

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Fashion* adalah suatu kata dari bahasa asing yang pengertiannya banyak dikaitkannya dengan busana dan sudah menjadi bagian penting dari sebuah penampilan keseharian bagi setiap manusia. Sedikit bergesernya dari fungsi utamanya sebagai pelindung badan, *fashion* sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Arti dari kata *fashion* itu sendiri memiliki banyak sisi. Menurut Troxell dan Stone dalam bukunya *Fashion Merchandising*, *fashion* didefinisikan sebagai gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu. Polhemus dan Procter juga menyebutkan bahwa *fashion* sebagai istilah untuk menunjukkan gaya, busana serta dandanan. Namun seiring berjalannya waktu dan perkembangan di dunia *fashion*, pakaian tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pokok saja.

Saat ini *fashion* menjadi gambaran identitas atau citra dari penggunanya. Setiap individu pasti memiliki gaya busananya masing-masing. Gaya busana setiap individu juga dapat berubah seiring perkembangan di dunia *fashion*, atau biasa disebut sebagai tren. Dimana tren ini muncul dari seorang tokoh masyarakat, seperti artis dan model yang memiliki cukup banyak pengikut khususnya di sosial media, sehingga pengikutnya terpengaruh untuk ikut mengenakan gaya busana tersebut.

Sebagaimana halnya Kota Bandung yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan juga terkenal sebagai “kota *fashion*” juga turut membantu meningkatkan minat wisatawan baik asing maupun domestik dalam perkembangan industri pakaian di Kota Bandung. Kota ini juga dikenal sebagai kota mode yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke kota ini. Kota Bandung merupakan salah satu kota seni di Indonesia yang mampu mengembangkan dunia *fashion* dengan potensi industri kreatif yang besar, khususnya dunia *fashion*.

Tidak dipungkiri bahwa perkembangan *fashion* di Kota Bandung dipengaruhi dengan adanya globalisasi, kebudayaan yang masuk ke Indonesia yang dapat menyebabkan terbentuknya gaya hidup tersendiri di kalangan masyarakat, sehingga

dengan sendirinya terbentuk kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat. Kelompok-kelompok tersebut terbentuk karena adanya persamaan tujuan dari masing-masing individu. Kelompok-kelompok sosial yang dibentuk oleh kelompok anak muda yang pada mulanya hanya dari beberapa orang saja kemudian mulai berkembang menjadi suatu komunitas karena mereka merasa mempunyai satu tujuan dan ideologi yang sama. (Berek, 2014:57).

Kota Bandung memiliki potensi yang besar di bidang *fashion*, karena *fashion* menjadi salah satu daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal tersebut didukung oleh julukan Kota Bandung sebagai Paris Van Java yang menggambarkan Bandung sebagai pusat mode yang mengacu ke Kota Paris sebagai pusat mode pada masa Belanda, bahkan julukan itu masih tetap melekat hingga saat ini. Minat masyarakat Bandung pada *fashion* sangat tinggi, hal tersebut terlihat dari antusiasme pada pecinta mode di Bandung dalam mengikuti segala kegiatan yang berhubungan dengan *fashion*, salah satunya acara Bandung *Fashion Works* yang diadakan oleh Jaswita Jabar, Bandung *Trademark Market*, dan acara *fashion* lainnya. Peserta maupun pengunjung yang datang sangat antusias, hal tersebut terlihat dari jumlah peserta dan pengunjung yang memenuhi area atau tempat selama acara berlangsung.

Menurut Adiwan (dalam Jasmine,dkk:2016) potensi *fashion* di Kota Bandung didukung oleh ketersediaan material, pemasaran, ketersediaan material, ketersediaan sarana pemasaran produk *fashion*, aktivitas jejaring masyarakat dalam komunitas *fashion*, sumber daya manusia yang bergerak dalam industri *fashion* serta banyaknya ragam industri *fashion* yang berkembang. Meskipun begitu, Kota Bandung belum memiliki wadah kegiatan *fashion* secara terintegrasi yang dapat memenuhi kebutuhan ruang untuk para pegiat *fashion* dalam mengembangkan bakat dan kemampuan serta usaha di bidang *fashion* di Kota Bandung. Pegiat *fashion* yang dimaksud yaitu pengusaha bidang *fashion* dan perancang *fashion*. Berdasarkan pengamatan, para pegiat *fashion* yang ada di Kota Bandung ini biasanya berpenampilan kasual seperti menggunakan celana jin dan bahan katun, sebagai material yang digunakan oleh pegiat *fashion* dalam membuat produk di Kota Bandung.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pegiat *fashion* di Kota Bandung tersebut meliputi berkumpul dan berbincang mengenai dunia mode di kafe, karena pegiat *fashion* di Kota Bandung ini biasanya melakukan aktivitas secara kasual dan tidak formal. Aktivitas lain dari pegiat *fashion* ini yaitu merancang produk dengan fasilitas manekin, sketsa atau digital, lalu mencari bahan dan aksesoris di pasar tekstil, pencarian inspirasi melalui media digital, hingga melakukan kolaborasi seperti mengadakan *fashion show* atau pagelaran busana bersama, salah satunya yaitu *BFS Runway Show*, yang rutin diadakan satu bulan sekali oleh komunitas Bandung *Fashion Society*. Namun untuk melakukan kegiatan seperti diskusi, mencari bahan di toko tekstil, hingga kegiatan *workshop* dilakukan di tempat yang berbeda-beda. Sama halnya jika Bandung *Fashion Society* mengadakan pagelaran busana, para anggota yang tergabung biasanya mempersiapkan produk yang akan dipergakan di tempat masing-masing sebelum akhirnya bertemu di area pagelaran busana.

