

BAB II

TINJAUAN TENTANG GALERI CENDERAMATA

2. Batasan Pengertian, Fungsi dan Tujuan

2.1. Pengertian

Pengertian Galeri diartikan sebagai *a roofed promenade, collonáde, a corridor, a plat form at the quaters or stern of ship, a long and narrow passage, a room or building devoted to exhibition of works of art, an institution or bussines exhibition or dealing in work of art.*¹⁾

Dalam kamus bahasa Indonesia Galeri mempunyai arti balai seni sedangkan Cenderamata mempunyai pengertian hadiah, kenang-kenangan. Jadi Galeri Cenderamata mempunyai pengertian umum yaitu balai seni yang menyediakan, memamerkan dan menjual barang kenang-kenangan dan hadiah.

Pengertian tentang seni adalah sebagai berikut :

- Seni adalah penjelmaan dari rasa indah yang terkandung dalam hati orang yang dilahirkan dengan perantaraan alat komunikasi ke dalam bentuk yang dapat ditangkap dengan indera pendengaran, penglihatan atau dilahirkan dengan perantaraan gerak.

¹⁾ Webster New Collegiate Dictionary (1997), p. 466.

- Seni pada dasarnya adalah hasil karya manusia yang mengkomunikasikan pengalaman-pengalaman batinnya yang disajikan secara indah, menarik sehingga memberikan atau merangsang timbulnya pengalaman batin pada manusia yang menghayatnya. Kelahiran bukan didorong oleh hasrat memenuhi kebutuhan pokok melainkan merupakan usaha untuk melengkapi dan menyempurnakan usaha memenuhi kebutuhan spiritual sifat-sifatnya.²⁾

Dari pengertian-pengertian di atas disimpulkan bahwa Galeri Cenderamata adalah wadah kegiatan penjualan benda-benda kerajinan dan wadah bagi kegiatan pameran, pergelaran benda kerajinan dan seni budaya serta festival budaya yang dikelola dan dikoordinasikan dalam satu manajemen yang terencana. Penjualan secara langsung kepada masyarakat dilakukan oleh para pedagang eceran yang ditampung dalam wadah Galeri Cenderamata dan sebagainya. Sedangkan pengadaan pameran dan pergelaran seni budaya (festival) dilakukan oleh lembaga atau perusahaan bekerja sama dengan pengelola Galeri Cenderamata.

2) Sudarsono SP., Tinjauan Seni, 1976, hal. 24.

2.2. Fungsi

- Sebagai wadah untuk melayani penjualan dan pameran barang-barang cenderamata melalui promosi dan pemasaran produk industri kecil yang ada di Surakarta bagi konsumen, baik konsumen manca-negara maupun nusantara.
- Sebagai media informasi bagi publik, dengan cara komunikasi visual antara pengunjung dengan obyek melalui pameran, peragaan dan pemasaran produk.
- Sebagai wadah untuk menampilkan produk dan mengetahui info pasar melalui tanggapan pengunjung bagi para pengusaha industri kecil di Surakarta.

2.3. Tujuan

Tujuan suatu Galeri Cenderamata dapat ditinjau pada tiga pelaku kegiatan yaitu dari sisi kepentingan publik atau pengunjung, dari kepentingan pengrajin dan dari sisi pemerintah atau lembaga :

2.3.1. Sisi Kepentingan Publik

Galeri Cenderamata bertujuan untuk :

- Konsumsi, sarana, transaksi dagang terhadap kerajinan.
- Informasi, mengetahui perkembangan mode bentuk dan seluruh hal ikhwal jenis kerajinan.
- Apresiasi, meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap produk kerajinan dan seni budaya.

- **Rekreasi**, sebagai sarana rekreasi bagi masyarakat umum.

2.3.2. Sisi Kepentingan Pengrajin

- **Komersialisasi**, sebagai wadah untuk promosi dan memasarkan berbagai jenis kerajinan dan karya seni cenderamata.
- **Informasi**, mengenal informasi dan pengetahuan untuk meningkatkan kualitas dan kreatifitas berkarya.

2.3.3. Sisi Lembaga Atau Pemerintah

- **Komersialisasi**, sebagai wadah untuk mempromosikan dan memasarkan kawasan sebagai obyek wisata penghasil devisa.

