

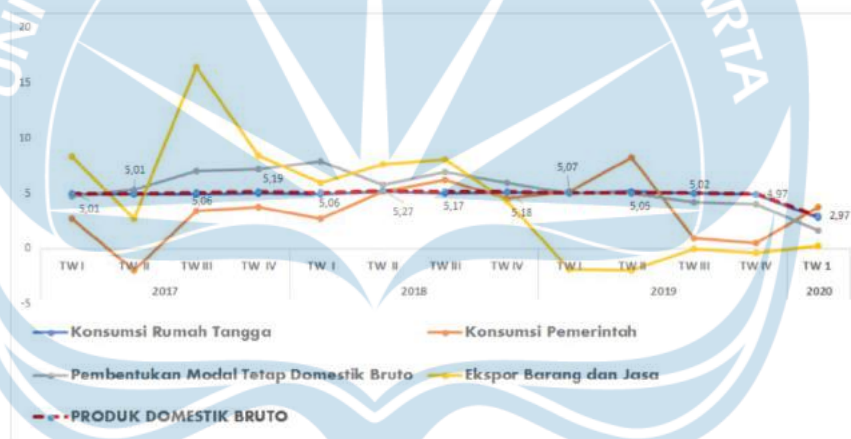
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

1.1.1. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor pendorong laju perekonomian terbesar di Indonesia. Pasar tradisional adalah wujud nyata yang mencerminkan kegiatan ekonomi di suatu daerah, yang mewadahi terjadinya kegiatan serta transaksi jual beli di dalamnya didorong oleh adanya kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi. Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto, konsumsi rumah tangga menyumbang 57% bagi pertumbuhan perekonomian domestik¹. Oleh karena itu keberadaan pasar rakyat masih relevan dan penting hingga saat ini, terlebih menunjang perekonomian para pedagang dan UMKM daerah yang menjadi mitra pasar rakyat.



Pertumbuhan ekonomi Indonesia masih di kisaran 5% karena 57% pendapatan masih ditopang oleh konsumsi rumah tangga

Gambar 1.1 Pertumbuhan PDB Pengeluaran Triwulan Tahun 2017-2020
Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2020

Kabupaten Bantul merupakan kabupaten yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar di bidang pariwisata dan perdagangan. Pasar tradisional di Bantul termasuk dalam salah satu penggerak roda perekonomian dibuktikan dengan sekitar 14% warga masyarakat Bantul memiliki mata pencaharian berdagang di pasar tradisional² (Sigid, 2010). Tercatat dalam Dinas Pengendalian Penduduk, Keluarga Berencana, Pemberdayaan Masyarakat Desa (DPPKBPM) Kabupaten

¹ <https://nasional.kontan.co.id/news/ini-sektor-sektor-penting-pendorong-pertumbuhan-ekonomi-domestik-di-tahun-2021>

² Sigid, Prof. Dr. R. Rijanta, 2010. Peranserta Stakeholder Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Bantul. Magister Perencanaan Kota dan Daerah.

Bantul bahwa pasar rakyat di Bantul hingga saat ini berjumlah 32 pasar yang tersebar di 17 kecamatan (kapanewon).

Pasar Niten merupakan salah satu pasar di Kabupaten Bantul yang telah mengalami revitalisasi/relokasi oleh pemerintah daerah pada tahun 2008. Pasar Niten terletak di salah satu jalan utama di kawasan Bantul sehingga lokasinya cukup strategis sebagai pusat perekonomian masyarakat Bantul. Pasar yang terletak di Jalan Bantul km 5 ini terdiri dari dua massa bangunan dengan fungsi yang berbeda yaitu pasar utama dan pasar klithikan. Pasar dengan luas tanah 32.635 m² dan luas bangunan 18.036 m² ini memiliki 119 pedagang kios, 472 pedagang dalam 13 los, serta 89 pedagang lapak dalam 1.500 m².



