

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LATAR BELAKANG PENGADAAN PROYEK

#### 1.1.1. Pembangunan Kawasan Beteng Jalan Jendral Sudirman Surakarta

Rencana pengembangan kawasan Beteng sebagai kawasan bisnis atau perdagangan berkepadatan tinggi dalam wujud nyata sekaligus sebagai pintu gerbang dan titik awal perkembangan kota Surakarta adalah usaha Pemda Surakarta untuk merevitalisasi kawasan Beteng untuk membangkitkan citra dan identitas kota.<sup>1)</sup>

Revitalisasi itu berupa pendekatan untuk lebih menghidupkan kawasan Beteng yang berada di bagian Utara keraton yang aktifitasnya sehari-hari mulai menurun.

Potensi kota Surakarta berupa kekayaan budaya yang cukup besar sebagai daerah tujuan wisata. Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Keberadaan budaya tradisional masyarakat Surakarta menciptakan keunikan tersendiri dengan karakter yang khas.

---

1) Harian Bernas, Juni 1995, hal. 17.

Sebagian obyek daya tarik wisata belum terkemas dan dikembangkan secara tepat serta tidak ada fasilitas penunjang pariwisata. Padahal kota yang bernilai budaya tinggi selalu menjadi daya tarik wisata.<sup>2)</sup>

Selama ini kunjungan wisatawan ke Surakarta merupakan rangkaian paket wisata kunjungan ke museum-museum, pasar-pasar tradisional dan Keraton itu sendiri sehingga kunjungannya relatif singkat karena merupakan bagian dari rangkaian perjalanan lainnya. Dengan pengembangan kawasan sekitar keraton khususnya di kawasan Beteng diharapkan menjadi salah satu obyek wisata yang mengutamakan penyediaan dan penjualan benda-benda cenderamata.

Dalam tabel jumlah wisatawan di kawasan keraton diwakili oleh keraton dan pasar di sekitarnya sebagai berikut :

Tabel 1.1.

Jumlah Wisatawan di Kawasan Keraton dan Pasar Klewer

Obyek wisata	1992		1993		1994		1995	
	man	nus	man	nus	man	nus	man	nus
Keraton	2018	1212	2214	1708	2742	1788	3112	1902
Pasar	1076	2213	1202	3012	1281	3460	1290	4291

Sumber : (Dirjen Pariwisata, Balai Kota Surakarta, 1995).

2) Harian Kompas, Juni 1995, hal. 4.

Dari tabel di atas terlihat kecenderungan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung meningkat. Pengelolaan dan perencanaan pengembangan yang tepat akan memberi peluang sebagai penghasil devisa di sektor pariwisata.

#### 1.1.2. Potensi Penghasil Devisa Sektor Pariwisata

Daya tarik yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan jumlah wisatawan adalah dengan memanfaatkan kebudayaan tradisional setempat yaitu kegiatan festival dan perbelanjaan di luar wisata Keraton.

Tim peneliti P2KPS (Pusat Penelitian Kebudayaan dan Perubahan Sosial) UGM menulis bahwa meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara dan nusantara mengakibatkan peningkatan pembelian produk-produk industri kerajinan. Sebaliknya meningkatnya kualitas dan jumlah produk industri akan menyebabkan lebih banyak wisatawan yang berkunjung dan memperpanjang lama tinggal wisatawan.<sup>3)</sup>

Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa aspek pariwisata pada penjualan kerajinan seni juga memegang peranan yang cukup penting. Kecenderungan wisatawan untuk membeli cenderamata atau kenang-kenangan yang khas meningkat.

---

<sup>3)</sup> Harian Kedaulatan Rakyat, Maret 1996, hal. 7.

Sedangkan jumlah cenderamata dan jenis cenderamata Surakarta yang berpotensi meningkatkan pendapatan devisa dapat dilihat pada tabel 1.2. sebagai berikut :<sup>1)</sup>

Tabel 1.2.

## Jumlah Tempat Penjualan Cenderamata

Macam	Museum	Pasar	Toko	Hotel
Seni Sandang	-	1	6	3
Seni Grafis	1	1	4	3
Seni Kriya	1	-	-	3
Seni Ukir	2	2	2	3
Gamelan	-	-	1	-

Sumber : (Dirjen Perdagangan, Balai Kota Surakarta, 1995).

Tabel 1.3.

