

SARANA PENGEMBANGAN MODE STREETWEAR DI JAKARTA

Rivaldo Mark Frans Valentino Tumbelaka¹⁾, Suryono Herlambang²⁾

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, rivaldo.315160008@stu.untar.ac.id

²⁾Program Studi S1 PWK, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, suryonoh@ft.untar.ac.id

Masuk: 20-01-2021, revisi: 21-02-2021, diterima untuk diterbitkan: 26-03-2021

Abstrak

Seiring berkembang pesatnya industri kreatif *fashion* di Indonesia, para *fashion designer* dituntut untuk lebih kreatif untuk bersaing secara internasional. *Streetwear* sudah menjadi aliran *fashion* yang digandrungi oleh millennial dan gen-z di kota Jakarta. Kurangnya tempat untuk mewadahi kreatifitas mereka di kota Jakarta menjadi permasalahan proyek ini. Kawasan Tebet adalah suatu kawasan yang berlokasi di Jakarta Selatan, Kelurahan Tebet, kota Jakarta Selatan. Kawasan Tebet sudah berkembang lumayan pesat. Kawasan ini dikelilingi oleh bangunan perkantoran komersil. Kawasan ini dikelilingi oleh *fashion distro streetwear*, ada yang sudah lama berkembang dan ada juga baru mulai memasuki industri *fashion*. Seiring berkembangnya industri *fashion streetwear* di Indonesia, itu bisa menaikkan perekonomian Indonesia, tetapi itu bisa juga menjadi boomerang karena kurangnya perhatian dari pemerintah untuk menaikkan sektor kreatif *fashion streetwear*. Daerah Tebet sangat cocok untuk merespon masalah ini karena dengan adanya *fashion distro* disekilingnya itu bisa dipusatkan ke dalam *fashion hub* untuk berkarya dan berkolaborasi.

Kata kunci: Komunitas; Publik; Streetwear; Tebet

Abstract

Along with the rapid development of the creative fashion industry in Indonesia, fashion designers are required to be more creative to compete internationally. Streetwear has become a fashion stream loved by millennials & gen-z in the city of Jakarta. Lack of space to accommodate their creativity in the city of Jakarta is the problem of this project. Tebet area is an area located in South Jakarta, Kelurahan Tebet, South Jakarta city. The Tebet area has developed quite rapidly. This area is surrounded by commercial office buildings. This area is surrounded by streetwear fashion distros, some have been developing for a long time and some are just starting to enter the fashion industry. As the streetwear fashion industry develops in Indonesia, it can improve Indonesia's economy, but it can also become a boomerang due to the government's lack of attention to increase the creative streetwear fashion sector. The Tebet area is very suitable to respond to this problem because with the surrounding fashion distributions it can be concentrated into a fashion hub to work and collaborate.

Keywords: Community; Public; Tebet; Streetwear

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Ekonomi kreatif menjadi salah satu penyokong berkembangnya ekonomi Indonesia saat ini. Terlebih, saat era digital dan kaum millennial menambah warna ekonomi kreatif Indonesia menjadi lebih beragam dengan kreasi teknologi. Seiring berkembangnya industri 4.0, trend ekonomi kreatif pun jadi lebih beragam. Sektor digital memiliki peranan penting dalam mendukung sektor lainnya. Sebut saja film, pengembang aplikasi *game*, film animasi dan video, serta lainnya turut mendukung subsektor ekonomi kreatif lainnya di Indonesia. Perekonomian Indonesia masa depan ini telah menyumbang hampir 10% dari PDB Indonesia dan masih terus

berkembang. Menyikapi perubahan industri, pemerintah menargetkan siswa kami menjadi "super kreatif dan inovatif". Sedangkan infrastruktur dan sistem pendidikan sekolah kita tidak sesuai untuk kreativitas dan inovasi. Faktanya, itu menjadi bumerang untuk membunuh kreativitas siswa kita. Untuk mengatasi masalah ini ada banyak pengembangan eksternal hub kreatif/ digital yang perlu difasilitasi. Ironisnya, sebagian besar ruang-ruang tersebut tidak melayani tujuan pendidikan dalam menciptakan ekosistem kreatif bagi generasi muda, hanya sebagai ruang bisnis dan sosial.