Gambar 1.2 Pintu masuk utama Pasar Niten (kiri) dan Pasar Klithikan Niten (kanan)

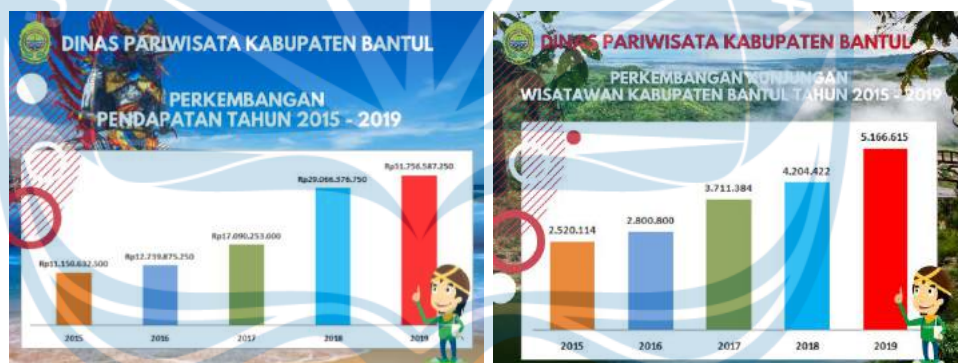
Sumber: website gudeg.net

Revitalisasi sebelumnya dilakukan karena kondisi pasar sebelumnya yang terletak di daerah Sewon sudah rusak akibat gempa dan dinilai tidak cukup untuk menampung jumlah pedagang yang semakin bertambah sehingga pasar terkesan sempit, padat, dan pengap. Hal ini juga diakibatkan oleh karena perilaku pedagang yang cenderung mendekat ke area ramai, serta konsumen yang lebih memilih kios yang dekat sehingga dapat berbelanja dengan cepat. Namun sayangnya revitalisasi yang dilakukan kurang menyelesaikan permasalahan tersebut, justru pasar menjadi lebih sepi daripada sebelum direvitalisasi. Hal ini dikarenakan penataan zoning dan revitalisasi secara fisik bangunan belum mampu mengubah perilaku masyarakat sehingga menimbulkan ruang-ruang mati. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Bantul merencanakan untuk merevitalisasi kembali Pasar Niten agar lebih representatif sehingga dapat menghidupkan kembali aktivitas di daerah tersebut dengan mengacu pada SNI 8152:2015 Tentang Pasar Rakyat.

Program Pemkab Bantul adalah melakukan revitalisasi sejumlah 32 pasar di Bantul. Gagasan Pemkab Bantul untuk merevitalisasi pasar rakyat menjadi pasar

yang dapat menyesuaikan perkembangan di dua puluh tahun ke depan, dengan mengoptimalkan potensi yang ada di Bantul. Tidak hanya memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, namun juga menjadi salah satu ikon kabupaten sehingga stereotip masyarakat akan ‘pasar’ yang kumuh dan terkesan kuno perlahan akan memudar. Pasar tradisional di tahun 2040 direncanakan dengan prinsip *sustainable, multi activity*, serta menguatkan jatidiri pasar tersebut secara global.

Ketika mendesain sebuah pasar yang dapat merepresentasikan suatu daerah, tentunya dikaitkan dengan potensi daerah tersebut. Kabupaten Bantul memiliki potensi yang besar di bidang pariwisata. Ekonomi dari sektor pariwisata menyumbang sebesar 2,68 triliun yaitu 18,77% dari total Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Bantul dengan kunjungan wisata sekitar 2,3 juta pada tahun 2014³. Di dalam kebijakan Rencana Umum Penanaman Modal pemerintah DIY dan Bantul, sektor pariwisata adalah sektor unggulan daerah yang didukung secara penuh oleh pemerintah.



Gambar 1.3 Perkembangan Pendapatan dan Jumlah Wisarawan Kabupaten Bantul Tahun 2015-2019 yang semakin meningkat

Sumber: website Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul (bantulkab.go.id)

Pariwisata di Bantul terbagi menjadi dua yaitu wisata alam dan wisata budaya. Wisata budaya di Bantul terdiri dari bermacam jenis budaya. Terdapat *event-event* budaya yang diadakan secara rutin setiap tahunnya seperti Bantul Art Festival. Kesenian tradisional jathilan dan kethoprak juga masih sering diadakan di desa-desa tertentu. Setiap desa memiliki produk unggulannya masing-masing khususnya di bidang kerajinan kriya, seperti di Desa Krebet yang terkenal akan kerajinan batik kayunya. Pemerintah telah melakukan seleksi berbagai wilayah di Bantul yang menjadi sentra kerajinan, dan juga menetapkan beberapa desa wisata dan desa budaya di beberapa daerah.