## Jenis Cenderamata

Seni Sandang	Seni Ukir	Seni Grafis	Seni Kriya	Seni Musik
Batik Danar Hadi	Patung Meja Patung ruang	Lukisan	Wayang Kulit	Perangkat Gamelan
Batik Keris	Patung Tanan Arca			
Pakaian adat Surakarta	Keris			

Sumber : (Dirjen Perdagangan, Balai Kota Surakarta, 1995).

<sup>4)</sup> Statistik Dinas Perdagangan dan Pariwisata Kodya DATI II Surakarta, 1995.

Sedangkan sentra industri kecil yang saat ini paling menonjol dan sudah ada di kota Surakarta serta merupakan barang cenderamata yang banyak dipasarkan adalah sebagai berikut :

1. Sektor sandang.
2. Sektor ukir.
3. Sektor logam.
4. Sektor grafis.
5. Sektor keramik.

Sebagai kota wisata budaya, kawasan Keraton memiliki kekhususan karakter wisatawan yang berkunjung, yaitu lebih terarah pada pendalaman terhadap manifestasi-manifestasi budaya, memperkaya diri dengan informasi dan pengetahuan mengenai daerah-daerah lain, pola hidup bangsa lain, tradisi dan kebiasaan bangsa lain atau orang yang berminat pada peradaban bangsa dimasa lalu. Peminat wisata budaya tersebut lebih didominasi wisatawan dari Eropa dan Amerika.<sup>5)</sup>

#### 1.1.3. Tuntutan kebutuhan

Survei di Dirjen Pariwisata tentang jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kotamadya Surakarta menunjukkan bahwa wisatawan yang menginap sebagian besar merupakan kunjungan melalui paket wisata yang ada di Indonesia.

---

5) Pemasaran Pariwisata, Salah Wahab.

Dari data tersebut diatas dapat dipastikan bahwa waktu untuk berwisata bahkan berbelanja cenderamata sangat terbatas, padahal untuk saat ini antara lokasi wisata dan tempat untuk berbelanja cenderamata letaknya tidak berdekatan sehingga relatif membuang waktu belanja.

Dengan potensi penjualan cenderamata pengembangan sebagai kota wisata budaya akan dilengkapi dengan penyediaan fasilitas perbelanjaan cenderamata, diharapkan waktu yang relatif singkat dari paket wisata dapat di gunakan secara maksimal untuk berbelanja cenderamata setelah berwisata ke lokasi wisata. Ini dikarenakan letak setiap tempat yang menjual cenderamata tidak berdekatan satu sama lain sedangkan macam cenderamata yang dijual tidak semuanya terdapat di satu tempat saja.

Sebagai contoh, letak antara tempat penjualan dengan tempat penginapan yang tidak berdekatan yaitu kawasan penginapan Keprabon, Hotel Kusuma Sahid dan Hotel Novotel dengan pasar antik Triwindu yang berjarak  $\pm$  5 km, kemudian dengan Museum Radya Pustaka berjarak  $\pm$  7 km.

Adapun salah satu fasilitas fisik yang menyajikan berbagai produk pada bidang kerajinan seni (seni ukir, seni grafis, dan lain-lain) cenderamata kerajinan daerah setempat termasuk mewadahi

festival serta pagelaran dan pameran seni adalah fasilitas komersial. Fasilitas yang tepat untuk mewadahi fungsi tersebut adalah Galeri Cenderamata, yang bertujuan agar para wisatawan dapat memaksimalkan waktu yang ada untuk berbelanja cenderamata dan mengumpulkan para pedagang cenderamata yang ada di Surakarta.

Judul "*Galeri Cenderamata Surakarta*" disini mempunyai pengertian yang berbeda dengan "*Galeri Cenderamata di Surakarta*". Pengertian "*Galeri Cenderamata Surakarta*" adalah bahwa cenderamata yang dijual pada galeri tersebut khusus cenderamata daerah Surakarta, sedangkan pengertian "*Galeri Cenderamata di Surakarta*" adalah bahwa cenderamata yang terdapat pada galeri tersebut menjual bermacam-macam cenderamata yang ada di Jawa Tengah atau Jawa bahkan Indonesia.

## 1.2. LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

### 1.2.1. Upaya Perancangan dengan Konsep Analogi Desain

Kawasan sekitar keraton memiliki bangunan perbelanjaan komersial shopping mall selain bangunan pemerintah dan swasta seperti bank, kantor pos, kantor telkom serta sebuah gereja.

