

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1. Latar Belakang Eksistensi Proyek

Yogyakarta memiliki kota yang terkenal akan sejarah dan warisan budayanya. Sehingga memiliki potensi wisata yaitu wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata belanja maupun wisata kuliner. Untuk obyek wisata Yogyakarta sering dikunjungi adalah Gunung Merapi, Kraton Yogyakarta, Pantai Parangtritis, Malioboro, Agrowisata, Candi Prambanan, Candi Ratu Boko dan Monumen Yogya Kembali.

Selain obyek wisata, juga sering dikunjungi yaitu tempat/pusat perbelanjaan, wisata kuliner, dan kesenian & kebudayaan. Tempat/pusat perbelanjaan merupakan suatu tempat untuk belanja oleh-oleh atau sekedar ingin belanja sesuatu untuk kebutuhan harian bagi pengunjung. Wisata kuliner merupakan suatu tempat makan yang memiliki keunikan yang khas Yogyakarta. Dan kesenian dan kebudayaan sangat diperlukan, untuk mengenal tentang kesenian dan kebudayaan Yogyakarta melalui pakaian batik, pakaian adat, suvenirnya, kerajinan tangan, display, dan lain-lain. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan maka diusulkan penggabungan dari tempat/pusat perbelanjaan, wisata kuliner, dan kesenian & kebudayaan jadi satu yaitu Pasar Seni Tradisional Modern.

Bentuk tradisional dikembangkan sebagai satu keunikan budaya yang unik dari khas Indonesia, terutama daerah Yogyakarta, sedangkan tuntutan modern lebih bersifat kelengkapan fasilitasnya. Oleh karena itu, di Yogyakarta memiliki beberapa pasar tradisional, pasar batik, dan pasar kerajinan yang ada di sekitar Malioboro yang berkonsep tradisional sesuai dengan filosofi keraton Yogyakarta sehingga perlu ditambahkan dengan modern untuk pasar seni yang berada di luar daerah filosofi keraton Yogyakarta. Bentuk modern di pasar seni dalam bentuk bangunan yang

menggunakan minimalisme, banyak vertikal dan horisontal dan kesan tidak terlalu berat. Dan tata letak display yang berkonsep modern seperti di pusat perbelanjaan yang modern, contohnya mall. Jadi perancangan sebuah pasar seni tradisional modern merupakan suatu kegiatan yang sangat kompleks berhubungan dengan berbagai aspek yang secara keseluruhan akan menentukan daya tarik pasar seni tradisional modern terhadap pengunjung. Tampilan bangunan komersial harus dirancang semenarik mungkin sesuai dengan image bangunan yang direncanakan, yaitu tradisional Yogyakarta ditambah sedikit berbau modern.

Untuk menentukan tapak/site, tapaknya yang dipilih di obyek wisata yang tidak terlalu jauh dari kota Yogyakarta dan juga terminal penting di Yogyakarta, seperti di bandara, terminal bis, stasiun kereta api, agar memudahkan bagi pengunjung yang datang di Yogyakarta bisa mengunjungi site pasar seni. Sehingga obyek wisata yang dekat daerah/kota Yogyakarta yang pilih dan pertimbangan yaitu Candi Prambanan dan Candi Ratu Boko. Karena itu, perlu cermati bandingkan dengan Candi Borobudur.