2.3.3.1. Pola Hubungan Kerja Vertikal

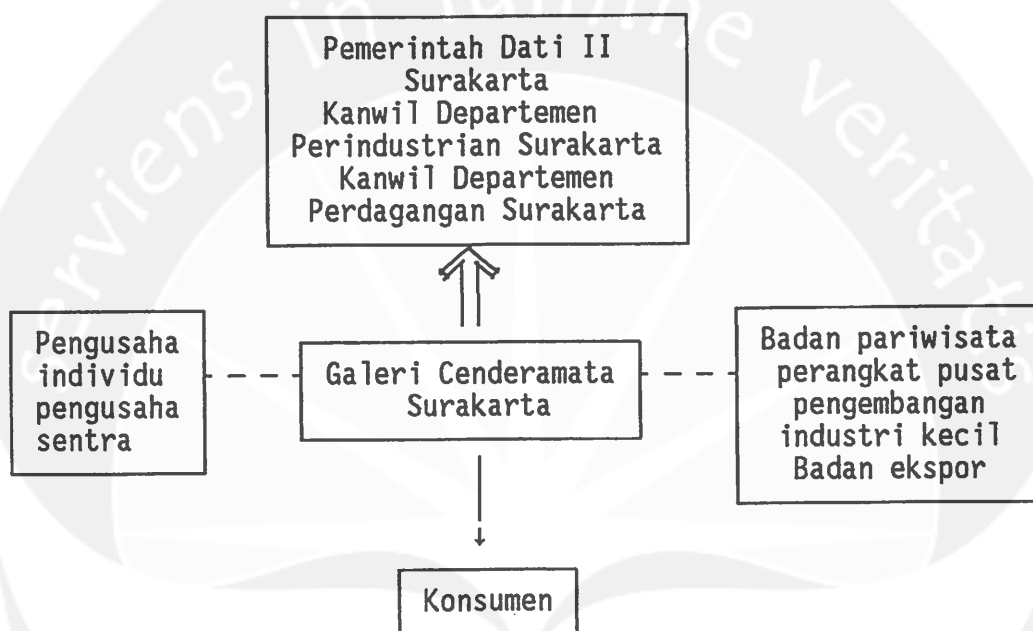
- Secara administratif bertanggung jawab terhadap pemerintah.
- Secara operatif bertanggung jawab terhadap Departemen Perindustrian dan Departemen Perdagangan.

2.3.3.2. Pola Hubungan Kerja Horisontal



- Hubungan dengan lembaga formal di bidang pengembangan industri cenderamata terutama menyangkut promosi.
- Hubungan langsung dengan produsen.
- Hubungan dengan lembaga pariwisata.

2.3.3.3. Organisasi Kerja Dengan Promosi Industri Kecil
Di Surakarta

SKEMA ORGANISASI KERJA



Keterangan :

-  : garis tanggung jawab secara vertikal
(administratif, operatif dan konsultatif)
- : garis kerja sama horisontal
-  : garis target pelayanan utama

Sumber : Studi komparasi terhadap lembaga-lembaga sejenis di Surakarta dan Jakarta.

2.4. Bentuk, Sifat dan Sistim Kegiatan

2.4.1. Bentuk Kegiatan

2.4.1.1. Macam Kegiatan

1. Kegiatan Pelayanan Umum

Kegiatan komunikasi langsung yang meliputi kegiatan pameran tetap dan kegiatan pameran berkala. Kegiatan pameran yang diadakan yaitu *display* materi hasil karya.

1.1. Kegiatan Komunikasi Tak Langsung

- Kegiatan informasi dan promosi tertulis melalui buklet dan selebaran.
- Kegiatan informasi dan promosi melalui iklan media massa.

1.2. Kegiatan Pelayanan

- Kegiatan operasional, yaitu peragaan proses produksi dan peragaan yang lain seperti peragaan busana batik.
- Kegiatan penjualan, yaitu meliputi pemesanan barang, transaksi dan pembelian.

1.3. Kegiatan Pengunjung

Yaitu kegiatan masyarakat atau pengunjung sebagai penikmat, pelihat dan penghayat promosi serta penjualan barang cenderamata.

1.4. Kegiatan Penunjang

- Kegiatan *service*.
- Kegiatan tata boga, dan sebagainya.

2. Kegiatan Pengelolaan Intern

Merupakan macam kegiatan yang menunjang pengadaan pelayanan fungsional bangunan yang meliputi :

- Kegiatan administrasi.
- Kegiatan informasi secara visual.
- Kegiatan operasional produksi.
- Kegiatan teknis, meliputi :
 - a. Kegiatan pengadaan pameran, penjualan dan promosi.
 - b. Kegiatan servis pameran.

2.4.1.2. Macam Pelaku Dan Aktivitasnya

1. Pengelola

Merupakan individu yang mengendalikan dan mengelola kegiatan secara keseluruhan, dan merupakan penghubung antara produsen dengan konsumen.

2. Pengusaha

Individu yang menjual barang-barang cenderamata hasil produksi industri kecil.

3. Pengrajin

Individu yang memproduksi dan sekaligus promosi dan menjual barang cenderamata, diutamakan mengelola usahanya sebagai produsen.

4. Pengunjung

Masyarakat atau wisatawan mendatangi Galeri Cenderamata kemudian menyebar ke berbagai tempat komoditi.

Macam kegiatan :

- Melihat, memegang dan merasakan hasil kerajinan.
- Memesan barang, menawar dan membeli.

