

BAB II

TINJAUAN PROYEK SECARA UMUM

2.1 Tinjauan Umum Batik

2.1.1 Pengertian Umum

Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni yang tinggi dan menjadi bagian dari budaya di Indonesia terlebih di Jawa yang sudah ada sejak lama (Lestari, 2012).¹¹

2.1.2 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia

Batik adalah Kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu; kain batik; Batik cap batik yang dibuat dengan alat cap; Batik Pekalongan (kain) batik yang digunakan dengan gaya Pekalongan; Batik Sala (kain batik yang dibuat dengan corak dan gaya Sala; Batik tulis batik yang dibuat dengan tangan (bukan dengan cap); Batik Yogyakarta.

2.1.3 Sejarah Batik

Batik memiliki sejarah yang panjang dikarenakan batik sudah ada jauh sebelum Indonesia merdeka. Kain dengan teknik pewarnaan yang unik dengan teknik tutup celup sebenarnya bukan teknik asli dari Indonesia. Teknik pewarnaan tutup celup sendiri tersebar dari Mesir sampai kawasan Timur Tengah lainnya. Teknik celup seperti batik juga dapat ditemukan di India, Turki, Jepang, Cina, dan Afrika. Tetapi hanya ada satu negara yang mengembangkan teknik dan motif pewarnaan batik secara kompleks yaitu Indonesia yang terutama di Jawa. Jika ditelisik lebih jauh mengenai asal – muasal batik, hal ini menjadi sebuah topik yang rumit. G.P. Rouffaer merupakan seorang ilmuwan dari Belanda yang meneliti tentang batik mengatakan, teknik yang digunakan dalam

¹¹ Suerna Dwi Lestari, 2012, Mengenal Aneka Batik, Balai Pustaka, Yogyakarta hlm 3

batik dibawa pertama kali dari daerah India bagian Selatan. J.L.A. Brandes memiliki pendapat yang berbeda mengenai hal ini, ia mengatakan bahwa 10 unsur kebudayaan asli yang telah dimiliki Nusantara antara lain puisi, gamelan, wayang, pengecoran logam mata uang, ilmu falak, budidaya padi, irigasi, pelayaran, pemerintahan, serta batik dimana kebudayaan ini jauh sebelum masuknya pengaruh India ke Nusantara.

Pada Tahun 1912 sebuah tinjauan sejarah yang diterbitkan oleh Bataviaasche Geneootchap Van Kunsten Wetwenschappen dan sebuah kitab bernama kitab Centini menyebutkan bahwa pada zaman Pakubuwono ke V, sudah terdapat istilah mengenai batik dan pada waktu itu pula sudah terdapat motif – motif batik halus seperti kawung, parang rusak, gringsing, dan masih banyak lagi. Dalam kitab ini pula, teknik dan alat untuk membuat batik seperti canting dan nitik atau nyerat yang merupakan teknik menghias kain menggunakan malam. Munculnya istilah mbatik dari Jarwo Dosok yang berarti “ngembat” dan “titik” yang berarti membuat titik sudah ada semenjak masa keraton Kartasura pindah ke Surakarta. Adanya temuan tersebut maka tidak heran jika batik tersebar ke seluruh wilayah yang ada di Jawa Khususnya di Jawa Tengah dimana seiring bertambahnya waktu setiap daerah memiliki motif batik yang berbeda – beda dan teknik pembuatan batik yang beragam. Kerajaan Mataram Islam yang merupakan salah satu kerajaan terbesar di Jawa pada masa itu turut mewarnai sejarah motif – motif batik yang ada di nusantara. Terpecahnya kerajaan Mataram Islam pada perjanjian Giyanti pada tahun 13 Februari 1755 menjadi Kasunanan Surakarta dan Kesultanan Yogyakarta merupakan salah satu munculnya sebuah kebudayaan baru dan tatanan kehidupan baru yang juga ikut mempengaruhi perkembangan batik.¹²

¹² <http://duniabaca.com/asal-usul-sejarah-batik-nusantara.html> diakses 2 April 2017

2.1.4 Tata Cara Pembuatan Batik

a. Alat dan Bahan

Berikut adalah alat dan bahan untuk membuat batik, antara lain:¹³

1. Kain Mori

Bahan utama dalam pembuatan batik tulis, berasal dari bahan dasar kapas yang mengalami proses pemutihan dan terdapat klasifikasi khusus.

2. Malam atau Lilin

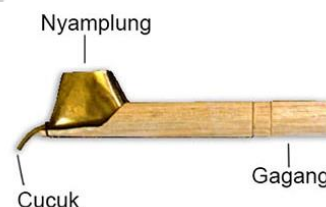
Berfungsi untuk menahan warna yang telah diberikan pada batik agar pola yang dihasilkan dapat muncul.