Rumusan Permasalahan

Bagaimana *future dwelling* bisa mewadahi kreativitas *fashion designer streetwear* Indonesia agar bisa mengembangkan industri *fashion* lebih pesat dan bisa mencapai ranah *streetwear* international? Bagaimana *future dwelling* bisa mengembangkan potensi-potensi kreatif millennial Jakarta di bidang *fashion streetwear*?

Tujuan

Tujuan dari proyek yang diusungkan adalah untuk memberikan fasilitas publik berupa untuk masyarakat saling berkembang mengembangkan kreativitasnya dan berinteraksi dengan sesama agar setiap *user* menjadi pribadi yang lebih humanis, produktif, terbuka, dinamis dan bisa berkolaborasi.

2. KAJIAN LITERATUR

Dwelling

Secara etimologis, kata kerja "*to dwell*" berasal dari kata Inggris Lama *dwellan* mengembara, menunda, mendiami, tinggal di suatu tempat lebih lama. Kata *dwelling*, bentuk kata benda dari kata kerja *to dwell* yang mengungkap makna kehadiran – *human dwelling* dapat bermakna kehadiran manusia secara spasial di muka bumi. Jika *dwelling* merujuk pada kegiatan aktif manusia (*vita activa*) dalam ruang daur hidup yang luas atau terbatas, seperti bekerja dan berpolitik, setting merujuk pada makna spasial menetap dari *dwelling*. Menurut Heidegger menyatakan bahwa kita merasa bertinggal hanya karena ada bangunan, bahwa manusia dapat mencapai tujuan bertinggal karena ada bangunan. Menurut Heidegger, tidak semua bangunan itu adalah tempat bertinggal. Bangunan menaungi manusia, menempatnya tetapi bukan tempat tinggal atau bertinggal. Dia menempati bangunan tetapi bukan tinggal atau bertinggal di dalamnya, jika bangunan ini hanya sebagai naungan. Artinya, bertinggal lebih jauh bermakna jika ada kegiatan manusia di bawah naungan. Dalam skala yang lebih besar luas, manusia bertinggal untuk menyelenggarakan aktivitas kehidupan dalam cakupan geografis kota atau bahkan wilayah. Manusia secara alamiah adalah juga makhluk sosial, hidup bersama manusia lain bertinggal dalam ruang daur hidup dalam dimensi diri pribadi sampai dengan sosial.

Generasi Millennial

Generasi Millennial adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun kelahiran 1981 sampai dengan 1994 masehi. Generasi ini disebut juga dengan sebutan generasi millennial, yang sudah mengenal teknologi seperti komputer, *video games*, dan *smartphone*.

Generasi Gen Z

Perilaku pertama, generasi millennial di Indonesia sangat kecanduan internet. Dalam sehari rata-rata generasi millennial bisa menggunakan internet dengan durasi lebih dari tujuh jam dengan rentang usia tertentu. Kedua, loyalitas generasi millennial tergolong rendah. Saat ada produk yang lebih bagus, generasi millennial dengan mudah akan berpaling. Ketiga, mayoritas millennial lebih memilih melakukan transaksi non-tunai dengan porsi 59 persen.

Bekraf

Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah lembaga pemerintah nonkementerian yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui menteri yang membidangi urusan pemerintahan di bidang pariwisata. Industri Kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain Industri Budaya atau juga Ekonomi Kreatif.

Subsektor Ekonomi Kreatif

Menurut data dari Kementerian Perindustrian RI, *fashion* merupakan salah satu subsektor industri kreatif yang memiliki kontribusi ekonomi tinggi. Bahkan industri *fashion* dianggap mampu untuk menjadi penggerak dalam perkembangan industri kreatif Indonesia. Sekarang sudah banyak desainer asli Indonesia yang karyanya diakui oleh publik mancanegara.

