

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Obyek Rancangan

Objek rancangan adalah *Fashion Center* yang merupakan sebuah jasa yang menyediakan berbagai fashion atau pakaian, berikut definisi tentang *redesain*:

2.1.1. *Redesain Fashion center*

2.1.1.1. *Redesain*

a. *Definisi Redesain*

Menurut Helmi. 2008, Redesain merupakan perencanaan dan perancangan kembali suatu karya agar tercapai tujuan tertentu.

Menurut John M. Redesain adalah kegiatan perencanaan dan perancangan kembali suatu bangunan sehingga terjadi perubahan fisik tanpa merubah fungsinya baik melalui perluasan, perubahan, maupun pemindahan lokasi.

Redesain berasal dari bahasa Inggris yaitu *Redesign* yang berarti mendesain kembali atau perencanaan kembali. Dapat juga berarti menata kembali sesuatu yang sudah tidak berfungsi lagi sebagai mana mestinya (Depdikbud, 1996).

Redesain adalah suatu proses untuk menentukan tindakan-tindakan dimasa depan yang sesuai, melalui suatu tahapan pemilihan. (*Churchman and Ackolt dalam Irfan, 2002 : 1-1*)

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa redesain adalah sebuah proses perancangan atau perencanaan kembali sebuah objek bangunan, baik dirancang kembali secara keseluruhan maupun sebagian yang tidak merubah fungsi tetapi hanya merubah fisik dari bangunan

b. Definisi Revitalisasi

Menurut Danisworo, Revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami kemunduran (*Degradasi*). Skala revitalisasi ada 2 tingkatan yaitu makro dan mikro. Proses Revitalisasi sebuah kawasan mencakup perbaikan aspek fisik, aspek ekonomi dan aspek sosial. Pendekatan Revitalisasi harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan (sejarah, makna, keunikan lokasi dan citra tempat).

Menurut Departemen Kimpraswil (2002) Revitalisasi adalah rangkaian upaya menghidupkan kembali kawasan yang cenderung mati, meningkatkan nilai-nilai vitalitas yang strategis dan signifikan dari kawasan yang masih mempunyai potensi dan atau mengendalikan kawasan yang cenderung kacau atau semrawut.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Revitalisasi adalah upaya untuk mendaur ulang (*Recycle*) dengan tujuan untuk memvitalkan kembali fungsi utama, atau dengan kata lain mengembalikan pada vitalitas fungsi utamanya yang telah pudar sebelumnya.

c. Definisi Rekonstruksi

Berdasarkan UU No. 24/2007 Ttg PB, Pasal 1, Ayat 12, Rekonstruksi adalah pembangunan kembali semua prasarana dan sarana, kelembagaan pada

wilayah pasca bencana, baik pada tingkat pemerintahan maupun masyarakat dengan sasaran utama tumbuh dan berkembangnya kegiatan perekonomian, sosial dan budaya, tegaknya hukum dan ketertiban, dan bangkitnya peran serta masyarakat dalam segala aspek kehidupan bermasyarakat pada wilayah pasca bencana.

2. 1. 1. 2. Definisi *Fashion*

Berikut beberapa definisi dari fashion :

- a. *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 (Adhe, 4 Mei 2008)
- b. *Fashion* sendiri dapat diartikan bagian dari identitas perubahan Era atau zaman. Dan dalam konsepsi lain *Fashion* dapat didefinisikan sebagai gaya hidup atau identitas seseorang di dalam lingkungannya, lebih dari itu *Fashion* sendiri dapat berarti menjadi bagian penting dalam pembentukan identitas seperti, komunitas *Punk* yang selalu tampil dengan rambut *Mohawknya*, karena inilah bentuk identitas *Fashion* yang sebenarnya, bukan hanya terletak pada model tapi jelas konsistensi dalam membangun image penggunanya. (Andi, 24 Januari 2009)
- c. *Fashion* berarti "Busana" yang diambil dari bahasa Sanskerta "Bhusana". Namun dalam bahasa Indonesia terjadi penggeseran arti "Busana" menjadi "Padanan Pakaian". Meskipun demikian pengertian busana dan pakaian merupakan dua hal yang berbeda. Busana merupakan segala sesuatu yang

kita pakai mulai dari ujung rambut sampai ke ujung kaki. Busana ini mencakup busana pokok, pelengkap (milineris dan aksesories) dan tata riasnya. Sedangkan pakaian merupakan bagian dari busana yang tergolong pada busana pokok. Jadi pakaian merupakan busana pokok yang digunakan untuk menutupi bagian-bagian tubuh manusia dalam hidup kesehariannya (*Dahlan, 28 November 2009*)

- d. Pengertian pakaian adalah salah satu kebutuhan pokok manusia disamping makanan (pangan) dan tempat tinggal yang selalu manusia butuhkan untuk kelangsungan hidupnya (<http://antilog.in/pengertian-pakaian>)
- e. Menurut *Troxell* dan *Stone* dalam bukunya *Fashion Merchandising* di definisikan sebagai gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu.
- f. Menurut *Solomon* dalam bukunya *Consumer Behaviour: European Perspective Fashion* adalah proses penyebaran sosial dimana sebuah gaya baru diadopsi oleh kelompok konsumen.

Berdasarkan dari semua definisi di atas, *Fashion* dapat diartikan sebagai suatu kebutuhan pokok manusia selain kebutuhan makan dan rumah yang memang sudah menjadi mayoritas dan bentuk gaya hidup dalam penggunaannya.

2. 1. 1. 3. Definisi Center

- Menurut *John m. Echols* Dalam kamus inggris indonesia *center* yaitu pusat.
- *Center* merupakan Tumpuan, tengah, pusat. Istilah yang digunakan untuk penentuan posisi (*Jajang, 2005:15*)

Berdasarkan definisi di atas, *center* dapat diartikan sebagai suatu pusat seperti yang sudah masyarakat kenal pada umumnya. *Fashion center* yaitu pusat yang menyediakan kebutuhan pakaian untuk memenuhi kebutuhan manusia atau suatu wadah yang menampung kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan usaha tata busana dengan menciptakan suatu rancangan dan pengembang dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.

2. 1. 1. 4. Sejarah Terbentuknya *Fashion* (Pakaian)

Busana dengan segala pernik-perniknya tidak muncul begitu saja (Quick: 256). Pakaian yang biasa manusia kenal ternyata mempunyai sebuah sejarah yang tak terduga-duga. Sejak manusia purba pakaian tidak langsung ada dan dimanfaatkan oleh mereka sebagai alat penutup tubuh mereka yang berfungsi sebagai penghangat tubuh, pakaian dikenal dan dimanfaatkan manusia purba secara bertahap dan berkembang, awalnya manusia purba menutupi tubuhnya dengan daun-daun dan membajui tubuhnya dengan bulu, sampai mereka kenal dengan tali dan benang yang terbuat dari tumbuhan berambut dan jerami yang mereka gunakan sebagai alat tidur. Dari sini muncul perkembangan penenunan benang tersebut dan pembuatan benang tenun yang tipis dari rambut manusia dan serat sutra, ternyata dari beberapa tahap percobaan yang dilakukan manusia purba berhasil mengolah sehelai kain yang besar yang dapat dikerjakan oleh para penenun, dengan demikian kain telah dapat dibuat.

Teknik penenunan mulai berkembang sejajar dengan keahlian membuat benang, pembuatan kain dari serat sabut seperti Woll atau Katun, membawa akibat yang besar. Manusia belajar dari pembuatan benang yang tidak putus-putus

dengan terus meningkatkan mutunya sampai peningkatan produksi tekstil, dari sini melalui proses yang cukup lama akhirnya manusia mengetahui cara membuat tekstil dengan berbagai macam olahan dan bahan yang ada hingga berkembang sampai saat ini. Perkembangan ini ditunjukkan dengan lebih banyaknya bisnis penjualan pakaian yang semakin meningkat.

- **Sejarah pakaian muslim**

Dahulu wanita muslimah pada awal permulaan datangnya islam, mempunyai kebiasaan-kebiasaan jahiliah dengan memakai pakaian harian yang berupa kerudung, yaitu penutup kepala yang dijuraikan kepongung sehingga leher dan kedua telinganya tertutup, maka nampaklah perhiasan-perhiasan yang dipakainya dan semua itu tidak berbeda dengan wanita-wanita pada zaman itu, baik mereka yang merdeka ataupun budak (Muslim, 26 mei 2009).

Jeleknya kebiasaan para pemuda ataupun orang-orang yang suka iseng pada zaman dulu yang suka mengganggu, apabila mereka para wanita keluar malam, dalam rangka menyelesaikan pekerjaan di sawah atau di perkebunan kurma. Maka apabila wanita merdeka lewat di hadapan mereka, mereka ganggu dengan alasan wanita-wanita tadi budak. Dengan entengnya mereka menjawab: "Kami kira mereka adalah budak". Lalu diperintahkanlah kepada wanita muslimah untuk membedakan pakaian dengan pakaian harian budak wanita (pakaian jahiliah). Yaitu dengan berpakaian *Rida'* dan *Lihaf* (pakaian yang menutupi seluruh tubuh layaknya selimut) juga penutup kepala dan wajah agar tampak terhormat dan disegani, hingga tidak ada yang mengganggu mereka. Dengan begitu mereka akan mudah dikenali dan tidak dijadikan bahan iseng atau

godaan. Mengenai keseriusan dalam ketaatan wanita-wanita muslimah untuk memakai jilbab pada permulaan islam, sampai Nabi Muhammad SAW memerintahkan kepada kaumnya khususnya wanita agar selalu menjaga aurat agar terhindar dari orang-orang jail (Muslim, 26 mei 2009).

2.1.1.5. Bahan-Bahan Tekstil

Bahan-bahan tekstil untuk pakaian seperti kemeja, rok dan lain-lain, semuanya merupakan hasil dari rajutan dan tenunan, berikut contoh macam-macam bahan tekstil yang sering dijumpai.

1) Kapas

Kapas adalah tumbuhan tahunan dari tanaman subtropis. Di antara 40 jenis kapas yang ada, terdapat tiga jenis yang terpenting yaitu:

- *Gossypium Hirsutum*
- *Gossypium Bardadense*
- *Gossypium Herbacium*

Kapas memiliki mutu yang baik sebagai bahan sandang. Untuk dipintal terdapat sifat-sifat memegang oleh karena kekusutannya, kehalusan dan panjangnya yang cukup, kekakuan yang lentur, sedang dan dapat melar dan permukaannya mengandung lilin alam. Kain tenunan ini terasa empuk, baik sekali sebagai isolasi panas dan mempunyai daya tarik terhadap zat warna, oleh karena itu keuntungan-keuntungan ini dan harga yang murah kapas sangat banyak dipergunakan.

1. Makin besar panjang seratnya makin besar kekuatannya, makin tinggi kerataan panjang seratnya makin besar kekuatannya dan makin kecil sisanya pada waktu disisir
2. Kekuatan serat besar pengaruhnya terhadap kekuatan benang, kekuatan yang kurang akan mengakibatkan kesukaran pada proses pemintalan

2) **Woll**

Woll adalah kain yang terbuat dari bulu domba yang sudah mengalami berbagai proses. Salah satu ciri dari wol adalah bahwa serat-serat panjang yang condong bersifat kasar sedangkan yang halus bersifat lebih halus. Pada umumnya serat woll yang halus dapat di buat menjadi benang yang halus dengan proses pemintalan.

3) **Sutera**

Sutera adalah benang yang berasal dari kepompong ulat sutra yang sudah melalui proses pengerjaan. Kain sutra merupakan kain yang terkenal kemahalannya, karena sifat kain yang halus yang membuat pembeli banyak tertarik.