3. Zat Pewarna

Berfungsi untuk mewarnai kain batik yang telah dipola. Terdapat dua jenis zat pewarna, antara lain: zat pewarna alami dan zat pewarna sintetis atau buatan. Zat pewarna alami biasanya terbuat dari tumbuh – tumbuhan yang dilakukan berbagai macam proses tertentu sehingga memunculkan warna yang digunakan dalam mewarnai kain batik. Umumnya pelaku industri menggunakan pewarna sintetis karena lebih praktis dan memiliki pilihan warna yang beragam dibanding pewarna alami.

4. Canting

Gambar 2.1 Istilah – Istilah pada Canting



¹³ <http://kesolo.com/alat-dan-bahan-untuk-membuat-batik-tulis/> diakses 2 April 2017

Sumber: <http://kesolo.com/macam-macam-canting-untuk-membatik/> diunduh 2 April 2017

Berfungsi untuk melukis motif batik, cara kerja canting mirip dengan bolpoin. Yang membedakan adalah tinta dari canting adalah malam atau lilin. Canting memiliki fungsi yang berbeda – beda tergantung dari motif batik yang akan dihasilkan.

5. Wajan dan Kompor Kecil

Wajan berfungsi sebagai tempat untuk memanaskan lilin yang kemudian diletakkan diatas kompor kecil agar lilin yang digunakan tidak cepat mengeras. Kompor kecil berfungsi sebagai media penghasil panas yang berguna untuk menjaga lilin agar tetap cair.

6. Gawangan

Gambar 2.2 Gawangan



Sumber: <http://lospasosquenodoy.blogspot.co.id/> diunduh 2 April 2017

Berfungsi sebagai alat untuk menyangga kain batik saat proses pelukisan menggunakan canting. Pada umumnya gawangan terbuat dari bahan dasar bambu atau kayu.

7. Dingklik

Adalah kursi kecil yang terbuat dari kayu atau plastik yang berfungsi sebagai tempat duduk

pengrajin. Penggunaan dingklik digunakan karena proses melukis batik dilakukan dengan cara duduk di bawah.

8. Bandul

Berfungsi sebagai pemberat untuk menahan kain batik agar tidak bergeser saat sedang dalam proses pelukisan.

9. Taplak

Merupakan selembar kain yang berfungsi sebagai alas pada saat proses membatik yang ditempatkan pada paha dan kain batik agar menjaga pembatik tetap bersih.

10. Meja kayu

Berfungsi untuk meratakan permukaan kain sebelum proses membatik dan digunakan untuk alas dalam proses menjiplak motif batik pada kain.

b. Proses Pembuatan Batik

Batik merupakan kain yang pembuatannya membutuhkan berbagai macam proses yang membuat harga batik terbilang tinggi. Berikut adalah tahapan – tahapan dalam proses pembuatan batik, antara lain:¹⁴

1. Ngemplong

Merupakan tahapan paling awal dalam pembuatan batik yang diawali dengan mencuci kain mori. Tujuan dari proses pencucian kain mori adalah menghilangkan kanji yang menempel pada kain mori. Proses selanjutnya adalah pengeloyoran, yaitu kain mori dimasukkan ke dalam minyak jarak yang berfungsi untuk melemaskan kain agar daya serap terhadap zat warna menjadi lebih tinggi.

¹⁴ <http://www.rumahbatik.com/artikel/130-proses-pembuatan-batik.html> diakses 2 April 2017

2. Nyorek atau Memola

Gambar 2.3 Proses Nyorek dalam Membatik



Sumber: <http://batik-komar.com/about-batik/kamus-dan-istilah-2/> diunduh 2 April 2017

Proses pembuatan pola pada kain mori yang dilakukan dengan cara meniru pola motif batik yang sudah ada.

3. Mbathik

Proses menorehkan lilin atau malam pada kain mori yang dimulai dari nglowor atau menggambar garis – garis diluar pola dan isen – isen atau mengisi pola dengan berbagai macam bentuk. Adapun istilah nruntum dimana proses yang hampir sama dengan isen – isen namun memiliki proses yang lebih rumit.

4. Nembok

Proses penutupan bagian – bagian yang tidak boleh terkena warna dasar, warna biru dengan penggunaan lilin dimana bagian tersebut ditutup dengan lapisan lilin atau malam untuk menahan zat warna masuk kedalam kain.

5. Medel

Proses pencelupan kain yang sudah dibatik ke dalam cairan warna. Proses pencelupan dilakukan secara

berulang – ulang dan disesuaikan dengan hasil warna yang diinginkan.