Kebudayaan dan kebiasaan masyarakat kawasan Keraton merupakan karakter dan makna kawasan

sebagai lingkungan bersejarah yang dilestarikan. Pembangunan fasilitas baru yang bersifat komersial bertujuan menghidupkan kembali dan menciptakan suasana interpretasi untuk fungsi baru kawasan sejarah yang sebisanya dilandaskan pada penghargaan dan sikap tanggap terhadap kebudayaan Keraton sehingga citra lingkungan Keraton tetap terjaga.

Kebiasaan masyarakat Keraton Surakarta dalam memakai pakaian adat masa lalu merupakan ide pemikiran yang diabstraksikan dalam menciptakan bentuk unik bagi Galeri Cenderamata yang akan mewadahi potensi budaya Surakarta, antara lain pasar seni, atraksi budaya dan pengadaan festival keraton.

Konsep analogi desain merupakan alternatif yang dipakai dengan tujuan menambah keselarasan antara lingkungan Keraton dengan bentuk desain bangunan, khususnya pada kekhasan bentuk asesori adat yang dipakai oleh masyarakatnya dengan bangunan baru.

Galeri Cenderamata sebagai bangunan komersial dirancang dengan pendekatan bentuk asesori adat yang berciri khas budaya Surakarta dalam hal ini untuk menciptakan kesan tersendiri tentang kebiasaan masyarakat lingkungan keraton tempo dulu dan sekarang.



### 1.2.2. Karakteristik sebagai Pembentuk Tampilan Bangunan

Pengertian karakteristik lingkungan dalam pembahasan ini dibatasi pada :

- \* Ciri khas lingkungan fisik terbangun yang berwujud bangunan-bangunan seperti gedung-gedung, jalan dan monumen-monumen mengandung pengertian yang sangat luas yaitu : Semua hasil karya arsitektural yang dibangun dan dipergunakan oleh manusia bagi kebutuhan hidupnya tidak hanya terbatas pada wujud-wujud yang berupa ruang saja tetapi juga menyangkut massa.<sup>6)</sup>
- \* Ciri lingkungan sosial dibatasi pembahasannya dalam ciri-ciri khas nilai budaya dan gagasan filosofis pada masyarakat kawasan keraton.

Kontekstual antara lingkungan fisik terbangun dengan lingkungan sosial dihayati dengan fisik terbangun yang dalam wujud fisiknya mempertimbangkan aspek kontras. Adapun kontras berarti tampil lain diantara kumpulannya dengan dominan (Budi A. Sukada, 1993).

### 1.2.3. Permasalahan

Bagaimana wujud Galeri Cenderamata yang mewadahi pameran sekaligus penjualan kerajinan seni (seni sandang, seni logam, seni keramik dan lain-

---

<sup>6)</sup> Wujud Arsitektur Sebagai Ungkapan Makna Sosial Budaya Manusia, F. Christian J. Sinar Tanudjaja, 1992.

lain) sebagai cenderamata serta kegiatan/atraksi budaya melalui konsep analogi desain bentuk bangunan yang sesuai dengan bentuk jenis cenderamata berciri khas kebudayaan Surakarta.

### 1.3. TUJUAN DAN SASARAN

#### 1.3.1. Tujuan

Rancangan fisik bangunan Galeri Cenderamata yang mewadahi kegiatan pameran dan penjualan kerajinan seni sebagai karakter baru dengan penekanan desain arsitektural cenderamata berciri khas budaya Surakarta.