Bahan- bahan tekstil di atas merupakan bahan pakaian yang biasa digunakan pakaian umum, berikut bahan tekstil yang sering digunakan khusus pakaian muslim (Hua, 02 Februari 2010)

1) **Katun**

Berbagai macam kain katun yang biasa dipakai untuk pembuatan bahan baju muslim, yaitu:

- 1) Katun Jepang

Berbeda dengan katun-katun yang biasa dijumpai katun jepang memiliki ciri-ciri sebagai identitas yaitu:

- Dibagian sisi ujung bahan terdapat tulisan “*Japan Design*” dan terdapat kode warna pada kain tersebut.
- Daya serap keringat bagus.
- Harga lebih mahal dari kain katun biasa.
- Permukaan kain lebih halus.
- Warna lebih awet dan tahan lama.
- Sering dan cocok digunakan untuk Blouse wanita muslim.

2. Katun Paris Motif

Ciri-ciri katun paris motif adalah

- Memiliki kode warna pada kain.
- Daya serap keringat bagus.
- Harga relatif lebih mahal.
- Warna dan permukaan kain sama dengan katun Jepang.
- Perbedaan antara kain katun Paris lebih tipis dibanding katun Jepang.
- Biasa digunakan untuk blouse wanita muslim.

3. Katun Paris polos.

Katun jenis ini sebenarnya hampir sama dengan katun biasa, hanya saja lebih tipis. Harganya sendiri hampir sama dengan katun biasa, dan katun ini tidak ada kode warna di kainnya. Sering digunakan untuk blouse wanita muslim dan bahan kerudung.

4. Katun Silk/ India/ Zada

Katun jenis ini ada 2 jenis yaitu yang tipis dan tebal. Ciri-ciri kain katun ini adalah:

- Permukaan kain lebih mengkilap.
- Harga sedikit lebih mahal di atas katun biasa, namun tidak semahal katun jepang
- Daya serap keringat paling rendah.
- Warna kilapnya awet meskipun sering dicuci.

5. Katun Minyak

Kain katun ini sama seperti katun lainnya cuma permukaannya terkesan berminyak (kilapnya lain dengan katun silk). Ciri-ciri katun minyak adalah:

- Harga sama dengan katun biasa.
- Daya serap keringat lumayan.
- Kilap akan berkurang setelah beberapa kali pencucian.

6. Katun biasa

Ciri- ciri dari katun biasa ini adalah:

- Motifnya macam-macam : polos, garis, kotak, bunga atau abstrak.
- Harga relatif lebih murah.
- Tidak ada ciri khusus seperti kode warna.
- Daya serap keringat sedang s/d bagus, tergantung prosentasi bahan katunnya
- Warnanya awet meskipun masih di bawah katun Jepang.

2.1.1.6. Karakteristik *Pakaian*

Fashion merupakan bahan pokok yang digunakan manusia sebagai alat penutup tubuh, berbagai macam model dan karakter yang ada pada *fashion*, berikut beberapa karakteristik *fashion muslim*:

- Indah Dan Menarik

Fashion merupakan salah satu seni terapan dari induknya yaitu Seni Rupa atau mengandung suatu nilai Estetis atau keindahan dalam berbagai corak yang disajikan.

- Eksklusif

Dalam dunia *fashion*, dikenal sebagai kategori busana *Haute Couture* (Adi Busana). Adi busana mempunyai pengertian jenis busana berselera dan bermutu tinggi.

- Selalu berubah mengikuti perkembangan jaman (Dinamis)

Sesuai dengan arti *fashion* itu sendiri yaitu gaya busana yang diterima umum selama kurun waktu tertentu. Maka gaya busana akan selalu mengalami perubahan-perubahan setiap waktu tertentu atau musim.

2. 1. 1. 7. Keanekaragaman Produk *Fashion*

Perkembangan Zaman yang semakin hari semakin meningkat, kini telah menjadikan dunia *fashion* mengalami perubahan. Keanekaragaman produk *fashion* timbul karena perubahan lingkungan sekitar demi berbagai kebutuhan dan gaya hidup. Pengelompokan busana secara garis besar adalah sebagai berikut :

1. Pakaian wanita terdiri atas :

- *Evening Clothes* (gaun malam)

- *Winter Wear* (jas, jaket tebal)
- *Dresses* (pakaian sehari-hari)
- *Suits* (jaket dan rok atau celana setelan)
- *Sports Wear* (pakaian olah raga, setelan atau terpisah)
- *Lingerie* (pakaian dalam)
- Lain-lain (pakaian pengantin, busana muslim, baju hamil, dan sebagainya)

2. Pakaian pria terdiri atas :

- *Tailored Clothing* (setelan, jas, jas luar, setelan olah raga, celana panjang *Furnishing* (kemeja, syal, sweater, pakaian dalam, kaos kaki, piyama, dan kimono)
- *Sportswear (Casual)*
- *Work clothes (Overall, kemeja, celana pantalon)*

Sedangkan pengelompokan busana muslim secara global yaitu:

1. Pakaian wanita muslimah

- Blouse
- Jubah
- Gamis

2. Pakaian pria muslim

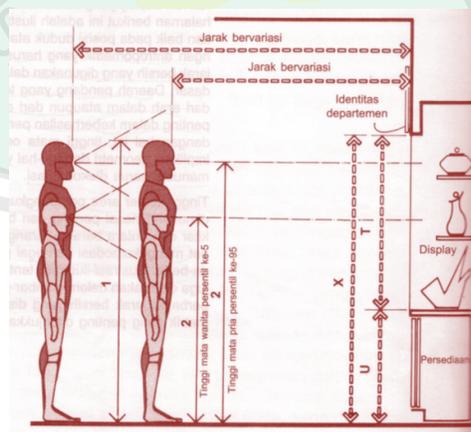
- Koko/taqwa
- Gamis
- Sarung

2. 1. 2. Persyaratan-persyaratan perancangan

Dalam perancangan *fashion center*, perlu adanya persyaratan yang harus di perhatikan sebagai acuan perancangan, berikut persyaratan tersebut,

2. 1. 2. 1. *Displays*

Dalam *Fashion Center*, *displays* merupakan sarana promosi serta sarana untuk menunjukkan identitas penjual kepada pengunjung. Penataan *displays* yang kreatif dan menarik merupakan salah satu era untuk menarik minat pengunjung untuk masuk ke dalam ruang penjualan atau toko. Benda-benda yang *didisplay* akan terus berganti sesuai mode atau perkembangan dengan produk-produk terbaru yang dikeluarkan oleh perusahaan, namun kuncinya tetap satu, yaitu tetap fokus terhadap produk yang akan *didisplay*. Dalam sebuah interior seperti *displays* ini perlu diperhatikan dalam peletakan *display* dengan visual pengguna untuk pengoptimum pengamat pada berbagai lokasi yang berbeda (Julius dkk. 2003). Berikut ilustrasi gambar yang dimaksud:



Gambar 2.1. hubungan display/visual

Sumber: Julius dkk, 2000: 200

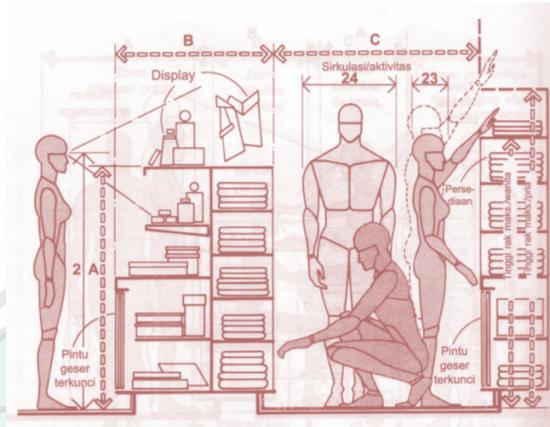
Display merupakan rak/ almari yang paling sering digunakan sebagai wadah penyimpanan barang-barang dagangan. *Display* biasanya dapat dijangkau oleh pembeli dan juga dapat dilihat dengan baik, oleh karena itu penempatannya perlu diperhatikan sehingga bisa dijangkau oleh semua kalangan pembeli. Berikut gambar ilustrasinya:



Gambar 2.2. Tempat penjualan barang umum

Sumber: Julius dkk, 2003: 204

Gambar berikut merupakan ilustrasi tentang bagaimana jarak bersih yang di gunakan pada tempat gantungan barang- barang seperti pakaian dengan memperhatikan ketinggian dan lebar sirkulasi yang sesuai dalam penempatan *display*



Gambar 2.3. Space Display/Visual

Sumber: Julius dkk, 2003: 204

Display merupakan salah satu fasilitas yang harus ada pada perancangan *fashion center*. *Display* merupakan sarana sebagai penarik minat para pembeli, sehingga perlu mengetahui beberapa hal yang harus diperhatikan dalam menata *display*, berikut hal yang harus diperhatikan dalam penataan *display*:

- *Display* harus sederhana dan simpel, perlu diperhatikan untuk tidak meletakkan berbagai macam barang sekaligus karena selain mengganggu visual ketertarikan pengunjung bisa menurun.
- *Window display* harus selalu tampak bersih dan menarik.
- Mengganti *display* secara berkala agar selalu tampak *fresh*.
- Pencahayaan yang terang baik pada malam hari maupun siang hari. *Track Lights* yang dapat digerakkan akan bekerja lebih baik untuk menerangi *display*

- Penggunaan bentukan dan warna yang diulang dapat digunakan untuk menarik perhatian pengunjung.
- Mengelompokkan tiga atau lima buah *display* ke dalam satu group. Jumlah yang ganjil jauh lebih menarik minat pengunjung untuk melihat.
- Benda yang memiliki perbedaan massa dan kedalaman akan menarik mata untuk terus menerus melihat. Sebuah kotak segi empat merupakan salah satu contoh penerapan bentuk untuk menarik perhatian pengunjung
- Sesuatu yang bergerak digunakan untuk menarik mata pengunjung. Serta menggunakan pencahayaan dengan warna yang terang.
- Penggunaan tema yang sama pada *Window Display* dengan *display* lainnya yang terletak dalam toko.
- Sebaiknya dimensi *display* disesuaikan dengan dimensi yang sepadan dengan objek yang dipajang.
- Dasar pemilihan material untuk *display* meliputi biaya, bentuk, dan kegunaan.
- Untuk *retail* sebaiknya menggunakan lampu *Halegon*.

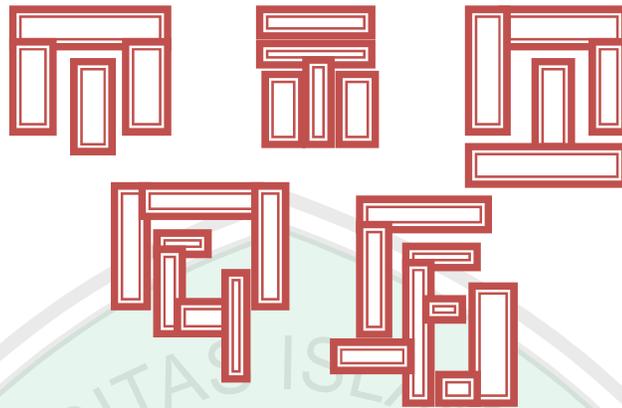
Perlu diperhatikan dalam penempatan *display* pada perancangan antara peletakan dan *space* sirkulasi pengunjung, karena sebagai orang Muslim atau muslimah harus senantiasa menjaga kesuciannya karena sangat berpengaruh dalam desain *Muslim Fashion Center*.

