

Perancangan Interior Pusat Fashion Lokal “Indonesian Fashion Chamber” di Surabaya

Vonna Vania W., Sriti Mayang Sari dan Celine Junica P.
Program Studi Desain Interior, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: vonnvania@gmail.com; sriti@petra.ac.id, celinejunica.id@gmail.com

Abstrak— Surabaya sedang berjuang dan berkreasi dalam mengembangkan industri kreatif *fashion*. Dalam rangka mewadahi pelaku *fashion*, sebuah organisasi bernama Indonesian Fashion Chamber (IFC) berdiri tahun 2015. IFC telah membuat banyak program dan kegiatan yang kreatif dan turut berkontribusi untuk mengembangkan UKM di Surabaya. Namun, IFC belum memiliki fasilitas permanen yang mampu mewadahi seluruh kegiatannya. Maka, dibutuhkan perancangan sebuah pusat *fashion* lokal “Indonesian Fashion Chamber”. Dengan tujuan memaksimalkan pemenuhan fasilitas dan wadah kegiatan yang dibutuhkan agar semakin membawa manfaat bagi berbagai belah pihak. Konsep yang digunakan adalah “*Idyllically Flexible in Character*” dengan tujuan menciptakan desain yang indah, simpel dan memiliki unsur alamiah yang menitikberatkan kepada fleksibilitas desain dalam melakukan perubahan atau penyesuaian dengan berbagai macam kegiatan dengan tetap berpegang teguh pada karakteristik organisasi IFC.

Kata Kunci— Desain Interior, Pusat Fashion, Fashion, Indonesian Fashion Chamber, Industri Kreatif, Inovatif.

Abstract — Surabaya is currently developing the creative fashion industry. In order to accommodate fashion people, an organization called Indonesian Fashion Chamber (IFC) was established in 2015. IFC has created many creative programs and activities, and also contribute to small business (UKM) development in Surabaya. However, IFC has not had a permanent facility that could accommodate all their activities. Therefore, it is necessary to design a local fashion center "Indonesian Fashion Chamber" that intend to maximize facilities for fashion activity and bring more benefits to various parties. The design concept is "Idyllically Flexible in Character", which aim to create a beautiful, simple, and natural design, that focuses on design's flexibility in doing changes or adjustments to various activities while sticks to the characteristics of IFC.

Keyword— Interior Design, Fashion Centre, Fashion, Indonesian Fashion Chamber, Creative Industry, Inovative.

I. PENDAHULUAN

ERA globalisasi menuntut masyarakat untuk semakin mandiri di tengah persaingan global. Sektor *fashion* menjadi salah satu andalan yang ingin dikembangkan dan didorong oleh pemerintah untuk mengangkat citra industri

lokal di mata dunia. Dunia *fashion* banyak diminati berbagai kalangan masyarakat Indonesia, dari menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Dari anak-anak, remaja hingga dewasa beramai-ramai merambah dunia *fashion*. Masyarakat tidak lagi sekedar bertindak sebagai konsumen, tetapi mulai banyak yang mencoba menjadi *reseller* hingga produsen di dunia *fashion*.

Pesatnya pertumbuhan minat *fashion* di Indonesia selama beberapa tahun terakhir membawa pemerintah Indonesia ke sebuah target baru dimana Indonesia direncanakan menjadi pusat *fashion* muslim dan *modest wear* di tahun 2020. *Fashion* muslim yang dimaksudkan tidak fokus pada pakaian yang secara khusus dirancang dan ditujukan untuk umat beragama islam saja, melainkan lebih mengarah ke *modest wear*.

Berkaitan dengan target yang dibuat pemerintah untuk Indonesia di tahun 2020, para pelaku kreatif di bidang *fashion* tentunya akan terpicu untuk berusaha lebih keras dan lebih efektif untuk membantu pemerintah dalam mencapai target tersebut. Salah satu organisasi *fashion* terbaru di Indonesia, “Indonesian Fashion Chamber” merupakan pelaku *fashion* yang punya cita-cita untuk mencapai target tersebut.

Indonesian Fashion Chamber (IFC) adalah organisasi nirlaba yang anggotanya terdiri dari perancang mode dan perancang busana terkemuka di Indonesia yang mencakup pakaian wanita, pakaian pria, perhiasan, dan desain aksesoris.

