

1. PENDAHULUAN

1.1. Judul Karya Desain

1.1.1. Judul Proyek dan Pengertiannya

Karya desain ini berjudul Perancangan Interior Batik *Fashion Center* di Surabaya. Pengertian dan pengambilan judulnya adalah :

A. Perancangan :

- Proses pembuatan, cara merencanakan atau merancang (*Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi III*, Balai Pustaka, 2001, halaman 741)
- Aktivitas pemecahan problem yang optimal dari kebutuhan-kebutuhan yang sebenarnya dari suatu keadaan tertentu (*Proses Perancangan Yang Sistematis*, Djambatan, Jakarta, 1982)

B. Interior :

- Tatanan perabot (hiasan dan sebagainya) di dalam ruang di dalam gedung dan sebagainya (*Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi III*, Balai Pustaka, 2001, halaman 438)
- Bagian dalam gedung atau rumah yang sejuk, dinding dalam sebuah rumah (*The Contemporary English Indonesia Dictionary*, halaman 982)

C. Batik :

- Seni lukis khas Indonesia, di mana hasil lukisan ini nantinya dinamakan Ragam Hias. Pada dasarnya menggunakan alat yang disebut dengan canting, dapat pula dilakukan dengan teknik printing. (*Batik, It's mystery and meaning*, Djambatan, Jakarta, 1990, halaman 1)

D. Fashion :

- Bentuk, tata tertib, cara, ragam, model (*Kamus Lengkap Inggris-Indonesia, Indonesia-Inggris*, halaman 23)
- (Pakaian, potongan rambut, corak hiasan,dsb) ragam, cara, atau bentuk yang terbaru pada suatu waktu tertentu yang selalu berubah dari waktu ke waktu sesuai dengan alur kehidupan (*Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi III*, Balai Pustaka, 2001)

E. Center :

- Pokok atau pangkal yang menjadi pempunan (berbagai-bagai unsur, hal, dsb) Tempat yang letaknya di tengah (Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka 1989, halaman 712)
- Tempat yang menjadi pokok kedudukan (Kamus Umum bahasa Indonesia, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1987, halaman 781)
- A group of activities under an individual and an overall commander. A place in which an interest, activity, or purpose is centered (The Webster, 1983)

F. Di Surabaya :

- Menunjukkan lokasi dan merupakan nama sebuah kota di Indonesia, tepatnya terletak di 07.12'-07.21'LS dan 112.36'-112.52'BT sekaligus sebagai ibukota propinsi Jawa Timur. (*Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, 1988)

1.1.2. Kesimpulan Judul

Suatu tempat yang menjadi pokok atau pangkal yang menjadi pempunan dari sederetan proses, cara atau usaha dan kegiatan pemberitahuan dan penjualan suatu hasil karya seni (dalam hal ini seni ragam hias batik, baik corak kain, cara berpakaian sampai dengan aksesoris pelengkapannya) yang selalu berubah dari waktu ke waktu sesauai dengan alur kehidupan berikut aspeknya di kota Surabaya.

1.2. Latar Belakang Masalah

Sejak dahulu manusia sudah mengenal dengan apa yang dinamakan pakaian. Pakaian merupakan salah satu dari tiga kebutuhan primer yang harus dipenuhi oleh manusia. Pada mulanya pakaian hanya berfungsi untuk menutupi dan melindungi tubuh manusia dari cuaca dan gangguan binatang (arti fungsional saja). Namun seiring dengan berjalannya waktu serta kemajuan teknologi, manusia (dengan sifat yang tidak pernah merasa puas akan suatu keadaan) berusaha untuk mencari arti lebih daripada pakaian, antara lain dari segi estetika, status sosial dan identitas serta profesi. Perkembangan yang mempengaruhi dunia

fashion itu, antara lain di bidang tekstil, ekonomi, kebudayaan, lingkungan sosial dan kehidupan masyarakat.

