BAB II TINJAUAN

"BANDUNG *MUSLIMAH FASHION CENTER*"

II.1. Studi Muslimah

Muslimah adalah seorang wanita yang beragama Islam yang patut melakukan apa yang di perintahkan oleh Allah SWT dan menjauhi laranganNya. Muslimah yang baik adalah orang yang memiliki aqidah lurus dan kuat yang mendorongnya untuk melaksanakan syariah yang hanya ditunjukan pada Allah sehingga tergambar pilaku dan akhlak terpuji pada dirinya. Termasuk akhlak yang baik adalah berpakaian memenuhi tuntunan syariat Islam.

Kewajiban sebagai wanita muslimah salah satunya adalah dengan selalu menutup aurat. Wanita hanya diperkenankan menampakan auratnya kepada mahram-nya. Hukumnya adalah wajib bagi setiap wanita muslim mengenakan jilbab.

Menggunakan jilbab perlu diketahui tuntunan cara berhijab menurut Islam diantaranya :

- Menutup seluruh tubuh wanita kecuali wajah dan kedua telapak tangan

- Berbahan lebar dan tidak sempit
- Tidak menggunakan bahan yang tipis yang dapat menembus pandang
- Tidak terdapat hiasan emas dipakaian tersebut
- Tidak menyerupai pakaian laki-laki
- Tidak menyerupai pakaian orang-orang non muslim

II.2 Studi *Fashion*

• II.2.1 Pengertian *Fashion*/Mode

Menurut Harry Darsono seorang perancang busana Indonesia, *fashion* adalah sebuah image atau citra yang ditampilkan melalui cabang karya seni tepatnya seni rupa yang berfungsi/terpakai, dimana perancang mode (*fashion* designer) merupakan dunia yang sadar akan naluri manusia. Dengan demikian *fashion* bersifat dinamis dan selalu berubah sesuai dengan keadaan pada masyarakat. Bahkan fashion seringkali terjadi berulang dalam jangka waktu tertentu. Fashion adalah benda–benda yang dikenakan oleh manusia untuk mengidentifikasikan dirinya secara khusus dan kelompok sosialnya sebagai salah satu kebutuhan dirinya atau pencitraan dari pribadi itu sendiri ataupun yang sifatnya komunal.

Perubahan dalam *fashion* disebabkan adanya dinamika yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat sesuai dengan perkembangan nilai yang terjadi di dalamnya. Menurut Leonard G. Rubin, *fashion* dibagi menjadi empat macam, yaitu *special fashion, high fashion, medium fashion, dan standard fashion.* Dalam perkembangannya empat *fashion* terbagi lagi menjadi aliran yang menjadi ciri khas tersendiri, yaitu alisan *clasic* dan *new clasic*, aliran *houte couture* dan *trendy*, aliran *new waves* dan *cycle* serta aliran *fad* dan *ready to wear*.

Beberapa definisi tentang mode atau fashion:

- Ragam atau gaya terbaru pada suatu kurun waktu.

  (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1999)
- Menurut Taruna K.Kusnayadi seorang *designer, fashion* adalah meracik ide/gagasan dalam berbusana yang mana diharapkan dapat menjadi gaya hidup sehari hari.
- Menurut Musa Widyatmojo B.Sc seorang anggota asosiasi perancang dan pengusaha mode Indonesia, *fashion* adalah gaya hidup dan gaya berbusana pada suatu waktu tertentu yang mengikuti perubahan dan perkembangan zaman.
- Menurut Harry Darsono seorang perancang busana Indonesia, *fashion* adalah sebuah image atau citra yang ditampilkan melalui cabang karya seni tepatnya seni rupa yang berfungsi/terpakai,

dimana perancang mode (*fashion* designer) merupakan dunia yang sadar akan naluri manusia.

- Menurut Malcom Barnard pada buku *fashion sebagai komunikasi,* 1996 mengatakan, "*Fashion* berasal dari bahasa inggris, yang artinya cara, kebiasaan, atau mode. *Fashion* adalah busana yang menentukan penampilan seseorang dalam suatu acara tertentu, sehingga terlihat berbeda dari sebelumnya. Perkembangan *fashion* tidak lepas dari pengaruh informasi. Karena informasi merupakan sarana seseorang untuk bisa mengetahui lebih jelas tentang *fashion*."
- Menurut Christian Dior seorang *designer, Fashion* adalah pakaian yang dirancang sebagai alat pelindung untuk memperindah penampilan diri, untuk menyatakan kekuasaan atau kekuatan dan untuk menunjukan (status) seseorang dalam masyarakat.

II.2.2 Pengertian Pusat/*Center*

- Titik yang ditengah – tengah benar ; 2. Tempat yang letaknya di bagian tengah; 3. Pokok pangkal atau yang jadi perumpamaan (Kamus Besar Bahasa Indonesia)
- *Principal point or object. ; the core of iddle of anthing. (Webstern Encyclopedia Unabridged Dictionary)*

- Merupakan suatu tempat yang didominasi oleh suatu aktifitas tertentu. Pusat diartikan sebagai sesuatu yang menjadi inti dan berperan sebagai medium rujukan. Menurutnya pengertian pusat adalah sesuatu uang menjadi sasaran perhatian atau sesuatu yang menjadi pumpunan berbagai urusan. (Microsoft Encarta 2006. 1993-2005 Microsoft Corporation)
- Merupakan suatu tempat yang didominasi oleh suatu aktivitas tertentu. (Poedawarminta; Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka 1996.)
- *Center* adalah titik pusat, titik atau bagian tengah, suatu bagian yang merupakan inti utama dari suatu objek.
- Suatu tempat dimana sesuatu yang menarik aktifitas atau fungsi terkumpul atau terkonsentrasi (Ali, Muhammad. *Kamus lengkap bahasa Indonesia*. Jakarta; Pustaka armani, 2006)

Dari pengertian - pengertian diatas dapat disimpulkan pengertian Bandung *muslimah fashion Center* adalah pusat kegiatan wanita muslimah bertempat di kota Bandung yang menyediakan kemudahan bagi pengguna untuk tujuan mencapai kecantikan luar dan dalam, kesehatan dan kebugaran fisik serta kebutuhan untuk fashion dan sarana beredukasi agama Islam.

II.2.3 *Muslimah Fashion Center*

Dari pengertian di atas maka dapat di tarik kesimpulan bahwa *Muslimah fashion center* merupakan fasilitas yang berfungsi sebagai pusat kegiatan yang berhubungan dengan dunia *fashion* muslimah dan segala kebutuhan muslimah yang mengacu pada perawatan tubuh, kecantikan, dan kebugaran.

a. Pra Produksi

Ada beberapa proses yang harus dilalui saat sebuah produk dikembangkan sampai akhirnya siap dipasarkan. Produk fashion secara umum memiliki tahapan pra produksi yang terdiri dari:

- Tema dan konsep desain
- Memilih bahan dan element – element yang diperlukan
- Membuat pola
- Menjahit
- Variasi
- Finishing
- Pengemasan

Beberapa pihak pekerja yang terlibat dalam pra produksi dunia *fashion* adalah:

- *Fashion designer*

Fashion designer adalah yang bertugas untuk menentukan kombinasi dari garis, proporsi, warna dan tekstur.

- *Pattern maker*

  Pattern maker bertugas untuk membuat draft dari bentuk dan ukuran yang ditentukan di atas kertas, AutoCad atau program *software* lainnya.

- *Textile designer*

  Textile designer bertugas untuk menenun sebagai proses pelengkap, bila dibutuhkan.