IFC didirikan sebagai bentuk dedikasi anggota kepada industri mode Indonesia dan memiliki tujuan untuk membantu pemerintah Indonesia untuk memajukan perkembangan ekonomi dan kemakmuran di Indonesia. Bentuk kegiatan yang dilakukan oleh IFC mulai dari mengadakan acara *fashion show*, membuka toko retail, mengadakan kampanye untuk mengembalikan cinta terhadap busana lokal, mengadakan *workshop*, melakukan pelatihan untuk UKM di Surabaya dan sekitarnya, hingga melakukan kegiatan sosial bagi kaum tidak mampu.

IFC telah memiliki banyak program kegiatan yang menarik dan membawa dampak positif, tetapi IFC belum memiliki sebuah tempat yang permanen untuk melakukan segala kegiatan tersebut, sehingga terkadang memiliki kendala untuk mengatur tempat pelaksanaan untuk setiap waktu dan kegiatan. Tidak adanya tempat yang permanen juga menyebabkan masyarakat kurang bisa mengakses kegiatan IFC apabila publikasi suatu kegiatan tidak dilakukan secara maksimal. Maka, tujuan dari perancangan ini adalah

menciptakan sebuah pusat *fashion* lokal yang dapat membawa dampak positif bagi IFC maupun masyarakat secara umum.

II. KAJIAN PUSTAKA

A. Fasilitas Pusat Fashion Lokal

Rujukan [6] menjelaskan bahwa fasilitas komersial yang diperlukan dalam dunia *fashion* kontemporer adalah yang mewadahi kegiatan produksi, promosi, dan pemasaran atau penjualan. Fasilitas tersebut yaitu:

- 1) *Kegiatan produksi* yang membutuhkan fasilitas gedung atau ruang perancangan. Pada dasarnya fasilitas ini terdiri dari bagian, yaitu:
 - Ruang Desain/Perancangan, merupakan area untuk mendesain karya-karya seperti pakaian dan aksesorisnya
 - Ruang Menjahit, merupakan area untuk menjahit karya-karya yang dibuat
- 2) *Kegiatan promosi* yang membutuhkan fasilitas gedung atau ruang peragaan. Pada dasarnya fasilitas ini terdiri dari 3 bagian yaitu:
 - *Stage*, merupakan area pertunjukkan atau panggung peragaan
 - *Audience*, merupakan area untuk pengunjung dan penonton
 - Area penunjang, terdiri dari ruang persiapan yang meliputi ruang ganti, dan ruang rias, ruang servis, dan *lobby*
- 3) *Kegiatan distribusi dan pameran* yang membutuhkan fasilitas semacam pertokoan atau butik merupakan suatu kelompok shop unit atau spesialis busana dan asesoris pendukungnya. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan pertokoan, terutama pertokoan indoor, yaitu:
 - Memaksimalkan suasana yang atraktif dan efisien di dalamnya untuk memaksimalkan promosi. Pengaturan elemen-elemen, seperti pencahayaan, penghawaan, dan sirkulasi
 - Memberikan batas pemisah atau border antara area penjualan dengan area servis dan penyimpanan barang (storage)
 - Menciptakan fasade yang atraktif untuk menarik pengunjung atau pembeli kedalam pertokoan.
- 4) *Kegiatan pelayanan* yang membutuhkan fasilitas gedung atau ruang penunjang. Pada dasarnya fasilitas ini terdiri dari 5 bagian yaitu:
 - Foodcourt
 - Ruang penyimpanan
 - Ruang Pemeliharaan
 - Ruang informasi
 - Ruang pengelola

B. Definisi Fashion Show

Fashion show merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan gaya *fashion* masa kini. Biasanya *fashion show* diadakan ketika seorang desainer hendak memperkenalkan hasil karya rancangannya. Rujukan [2] menjelaskan bahwa *fashion show* telah difungsikan oleh pabrik baju *ready-to-wear* untuk kegiatan promosi sejak lama. Namun, tidak jelas kapan dan siapa yang mencetuskan penggunaan manusia sebagai model karena sebelumnya model yang digunakan berupa boneka.