Selain itu, sebagai masyarakat Indonesia, penulis merasa bangga dengan ragam hias seni Batik. Seni batik yang sebenarnya merupakan karya seni tradisional asli Indonesia justru seringkali dipandang sebagai sesuatu yang kuno dan tidak 'in' oleh masyarakat Indonesia itu sendiri. Padahal ragam hias batik itu sendiri telah mengalami perkembangannya dengan pesat seiring dengan kemajuan teknologi yang ada. Masih dapat bertahannya seni batik hingga dewasa ini tidak terlepas dari adanya kebanggaan serta pelestarian yang dilakukan oleh desainer-desainer berbakat di Indonesia, seperti halnya : Iwan Tirta, Ghea Panggabean, Denny Wirawan, Ramli dan sederetan nama desainer terkemuka di Indonesia.

Hingga saat ini belum ditemukan adanya fashion center yang memadai di Indonesia yang khususnya mengangkat tentang seni batik. Seringkali fashion center yang terdapat di Surabaya (bahkan Indonesia) hanya bersifat komersial saja, dan berorientasi pada laba yang diperoleh dan seringkali hanya menjual produk-produk pakaian yang sedang tren saja, tanpa mengangkat citra lokal Indonesia itu sendiri. Kalaupun ada, seringkali bangunan itu berdiri dalam kesendirian (terpecah-pecah) menjadi beberapa bagian, seperti : museum tekstil, toko kain, departement store, galeri rancangan para desainer, penjahit (konveksi), peragaan busana.

Maka dari itu, melalui permasalahan-permasalahan tersebut di atas, penulis ingin mencoba menggabungkan semua kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat khususnya yang berada di kawasan Surabaya dalam mempelajari tren terbaru tentang batik serta pengolahannya menjadi produk *ready to wear* oleh desainer-desainer batik ternama di Indonesia. Melalui Batik Fashion Center ini, masyarakat dapat melihat dan mendapatkan informasi terbaru dalam hal ragam hias batik, masyarakat juga dapat langsung membeli corak kain batik yang diinginkan dan menggunakan jasa perancang busana yang kemudian dapat langsung dijahit sesuai dengan model yang dipilih. Sehingga tidak membutuhkan banyak waktu dan tenaga untuk pergi ke tempat lain. Selain itu, Batik *Fashion Center* ini juga dapat dijadikan sebagai obyek wisata bagi para turis mancanegara

yang berkunjung ke Surabaya, yang tentunya juga menguntungkan bagi pihak desainer Indonesia sebagai peluang untuk *go international*.

1.3. Perumusan Masalah

Melalui latar belakang yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang ada adalah :

- A. Bagaimana merancang interior sebuah fasilitas *fashion center* yang berorientasi promosi dan informasi yang bersifat komersil maupun apresiasi.
- B. Bagaimana merancang sebuah *fashion center* yang berkesan dinamis (*modern and stylish*) dengan tetap mencerminkan *image* citra lokal ragam hias batik Indonesia (dalam hal ini ragam hias batik dari daerah Jawa).

1.4. Tujuan Perancangan

Tujuan dari Perancangan Interior Batik *Fashion Center* di Surabaya ini adalah :

- A. Menciptakan sarana yang representatif guna mewadahi kreatifitas para desainer Indonesia, khususnya Surabaya, melalui pembagian ruang serta sirkulasi yang tepat, antara bagian komersil penjualan produk (kain batik, pakaian rancangan desainer, serta asesoris pendukungnya) dengan bagian pelayanan jasa dan pendidikan (*workshop* batik, jasa rancangan desainer serta informasi singkat tentang sejarah batik).
- B. Menciptakan pusat mode di Surabaya, yang *modern* namun tetap mencerminkan citra lokal (dalam hal ini, unsur ragam hias batik).

1.5. Manfaat Perancangan

Manfaat dari Perancangan Interior Batik *Fashion Center* di Surabaya, antara lain :

- A. Bagi pemerintah :
 - Menyumbang devisa negara di bidang ekspor non-migas.
 - Membuka lapangan kerja yang baru

- Menyukseskan program Pemerintah untuk menggalakkan pemakaian produksi dalam negeri.
- Memperkenalkan produk Indonesia (khususnya batik) di pasar Internasional
- Memenuhi kebijaksanaan Pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan pendidikan formal, perluasan kesempatan kerja, pengembangan dan peningkatan ekspor (secara tidak langsung).
- Meningkatkan produksi dalam negeri (khususnya batik).