2. 1. 2. 2. Showroom

Showroom berarti ruang atau gedung tempat memamerkan benda atau karya seni, (Kamus Besar Bahasa Indonesia 2001). Dalam *showroom* yang harus diperhatikan adalah perencanaan ruang, pencahayaan dan warna harus baik sehingga mendukung objek yang ditujukan kepada konsumen sehingga menarik perhatian (Pile: 540). Dalam area *showroom*, aktivitas terpenting adalah melihat. Makna yang ada dapat dipahami dengan cara melihat. Oleh karena itu unsur pencahayaan pada display bukan hanya menampilkan cahaya secara sederhana, tetapi bagaimana mendesain unsur pencahayaan tersebut sehingga dapat meningkatkan minat pengunjung terhadap objek yang *display*. Mendisplay barang yang dapat menarik perhatian konsumen adalah menempatkan mata pengunjung pada arah yang optimal. Warna sebagai unsur visual harus diperhatikan agar dapat menunjang segala aktivitasnya. Warna tidak bisa ditambahkan pada bagian akhir *finishing* dalam perencanaan, namun harus merupakan bagian dari konsep desain dan harus diperhitungkan dari awal perencanaan.

2. 1. 2. 3. Fashion Show

Fashion Show merupakan salah satu kegiatan dalam dunia *fashion*. Fasilitas ini berfungsi untuk meningkatkan pemasaran dengan memperkenalkan karya-karya baru dari perancang mode, produsen, dan fabrikasi ke konsumen. Dalam peragaan *Fashion Show* perlu adanya panggung dan *Catwalk*, berikut bentuk panggung atau *Catwalk*



Gambar 2. 4. Panggung tak beaturan

Sumber: : ratih, 2002: 75



Gambar 2. 5. Panggung bentuk lingkaran

Sumber: ratih, 2002: 75

Salah satu unsur paling penting yang perlu diperhatikan untuk merancang panggung adalah kenyamanan sudut pandang penonton terhadap objek yang akan dipertontonkan. Lebih-lebih pada unsur kolom, tirai atau elemen arsitektur yang dapat menghalangi penonton. Berikut beberapa kriteria yang harus diperhatikan dalam pembuatan panggung *Catwalk*:

- Tinggi yang dibuat dalam *fashion center* ini menggunakan ketinggian dari 90 –150 Cm

- Panjang *Catwalk* yang digunakan mencapai 10-13 M, ini agar memungkinkan ruang yang cukup untuk memamerkan pakaian dan memberi ruang yang cukup bagi pengunjung untuk memperhatikan.
- Untuk ukuran lebar dari *Catwalk* ini, mengambil patokan dari 3–4 model yang akan berjalan secara berdampingan. Maka dengan ukuran 2–3 M, model dapat memperagakan hasil rancangan secara nyaman dalam waktu yang bersamaan.

Selain unsur penting di atas perlu juga diperhatikan pendesainan tentang *Catwalk* sendiri. Mengingat pengguna model peragawati yang akan memakai *Catwalk* ini adalah peragawati muslim yang identik dengan pakaian panjangnya. Seperti ketinggian *Catwalk* dan kenyamanan dalam memakai *Catwalk*. Terdapat unsur-unsur yang terkait dibidang masing-masing yang perlu diperhatikan dalam penyelenggaraan sebuah *fashion show* yaitu:

A. **Desainer perancang busana**

Desainer adalah orang yang ahli dalam merancang busana, dalam hal ini perancang menyediakan busana untuk dipertunjukkan dalam acara peragaan busana. Desainer harus memiliki ruangan tersendiri untuk tempat perancangan sekaligus sebagai tempat kerja untuk melayani pembeli. Dalam perancangan ruang desainer pencahayaan merupakan hal terpenting yang harus diperhatikan, selain furnitur yang harus dipersiapkan, karena jika hal yang terpenting ini tidak terpenuhi, bisa berpengaruh pada produksi rancangan yang dihasilkan.

B. Model/ peragawati

Model yaitu orang yang telah disewa untuk memeragakan hasil karya desainer, baik pakaian maupun aksesoris penunjang lainnya. sehingga penonton yang hadir merasa tertarik untuk membeli. Model biasanya mempunyai ruang tersendiri untuk persiapan pementasan seperti tempat Make Up dan ruang tunggu.

C. Pembantu umum

Orang yang membantu dalam mempersiapkan acara peragaan busana, seperti memasang aksesoris, membantu mengenakan pakaian pada model, pembantu umum juga membutuhkan ruang khusus untuk penempatan beberapa aksesoris dan pakaian untuk kelancaran *fashion show*.

D. Koreografer

Orang yang mengatur tata gerak para peragawati dengan cara mendokumentasikan hasil karya yang telah di sajikan.

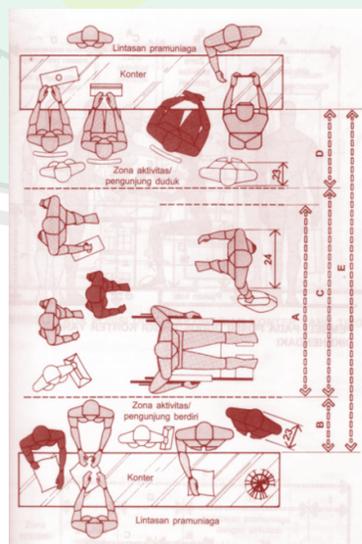
2. 1. 2. 4. Retail

Kata *Retail* berasal dari Bahasa Inggris yang berarti penjual eceran. Pada perkembangannya, *retail* sendiri memiliki arti penjual barang-barang, biasanya dalam jumlah sedikit (kecil atau eceran) kepada masyarakat umum dan tidak untuk dijual kembali. Suatu usaha dapat dikatakan sebuah *retail*, jika telah memiliki beberapa buah *outlet* yang menjual barang-barang yang sama pada saat yang sama dengan nama yang sama pula. *Retail* memiliki berbagai macam tipe, dari *Department Store*, hingga *retail* yang menjual barang-barang yang spesifik, semisal *retail* yang menjual pakaian jadi, *retail* perlengkapan olahraga, *retail* perlengkapan otomotif, perhiasan, dan perlengkapan rumah tangga. Di dalam

usaha *retail*, tidak ada yang tetap. Pasar selalu berubah, konsumen tidak selalu dapat menerima dan merespon produk yang dipasarkan, dan pengelola *retail* harus selalu memonitoring kesuksesannya secara konstan. Usaha *retail* bergantung pada pendapat dan selera konsumen. Sebuah toko seharusnya memiliki klasifikasi antara lain:

- Khusus menjual jenis barang yang istimewa.
- Khusus untuk golongan usia tertentu.
- Berkenaan dengan penjualan yang eksklusif.
- Morupakan cabang dari berbagai group.
- Tempat menjual yang bebas.

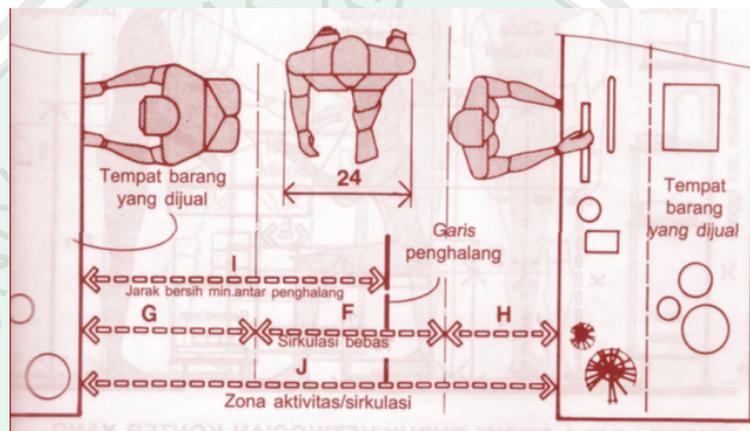
Dimensi manusia dalam ruang *retail* memiliki jarak bersih keseluruhan berkisar antara 117 dan 120 inci atau 297,2 dan 304,8 (Julius dkk, 2003:201) untuk memudahkan zona aktifitas pembeli dan sirkulasi yang terus mengalir pada lorong utama . Berikut gambar ilustrasinya:



Gambar 2.6. Lebar lintasan publik utama

Sumber : Julius dkk ,2003:201

Sedangkan pada lorong yang bukan utama jarak bersih antara tempat barang sisi kanan dan kiri mempunyai jarak sebesar 90 inci atau 228,6 Cm dengan jarak minimal 51 inci atau 129,5 Cm (Julius dkk, 2003 :201) untuk digunakan sebagai seseorang menerima terjadinya kontak tubuh. berikut ilustrasinya:



Gambar 2.7. Lebar lintasan publik kedua

Sumber : Julius dkk, 2003:201

2.1. 2. 5. Metode Penjualan

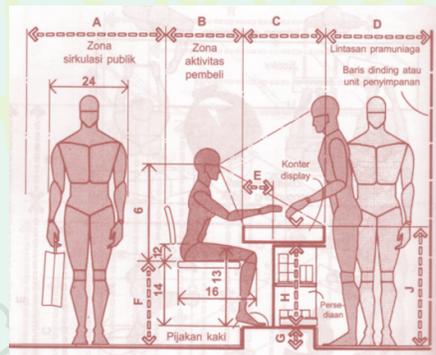
Berbagai macam cara penjualan pedagang seperti di Mall, Distro, Butik dan toko-toko, sebagai bentuk mempermudah pelayanan dan ketertarikan pembeli. Cara yang mereka pakai sangat bervariasi, lebih jelasnya berikut cara-cara dalam penjualan

A. Personal Service

Metode tradisional, dimana pembeli dilayani oleh seseorang asisten penjual yang biasanya berada di belakang meja counter. Yang mana pada akhir pembelian ia menerima uang pembayaran dan membawanya ke bagian kasir dan

menyerahkan barang tersebut. Dalam metode ini, pembeli mendapatkan pengaruh maupun pengarahannya dari asisten penjual. Barang-barang dagangan yang biasa memakai metode ini adalah barang yang bernilai tinggi, seperti perhiasan, barang-butik, dan lain—lain.

Metode tradisional ini memiliki zona aktifitas pengunjung yang memungkinkan tersediannya ruang yang cukup bagi kursi pembeli. Tinggi lutut, jarak pantat lutut, tinggi lipatan dalam lutut, tinggi lipatan dalam lutut, tinggi mata dalam posisi duduk merupakan pertimbangan dimensi-dimensi manusia yang harus diperhatikan dalam perancangan. Berikut alternatif gambar jarak bersih dengan pemakaian *display* lebih tinggi yang diperlukan dalam counter.

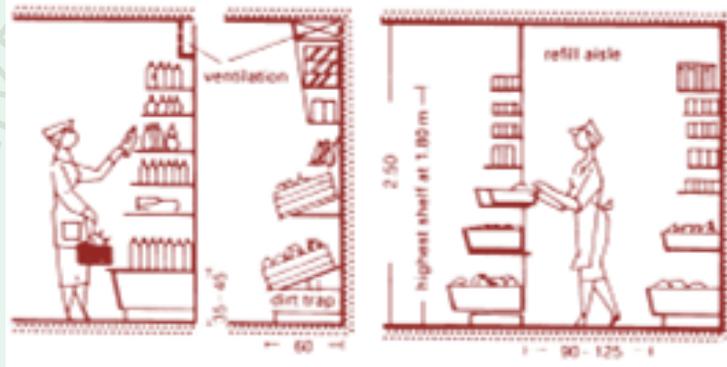


Gambar 2.8. Pembeli pada posisi duduk/tinggi konter yang di kehendaki

Sumber : Julius dkk,2003:202

B. Self Selection

Metode penjualan dimana pembeli dapat memegang, memilih, serta membandingkannya kemudian membawanya ke kasir untuk dibayar dan dibungkus. Di sini tersedia beberapa *staff* asisten penjualan. Metode ini biasanya digunakan secara umum pada toko-toko umumnya, seperti toko pakaian, dan lain-lain.

