

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir ini, sejalan dengan tren yang terjadi di dunia internasional. Industri kreatif yang banyak mengandalkan pada internet ini mampu menembus pasar internasional melalui prosedur yang mudah, sementara pasar di dalam negeri sendiri cukup prospektif. Perkembangan ini kemudian direspons oleh pemerintah dengan membentuk kementerian khusus yang menangani industri kreatif yakni Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif yang dipimpin oleh menteri Marie Elka Pangestu (Rahayu PES 2011).

Industri Kreatif dapat dikembangkan salah satunya di dunia *fashion style*. Karena mengingat perkembangan jaman yang begitu pesat hingga gaya berbusana seseorang menjadi nilai pendukung dalam menilai penampilan seseorang. *Fashion* atau busana adalah segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh, baik dengan maksud melindungi tubuh maupun memperindah penampilan tubuh. Busana pada umumnya suatu ekspresi atau ungkapan pribadi yang tidak selalu sama untuk setiap orang. Perubahan *mode* yang menyangkut busana akan terjadi lebih cepat dibandingkan dengan perubahan kebudayaan secara keseluruhan. Dalam dunia *fashion* terdapat istilah *fashionable* dan *unfashionable* untuk menjelaskan apakah seseorang tersebut mengikuti perkembangan mode terbaru atau tidak. Sama seperti dalam dunia arsitektur, dunia *fashion* juga tidak lepas dari tangan dan pemikiran-pemikiran yang kreatif serta imajinatif dari para desainer. Melalui para desainerlah tercipta karya-karya *fashion* yang mengubah *trend* dan *mode* sehingga manusia dapat tampil lebih cantik, anggun dan sempurna dari waktu ke waktu. Melalui karya-karya para desainer itu setiap saat seseorang dapat merubah penampilannya menjadi lebih baik (Chintamany 2009).

Salah satu kota maju di Provinsi Jawa Timur yaitu Surabaya, mempunyai banyak sekali potensi untuk berbisnis dalam dunia perdagangan. Dengan segala fasilitas dan keunggulan geografis yang dimiliki membuat kota Surabaya memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Peningkatan ruang untuk kegiatan ekonomi seperti pasar dan pusat perbelanjaan membuat pertumbuhan ekonomi di Surabaya sangat terlihat dan dapat dirasakan. Surabaya juga merupakan kota yang masyarakatnya berasal dari berbagai luar daerah dan berbagai kalangan juga. Pada era saat ini, banyak kalangan dan jenis usia yang sangat memperhatikan *fashion* atau gaya berbusana untuk pertemuan dengan orang-orang tertentu atau sekedar untuk memperindah penampilan diri.



Gambar 1. 1 Grafik Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi, 2011-2022.

Sumber: Data Industri Research

kota Surabaya atau biasa disebut kota pahlawan, membutuhkan lebih banyak lagi tempat - tempat yang menarik dan mampu memberikan andil untuk mengembangkan *fashion* atau gaya busana terkini bagi khalayak luas. Sarana - sarana galeri masih dirasakan kurang, terlebih setelah adanya covid 19 selama lebih dari dua tahun yang mengakibatkan banyak kerugian dan penurunan pengunjung di beberapa tempat di surabaya, sektor pariwisata dan perdagangan terkena imbas dengan berkurangnya jumlah pengunjung atau wisatawan yang berkunjung ke kota Surabaya. Dengan dibangunnya tempat – tempat seperti *fashion gallery* ini diharapkan mampu membangkitkan kembali gairah para pembeli dan pengunjung untuk mengunjungi kota Surabaya. Selain itu juga adanya motivasi dan minat yang tinggi oleh masyarakat terhadap dunia fashion, Antusiasme masyarakat ini perlu mendapat perhatian dan pemenuhan sarana - sarana atau wadah untuk menyalurkan

dan mengembangkannya. Dengan adanya *Fashion Gallery* ini diharapkan menjadi salah satu bentuk upaya pengembangan *trend fashion* serta pengetahuan atau pendidikan dan informasi tentang dunia *fashion* pada masyarakat luas. Menciptakan wadah yang mampu menampung, menyatukan, mewadahi aktifitas dalam berbusana di *fashion gallery* dan menciptakan tempat yang nyaman serta menyenangkan sebagai salah satu alternatif tempat hiburan yang mendidik.