³ Buku Profil Potensi Investasi Strategis Bidang Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Bantul

Kabupaten Bantul terletak di sebelah selatan-tengah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang dekat dengan wilayah urban DIY serta berbatasan langsung dengan Kulon Progo dan Gunung Kidul. Hal ini menjadikan Kabupaten Bantul kawasan yang strategis bagi wisatawan. Terdapat jalan utama yang melintas di Bantul yaitu Jogja Outer Ringroad dan Jalur Jalan Lintas Selatan yang juga merupakan akses menuju Yogyakarta International Airport (YIA).



Gambar 1.4 Aksesibilitas Pariwisata Kabupaten Bantul
 Sumber: Buku Pedoman Investasi Pariwisata Kabupaten Bantul

Melihat potensi budaya Bantul yang menonjol di bidang seni budaya dan didukung dengan nilai strategisnya, maka diperlukan suatu objek yang dapat mendukung serta mewadahi kegiatan kesenian budaya sehingga dapat menjadi ikon baru yang merepresentasikan Kabupaten Bantul. Selain itu, diharapkan Pasar Niten Baru dapat menjadi tipologi dengan konsep baru yang lebih representatif sehingga dapat menghidupkan kembali aktivitas ekonomi-sosial-budaya di daerah tersebut. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, tipologi yang diusulkan adalah *Creative Community Hub*.

Pengadaan proyek ini berdasarkan kebijakan institusi yaitu BAPPEDA Bantul untuk melakukan revitalisasi pada Pasar Niten dengan konsep baru. Penambahan konsep kawasan Pasar Niten berlandaskan alasan untuk memperbaiki keadaan Pasar Niten yang sepi pengunjung dan kurang representatif, serta memberdayakan komunitas seni di Bantul. Tujuan utama pengadaan proyek ini adalah

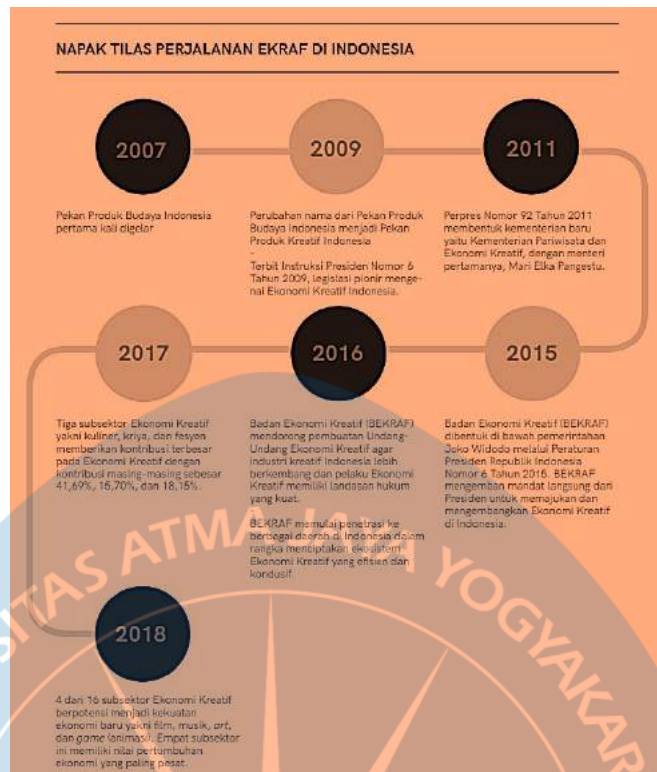
meningkatkan identitas kawasan sebagai pusat ekonomi kreatif. Selain itu, melihat potensi pasar di masa depan adalah memiliki fungsi yang menonjol dibandingkan dengan pasar rakyat pada umumnya, yaitu dengan mengangkat potensi khas daerah tersebut. Perubahan konsep Pasar Niten menjadi fungsi pasar yang berbeda (tidak tipikal) dengan target pengguna yang baru. Contoh pasar dengan fungsi beragam dan berhasil adalah Pasar PASTY (Pasar Satwa dan Tanaman Hias Yogyakarta) yang terletak 1,9 km di sebelah utara Pasar Niten.