Tabel 1.1

*NUMBER OF VISITORS ON WORLD HERITAGE PLACES IN
INDONESIA YEAR 2005-2007*

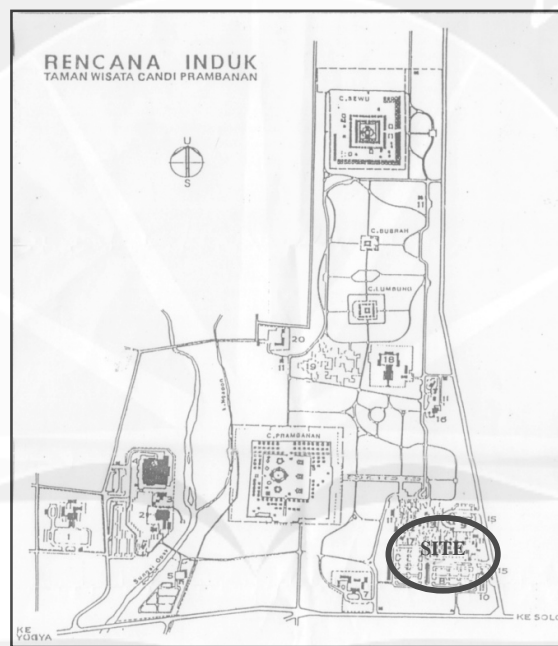
NO.	TEMPLE	2005	2006	2007
1	Borobudur	1.992.726	1.243.062	1.773.020
2	Prambanan	3.033.930	2.979.247	187.271
3	Ratu Boko	22.196	19.737	10.465
	TOTAL	5.048.852	4.242.046	1.970.756

(Sumber: All World Heritage Places in Indonesia and Center of
Data Management and Network System (P2DSJ))

Jika dilihat dari jumlah pengunjung maka Candi Prambanan masih sangat jauh dari Candi Borobudur. Pengelolaan yang mengenal Taman Wisata Candi Prambanan menjadi strategi utama dalam upaya untuk meningkatkan kunjungan wisata.

Pasar Seni Tradisional Modern di Kompleks Candi Prambanan sebagai alat mendukung pariwisata Yogyakarta. Sehingga memudahkan bagi pengunjung yang berbelanja oleh-oleh khas yang ada di pasarnya. Dan juga sebagai meningkatkan mutu kesenian dan kebudayaan Yogyakarta melalui koleksi souvenir, pakaian adat, batik, alat-alat adat, dan lain-lain.

Setelah mengetahui taman wisata Candi Prambanan (Gambar 1.1), lokasinya paling didominasi adalah obyek wisata dan komersial (beberapa kios yang ada di taman wisatanya).



Keterangan:

- | | |
|---|---|
| 1. Kantor Pusat PT Taman Wisata Candi Borobudur & Prambanan | 11. Toilet / WC umum |
| 2. Teater Arena | 12. Pusat Penerangan |
| 3. Cafataria | 13. Tempat penjualan karcis candi, PPPK, dan Penitipan barang |
| 4. Teater Ramayana | 14. Kios cinderamata |
| 5. Kantor Pembibitan | 15. Tempat penjualan karcis parkir |
| 6. Kantor Purbakala | 16. Restoran |
| 7. Kantor Unit Taman Wisata Candi Prambanan | 17. Musholla |
| 8. Parkir mobil/sedan | 18. Ruang Pameran tertutup |
| 9. Parkir bus | 19. Ruang Pameran terbuka |
| 10. Parkir sepeda motor | 20. Kantor Bagian Kebersihan |

Gambar 1.1 Master Plan Taman Wisata Candi Prambanan

(Sumber: Pengelola Taman Candi Prambanan, September 2009)

Karena itu, pasar tradisional yang ada di taman wisata Candi Prambanan yaitu kios cendermata, mengusulkan agar maksimal dan melengkapi pasar tradisional yaitu pengembangan pasar seni tradisional modern yang ada di Taman Wisata Candi Prambanan jadi pilihan tapak alternatif yang utama.

Mengusulkan Pasar Seni Tradisional Modern dengan konsep yang ada di sekitarnya digabung dengan tradisional.

1.1.2. Latar Belakang Permasalahan

Sebelum pengertian pasar seni tradisional modern dapat digunakan sebagai pusat perbelanjaan. Istilah pusat perbelanjaan memiliki beberapa pengertian, di antaranya adalah:

- 1) Bentuk usaha perdagangan individual yang dilakukan secara bersama melalui penyatuan modal dengan tujuan efektivitas komersial (Beddington, *Design for Shopping Centre*).
- 2) Suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang/jasa yang bercirikan komersial, melibatkan perencanaan dan perancangan yang matang karena bertujuan memperoleh keruntungan (profit) sebanyak-banyaknya (Gruen, *Centers for Urban Environment: Survival of the Cities*)
- 3) Kompleks perbelanjaan terencana, dengan pengelolaan yang bersifat terpusat, dengan system menyewakan unit-unit kepada pedagang individu, sedangkan pengawasannya dilakukan oleh pengelola yang bertanggung jawab secara menyeluruh (Beddington, *Design for Shopping Centre*).
- 4) Sekelompok kesatuan pusat perdagangan yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai, dan diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (operation unit), berhubungan

dengan lokasi, ukuran, tipe toko, dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total toko-toko (Urban Lnd Institute, *Shopping Centre Development Handbook*).