B. Bagi Masyarakat :

- Mendidik masyarakat agar lebih mencintai produk dalam negeri, khususnya material yang menggunakan ragam hias batik yang sangat beragam
- Menghapuskan pandangan atau mitos yang berkembang di masyarakat bahwa batik berkesan kuno dan kurang mengikuti tren.
- Memenuhi kebutuhan masyarakat akan suatu wadah dan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan terhadap segala kegiatan dan informasi di bidang *fashion* serta industri batik di Indonesia.
- Membantu masyarakat dalam upaya untuk berpenampilan baik dan serasi, tanpa meninggalkan aspek budaya Indonesia (citra lokal)
- Merupakan lapangan kerja yang baru bagi masyarakat untuk mengembangkan minat, bakat serta kreativitas di bidang *fashion* serta batik.
- Memberi informasi serta pengetahuan tentang tatacara membatik serta pengaplikasiannya dalam bidang *fashion* serta asesoris pendukungnya.
- Memberi inspirasi bagi masyarakat awam yang berbakat dalam bidang *fashion design*, khususnya dengan menggunakan material kain batik dan ingin menjadi *designer*.

C. Bagi Perancang Busana Lokal (khususnya desainer batik)

- Sebagai tempat untuk menyalurkan ide-ide serta gagasan kreatif dalam mendesain pakaian, dalam hal ini dengan menggunakan material kain batik.

- Sebagai ajang persaingan bagi para desainer-desainer berbakat dari seluruh Indonesia (khususnya desainer batik).
- Sebagai parameter kualitas *fashion* dengan material batik di Surabaya, bahkan di seluruh Indonesia.
- Meningkatkan pelayanan terhadap para konsumennya supaya dapat mengenal para desainer dengan lebih baik.
- Memberikan kemudahan dalam hal menyediakan tempat untuk mengadakan peragaan untuk hasil rancangannya.
- Sebagai tempat untuk berkumpul mengadakan diskusi untuk membahas dan menentukan tren yang sedang berlangsung dan yang akan datang (dalam hal ini menggunakan material batik).
- Memperkenalkan karya-karyanya kepada para wisatawan mancanegara sehingga hasil karyanya dapat diakui secara internasional (*go international*)

D. Bagi Konsumen :

- Memberi kemudahan dalam memperoleh barang-barang bermutu dan berkualitas dengan harga bersaing sehingga tidak perlu ke luar negeri.
- Memperoleh informasi tentang perkembangan tren *fashion* dan corak atau motif batik terbaru.
- Memperoleh pelayanan yang memuaskan dari tenaga yang terampil.

E. Bagi Pihak Disiplin Terkait (fotografer, koreografer, rumah produksi, industri perfilman, industri pariwisata, dll)

- Merupakan lahan potensial untuk menggalang kerjasama demi kepentingan peningkatan profesi masing-masing pihak sesuai dengan industri terkait.

F. Bagi Investor (Asing maupun Lokal)

- Menyambut perdagangan bebas (AFTA)
- Memperoleh keuntungan dari investasi yang ditanamkan pada usaha ini dalam jangka waktu tertentu.