- *Seamstress*

  Seamstress adalah orang yang biasa menggunakan mesin jahit atau bekerja secara manual dalam menjahit.

- *Costum clothier*

  Costum clothier adalah orang yang bertugas membuat pakaian berdasarkan instruksi dari perusahaan pakaian untuk kemudian diserahkan kepada konsumen.

- *Illustrator*

  Ilustrator adalah pihak yang bertugas untuk membuat gambar pakaian untuk keperluan komersil atau promosi.

- *Fashion Journalist*

  Fashion Journalist adalah pihak yang bertugas untuk menulis artikel mengenai *fashion* untuk majalan ataupun koran

- *Wardrobe consultan* atau *fashion advisor*

  Wardrobe consultan atau *fashion advisor* adalah pihak yang merekomendasikan gaya dan warna yang sesuai dengan klien.

- Model

  Model merupakan pihak yang memeragakan atau membawakan suatu produk busana. Dalam sejarah fashion, para perancang biasanya memeragakan hasil rancangannya melalui manekin. Dalam perkembangannya, digunakan model manusia dalam memerakan suatu rancangan. Hasil rancangan ini diperagakan melalui fashion show peragaan busana dalam suatu catwalk.

b. Produksi

Produksi yang dilakukan pada *Bandung Muslimah Fashion Center* ini meliputi fashion wanita yang diantaranya : pakaian muslimah pesta, pakaian muslimah casual, pakaian muslim anak aksesoris wanita, perlengkapan jilbab, perlengkapan busana haji dan umrah, perlengkapan ibadah. Setelah proses yang dilakukan pada tahap produksi lalu proses pasca produksi terhadap konsumen bisa dilakukan dengan cara diperagakan di *fashion show* atau dipajang di butik.

c. Pasca Produksi

1) Fashion Show

Fashion show merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan gaya *fashion* masa kini. Biasanya *fashion show* diadakan ketika seorang desiner hendak memperkenalkan hasil rancangan terbarunya. Dalam memasarkan suatu busananya, maka para perancang busana biasanya memeragakannya melalui suatu peragaan busana (*fashion show*), dimana busana hasil rancangan para *designer* digunakan oleh para model yang berjalan di *catwalk.*

Peragaan busana pertama kali diadakan pada tahun1885. Pada tahun 1930an, para perancang busana mulai menggunakan peragaan busana untuk memperkenalkan produk rancangannya.

fashion show bisa dikategorikan menjadi tiga tipe, yaitu :

- *Production show* (pertunjukan produksi)

  Production *show* menampilkan produksi seperti sebuah *theater* lengkap dengan beberapa atau seluruh daru elemen panggung *dramatic*. Biaya dan waktu diberikan lebih kepada pementasan dan pencahayaan. Model dapat dilihat sebagai bagian dari pemain dan dijadikan sebagai hiburan dari sebuah acara. *Fashion show* harus dapat memberikan informasi dan

menghibur penonton. Namun *production show* lebih cenderung kepada hiburan.

- *Formal show* (pertunjukan formal)

  Elemen penting yang memadai pada *formal show* adalah adanya *catwalk* dan model yang berjalan diatasnya. Penonton langsung melihat model *dan fashion* yang sedang diperagakannya langsung dari area *catwalk*. Pertunjukan formal *fashion show* memiliki konsep tertentu yang disesuaikan dengan tema perancangan *fashion* tersebut, fokus utama dalam acara ini adalah pakaian ataupun aksesoris yang ingin ditampilkan dan di perdagangkan.

- *Informal show* (pertunjukan tidak formal)

  Pertunjukan *informal show* adalah pagelaran busana yang tidak membutuhkan persiapan yang sangat khusus di dalam menyelenggarakan kegiatannya. Peraggaan busana bukan menjadi acara utama dalam sebuah acara, melainkan hanya sebagai selingan atau tambahan dalam sebuah acara tersebut.

  Beberapa hal yang membedakan antara *informal show* dengan *formal show* adalah :

  - Penggunaan model yang lebih sedikit dibandingkan dengan *formal show*. *Informal show* dapat menggunakan

satu model saja, dengan maksimal penggunaan enam model untuk memperagakan *fashion*.

- Tidak digunakannya *catwalk*, tidak adanya panggung.
- Biasanya tidak ada komentator di bidang *fashion.*

2) Butik Muslimah

Butik berasal dari kata bahasa Perancis yang artinya toko dan sebuah toko eceran kecil atau outlet. Toko ini menyediakan bermacam-macam produk dengan kualitas tinggi seperti pakaian yang sedang digemari, aksesories dan perhiasan. Sebuah *Butik* juga bisa berarti sebuah toko khusus yang merupakan bagian dari suatu departemen di dalam sebuah toko yang besar

Penataan display di butik sebagai sarana promosi, promosi salah satu element manajemen pemasaran. Agar pemasaran berhasil, perlu disusun strategi promosi yang tepat. Salah satu cara promosi adalah dengan menyajikan atau menata produk yang dipasarkan sedemikian rupa agar konsumen dengan suatu alasan tertentu tertarik untuk membelinya. Untuk itu terlebih dahalu perlu diketahui profil konsumen yang dijadikan sasaran.

Citra di sini salah satunya dapat terbentuk lewata penataan display. Penataan display yang baik akan mebangun suatu citra yang

baik bagi konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa penataan display adalah sebagai salah satu sarana promosi yang penting.

Penataan busana display sangat penting halnya disamping hal pertama yang bersifat teknisi seperti desain dan produksi, mengingat bahwa display adalah hal yan pertama kali dilihat oleh konsumen pada saat di butik. Terlebih lagi jika outlet busana – busana tersebut berada dalam satu departemen store, maka yang terlihat lebih menarik tentu saja akan lebih didatangi oleh konsumen.

Oleh karena itu akan dijelaskan bagaimana dan sejauh mana penataan rangkaian busana pada display menjadi suatu hal yang dipertimbngkan dalam proses merancang suatu rangkaian busana.

Penataan dispalay sendiri mempunyai tiga elemen penting, yaitu :

1. Alat display, meliputi boneka / alat peraga sejenis hanger (gantungan baju) dan bagian interior lainnya.
2. Produk yang ditata dalam display, dalam hal ini busana – busana
3. Penataan display dan penataan busana pada display

d. Studi Antropometri Panggung *Fashion Show*

Panggung *fashion show* atau *catwalk* adalah salah satu *alternative* yang biasa digunakan pada saat pameran berlangsung dengan cara berjalan diatasnya dan memperagakan mode yang ingin dipertunjukkan.

Sifat kegiatan peragaan busana ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua tipe:

- Terbuka

  Peragaan busana ini ditunjukan untuk umum (tanpa dikenakan biaya) yang diadakan serta berkala untuk memperkenalkan *fashion* terbaru.

- Tertutup

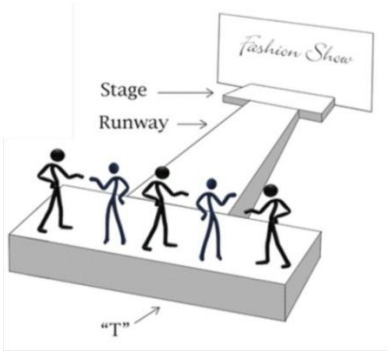
  Peragaan busana ini bersifat eksklusif yang diadakan dalam area / ruangan khusus (dikenakan biaya), pada umumnya merupakan adi karya busana seorang perancang kenamaan untuk memperkenalkan hasil karya yang terbaru serta agar namanya tetap eksis dalam dunia *fashion.*

Catwalk merupakan bagian terpenting dari sebuah *fashion show* yang bentuknya berupa lajur yang menjadi pusat perhatian utama pada ruangan peragaan busana, dimana di lajur itu para model berjalan memperkenalkan pakaian dengan aksesoris yang dikenakannya.