6. Ngerok dan Mbirah

Proses pengerokan malam pada kain mori yang dilakukan secara berhati – hati menggunakan lempeng logam yang kemudian dibilas dengan air bersih.

7. Mbironi

Gambar 2.4 Proses Mbironi dalam Membatik



Sumber: <http://batik-komar.com/about-batik/kamus-dan-istilah-2/> diunduh 2 April 2017

Proses menutup warna biru dan isen – isen pola yang berupa titik menggunakan malam. Terdapat pula proses ngrining, adalah proses pengisian bagian yang belum diwarnai dengan motif tertentu.

8. Menyoga

Berasal dari kata soga yang berarti sejenis kayu yang digunakan untuk mendapatkan warna coklat dengan cara campuran warna coklat tersebut dicelupkan kain.

9. Nglorod

Gambar 2.5 Proses Nglorod dalam Membatik



Sumber: <http://batik-komar.com/about-batik/kamus-dan-istilah-2/> diunduh 2 April 2017

Tahapan akhir dari proses pembuatan kain batik tulis maupun batik cap dimana pembatik melepaskan seluruh lapisan malam dengan memasukkan kain yang memiliki cukup warna tua ke dalam air mendidih, setelah proses nglorod kain batik kemudian dibilas menggunakan air bersih dan diangin – angin hingga kering.

2.2 Tinjauan Fashion Center

2.2.1 Tinjauan Fashion

a. Pengertian Umum

Fashion atau mode jika diartikan dalam bahasa Indonesia berarti sebuah gaya dalam berbusana yang dikenakan sehari – hari oleh seseorang, baik untuk kegiatan sehari – hari atau pada saat acara tertentu. *Fashion* yang dikenakan seseorang bertujuan untuk menunjang penampilan si pemakai. Dalam artian lain, *fashion* merupakan gaya dalam berbusana yang populer dalam suatu waktu atau dalam suatu budaya.

b. Menurut Kamus Oxford

Fashion berarti sebuah gaya atau kepopuleran terbaru dari pakaian, rambut, dekorasi atau perilaku. Dalam arti lain *fashion* berarti sebuah cara dalam melakukan sesuatu.

c. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia

Kata *fashion* sebenarnya belum memiliki kata serapan dalam bahasa Indonesia, namun jika diartikan ke dalam bahasa Indonesia maka *fashion* berarti mode. Mode berarti ragam atau cara atau bentuk yang terbaru pada suatu waktu tertentu yang bisa mengenai pakaian, potongan rambut, corak hiasan dan lain sebagainya.

d. Sejarah *Fashion*

Industri *fashion* dimulai ketika Issac Singer menciptakan mesin jahit pertama di dunia pada tahun 1850. Lahirnya mesin jahit dan para penjahit handal membuat industri *fashion* semakin meningkat. Charles Frederick Worth merupakan seorang penjahit terkenal yang popularitasnya mencuat berkat adanya mesin jahit. Pada mulanya pakaian hanya dibuat oleh masing – masing individu dimana pakaian dibuat berdasarkan kemampuan yang dimiliki. Baik atau buruknya hasil buatan tergantung tangan terampil yang dimiliki tiap individu dalam membuat pakaian. Pakaian juga dibuat sesuai dengan musim yang ada di sebuah negara, lingkungan dimana ia tinggal dan naungan sebuah komunitas. Pakaian nasional juga muncul akibat kesamaan unsur – unsur desain dalam pakaian yang sesuai dengan suatu wilayah tertentu.

Seiring berjalannya waktu pada industri *fashion*, muncullah perdagangan pakaian yang tersebar ke penjuru dunia. Dalam hal ini para bangsawan memiliki andil besar untuk memesan pakaian dengan kualitas dan material terbaik. Pakaian menjadi sebuah

penunjuk status sosial dan kekayaan seseorang pada waktu itu. Para bangsawan menjadi peminat setia dalam industri *fashion*, seperti Ratu Elisabeth I yang diketahui memiliki lebih dari 1.000 gaun. Dunia industri *fashion* mulai mencapai masa keemasan saat Paris Perancis ditetapkan sebagai pusat mode di Eropa pada akhir abad ke-17 oleh Louis XIV atau lebih dikenal sebagai *The Sun King*. Hingga saat ini pun Paris masih menjadi pusat mode Eropa bahkan dunia dimana butik – butik dari perancang dunia bertengger.

e. Penyelenggaraan Acara *Fashion*

Publikasi merupakan bagian penting dari kemajuan industri *fashion*. Melalui publikasi para desainer memperlihatkan dan mengenalkan hasil rancangannya kepada khalayak umum. Publikasi pada bidang *fashion* biasanya dilakukan pada media cetak seperti majalah – majalah bertema *fashion* maupun acara pagelaran busana yang ditayangkan di televisi.