2.4.2. Sifat Kegiatan

- Komersial

Dimaksudkan sebagai usaha informasi dan promosi yang dapat meningkatkan pemasaran barang cenderamata dimana untuk kegiatan tersebut membutuhkan dana yang tidak sedikit.

- Pelayanan

Sebagai bentuk kegiatan yang merangsang pengembangan usaha bagi pengrajin barang cenderamata dengan modal tetap.

2.4.3. Sistim Kegiatan

- Kegiatan ekstern, yaitu kegiatan yang langsung berhubungan antara masyarakat dengan pengunjung.
- Kegiatan intern, yaitu kegiatan yang tidak berhubungan dengan pengunjung, meliputi kegiatan administrasi, analisa laporan penjualan dan sebagainya.

2.5. Karakteristik Kegiatan, Spesifikasi Kegiatan Dan Koordinasi Pengelolaan

2.5.1. Karakteristik Kegiatan

1. Pengunjung

- Datang, membawa kendaraan pribadi atau kendaraan umum dalam bentuk rombongan atau individual.
- Langsung masuk atau mendapatkan informasi umum dari petugas.
- Menonton atau menikmati pameran, peragaan atau mendengarkan secara audio visual.
- Melihat-lihat atau melakukan transaksi pembelian barang.
- Istirahat atau keluar, mengambil kendaraan kemudian pulang.

2. Penjual Atau Pengrajin

- Datang, membuka toko, menjaga toko serta mempersiapkan barang cenderamata yang akan dipromosikan, dipamerkan dan dijual.

3. Pengelola

- Membuat program acara harian, mingguan, bulanan dan tahunan.
- Menerima produk cenderamata dan menyimpan serta mencatat/registrasi barang cenderamata.
- Mengadakan kegiatan pameran, peragaan dan pemasaran produk.
- Memelihara kebersihan dan kelengkapan peralatan.

2.5.2. Spesifikasi Kegiatan

1. Informasi

Bentuk kegiatan disini adalah memberikan informasi dalam bentuk tulisan, lisan atau keterangan lain.

2. Pameran tetap

Menyediakan pameran untuk umum, terutama mengenai jenis-jenis cenderamata yang merupakan karya berciri kebudayaan Surakarta.

3. Pameran temporer

Adalah kegiatan utama dalam wadah pusat promosi barang cenderamata yang merupakan sarana utama dari para penjual dan pegrajin barang cenderamata Surakarta untuk memamerkan dan mempromosikan karya mereka. Sedangkan atraksi yang bersifat temporer berupa peragaan proses pembuatan barang cenderamata, kegiatan lomba serta aneka festival yang lain. Sebagai penentu lamanya pameran atau pergelaran seni ditentukan oleh perjanjian antara pengelola dengan pihak yang bersangkutan.

4. Penjualan produk kerajinan cenderamata

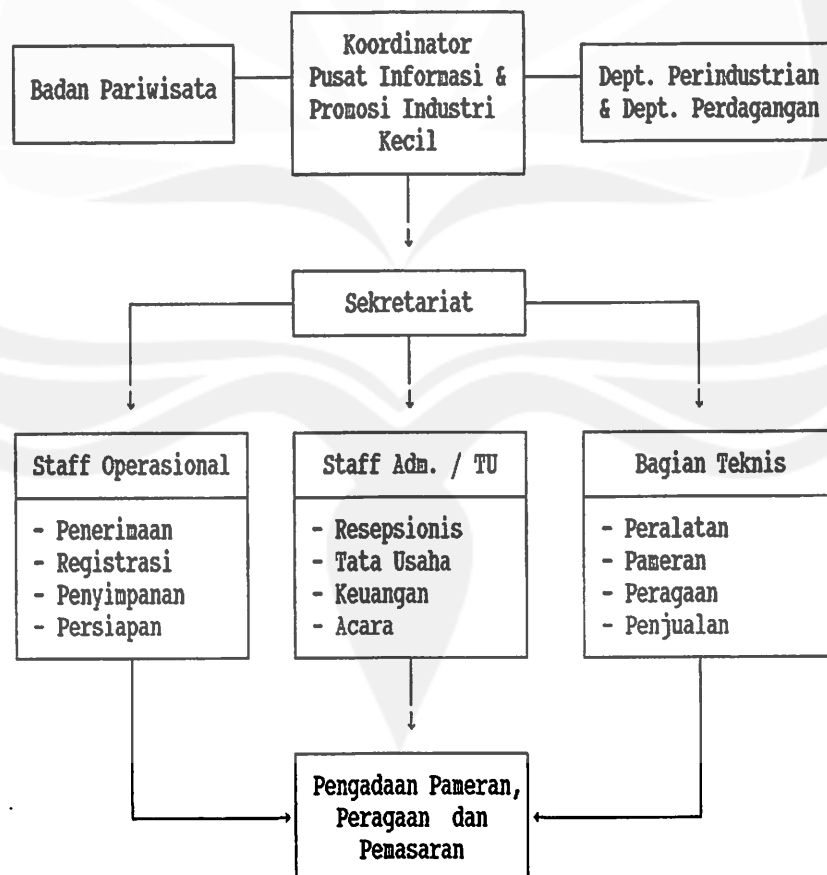
Memberikan fasilitas/wadah penjualan bagi pengunjung atau konsumen, baik dalam bentuk penjualan langsung maupun pemesanan barang.