Bentuk panggung *catwalk* memanjang dan memotong ruang, yang dimaksudkan agar memungkinkan bagi para model untuk berjalan tepat di hadapan penonton. Ketinggian panggung dapat sejajar dengan lantai maupun berupa platform dengan ketinggian antara 30 – 150 cm. Lebar minimum 2 Meter ; panjang minimim 8 Meter ; tinggi 5 - 150 Centimeter.

Tipe *catwalk* dibagi menjadi dua, yaitu :

- *Catwalk* dengan ketinggian sejajar lantai
    - Model panggung peragaan busana seperti ini biasa dipakai untuk peragaan busana skala kecil dengan jumlah penonton yang terbatas.
    - Alur jalan model ditentukan oleh pengaturan kursi penonton.
- *Catwalk* menggunakan platform
    - Biasa digunakan untuk acara yang lebih khusus.
    - Untuk acara insidental, panggung dapat bersifat temporer.
    - Tidak mempunyai standart bentuk yang baku
    - Lebar standart untuk jalan 2 orang

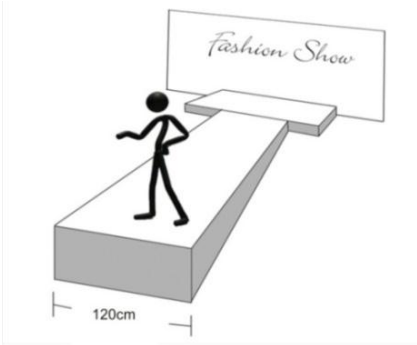


Gambar II.1. *Fashion Show Basics*

(sumber: www.jerichostage.com)

The stage adalah bagian awal panggung dimana para model keluar dari *backstage. The runway* atau dalam bahasa indonesianya landasan pacu ini adalah panggung yang memanjang ke arah penonton. Bagian "T" adalah panggung tambahan tegak lurus dari panggung awal.

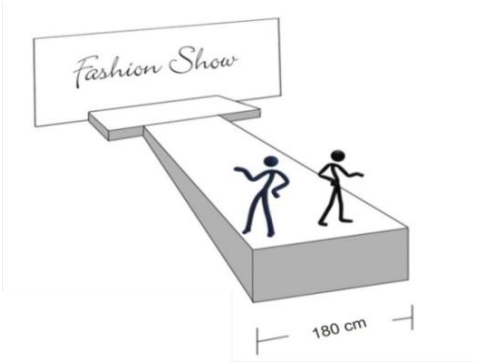
Runway dengan pangung yang berbentuk huruf "T" ini adalah bentuk yang paling baik untuk menampilkan sebuah *fashion* dalam sebuah acara *fashion show.*



Gambar II.2. *Fashion Show Basics*

(sumber: www.jerichostage.com)

Untuk acara *fashion show* dengan skala kecil, panggung *runway* dengan ukuran 120 cm adalah ukuran lebar panggung yang disarankan. Besaran lebar panggung tersebut memberikan ruang hanya untuk satu baris model saja. Ukuran ini dianjurkan untuk tempat pelaksanaan yang tidak terlalu besar. *Runway* yang seperti ini dirancang untuk pelaksanaan *fashion show* dengan skala yang kecil.

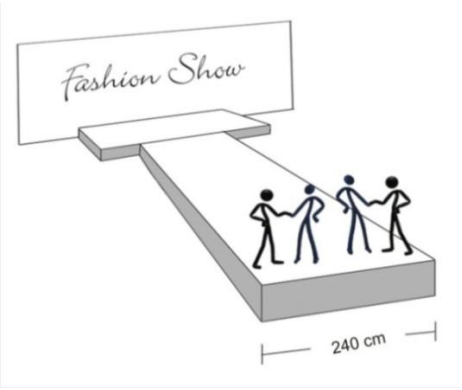


Gambar II.3. *Fashion Show Basics*

(sumber: www.jericho*stage*.com)

Berikut ini adalah besaran panggug *runway* yang tingkatannya di atas 120 cm yaitu 180cm. Dengan ukuran ini lebih memungkinkan untuk arus sirkulasi yang lebih baik agar model dapat jalan berdampingan.

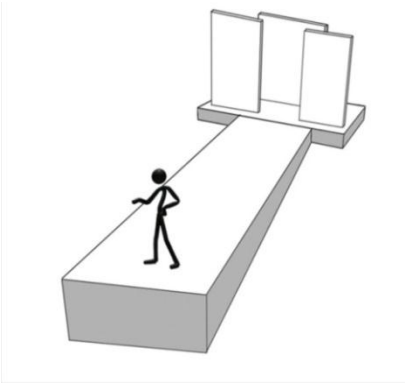
Dalam acara *fashion show* dengan besaran panggung seperti ini model dibuat untuk dapat berjalan berpasangan.



Gambar II.4. *Fashion Show Basics*

(sumber: www.jericho*stage*.com)

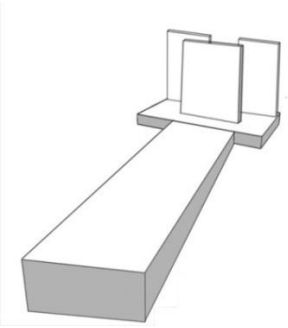
Lebar panggung 240 cm ini adalah ukuran terbaik utuk acara *fashion show* dengan skala yang besar. Ukuran ini adalaha ukuran yang ideal untuk dapat menampilkan kurang lebih empat model dalam waktu yang bersamaan dan dapat menyajikan *fashion* sow yang baik. Dan ukuran ini disarakan ntuk acara *fashion show* dalam skala yang besar



Gambar II.5. *Fashion Show Basics*

(sumber: www.jericho*stage*.com)

Pintu masuk ke panggung *runway* juga menjadi bagian yang penting dalam sebuah pertunjukan, pintu masuk ke panggung *runway* dapat menjadi sesuatu yang menarik untuk ditunjukan dalam sebuah acara *fashion show*. Meskipun ada pilihan untuk membiarkan pintu masuk tersebut tetap kosong, tetapi akan membuat panggung *fashion show* yang besar menjadi terlihat sangat polos. Karena itu mengapa paggung *fashion show* lebih baik dibuat sedikit berwarna dan bervariasi.



Gambar II.6. *Fashion Show Basics*

(sumber: www.jerichos*tage*.com)

Desain panggung ini menggunakan dua pintu masuk yang menuju ke panggung *fashion show*. Dengan fasilitas dua pintu masuk ini memberikan lebih banyak ruang untuk para model untuk bergerak menuju panggung *runway* utama.

II.3 Fashion dan Kecantikan

Mempercantik diri demi keindahan bukan merupakan hal terlarang dalam Islam. Bahkan, ia menjadi fitrah bagi manusia, khususnya wanita. Islam tidak melarang berias dengan pakaian, sepatu, tas, ataupun aksisoris lainnya, karena sesungguhnya Allah itu indah dan Allah menyukai keindahan. Meskipun kecantikan dan keindahan merupakan hal yang fitrah, dan tidak dilarang dalam Islam, namun untuk mencapai kemaslahatan, Islam memberikan aturan terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kecantikan tersebut. Berikut lima aturan dasar mempercantik diri yang termuat dalam Al-Quran dan Al-Hadist.