Pasar Niten yang berlokasi di kawasan sub-urban DIY sangat potensial sebagai lokasi perencanaan *Creative Community Hub*, melihat pemetaan komunitas kreatif, komunitas seni, pengrajin, dan pelajar yang bergerak di bidang seni, yang masih terletak di bagian utara Kabupaten Bantul. Tipologi ini tidak hanya fokus kepada pemberdayaan komunitas namun juga sebagai ruang edukasi-wisata bagi masyarakat umum hingga wisatawan dari luar daerah.

1.1.2. Latar Belakang Permasalahan

Ekonomi kreatif merupakan gagasan baru dalam dunia perekonomian yang mengutamakan kreativitas, inovasi, dan perkembangan informasi pengetahuan. Era revolusi industri 4.0 yang sedang menuju *era society 5.0* berkaitan dengan kemajuan teknologi yang juga mendukung serta menguntungkan industri ekonomi kreatif. Input dari ekonomi kreatif berupa kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang unik, solusi dari permasalahan, serta inovasi dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya (pakem). Pada 2016, kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian nasional sebesar 7,44%, Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi Kreatif diproyeksikan melampaui 1.000 triliun pada tahun 2017 dan meningkat mendekati 1.102 triliun pada tahun 2018⁴. Pada tahun 2017, tiga sektor yang menyumbang ekspor terbesar pada perekonomian Indonesia diantaranya adalah kuliner, fashion, dan kerajinan (seni kriya). Salah satu alasan ekonomi kreatif mulai diunggulkan menjadi tulang punggung sektor perekonomian negara hingga dunia adalah karena sumber daya alam yang akan semakin berkurang bahkan habis setiap tahunnya.

⁴ Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2019. *Creative Economy Outlook*.



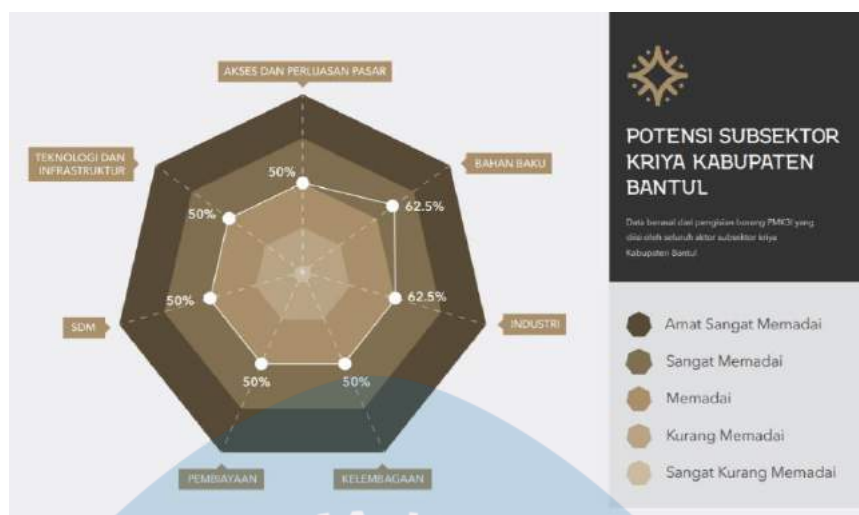
Gambar 1.5 Timeline perjalanan ekonomi kreatif di Indonesia

Sumber: Opus Creative Economy Outlook 2019, BEKRAF

Pada Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020-2024, ketersediaan infrastruktur merupakan salah satu persyaratan yang utama dalam upaya meningkatkan daya saing industri kreatif di Indonesia⁵. Namun yang menjadi permasalahan adalah kondisi infrastruktur baik fisik maupun TIK masih terbatas bagi pelaku kreatif. Hal ini menyebabkan kreativitas pelaku kreatif sulit untuk berkembang, pertumbuhan ekonomi kreatif melambat, sehingga kontribusi ekonomi kreatif terhadap pendapatan nasional berkurang.

Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I) merupakan salah satu program Bekraf dimana pemerintah kabupaten/kota mengajukan kabupaten/kota-nya untuk dievaluasi dan diverifikasi oleh Bekraf untuk menjadi Kabupaten/Kota Kreatif. Pada PMK3I tahun 2016, Bantul termasuk salah satu dari 15 Kabupaten/Kota Kreatif yang telah dievaluasi oleh Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (BEKRAF) dan masuk dalam subsektor unggulan Seni Kriya. Seni Kriya menjadi bisnis yang cukup menjanjikan karena memiliki orisinalitas dan keunikan yang tinggi. BEKRAF sebagai lembaga pemerintah berperan dalam mengelola subsektor seni kriya dengan menyediakan fasilitas yang sesuai.

⁵ Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024



Gambar 1.6 Potensi Subsektor Kriya Kabupaten Bantul
 Sumber: Buku Infografis PMK3I Deputi Infrastruktur BEKRAF – Profil Kab. Bantul

Industri kreatif menjadi salah satu sumber perekonomian di Kabupaten Bantul karena ekosistem dan modal keahlian yang mendukung. Sektor kerajinan di Bantul tumbuh sangat pesat hingga produk yang menjadi komoditas lokal sering menjadi komoditas ekspor ke berbagai negara. 80% produk kerajinan di DIY berasal dari Bantul, hal ini membuktikan bahwa industri kerajinan di Bantul sangat berpotensi mulai dari sentra kerajinan kulit, keramik, bambu, batik kayu, keris, dan lain sebagainya. Omset subsektor seni kriya di Bantul yang mencapai 37 Miliar rupiah didukung dengan adanya lebih dari 30 desa wisata, 78 sentra kerajinan, 21.000 industri rumah tangga, serta 50% memiliki orientasi ekspor.



Gambar 1.7 Contoh Potensi Kerajinan Kabupaten Bantul
 Sumber: https://dpmppt.bantulkab.go.id/web/potensi_investasi/detail/24-sektor-perindustrian-dan-ekonomi-kreatif

Seiring perkembangan subsektor seni kriya di Bantul, tentunya ada beberapa pihak yang berperan penting. Pihak pertama adalah akademisi, pendidikan sebagai bagian dasar dari potensi pengembangan, didukung dengan fakta bahwa mahasiswa dan pelajar di Bantul mayoritas bergerak di pendidikan berbasis kesenian. Di Kabupaten Bantul tersedia banyak sarana formal seperti Sekolah Menengah Seni Rupa, SMKI Yogyakarta (kelompok seni dan kerajinan), Sekolah Menengah Musik, serta Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Pihak kedua merupakan

kreator/pengrajin termasuk komunitas seni dan sanggar. Bersama pemerintah daerah menyelenggarakan pelatihan, pengelolaan usaha, dan pelatihan teknik pengolahan sehingga dapat menjadi produk kerajinan yang layak untuk diperjualbelikan. Pihak ketiga yaitu sentra bisnis di Bantul memiliki banyak potensi kerajinan yang berorientasi ekspor, sentra industri yang tersebar luas di Bantul, memiliki potensi untuk mengembangkan bisnisnya secara global.

Potensi seni budaya di Bantul juga memiliki permasalahan yang telah diulas oleh Dinas Kebudayaan Kabupaten Bantul pada Pokok Pikiran Pemajuan Kebudayaan (PPKD) Bantul Tahun 2018. Permasalahan dan rekomendasi di bidang seni yang tercatat di PPKD Kabupaten Bantul adalah sebagai berikut:

1. Permasalahan: berbagai macam karya beragam di Kabupaten Bantul ada yang sudah tercatat dalam lembaga, ada yang belum.
Rekomendasi: perlu ada pendataan, pendokumentasian agar memudahkan dalam pemetaan budaya.
2. Permasalahan: belum ada tempat yang representatif dalam mengaktualisasikan berbagai macam karya seni.
Rekomendasi: menjadikan Kabupaten Bantul sebagai kabupaten seni rupa, adanya taman budaya dan museum seni, mengangkat kesenian di Bantul sebagai event festival, diperlukan adanya media cetak maupun digital sebagai laporan kegiatan seni budaya.
3. Permasalahan: belum ada dokumentasi serta *event* budaya yang memadai.
Rekomendasi: perlu diupayakan sentra aktualisasi yang permanen sekaligus tempat persemaian berkarya seni bagi masyarakat.