1. Peragaan Busana

Gambar 2.6 Peragaan Busana Brand Versace pada Tahun 2017



Sumber: <http://www.versace.com/us/en-us/women/features/fashion-show-spring-summer/> diunduh 3 April 2017

Peragaan busana adalah sebuah acara yang bertujuan untuk mempromosikan dan memamerkan karya dari para pencipta mode. Konsep seperti berada di dalam theater pernah menjadi tren tema peragaan busana di Amerika Serikat pada tahun 1920. Seiring berjalannya waktu para perancang memamerkan karyanya pada butik milik

mereka sendiri yang bertujuan agar penyelenggaraan peragaan busana dapat dinikmati dengan lebih privat. Awal tahun 1990, pecinta fashion di Amerika Serikat semakin banyak dan membuat dikeluarkannya kebijakan baru mengenai penyelenggaraan peragaan busana dilakukan di tempat yang lebih aman dan nyaman.

2. *Fashion Week*

Gambar 2.7 Jogja Fashion Week Tahun 2015



Sumber: <http://www.yogya-backpacker.com/jogja-fashion-show-carriage-festival-30-august-2015/> diunduh 3 April 2017

Fashion week adalah sebuah acara mode yang berguna untuk mempromosikan hasil karya perancang dalam rentan waktu satu minggu penuh. Pelaku mode menggunakan *fashion week* untuk berpromosi secara besar – besaran agar hasil rancangannya bisa dinikmati banyak orang. Penyelenggaraan *fashion week* dilakukan di tempat – tempat yang berpotensi untuk menarik calon pembeli. *Fashion week* merupakan sarana publikasi efektif karena mampu mempromosikan fashion. Fashion week biasanya digelar satu tahun sekali, dimana Paris, Los Angeles, Milan dan London yang merupakan pusat mode dunia menggelar acara tersebut.

2.2.2 Tinjauan Center

a. Pengertian Umum

Center merupakan kata dalam bahasa Inggris yang berarti pusat atau titik pusat atau tengah atau bagian tengah. Dimana jika ditelisik mengenai arti pusat secara umum adalah sebuah tempat yang letaknya berada di tengah dan arti lainnya pokok dari suatu hal.

b. Menurut Kamus Oxford

Kata *center* berarti titik yang sama jauh dari setiap titik pada keliling sebuah lingkaran atau bola, atau dalam arti lain inti dari mana suatu kegiatan atau proses diarahkan atau yang difokuskan, atau dalam arti lainnya sebuah tempat atau sekelompok bangunan dimana kegiatan tersebut terkonsentrasi.

c. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia

Kata *center* yang dalam bahasa Indonesia adalah pusat jika ditelusuri dalam kamus bahasa Indonesia berarti tempat yang letaknya berada di bagian tengah atau titik yang di tengah – tengah benar atau pusat atau pokok pangkal yang menjadi sebuah pempunan.

2.2.3 Fashion Center

a. Pengertian Umum

Melihat arti dari masing masing kata yang telah dijelaskan diatas. *Fashion Center* adalah sebuah tempat yang menjadi pusat dari industri mode yang berguna sebagai sarana untuk mempromosikan busana baik melalui acara – acara yang digelar bertema *fashion* maupun dalam bentuk butik – butik untuk menjual barang barang *fashion*.

b. Fungsi Fashion Center

Berikut adalah fungsi dari *fashion center*, antara lain:

1. Sarana Promosi

Fashion Center berfungsi untuk meningkatkan apresiasi masyarakat luas terhadap produk mode terbaru yang dilakukan oleh para pelaku industri mode.

2. Sarana Perdagangan

Fashion Center merupakan sarana untuk menampung minat konsumen dalam kebutuhan berbelanja produk mode baik dari dalam maupun luar negeri.

3. Sarana Informasi

Fashion Center merupakan sarana untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kemajuan ataupun perkembangan mode yang sedang terjadi.

4. Sarana Pendidikan

Fashion Center merupakan sarana untuk memberikan pengajaran mengenai seluk beluk dan aktifitas industri fashion.

5. Sarana Kerja

Fashion Center merupakan sarana bagi perusahaan ataupun perorangan baik itu dari dalam maupun luar negeri yang membuka gerainya untuk mempermudah melakukan kontak dengan para pelaku industri *fashion*.