Industri *Fashion*

Industri *fashion* di Indonesia pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Hal tersebut sejalan dengan kesadaran masyarakat Indonesia akan *fashion* yang mengarah pada *lifestyle*. Industri *Fashion* sendiri menempati urutan kedua dalam jumlah usaha atau perusahaan ekonomi kreatif berdasarkan jajaran Sensus Ekonomi 2016 yaitu sekitar 15.01% setelah Industri Kuliner dengan 67.66%. Industri *Fashion* juga mampu berkontribusi 18.01% atau sekitar Rp. 116 Triliun dalam Gairah Ekonomi Kreatif Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian di tahun 2016, tercatat nilai ekspor dari Industri *Fashion* mencapai USD 11,7 Milliar. Untuk menghadapi Perkembangan Industri 4.0 serta untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik maupun permintaan ekspor Kementerian Perindustrian bertekad untuk terus meningkatkan produktivitas industri manufaktur, salah satunya dengan cara memacu pengembangan industri kecil dan menengah yang dibentuk oleh para pebisnis muda dan berbakat. Seiring dengan berkembangannya jaman, *entrepreneur* sekarang lebih dikenal dengan *creativepreneur* yang berarti pelaku usaha kreatif.

Ruang Publik

Secara umum ruang publik atau *public space* didefinisikan sebagai sebuah ruang yang mampu menampung kebutuhan publik akan ruang interaksi dan beraktivitas yang dapat digunakan publik baik secara pribadi ataupun berkelompok. Keberadaan ruang publik dalam sebuah kota dan kawasan menjadi penting sebagai wadah interaksi antar masyarakat yang akan berpengaruh pada stabilitas sosial dan meningkatkan tingkat kebahagiaan kota atau kawasan tersebut.

Ruang Seni

Ruang seni pada era 1980-an membentuk pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya mengelola ruang seni secara profesional, sedangkan pada era 1990-an ruang seni hadir sebagai kritik atas keberadaan ruang seni seperti galeri yang dianggap mapan. Era 2000-an ruang seni hadir sebagai sebuah kebutuhan seniman untuk menampilkan karya mereka ke tengah masyarakat. Ketiga tajuk wacana muncul sebagai konsekuensi dari perubahan status seni dan pada akhirnya mempengaruhi dan mengubah cara pandang arti dan fungsi keberadaan ruang seni. Ruang seni merupakan bangunan budaya sebagai sarana edukasi budaya melalui presentasi karya seni, edukasi dan diskusi serta seminar menjadi cara pembelajaran nilai-nilai budaya.

3. METODE

Menurut Karl Jomakka, *Basic Design Methods* menyatakan bahwa metode desain harus dipilih sesuai dengan tantangan yang ada pada proyek tertentu dan bukannya tidak mungkin bahwa metode yang dipilih tersebut adalah bukan yang terbaik. Terdapat 7 metode desain utama yang

terbagi kedalam beberapa rincian metode tersebut adalah

<i>Nature and Geometry as Authorities</i>	<i>Music and Mathematics as Models</i>
<i>Biomorphologic Architecture</i>	<i>Musical Analogies</i>
<i>Quadrature and Triangulation</i>	<i>Higher Dimensions</i>
<i>Precedent</i>	<i>Generative Processes</i>
<i>Typologi</i>	<i>Superposition and Scalling</i>
<i>Transformation as a Specific model</i>	<i>Morphing, folding, and Animate</i>
<i>Respon to Site</i>	<i>Form</i>
<i>Regionalism Contextualism</i>	<i>Datascape</i>
	<i>Diagrams</i>
	<i>Parametric Design</i>
<i>Accident and the Unconscious as Sources</i>	<i>Rationalist Approaches</i>
<i>Heterotopis</i>	<i>Performance Form</i>
<i>Surrealist Devices</i>	<i>Design Research</i>

Dari metode - metode tersebut metode yang tepat dalam merancang program yang disusulkan adalah:

Respon to Site – Contextualism

Mempertimbangkan karakteristik setempat dimana bangunan akan didirikan sehingga hasil rancangan dapat berkesinambungan dengan kondisi eksisting. Bangunan dibuat untuk merespon keadaan lingkungan sekitar, dengan memperhatikan banyak aspek seperti bentuk bangunan, orientasi bangunan, ketinggian bangunan sekitar tapak, tampak bangunan sekitar tapak.