Seiring perkembangan zaman, seni budaya lokal perlahan mulai ditinggalkan karena masyarakat mulai beralih kepada produk-produk impor. Hal ini disebabkan oleh rasa gengsi yang tidak mau tertinggal oleh *trend* global. Pengrajin yang tidak melakukan inovasi dan tidak menyesuaikan perkembangan juga semakin tertinggal, diakibatkan oleh rata-rata umur pengrajin yang sudah tua (keterbatasan fisik dan biaya), penghasilan yang tidak sebanding dengan biaya produksi, serta kurangnya kolaborasi dengan pengrajin lainnya. Hal ini menyebabkan potensi seni budaya khususnya seni kriya di Bantul mengalami sepi peminat sehingga membutuhkan pengembangan dan pengelolaan hingga dapat bersaing secara global.

Ruang ekspresi yang mewadahi kesenian di Bantul berkembang cukup signifikan. Hingga saat ini terdapat 9 *art space* di Bantul dari total keseluruhan 28 *art space* di DIY. Meski demikian, setelah melakukan beberapa kajian ditemukan beberapa permasalahan pada *art space* di Bantul yaitu belum ada yang mewadahi pertunjukan musik dan pameran khusus seni kriya, masih bergerak sendiri-sendiri, belum terjadi kolaborasi yang signifikan antara pelaku seni dan pengrajin, serta belum ada yang berstandar nasional dari segi bangunan dan aksesibilitas.

Tipologi yang dapat mengatasi permasalahan yang telah dikaji adalah *Creative Community Hub*. *Creative Community Hub* merupakan sebuah tipologi yang memfasilitasi kebutuhan pelaku-pelaku kreatif (kreator) untuk berkarya dan mengembangkan inovasi. Adanya *Creative Community Hub* diharapkan mampu membangun koneksi dan menciptakan kolaborasi antara pelaku kreatif, mewadahi ruang kreasi komunitas dan industri kecil, mengembangkan IKM dan UMKM khususnya subsektor seni kriya sehingga dapat bersaing secara global. Tipologi ini juga dapat menyelesaikan permasalahan Pasar Niten seperti yang telah dibahas pada latar belakang pengadaan proyek untuk meningkatkan eksistensi pasar dengan konsep yang lebih representatif. mencapai tujuan dan menyelesaikan tuntutan permasalahan di atas dapat menggunakan pendekatan yang berupaya menghidupkan ruang menjadi sebuah tempat yang memiliki makna khusus dari potensi daerah tersebut yaitu pendekatan *placemaking*.

Placemaking dapat dikatakan sebagai sebuah proses dalam menciptakan sebuah tempat yang berkualitas sebagai daya tarik bagi orang-orang untuk merasakan kekuatan sebuah tempat (*sense of place*)⁶ (Mark Wyckoff, 2013). Teori Place Roger Trancik (1986) mengatakan bahwa sebuah ruang (*space*) akan ada jika dibatasi dengan sebuah void dan sebuah ruang (*space*) menjadi sebuah tempat (*place*) apabila memiliki makna dari lingkungan yang berasal dari budaya daerahnya⁷. Fokus perencanaannya merujuk pada pengolahan tata ruang luar dan dalam yang mampu mengakomodasi potensi budaya baik dari proses produksi, kolaborasi, hingga promosi sehingga menjadi objek baru yang merepresentasikan Kabupaten Bantul di bidang seni budaya. Hal tersebut dapat diwujudkan melalui prinsip-prinsip *placemaking* yang mengutamakan 4 hal yaitu fungsi dan aktivitas,

⁶ Wyckoff, Mark, 2013. *Definition of Placemaking: Four Different Types*.

⁷ Trancik, Roger, 1986. *Finding Lost Space: Theories of Urban Design*.

kenyamanan dan representasi, akses dan konektivitas, serta yang terutama adalah aspek sosial.

1.2. Rumusan Permasalahan

Bagaimana wujud revitalisasi Pasar Niten menjadi *Creative Community Hub* yang adaptif melalui penataan pola ruang, sirkulasi dan tampilan bangunan dengan pendekatan *Placemaking*?