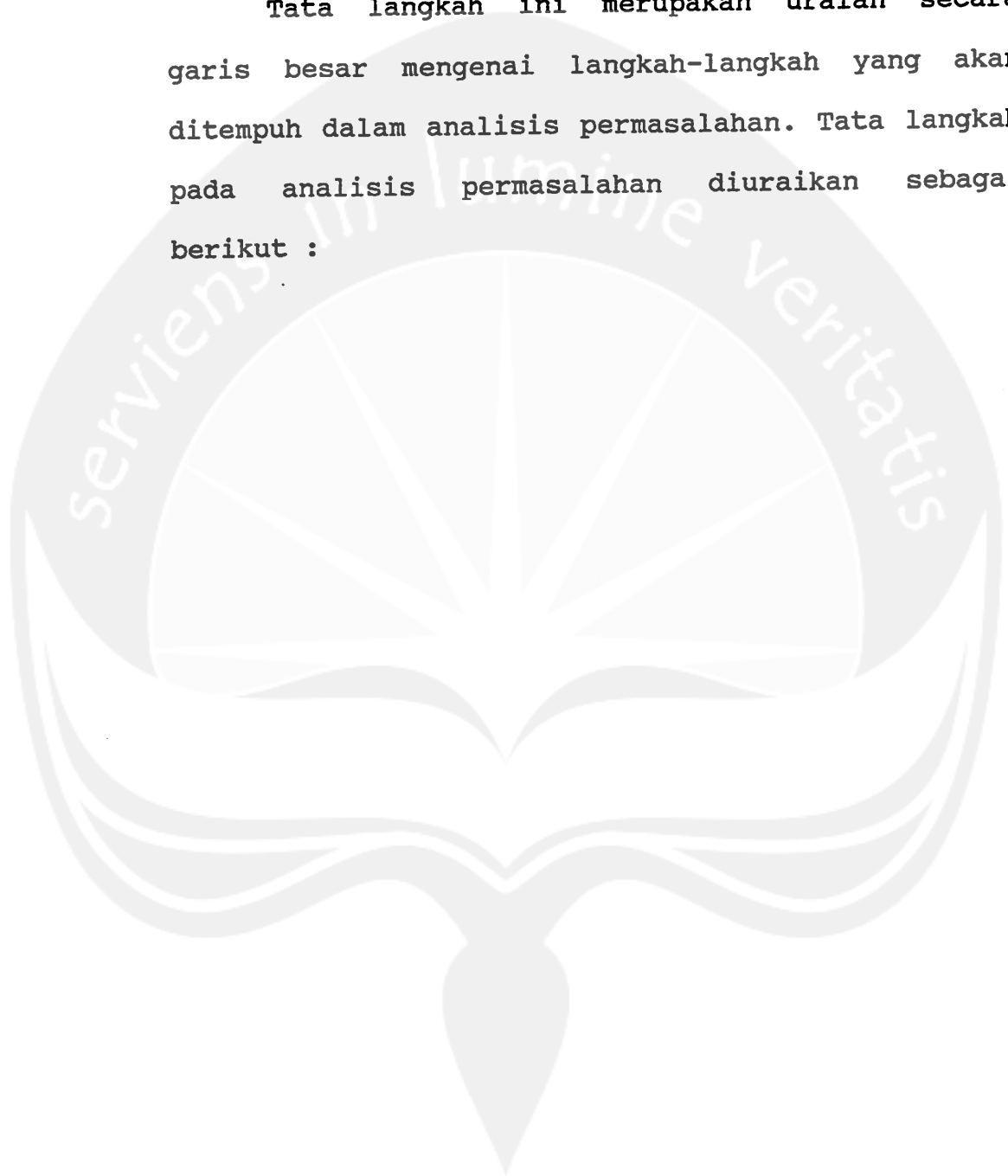
#### 1.3.2. Sasaran

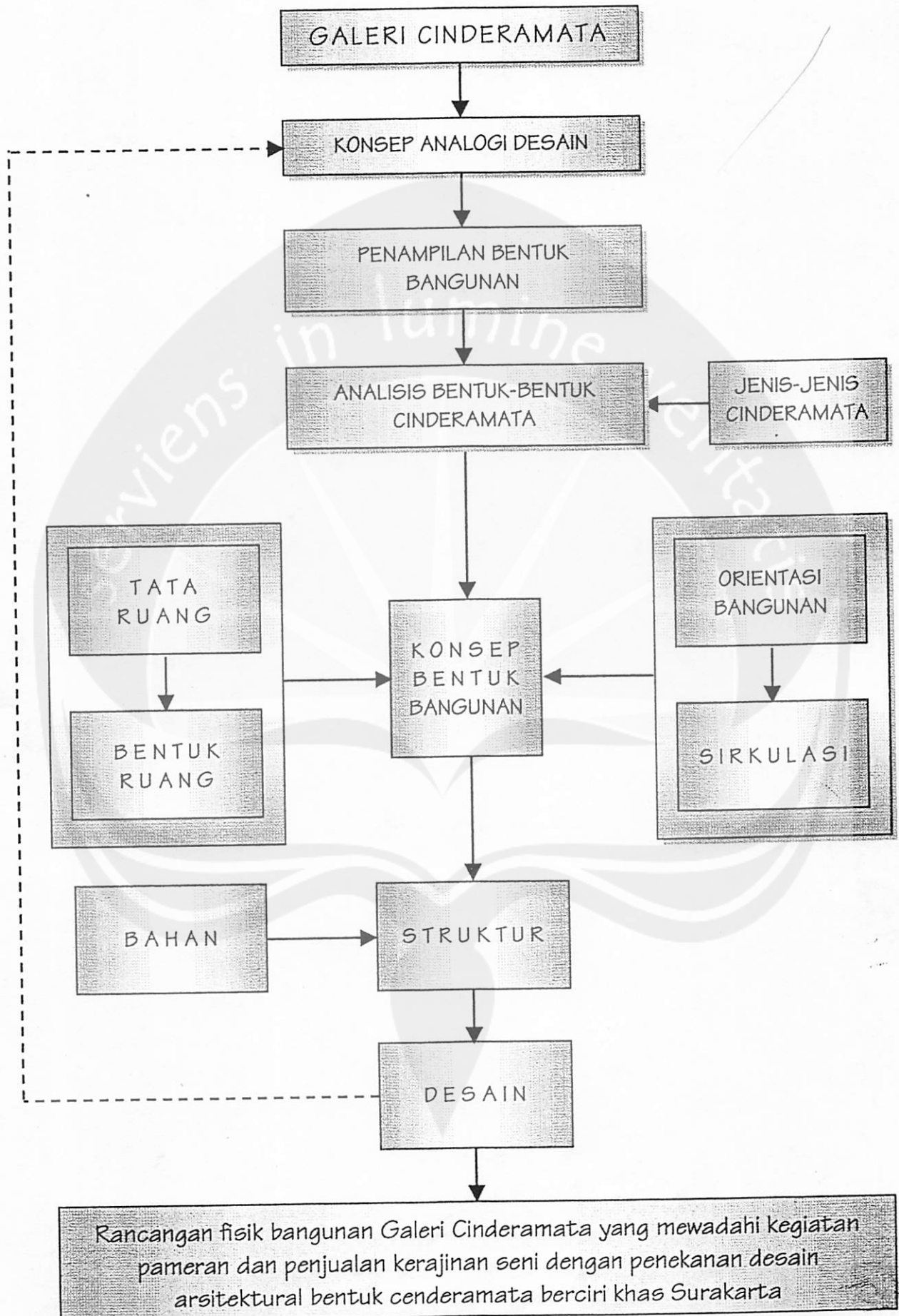
Sasaran yang ingin dicapai adalah wujud bangunan Galeri Cenderamata yang mewadahi kegiatan pameran dan jual beli cenderamata melalui :

- Sistem struktur dan material bangunan yang disesuaikan dengan tuntutan dan kebutuhan perancangan desain bentuk bangunan.
- Bentuk bangunan dan fleksibilitas fungsi ruang pameran temporer.
- Mengoptimalkan pendapatan devisa negara melalui wisatawan dalam mempergunakan waktu yang ada untuk membeli barang cenderamata berciri khas budaya Surakarta.

### 1.5.2. Tata Langkah

Tata langkah ini merupakan uraian secara garis besar mengenai langkah-langkah yang akan ditempuh dalam analisis permasalahan. Tata langkah pada analisis permasalahan diuraikan sebagai berikut :





## 1.6. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

**Bab I** : Pendahuluan, membahas mengenai latar belakang permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode dan sistematika pembahasan serta tata langkah.

**Bab II** : Tinjauan Galeri Cenderamata dan upaya pengolahan kawasan Beteng dengan pendekatan konsep analogi bentuk bangunan baru yang direncanakan.

**Bab III** : Tinjauan Kawasan Keraton dan tinjauan lokasi keberadaan site , kondisi alam fisik serta potensi kawasan, motivasi perancangan dan pengembangannya.

**Bab IV** : Galeri Cenderamata Surakarta suatu pendekatan filosofis pada karakteristik citra visual bangunan, membahas tentang pendekatan dan strategi perancangan analisis tapak, kebutuhan ruang , analisis arsitektural konsep analogi desain dan analisis fasilitas penunjang.

**Bab V** : Konsep perencanaan dan perancangan terhadap bentuk jenis cenderamata, dan pendekatan arsitektural melalui konsep analogi desain dan konsep dasar arsitektur.