Precedent - Transformation as a specific model

Dari hasil analisa secara kontekstual bisa disimpulkan kedalam suatu bentuk gubahan massa yang bisa diaplikasikan ke dalam bangunan

Precedent – Typologi

Tipologi bangunan adalah ilmu mengenai pengelompokkan bentuk bangunan. Tipologi bangunan dalam dunia arsitektur bisa dikelompokkan menjadi 3 jenis, yaitu tipologi bangunan berdasarkan konfigurasi bentuk dan ruang (*spatial structure*), atau yang disebut juga *firmitas*; tipologi bangunan berdasarkan pada fungsi-fungsi dari bangunan, atau dikenal dengan istilah utilitas; tipologi bangunan berdasarkan citra atau gambaran, serta berdasarkan langgam atau gaya dari arsitektur, atau disebut juga dengan *venustas*. Tipologi bangunan bisa dipengaruhi oleh lingkungan dan keadaan dari tapak itu sendiri.

4. DISKUSI DAN HASIL

Tapak berada di Jl.Prof Dr Soepomo Tebet, tapak mempunyai lokasi yang strategis karena disekitarnya sudah banyak distro *fashion*. Tapak diapit oleh 2 bangunan kantor dan daerah belakang tapak adalah perumahan. Kondisi tapak tidak berkontur, arus lalu lintas sekitar tapak cukup padat dan macet pada saat sore hari.

ANALISIS TAPAK



Gambar 1. Analisis Tapak
Sumber: Penulis, 2020

Bangunan Sekitar

Sekitar tapak dikelilingi bangunan perkantoran, ruko dan juga perumahan dibelakang tapak. Bangunan sekitar tapak kebanyakan yaitu bangunan lama

Kebisingan

Sumber kebisingan terbesar berasal dari Jl. Prof Dr soepomo yang terletak dibagian depan tapak. Bagian belakang tapak tidak terlalu bising karena area perumahan. Bukaan terbesar berada di bagian samping tapak yang mendapat sirkulasi udara yang baik



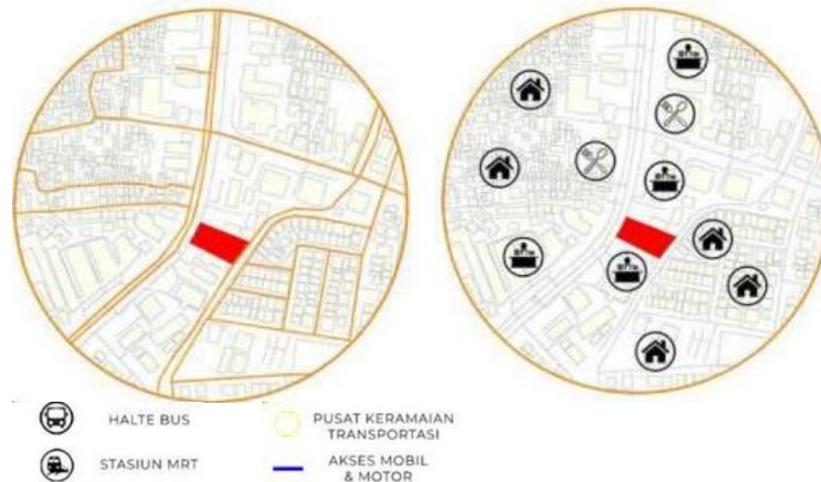
Gambar 2. Bangunan Sekitar dan Kebisingan
Sumber: Penulis, 2020

Aksesibilitas

Ada 2 akses menuju tapak yaitu melalui Jl Prof Dr Soepomo untuk akses jalan masuk dan Jl. Tebet Mas Indah IV untuk akses jalan keluar kendaraan

Bangunan sekitar

Fasilitas disekitar tapak sudah cukup memadai dan berada diatas standard, tetapi fasilitas publik untuk mewedahi kegiatan masyarakat masih kurang.



Gambar 3. Aksesibilitas dan Bangunan Sekitar

Sumber: Penulis, 2020

Lokasi Tapak



Gambar 4. Lokasi Tapak

Sumber: Penulis, 2020

Berlokasi di Jl. Prof Dr. Soepomo, Tebet, Jakarta Selatan, dengan luas 2250m². Kecamatan Tebet, Kelurahan Tebet. Zona tapak adalah perkantoran, perdagangan, jasa. KDB 60%, KLB 2.4, KB 4, KDH 30% dan KTB 55%.