5. Pengelolaan

Pada prinsipnya merupakan kegiatan penyelenggaraan promosi bagi konsumen maupun pengusaha. Kegiatannya terdiri dari kegiatan administratif dan operasional gedung.

2.5.3. Koordinasi Pengelolaan

Skema koordinasi pengelolaan promosi industri kecil cenderamata Surakarta adalah sebagai berikut :



Sumber : Koordinasi pengelolaan pusat industri kecil di Pabelan Surakarta.

Area perbelanjaan dengan toko-toko eceran (*retail*) baik untuk mewadahi kegiatan utama jual beli kerajinan dan seni maupun kegiatan jual beli yang mendukung antara lain jasa boga.

2.7. Tinjauan Fungsional

2.7.1. Fungsi Umum

Sebagai tempat pameran, penjualan atau pemasaran barang-barang kerajinan seni dan tempat atraksi kegiatan seni yang bertujuan lebih menghidupkan sektor perdagangan informal dan formal di Surakarta dengan barang kerajinan cenderamata.

2.7.2. Fungsi Khusus

Sebagai perantara antara konsumen produk kerajinan dengan produsen kerajinan, termasuk pengusaha industri kerajinan dengan produsen kerajinan, seniman, dan pengrajin.

Sebagai perantara antara pemerintah dalam upaya meningkatkan potensi pariwisata di kawasan Beteng jalan Jenderal Sudirman Solo serta meningkatkan devisa negara melalui promosi, pemasaran dan penjualan barang cenderamata yang berciri khas budaya Surakarta.

2.8. Produk Kerajinan Sebagai Obyek Pameran Dan Pemasaran

Galeri Cenderamata merupakan pengembangan dari konsep pasar seni yang di dalamnya para seniman dan pengrajin dapat menggelar kemudian menjualnya atau mendapatkan informasi maupun apresiasi atas hasil karyanya. Untuk itu dalam suatu galeri, produk kerajinan dan hasil karya seni memiliki karakteristik tersendiri untuk diperlakukan dan diwadahi sebagai obyek bahan pameran dan pemasaran.

Adapun karakteristik tersebut secara arsitektural dibedakan menurut cara-cara pewadahnya, penyusunan penyajiannya, sifat materi, dan obyek serta peralatan pendukungnya. Cara pewadahnya antara lain sesuai dengan bentuk wadah, dimensi obyek, susunan, jenis materi, atau sifat benda atau barang apakah berbau, mudah pecah, mudah berkarat, keras, lunak, atau cair. Sedangkan menurut penyusunan penyajian dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Secara spasial penyusunan penyajian dibedakan menurut :
 - Penyajian di dalam ruangan, meliputi *interior display*, *window display*, peralatan dan perabot pendukung.
 - Penyajian di luar ruangan, meliputi *exterior display*, perletakan dan sifatnya.

2. Penyusunan penyajian menurut dimensinya dibedakan antara obyek besar, obyek sedang, obyek kecil.

2.9. Atraksi Budaya Dan Pergelaran Kesenian Sebagai Obyek Tontonan

Dalam sebuah galeri, kegiatan atraksi budaya dan pergelaran kesenian baik yang bersifat permanen atau temporal memiliki nilai yang sangat penting terutama dari sisi perkembangan pariwisata budaya setempat maupun untuk kepentingan promosi bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Atraksi budaya dan pergelaran kesenian terbagi menjadi 2 sifat yaitu :

1. Permanen

Atraksi budaya dan pergelaran kesenian yang bersifat permanen ini berupa peragaan benda-benda kerajinan dan pameran budaya (hasil kesenian dari daerah setempat).

2. Temporal

Atraksi yang bersifat temporer ini berupa peragaan proses pembuatan kerajinan, pergelaran budaya dari daerah, pelaksanaan kegiatan tahunan yaitu festival "Sekaten" maupun festival yang lain atau kegiatan aneka lomba.

2.10. Galeri Cenderamata Sebagai Fasilitas Komersial

Komersial adalah usaha yang dilakukan dengan tujuan mendapat keuntungan. Usaha tersebut bersifat *provitable*. Keuntungan disini adalah keuntungan dengan upaya efisiensi yang diterapkan pada bangunan komersial dengan maksud untuk :

- Menurunkan tingkat bunga
- Memaksimalkan tingkat penggunaan
- Pemeliharaan mudah
- *Upgradeable*.