C. Jenis Catwalk

Rujukan [1] menjelaskan bahwa panggung *fashion show* atau *catwalk* adalah salah satu alternative yang biasa digunakan pada saat pameran berlangsung dengan cara berjalan di atasnya dan memperagakan mode yang ingin dipertunjukkan. Sifat kegiatan peragaan busana ini secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua tipe:

1) Terbuka

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

2) 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*.

Tipe *catwalk* dibagi menjadi dua, yaitu:

1) 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.

2) Catwalk menggunakan platform

Biasa digunakan untuk acara yang lebih khusus. Untuk acara insidental, panggung dapat bersifat temporer. Tidak mempunyai standar bentuk yang baku. Lebar standart untuk jalan 2 orang

D. Warna

Berdasarkan rujukan [3] warna adalah salah satu hal yang sangat banyak berperan di dalam kehidupan. Warna bisa memberikan makna tertentu atau sebagai simbol, menciptakan asosiasi memiliki dampak psikologi dan memberi warna dalam hidup manusia. Dengan demikian, warna mejadi begitu penting termasuk untuk interior, dalam tatanan ruang, pemberi nuansa menciptakan atmosfer, membuat ruang menjadi lebih hidup, menyatukan sekaligus membedakan ruang juga mampu menciptakan benang merah merah pada tatanan rumah dan mengubah tatanan interior menjadi semakin menarik.

Penerapan warna perlu adanya pertimbangan dalam penggunaannya seperti, ketika memilih baju, sepatu, tas, aksesoris, kita akan mempertimbangkan warna dan keserasiannya dengan yang lain. Demikian pula ketika menata interior, warna menjadi pertimbangan penting. Selain itu, warna merupakan media yang paling mudah diterapkan untuk mengubah atau menciptakan suasana baru sekaligus memperindah interior ruang. Namun sebaliknya, jika salah dalam menggunakan dan menerapkan warna akan membuat kita terganggu. Warna-warna yang memiliki gelombang panjang dimulai dari warna merah sampai dengan warna kuning-hijau.

Warna-warna ini sangat cepat ditangkap mata dan juga memancarkan bias warna yang kuat dan digolongkan sebagai warna hangat yang cocok diterapkan pada interior pusat *fashion*. Sedangkan warna-warna yang memiliki gelombang pendek dimulai dari hijau, sampai warna merah-ungu. Warna-warna ini membiaskan warna yang lembut dan

termasuk dalam kelompok warna yang menyejukkan mata atau biasa disebut dengan warna dingin, berikut efek atau fungsi warna dalam interior:

1) *Membentuk mood dan atmosfer ruang*

Secara psikologis setiap warna identik dengan perasaan atau suasana tertentu. Warna-warna hangat dipercaya berasosiasi perasaan gembira, agresif, aktif dan dominan. Sedangkan warna-warna dingin cenderung identik dengan ketenangan, pasif, kesedihan dan keteduhan.

2) *Memusatkan dan mengalihkan perhatian*

Warna dapat berfungsi untuk memusatkan atau bahkan mengalihkan perhatian pengamat terhadap hal tertentu dalam ruang. Jadi apabila dalam perancangan *fashion center* dalam ruangnya ingin ada benda, bidang, atau bahkan area yang di tonjolkan guna menarik perhatian pengunjung maka dapat menggunakan warna yang cerah dan kuat seperti merah, orange, kuning, atau warna *solid* lainnya. warna lain bisa digunakan tetapi warna ini harus lebih kuat karakternya dari pada di sekitarnya.

3) *Untuk memecahkan dan menyatukan ruang*

Batas sebuah ruang dalam interior tidak hanya berupa dinding, pintu dan partisi. Warna juga bisa berfungsi sebagai pembeda pada setiap ruang. Paduan warna analog, monokromatik, komplementer dan warna kontras bisa di gunakan sebagai pembeda batas ruang secara lebih tegas.

E. Cahaya

Pencahayaan sangat diperlukan dalam penataan sebuah *fashion center* dikarenakan pencahayaan dapat membantu menampilkan daerah mana yang seharusnya gelap dan daerah mana yang seharusnya terang, sehingga dapat menunjukkan kontras yang ada. Pencahayaan juga sangat berpengaruh terhadap penampilan warna-wami pakaian.

