola
- Mengolah bahan tekstil yang diinginkan sebagai bahan
- Menjahit kain hasil rancangan dari desainer
- Mengkonsultasikan mode fesyen kepada desainer

2.1.4.2 Kegiatan pelatihan desain

Terdapat kegiatan pelatihan desain untuk para masyarakat. Kegiatannya yaitu :

- Mempelajari teknik dasar serta lanjutan dalam merancang pakaian
- Mendesain menggunakan teknologi terbaru dalam fesyen
- Mempelajari bagaimana memproduksi output fesyen yang berkualitas
- Memperlajari bagaimana memberikan *branding* sebuah produk

2.1.4.3 Kegiatan pelatihan fotografi

Fotografi menjadi hal penting yang juga diperlukan dalam era digital ini.

Maka Sentra Fesyen Kreatif memberikan pelatihan kepada masyarakat yang membutuhkan guna dapat memenuhi kebutuhan pasar.

2.1.4.4 Kegiatan *fashion show*

Sebuah acara yang diperuntukkan memperlihatkan hasil karya rancangan dari para desainer. Kegiatan yang ada didalamnya yaitu :

- Mempersiapkan *model* untuk memamerkan rancangan
- Mempersiapkan baju yang sudah dirancang dan akan diperagakan
- Memberikan riasan kepada *model*
- Memperagakan busana kepada para pengunjung yang datang

2.1.4.5 Kegiatan promosi

Dalam rangka memperkenalkan dan memasarkan produk fesyen hal ini menjadi tujuan untuk menyediakan fasilitas yang dibutuhkan. Karena promosi adalah kegiatan untuk meningkatkan, memperkenalkan dan juga meningkatkan minat konsumen terhadap produk/barang yang ditawarkan. Nantinya terdapat 2 macam yaitu : promosi aktif dan juga promosi pasif.

2.1.4.6 Kegiatan komersial

Kegiatan komersial yaitu sebuah kegiatan yang memperjual-belikan hasil rancangan dari para desainer dan umkm yang telah dibuat dalam bentuk sebuah pameran ataupun toko.

2.1.4.7 Kegiatan pelayanan

Kegiatan pelayanan yang dimaksud adalah seperti penyediaan fasilitas pujasera sebagai tempat untuk makan serta beristirahat para pengunjung dan pelaku fashion yang berada disana.

2.1.5 Jenis-jenis ruang di Sentra Fesyen Kreatif

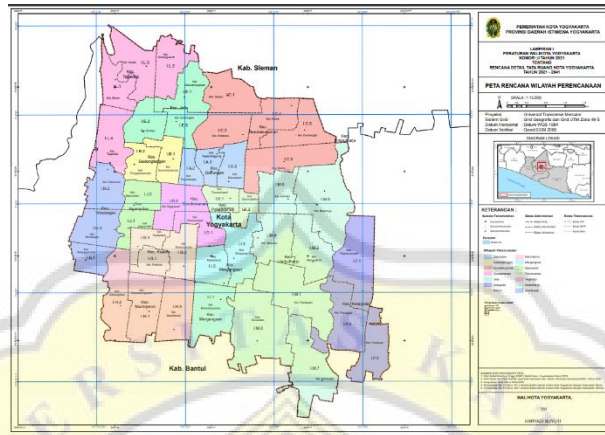
Beberapa macam fasilitas ruang yang didasarkan pada fungsi kegiatan yaitu :

- a. Fasilitas pengelola
 - Ruang kepala dan wakil direktur
 - Ruang manager operasional
 - Ruang karyawan
 - Ruang rapat
 - Ruang loker karyawan
- b. Fasilitas utama
 - Ruang pameran
 - Ruang komersil (toko dan kios)
 - Ruang pendidikan
- c. Fasilitas pendukung
 - Ruang peragaan busana
 - Ruang kolaborasi/workshop
- d. Fasilitas penunjang
 - Ruang informasi
 - Pujasera
- e. Fasilitas pelayanan
 - Ruang janitor
 - Ruang *MEP*
 - Ruang genset
 - Ruang keamanan (*CCTV*)
 - Mushola
 - Ruang wudhu
- f. Fasilitas pelayanan
 - Area parkir pengunjung
 - Area parkir pengelola dan karyawan
 - Area parkir bus pariwisata
 - Area *drop-off* dan *drop-point*

2.2 Gambaran Umum Lokasi

2.2.1 Pemilihan Lokasi Tapak

Pemilihan tapak berlokasi pada Kota Yogyakarta dengan letak $110^{\circ} 24' 19''$ sampai $110^{\circ} 28' 53''$ Bujur Timur dan $7^{\circ} 15' 24''$ sampai $7^{\circ} 49' 26''$ Lintang Selatan.