- Tidak membuka aurat
- Tidak menyambung rambut
- Tidak mentato
- Tidak berpakaian secara berlebihan
- Tidak memakai parfum yang aromanya menyengat

Muslimah mana yang tidak ingin terlihat cantik, tentu saja semua muslimah ingin terlihat cantik dan menarik. Berbagai cara pun dilakukan para muslimah untuk mempercantik diri, mulai dari merawat keindahan rambut hingga mempercantik kuku-kuku kaki. Teknologi kecantikan pun kemudian dihadirkan untuk permintaan akan kebutuhan kecantikan.

II.3.1 Tinjauan Tentang Spa

Spa berasal dari bahasa Yunani, kependekan dari *Sanus Per Aquam* yang berarti perawatan dan penyembuhan dalam atau melalui air. Secara etimologi menurut Kamus Bahasa Inggris Meriem-Webster, kata spa berarti tempat yang berair di Belgium. Dengan berjalannya waktu, arti spa jadi berkembang, yaitu sebuah kegiatan atau aktifitas relaksasi terhadap jasmani dan rohani yang diakibatkan karena sebuah pola kegiatan rutinitas hidup manusia.

Konsep dari spa sebenarnya berasal dari jaman kekaisaran Romawi ketika pasukan Legion terkena luka ringan akibat perang. Mereka berusaha mencari cara untuk sembuh dari luka-luka ringan tersebut. Mereka mencari galian sumber air panas dan kemudian membuat kolam-kolam mandi supaya mereka dapat menyembuhkan tubuh yang terluka. Mereka menamai tempat itu dengan "*aquae*" dan kegiatan mandinya disebut spa,dari *Sanus Per Aquam* yang berarti perawatan dan penyembuhan melalui air. Kemudian kota spa di Belgium didirikan untuk tujuan ini, yang kemudian menjadi terkenal pada abad ke-14 dan masih ada sampai sekarang. (Sumber: Brown, Anitra)

Menurut ISPA (*International Spa Association*) ada 7 kategori spa antara lain:

- *Club Spa*

  Spa di klub – klub kesehatan dan rumah sakit serta panti rehabilitas. Spa ini merupakan kesatuan area yang nyaman karena fasilitas yang lengkap. Biasanya lebih banyak menyediakan fasilitas kebugaran dengan penawaran pelayanan di siang hari.

- *Cruisheship Spa*

  Spa di atas kapal pesiar dengan pelayanan professional, tersedia *personal training* dan pelyanan kecantikan di salon.

- *Day Spa*

  Jenis perawatan spa yang menawarkan pelayanan yang terorganisir secara professional yang ditawarkan dalam 1 hari dengan pelayanan dari perawatan rambut hingga perawatan kaki. Biasanya dikunjungi oleh siapa saja yang ingin melakukan manicure, pedicure, facial, ataupun body massage.

- *Destination Spa*

  Spa yang berfokus pada peningkatan gaya hidup dan perbaikan kesehatan melalui pelayanan yang menyediakan kebugaran fisik, program edukasi dan fasilitas penginapan. Biasanya terletak di tempat terpencil dan harus melakukan penginapan beberapa hari.

- *Medi (Medical) Spa*

  Perawatan spa yang menawarkan layanan spa yang focus pada perawatan kosmetik, seperti laser untuk menghilangkan flek atau noda di kulit, injeksi botox atau filler. *Medical Spa* ini selalu dilakukan dibawah pengawasan dari dokter – dokter yang berlisensi dan ahli dibidangnya.

- *Mineral Spring Spa*

  Perawatan spa yang hanya menggunakan bahan – bahan mineral alami. *Mineral Spring Spa* mengandalkan thermal atau air laut untuk memberikan perawatan hydrotherapy kepada klien. Jika dilihat dari metode perawatannya, maka *Mineral Spring Spa* biasanya dilakukan di dekat sumber air yang dimaksud.

- *Resort Hotel Spa*

  Spa yang berlokasi di sebuah resort atau hotel. Tujuannya adalah untuk menambah kenyamanan dan membuat para tamu atau turis betah berlama – lama di hotel. Jenis perawatannya pun sama dengan spa – spa lainnya.

Spa sendiri merupakan perawatan yang bersifat terapi dan tidak sekaligus. Bentuknya secara menyeluruh meliputi jasmani dan rohani, seperti

- Pemijatan

  Perawatan yang berfungsi untu melepaskan otot – otot dari ketegangan.

- Perawatan kulit dan muka

  Perawatan yang berfungsi untuk mengurangi keriput pada kulit dan muka,

- Berendam / beruap

  Perawatan yang berfungsi untuk melancarkan peredaran darah pada syarat – syaraf tubuh contoh perawatannya seperti *whirpool, sauna,* mandi susu dan mandi rempah.

- *Body scrub* / luluran

  Perawatan yang berfungsi untuk mengeluarkan kotoran badan melalui pori – pori pada kulit.

- Pemijitan titik syaraf

  Perawatan yang berfungsi untuk melancarkan jalannya darah lewat titik syaraf.

- Latihan gerak

  Biasanya dapat dilakukan dengan yoga, *aerobic, body language, taichi,* dan berenang.

Spa dalam konteks modern merupakan titik terapi yang menggabungkan aktifitas relaksasi yang berpengaruh pada fisik dan psikis, yang dalam perkembangannya hal tersebut dikaitkan dengan makin terbatasnya waktu dan tempat / sarana yang dimiliki seseorang dalam melakukan istirahat terlebih kehidupan di kota besar yang sarat dengan berbagai kesibukan membuat orang semakin sulit untuk bersantai dan beristirahat di tengah kesibukan dan tekanan pekerjaan yang ada.

Meskipun sarana spa merupakan fasilitas yang terbuka untuk umum, tetapi didalamnya tergolong memiliki tingkat privacy yang tinggi, hal ini membedakan dengan bentuk aktifitas *entertainment* yang ada. Sejalan dengan perkembangan *trend* untuk kembali ke alam (*back to nature*), maka aktifitas dan sarana pada spa juga dikembangkan dengan memadukan budaya timur yang pada dasarnya juga sudah mengenal metode perawatan jasmani berbahan alami dengan teknik relaksasinya. (Sumber: Lee, 2004)

Kecintaan orang Asia terhadap makanan dan perhatian untuk hidup menjadi lebih baik diwujudkan dalam masakan spa (*Spa Cuisine*), antara lain makanan yang rendah kalori (*low fat*), rendah garam dan rendah kolestrol, tetapi kaya akan citarasa. Masakan spa yang disajikan supaya dapat dicerna dengan baik dan memberikan persediaan pada tubuh dengan jumlah energi yang optimal dan memicu suatu cara makan dan hidup yang lebih baik. Banyak tempat-tempat spa menyediakan asupan

kalori, protein, karbohidrat, dan jumlah lemak, serta menyediakan sesuai permintaan susunan makanan khusus. Ada beberapa yang menggunakan hasil alam, bahkan seringkali dengan tumbuh-tumbuhan jamu dan sayuran dari kebun mereka sendiri. (Sumber: Lee, 2004)

II.3.2 Tinjauan Tentang Sauna

Sauna berasal dari Firlandia yang sudah dikenal sejak 2000 tahun lalu. Mandi sauna adalah pengganti mandi uap kering yang panas di dalam kamar sauna. Menyiram atau meredam tubuh dengan air dingin, akan menambah efek sauna lebih sensitif. Kamar sauna memiliki suhu 60°C - 120°C, dengan kelembaban udara yang sangat kecil (kurang dari 30%), oleh karena itu, orang akan tetap tahan, bahkan rasa panas itu dirasakan sangat nyaman. Permukaan kulit akan terus mengeluarkan keringat yang memiliki fungsi sebagai perlindungan dari sengatan hawa panas.