Rujukan [5] menjelaskan aspek lighting merupakan aspek yang penting dalam *fashion show* dan retail karena dapat mendukung terbentuknya suasana dan efek drama yang dibutuhkan. Dalam buku ini dibahas bagaimana standar pencahayaan yang khususnya dampaknya kepada manusia.

1) *Lighting for people*

Pada saat mengatur pencahayaan dalam sebuah ruangan, kebutuhan dan kenyamanan manusia haruslah menjadi yang utama dan menjadi yang paling dipertimbangkan.

2) *How much light is enough?*

Setiap negara memiliki kode dan standar pencahayaan yang dimaksudkan untuk memberi panduan tentang berapa banyak cahaya yang harus digunakan untuk menciptakan ruang yang terang. Secara umum pada setiap standar pencahayaan menunjukkan rekomendasi seperti 200 lux di lantai lobi masuk, 100 lux di lantai koridor, rata-rata 300 lux di atas meja di kelas (dengan keseragaman 80 persen) atau 500 lux untuk permainan sepak bola lima tingkat.

3) *Creating drama through lighting*

Jika ingin menciptakan sesuatu yang dramatis melalui pencahayaan, maka cahaya harus ditembakkan dengan cara yang tidak bisa diprediksi, tidak terduga dan berbeda. Untuk membuat benda atau permukaan menonjol tidak perlu menggunakan sumber cahaya yang sangat terang yang dibutuhkan semua adalah kontrol kontras yang baik.

F. Teknik Pencahayaan dalam Catwalk

Berdasarkan rujukan [4] ada beberapa macam teknik pencahayaan dalam *catwalk*, antara lain:

1) *Full Spectrum Lighting*

Lampu putih spektrum penuh seperti namanya, menampilkan semua frekuensi cahaya pada tingkat iluminasi yang sama dengan warna putih. Sebaliknya, lampu fluorescent sementara warna putih tampak tidak menonjolkan spektrum frekuensi penuh.

Pencahayaan spektrum penuh sangat penting untuk benar-benar menerangi spektrum penuh warna, tekstur dan warna pada pakaian mana saja yang akan ditampilkan. Kita cenderung menggunakan lampu pijar, serupa dengan yang dipasang di pencahayaan panggung untuk produksi teater, untuk mencapai spektrum iluminasi yang tepat.

2) *Suhu warna*

Suhu warna sama pentingnya dalam menciptakan nada dan warna yang sesuai dengan suasana pertunjukan Anda yang dengan tepat mencerminkan emosi yang ingin dicapai dalam sebuah *fashion show*. Seberapa hangat atau dinginnya cahaya putih tergantung pada fenomena yang disebut pergeseran amber, dengan tujuan normal untuk mencapai cahaya suhu sedang dan warna netral.

3) *Distribusi cahaya*

Memastikan bahwa model terkena sinar pencahayaan di manapun mereka berada di *catwalk* sangat penting untuk memastikan semua audiens Anda penuh dengan pertunjukan Anda. Dengan menggunakan beberapa sumber cahaya pijar, didistribusikan dan dipasang secara merata dengan memperhatikan arsitektur tempat dan penempatan *catwalk* itu sendiri, dapat mencapai tingkat distribusi cahaya yang benar untuk memastikan efek maksimum dan jarak pandang dari kain.

III. METODE PERANCANGAN

Metode perancangan yang digunakan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

A. Tahap *Inquiry*

Tahapan ini merupakan tahap awal dimana penulis mencari informasi umum seputar dunia *fashion* dan organisasi *fashion* di Indonesia, terutama Surabaya.

B. Tahap *Emphatize*

Tahapan ini merupakan tahap dimana penulis mulai mencari data secara lebih mendalam, antara lain:

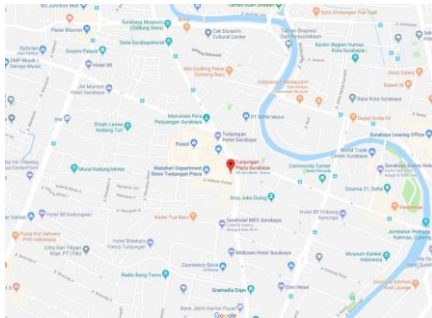
- 1) Data literature, diperoleh melalui buku, jurnal, maupun internet untuk melengkapi data sebagai landasan teori perancangan.
- 2) Data lapangan, diperoleh dengan melakukan wawancara kepada IFC dan observasi ke lapangan untuk mendapatkan data lapangan fisik dan non-fisik.
 - IFC diciptakan oleh dedikasi anggota untuk industri mode Indonesia dan untuk terlibat dengan pemerintah Indonesia sebagai penyumbang pertumbuhan ekonomi Indonesia. IFC berusaha untuk memperkuat fondasi dari mereka dalam keterlibatan dalam industri *fashion*, yaitu, badan usaha, institusi pendidikan, dan komunitas mode, melalui seminar, diskusi kelompok terfokus, lokakarya, pameran perdagangan.



Gambar 3. Logo IFC

Huruf F menonjol pada logo IFC, menekankan F sebagai elemen *fashion* dari organisasi IFC. Bentuk umumnya mencerminkan ruang terbuka (ruangan untuk berkumpul, untuk menciptakan secara bebas). Huruf F juga mewakili pilar, simbol kekuatan organisasi kita. Warna *orange* dipilih untuk mencerminkan muda, kreativitas, dan energi segar dan hitam dipilih untuk mewakili kebangkitan.

- Rencana *site* yang akan digunakan merupakan *convention hall* terbaru dari Tunjungan Plaza 6, yaitu *Chameleon Hall*. Tunjungan Plaza terletak di tengah kota Surabaya sehingga memiliki posisi yang strategis. Tunjungan Plaza merupakan mall terbesar di Surabaya yang juga merupakan salah satu *mall* yang sering mengadakan *event fashion*, dan salah satu *event* terbesar adalah Surabaya *Fashion Parade* (SFP). Hal ini yang mendukung pemilihan *site* sebagai *site* yang tepat untuk merancang pusat *fashion* lokal di Surabaya



Gambar 2. Peta Lokasi Site

Chameleon hall ini memiliki kelebihan dibanding hall pada umumnya karena memiliki sumber pencahayaan alami yang tinggi melalui fasade berbahan kaca transparan. Hall ini juga memungkinkan adanya penghawaan alami tetapi hanya pada daerah balkon saja.

- 3) Data tipologi, diperoleh dengan penelitian langsung ke tempat sejenis atau informasi tempat sejenis yang di dapat internet. Data sejenis yang didapat dijadikan perbandingan.

C. Tahap *Define*

Data yang sudah terkumpul diolah dan dijabarkan dalam kategori masing-masing, agar dapat dianalisis dengan mudah pada tahap selanjutnya. Data yang adalah dianalisis dan diolah untuk mendapatkan kekurangan, kelebihan dan masalah baik secara fisik maupun non-fisik.

Hasil olahan data dijadikan pedoman dalam tahapan perancangan selanjutnya. Perancang akan mencari solusi dalam permasalahan yang didapat dari tahap analisa. Solusi kemudian disajikan dalam bentuk konsep sebagai penyelesaian masalah.

Objek perancangan yang akan dirancang adalah sebuah pusat *fashion* lokal yang dikelola oleh sebuah organisasi *fashion* di Surabaya “Indonesian *Fashion Chamber*” dengan luas $\pm 1.342\text{m}^2$. Dalam perancangan ini ada dua kebutuhan besar secara umum yang perlu dipenuhi yaitu, memfasilitasi kegiatan internal organisasi “Indonesian *Fashion Chamber*” dan memberi edukasi dan hiburan kepada masyarakat luas tentang dunia *fashion*.

Berangkat dari kedua hal tersebut, fasilitas dan ruang yang terdapat dalam perancangan ini meliputi:

1) Fasilitas Utama

- *Exhibition Area*
- *Workshop Area*
- *Multifunction Area*
- *Community Area*
- *Retail Area*
- *Cafe Area*

2) Fasilitas Penunjang

- *Lobby Area*
- *Backstage and Storage Area*
- *Pantry Area*
- *Cashier Area*
- *Fitting Room*

D. Tahap *Brainstorm*

Pada tahap ini adalah tahap untuk berpikir mengenai ide-ide desain yang dituangkan ke dalam sketsa-sketsa desain skematik. Desain skematik dapat berupa gambar manual atau berupa gambar 3D menggunakan komputer.