Program

Tabel 1. Program

FASHION				
RUANG	KAPASITAS	JUMLAH RUANG	LUAS RUANG	LUAS TOTAL
KANTOR	5	8	20m2x8	160m2
R.TUNGGU	4	8	9m2x8	72m2
R.KONSULTASI	4	8	9m3x8	72m3
R.PRODUKSI	10	8	50m2x8	400m2
R.DISPLAY	20	8	40m2x8	320m2
GUDANG	4	8	15m2x8	120m2
TOTAL				1.144M2

PROGRAM PENUNJANG				
RUANG	KAPASITAS	JUMLAH RUANG	LUAS RUANG	LUAS TOTAL
GALERI	150-200	1	200M2	200M2
CAFE	50	2	160M2	160M2
PERPUSTAKAAN	50	1	100M2	100M2
RESTORAN	30	1	160M2	160M2
RETAIL	10	10	16M2 X 10 RUANG	160M2
TOKO TEKSTIL	15	2	32M2 X 2	64M2
HAIR MAKE UP STUDIO	10	1	28M2	28M2
BOUTIQUE	25	1	64M2	64M2
STUDENT LOUNGE	60	1	80M2	80M2
BOOKSTORE	20	1	20M2	20M2
TOTAL				1.036M2

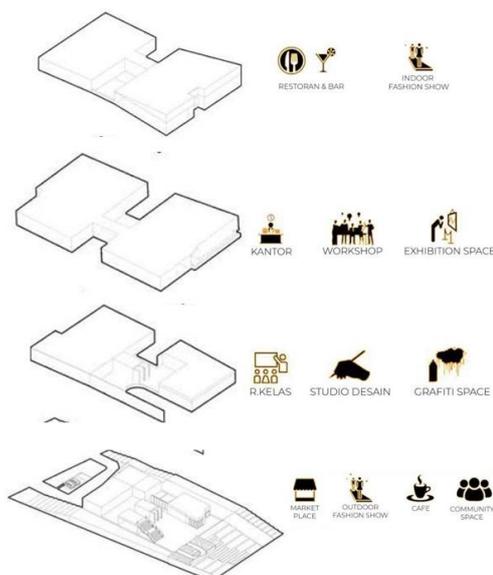
AREA WORKSHOP				
RUANG	KAPASITAS	JUMLAH RUANG	LUAS RUANG	LUAS TOTAL
R.KULIAH TEORI	20	2	30M2 x 2	60M2
PATTERN DRAFTING ROOM	20	2	80M2 X 2	160m2
R.LAB KOMPUTER	20	1	80M2	8M2
KNITTING WORKSHOP	20	1	80M2	80M2
SEWING ROOM	20	2	160M2	320M2
PERSONAL COLLECTION WORKSHOP	40	1	120M2	120M2
R.TEKSTILE WORKSHOP	20	1	100M2	100M2
TOTAL				920M2

KANTOR				
RUANG	KAPASITAS	JUMLAH RUANG	LUAS RUANG	LUAS TOTAL
R.MANAGER	1	2	12M2 X 2	24M2
R.STAF	3	3	16M2 X 3	48M2
R.RAPAT	10	2	30M2 X 2	60M2
R.ARSIP	2	1	8M2 X 2	16M2
TOTAL				148M2

SERVIS				
RUANG	KAPASITAS	JUMLAH RUANG	LUAS RUANG	LUAS TOTAL
R.TRAFO	4	1	6M2	6M2
R.POMPA AIR	4	1	6M2	6M2
R.LOCKER	10	1	8M2	8M2
R.OFFICE BOY	10	1	20M2	20M2
TOTAL				40M2

Sumber: Penulis, 2020

Zoning Bangunan



Lantai 4 dibuat mix dengan adanya ruang edukasi dan komersil. Ruangan di lantai 4 difokuskan untuk zoning public yang dimana masyarakat bisa bersosialisasi dilantai 4

Lantai 3 diisi dengan ruang workshop, exhibition space dan mini forum. Lantai 3 difokuskan untuk area edukasi pembelajaran tentang industry fashion khususnya streetwear. Dilantai ini juga terletak kantor pengelola

Lantai 2 diisi dengan ruang kelas dibagian depan dan zona komersil dibagian belakang bangunan dan area servis. Zoning lantai 2 dibuat untuk edukasi untuk mengekspresikan kreatifitas.