Dipilihnya Kota Surabaya sebagai tempat perancangan pembangunan *Fashion Gallery* ini adalah karena kota Surabaya ibu kota Provinsi Jawa Timur memiliki peran strategis pada skala nasional sebagai pusat pelayanan kegiatan Indonesia Timur, dan pada skala regional sebagai kota perdagangan dan jasa yang pada simpul transportasi (darat, udara dan laut) nasional dan internasional sehingga memberi peluang bagi Kota Surabaya untuk meningkatkan perannya sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN). Letak Kota Surabaya sangat strategis, menghubungkan antara Kota Surabaya dengan kota-kota di sekitarnya yaitu kota/kabupaten yang ada dalam Gerbangkertosusilo, sehingga sangat mendukung percepatan pembangunan di Kota Surabaya. Demikian juga sebaliknya, pertumbuhan Kota Surabaya juga berpengaruh pada perkembangan kota/kabupaten di sekitarnya, secara sektoral maupun keruangan. Dikutip dari Web Universitas Ciputra bahwa di kota Surabaya terdapat beragam Suku yaitu Suku Jawa (53%) adalah mayoritas, namun Surabaya juga menjadi tempat tinggal berbagai suku bangsa di Indonesia, termasuk suku Madura (7.5%), Tionghoa (25.5%), Arab (7%), serta para ekspatriat (sisanya). Sebagai pusat pendidikan, Surabaya juga menjadi tempat tinggal mahasiswa dari berbagai daerah dari seluruh Indonesia, bahkan di antara mereka juga membentuk wadah komunitas tersendiri. Sebagai pusat komersial regional, banyak warga asing (ekspatriat) yang tinggal di daerah Surabaya, terutama di daerah Surabaya Barat. Etnis terbesar adalah Tionghoa, Korea, dan Jepang. Perekonomian Sebagai kota metropolitan, Surabaya menjadi pusat kegiatan perekonomian di daerah Jawa Timur dan sekitarnya. Karena banyaknya Suku yang berada di Surabaya ini, Sebagian besar memiliki potensi minat yang tinggi dalam dunia *Fashion*. Dilihat dari banyaknya Gedung megah di Surabaya juga dengan fungsi-fungsi tertentu terutama gedung pernikahan yang bukan hanya didatangi oleh penduduk Surabaya

tetapi juga penduduk luar daerah atau kota, sangat memungkinkan untuk mendatangi *Fashion Gallery* yang menyediakan tidak hanya *daily outfit* tetapi juga *dress* untuk acara-acara tertentu.

Dunia arsitektur selalu berkiblat pada kekinian atau yang bisa kita sebut kontemporer. Itu sebabnya mengapa gaya arsitektur selalu berubah-ubah dari dulu hingga sekarang setelah melalui berbagai upaya adaptasi dan akulturasi nilai, agama dan budaya dalam masyarakat. Peran arsitektur dalam proses produksi spasial dan proses perwujudan kembali, budaya membangun (spesifik) menjadi pertanyaan terbuka tanpa jawaban yang pasti, apalagi jika dikaitkan dengan dinamika transformasi dan perubahan cepat akibat globalisasi dan perkembangan teknologi media/informasi. Salah satu dampak dari globalisasi adalah tidak dapat dihindari adalah masuknya pemahaman dan konsep-konsep pembangunan, yang belum tentu sesuai dengan kondisi sosial, budaya masyarakat kita. Hal ini sering kali diikuti dengan munculnya berbagai persoalan lingkungan, akibat dari pendekatan pembangunan yang tidak berakar kepada konteks lokal. (Widjaja Martokusumo :Arsitektur Kontemporer Indonesia, Perjalanan Menuju Pencerahan). Sehingga arsitektur kontemporer bisa dijadikan sebuah solusi dalam perancangan bangunan tentang bagaimana merespon isu tentang perkembangan zaman yang beriringan dengan kemajuan teknologi serta globalisasi pada saat ini.