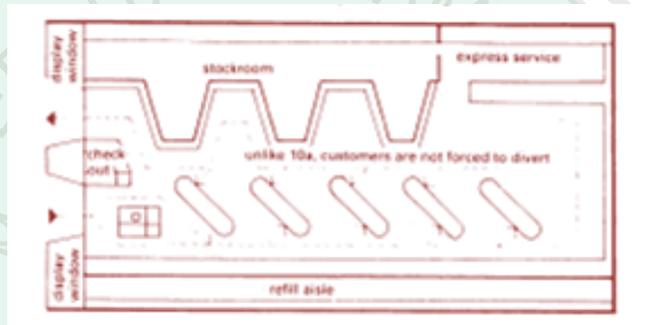
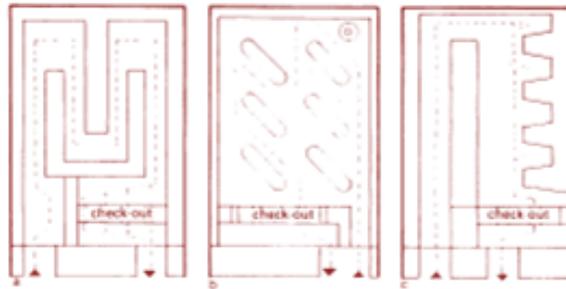


Gambar 2.11 Ilustrasi pembeli bisa memilih barang sendiri

Sumber: neufert, 2002: 37

C. Self Service

Metode penjualan dimana pembeli dapat berkeliling di dalam toko, mengambil barang yang dikehendaki, lalu meletakkannya ke dalam keranjang dan dengan usaha sendiri pula membawanya ke kasir untuk dibayar dan dibungkus. Dengan demikian, pembeli melayani dirinya sendiri. Metode ini biasanya dipakai dalam supermarket dimana pintu masuk dan keluar dipisahkan dengan jelas untuk mempermudah pelayanan sekaligus untuk kenyamanan pembeli



Gambar 2.12. Sirkulasi dengan dua pintumasuk dan keluar
 Sumber: neufert, 2002: 37

2. 1. 2. 6. Kamar Pas Pakaian (*fitting room*)

Dalam *retail*, tidak hanya menampilkan pakaian saja yang diperlukan, tetapi penting juga dipikirkan bagaimana cara mempermudah konsumen mencari barang kebutuhannya, oleh karena itu diperlukan cara penyajian dan pembagian area antara barang yang satu dengan yang lain. Ruang kamar pas pakaian juga salah satu faktor penting yang harus ada di dalam sebuah *fashion center*.

Diusahakan ketika merancang *muslim fashion center*, terlebih dulu dipikirkan tentang privasi pemakaian ruang pas. Ruang pas tersebut tidak boleh dalam keadaan terbuka atau tidak dapat ditutup. Diutamakan kamar pas yang

mempunyai daun pintu sebagai penutupnya, bukan hanya berupa kain penutup saja. Sedangkan menurut buku (*Shop a Manual of Planning and Design, 34*) *fitting room* yang baik yaitu dengan luas ruang yang memadai bagi pembeli dengan posisi yang diperkirakan dan dilakukan saat pembeli berada di dalam kamar pas baik memakai atau menukar pakaian, berikut gambar kamar pas dengan ukuran bersih sesuai dengan kebutuhan dengan melihat kegiatan yang dilakukan yang cocok diterapkan pada *fashion center* di dalam kamar pas tersebut.



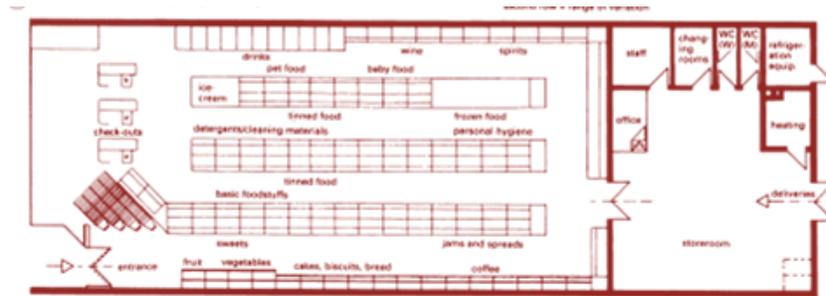
Gambar 2.13. Kamar ganti pakaian
Sumber : Julius dkk, 2003: 206

2. 1. 2. 7. Teori Desain

A. Sirkulasi

Dalam menerapkan ruang serta sirkulasi, para pengguna *Citra Muslim Fashion Center* mempunyai sifat ingin melihat dan dilihat. Oleh sebab itu, untuk menerapkannya dalam sebuah ruang, maka ruangan harus mampu memberikan kesempatan kepada para pengguna fasilitas untuk melihat dan dilihat. Dengan

mengadakan ruangan seperti daerah bukaan, teras, tangga dan berbagai permainan ketinggian lantai atau bukaan lainnya. Berikut beberapa sistem pola sirkulasi:



Gambar 2.14 Sistem sirkulasi pintu sama

Sumber: neufert, 2002: 45

Sirkulasi dalam *Citra Muslim Fashion Center* yang baik dalam penerapan desain bangunan yaitu dengan adanya pembatas atau alur sirkulasi yang mengutamakan tempat privasi wanita dengan tempat pria agar kenyamanan yang diperoleh pengunjung bisa dirasakan sesuai nama tempat yang lebih mengarah pada Muslim.

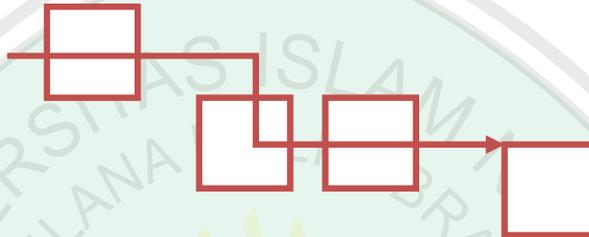
B. Teori Dimensi Perabot

Dalam penempatan perabot atau aksesoris dalam ruangan dalam penyusunannya harus ditampilkan secara menarik. Perabot bisa menjadikan suasana ruangan menjadi hidup dan juga bisa memberikan kesan tersendiri bagi penggunanya. Berikut kiat-kiat menata dan menyusun pernak-pernik agar tampilan tidak hanya menarik, tetapi juga memberi kesan rapi dan harmonis (Imelda, 2006, 29)

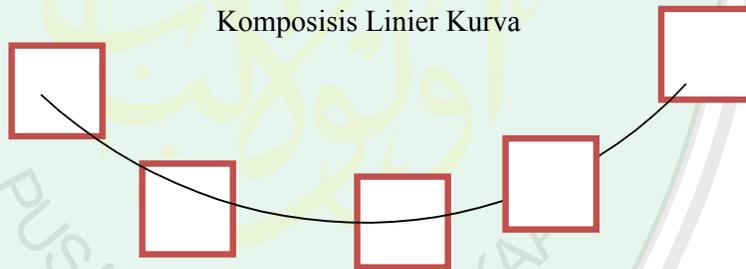
Komposisi Linier Horisontal



Komposisi Linier Bersegmen



Komposisi Linier Kurva



Komposisi Linier Vertikal

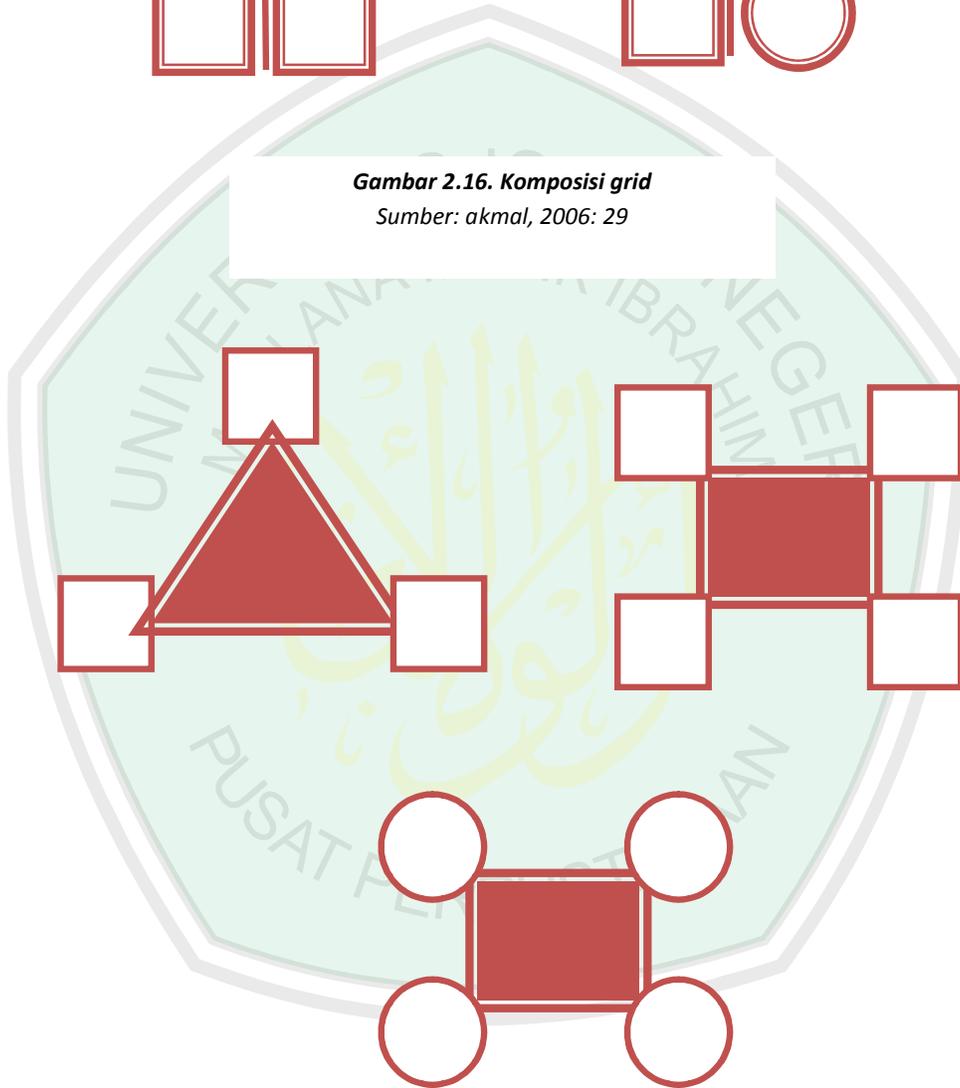


Gambar 2.15. Komposisi linier

Sumber: *akmal*, 2006: 29



Gambar 2.16. Komposisi grid
Sumber: akmal, 2006: 29



Gambar 2.17. Komposisi segi tiga dan empat
Sumber: Akmal, 2006: 29

C. Teori Warna

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 demikianlah, warna mejadi begitu penting termasuk untuk interior, dalam tatanan ruang, pemberi nuansa menciptakan *Atmosfir*, membuat ruang menjadi lebih hidup, menyatukan sekaligus membedakan ruang juga mampu menciptakan benang 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 *Fashion Centre*. 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 atmosfeer 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.