2.3 Studi Terkait Bangunan Sejenis

2.3.1 International Batik Center, Pekalongan Indonesia

Gambar 2.8 Pintu Masuk International Batik Center



Sumber: <http://www.internationalbatik.com/> diunduh 5 April 2017

International Batik Center (IBC) terletak di kota Pekalongan, Jawa Tengah. Pekalongan terkenal sebagai salah satu kota batik terkenal yang ada di Indonesia. Mengingat banyaknya industri batik yang ada di Pekalongan menjadi alasan untuk dibuatnya wadah sebagai kawasan industri terpadu di Pekalongan. Selain menjadi kawasan industri terpadu, IBC juga menjadi sarana rekreasi baru yang ada di pekalongan. International Batik Center merupakan respon dari meningkatnya permintaan mengenai busana batik. Salah satu peningkatan permintaan tersebut dikarenakan batik ditetapkan sebagai warisan budaya asli Indonesia pada tahun 2009. International Batik Center memiliki letak yang strategis, terletak di jalur pantura tepatnya di jalan Ahmad Yani.

Gambar 2.9 Denah Internasional Batik Center



Sumber: <http://www.parasantique.com/index.php?content=berita&id=93> diunduh 5 April 2017

International Batik Center memiliki 140 unit usaha berupa kios yang disediakan dalam pilihan kios AC dan non AC. Fasilitas penunjang lain adalah pada International Batik Center adalah museum batik, *workshop* mengenai kursus membatik, area wisata kuliner, area bermain anak, serta tempat ibadah. Fasilitas lain yang disediakan adalah:

- Toilet
- Area parkir untuk 30 bus, 300 mobil dan 700 sepeda motor
- Car call dan sound system untuk informasi
- Atm center
- Cafe dan restoran keluarga
- Area bermain anak
- Pusat jajan dan oleh – oleh
- Musholla
- *Bussiness center*
- Ruang multifungsi atau pendopo

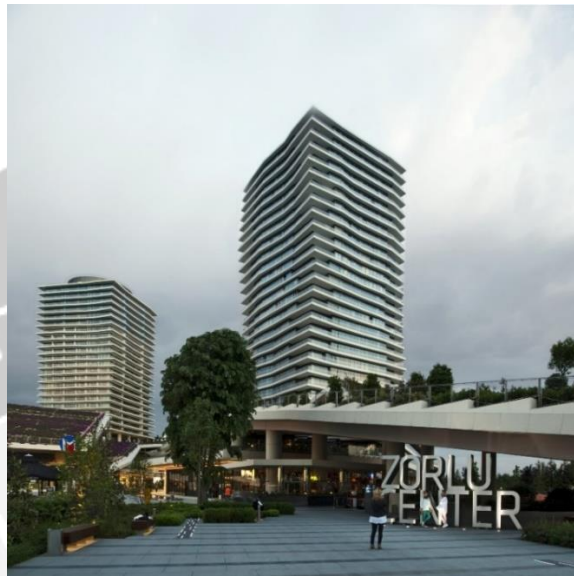
Gambar 2.10 Ruang Atrium dan Gerai Internasional Batik Center



Sumber: <http://www.internationalbatik.com/> diunduh 5 April 2017

2.3.2 Zorlu Center, Istanbul Turki

Gambar 2.11 Bangunan Zorlu Center



Sumber: <http://www.archdaily.com/514825/zorlu-center-emre-arolat-architects-tabanlioglu-architects> diunduh 5 April 2017

Zorlu Center terletak di Istanbul Turki yang dirancang oleh Emre Arolat Architects. Menempati area seluas 70.000 meter persegi dengan yang menggabungkan pusat perbelanjaan dengan ruang pertunjukan. Zorlu Center menjadi surga bagi para pecinta *fashion* untuk membeli produk dari brand – brand ternama di dunia. Memiliki konsep untuk menikmati pemandangan kota seperti berada di balkon. Zorlu Center memiliki letak yang strategis di jantung kota Istanbul dan menjadikan Zorlu Center sebagai ruang publik.

Gambar 2.12 Denah Zorlu Center



Sumber: <http://www.archdaily.com/514825/zorlu-center-emre-arolat-architects-tabanlioglu-architects> diunduh 5 April 2017

Memiliki ruang atrium utama yang terletak di tengah bangunan, ruang atrium utama pada Zorlu Center memiliki tujuan sebagai tempat sirkulasi utama bagi pengunjung. Zorlu Center memiliki 3 tingkat ketinggian lantai yang dapat diakses. 3 lantai di Zorlu Center menyediakan retail – retail *fashion* dunia seperti Burberry, Bvlgari, Calvin Klein, Dolce & Gabbana, Dior, MontBlanc, Miu Miu, Prada, dan masih banyak lagi. Selain memiliki retail dari brand *fashion* ternama dunia, Zorlu Center memiliki Apple Store pertama di Turki, berbagai restoran ternama dunia, dan ruang pertunjukan dengan kapasitas 2.500 kursi.