Sedangkan sifat fasilitas komersial secara umum adalah :

- *Marketable*, mudah laku dan dipasarkan
- *Provitable*, mendatangkan keuntungan
- *Manageable*, mudah dikelola.

Pendekatan galeri selain sebagai wadah informatif dan rekreatif bagi wisatawan adalah pendekatan secara komersial untuk peningkatan devisa dengan mendatangkan keuntungan dari kegiatan yang diselenggarakan di dalamnya.

2.11. Galeri Cenderamata Sebagai Upaya Meningkatkan Potensi Wisata dengan Pendekatan Kontekstual Terhadap Karakteristik Lingkungan

Pembangunan fasilitas baru yang bersifat komersial untuk menghidupkan kembali lingkungan bersejarah sebisanya dilandaskan pada penghargaan dan sikap tanggap terhadap konteks lingkungan sehingga karakter lingkungan terjaga.

Karakteristik lingkungan kawasan Beteng Jalan Jendral Sudirman Solo yang hendak dikontekskan adalah potensi sejarah masyarakat sebagai latar belakang kebiasaan budaya pembentuk citra gagasan sebagai konservasi kawasan dan karakteristik lingkungan.

Pendekatan kontekstual terhadap karakter lingkungan diangkat sebagai gagasan dengan proses kreatif dikembangkan sebagai pembentuk lingkungan, menghadirkan bangunan baru sekaligus tidak sekedar meniru dan menduplikasikan bangunan yang ada.

Galeri sebagai bangunan komersial baru selayaknya memperkuat dan meninggalkan karakter lingkungan dengan pendekatan penyelarasan pola-pola visual setempat. Keselarasan dalam kontekstual lebih diartikan sebagai keserasian dan kesinambungan visual, formal, dan memori.

2.12. Tujuan Arsitektural

2.12.1. Tinjauan Arsitektur Kontekstual (Dalam Lingkup Visual)

Obyek atau bangunan baru dengan konsep kontekstual adalah obyek atau bangunan yang tidak mungkin tidak mengindahkan keberadaan obyek atau bangunan lain yang sudah ada lebih dahulu, dengan karakter obyek atau bangunan yang kuat berpotensi untuk dikonservasi dan dipertahankan.

Perancangan kontekstual dengan demikian memusatkan perhatian terutama pada karakteristik obyek atau bangunan yang sudah ada. Hal ini sejalan dengan asal katanya yaitu "konteks" yang berarti "semua yang mendahului hadirnya sesuatu".

Teori yang diajukan oleh Brent C. Brolin, Hedman dan Bentley merupakan teori desain kontekstual yang dipandang sebagai wahana preservasi dan konservasi yang memungkinkan dipertahankan atau diperkuat karakter suatu lingkungan lama.

Brent C. Brolin pada tahun 1980 mengajukan teori yang bertolak pada gaya arsitektur dan kesulitan yang dihadapi dalam menentukan pertalian keluarga antar bangunan-bangunan yang dibangun dalam masa yang berbeda dan berdiri berdampingan untuk merancang bangunan baru dengan kaitan visual dalam lingkungan lama.

Richard Hedman pada tahun 1984 mengajukan teori konteks dan kontras yaitu mendesain dalam konteks adalah desain yang mempunyai kaitan visual dengan lingkungan sekitarnya, sehingga efek visual yang menyatu dan menyeluruh dapat tercipta. Bangunan baru selayaknya memperkuat dan meninggalkan karakter lingkungan dengan pendekatan penyelarasan pola-pola visual se-

tempat. Pola-pola ini dapat "diangkat" dari bentuk massa silhouette bangunan, jarak antar bangunan, setback, proporsi bukaan, penempatan jalan masuk, material dan tekstur, pola bayangan dari massa, unsur-unsur dekoratif, skala bangunan, gaya arsitektur, pengolahan lansekap dan lain-lain.

Menurut Alock Bentley (1985), lingkungan memiliki kelayakan visual apabila masyarakat dapat menginterpretasikan suatu tempat sebagai tempat yang bermakna.

2.12.2. Kontekstual Dalam Lingkup Visual

Kontekstual dalam arsitektur pada hakekatnya adalah persoalan keserasian dan kesinambungan visual formal, memori dan makna dari urban fabric. Seorang kontekstualis memeluk spirit atau jiwa bangunan tua dan lingkungan bersejarah dalam desain baru bukan semata-mata mengulang atau mengcopy bentuk atau elemen bangunan yang sudah ada. Pernyataan Stuart Cohan dan Steven Hunt menunjukkan bahwa mendesain dengan pendekatan kontekstual memerlukan kreatifitas yang tinggi.