Perpaduan hawa panas dalam kamar sauna dan pendinginan tubuh di udara terbuka akan menstimulir peredaran darah menjadi lancer, membuat tubuh relax, sehat dan segar. Tujuan dari sauna adalah mengeluarkan zat – zat racun yang mengendap dalam tubuh manusia. Aktifitas sauna adalah aktifitas relaksai yang biasanya dilakukan setalh olahraga seperti fitness dan lain sebagainya. Sebelum bersauna sebaiknya tidak makan terlalu kenyang dan tidak dalam keadaan lapar juga. Selalu itu juga tidak boleh dalam keadaan sedang mengkonsumsi alkohol. Karakter

sauna yang asli adalah kabin kayu (kayu ramin atau pinus), karena memiliki daya serap yang tinggi dan dapat memantulkan kembali suhu panas. Kapasitas kabin sauna, biasanya untuk 1 – 7 orang. (Warton, Susan. “Spas, Hot Tubs and Home Saunas”. Sunset publishing. 1997.86-87)

Seperti yang kita ketahui bahwa ruangan sauna mayoritas terbuat dari material kayu atau balok, dengan peredam panas yang baik. Ruang mandi yang kecil ≤ 16 m², tinggi ≤ 2,5 m. Lapisan luar kayu yang gelap untuk menyerap cahaya panas pada langit – langit dan dinding. Sauna sendiri terdiri atas beberapa ruangan diantaranya beranda, ruang ganti pakaian, kamar mandi, lemari. Tiap ruang harus terpenuhi standar temperature 20 - 22°C untuk ruang ganti pakaian, ≤ 18 – 20°C untuk ruang pendingin air (air dingin). Untuk kapasitas kurang lebih 30 orang, rancangan untuk luas sauna adalah kuranng lebih 150m² dengan rekomendasi untuk beberapa ruang didalmnya seperti ruang ganti dan lain sebagainya, jadi untuk 1 orang diperlukan kurang lebih 5 m² dimensi ruang.

Perlu kita ketahui juga bahwa letak pemanas sauna sebaiknya tidak diletakkan di dalam sauna, tetapi sebaiknya diletakkan secara tersebunyi. Untuk daya pemanas disesuaikan dengan luas sauna, missal untuk ruang sauna dengan luas 25 – 40 m² diperlukan pemanas dengan daya kurang lebih 24 KW (kilo watt) (Neufert, 48)

II.3.3 Tinjauan Tentang Klinik Kecantikan

Pelayanan terbaik yang diberikan oleh klinik perawatan kecantikan tidak hanya terbatas dalam salah satu spesialisasi pelayanan kecantikan, namun selallu berusaha memberikan yang terbaik dari seluruh layanan yang tersedia di klinik perawatan kecantikan. Dengan di dukung oleh tenaga – tenaga yang tanggap dan ahli di bidangnya, menjadikan klinik perawatan kecantikan di percaya oleh berbagai kalangan dalam menangani perawatan keseharian, serta mendapatkan kepercayaan – kepercayaan dari kalangan tertentu yang menginginkan perawatan kecantikannya di tangani (Sumber: SWA 15/XVII/26 Juli – 8 Agustus 2001).

Berikut adalah jasa yang ditawarkan oleh klinik kecantikan ;

- *Microdermabrasi*

Pengelupasan sel kulit yang mati untuk meningkatkan dengan segera penampilan kulit. Ini merupakan perawatan kulit tanpa operasi yang paling canggih. Perawatan ini hanya membutuhkan sedikit waktu sehingga terkenal dikalangan mereka yang sibuk. Kulit yang menjai target dari perawatan ini adalah kerutan halus, bekas jerawat, maupun bekas luka lainnya, noda dan *stretch marks.* Dengan menambahkan vitamin C pada masker wajah untuk hasil yang lebih intensif.

Efek samping dari perawatan ini adalah timbulnya bekas merah pada kulit selama waktu tertentu.perawatan lebih lanjut untuk mengurangi bekas jerawat dan *stretch marks* mungkin akan menyebabkan kulit kemarahan selama 1 – 2 hari.

- *Peeling* / DLP

Dengan formula berkonsentrasi tinggi meningkatkan hasil yang diperoleh dengan *gycolic*. Hasilnya adalah kulit yang halus dan kencang, mengurangi tanda – tanda penuaan dan kerutan halus, serta mengecilkan pori – pori kulit. Hasil terbaik yang dicapai biasanya setelah melalui 3 – 6 kali perawatan atau tergantung dari kondisi kulit masing – masing klien.

- *Detox*

Merupakan proses pengelupasan kulit dengan menggunakan masker rumput laut pada seluruh tubuh. Perawatan ini berguna untuk menghilagkan sel kulit mati. Mineral dan enzim yang terkandung dalam rumput laut dikenal bermanfaat untuk meningkatkan elastisitas dan kehalusan kulit serta merangsang metabolism tubuh.

II.3.4 Tinjauan Tentang *Beauty Salon* (Salon Kecantikan)

Perawatan kecantikan mendukung penampilan luar seseorang yang berpengaruh pada kehidupan sehari – hari. Oleh sebab itu salon kecantikan salah satu bagian penting dari perawatan tubuh.

Salon merupakan tempat berkumpulnya para wanita yang ingin melalukan perawatan terhadap bagian – bagian tertentu pada dirinya agar medapatkan hasil yang maksimal. Berikut beberpa perawatan yang biasanya di tawarkan oleh salon kecantikan yang dikhususkan untuk para muslimah :

a. Perawatan Rambut

Perawatan yang dilakukan pada bagian rambut agar mendapatkan rambut yang sehat serta indah. Macam – macam perawatan rambut sebagai berikut :

- Cream bath

  Perawatan rambut seperti keramas namun menggunakan bahan khusus pengganti shampo. Selain lebh bersih, dengan crem bath ini pelanggan akan dimanjakan dengan pijatan nyaman di bagian kepala yang sekaligus sebagai relaksasi syaraf yang ada di kepala.

- Masker rambut

  Perawatan rambut yang berfungsi menguatkan dan melembutkan rambut khususnya rambut rusak dengan member nutrisi yang banyak mengandung serat dan kaya protein pada batang rambut.

- *Hair styling*

Perawatan raambut yang membuat rambut menjadi lebih indah sesuai dengan keinginan. Dengan cara melakukan pemotongan, pelurusan, pengeritingan.

b. Perawatan Wajah

Wajah selalu menjadi daya tarik utama pada setiap penampilan maka dari itu perawatan wajah menjadi sangat penting. Berikut beberapa perawatan wajah yang ada di salon :

- Facial

  Perawatan wajah yang dapat mengangkt sel – sel kulit mati, mengecilkan pori – pori, membantu mencegah jerawat dan kulit kusam, memperbaiki tekstur kulit, melancarkan peredaran darah pada kulit wajah lewat pijatan – pijatan yang dilakukan, memberikan kelembaban maksimal bagi kulit wajah dan membantu kulit terlihat lebih muda.