E. Tahap *Prototype*

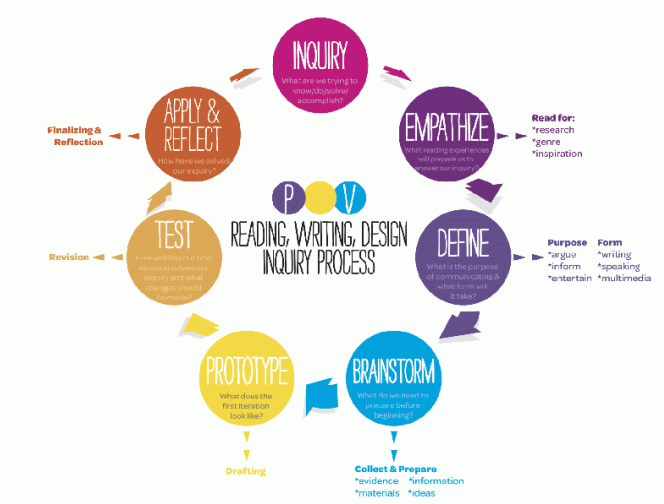
Tahapan ini merupakan tahapan dimana penulis mengerjakan gambar kerja untuk desain pusat *fashion* lokal, membuat gambar detail untuk perabot dan elemen interior yang fleksibel. Penulis juga membuat maket studi yang kemudian dilanjutkan dengan maket presentasi, serta *design board* sebagai pendukung alat pendukung presentasi.

F. Tahap *Test*

Tahapan ini merupakan tahap pengujian berupa ujian sidang akhir dimana desain akan diberi kritik dan masukan yang membangun dari penguji.

G. Tahap *Apply and Reflection*

Tahapan ini merupakan pembuatan refleksi mengenai perjalanan mengerjakan tugas akhir dan refleksi mengenai apakah desain pusat *fashion* lokal memang membawa dampak dan hasil yang menyelesaikan permasalahan yang ada.



Gambar 1. Bagan metode perancangan

Sumber:

<https://tccl.arcc.albany.edu/knilt/index.php?title=File:InquiryProcess.gif>

IV. KONSEP & TRANSFORMASI DESAIN

A. Konsep Desain

Konsep dasar dari perancangan ini adalah *Idyllically Flexible in Character*. Tujuan dari konsep ini adalah menciptakan desain yang indah, simpel dan memiliki unsur alamiah yang menitikberatkan kepada fleksibilitas perabot dalam melakukan perubahan atau penyesuaian dengan berbagai macam kegiatan dengan tetap berpegang teguh pada karakteristik organisasi IFC.

Fleksibilitas menjadi unsur yang penting karena dapat dilihat dari *problem statement* yang telah dikemukakan di bagian *framework*, IFC memiliki banyak kegiatan tetapi beberapa kegiatan tersebut sifatnya tidak permanen. Maka perabot yang dapat diubah penataannya akan sangat membantu meningkatkan nilai fungsi dari perancangan ini.

B. Karakter, Gaya dan Suasana

Karakter dan gaya yang ingin digunakan pada desain perancangan ini menggunakan perpaduan bentuk geometris yang simpel untuk menciptakan sebuah *open plan space*. Hal ini bertujuan agar pengunjung merasa memiliki kebebasan dalam mengeksplorasi pusat *fashion* lokal. Namun, sirkulasi yang digunakan adalah sirkulasi linear bercabang dimana walaupun menggunakan konsep *open plan space* tetapi juga akan mengarahkan pengunjung ke suatu arah tertentu.

Suasana ruang yang ingin dicapai dalam perancangan ini adalah suasana yang nyaman melalui kesederhanaan alami, tetapi juga memiliki aura segar yang memicu semangat pengunjung. Hal ini akan diolah melalui pemilihan material yang akan digunakan, dimana untuk kesan alami dan sederhana akan menggunakan material seperti semen, kayu dan besi tanpa aplikasi *finishing* yang berlebih sehingga tekstur alami yang indah bisa terekspos. Tumbuhan hijau juga akan digunakan sebagai aksan pemanis. Untuk aura segar akan mengambil dari logo IFC yaitu warna *orange* sebagai warna aksan yang diaplikasikan pada lantai dan perabot.