Lantai 1 dibuat untuk fasilitas public, ruangan dibuat semi outdoor agar konsep street lebih terasa pada lantai 1. Pada bagian depan dibuat fashion show outdoor untuk menumbuhkan kesan yang baru pada industry fashion dan ini juga menonjolkan ide streetwear. Lalu pada bagian belakang diisi dengan area retail untuk para desainer bisa memasarkan hasil karya fashionnya

Gambar 5. Zonasi Bangunan

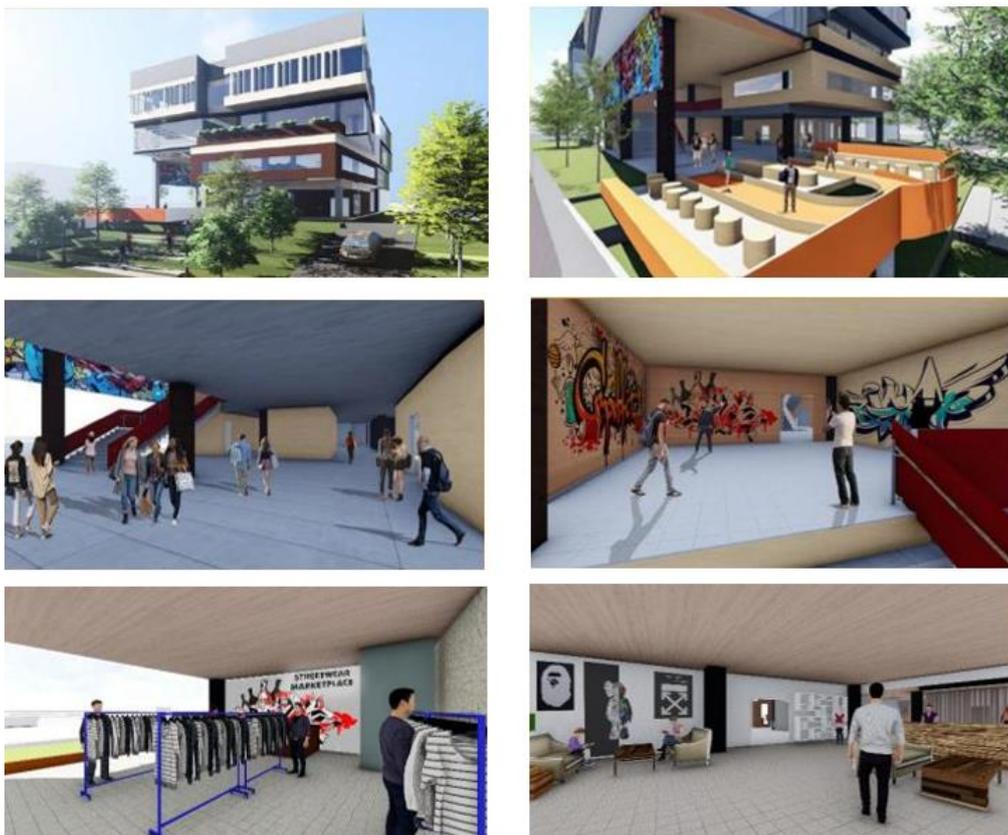
Sumber: Penulis, 2020

Lantai 2 terdapat 3 ruang kelas dibagian depan dengan luas yang berbeda, didepannya terdapat *foyer* yang menghubungkan ruang kelas, *lift* dan juga area *indoor* dibagian belakang. Area belakang lantai 2 terdapat *open design studio* yang gunanya tempat para desainer berkumpul dan *brainstorming*, disebelahnya terdapat ruang outdoor untuk para pengunjung bisa menghirup udara segar. Lantai 3 terdapat area *open exhibition space* yang digunakan untuk pameran hasil karya, memamerkan hasil karya fesyen *streetwear* Indonesia ke audiens, menawarkan jasa mereka, menjual peralatan fesyen. Disebelahnya ada *textile workshop* untuk mempelajari material, di atasnya ada *slow fashion workshop* untuk mempelajari bagaimana membuat *fashion* yang *sustainable* dan *recycle* bahan bekas untuk mengurangi limbah.