- Totok wajah

  Pemijatan yang dilakukan di sekitar area wajah dengan teknik khusus yang akan mengaktifkan titik – titik aura wajah. Biasanya dilakukan pemijatan di area garis senyum, pelipis, atas alis dan pangal hidung. Perawatan ini berfungsi membuat wajah terlihat lebih cerah, kencang, mengurangi kerutan di wajah, menghilangkan dan noda – noda di wajah.

c. Perawatan Tubuh

Aktifitas sehari – hari membuat tubuh menjadi letih dan kurang bersemangat, di butuhkannya perawatan tubuh agar menjadi segar dan bersemangat kembali. Jenis – jenis perawatan tubuh yaitu ;

- Lulur / *scrub*

  Perawatan pada tubuh menggunakan bedak kuning yang telah di olah caranya dengan dioleskan dan digosok perlahan – lahan keseluruh tubuh untuk membersihkan kulit tubuh dari kotoran – kotoran serta mengangkat sel – sel kulit mati pada tubuh sehingga kulit terlihat bersih dan halus.

- Pijat / *massage*

  Perawatan dengan melakuka pemijatan bagian tubuh, berfungsi untuk membantu meringankan ketidaknyamanan akibat nyeri tubuh, meningkatkan system kekebalan tubuh dan kondisi terkait stress seperti insomnia/ susah tidur.

d. Perawatan Kuku

Setiap orang pastinya mendambakan kuku yang cantik dan indah. Untuk mendapatkanya, sebenarnya bukanlah hal yang sulit dengan melakukan perawatan kuku yang baik. Beberapa perawatan kuku yang ada yaitu ;

- Menicure

Perawatan kecantikan kosmetik untuk kuku tangan serta pijat lengan. Kuku direndam pada air hangat yang sudah ditetesi minyak esensial dan bunga – bungaan yang wangi. Setelah itu, kedua lengan dipijat menggunakan krim yang dapat melembutkan kulit. melakuan pembuangan kutikula yang ada pada pinggir kuku dan membentuk kuku menjadi lebih indah.

- Pedicure

  Perawatan kecantikan kosmetik untuk kuku kaki. Kaku direndam di air sabun hangat. Kulit kaki yang mengeras digosok dengan batu apung. Perawatan termasuk pijat kaki agar sirkulasi darah lancer. Lama perawatan 45 menit. Dengan melakuan pengelupasan granualar yang ada pada kaki, pemijatan kaki dan membentuk kuku menjadi lebih indah. Berfungsi untuk menghindarkan kaki dari penyakit kuku.

e. Kecantikan Wajah (Make Up)

Kecantikan wajah sangat identik dengan *make up* menggunakan alat kosmetik. Hal ini memiliki peranan yang penting bagi wanita sehingga menempati salah satu porsi yang paling dibutuhkan.

Ada beberapa jenis penggunaan *make up* diantaranya adalah: *make up* pesta, *make up* natural, *make up* karakter, *make up*

futuristik. Pada umumnya di pakai oleh wanita muslimah adalah *make up* pesta untuk menghadiri acara yang pentik sehingga mereka di wajibkan untuk bermake up untuk tampil lebih menarik. Dan *make up* natural adalah *make up* yang sederhana tidak terlalu mencolok yang biasa di gunakan untuk sehari-hari. Untuk penggunaan kedua ini pada umumnya wanita muslimah tidak menggunakan jasa salon kecantikan.

II.3.5 Tinjauan Tentang *Beauty Shop* (Toko Kecantikan)

Toko kecantikan adalah tempat yang menyediakan berbagai keperluan yang mendukung perawatan kecantikan mulai dari vitamin, peralatan make up, peralatan perawatan wajah, tubuh, kulit, aksesoris, majalah dan buku yang bersangkutan tentang kecantikan. Fasilitas toko ini dibuat dimaksudkan agar pengguna jasa dapat memperoleh informasi kecantikan melalui buku – buku dan majalah. Juga adanya penyediaan produk – produk perawatan kecantikan yang dapat dibeli. Yang dianjurkan digunakan karena aman dalam perawatan tubuh. Secara khusus toko ini hanya akan barang-barang yang halal untuk digunakan muslimah.

Sebuah toko dapat dibagi menjadi dua elemen prinsip yaitu eksterior (memberikan identifikasi menghiasi bagian depan toko, jendela, pajangan serta display) dan interior (yang melanjutkan janji -janji yang ditujukan dari display dan pajangan).

Display merupakan sarana promosi serta sarana untuk menunjukan identitas *retail* kepada khalayak. Penataan *display* yang kreatif merupakan salah satu cara untuk menarik minat pengunjung masuk ke dalamnya. Benda – benda yang di*display* akan terus bergantu sesuai dengan produk – produk terbaru yang dikeluarkan oleh perusahaan. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menata *display* adalah :

- *Display* harus sederhana. Peletakkan berbagai macam barang sekaligus tidak diperbolehkan.
- *Display* harus selalu tampak bersih.
- Menganti *display* secara berkala agar, selalu nampak fresh.
- Pencahayaan yang terang adalah hal yang krusial, baik pada malam hari ataupun siang hari. Track lights yang dapat digerakkan akan bekerja lebih baik untuk menerangi *display* ataupun *signs.*
- Penggunaan bentukan dan warna yang diulang dapat digunakan untuk menarik perhatian pengunjung.
- Mengelompokkan tiga atau lima buah *display* ke dalam satu grup. Jumlah yang ganjil jauh lebih menarik minat mata untuk melihat.
- Benda yang memiliki perbedaan massa dan kedalaman akan menarik mata untuk terus – menerus melihat. Sebuah pyramid atau segitiga merupakan salah satu contohnya.
- Sesuatu yang bergerak digunakan untuk menarik mata pengunjung. (Purnamasari, 2009)

II.3.6 Tinjauan Tentang Pusat Kebugaran *Tubuh* (gym)

Gym adalah Tempat untuk meningkatkan derajat kesehatan dan kebugaran jasmani melalui kegiatan latihan fisik dan olahraga secara baik, benar, terukur dan teratur. (Sumber : Pedoman Upaya Kesehatan Olahraga Di Puskesmas. Departemen Kesehatan Ri Ditjen Bina Kesmas Tahun 2004)

Pusat kebugaran jasmani adalah salah satu usaha yang menyediakan tempat dan bebagai fasilitas untuk melakukan kegiatan latihan kesegaran jasmani atau terapi seagai usaha pokok .Mahalnya harga sebuah kesehatan membuat orang melakukan segala cara untuk menjaga kebugaran tubuh. Melatih kebugaran tubuh dapat dilakukan dengan berbagai cara dan dapat dilakukan dimana saja. Slah satu fasilitas yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat dalam membangun kebugaran tubuh adalah pusat kebugaran. Mengikuti kegiatan olah tubuh dan mengikuti program yang akan menjadi ciri khas sebuah tempat kebugaran. Banyak hal yang ditawarkan dari pusat kebugaran ini. Pusat kebugaran identik dengan kegiatan binaraga, namun tidak sepenuhnya demikian. Bnayak alasan orang untuk melakukan kegiatan kebugaran diantaranya adalah untuk kesehatan tubuh. memperoleh tubuh ideal. Tubuh yang sehat dan ideal merupakn dambaan setiap orang.