1.6. Ruang Lingkup Perancangan

Perancangan Interior Batik *Fashion Canter* ini memiliki luas bangunan $\pm 1800\text{m}^2$. Bagian-bagian yang ada di dalam Batik *Fashion Center* ini secara garis besar, antara lain :

- A. Resepsionis
- B. Ruang tunggu
- C. *Fashion Lounge*
- D. *Catwalk (fashion runway)*
- E. Area pameran dan penjualan hasil karya desainer-desainer batik Indonesia termasuk area pelayanan jasa (*designer's tenant*)
- F. Area *workshop* batik meliputi informasi seputar seni ragam hias batik beserta tatacara pembuatannya (*batik gallery*)
- G. Area kantor, untuk kegiatan administratif
- H. Area kasir
- I. Toilet

1.7. Metode Perancangan

1.7.1. Data Yang Diperlukan

Data-data yang diperlukan dalam perancangan interior Batik *Fashion Center* ini adalah :

- A. Data-data setiap aktivitas yang dilakukan pengguna ruang (meliputi pengunjung maupun karyawan).
- B. Data-data tentang apa saja yang dibutuhkan untuk sebuah pusat *fashion* batik yang berkualitas serta memiliki daya jual tinggi.
- C. Data-data tentang besaran ruang, organisasi ruang dan sirkulasi dalam sebuah pusat *fashion* batik.
- D. Data-data eksisting ruang yang akan dirancang.
- E. Data-data tentang sistem pencahayaan, penghawaan serta sirkulasi yang baik untuk sebuah pusat *fashion* batik.
- F. Data-data tentang sejarah singkat mengenai batik beserta tatacara pembuatannya.

G. Data-data mengenai biografi singkat para desainer batik ternama di Indonesia beserta ciri khas yang akan ditonjolkan ke dalam perancangan interior.

1.7.2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam perancangan ini adalah melalui *survey* ke lapangan, observasi, serta wawancara langsung dengan narasumber yang bersangkutan (surat bukti telah melakukan *survey* dapat dilihat pada lampiran).

A. *Survey*

Sejauh ini penulis telah melakukan metode *survey* pada lima tempat di Jakarta yang berkaitan dengan perancangan Batik *Fashion Center* ini, yaitu:

1. P.T. Wieda Sejahtera

Toko batik ini terletak di dalam Blok M Plaza di kawasan Jakarta Selatan, toko ini berada di dalam *Department Store* Matahari. Toko ini membuat sendiri setiap pakaian batik yang dijualnya. Namun untuk motif serta corak batik, perusahaan ini mendatangkan dari Semarang, Yogyakarta serta Pekalongan.

2. Museum Tekstil

Museum ini terletak di jalan K.S. Tubun di kawasan Jakarta Barat. Museum ini berisi informasi seputar tekstil, mulai dari jenisnya, peralatan yang digunakan hingga tatacara pembuatannya. Pada museum tekstil ini juga disediakan sarana membatik yang disediakan pada satu bangunan khusus. Proses pengajaran membatik ini diadakan setiap hari pada jam kerja, tidak dipungut biaya serta terbuka bagi siapapun yang berminat mengikuti kelas tersebut.

3. Ghea Fashion Studio

Ghea fashion studio ini berada di jalan subang 12, Menteng, Jakarta Pusat. Bangunan yang disurvei oleh penulis ini merupakan bekas rumah tempat tinggal Ibu Ghea. Pada kesempatan wawancara ini penulis bertemu dengan tangan kanan Ibu Ghea sendiri, yaitu bapak Suhartono selaku bagian desain pengembangan tekstil yang telah 14 tahun mengabdikan kepada Ibu

Ghea. Beliau menjelaskan kepada penulis mengenai tren terbaru saat ini yaitu kombinasi antara brokat kebaya dengan pakaian klasik romantis. Ibu Ghea juga sangat terkenal dalam kiprahnya mengangkat serta memperkenalkan batik kepada masyarakat Indonesia dengan adikaryanya yang terkenal serta menjadi trademark beliau, yaitu teknik jumputan.