- 5) Suatu wadah dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat. Selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga berfungsi sebagai tempat untuk berkumpul atau rekreasi (Beddington, *Design for Shopping Centre*)

Kemudian definsi pasar seni memiliki beberapa pengertian, berdasarkan menurut yang baik kamus maupun internet, di antaranya adalah:

1) Definsi Pasar

- Secara luas menurut William J. Stanton (1993:92) adalah orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja serta kemauan untuk membelanjakannya.
- Tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli barang dan jasa.

2) Definsi Seni

- Pengertian kata seni kita ambil dari Inggris art, yang berakar pada kata Latin ars, yang berarti: "ketrampilan yang diperoleh melalui pengalaman, pengamatan atau proses belajar". Dari akar kata ini kemudian berkembang pengertian yang diberikan oleh kamus Webster sebagai berikut: "penggunaan ketrampilan dan imajinasi secara kreatif dalam menghasilkan benda-benda estetis." (Webster's Collegiate Dictionary, 1973, hal.63).
- Pengertian lain diambil dari bahasa Belanda kunst, yang mempunyai definisi sebagai berikut: "suatu kesatuan secara struktural dari elemen-elemen estetis, kualitas-kwalitas teknis dan ekspresi simbolis,

yang mempunyai arti tersendiri dan tidak membutuhkan lagi pengesahan oleh unsur-unsur luar untuk pernyataan dirinya".(Winkler Prins, hal.427).

- Kamus Umum Bahasa Indonesia:

Kecakapan membuat (menciptakan) sesuatu yang elok-elok atau indah. Sesuatu karya yang dibuat (diciptakan) dengan kecakapan yang luar biasa seperti sanjak, lukisan, ukiran-ukiran dsb.

Jadi pengertian dari pasar seni adalah tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli barang dan jasa dengan ketrampilan dan imajinasi secara kreatif dalam menghasilkan benda-benda estetis untuk kebutuhan.

Dari berbagai pengertian di atas, terdapat beberapa kata kunci terkait perbandingan pusat berbelanja dengan pasar seni, yaitu:

- 1) Dapat berfungsi juga sebagai tempat berkumpul dan berekreasi, dan
- 2) Adanya kegiatan jual beli atau pertukaran barang dan jasa

Dua kata kunci tersebut di atas akan mewarnai proses perancangan sebuah pasar seni tradisional modern, selain kata kunci utama sebagai bangunan pasar seni, yaitu bertujuan menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya.

Klasifikasi pusat perbelanjaan berdasarkan lokasi, pasar tradisional. Pasar (market), merupakan fasilitas perbelanjaan sederhana (los, took, kios, dan sebagainya) yang berada di suatu area tertentu pada suatu wilayah. Fasilitas perbelanjaan ini dapat bersifat terbuka ataupun berada di dalam bangunan, biasanya berada di dekat kawasan permukiman, merupakan fasilitas perbelanjaan untuk memenuhi kebutuhan (biasanya sehari-hari) masyarakat di sekitarnya.