Gambar 2.13 Retail dan Ruang Pertunjukan Zorlu Center



Sumber: <http://www.archdaily.com/514825/zorlu-center-emre-arolat-architects-tabanlıoglu-architects> diunduh 5 April 2017

2.4 Prinsip – Prinsip Perancangan Batik Fashion Center

2.4.1 Pusat Kerajinan Batik

Pusat kerajinan batik memiliki sarana utama yang harus diperhatikan, antara lain (Utomo & Pandu, 2014) :¹⁵

a. Ruang Pamer Batik

Ruang pamer batik berfungsi untuk memamerkan jenis – jenis motif batik untuk menghadirkan suasana edukasi pada pengunjung. Adapun karakteristik ruang yang harus diperhatikan, antara lain:

¹⁵ Jurnal Perancangan Interior Pusat Pelatihan Batik di Surabaya, Hadi Utomo, Andreas Pandu S., 2014

- Memiliki sifat ruang publik, berfungsi untuk area informasi pengunjung untuk mengenal motif – motif batik yang ada.
- Menggunakan penghawaan buatan, berfungsi untuk mengontrol udara pada area ruang batik agar tetap baik. Maksud lain dari penggunaan penghawaan buatan adalah untuk menjaga produk yang dipamerkan agar tidak rusak terkena sinar matahari langsung.
- Tidak membutuhkan view, dimaksudkan agar produk yang dipamerkan menjadi pusat perhatian dari pengunjung.
- Suasana ruang dibuat tenang, dimaksudkan agar pengunjung dapat menikmati produk yang dipamerkan dengan baik dan tidak mengganggu konsentrasi pengunjung dalam menikmati produk yang dipamerkan.
- Memiliki sistem proteksi kebakaran dan sistem keamanan yang baik, dimaksudkan untuk menjaga kondisi produk yang dipamerkan dalam keadaan lengkap.

b. *Workshop Batik*

Workshop Batik difungsikan sebagai sarana edukasi agar pengunjung bisa belajar tentang teknik pembuatan batik. Adapun karakteristik ruang yang diperlukan, antara lain:

- Memiliki sifat ruang yang publik, dimaksudkan untuk mempermudah akses pengunjung agar lebih mudah mempelajari teknik pembuatan batik selain berfungsi sebagai sarana produksi batik.
- Penghawaan alami, dimaksudkan agar mempermudah proses pengeringan kain batik yang telah selesai dibuat.
- Memiliki *view* yang baik, dimaksudkan agar bisa pengguna *workshop* dapat mencapai suasana senang dalam belajar membuat batik.

- Tersedia area basah, dimaksudkan untuk memudahkan aktivitas membatik yang memerlukan proses mencuci dan mencelupkan warna batik.
- Suasana ruang yang tenang, dimaksudkan agar pelaku yang ada di workshop tidak terganggu konsentrasi dalam membatik.

2.4.2 Fashion Show

Kegiatan produksi, promosi dan pemasaran perlu diwadahi dalam kegiatan *fashion show*. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perencanaan dan perancangan kegiatan *fashion show*, antara lain:

- a. Fasilitas promosi perlu diperhatikan untuk sebuah ruang peragaan. Terdapat 3 bagian yang menjadi dasar fasilitas yang ada pada *fashion show*, antara lain:

- *Stage*

Adalah panggung atau area pertunjukan dalam peragaan busana.

- *Audience*

Adalah area untuk pengunjung atau penonton dalam menikmati peragaan busana.

- Area Penunjang

Adalah area yang terdiri dari ruang persiapan (ruang ganti dan ruang riang), ruang service, beserta lobby.

- b. Hal – hal lain yang harus diperhatikan dalam perencanaan dan perancangan fasilitas diatas, antara lain:

- Pengaturan sirkulasi yang jelas antara peraga, pengunjung, dan service.
- Pengaturan ruang yang memungkinkan sistem akustika yang baik, termasuk pengaturan pencahayaan.

- Penyediaan ruang yang memungkinkan perubahan – perubahan penataan area panggung sehingga mendapatkan suasana yang fleksibel sesuai keinginan.