4. P.T. Batik Iwan Tirta

Batik iwan Tirta ini terletak di jalan Panarukan 25, Jakarta pusat. Showroom ini juga sekaligus merupakan rumah tinggal bapak Iwan Tirta. Pada kesempatan ini penulis disambut hangat oleh asisten bapak Iwan Tirta, yaitu bapak Sutisna, yang telah mengikuti kiprah beliau sejak 26 tahun yang lalu. Bapak Iwan Tirta ini dapat dikatakan telah memberikan kontribusi yang sangat luar biasa di bidang batik. Beliau tidak hanya mendesain batik terbatas pada corak kain saja, tetapi juga merupakan pelopor dalam mendesain batik pada sebuah interior publik (Seluruh Hotel Hilton Jakarta), selain itu beliau juga memelopori desain batik pada peralatan makan dari keramik, porselen, marmer maupun kuningan dan perak. Melalui karya-karya beliau, dapat dibuktikan bahwa batik tidak lagi terkesan kuno dan ketinggalan jaman, melainkan terkesan modern serta memiliki nilai eksotis tersendiri. Desain batik yang menjadi trademark serta andalan beliau adalah permainan motif berukuran besar.

5. P.T. Lainy Gumulya

Toko ini terletak di dalam *departement store* matahari di kawasan Blok M Plaza Pasaraya – Jakarta Selatan. P.T. ini merupakan perusahaan konveksi yang tidak memproduksi sendiri material yang digunakan, melainkan mendatangkan dari beberapa pengrajin batik dari daerah-daerah, seperti Pekalongan, Madura dan Yogyakarta.

B. Wawancara

Wawancara telah dilakukan oleh penulis kepada lima orang dalam berbagai jabatan dengan keperluan yang berbeda pula, yaitu: pengelola butik, kepala bagian museum, asisten desainer, hingga *sales* pada sebuah *departement store* batik. Wawancara yang telah dilakukan ini bertujuan untuk memperoleh

informasi mengenai perkembangan tren pakaian serta ragam hias kain batik. Selain itu wawancara ini juga sangat diperlukan sebagai data-data akurat yang nantinya akan mempengaruhi perancangan desain batik fashion center.

C. Observasi

Penulis juga melakukan metode observasi, yaitu melakukan pengamatan-pengamatan secara langsung ke lapangan tentang hal-hal yang berhubungan dengan perancangan desain batik *fashion center* ini. Baik dalam hal pengamatan tentang tren batik yang sedang berlangsung, material-material, motif-motif ragam hias batik terbaru, ciri khas andalan para desainer pakaian batik di Indonesia (Biyana, Sebastian Gunawan, Danar Hadi, Prajudi, Ronald V. Gaghana, Bin house di hotel Nikko Jakarta) , tren penataan panggung (*fashion show*) pada pagelaran yang diadakan di hotel Mandarin Oriental (dalam acara *easy* Jakarta), serta pada peragaan acara malam amal di Plaza Indonesia , serta tren penataan *layout* sebuah toko yang besar (*shopping center*) seperti galeri keris (Jakarta dan Surabaya), butik Chantique Skaly (butik khusus desainer-desainer Indonesia) di Pasaraya Grande, Matahari *departement store*, penataan layout sebuah toko kain (Alta Moda), Danar Hadi (Jakarta dan Surabaya), Mirota, dan Batik Semar, serta butik-butik terkemuka di kawasan Jakarta dan Surabaya. Selain itu penulis juga melakukan observasi terhadap fasilitas-fasilitas penunjang, seperti *café* (Hard rock *café*, Planet Hollywood *café*, *Café rotie*, Senayan, Coffee Club, Senayan, *Café La Pupa* di Artha Gading Mall), *fitting rooms*, *toilet*, penataan pencahayaan, dll.

1.7.3. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang digunakan dalam proses pengolahan data adalah metode perhitungan, pengkodean dan sortir. Maksudnya di sini, penulis menghitung semua data-data yang telah diperoleh, kemudian penulis memberi kode tertentu untuk setiap bagian yang diperlukan (misalnya pembagian area) yang kemudian disortir berdasarkan keperluan dengan memperhitungkan validitas dan reliabilitas data.

1.7.4. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah metode komparatif, maksudnya, analisis dilakukan dengan membandingkan data-data *survey*, wawancara, observasi serta literatur yang telah diperoleh untuk kemudian diperbandingkan sehingga diperoleh data yang akurat dan sekaligus dijadikan acuan dalam proses perancangan nantinya.