4. **Menyeimbangkan proporsi ruang**

Warna dapat mempengaruhi kesan dimensi ruang. penggunaan warna yang tepat dapat mengoreksi dimensi ruang yang kurang proporsional menjadi ideal

proporsinya. Permainan warna bisa dapat membuat ruang menjadi berkesan lebih tinggi, lebar, luas, dan lain-lain. Warna-warna gelap, cerah, dan mencolok akan berkesan mendekatkan jarak, warna ini dapat digunakan pada lorong yang sempit dan panjang dapat di seimbangkan dengan cara menerapkan warna tersebut pada dinding di ujung lorong agar terasa lebih dekat. Warna-warna cerah dan muda cenderung memberikan kesan menjauh. Langit-langit yang rendah akan terasa lebih tinggi dengan menggunakan warna putih atau warna yang lebih muda dari pada warna dindingnya

5. Sebagai penunjang gaya interior

Warna juga dapat memberi penunjang pada gaya interior tertentu. Setiap gaya interior memiliki identitas warna tertentu. Interior bergaya modern minimalis misalnya, memiliki kecenderungan menggunakan warna monokrom putih, abu-abu dan hitam. Interior etnik biasa menggunakan warna yang berhubungan dengan warna alam, coklat tua, hijau daun dan sedikit biru. Gaya Klasik identik dengan warna hangat seperti cream, kekuningan, emas, dan beige. Sedangkan warna mencolok biasa di gunakan pada interior gaya Bohemian

D. Cahaya

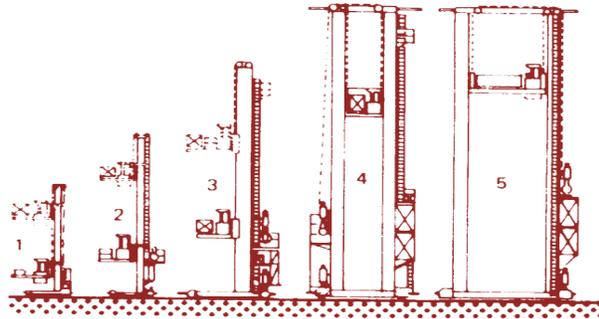
Pencahayaan sangat diperlukan dalam penataan sebuah *Fashion Center*, ini dikarenakan pencahayaan dapat membantu menampilkan daerah mana yang seharusnya gelap dan daerah mana yang seharusnya terang, sehingga dapat menunjukkan kontras yang ada. Pencahayaan juga sangat berpengaruh terhadap penampilan warna-warni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

Pencahayaan ini biasanya digunakan pada etalase baik pada etalase tertutup atau etalase terbuka yang dirancang untuk menjadikan daya tarik para konsumen (Akmal, 2006: 138)

Pencahayaan yang digunakan pada *Fashion Center* biasanya menggunakan sirkuit penerangan yaitu siang dan malam untuk meminimalkan kontras dari cahaya matahari. perlu diperhatikan penggunaan lampu warna bisa memudahkan warna baju yang telah ada, lampu warna bisa digunakan pada rak atau almari panjang sebagai aksesoris ruang untuk membantu memperjelas konsumen melihat barang yang dijual di dalamnya.

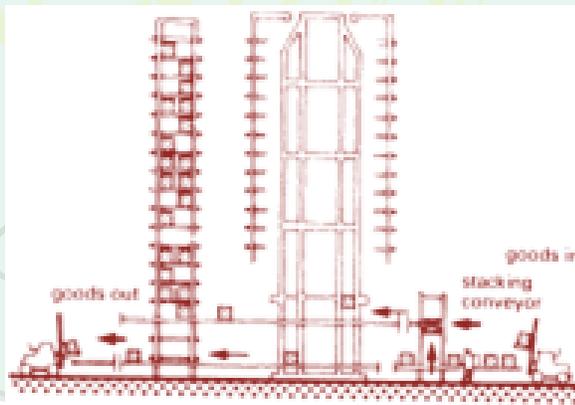
2.1.2.8 Alat Pengangkut Barang

Fashion Center atau tempat penjualan khususnya pakaian, tempat penyimpanan barang merupakan salah satu fasilitas yang perlu diperhatikan, baik untuk tempatnya maupun alat yang digunakan untuk membantu proses pengangkutan barang. Seiring berkembangnya teknologi penggunaan alat-alat teknik pengangkut barang sudah mengalami banyak peningkatan juga, hal ini dibuktikan dengan sudah banyaknya alat pengangkut barang dengan metode komputer karena lebih efisien seperti penggunaan lift barang untuk bangunan bertingkat. Alat pengangkut pada bangunan bertingkat sangatlah bermacam-macam. Berikut beberapa alat pengangkut barang pada bangunan tinggi.



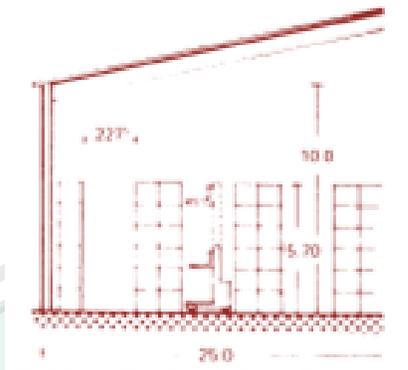
Gambar 2.18. Alat pembawa barang berbentuk rak

Sumber: Neufert, 2002: 45

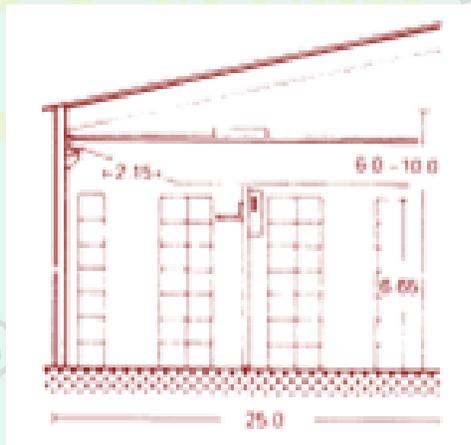


Gambar 2.19. Sistem penimbunan dengan ban berjalan

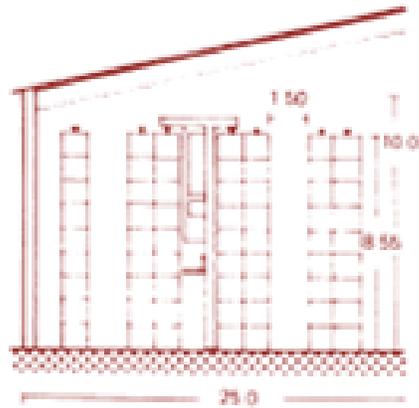
Sumber: neufert, 2002: 45



Gambar 2.20. Alat pengangkat barang dengan berbentuk garpu
Sumber: Neufert, 2002:45

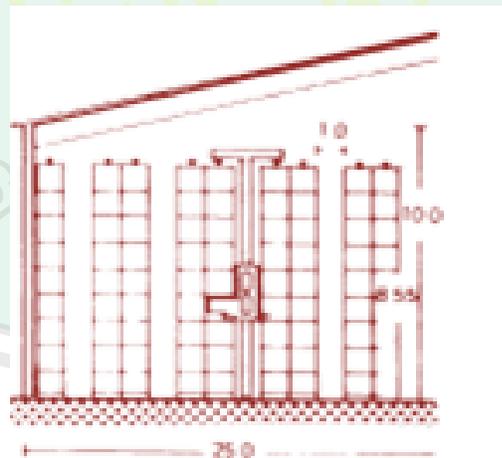


Gambar 2.21. Mesin derek
Sumber: Neufert, 2002: 45



Gambar 2.22. Alat penggeser berbentuk tiang

Sumber: Neufert, 2002: 45



Gambar 2.23. Alat penggeser berbentuk garpu

Sumber: Neufert, 2002: 45

2. 2. Tinjauan Tema

2. 2. 1. Metafora

Berikut beberapa definisi dari metafora secara *Etimologi*:

1. *Metafora* berasal dari bahasa latin yaitu "*Methapherein*" yang terdiri dari 2 buah kata yaitu "*Metha*" yang berarti setelah, melewati, dan "*pherein*" berarti membawa (Zahroni,13 Januari 2009)
2. Menurut kamus bahasa indonesia *Metafora* berarti pemakaian suatu kata atau ungkapan untuk suatu obyek atau konsep, berdasarkan khas atau persamaan
3. Pengertian *Metafora* dalam arsitektur yaitu kiasan atau ungkapan bentuk, diwujudkan dalam bangunan dengan harapan akan menimbulkan tanggapan dari orang yang menikmati atau memakai karyanya. (Zahroni, 13 Januari 2009)

Sedangkan pengertian secara *Termtologi* adalah:

1. Menurut *James c. Snyder*, dan *Anthony J. Cattanesse* dalam "*Introduction of Architecture*" *metafora* adalah mengidentifikasi pola-pola yang mungkin terjadi dari hubungan-hubungan yang terjadi dari hubungan paralel dengan melihat keabstrakan .
2. Menurut *Geoffrey Broadbent*, 1995 dalam buku "*Design in Architecture*" *Metafora* pada arsitektur adalah merupakan salah satu metode kreatifitas yang ada dalam desain *spectrum* perancang.

2. 2. 1. 1. Metafora dalam arsitektur

1. *Intangible Methapors* (metaphora yang tidak dapat diraba) *metafora* yang berangkat dari suatu konsep, ide, hakikat manusia dan nilai-nilai seperti individualisme, naturalisme, komunikasi, tradisi dan budaya.
2. *Tangible Methapors* (metafora yang nyata) metafora yang berangkat dari hal- hal visual serta spesifikasi/ karakter tertentu dari sebuah bangunan seperti sebuah rumah adalah puri atau istana, maka wujud rumah itu menyerupai istana.
3. *Combined Methapors* (metafora kombinasi), merupakan penggabungan kategori 1 dan kategori 2 dengan membandingkan suatu obyek visual dengan yang lain dimana mempunyai persamaan nilai konsep dengan obyek visualnya, dapat di pakai sebagai kreativitas perancangan (Amri, 2010 :66)

2. 2. 2. Libasuttaqwa

Libast berarti pakaian sedangkan *At-taqwa* berarti ketakwaan, jadi *Libasuttaqwa* yaitu pakaian yang merupakan ketakwaan, yang menyelamatkan diri, menyegarkan jiwa, membangkitkan budi pekerti dan akhlak yang mulia.

2. 2. 2. 1. Ketentuan berbusana muslim dan muslimah

Busana muslim, begitu sering disebut saat ini. Oleh sebagian perancang busana Indonesia disebut sebagai busana seni kontemporer. Dalam syariah ada beberapa syarat yang wajib dipenuhi dalam berbusana. Syarat-syarat tersebut adalah: menutupi seluruh tubuh selain yang dikecualikan, tidak tembus pandang, tidak ketat sehingga tidak membentuk lekuk tubuh, tidak menyerupai pakaian

laki-laki dan tidak menyerupai pakaian 'Khas' milik orang kafir atau pakaian orang fasik. Berikut penjelasannya yang dikutip dari buku *Jilbab Al Mar'ah Al Muslimah fil Kitabi wa Sunnah* (Syaiikh Al Albany), beberapa syarat yang wajib dipenuhi agar dapat berbusana harmonis dan menurut syar'i:

1. Menutupi seluruh tubuh selain yang dikecualikan Syarat.

Allah telah menerangkan dalam Al-quran yaitu:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ أَبْنَاءِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنَاتِ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنَاتِ أَخْوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولَىٰ الْأَرْبَابَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَىٰ عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٣١﴾

"Katakanlah kepada wanita yang beriman: 'Hendaklah mereka menahan pandangan mereka dan memelihara kemaluan mereka dan janganlah mereka menampakkan perhiasan mereka kecuali yang (biasa) nampak dari mereka. Dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dada mereka, dan janganlah menampakkan perhiasan mereka.'" (QS. An-Nuur: 24.31)

يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ قُلٌّ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلْبَابِهِنَّ ذَلِكَ آدَتَىٰ أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذِينَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

"Hai Nabi, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin: 'Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruhan tubuh mereka.'" (QS. Al-Ahzab: 59)

Ayat ini menjelaskan bahwa menutup seluruh tubuh adalah kewajiban setiap orang muslim karena itu menunjukkan keimanan seseorang. Menutup aurat adalah salah satu dari kewajiban yang telah ditetapkan bagi orang muslim. Namun Al-Qurthubi berkata: "Ada pengecualian dalam menutup aurat yaitu pada wajah dan telapak tangan. Seperti hadis nabi yang menerangkan hal tersebut.