Gambar 2.14 Pola Penataan Panggung

Runway Type	Sub-type	Diagram	Notes
Single	Single		Simplest of the four configurations. Positioned primarily according to prevailing winds.
	Close parallel		Runways are less than 2,500 feet apart. Positioned similar to the single runway.
	Intermediate parallel		Runways are between 2,500 and 4,300 feet apart. Positioned similar to the single runway.
	Far parallel		Runways are greater than 4,300 feet apart. Positioned similar to the single runway.
Open-V	[toward the intersection]		Used when there is little to no wind. Both runways can be used simultaneously. Where there is strong winds, only one is typically used.
	[away from intersection]		Similar as above, but it can accommodate a greater capacity because take-offs and landings are moving away from the vertex.
Intersecting	[cross at near threshold]		Intersecting runways are the best configuration for relatively strong prevailing winds that change over the course of the year. It takes up less space than the open-V configuration and provides the benefit of relatively large capacity.
	[cross at midpoint]		
	[cross at far threshold]		

Sumber: <http://pinterest.com> diunduh 6 April 2017

- Pengaturan yang memenuhi tuntutan kenyamanan pandangan penonton kearah panggung. Penataan ruangan untuk penonton dibagi menjadi dua macam yaitu penataan teater dan penataan meja. Adanya ruang peragaan yang fleksibel diperlukan untuk menyesuaikan pandangan penonton tidak berkurang ke arah panggung peragaan.

c. Fasilitas *Retail*

Dibutuhkan untuk sarana promosi produk *fashion* yang ditawarkan, bisa berupa shop unit atau spesialis busana dan asesoris sebagai pendukung. Yang harus diperhatikan dalam perencanaan fasilitas retail, antara lain:

- Memaksimalkan suasana atraktif dan efisien di dalam retail yang berguna sebagai sarana promosi melalui elemen – elemen pencahayaan, penghawaan, dan sirkulasi..
- Memberikan batas pemisah antara area penjualan dengan area service dan penyimpanan barang (*storage*)
- Menciptakan fasade yang atraktif guna memancing minat pengunjung untuk masuk ke dalam retail.

d. Tinjauan Kenyamanan Pengamatan

Hal – hal yang harus diperhatikan untuk menunjang kenyamanan dalam pengamatan produk yang ditampilkan, antara lain:

- Kenyamanan gerak pengamatan
Horizontal : 45° - 45°
Vertikal : 30°
- Kenyamanan pandangan horizontal
Batas standar : 30° - 30° kiri – kanan
Batas visual : 62° - 62° kiri – kanan
Merupakan sudut simetri dikarenakan asumsi mata kiri dan kanan sama.
- Kenyamanan pandangan vertikal
Batas standar : 30° ke atas dan 40° ke bawah

2.4.3 Pusat Perbelanjaan

a. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

Berkembangnya konsep pusat perbelanjaan yang beraneka ragam, tentu menjadikan pusat perbelanjaan menjadi sulit untuk diklasifikasikan. Untuk mempermudah proses klasifikasi bangunan pusat perbelanjaan, penulis menggunakan klasifikasi dari *International Council of Shopping Center* (1999) mengklasifikasikan 2 bagian besar berdasarkan fisiknya. Pusat perbelanjaan berdasarkan klasifikasi fisiknya antara lain:

- *Strip Mall/ Open Mall*

Istilah *Strip Mall* lebih umum disebut sebagai *shopping plaza*. *Shopping plaza* adalah pusat perbelanjaan yang biasanya memiliki 1 sampai 2 buah lantai yang bersusun sejajar dengan unit – unit retail yang tersusun berderet. Bentuk dari shopping mall biasanya membentuk konfigurasi U, L, atau berderet dan ditengahnya memiliki area pejalan kaki yang terbuka yang menghubungkan tiap – tiap unit yang saling berhadapan.

- *Shopping Mall/ Closed Mall*

Shopping mall merupakan tipe pusat perbelanjaan yang bersifat tertutup atau indoor dan memiliki unit retail yang biasanya disewakan. Untuk mengatasi keterbatasan lahan, shopping mall biasanya terdiri dari beberapa lantai agar tetap memenuhi tuntutan fungsi yang banyak pada sebuah bangunan. Penggunaan pendingin ruangan diperlukan untuk menunjang kenyamanan pada *shopping mall* agar membuat pengunjung dapat tahan berlama – lama di dalam *shopping mall*.

International Council of Shopping Center (1999) mengklasifikasikan pusat perbelanjaan berdasarkan luasan dan skala layanan menjadi tiga jenis, antara lain:

- *Regional Mall*

Regional Mall adalah tipe pusat perbelanjaan yang luas area sewa (*gross sealable area*) antara 37.000 m² sampai 74.000 m² dan memiliki dua buah *anchor – tenant* dengan artian umum unit – unit yang disewakan adalah untuk produk – produk kelas atas (*high end*).