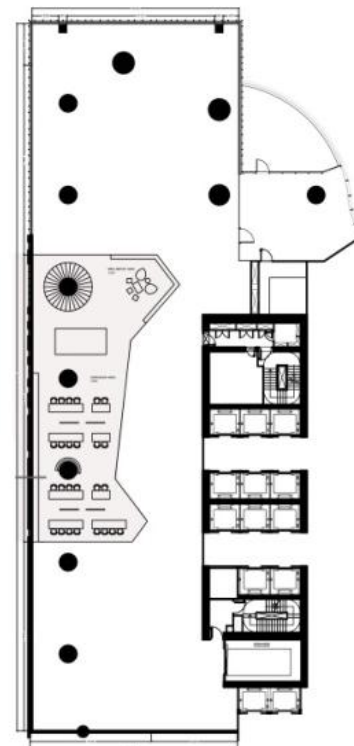
C. Skematik Desain

1) Desain Layout

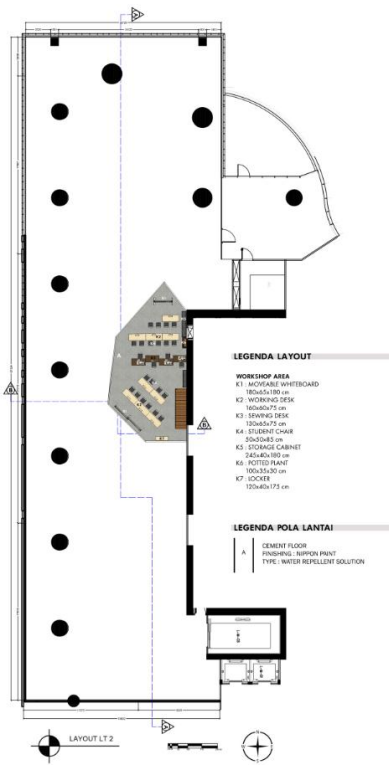
Konsep dari desain layout yang ingin diciptakan adalah layout yang terbuka dan memberi kesempatan bagi pengunjung yang masuk untuk mengeksplorasi seluruh bagian ruang. Di sisi lain, penulis juga membuat sirkulasi linear bercabang untuk tetap memberi pedoman bagi pengunjung.



Gambar 4. Layout lantai 1



Gambar 4. Layout lantai 2



Gambar 10. Layout lantai 2

2) Perspektif

Area lobby merupakan area pertama yang dimasuki pengunjung dimana akan ada resepsionis dan fasilitas tunggu. Resepsionis akan menyediakan informasi bagi pengunjung baru yang belum mengenal pusat fashion lokal.



Gambar 12. Perspektif lobby area



Gambar 12. Perspektif lobby area

Area exhibition merupakan area dimana pengunjung dapat melihat dan mempelajari secara umum tentang dunia fashion sesuai dengan yang sedang dipamerkan. Pameran ini sifatnya tidak permanen sehingga isi dari pameran bisa berubah secara berkala dan dikelola IFC.



Gambar 13. Perspektif exhibition area

Area ini dilengkapi dengan box modular untuk display barang pameran dan manekin. Box ini dapat digeser dan ditumpuk sehingga memungkinkan perubahan penataan dan jumlah display.



Gambar 13. Perspektif exhibition area

Area kafe ini dibuka untuk umum bagi pengunjung dengan tujuan memenuhi trend masyarakat yang menyukai duduk santai di kafe dan juga berguna untuk pengunjung yang datang hanya untuk menunggu pasangan atau keluarga yang sedang mengikuti kegiatan yang diadakan IFC.



Gambar 14. Perspektif cafe area

Area ini merupakan area dimana pengunjung dan UKM dapat mendapatkan pengajaran dari tenaga ahli tentang berbagai macam pelajaran berkaitan dengan *fashion*. Area ini terbagi menjadi dua bagian yang memungkinkan dua kelas dilakukan secara bersamaan



Gambar 15. Perspektif *workshop area*

Area retail merupakan area dimana anggota IFC mendapat kesempatan untuk mempromosikan dan menjual hasil karya *fashion* mereka. Barang yang dijual terdiri dari baju, celana, rok, terusan, hingga aksesoris. Dilengkapi dengan sistem modular pada *display* baju yang memungkinkan penataan dan jumlah *display* diubah sesuai kebutuhan.