2. Bukan berfungsi sebagai perhiasan.

Berdasarkan firman Allah dalam surat An-Nuur ayat 31 yang berbunyi:

"Dan janganlah kaum wanita itu menampakkan perhiasan mereka. Secara umum kandungan ayat ini juga mencakup pakaian biasa jika dihiasi dengan sesuatu, yang menyebabkan kaum laki-laki melirikkan tangan kepadanya (QS. An- Nuur: 24-31)

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ

"Dan hendaklah kamu tetap di rumahmu dan janganlah kamu berhias dan bertingkah laku seperti orang-orang jahiliyah. "(QS. Al-Ahzab:33)

Berhias diri seperti orang-orang jahiliyah disini artinya bertabarruj. *Tabarruj* adalah perilaku wanita yang menampakkan perhiasan dan kecantikannya serta segala sesuatu yang wajib ditutup karena dapat membangkitkan syahwat laki-laki. Hal inilah yang membahayakan dalam pandangan islam karena dengan perilaku wanita terutama, selain membahayakan pada dirinya sendiri juga membawa efek buruk pada lawan jenis, sehingga patutlah sebagai orang muslim menjaga perilaku sehari-hari.

3. Tidak tembus pandang.

Dalam sebuah hadits Rasulullah dikatakan: "Pada akhir zaman umatku nanti akan ada wanita- wanita yang berpakaian, namun (hakekatnya) telanjang.

Di atas kepala mereka seperti terdapat bongkol (punuk) unta. Kutuklah mereka karena sebenarnya mereka adalah kaum wanita yang terkutuk.

" Di dalam hadits lain terdapat tambahan: "Mereka tidak akan masuk surga dan juga tidak akan mencium baunya, padahal baunya surga itu dapat dicium dari perjalanan sekian dan sekian. " (HR. Muslim dari riwayat Abu Hurairah).

Atsar di atas menunjukkan bahwa pakaian yang tipis atau yang menggambarkan lekuk-lekuk tubuh adalah dilarang. Oleh karena itu Aisyah pernah berkata: "Yang namanya khimar adalah yang dapat menyembunyikan kulit dan rambut. " Saat ini banyak diproduksi bahan-bahan kain yang tipis dan berbahan lembut. Dengan sentuhan teknologi jahit-menjahit mungkin bisa disiasati dengan menambahkan lapisan (yang agak tebal atau senada) didalam bahan baju ketika menjahitnya atau memakainya, sehingga kita tetap bisa mengenakan busana yang diinginkan.

4. Tidak ketat hingga memperlihatkan lekuk tubuh.

Usamah bin Zaid pernah berkata: Rasulullah pernah memberiku baju *Quthbiyah* yang tebal yang merupakan baju yang dihadiahkan oleh Dihyah Al-Kalbi kepada beliau. Baju itu pun aku pakaikan dengan istriku. Nabi bertanya kepadaku: "Mengapa kamu tidak mengenakan baju *Quthbiyah*?" Aku menjawab: "Aku pakaikan baju itu pada istriku. " Nabi lalu bersabda:

"Perintahkan ia agar mengenakan baju dalam dibalik Quthbiyah itu, karena khawatir baju itu masih bisa menggambarkan bentuk tulangnya. " (HR. Ahmad dan Al-Baihaqi dengan sanad Hasan).

Melihat cerita dan hadis nabi di atas lekuk tubuh bagi kaum muslim tidak boleh diperlihatkan karena hal ini juga bisa membahayakan bagi pemakainya.

5. Tidak menyerupai pakaian 'khas' orang kafir atau orang fasik.

Syariat Islam telah menetapkan bahwa kaum muslimin (laki-laki maupun perempuan) tidak boleh *bertyabuh* (menyerupai) kepada orang-orang kafir, baik dalam ibadah maupun kesehariannya. Karena sebenarnya manusia ini selalu digoda oleh setan dan setan itu menyesatkan bagi manusia. Ini menunjukkan bahwa kebodohan atau ketaatan manusia terhadap hawa nafsu mereka yang larut oleh arus zaman modern dan tradisi orang kafir.

2. 2. 3. Tema Libasuttaqwa

Tema yang dipakai dalam perancangan ini yaitu dengan menggunakan tema *Metafora Intangible* yang merupakan *Metafora* perumpamaan yang berangkat dari suatu konsep, ide, hakikat manusia dan nilai-nilai yang terkandung di dalam tema tertentu.

Maksud Libasuttaqwa disini adalah ketakwaan pada diri seseorang yang mendorong seseorang untuk memakai pakaian sesuai perintah yang dianjurkan dalam Al-Quran. orang yang beriman yang cinta dan ridha menjalankan perintah Allah sangat perlu mengarungi bahtera kehidupannya dengan ketakwaan menjalani kehidupannya, karena hidup di dunia ini jalan yang akan dilalui tidak akan lurus sepanjang masa namun gelombang yang sangat dahsyat pun bisa menenggelamkan manusia. Dengan sebab cinta-Nya seorang mukmin insyaAllah akan selalu memiliki jalan keluar dari setiap persoalan yang dihadapinya, sekaligus akan jauh dari berbagai kondisi yang menyebabkan frustasi dan putus asa.

Ketaqwaan kepada-Nya yang diimplementasikan dalam kesungguhan untuk mempersembahkan yang terbaik dalam segala tugas dan tanggung jawabnya disertai dengan ketaatan yang tinggi terhadap segala aturan-Nya. Ketaqwaan yang dimilikinya seolah-olah merupakan pakaian yang selalu melekat kepadanya, kapan dan dimanapun, atau yang sering disebut dengan Libasuttaqwa, sebagaimana firman-Nya (QS. Al-A'raf, 26). Libasuttaqwa tidak akan pernah memisahkan waktu keberadaan seorang mukmin, baik ketika melaksanakan ibadah *Mahdlah* yang tekanannya membangun hubungan vertikal dengan Allah SWT maupun ketika melakukan *Mu'amalah* yang tekanannya pada penguatan hubungan sesama manusia secara horizontal.

Berikut Nilai- nilai yang dapat di ambil dari libasuttqwa dalam berpakaian yaitu:

Tablel 2.1 Nilai-nilai tema Libasuttaqwa

No.	Tema Intangible Libasuttaqwa	Aplikasi desain
1	Menutupi seluruh bagian tubuh selain yang dikecualikan syarat	Menutupi seluruh bagian tapak yang tidak difungsikan
2	Tidak menyerupai pakaian orang-orang kafir (non-muslim)	<ul style="list-style-type: none"> • Penyesuaian sirkulasi yang tidak mengganggu aktifitas pengunjung (muslim) • Penyesuaian jenis vegetasi yang cocok digunakan pada objek
3	Tidak tembus pandang	Sinar matahari tidak langsung terkena pada fashion sehingga menggunakan alternatif-alternatif desain untuk menghindari sinar matahari langsung mengenai fashion atau baju

-
- 4 Tidak ketat sehingga tidak memperlihatkan lekuk tubuh
- Adanya elemen pendukung yaitu penetralisir angin untuk dimanfaatkan pada area penjualan baju. Mengingat angin yang belum ternetralisir membawa debu yang tidak baik jika terkena baju secara langsung
 - Adanya space antara jalan raya dan bangunan
- 5 Bukan berfungsi sebagai perhiasan saja
- Menggunakan beberapa alat atau bahan penghias yang sekaligus berfungsi sebagai penetralisir kebisingan
-

2.3.Studi Banding Obyek

2.3.1. Karita Muslim Square

2.3.1.1.Sejarah



Gambar 2.24. Tampak Depan Karita Muslim Square

Sumber: <https://foursquare.com/v/karita-muslim-square/>

Kota Yogyakarta adalah kota pendidikan dengan jumlah pendatang yang selalu bertambah setiap waktu. Dalam dinamika para pendatang tersebut, pada kurun waktu 1998-2000 menunjukkan

kecenderungan adanya tuntutan selera penampilan yang berbeda khususnya penampilan pada masyarakat muslim yang terus berkembang. Artinya, ada kecenderungan mode yang dinamis, yang sesuai tuntutan zaman. Karena itulah, kelahiran Karita, Gaya Muslim Muda sebagai sebuah toko penyedia produk busana muslim muda (usia 15 sampai dengan 25 tahun) hadir dengan semangat memenuhi kebutuhan selera konsumen remaja muda wanita atau pria muslim

3.3.1.2. Lokasi



Gambar 2.25.Lokasi site Karita Muslim Square

Sumber: <https://foursquare.com/v/karita-muslim-square/>

Toko Karita terletak di Jl. C. Simanjuntak No 73 Yogyakarta, berdekatan dengan kampus Universitas Gadjah Mada, bangunan tokonya sangat mudah dikenali dengan tampilan logo yang *Eye Catching* berwarna Pink

2.3.1.3.Deskripsi

Karita Muslim Square adalah sebuah toko yang menyediakan baju muslim yang terdiri dari dua lantai, yang kesemuanya menyediakan aneka macam perlengkapan muslim muda dan aksesoris Islami. *Karita muslim square* didirikan pada tanggal 16 Nopember 2002. Karita memprioritaskan segmen muslim muda. Rupanya, di Yogyakarta, perusahaan busana muslim yang mengonsentrasikan diri pada segmen kaum muslim muda belumlah signifikan. Tentu saja, sebagai sebuah perusahaan busana yang juga berkomitmen mengembangkan syiar Islam, Karita mempunyai visi dan misi tersendiri yang memang bertujuan agar memberikan manfaat bagi publik.