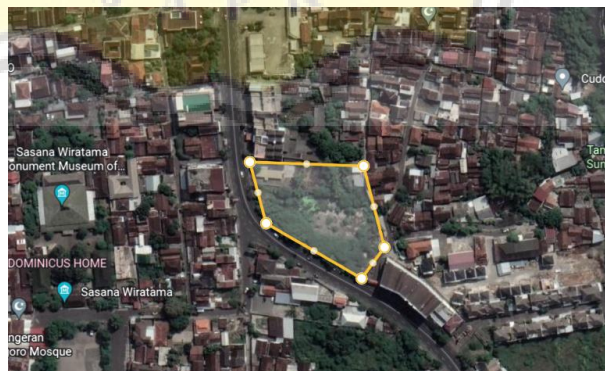
Gambar 2.3 Peta Rencana Wilayah Perencanaan Kota Yogyakarta

Sumber : Peraturan walikota yogyakarta nomor 118 tahun 2021 tentang rencana detail tata ruang kota yogyakarta tahun 2021 – 2041

Lokasi yang akan dijadikan Sentra Fesyen Kreatif ini membutuhkan beberapa kondisi yaitu seperti :

- Lokasi mudah dijangkau dan aksesibilitas mudah
- Berada pada kawasan perdagangan dan jasa atau kawasan pariwisata
- Memiliki lingkungan yang mendukung adanya fasilitas tersebut

2.2.2 Gambaran Lokasi Tapak



Gambar 2.4 Lokasi Tapak

Sumber : *Google Maps*

Lokasi tapak terdapat di jalan arteri sekunder yaitu JL. HOS Cokroaminoto, Tegalrejo, Yogyakarta, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55253. Merupakan jalur bercitra pariwisata di kota tersebut dan pertumbuhan ekonomi dalam bidang perdagangan dan jasa serta masuk ke dalam zona industri. Tapak ini berada di BWP L Blok L.4 Tegalrejo. (Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 1 Tahun 2015 Tentang Rencana Detail Tata Ruang dan Peraturan Zonasi Kota Yogyakarta Tahun 2015-2035 dan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 2 Tahun 2010 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Yogyakarta)

Luas Tapak : 5.200 m²

Perbatasan :

- Utara : PT. Suzuki finance Yogyakarta
- Selatan : Jalan Hos Cokrokroaminoto
- Timur : Gang Garuda
- Barat : Jalan Hos Cokrokroaminoto

Kriteria Penilaian :

- Lokasi berada di tengah masyarakat 5
- Memiliki akses ke jalan utama 5
- Adanya utilitas disekitar tapak 5
- Tapak relatif datar 4

Potensi :

- Memiliki kontur tapak yang landai
- Berada ditengah kota
- Akses menuju ke tapak mudah
- Transportasi umum melewati lokasi ini
- Dapat memiliki 2 wajah bangunan

Kendala :

- Berada ditengah kota memiliki tingkat kebisingan yang tinggi
- Jalan pada depan tapak merupakan jalan utama pada kota tersebut
- Dapat menyebabkan kemacetan

Berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 118 tahun 2021 tentang Rencana Detail Tata Ruang Kota Yogyakarta Tahun 2021-2041 persyaratan yang didapatkan sebagai berikut :

- KDB : 80% maksimal
- KLB : 5,6 maksimal
- KDH : 5% minimal
- Ketinggian bangunan maksimal 32m

2.2.3 Karakteristik Bangunan

Lokasi tapak berada di kawasan pariwisata yaitu Jalan Hos Cokroaminoto dan juga berada dekat dengan Museum Sasana Wiratama. Bangunan yang ada di sekitar tapak di dominasi dengan ruko dan permukiman warga.

2.2.4 Karakteristik Jalan dan Transportasi

Jalan yang ada pada lokasi depan tapak bermaterial aspal. Jalan Hos Cokroaminoto memiliki lebar jalan 12 meter yang dapat dilalui oleh 2 arah kendaraan. Intensitas kendaraan yang ada di Jalan Hos Cokroaminoto berdasarkan pengamatan pada jam sibuk terpantau ramai lancar, yang di dominasi oleh kendaraan mobil, motor, bus dan angkutan umum.

2.2.5 Karakteristik Iklim

Karakteristik iklim yang ada pada sekitar tapak adalah iklim tropis, dengan suhu tertinggi 31 derajat celcius pada siang hari dan suhu terendah 23 derajat celcius pada malam hari. Karakteristik angin yang ada pada tapak berhembus sebesar 13 km/ jam pada siang hari dengan arah angin yang berhembus dari tenggara menuju barat laut. Besar kelembapan lokasi tapak sebesar 72%.

2.2.6 Karakteristik Lansekap

Lokasi tapak yang berada di Jalan Hos Cokroaminoto termasuk ke dalam kawasan Kecamatan Tegalrejo. Kecamatan Tegalrejo termasuk kawasan dataran rendah yang ada di Kota Yogyakarta.

2.2.7 Karakteristik Sarana, Prasarana dan Utilitas

Karakteristik fasilitas umum yang ada pada tapak tergolong cukup lengkap. Seperti adanya fasilitas rumah makan, swalayan, café, sekolah dan bank Prasarana yang ada pada tapak sudah tersedia dengan baik. Jaringan air bersih PDAM, jaringan listrik PLN, internet, telepon sudah memadahi Jaringan utilitas pembuangan air kota yang ada pada tapak juga sudah tersedia dengan baik, dengan utilitas yang berada di depan tapak dengan kondisi yang berada di bawah tanah dan tertutup dengan rapi

2.2.8 Kondisi Kebencanaan

Kawasan lokasi tapak menjadi tempat evakuasi sementara serta zona perlindungan setempat untuk masyarakat jika sewaktu-waktu terjadi bencana alam pada kota Yogyakarta.