Roger Trancik mengemukakan bahwa keharmonisan visual yang terbentuk dari sebuah kontras tidak selamanya buruk dan anti sejarah. Kontras dapat memunculkan suatu keharmonisan

meskipun
jauh
??
!!

yang dramatis dan dinamis. Menurut Partawijaya (1986) yang paling beralasan dalam menciptakan kontras dengan lingkungan adalah apabila membuat bangunan khusus diantara lingkungan bangunan yang senada dan monoton.

Brent C. Brolin mengakui bahwa kontras bangunan modern dengan bangunan kuno bisa merupakan sebuah harmoni, namun ia mengingatkan bila terlalu banyak "shock Effect" yang timbul akibat kontras, maka efektifitas yang dikehendaki akan menurun sehingga yang muncul adalah "chaos".

Lingkungan yang pantas diambil temanya sebagai perancangan dalam pendekatan kontekstual adalah :

1. Lingkungan yang memiliki nilai historis tinggi, mempunyai artefak berkualitas.
2. Lingkungan yang mempunyai "jiwa tempat dan karakter kota".
3. Lingkungan yang mempunyai kontinuitas visual.

2.12.3. Strategi dan Taktik Dalam Menciptakan Sebuah Hubungan Kontekstual

Rumusan strategi dan taktik untuk menciptakan sebuah hubungan kontekstual menurut Peterson adalah :

1. Strategi Garis : Koneksi Visual dan Konseptual

Melalui strategi ini, tekstur kota atau matriks dasar dari material kota yakni kombinasi pola jalan, ruang terbuka, blok bangunan (bervariasi dalam kontinuitas tatanan tipologikal baik grid maupun acak) akan tererformasi secara visual dan konseptual. Bila koneksi visual sudah terdefiniskan, maka variabel tekstur yang menentukan derajat keteraturan, proporsi solid dan void serta kepadatan kawasan dapat dikendalikan secara lebih konseptual pula.

2. Taktik Koneksi

Taktik koneksi dapat dilakukan dengan cara :

- Interpretasi kawasan : *overlapping* dari sudut dan pola kawasan untuk membangun relasi majemuk.
- Kontinuitas tekstur.
- Strukturalisasi ruang kota dengan desain lansekap (menentukan lebih dahulu *patern of urban*).

Menurut teori yang diajukan Richard Hedman pengambilan pola untuk perancangan dalam pendekatan kontekstual adalah dengan cara pemilihan secara bebas penyesuaian yang lebih leluasa (*moderate conformance*), penyesuaian dengan lebih teliti (*rigorous conformance*) dan tiruan (*replication*).

1. Strategi Garis : Koneksi Visual dan Konseptual

Melalui strategi ini, tekstur kota atau matriks dasar dari material kota yakni kombinasi pola jalan, ruang terbuka, blok bangunan (bervariasi dalam kontinuitas tatanan tipologikal baik grid maupun acak) akan terinformasi secara visual dan konseptual. Bila koneksi visual sudah terdefiniskan, maka variabel tekstur yang menentukan derajat keteraturan, proporsi solid dan void serta kepadatan kawasan dapat dikendalikan secara lebih konseptual pula.

2. Taktik Koneksi

Taktik koneksi dapat dilakukan dengan cara :

- Interpretasi kawasan : *overlapping* dari sudut dan pola kawasan untuk membangun relasi majemuk.
- Kontinuitas tekstur.
- Strukturalisasi ruang kota dengan desain lansekap (menentukan lebih dahulu *patern of urban*).

Menurut teori yang diajukan Richard Hedman pengambilan pola untuk perancangan dalam pendekatan kontekstual adalah dengan cara pemilihan secara bebas penyesuaian yang lebih leluasa (*moderate conformance*), penyesuaian dengan lebih teliti (*rigorous conformance*) dan tiruan (*replication*).

Bentley mempertimbangkan potensi permukaan secara visual oleh pengamat, elemen untuk merancang bangunan dengan pendekatan kontekstual terhadap pengamat.

2.13. Tinjauan Citra Bangunan

Citra menurut kamus besar bahasa Indonesia (1990) adalah :

1. Gambar, gambaran, atau rupa.
2. Gambaran yang dimiliki orang banyak tentang sesuatu.
3. Kesan dan bayangan visual yang ditimbulkan oleh "bahasa".

Sedangkan Mangunwijaya mendefinisikan citra sebagai image, kesan, atau gambaran penghayatan yang ditangkap seseorang. Pada perancangan desain Galeri Cendermata citra bangunan sangat berpengaruh pada *image*, kesan dan gambaran penghayatan seseorang.

2.13.1. Peran Citra Dalam Arsitektur

2.13.1.1. Citra Sebagai Bahasa atau Alat Komunikasi

Citra menurut Meunier adalah bahasa bangunan yang mengkomunikasikan "jiwa" bangunan yang bisa ditangkap oleh panca indera manusia terutama secara visual. Oleh sebab itu citra lebih menunjuk pada tingkat kebudayaan, daripada fungsi atau guna yang lebih menunjuk pada ketrampilan. Citra memberi kerangka komunikasi berdasar pengalaman bersama dan terhadap lingkungan.