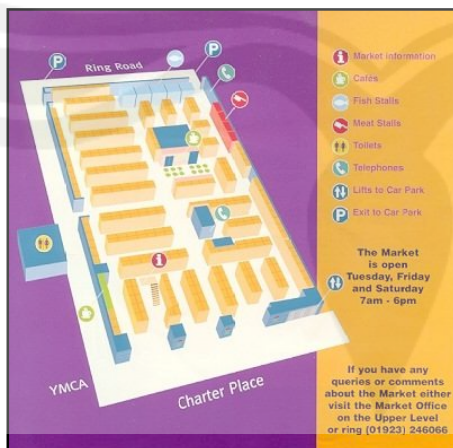


Gambar 1.2 Pasar Tradisional di Yogyakarta (Pasar Beringharjo). Dominasi dagangan di pasar ini adalah barang-barang kerajinan, berfungsi sebagai pasar pendukung daya tarik wisata

(Sumber: dokumentasi penulis, 2009)

Pengelolaan ruang dan jasa pada pusat perbelanjaan jenis ini dilakukan secara tradisional. Yang dimaksud dengan pengelolaan tradisional disini adalah sistem transaksi barang dagangan dilakukan secara langsung dengan uang tunai. Sebagian besar pasar di Indonesia merupakan pasar yang menjual kebutuhan pokok sehari-hari, meskipun ada juga pasar-pasar tertentu yang menjual jenis dagangan tertentu, misalnya pasar kerajinan, pasar benda-benda seni, dan lain sebagainya.

Oleh karena tingginya variasi barang dagangan pada pasar tradisional, diperlukan pengelolaan yang baik, terutama dalam hal pengelompokan pedagang dengan jenis dagangan yang sama (contoh pada Gambar 1.2). Selain itu, kepemilikan tempat berdagang pada pasar tradisional yang biasanya bersifat hak guna atau sewa ruang perlu dikelola dengan administrasi dan aturan yang jelas. Oleh karenanya, pada area perbelanjaan semacam ini diperlukan tim pengelola yang baik.



Gambar 1.3 Watford Market, Inggris.

Untuk memudahkan pemeliharaan pasar dan memudahkan pembeli mencari barang dagangan yang dibutuhkan, dilakukan, pengelompokan dagangan pada pasar ini.

(Sumber: www.watfordmarket.co.uk, download 9 September 2009)

Elemen-elemen praktis dan komponen-komponen ruang yang dibutuhkan dalam sebuah pasar seni tradisional modern adalah sebagai berikut: area ruang sirkulasi aktivitas belanja, ruang jual-beli, fasilitas kesenian & kebudayaan dan rumah makan (wisata kuliner), dapur, kamar mandi, pertamanan, dan pelataran parkir.

Aktivitas belanja merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah pasar seni tradisional modern. Penggunaan sirkulasi aktivitas belanja harus mempertimbangkan berbagai faktor perancangan, meliputi: struktur bangunan, etalase, pintu masuk bangunan, material bangunan, warna, bukaan, ornament, dan elemen lansekap.

Jenis/tipe aktivitas belanja menggunakan kekhasan secara tradisional dengan pendekatan perilaku. Oleh karena itu, beragam contoh yang ada di sekitar kita memperlihatkan bagaimana akibat dari desain yang kurang memperhatikan perilaku para penggunanya. Misalnya, meningkatnya biaya pemeliharaan, rusaknya fasilitas, atau bahkan mubazirnya fasilitas karena tidak digunakan seperti yang diperdiksikan oleh arsitek dalam perancangannya. Hal ini terjadi antara lain karena persepsi pengguna kurang diperhatikan dalam proses perancangan. Untuk itu, perlu memahami kebutuhan dasar manusia dan bagaimana hubungan antara desain arsitektur dan perilaku manusia.

Sebelum menjelaskan teori perilaku, perilaku manusia yang berhubungan dengan pasar seni adalah perilaku belanja yang memiliki bagaimana pergerakan orang di pasar seni dan bagaimana bisa menggunakan fasilitas yang dibutuhkan perilaku belanja agar tidak jenuh bila kelama-lamaan belanja, bagaimana hubungan/interaksi perilaku belanja dengan penjual/pedagang yang ada dalam kegiatan di pasar, bagaimana bisa memberi kebebasan perilaku baik belanja maupun tenant, konsumen, pengelola, dan supplier. Dan bagaimana berhubungan perilaku dengan lingkungan sekitarnya.

Sehingga dengan mengacu pada model integrative interaksi manusia dengan lingkungannya maka dapat disimpulkan adanya lima elemen dalam desain sebagai berikut.