Gallery ini menjadi wadah untuk busana-busana yang indah dan terkini yang dibuat oleh desainer dengan *style* yang bagus dan indah. Pendekatan yang digunakan dalam merancang *gallery* ini adalah pendekatan kontemporer yang artinya modern atau sesuatu yang *up to date*, namun di dalam desain lebih sering digunakan untuk menandai sebuah disain yang lebih maju, variatif, fleksibel dan inovatif, baik secara bentuk maupun tampilan, jenis material, pengolahan material, maupun teknologi yang dipakai. Desain kontemporer menampilkan gaya yang lebih baru. Gaya lama yang diberi label kontemporer akan menghasilkan bentuk disain yang lebih segar dan berbeda dari kebiasaan. Di dalam perancangan *fashion gallery* ini menggunakan sub pendekatan klasik kontemporer. *Fashion Gallery* ini akan terletak di daerah premium Surabaya yaitu Surabaya bagian barat yang termasuk

daerah komersial. Di dalam area *gallery* akan terdapat *office* untuk para pekerja, ruang *fashion show* untuk acara yang biasa diadakan di dalam *gallery* dan juga ruang *workshop* untuk tamu atau pengunjung. *Workshop* secara umum memiliki arti tempat bekerja atau sebuah tempat atau ruang yang dapat menampung aktifitas baik perorangan maupun kelompok dengan output memberikan praktik yang menghasilkan suatu karya. *Workshop* berperan sebagai tempat, wadah, atau ruang yang dimaksudkan sebagai sarana produksi atau pelatihan (Wang, 2021).

Beberapa rumusan masalah dalam perancangan *Fashion Gallery* di kota Surabaya :

1. Apakah Galeri atau Butik yang ada di Surabaya sudah cukup mewadahi bidang *fashion trend* yang ada di kota Surabaya sendiri?
2. Apakah *sense of place* pada Galeri atau Butik yang ada di Surabaya sudah cukup memberikan rasa nyaman bagi pengunjung atau pengguna bangunan yang lain?
3. Bagaimanakah cara agar bangunan yang telah dirancang nantinya akan menjadi galeri *fashion* yang cukup mewadahi dibanding galeri atau butik yang lebih dulu ada?

1.2 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dalam perancangan ini adalah untuk mendapatkan suatu Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur yang jelas dan layak, penekanan desain yang spesifik akan menyesuaikan keaslian/ karakteristik judul dan citra yang dikehendaki atas judul yang diajukan. Tujuan lainnya perancangan *fashion gallery* di kota Surabaya :

- Menghasilkan desain bangunan yang dapat mendorong tumbuhnya kegiatan *fashion* yang beragam secara terpadu dalam satu wadah secara memadai.
- Memudahkan pengunjung dalam memilih *style* yang akan di *mix and match*, juga membuat aktifitas pengguna ruang yang lain terasa nyaman akan ruang bangunannya.

- Menciptakan beberapa fasilitas bangunan yang fungsional sebagai desain yang interaktif dan juga berfungsi sebagai objek wisata.

Sasaran dalam perancangan *fashion gallery* ini adalah :

- Menampung segala kegiatan atau aktifitas yang berhubungan dengan *Fashion* dan *Workshop* bersama Desainer dan Masyarakat yang juga menggemari bidang *fashion trend*.
- Mewadahi berkumpulnya penggemar *Fashion* yang ada di kota Surabaya dan sekitarnya.