2.3.1.4.Fasilitas

Pada bangunan *karita muslim square* ini mempunyai fasilitas bangunan sebagai berikut:

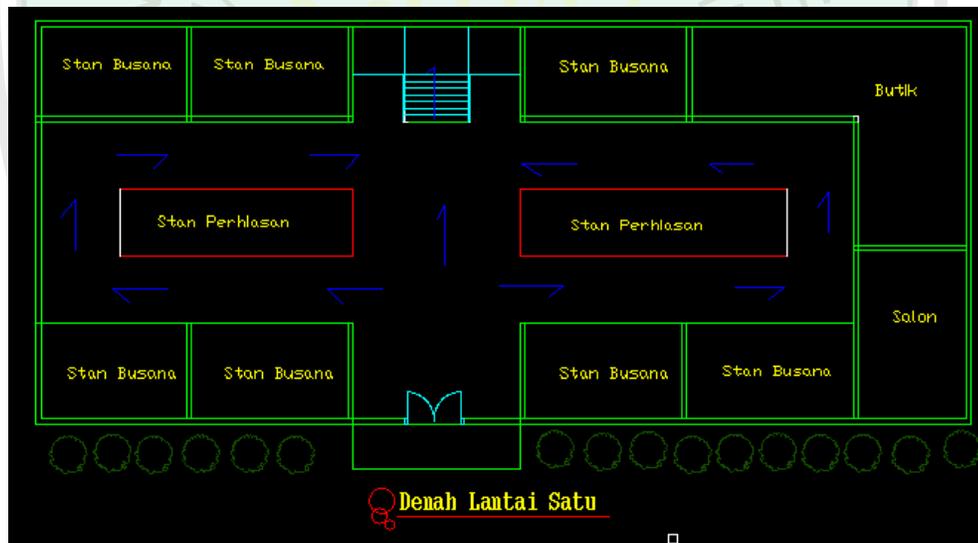
Lantai satu

- Stand busana
- Butik karita (penjahitan)
- Stand perhiasan imitasi
- Mushola
- Salon

Lantai dua

- Stand busana pria
- Stand mukena
- Stand sajadah
- Stand buku
- Stand lukis
- Stand kaset
- Stand jilbab

2.3.1.5. Klasifikasi

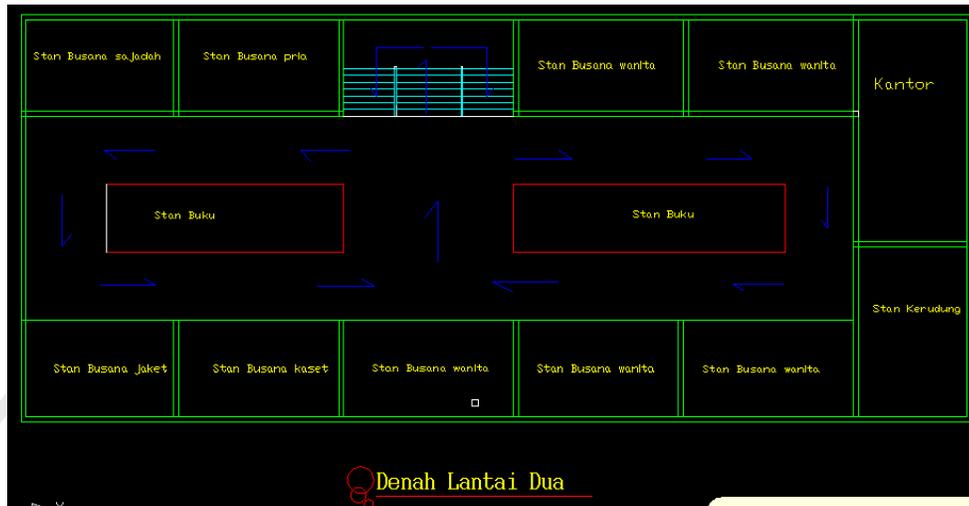


Gambar 2.26. Denah Lantai Satu Karita Muslim Square

Sumber: analisis, 2011

Lantai satu toko Karita terdiri dari stand busana, butik karita dan stand perhiasan imitasi. Yang unik, di dalam toko Karita ada space butiknya. Space butik karita terletak di lantai satu menyatu dengan toko Karita. Butik karita

sengaja dimunculkan di dalam toko Karita terutama ditujukan bagi customer yang menyukai koleksi yang lebih eksklusif.



Gambar 2.27. Denah Lantai Satu Karita Muslim Square
 Sumber: analisis, 2011

Busana yang terpajang di butik karita didesain khusus oleh desainer Karita dengan produksi yang terbatas atau *Limited Edition*. Bahkan *Customer* yang ingin berkonsultasi tentang mode, dapat dilayani langsung oleh desainer Karita setiap hari sabtu. Selain itu *Customer* dapat menjahitkan pakaian dengan model yang dikehendaki di butik karita. Space butik karita di lantai satu toko Karita, memiliki nuansa eksklusif yang berbeda.

Untuk lantai dua, standnya lebih banyak. Ada stand busana laki-laki, stand mukena, stand sajadah, stand buku, lukis dan kaset serta stand jilbab. Selain layanan khusus butik, Karita juga melayani penukaran produk untuk kategori ukuran, penukaran dilayani hingga 3 hari setelah pembelian dengan membawa copy nota dan label produk belum dilepas. Selain itu Karita juga menyediakan

layanan hantaran mahar dan parcel lebaran. Sementara ini toko Karita baru terdapat di Yogyakarta .

2.3.1.6. Interior

Warna

Bangunan Karita terdiri atas dua lantai dengan luas keseluruhan 310 M² . Warna pink mendominasi warna interior Karita, membuat tampilan toko Karita terlihat sangat fresh dan remaja. Warna pink mencerminkan feminisme seorang wanita yang anggun, beranjak dewasa, percaya diri dan dinamis. Kuning mencerminkan aman, nyaman, tentram, bercahaya yang terpancar dari seorang pria muslim.



Gambar 2.28. Interior Karita Muslim Square

Sumber: studi banding, 2011

Retail

Retail yang digunakan menyesuaikan dengan jenis dan ukuran baju yang ada. Dengan berbagai macam bentuk yang menyesuaikan tema interiornya, seperti pada ruang baju wanita menggunakan tema interior klasik minimalis sehingga

retail yang digunakan juga menyesuaikan dengan tema yaitu bentukan lengkung yang memperlihatkan tema klasik minimalis.



Gambar 2.29. Retail Karita Muslim Square

Sumber: studi banding,2011

Berbeda dengan *retail* pada ruang baju yang lain, disini menggunakan bentukan lurus, ini di gunakan untuk menyesuaikan tema yang digunakan pada ruangan tersebut.



Gambar 2.30. Retail Karita Muslim Square

Sumber: studi banding,2011

Kesimpulan: Retail yang ada di Karita ini menggunakan jarak 117 dan 120 Inc. guna untuk memudahkan zona aktifitas pembeli dan sirkulasi pengunjung.

Display

Berbagai macam *display* yang ada pada *Karita Muslim Square* yaitu seperti tempat manekin dan pajangan lainnya juga disesuaikan dengan tema dan konsep yang dipakai dalam ruangan.



Gambar 2.31. Display Karita Muslim Square

Sumber: studi banding,2011

Perbedaan jenis penggunaan berbeda pula *display* yang digunakan. Hal ini bertujuan untuk memudahkan pengunjung atau pembeli untuk menikmati fasilitas yang telah disediakan.



Gambar 2.32 .Display Karita Muslim Square

Sumber: studi banding,2011

Kesimpulan: Display pada karita simpel dan penggunaan warna yang di ulang sesuai dengan karakteristik ruang tersebut seperti pada display area penjualan busana laki-laki menggunakan warna biru yang menunjukkan warna

yang berkesan tegas, sedangkan pada area penjualan busana wanita menggunakan warna yang dominan pink sesuai dengan karakteristik wanita itu sendiri yaitu terkesan lembut nan anggun.

Pemberian pencahayaan buatan dominan pada masing-masing ruangan sehingga terlihat fresh dan tampak bersih serta perletakan barang pada area display pada karita sangat bervariasi, yaitu seperti bentukan lemari yang bersusun

Kamar pas (*Fitting room*)

Pada *Karita muslim square* model penjualan dan penataan ruang atau kios-kios yang ada dibedakan sesuai jenis penjualan hal ini dilakukan untuk memudahkan pengunjung khususnya pengunjung laki-laki dan perempuan. Begitu pula dengan kamar pas (*fitting room*) yang digunakan juga berbeda mulai dari tema, warna dan ukurannya. Kamar pas di sisni juga menyesuaikan penggunaanya agar pengunjung mendapatkan kenyamanan dan fasilitas yang baik.



Gambar 2.33. Kamar pas Karita Muslim Square

Sumber: studi banding, 2011



Gambar 2.34. Kamar pas Karita Muslim Square

Sumber: studi banding, 2011

Kesimpulan: kamar pas pada karita ini disesuaikan dengan ukuran baju yang ada, serta luas ruang yang memadai bagi pembeli dengan posisi yang diperkirakan dan dilakukam saat pembeli berada di dalamnya baik pada saat mencoba memakai pakaian atau menukar pakaian

Brand

Logo Karita Muslim Square ini digunakan sebagai tanda pengenal pembeli agar dapat diingat dan di kenal masyarakat selain sebagai poin of view Karita Muslim Square ini.



Gambar 2.35. Logo Karita Muslim Square

Sumber: <https://foursquare.com/v/karita-muslim-square>

2.3.1.7. Sirkulasi

Dalam Bangunan

Seperti kebanyakan mall yang ada di Indonesia, *karita muslim square* ini dalam penataan sirkulasi menggunakan sirkulasi terarah atau dengan void di tengahnya yaitu untuk mempermudah aktifitas penunjang lain seperti adanya pameran-pameran yang ada di mall *Karita Muslim Square*.

Luar Bangunan



Gambar 2.36. Lokasi dan Tampak Depan Karita Muslim Square

Sumber: <https://foursquare.com/v/karita-muslim-square>

Sirkulasi luar pada *Karita Muslim Square* dapat dikatakan kurang efektif karena terlalu dekatnya bangunan dengan jalan raya sehingga pembeli yang berkunjung dengan mengendarai mobil terpaksa harus memarkir mobilnya pada jalan karena terbatasnya tempat parkir khususnya mobil.

2.3.1.8. Kesimpulan

Dari hasil studi banding dapat disimpulkan bahwa dalam perancangan bangunan pasti ada kekurangan maupun kelebihan, dengan melihat hal tersebut

dapat diambil manfaat yang bisa diterapkan dalam perancangan berikutnya demi kesempurnaan yang akan didapat, berikut tabel kelebihan dan kekurangan yang bisa diambil dan di pertimbangkan dalam perancangan berikutnya:

Tabel 2.2 kelebihan dan kekurangan

No	Kelebihan	Kekurangan
1	Lengkapya fasilitas <i>fashion muslim</i> yang ada	
2	Interior yang cukup menarik	Tidak adanya penyediaan toko tekstil yang masih mentah atau belum jadi
3	Penempatan kios yang tepat sehingga membuat ketertarikan tersendiri	Belum adanya perhatian pencahayaan dan penghawaan dalam ruang
4	Adanya tempat pendukung fasilitas <i>fashion muslim</i> seperti butik	Kurang efektifnya tempat parkir
5	Selain sebagai tempat pembelian juga melayani jasa konsumen penjahitan dan konsultasi	

2.3.2. Studi Banding Tema

2.3.2.1. *Yamanashi Fruit Museum*



Gambar 2.37. *Yamamashi fruit museum*

Sumber:http://en.wikipedia.org/wiki/File:Yamanashi_Fruit_Museum_and_Garde

Data proyek

Yamanashi Fruit Museum merupakan salah satu bangunan yang dirancang dengan menggunakan *Metafora* dalam konsep yang digunakan, berikut keterangan lebih lanjut:

Arsitek : Itsuko Hasegawa

Lokasi : Yamanashi Japan

Jenis Bangunan : Museum dan Rumah kaca

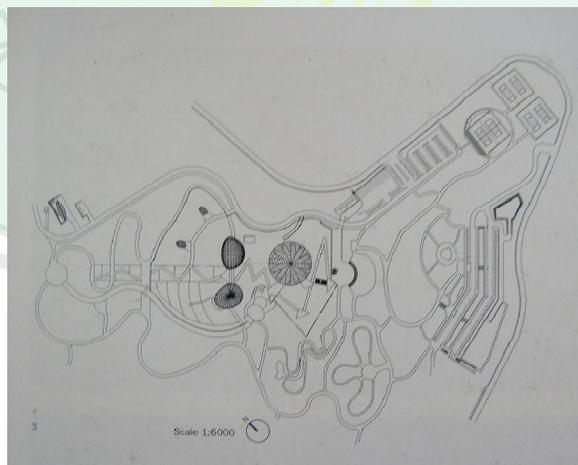
Sistem konstruksi : kaca dan baja



Gambar 2.38. site plan yamamashi fruit museum

Sumber: http://en.wikipedia.org/wiki/File:Yamanashi_Fruit_Museum

Museum dan Taman Buah Yamanashi di desain oleh Itsuko Hasegawa, tahun 1997 di Japan. Itsuko Hasegawa merancang Museum Buah di Prefektur Yamanashi di dekat Gunung Fuji di Jepang. Pembangunan ini selesai pada 1997. Bangunan ini memiliki konsep metafora combain yaitu metafora yang diambil dari campuran bentuk dan sifat- sifat dari metafora tersebut.