Salah satu fasilitas yang dapat menampung aktivitas-aktivitas tersebut yaitu Jakarta *Fashion Hub*, ruang kolaboratif yang mempertemukan *fashion* dan kreativitas bagi para penggiat mode yang diharapkan dapat menjadi tempat bagi para pelaku *fashion* untuk berkreasi sekaligus menggerakkan potensi industri *fashion*, tekstil dan kreatif yang berkelanjutan dalam negeri. Pada tempat ini, para pelaku industri *fashion* bisa saling bertemu dan mendorong pertumbuhan industri tekstil dan *fashion* Indonesia. Pegiat mode dapat menggunakan *co-working space*, area *workshop*, studio foto, dan *mini-store* yang bisa digunakan untuk menampung kreasi para desainer.

Dari fenomena di atas, maka perlu adanya sebuah tempat di Kota Bandung yang mampu mewadahi berbagai kegiatan yang berkenaan dengan *fashion* untuk mengembangkan ide dan kreativitas, serta menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pegiat *fashion* seperti area mendesain, area katalog, area pembuatan contoh produk, pagelaran busana, hingga fasilitas retail untuk menjual produk yang dihasilkan.

## 1.2 Fokus Permasalahan

Fokus permasalahan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Dibutuhkan fasilitas yang dapat menghubungkan berbagai aktivitas pegiat *fashion* yang berkaitan dengan pengembangan bakat dan kemampuan, serta penciptaan produk mulai dari tahap perencanaan, tahap perancangan, tahap pembuatan produk hingga usaha di bidang *fashion*.
2. Pentingnya sebuah identitas ruang yang dapat merepresentasikan pegiat *fashion* yang ada di Kota Bandung

## 1.3 Permasalahan Perancangan

Rumusan masalah yang ada adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana merancang ruangan yang dapat memfasilitasi berbagai aktivitas desainer dalam merancang busana dari aktivitas diskusi, mencari ide, merancang, membuat contoh produk, aktivitas produksi dan aktivitas penjualan
2. Bagaimana merancang ruangan agar dapat merepresentasikan pegiat *fashion* yang menjadi *user* utama pada fasilitas

## 1.4 Ide / Gagasan Perancangan

Untuk solusi permasalahan perancangan nomor satu, ide dan gagasan yang ingin disampaikan oleh penulis yaitu:

1. Merancang ruang diskusi sebagai salah satu aktivitas sesama perancang dalam menciptakan sebuah ide
2. Merancang ruang perancangan yang sesuai dengan gaya merancang para desainer seperti ruang perancangan digital, sketsa, hingga ruang perancangan menggunakan manekin
3. Merancang area katalog bahan untuk mengoptimalkan desainer dalam memilih bahan
4. Merancang area *workshop* sebagai fasilitas utama dalam membuat contoh produk

Untuk solusi permasalahan nomor dua, ide dan gagasan yang ingin disampaikan penulis yaitu:

1. Merancang fasilitas interior dengan konsep bentuk yang terinspirasi dari objek yang berhubungan dengan *fashion* seperti penggunaan konsep bentuk dari gelombang kain dan penggunaan furnitur dengan material yang biasa digunakan pegiat *fashion* dalam membuat suatu produk.

Dari ide dan gagasan dalam perancangan ruang, penulis mengambil konsep *dynamic line* untuk diterapkan ke dalam desain interior. *Dynamic* yang memiliki arti dinamis, yang terinspirasi dari karakter *fashion* yang dinamis, berubah-ubah dan bebas. Lalu *line* yang memiliki arti garis, yaitu unsur dalam desain yang menurut Lupton (2008:16) garis merupakan rangkaian tak terhingga dari titik dan hubungan diantara dua titik. Garis secara strukturnya memiliki lebar, ketebalan dan tekstur. Garis dapat digunakan untuk menjelaskan berbagai macam hal yaitu untuk mengekspresikan emosi, menggambarkan bentuk atau tepi, dan menjelaskan sebuah bidang. Konsep ini menampilkan unsur garis yang dominan pada ruangan, sehingga penulis mengambil peng gayaan *streamline* yang cocok dengan konsep tersebut.

### **1.5 Maksud dan Tujuan Perancangan**

Maksud dan tujuan dari perancangan ini yaitu merancang fasilitas yang dapat menampung berbagai kegiatan yang berkenaan dengan *fashion* untuk mengembangkan ide dan kreativitas, serta menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan pegiat *fashion* seperti area mendesain, area katalog, area pembuatan contoh produk, pagelaran busana, hingga fasilitas retail untuk menjual produk yang dihasil