

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Perancangan interior *Fashion Hub* Ratu Plaza Jakarta merupakan respon terhadap minimnya ruang kreatif bagi komunitas penggiat *fashion* di Jakarta untuk berkarya. Hadirnya *Fashion Hub* ini juga merupakan upaya untuk mendukung rencana aksi dari program Pemerintah Indonesia untuk mengembangkan industri *fashion* yang terintegrasi. Melihat sejarah dan perkembangannya sebagai pusat *trend* di kota Jakarta pada masanya, Ratu Plaza menjadi lokasi yang dipilih untuk menghadirkan *Fashion Hub* ini.

Perancangan ini menggunakan konsep *An Action for Fashion* yang merupakan sebuah esensi yang ingin dicapai pada sebuah ruang kreatif yang akan digunakan oleh komunitas penggiat *fashion* di Jakarta. Konsep ini diwujudkan melalui perencanaan ruang, skema warna perancangan yang diambil dari *color palette London Fashion Week Spring Summer 2023*, serta ideasi bentuk yang terinspirasi dari proses pembuatan tekstil yang diaplikasikan pada elemen pembentuk ruang, furniture, dan elemen dekoratif. Gaya perancangan menggunakan referensi gaya *retrofuturism* yang sesuai dengan karakter dan identitas komunitas penggiat *fashion*.

Perancangan interior *Fashion Hub* dengan menggunakan konsep tersebut tidak hanya berdampak positif bagi komunitas penggiat *fashion* di Jakarta, melainkan juga bagi pengelola untuk menarik kembali minat pengunjung sehingga dapat menghidupkan kembali Mal Ratu Plaza sebagai pusat *trend* kontemporer di Kota Jakarta

B. Saran

1. Ide dan hasil perancangan *Fashion Hub* Ratu Plaza Jakarta diharapkan mampu menjadi sebuah solusi bagi pihak manajemen Mal Ratu Plaza Jakarta, komunitas penggiat *fashion*, maupun investor di industri *fashion* untuk mendukung perkembangan pasar ekonomi kreatif.
2. Ide dan hasil perancangan *Fashion Hub* Ratu Plaza Jakarta diharapkan mampu menarik kembali minat pengunjung sehingga dapat menghidupkan kembali Mal Ratu Plaza sebagai pusat *trend* kontemporer di Kota Jakarta.
3. Dengan diangkatnya sektor industri ekonomi kreatif sebagai isu pada perancangan ini, diharapkan mahasiswa untuk lebih peka terhadap isu dan permasalahan lainnya yang sedang terjadi dalam menghasilkan desain yang inovatif.



DAFTAR PUSTAKA

- Achwan, R. (2013). Kelekatan Kelembagaan: Industri Distro Fesyen di Bandung. *Jurnal Sosiologi Masyarakat, Vol. 18, No. 2, Juli 2013*, 139-160.
- Hadijah, I. (2014). Upaya Peningkatan Export Drive Industri Fashion di Era Globalisasi. *Teknologi dan Kejuruan, Vol. 37, No. 1, Februari 2014*, 95-108.
- Handayani, R. B., Utama, K., & Sunarya, Y. Y. (2020). Matriks Strategi Implementasi Perancangan Fashion Berkelanjutan. *Jurnal Seni & Reka Rancang, Vol. 3, No.1, November 2020*, 15-24.
- Kilmer, R., & Kilmer, W. (2004). *Designing Interiors*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons, Inc.
- Panero, J., & Zelnik, M. (1979). *Human Dimension and Interior Space*. New York: Whitney Library of Design.
- Siregar, F., & Sudrajat, D. (2017). *Enabling Spaces: Mapping Creative Hubs in Indonesia*. British Council.
- Susanti, D. (2011). *Pusat Fashion Kontemporer di Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Thoring, K., Desmet, P., & Badke-Schaub, P. (2019). Creative Space: A Systematic Review of The Literature. *Proceeding of The 22nd International Conference on Engineering Design (ICED19)* (pp. 299-308). Delft: Cambridge University Press. doi:10.1017/dsi.2019.33
- Thoring, K., Mueller, R., Desmet, P., & Badke-Schaub, P. (2018). Design Principles for Creative Spaces. *Proceedings of the Design 2018 15th International Design Conference*, (pp. 1969-1980). Dubrovnik. Retrieved from <https://doi.org/10.21278/idc.2018.0233>

- Utomo, A. P. (2017). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional, Vol. 5, No. 4, 2017*, 1365 - 1380.
- Vernia, D. M. (2015). Pengembangan Bisnis Industri Kreatif Bidang Fesyen Dengan Pendekatan Ekspor Untuk Memperkuat Perekonomian Nasional. *Journal of Applied Business and Economics, Vol. 2, No. 2, Desember 2015*, 122-133.
- Yusra, A. (2016). Fashion Sebagai Media Komunikasi Dalam Menunjukkan Identitas Komunitas Punk Street Permindo Kota Padang. *Laporan Tugas Akhir*. Padang: Universitas Andalas.



DAFTAR LAMAN

- 6 *Referensi Fashion Menurut Para Ahli*. (2022). Diakses pada 10 Oktober 2022 melalui (<https://italianfashionschool.id/fashion-menurut-para-ahli/>)
- Ariefana, P. (2021). *Sejarah Ratu Plaza, Mal Elit di Era 1980, Tempat Syuting Film Warkop, Hingga Jual DVD*. Diakses pada 4 Oktober 2022 melalui (suarajakarta.id: https://jakarta.suara.com/read/2021/06/01/090500/sejarah-ratu-plaza-mal-elit-di-era-1980-tempat-syuting-film-warkop-hingga-jual-dvd)
- DBG. (2020). *Ratu Plaza*. Diakses pada 4 Oktober 2022 melalui (<https://setiapgedung.web.id/2020/01/ratu-plaza.html>)
- Kehadiran Jakarta Fashion Hub Membuka Potensi Sektor Fashion dan Tekstil di Indonesia*. (2020). Diakses pada 5 Oktober 2022 melalui (<https://www.aprayon.com/ID/media/news-releases/jakarta-fashion-hub-set-to-unlock-potential-of-fashion-and-textile-in-indonesia/>)
- Zalando's Multipurpose Hub In Berlin By Hulle & Fulle*. (2016). Diakses pada 25 Februari 2023 melalui (<https://www.yellowtrace.com.au/zalando-multipurpose-berlin-hub-hulle-fulle/>)