1.3 Asumsi dan Batasan

Pada Tugas Akhir yang mengambil Objek Perancangan *Fashion Gallery* di Kota Surabaya dengan pendekatan kontemporer memiliki batasan – batasan dan asumsi yang dapat dijadikan acuan bagi pelaksanaan perancangan yaitu :

A. Batasan

- *Fashion Gallery* dibuka setiap hari mulai pukul 09.00 - 21.00
- Tersedia ruang yang bersifat privat dan non privat di dalam *fashion gallery*
- *Fashion gallery* ditujukan untuk kalangan designer atau masyarakat umum. Bisa juga seperti Siswa atau Mahasiswa pada jurusan yang berhubungan dengan *fashion busana mode*.
- *Gallery* ini di desain untuk kalangan usia dewasa yang memiliki minat dalam dunia *fashion design*.

B. Asumsi

- Kepemilikan *fashion gallery* merupakan kepemilikan swasta
- Sumber dana berasal dari investor asing dan dana lembaga

- Pengunjung *fashion gallery* tidak hanya berasal dari warga asli Surabaya tetapi Juga dari warga luar kota bahkan luar negeri ketika mengunjungi kota Surabaya.
- Terdiri dari lebih dari satu massa

1.4 Tahapan Perencanaan

Tahapan – tahapan yang dilakukan dalam proses perancangan *Fashion Gallery* ini antara lain:

1. Interpretasi judul perancangan *Fashion Gallery* dengan Pendekatan Kontemporer di kota Surabaya.
2. Pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan lokasi objek perancangan *Fashion Gallery* dengan Pendekatan Kontemporer di Surabaya.
3. Analisa mengenai data yang telah didapat agar menghasilkan acuan untuk merancang objek.
4. Rumusan dan metode rancang dapat membantu dalam menentukan dan mendukung konsep.
5. Konsep rancangan yang nantinya akan menentukan bentukan, sirkulasi ruang, dan penempatan ruang dalam bangunan *Fashion Gallery* dengan Pendekatan kontemporer di Surabaya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan dalam penyusunan Laporan Program Perencanaan dan Perancangan ini adalah :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini berisi tentang fakta-fakta mengenai *trend fashion* beserta latar belakang perancangan, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, asumsi dan batasan, dan tahapan perancangan.

BAB 2 TINJAUAN OBJEK PERANCANGAN

Tinjauan mengenai sejarah dan perkembangan dunia *fashion* di dunia dan Indonesia umumnya dan di Surabaya khususnya, terutama mengenai karya rancangan, bentuk penyelenggaraan sebuah acara *fashion show*, dan wadahnya. Tinjauan umum membahas tentang pengertian judul *Fashion Gallery* dengan pendekatan Arsitektur Kontemporer Pada kota Surabaya bagian barat. Sedangkan tinjauan khusus membahas tentang penekanan perancangan, lingkup pelayanan, hingga menentukan perhitungan luasan ruang yang nantinya akan diterapkan pada Perancangan *Fashion gallery* dengan pendekatan Arsitektur Kontemporer.

BAB 3 TINJAUAN LOKASI PERANCANGAN

Pada bab 3 ini berisi tentang tinjauan kondisi fisik dan non fisik Daerah Surabaya barat sebagai lokasi perancangan *fashion gallery*. Deskripsi mengenai latar belakang pemilihan lokasi, penetapan lokasi, dan fisik lokasi yang meliputi aksesibilitas, potensi bangunan sekitar, hingga infrastruktur kota.

BAB 4 ANALISA KONSEP PERANCANGAN

Pada bab ini membahas mengenai Analisa Perancangan dan pendekatan yang merupakan hasil analisis *fashion gallery* pada kota Surabaya. Mulai dari Analisa Site, Analisa Ruang, Serta Analisa bentuk dan Tampilan Analisa Site menyerupai tinjauan lokasi.

BAB 5 KONSEP PERANCANGAN

Berisi dasar dan metode yang dipakai sebagai acuan perancangan, serta konsep-konsep yang dipakai sebagai dasar perancangan tema rancang *fashion gallery* pada kota Surabaya, konsep tapak, bentuk, utilitas, serta struktur.