Alat – alat yang di gunakan untuk kebugaran tubuh (*gym*) di tempat kebugaran biasa disebut sebagai alat fitnes komersial. Disebut seperti itu karena bisa dipakai dengan cara menyewa atau menggunakan katu member. Biasanya alat ini memiliki fungasi masing-masing yang berbeda tiap alatnya (single station), misalnya yang konsentrasi untuk membentuk otot lengan, otot betis, membentuk perut, membantu pernapasan dan lain sebagainya. Jenis –jenis alat fitness komersial diantaranya;

- **Butterfly machine**

  Untuk melatih otot Pectoralis (otot dada) terutama bagian tengah. Cara penggunaannya yang membuka kearah kepan dan belakang, mirip kepakkan sayap kupu-kupu, maka alat ini disebut butterfly machine. Ini merupakan salah satu alat favorit penggemar fitness. Harga rata-rata 9.700.000-12.000.000

- **Chest Press Machine**

  Untuk melatih otot dada bagian tengah (Pectoralis). Fokus latihannnya dengan arah dorong ke depan.Keunggulannya adalah bentuk pegangannya memungkinkan gaya dorong secara vertikal atau horisontal yang memberikan efek tekanan yang berbeda pada otot dada. Harga alat ini berkisar 9.700.000-12.000.000

- **Leg Press**, **Leg Extention** dan **Leg curl**

  Untuk melatih otot Quadriceps dan Vastus Medialis (otot paha. Alat ini, hampir selalu ada di fitness center, bisa dikatakan alat wajib fitness centre. Untuk leg press ukuran kecil, harga 9. 500.000 – 11.000.000

- **Rowing Machine**

  Untuk melatih otot punggung/sayap (trapecius). Alat yang dilengkapi dengan plate beban internal seberat ±75 Kg, dengan ketebalan besi baja ±2mm ini juga merupakan alat wajib untuk fitness center. Harga yang ditawarkan bisanya antara 8.500.000-10.000.00

- **Bench press**

  Untuk melatih otot chest (dada) bagian atas. tengah dan bawah. Posisi bangku benchnya dapat diubah sesuai kehendak kita (flat atau incline). Alat ini dilengkapi dengan safety hook penahan

- **Twister**

Biasa digunakan untuk melatih otot perut bagian samping. Twister Chair ini dikhususkan untuk fitness center komersial. Harga antara 2.700.000-3.500.000

- **Sit up**

Untuk membantu latihan pembentukan otot perut. Biasanya didesain bantalan kepala lebih rendah daripada kaki, dengan pengait pada kaki. Harga di pasaran ada di antara 1.500.000-3.500.000

- **Jogger**

Jogger atau biasa disebut, adalah alat yang dapat membantu kita untuk latihan berlari (jogging). Baik, untuk memilih treadmill multy fungsi , karena tidak hanya berfungsi sebagai jogging area, namun juga mempunyai fungsi-fungsi lain seperti adanya massager atau mesin pemijat sebagai penghancur lemak di bagian pinggang dan pinggul. Harga untuk Jogger ini biasanya antara 3.800.000-4.800.000

- **Power rider**

Alat berbentuk seperti sepeda ini, memiliki fokus penekanan latihan pada otot paha, panggul dan lengan. Saat digunakan, gerakan kita akan seperti menunggang kuda, ini dapat memberikan

hasil yang intens untuk latihan jantung Anda. Harga yang ditawarkan berkisar 1.300.000-2.500.000

- **Freestyle glider**

Freestyle Glider ini, menitikberatkan latihan kaki. Baik untuk membentuk otot betis dan telapak kaki. Selain itu, dapat membakar kalori lebih banyak, denganlatihan yang dapat dikatakan ringan. Alat ini bisanya dilengkapi dengan monitor detak jantung,jarak,hitungan,kalori yang terbakar. Harga berkisar di antara 2.200.000- 3.500.000

II.3.7 Tinjauan Tentang Gedung Serbaguna

Dengan ada *muslimah center* maka akan banyak terjadinya kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan bersangkutan dengan kecantikan seperti pameran produk kecantikan, workshop, seminar tentang keagamaan. Dan dari kegiatan – kegiatan tersebut maka di butuhkan tempat untuk menyelenggarakannya. Oleh karena itu diperlukannya gedung serbaguna.

Adapun karakteristik dari gedung serbaguna adalah sebagai berikut :

- Terdiri dari tiga atau lebih, aktifitas – aktifitas yang saling menunjang.
- Komponen – komponen yang saling terintergrasi dengan baik.

- Perkembangan yang saling melengkapi karena terdiri dari para pelaku aktifitas yang berbeda. (terhadap pasar)
- Mempunyai orientasi yang kuat ke dalam tapak.

II.3.8 Tinjauan Tentang Gedung Kafe

Kafe merupakan tempat penjualan berbagai macam makanan dan minuman, baik makanan berat ataupun makanan ringan. Didalam sebuah kafe sekurang-kurangnya terdapat pembagian ruang antara lain :

- Area makan

Yaitu tempat untuk menikmati makanan dan minuman ringan yang berupa:

- Minuman dingin yaitu jus buah, milk shake, soft drink.
- Minuman hangat yaitu hot chocolate, the.
- Makaman ringan yaitu roti, salad dan camilan ringan.
- Makanan hangat yaitu sup ayam, sandwich.

- Lounge

Yaitu tempat tunggu sementara dibagian kafe. Biasanya area ini digunakan sebelum memulai makan, namun bisa juga dipakai untuk bersantai setelah makan dan minum.

Dalam meracang sebuah kafe ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Beberapa persyaratan ruang untuk area makan:

- 1,2 – 1,4 meter persegi perorang yang dilayani pelayan

- 0,83 meter persegi perorang, makanan yang disajikan terbatas, dirancang menurut pola yang ada.
- Peletakan suatu kelompok meja makan sebaiknya dibuat dekat dengan tiang atau kolom, jika berada ditengah ruangan.
- Pintu masuk tidak bersilangan dengan pelayanan.
- Tempat duduk pelayanan tidak terletak pada tempat yang menganggu pengunjung (Lawson,p.58)

Untuk dapat menikmati santapan dengan nyaman. Seseorang membutuhkan meja dengan lebar rata – rata 60 cm dengan ketinggian 75 cm. meja bundar, delapan dan enam siku dengan diameter 90 – 120 cm sangat ideal bagi 4 orang dan mampu menampung 1 atau 2 orang lagi. Jarak anatara meja makan dengan dinding >75 cm karena 1 kursi saja membutuhkan 50 cm untuk ruang gerak, pengaturan ruangan antara meja dengan dinding dijaga sebagai jalan kecil, jarak ini seharusnya sebesar >100 cm. Meja bundar membutuhkan ruang gerak yang lebih banyak dengan perbedaan sampai dengan 50 cm.

II.4. Karakteristik Pengguna Bandung *Muslimah Fashion Center*

Sasaran utama Bandung *Muslimah Center* ini adalah wanita yang dikhususkan wanita muslimah rentang usia dari 17 – 55 tahun, golongan menengah serta menengah ke atas yang bersifat lebih konsumtif dan modis. Kelompok masyarakat seperti ini cenderung memiliki nilai-nilai

kemasyarakatan yang masih tinggi sehingga mereka cenderung membutuhkan privasi. Secara pekerjaan, Bandung *Muslimah Fashion Center* membidik para profesional, karyawan, pelajar dan ibu rumah tangga.

Di sisi lain interaksi juga akan berlangsung dengan para pekerja Bandunng *Muslimah Center.* Mereka juga adalah kelompok masyarakat yang karakternya harus diakomodasi oleh Bandung *Muslimah Fashion Center* . Sekurang-kurangnya tipe pekerja dalam industri ini terdiri dari: dokter kecantikan, *beautycian*, pramuniaga *beauty shop*, *instruktur* kebugaran.