1) Pengguna

Adalah mereka yang terlibat dalam aktivitas normal di dalam bangunan yang bersangkutan, seperti pengunjung/belanja, karyawan, direksi, dan penghuni.

2) Setting

Meliputi bangunan dan lingkungan ruang luar yang dirancang dan juga organisasi yang akan menempati lingkungan binaan tersebut.

3) Konteks Lingkungan

Meliputi lingkungan di sekitar *setting*.

4) Proses Desain

Merujuk pada sekueuns tahap yang dilalui arsitek dan perancang sosial.

5) Konteks Sosio-historikal

Adalah konteks di mana bangunan dan lingkungan baru akan terjalin menjadi bagiannya.

Perilaku pengunjung (pembelanja) pada suatu pasar seni tradisional modern berbeda-beda, tergantung pada kelas sosial-ekonomi, latar budaya, usai, dan tujuan kunjungannya. Tidak semua pengunjung pasar seni tradisional modern datang untuk membeli sesuatu. Secara umum, tujuan pengunjung mendatangi sebuah pasar seni tradisional modern dapat dibedakan menjadi dua, yaitu berbelanja (membeli sesuatu) dan berekreasi. Pengunjung yang bertujuan membeli sesuatu biasanya cenderung memusatkan perhatian pada benda yang dicarinya. Setelah tujuannya terpenuhi, barulah mereka akan membagi perhatiannya pada hal-hal yang lain (informasi maupun benda-benda). Namun, pengunjung yang datang dengan tujuan untuk berekreasi akan membagi perhatian pada berbagai hal: informasi maupun fasilitas yang terdapat pada pasar seni tradisional

modern tersebut. Mereka lebih bersifat santai, tidak terburu-buru, dan semaksimal mungkin menikmati suasana bangunan tersebut.

Untuk memenuhi dua tujuan kedatangan pengunjung pada sebuah pasar seni tradisional modern, perlu dirancang fasilitas-fasilitas perbelanjaan dan rekreasi. Jenis fasilitas perbelanjaan maupun rekreasi yang layak dibangun pada suatu pasar seni tradisional modern di setiap daerah bervariasi, tergantung pada karakter sosial ekonomi dan budaya masyarakat di daerah tersebut, misalnya area bermain, food court, restoran, atau café.

Rata-rata waktu yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk berbelanja adalah dua jam. Apabila waktu berbelanja lebih lama, pengunjung akan mulai merasakan kelelahan dan memerlukan fasilitas beristirahat. Untuk mengurangi kelelahan bagi pengunjung, perlu dilakukan strategi-strategi sebagai berikut:

- a. Penyediaan tempat duduk yang memungkinkan untuk melepas lelah, tetapi jangan terlalu nyaman agar para pengunjung tidak berhenti di suatu tempat.
- b. Bahan lantai yang digunakan tidak terlalu licin sehingga nyaman dan tidak membahayakan bagi pejalan.
- c. Membuat variasi fasilitas dekorasi pada eksterior dan interior untuk menghindari kemonotonan.

Sebelum dilakukan perancangan sebuah pasar seni tradisional modern, perlu dilakukan kajian perilaku calon pengunjung/konsumen sasaran untuk menentukan jenis dan kelas fasilitas yang sesuai. Kajian tersebut dilakukan khususnya terkait dengan hal-hal sebagai berikut:

- a. Variasi besarnya penghasilan masyarakat
- b. Variasi mata pencaharian
- c. Kondisi sosial budaya masyarakat
- d. Latar belakang pendidikan
- e. Jumlah anggota keluarga
- f. Tingkat kepuasan masyarakat

Dari data-data tersebut di atas, dapat direncanakan kelas pengunjung sasaran yang prospektif serta jenis dan kelas fasilitas yang sesuai. Selanjutnya, rencana tersebut disatukan dengan hasil analisis lahan terpilih yang pertimbangan pemilihannya telah disampaikan pada bagian sebelumnya.