Gambar 2.39. Site plan yamamashi fruit museum

Sumber: Setiyowati, 2008

Yamanashi fruit museum ini memiliki tiga massa dalam tapaknya yaitu *Fruit Plaza*, *green house*, dan *workshop*. Ketiga massa ini ditata menyebar seolah-

olah berupa bibit yang disebar disebuah lahan yang mana perletakan bangunan ini sesuai dengan konsep yang telah digunakan.

2.3.2.2 Penerapan konsep

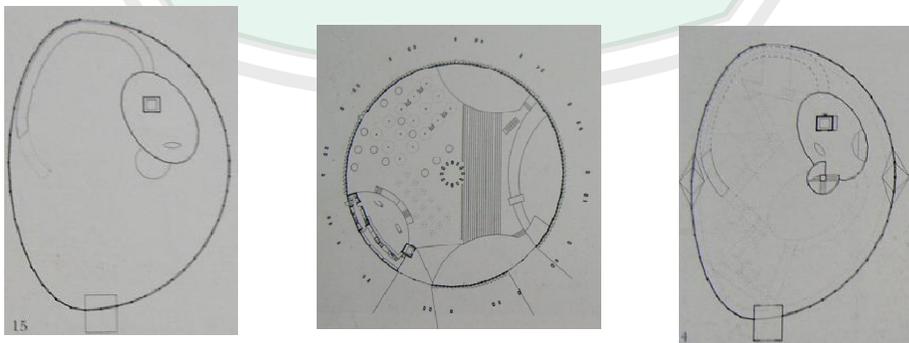
Pada museum ini konsep metafora combain di terapkan pada:



Gambar 2.40. Tampilan keseluruhan bangunan *Yamamashi fruit museum*

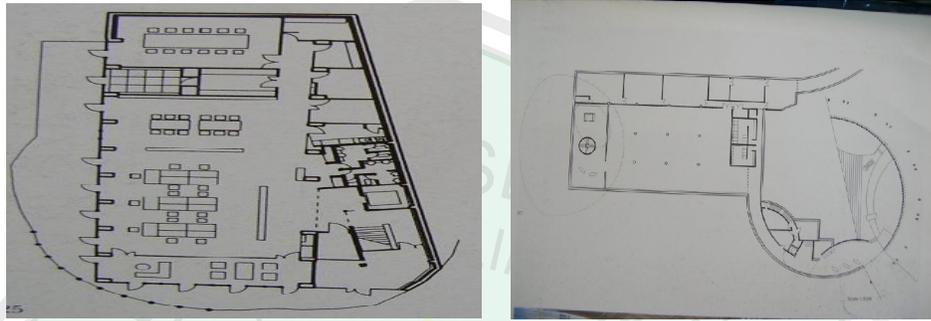
Sumber:http://en.wikipedia.org/wiki/File:Yamanashi_Fruit_Museum

Pada tatanan massa dari bangunan ini tidak terlihat seperti bibit yang disebar, tetapi lebih terlihat seperti buah-buahan yang tumbuh dari dalam tanah. Bangunan menggunakan bentuk bibit-bibit yang berbeda yang disebar ke tanah dalam penampilan keseluruhan kompleks bangunannya, termasuk dalam menemukan bentuk denah dari tiga massa utama.



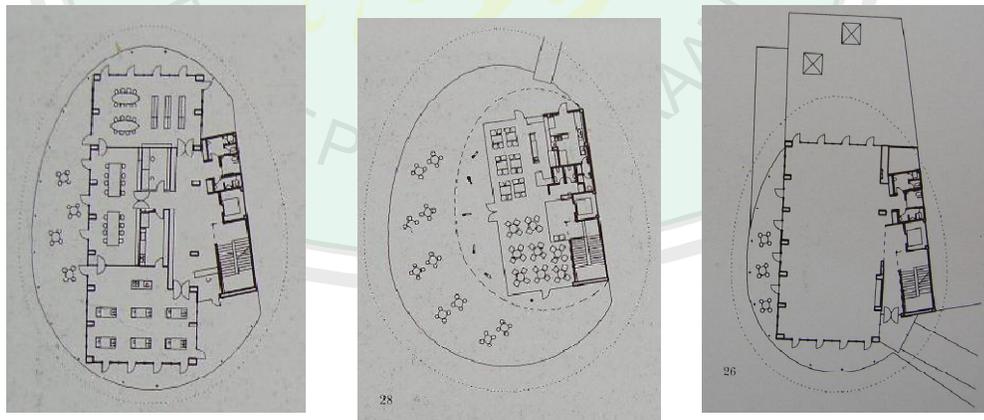
Gambar 2.41. Denah lantai satu green house, denah plaza, denah lantai tropikal *Yamamashi fruit museum*

Sumber: *Setiyowati, 2008*



Gambar 2.42. Denah basement office, denah galeri, Yamamashi fruit museum

Sumber: : Setiyowati, 2008



Gambar 2.43. Denah lantai satu shop, denah lantai tiga restaurant, denah lantai satu shop Yamamashi fruit museum

Sumber: Setiyowati, 2008

2.3.2.3. interior

Yamanashi fruit museum terkenal dengan *Metafora Combinenya* hal ini terlihat pada eksterior bangunan yaitu penyebaran bibit atau benih yang tumbuh di tanah, lain halnya pada interior bangunan memang sulit melihat penerapan konsep yang sudah ada, berikut gambar display yang ada pada interior *Yamanashi fruit museum*.

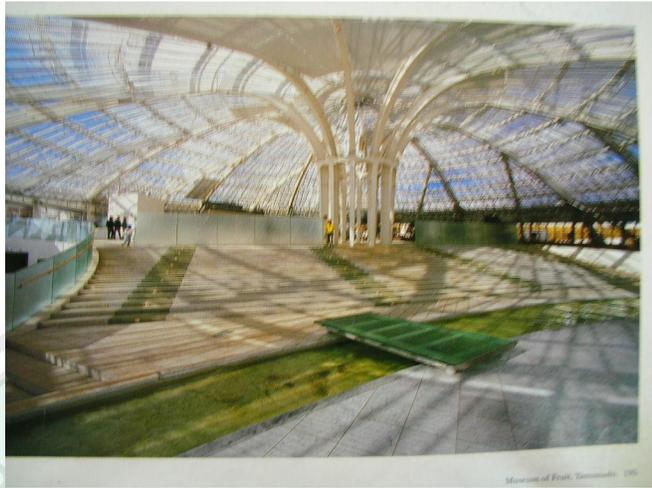


Gambar 2.44 Interior Yamamashi fruit museum

Sumber:http://en.wikipedia.org/wiki/File:Yamanashi_Fruit_Museum

2.3.2.4 Suasana Ruang

Yamanashi fruit museum merupakan bangunan yang mempunyai bentuk bulat yang menyebabkan perbedaan suasana pada ruangnya, dengan penggunaan struktur pergola dengan konsep penerapan struktur bulat ini menyebabkan perbedaan dalam ruangnya. Terlihat sangat jelas pada gambar pencahayaan pada bangunan sangatlah cukup, hal ini disebabkan karena struktur yang digunakan.



Gambar 2.45 suasana ruang yamamashi fruit museum

Sumber:http://en.wikipedia.org/wiki/File:Yamanashi_Fruit_Museum



Gambar 2.46 Suasana ruang Yamamashi fruit museum

Sumber:http://en.wikipedia.org/wiki/File:Yamanashi_Fruit_Museum
m

Berbeda dengan eksterior bangunan, bangunan seperti bibit yang tumbuh menjadi pohon besar bila dilihat dari eksterior atau luar. Tapi bila dilihat dari interior, memang dapat dilihat seperti pohon besar yang menaungi pohon-pohon kecil, dan kolomnya tampak seperti batang pohonnya yang terlihat pada gambar.

rumah kaca ini menampilkan pohon buah-buahan tropis dan dibangun dengan gaya khas asli. rumah kaca memiliki jalan langit dan teras sehingga dapat

menikmati pemandangan dari berbagai sudut. pohon buah-buahan tropis yang diperoleh di Jepang ditetapkan dan ditampilkan untuk menciptakan citra suatu daerah panas dan lembab. Dalam rangka mempersiapkan tanaman untuk tampilan permanen mereka benar-benar dirawat di rumah kaca dari berbunga hingga jatuh tempo, dan buah pohon dalam pot dan wadah lainnya dibawa dan ditampilkan

2.3.2.5 Struktur

Museum dan Taman Buah *Yamanashi* memiliki tinggi setengah lingkaran kaca kubah dengan diameter 55 Meter dan luas bangunan 1.800 Meter persegi. Hal ini dirancang sebagai penunjang kegiatan di dalam bangunan. Pusat pengetahuan ini memiliki tiga struktur Shell yang terbuat dari baja dengan tinggi sampai 20 Meter dan bentang 50 Meter yang dihubungkan oleh bangunan bawah tanah. Selain itu, struktur pergola yang berbentuk *Ellipsoid* juga digunakan yang merupakan struktur bersarang yang berisi tiga lantai di atas permukaan tanah dan basement.



Gambar 2.47 Struktur ryamamashi fruit museum

Sumber:http://en.wikipedia.org/wiki/File:Yamanashi_Fruit_Museum_m_and_Garde

Tabel 2.3. Kelebihan dan kekurangan

No	Kelebihan	Kekurangan
1	Sirkulasi pertumbuhan dari benih menjadikan tidak teratur tetapi menjadi menarik karena terlihat natural	Banyaknya cahaya yang masuk pada bangunan sehingga terkesan panas
2	Aksesnya yang mudah	Terkesan bangunannya berdiri sendiri
3	Terlihat sangat jelas penerapan konsep pada bangunan.	Kondisi sekitar terlihat gersang
4		Masih ada penerapan konsep yang sulit dibaca

2.3.2.6. Kesimpulan

Dari hasil studi banding dapat disimpulkan bahwa penerapan konsep *metafora* pada bangunan tidaklah mudah disampaikan melalui penerapan pada bangunan. *Metafora* merupakan salah satu tema yang bisa digunakan dalam pencapaian ide bentuk dalam arsitektur.

Museum Yamanshi of Fruit karya Itsuko Hazegawa ini mengambil sifat-sifat dari bibit yang tumbuh, buah buahan, serta tumbuh-tumbuhan yang ditampilkan dalam sebuah bangunan. Konsep terlihat pada perletakan massa yang terlihat seperti tumbuhnya bibit dari tanah dan juga interior yang terlihat seperti tumbuhan yang menaungi orang yang beraktifitas dibawahnya dengan kolom di tengah sebagai perumpamaan batang pohon yang diterapkan pada bangunan. Dengan menggunakan konsep *metafora Combine*, bangunan akan menghasilkan