1.3. Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan

Mewujudkan konsep revitalisasi Pasar Niten menjadi *Creative Community Hub* sebagai pusat kolaborasi dan promosi kreatif yang adaptif melalui pendekatan *placemaking* yang dapat merepresentasikan potensi Kabupaten Bantul.

1.3.2. Sasaran

Terdapat beberapa sasaran dalam merencanakan dan merancang revitalisasi Pasar Niten menjadi *Creative Community Hub* di Kabupaten Bantul untuk mencapai tujuan di atas, yaitu:

1. Melakukan identifikasi melalui survey lapangan dan pengumpulan data-data baik secara makro maupun mikro
2. Melakukan kajian terhadap teori dan studi preseden
3. Melakukan analisis kebutuhan pengguna dan kegiatan
4. Melakukan *programming* ruang
5. Menerapkan konsep ke dalam wujud gambar rancangan

1.4. Lingkup Materi

1.4.1. Materi Studi

1. Lingkup Spasial

Pada lingkup spasial, bagian objek studi yang akan diolah sebagai penekanan studi adalah perancangan pola ruang, sirkulasi, dan tampilan bangunan, yang memiliki fungsi utama untuk mendukung proses berkarya, berkolaborasi, dan promosi kreatif di Kabupaten Bantul.

2. Lingkup Substantial

Pada lingkup substantial, perancangan pola ruang, sirkulasi, dan tampilan bangunan, yang akan diolah dengan pendekatan *placemaking* mencakup bentuk dan massa bangunan, bukaan (terkait penghawaan dan pencahayaan), warna, material, tekstur, serta ukuran-skala-proporsi dalam mencapai objek baru yang representatif.

3. Lingkup Temporal

Pada lingkup temporal, perancangan *Creative Community Hub* diharapkan dapat menjadi penyelesaian penekanan studi selama 20 tahun ke depan sehingga terus berkembang dan meningkatkan sektor pariwisata maupun ekonomi di Kabupaten Bantul.

1.4.2. Pendekatan Studi

Perencanaan dan perancangan *Creative Community Hub* sebagai pusat kolaborasi dan promosi kreatif menggunakan metode pendekatan *placemaking* sehingga dapat menghidupkan kembali potensi dan eksistensi Pasar Niten.

1.5. Metode Studi

1.5.1. Pola Prosedural

1. Identifikasi

Metode identifikasi diawali dengan pengumpulan data, pengamatan data, dan analisis data untuk mengetahui urgensi pengadaan proyek dengan melakukan studi pada isu dan permasalahan melalui literatur terkait.

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui survey/pengamatan secara langsung untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan pasar.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi terhadap objek sejenis (preseden) serta kajian teori yang berkaitan dengan prinsip-prinsip perancangan, pola kegiatan, fungsi yang diwadahi, serta contoh penerapan pendekatan *placemaking* pada objek yang telah terbangun. Data diperoleh melalui berbagai sumber baik itu media digital maupun cetak seperti jurnal, buku, website, maupun artikel.