Sudut pendekatan pada studi perilaku ini memadamng pasar seni tradisional modern sebagai sistem perilaku yang terdiri atas, pelaku kegiatan, sifat kegiatan dan bentuk kegiatan.

a. Pelaku Kegiatan

Pelaku kegiatan pada pasar seni tradisional modern adalah tenant, konsumen, pengelola, dan supplier.

Yang disebut tenant adalah penyewa unit retail atau pedagang, merupakan individu maupun kelompok yang menyewa dan menggunakan ruang serta fasilitas yang disediakan untuk usaha komersial. Oleh karena itu, sangatlah logis kalau pihak penyewa menuntut suatu rancangan yang menjamin setiap unit ruang yang disewakan memiliki nilai jual yang sama. Retail-retail ini mempunyai pengelola tersendiri yang bertanggung jawab langsung kepada penyewa-penyewa retail. Kegiatan utama mereka adalah mempersiapkan dan menjaga barang yang dijual.

Tenant bertujuan memperoleh keuntungan maksimal dari aktivitas jual beli yang dilakukan di pusat komersial tradisional modern. Oleh karena itu, terdapat kecenderungan permintaan sebagai berikut:

- Harga sewa ruang disesuaikan dengan kondisi bangunan dan standar pemasaran
- Ungkapan fisik ruang/bangunan yang menarik calon pembeli
- Efektivitas ruang untuk melakukan aktivitas
- Tenant mix (pencampuran penyewa) yang tepat sehingga mengurangi persaingan.

Konsumen adalah masyarakat atau obyek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang, jasa dan rekreasi. Kondisi sosial

konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Pengunjung sebagai calon konsumen menginginkan banyak pilihan barang, pelayanan dalam transaksi maupun parkir, dan menikmati ruang yang rekreatif. Tujuan utama konsumen mendatangi pasar seni tradisional modern adalah berbelanja dan menikmati suasana. Kegiatan berbelanja bertujuan memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan membandingkan harga, kualitas, variasi desain, jenis, dan pelayanan, dan kemudian membeli jika berminat. Dengan adanya kedua tujuan tersebut, konsumen cenderung menginginkan kelengkapan pilihan jenis dan jumlah barang, pelayanan maksimal dalam bertransaksi, kenyamanan, dan kemudahan dalam berbelanja.

Pengelola bangunan bertugas memberikan pelayanan dan menyediakan fasilitas yang menwadahi agar pedagang mau menyewa retail yang ditawarkan. Pengelola bangunan dapat terdiri dari building manager, divisi keuangan, divisi operasional, divisi marketing dan promosi. Tujuan utama pengelola adalah mengusahakan semua ruang usaha tersewa sehingga memperoleh keuntungan. Untuk itu, pengelola berusaha menyediakan fasilitas yang memadai, ruang yang efektif, dan pelayanan yang baik.

Pemasok barang (supplier) yaitu pengisi atau penghantar barang yang diperlukan pedagang. Kegiatan utamanya adalah bongkar muat barang dan jam kerjanya dilakukan di luar jam operasional shopping mall. Kecenderungan permintaan supplier adalah kemudahan bongkar muat dan sirkulasi bagi kendaraan pengangkut barang.

Selain pelaku di atas, masih ada pemilik/investor yang merupakan pihak yang paling berkepentingan terhadap nilai komersial pasar seni tradisional modern. Dalam hal ini sasaran langsung mereka adalah para penyewa dan sasaran tidak langsungnya adalah pengunjung. Pemilik melakukan kegiatan yang bersifat temporer hanya untuk melihat, mencermati kegiatan maupun keadaan bangunan shopping mall dan selanjutnya melakukan koordinasi dengan building manager.

b. Sifat Kegiatan

Kegiatan konsumen bersifat rutin, insidental, dan melakukan perpindahan. Demikian pula kegiatan tenant dan tenaga pendukung, yaitu rutin dan melakukan perpindahan. Adapun kegiatan pengelola bersifat rutin tanpa berpindah dan insidental dengan perpindahan.

c. Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan pada pasar seni modern dapat dikategorikan menjadi kegiatan transaksi jual beli dan kegiatan pengelolaan. Kegiatan transaksi dan distribusi meliputi kegiatan jual beli, penyimpanan, dan penyediaan barang. Kegiatan pengelolaan meliputi kegiatan manajemen (*cash flow*) dan operasional serta pemeliharaan.