Gambar 16. Perspektif *retail area*

Area ini merupakan area utama dari pusat *fashion* lokal ini dimana area ini yang akan mewadahi kegiatan-kegiatan penting yang menjadi perhatian utama dari komunitas IFC. Area ini disebut area multifungsi karena area ini akan memfasilitasi kegiatan besar yang diadakan secara rutin dalam jangka waktu tertentu secara rutin tanpa urutan yang tetap.



Gambar 17. Perspektif *multifunction area (fashion show)*

Terdapat dua elemen penting pada area ini, yaitu kursi dan box dekorasi. Penataan kursi dan box dekorasi dalam diubah dan disesuaikan dengan kebutuhan kegiatan yang sedang berlangsung. Pada saat *fashion show* box dekorasi berfungsi sebagai pembentuk alur runway, sedangkan pada saat *talk show* box dekorasi berfungsi sebagai *entrance*.



Gambar 17. Perspektif *multifunction area (talk show)*

Area ini akan digunakan untuk rapat rutin organisasi IFC serta digabungkan dengan area administrasi sederhana untuk tenaga admin IFC.



Gambar 17. Perspektif *community area*

Area ini merupakan area di balik layar. Namun, memiliki peranan yang penting dalam menentukan acara dapat berjalan dengan baik atau tidak, terutama acara *fashion show*. Dalam sebuah acara *fashion show*, area backstage akan digunakan untuk jangka waktu yang panjang mulai dari persiapan model dan persiapan pakaian yang akan dipakai saat *fashion show*



Gambar 17. Perspektif *backstage area*

VI. KESIMPULAN

Pusat *fashion* lokal “Indonesian *Fashion Chamber*” ini merupakan tempat dimana anggota IFC dapat melakukan seluruh kegiatan internal mereka dan di saat yang sama memberi kontribusi kepada masyarakat dalam sektor *fashion*. Masyarakat dapat memperoleh pengetahuan tentang dunia *fashion* melalui pameran, *fashion show*, *talk show* serta kegiatan *workshop*.

Konsep *Idyllically Flexible in Character* pada perancangan interior ini dirancang sesuai dengan kebutuhan dan masalah yang dihadapi IFC. Konsep ini akan memfasilitasi kegiatan IFC yang bermacam-macam dengan desain perabot dan elemen interior yang fleksibel. Konsep ini juga akan memperlihatkan karakteristik IFC sendiri melalui konsep *open plan* pada *layout* dan warna sesuai filosofi logo IFC.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis, Vonna Vania W., mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menyertai, memberikan kekuatan selama pengerjaan Tugas Akhir dan jurnal ini sehingga selesai tepat waktu. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada, Dr. Sriti Mayang Sari, M. Sn, dan Celine Junica P., S. Sn, selaku dosen pembimbing.

Penulis juga ini berterima kasih kepada keluarga dan teman yang senantiasa memberi bantuan moral dan materi dalam pengerjaan Tugas Akhir ini. Penulis berharap jurnal ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan pembaca. Akhir kata, penulis menyadari kekurangan dalam penulisan jurnal ini dan berhadapan mendapat kritik dan saran yang membangun dari pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ceisari, Annisaa. “Perancangan Interior *Fashion Center* dengan Tema *Futuristic Style*”. Skripsi. Universitas Komputer Indonesia Bandung, 2012.
- [2] Everett, Judith dan Kristen Swanson. 2013. *Guide to Producing a Fashion Show*. Fairchild Books: New York.
- [3] Himmah, Alliyatul. “Perancangan Kembali Citra Muslim *Fashion Center* di Malang”. Skripsi. Sarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012.
- [4] <http://www.sxsevents.co.uk/projects/fashion/fashion-show-lighting-lights-catwalk>
- [5] Innes, Malcolm. 2012. *Lighting for Interior Design*. Laurence King Publishing: London.
- [6] Susanti, Desy. “Pusat *Fashion Kontemporer* di Yogyakarta”. Skripsi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2011.