Citra berdimensi budaya, bertingkat spiritual dan lebih menyangkut martabat manusia sebagai pengguna. Citra membahasakan makna tersembunyi melalui sosok wujudnya. Citra atau image mentransformasikan nir-wujud bangunan ke dalam wujud bangunan sehingga secara visual dapat tertangkap oleh panca indera manusia. Citra menyebabkan bangunan dirasakan dan dinilai. Citra dilihat dari materi, bentuk, maupun komposisinya.

2.13.1.2. Citra Sebagai Ekspresi Atau Ungkapan Jiwa

Citra selain sebagai bahasa pengungkap guna dari sebuah bangunan atau lingkungan binaan, juga mengungkapkan budaya masing-masing. Arsitektur Yunani misalnya selalu menggambarkan keseimbangan, kedisiplinan, dan tata ilmiah karena falsafah Tektoon (stabil, tidak roboh, dapat diandalkan). Falsafah Shinto di Jepang mempengaruhi citra keheningan dan ketenangan pada bangunan.

Ekspresi atau ungkapan jiwa ini, lebih memberi muatan makna atau nilai rasa bagi sebuah citra. Citra memberi arti pada dunia dengan personifikasinya. Pilihan citra akan mempengaruhi sikap perilaku pengguna bangunan, ini dikemukakan oleh Jules tahun 1985. Sedang-

kan ekspresi bangunan dipakai sebagai pemahaman terhadap citra yang lebih konkret, melalui pengenalan subyektif terhadap ciri-ciri bangunan serta sistim bahasa yang diterapkan.

2.13.1.3. Citra Sebagai Karakter atau Ciri

Peran citra sebagai pengungkap guna sebuah bangunan mempunyai ungkapan-ungkapan yang menjadi karakter melambangkan fungsi bangunan dalam masyarakat. Bangunan dikelompokkan ke dalam kategori-kategori dan fungsi-fungsi.