- *Super – Regional Mall*

Adalah tipe pusat perbelanjaan yang luas area sewa (*gross sealable area*) lebih dari 74.000 m² dan menjadi pusat perbelanjaan yang mendominasi di wilayahnya.

- *Outlet Mall*

Adalah tipe pusat perbelanjaan dengan satu buah *anchor – tenant* yang dominan dan mendominasi area perbelanjaan tersebut. *Street Mall* memiliki beberapa unit retail kecil yang diantaranya memiliki penawaran program diskon yang banyak.

b. Elemen – elemen pada Pusat Perbelanjaan

Terdapat 3 elemen utama pusat perbelanjaan menurut Ruberstain Harvey M., antara lain:

- *Anchor (Magnet)*

Adalah sebuah transformasi dari “*nodes*” yang dapat berfungsi sebagai “*landmark*” yang berbentuk plaza dan mall.

- *Secondary Anchor*

Adalah sebuah transformasi dari “*distric*” yang berwujud toko pengecer, retail, supermarket, superstore, bioskop, dan lain sebagainya.

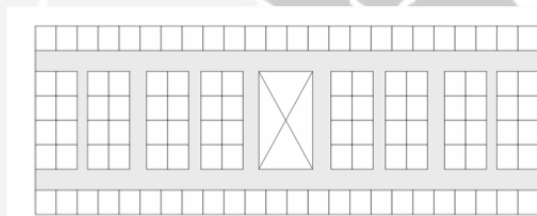
- *Street Mall*

Adalah sebuah transformasi dari bentuk “*paths*” yang berwujud magnet yang dihubungkan dengan jalur pedestrian.

c. Sistem Sirkulasi pada Pusat Perbelanjaan

- Sistem Banyak Koridor

Gambar 2.15 Pola Sistem Sirkulasi Banyak Koridor

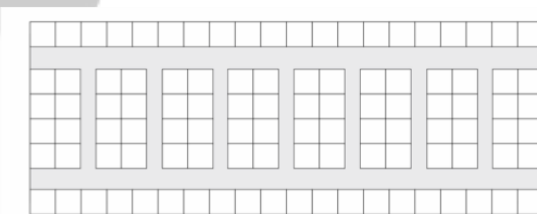


Sumber: <http://shoppingmall.blogspot.com> diunduh 6 April 2017

Memiliki ciri – ciri, terdapat banyak koridor tanpa penjelasan orientasi, tanpa memiliki penekanan, sehingga terlihat sama dan strategis terletak di bagian depan atau dekat dengan pintu; efektifitas pemakaian ruang sangat tinggi; biasanya pertokoan jenis tersebut dibangun di Indonesia sekitar tahun 1960.

- Sistem Plaza

Gambar 2.16 Pola Sistem Sirkulasi Banyak Plaza



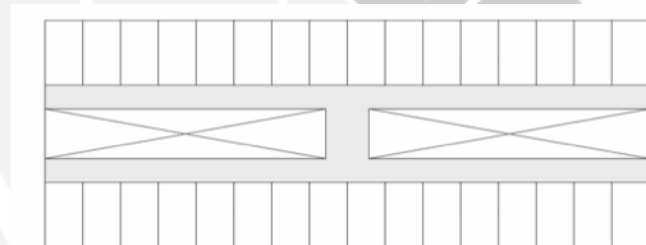
Sumber: <http://shoppingmall.blogspot.com> diunduh 6

April 2017

Memiliki ciri – ciri, ruang berskala besar atau plaza besar yang menjadi pusat orientasi kegiatan dalam ruang serta untuk mengefisiensi ruang menggunakan pola koridor; tiap – tiap lokasi unit mulai memiliki hierarki, lokasi strategis berada dekat dengan plaza dan mulai mengenal pola *vide* dan mezanin.

- Sistem Mall

Gambar 2.17 Pola Sistem Sirkulasi Sistem Mall



Sumber: <http://shoppingmall.blogspot.com> diunduh 6

April 2017

Poros massa pada sistem mall terdapat pada 2 atau lebih magnet pertokoan yang terkonsentrasi pada sebuah jalur. Anchor pada sistem Mall dihasilkan pada pembentukan jalur sirkulasi utama jalur tersebut.

2.5 Jogja Batik Fashion Center

Dari beberapa deskripsi yang dipaparkan diatas, ditarik kesimpulan bahwa pengertian Jogja Batik Fashion Center adalah sebuah bangunan di Yogyakarta yang memadukan fungsi komersial berupa ritel – ritel penjualan busana serta fashion batik dan pusat promosi rancangan busana batik melalui pagelaran fashion, dengan fungsi edukasi berupa workshop dan