Kajian tentang bentuk kegiatan yang terjadi dalam sebuah pasar seni modern merupakan dasar untuk menemukan kebutuhan ruang pada rancangan bangunan tersebut. Semakin detail kajian bentuk kegiatan yang dilakukan, semakin lengkap pula rumusan kebutuhan ruang yang didapatkan.

Tuntutan-tuntutan pengguna bangunan di atas, digabungkan dengan rumusan kebutuhan ruang yang didapatkan dari kajian bentuk kegiatan sebelumnya, dapat digunakan untuk merumuskan tuntutan karakter aktivitas dan tuntutan karakter ruang-ruang dalam pasar seni tradisional modern.

1.2. Rumusan Permasalahan

Bagaimana wujud rancangan Pasar Seni Tradisional Modern di Kompleks Candi Prambanan yang memiliki aktivitas belanja secara tradisional dan modern dengan pendekatan perilaku?

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan

Terwujudnya konsep perencanaan dan perancangan sebuah Pasar Seni Tradisional Modern di Kompleks Candi Prambanan yang memiliki aktivitas belanja secara tradisional dengan pendekatan perilaku.

1.3.2. Sasaran

- Memahami aspek-aspek yang perlu dipertimbangan dalam proses perancangan pasar seni tradisional modern tersebut.
- Tata letak ruang aktivitas belanja baik ruang luar maupun ruang dalam sebagai tanggapan atas pendekatan sistem perilaku aktivitas berbelanja
- Tata konfigurasi massa bangunan, orientasi tapak, fasad dan instrument bangunan sebagai respon adaptasi dari tradisional setempat (iklim tropis)

1.4 Lingkup Studi

1.4.1 Materi Studi

Penekanan pada aspek dasar arsitektural sesuai dengan yang ingin dicapai, yaitu tata letak massa bangunan dan ruang pada pasar seni tradisional modern melalui pengolahan elemen pengisian dan pelengkap ruang yang selaras dengan tradisional modern

1.4.2 Pendekatan Studi

Dari tinjauan secara umum didapatkan pendekatan karakter desain sistem perilaku aktivitas berbelanja yang beradaptasi secara tradisional setempatnya.