II.5 Studi Banding

II.5.1 Deskripsi

Pelaksananaan studi banding di harapkan dapat mempermudah mahasiswa dalam mengerjakan tugas akhirnya khususnya dalam tahap perancangan di bab selanjutnya. Studi banding ini ditujukan meliputi aktivitas pendidikan, komersial dan apresiasi dengan menitik beratkan pada aktivitas pendidikan dan apresiasi. Berikut hasil dari pelaksanaan dari studi banding:

a. *Fashion* Muslimah Shafira Bandung

Bisnis *fashion* muslimah diplopori oleh beberapa merek yang sampai saat ini tetap eksis diantaranya adalah Shafira. Tren busana muslim salah satu perintisnya adalah Ibu Hj.Zulfaeny Mustafa lewat merek Shafira.

Menurut Ibu Hj.Zulfaeny Mustafa ide untuk memproduksi busana muslim timbul ketika beliau aktif di kegiatan kerohanian di masjid salman ITB. Para mentornya melemparkan gagasan untuk mengembangkan busana muslim yang menarik dan mengikuti perkembangan zaman. Tujuannya, busana muslim tidak lagi dianggap kuno atau ketingalan zaman.

Sejak itu, mulailah beliau merancang busana muslim yang simple, nyaman, modis dan fashionable. Tetapi tetap mengacu pada aturan yang sesuai dengan syariat Islam. Hinggga usia yang ke- 24 tahun saat ini, Shafira sudah tersebar di seluruh Indonesia.

b. *Fashion* Muslimah Dian Pelangi Jakarta

Berbekal pendidikan tata busana dan agama, Dian Pelangi ambil alih usaha butik ibunya. Sejak kecil Dian Pelangi memang disiapakan orang tuanya untuk melanjutkan usaha garmen dan butik. Tanpa menerjang pakem syariat Islam, Dian perlahan mengubah citra negatif busana muslim lewat rancangan yang *stylish dan trendy*.

Di tengah sukses sebagai perancang muda Dian Pelangi menelurkan ‘Hijaber Community’ komunitas muslimah muda yang aktif dan berpengalaman terkait hijab dan Islam.

c. *Fashion Show* By Hijabers *Community* Bandung “Hijab *Fashion Week”*

Satu tahun sekali kota Bandung menggelar acara *Hijab Fashion Week* yang diselanggarakan di Sabuga, acara ini diantaranya menggelar *Fashion Show* yang menampilkan karya-karya perancang muslimah muda di kota Bandung. Dan mewadahi pengusaha industri fashion yang khususnya fashion muslimah untuk berjulan dengan kemasan yang berbeda. Untuk menarik pengunjung setiap hari diadakan fashion show dari desain pilihan.

d. Martha Tilaar *Day Spa* dan Salon

Martha Tilaar Group terus mengibarkan bisnis yang tersebar di seluruh kota di Indonesia dan luar negri seperti Malaysia. Martha Tilaar Salon Day Spa memiliki keunggulan lebih yaitu pada konsep unik dimana treatment kecantikan berfilosofi tradisional Indonesia dan kearifan budaya timur bisa ditampilkan dalam kemasan yang modern.

Setiap perawatan yang dipilih ditangani oleh trapis yang sudah terlatih secara profesional dan lulus dari training centre Martha Tilaar Group. Martha Tilaar Salon Day Spa Bandung tamu terdapat fasilitas lima ruang untuk single treatment, dan satu ruang couple yang luas dan nyaman.

e. Roger's Salon

Roger's Salon yang beralamat di Jl. Ir. H. Djuanda No 97, Bandung. Roger's salon adalah tempat *exclusive* dan modern bernuansa artistic, mewah, megah dan berfasilitas lengkap untuk perawatan kecantikan dan relaksasi tubuh. Dilengkapi dengan pelaratan modern dan yang di dukung oleh tenaga ahli dan professional di bidangnya. Tersedia ruang VIP bagi anda yang mengutamakan privacy dan kenyamanan tersendiri. Roger's Salon menyediakan perawatan dari ujung rambut sampai uung kaki yang akan mempercantik penampilan.

Selain itu Roger's Salon menawarkan perawatan tubuh juga perawatan kecantikan seperti facial, treatment. Face dan bodylifting, detox, slimming. Semua perawatan tersebut dilakukan dan didukung ruang clinic yang tenang dan nyaman.Roger's Salon juga dilengkapi dengan fasilitas wellness center berupa studio senam yang nyaman yang mendukung untuk menjaga kebugaran tubuh melalui beragam

pilihan kelas latihan seperti aerobic, pilates, salsa, line dance, yoga. Dilengkapi dengan café yang menyajikan panduan kenikmatan dan kehangatan dalam suasana nyaman dan santai akan ditemani oleh berbagai menu masakan Indonesia seperti nasi goring, nasi pecel ayam, bihun goreng, nasi soto ayam, gado – gado, yang pasti akan menggugah selera anda. Khusus untuk Café Roger's Dago

f. **Natasha *Skin Care***

Klinik perawatan kulit yang beralamat di Jl. Suprtman No 84, Bandung. Dengan visi menjadi perusahaan yang terdepan di Indonesia di bidang perawatan wajah dan misi menyelenggarakan kegiatan layanan perawatan kecantikan wajah secara professional dengan memperhatikan prinsip – prinsip kesehatan masyarakat dan kelestarian lingkungan. Beberapa perawatan wajah yang bisa dilakukan di Natasha skin Care seperti :

- Natasha skin facial
- Natasha Chemical Peeling
- Jeet Peel
- Microdermabrasi
- Mesotherapy
- Mesotheraphy modern
- Ligth therapy

- Laser Pigmen

g. Etude House

Beauty Shop yang berasal dari negara Korea yang tersebar di berbagai negara termasuk Indonesia. Etude *House* menjual berbagai produk kecantikan, peralatan kecantikan, parfum, hingga cat kuku.

- Produk kecantikan wajah
- Parfum
- Peralatan kecantikan

II.5.2 Hasil Dokumentasi

a. Dokumentasi Butik Shafira



Gambar II.7. *Showroom butik shafira*

(sumber: Dokumentasi pribad 2010 **)**

b. Dokumentsi Butik Dian Pelangi







Gambar II.8. *Showroom* butik Dian Pelangi Jakarta

(sumber: Madammondoq.com **)**

c. Dokumentsi Fashion Show Hijab Fashion Week Bandung





Gambar II.9. *Backstage Area*

(sumber: Dokumentasi pribadi 2012 **)**



Gambar II.10. *Fashion Show*

(sumber: Dokumentasi pribadi 2012**)**

d. Dokumentasi Martha Tilaar Days Spa dan Salon





Gambar II. 11. Ruang – ruang perawatan

(sumber: Dokumentasi pribadi 2012**)**

e. Dokumentasi Roger's Salon



Gambar II.12. Facade

(sumber: www.rogersalon.com **)**




Gambar II.13. Lobby salon dan ruang salon

(sumber: www.rogersalon.com **)**



Gambar II.14. Ruang Spa

(sumber: www.rogersalon.com **)**





Gambar II.15. Area lobby dan ruang klinik

(sumber: www.rogersalon.com **)**

f. Dokumentasi Natasha *Skin Care*



Gambar II.16. Area custemer servis dan kasir

(sumber: www.natasha-skin.com **)**





Gambar II.17. Area tunggu

(sumber: www.natasha-skin.com **)**