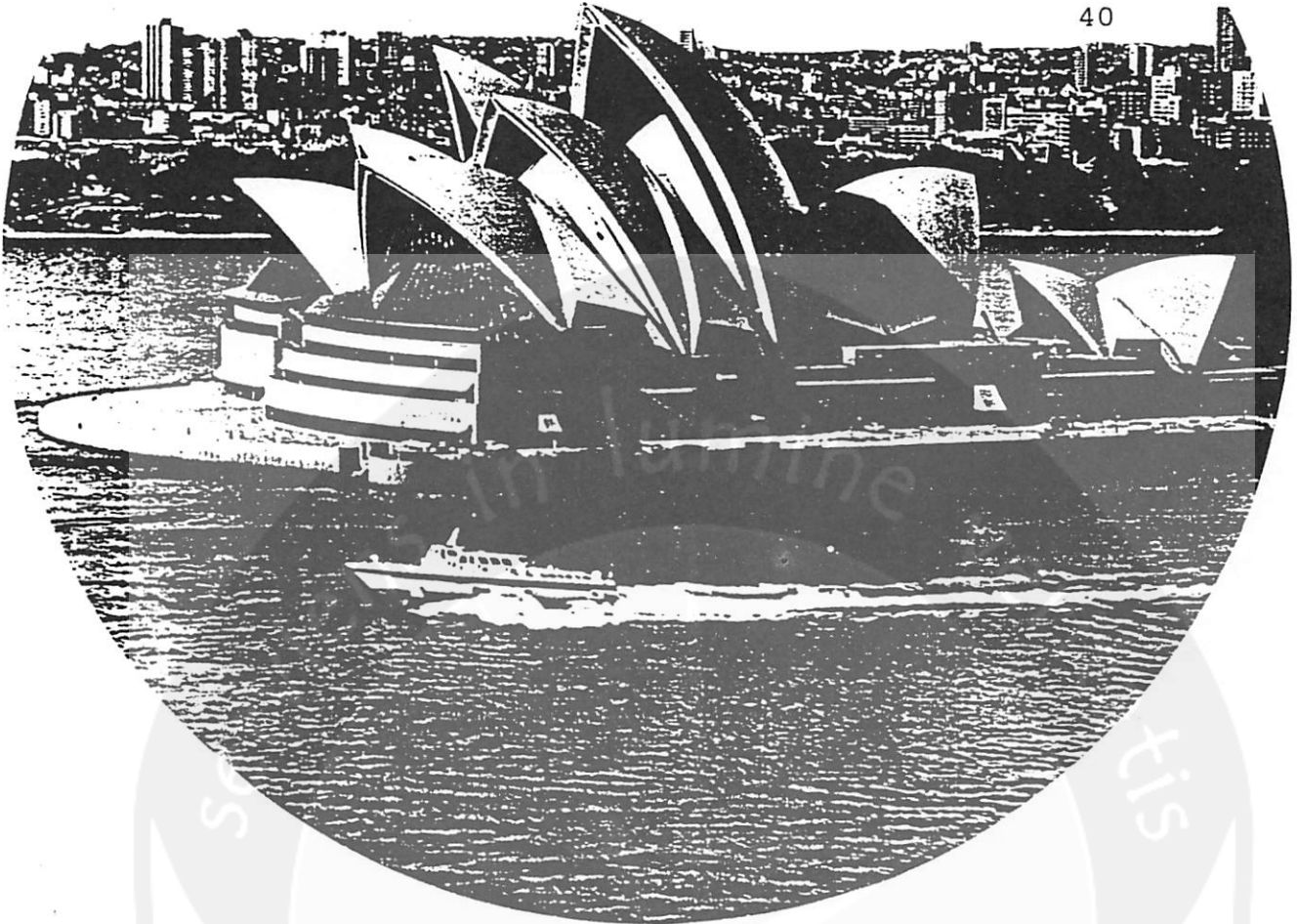
2.13.1.4. Citra Sebagai Simbol

Suatu lambang atau simbol dalam citra yang mewakili gagasan kolektif atau perangkat gagasan. Peran arsitektur sebuah bangunan adalah kontrol, fasilitator, dan simbol. Simbolisme suatu bangunan didukung oleh citra yang memperoleh makna sepanjang masa dan citra ini spesifik pada bentuk bangunan khusus. Simbolisasi dipandang sebagai pendekatan pengenalan terhadap identitas Obyek. Menurut Schult simbolisme budaya arsitektur dapat menunjukkan arti.

Charles Jenks membedakan simbol dalam arsitektur menjadi tiga yaitu :

(1) **Index** atau **Indexial Sign**, yaitu simbol yang menuntun seseorang karena adanya hubungan langsung antara penanda dan petanda, terutama pada bentuk dan ekspresi. Index merupakan tingkat paling sederhana dari simbolisasi, yaitu tanda secara harafiah menunjukkan bentuk bangunan yang merupakan tuntutan kegiatannya tanpa menunjukkan adanya maksud untuk berkomunikasi dengan perancangannya. Pengenalan bentuk sebagai tanda index melalui proses kebiasaan, penggunaan yang berulang dan memerlukan pengamatan yang menerus dan lama.

(2) **Icon** atau **Iconic Sign** adalah simbolisasi yang memberikan pengertian berdasar sifat-sifat khusus yang terkandung. Icon sering dikatakan sebagai simbol metafor atau kiasan. Keserupaan atau kemiripan tersebut dirasakan karena menimbulkan bayangan abstrak.



Gambar 2.1.

Sidney Opera House, sebagai Metafora

(Sumber : Sidney Opera House;

Catanese, Anthony)

- (3) Simbol atau Symbolic Sign adalah simbolisasi yang menunjukkan pada suatu obyek yang mempunyai pengertian dasar suatu aturan tertentu berupa hubungan gagasan-gagasan umum yang menyebabkan suatu simbol diinterpretasikan. Simbol ini diwujudkan berupa signal, intentional index, maupun index, tergantung komunikasi antar pemberi dan penafsir. Pendapat ini dikemukakan oleh Bonta tahun 1979.

2.13.2. Citra Sebagai Fasilitas Komersial

Citra yang terdapat pada fasilitas komersial adalah :

1. *Clarity* (kejelasan), yaitu memungkinkan seseorang mengenali fasilitas tersebut dengan cepat, menemukan main entrance dengan cepat.
2. *Boldness* (kemencolokan), yaitu memungkinkan seseorang mengenali dan senantiasa mengingat suatu fasilitas dalam kenangannya.
3. *Intimacy* (keakraban), yaitu memungkinkan seseorang untuk merasa kerasan pada fasilitas tersebut.
4. *Flexibility* (kefleksibelan), yaitu memungkinkan multiguna, alih citra atau alih waktu. Disisi lain, kefleksibelan dapat mengiring konsumen untuk selalu mencari dan mendapatkan apa yang dicarinya.
5. *Complexity* (kompleksitas), yaitu menciptakan sesuatu yang lain sehingga tidak berkesan monoton dan menciptakan suasana khas.
6. *Efficiency* (efisiensi), yaitu penggunaan secara optimal setiap ruang dengan biaya yang dikeluarkan dan pertimbangan kekompleksan.

7. *Inventiveness* (kebaruan), yaitu memungkinkan perancang selalu mencari hal-hal baru dan menarik pada tatanan fisik dengan menggunakan unsur-unsur ruang, massa, bidang, tekstur, warna dan unsur desain lain sehingga akan selalu menimbulkan suasana baru pada fasilitas komersial.