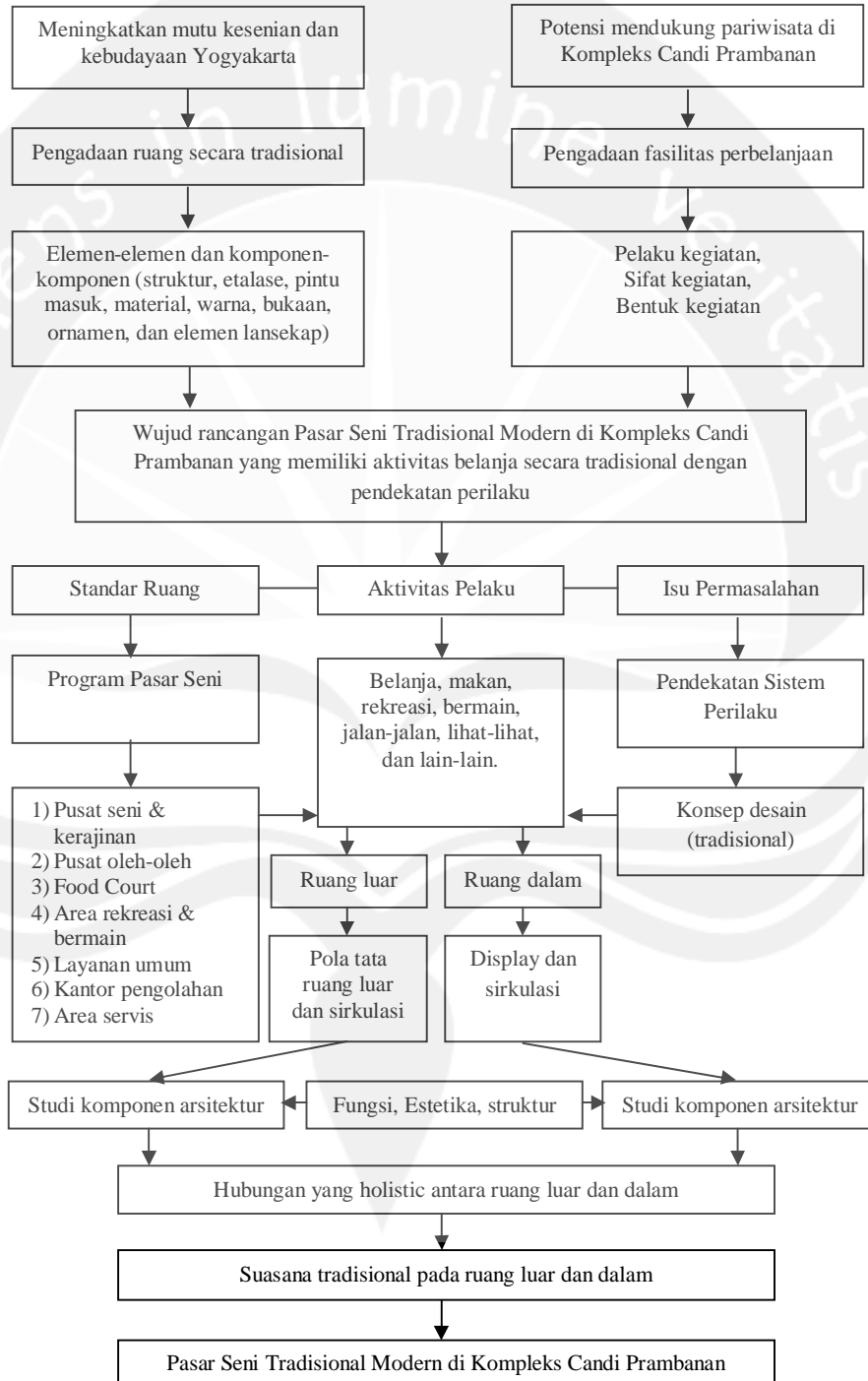
1.5 Metoda Studi

1.5.1. Pola Prosedural

Pencarian data secara mendalam mengenai teori-teori dan penggunaan studi komparasi mengenai bangunan-bangunan yang ambil konsep tradisional modern kemudian dianalisis secara lebih lanjut agar

dapat ditarik benang merahnya, sehingga diperoleh kesimpulan untuk mendapatkan wujud bangunan dan tata ruang dari pasar seni tradisional modern.

1.5.2. Tata Langkah



1.6 Sistematika Penulisan

BAB. I PENDAHULUAN

Berisi pendahuluan yang membahas latar belakang eksistensi proyek, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup studi, metoda studi, dan sistematika penulisan.

BAB. II TINJAUAN PERILAKU DAN PUSAT PERBELANJAAN

Berisi tinjauan teori tentang kekhasan perilaku di pasar tradisional, yaitu pemahaman tentang perilaku manusia dalam lingkungan, proses individual, proses sosial, dan pola perilaku dan lingkungan, dan hubungan perilaku manusia dengan pasar tradisional dan modern, serta pemahaman tentang pasar tradisional dan pasar modern, dan teori tentang sarana perbelanjaan.

BAB. IV TINJAUAN PASAR SENI TRADISIONAL MODERN

Berisi tentang pasar tradisional secara khusus yaitu komoditi dagangan, fasilitas, lokasi taman wisata Candi Prambanan

BAB. V ANALISIS PASAR SENI TRADISIONAL MODERN

Berisi tentang analisis pemilihan lokasi, elemen pembentuk dan pendukung perancangan sebuah kawasan yang dianalisis melalui pendekatan sistem perilaku, struktur dan utilitas.

BAB. VI KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Berisi tentang konsep dasar, pemilihan lokasi, tapak, elemen pembentuk dan pendukung perancangan sebuah kawasan melalui pendekatan sistem perilaku, struktur dan utilitas.