Kantor pengelola terdapat dibagian belakang untuk tidak mengganggu sirkulasi *workshop* disampingnya, disebelahnya kantor pengelola ada *art shop* yaitu toko untuk menjual barang-barang seni seperti patung, pajangan, lukisan kecil, dan lainnya, selain itu ada *streetwear mini forum* untuk berkumpulnya para desainer meeting. Lantai 4 bagian depan terdapat area *fashion show* yang mempunyai kapasitas 50-70 orang, area ini dibuat lebih eksklusif karena setiap *fashion show* hanya undangan yang boleh masuk, orang luar tidak boleh masuk. Disebelah kirinya ada ruang ganti untuk para modelnya dan *backstage* untuk tempat sebelum mereka tampil. Bagian belakang terdapat restoran sebagai daya tarik pengunjung dan terdapat café juga yang didesain dengan tema *streetwear* untuk membuat lantai 4 lebih hidup.

Perspektif Bangunan

Pada exterior bangunan material yang digunakan adalah acp dan kaca, lalu ada secondary skin dibeberapa bagian fasad yang menggunakan perforated aluminium, rangka hollow.



Gambar 8. Perspektif Bangunan

Sumber: Penulis, 2020

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Generasi millennial dan Gen Z banyak yang masuk ke industry kreatif tetapi fasilitas dari pemerintah sangat kurang supaya mereka bisa berkembang, dibutuhkan suatu tempat untuk menuangkan ide-ide desain mereka. Dengan berkembang pesatnya industri fesyen di Indonesia, ekonomi Indonesia kedepannya bisa naik drastic dan lebih memamerkan hasil karya anak bangsa ke luar negeri agar Indonesia lebih dikenal terutama industri *fashion streetwear*. Dengan dibuatnya *fashion hub* ini diharapkan bisa menaikkan nilai suatu Kawasan juga agar bisa lebih ramai pengunjung dan bisa menciptakan sumber lapangan pekerjaan baru

Saran

Tujuan penyusunan laporan perancangan ini adalah untuk meningkatkan kualitas dan kreativitas generasi millennial dan gen z agar bisa menumbuhkan ekonomi kreatif subsektor fesyen di Indonesia dan bisa bersaing dengan luar negeri.

REFERENSI

- ArchDaily. (2021). *3 Winners Announced for Bangkok Fashion Hub Competition/ Holly Giermann*, diunduh 10 Januari 2021, <https://www.archdaily.com/626388/3-winners-announced-for-bangkok-fashion-hub-competition>.
- ArchDaily. (2021). *Art & Innovation Hub at Agastya International Foundation/ Mistry Architects*, diunduh 10 Januari 2021, <https://www.archdaily.com/951768/art-and-innovation-hub-at-agastya-international-foundation-mistry-architects>.
- ArchDaily. (2021). *Wayss Youth Transition Hub / BENT Architecture*, diunduh 10 Januari 2021, <https://www.archdaily.com/951386/wayss-youth-transition-hub-bent-architecture>
- ArchDaily (2021). *WOW Lieven Cultural Hub / Atelier Carloalberto*, diunduh 10 Januari 2021, <https://www.archdaily.com/952664/wow-lieven-cultural-hub-atelier>
- Carr, S., Francism, M., Rivlin, L., Stone, A. (1992). *Environment and Behavior Series, Public Space*. Cambridge University Press
- Krier, R. (2001). *Komposisi Arsitektur*. Jakarta: Erlangga.
- Rahmat, A. (2018). Pekanbaru Street Art Park Dengan Pendekatan Arsitektur Ekspresionis. *Skripsi diterbitkan Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik, Universitas Riau*.
- Rothman, J. (1979). Occupational Roles: Power and Negotiation in the Division of Labor. *The Sociological Quarterly*. 20 (4). 495-515. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1979.tb01231.x>
- Schulz, C. N. (1985). *The Concept of Dwelling: On the Way to Figurative Architecture*. New York: Rizzoli
- Susanti, D. (2011), Pusat Fashion Kontemporer di Yogyakarta. *Skripsi diterbitkan*. Program Studi Arsitektur. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/1651>