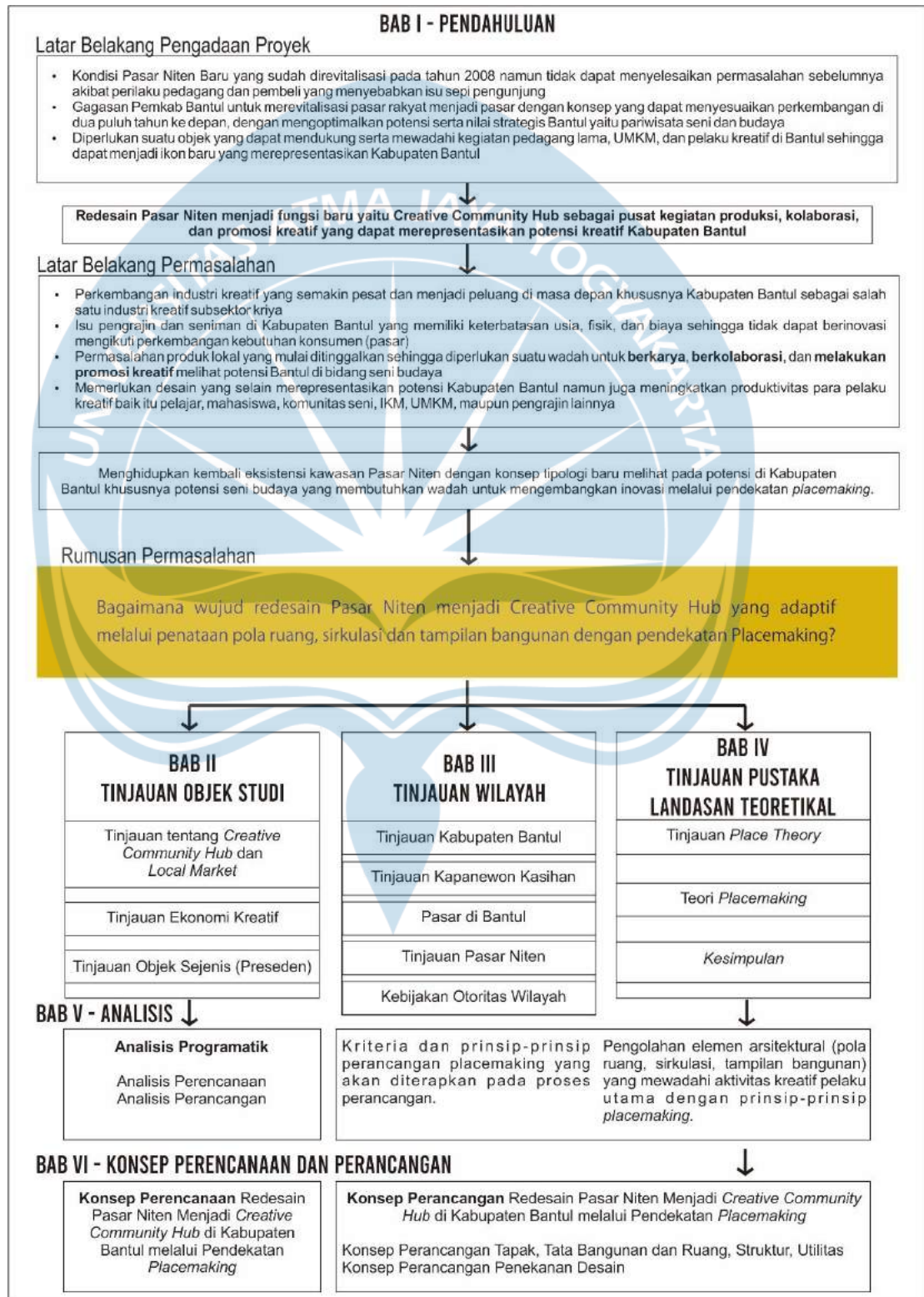
2. Analisis

Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan berdasarkan data dan informasi yang diperoleh, berdasarkan landasan teori yang berkaitan dengan tipologi objek, tinjauan pelaku, dan pendekatan yang digunakan. Analisis data dilakukan sehingga menghasilkan gagasan ide/konsep yang menjadi acuan dalam perancangan desain *Creative Community Hub*.

3. Penarikan Kesimpulan

Hasil analisis disimpulkan dan dituangkan ke dalam wujud solusi desain *Creative Community Hub* berdasarkan identifikasi permasalahan dan pendekatan desain.

1.5.2. Tata Langkah



1.6. Keaslian Penulisan

NO	JUDUL	PENULIS	TAHUN	PENEKANAN STUDI
1	Redesain Pasar Niten Bantul dengan Pendekatan Arsitektur <i>Behavioral</i>	Nurul Suci Wulan/Universitas Islam Indonesia	2018	Pendekatan Arsitektur <i>Behaviorial</i>
2	Perancangan Pusat Industri Kreatif di Kota Pekalongan (<i>Pekalongan Creative Hub</i>)	Astrihasna Shafa/Universitas Telkom Bandung	2019	Penggunaan Modern, Kolonial, dan Etnik Jawa
3	<i>Surakarta Creative Hub</i>	Marvin Hariyanto/Universitas Atma Jaya Yogyakarta	2019	Pendekatan Arsitektur Antropometri
4	Pusat Seni dan Budaya Nitiprayan <i>Creative Placemaking</i> Sebagai Faktor Penentu Perancangan	Tidi Ayu Lestari/Universitas Islam Indonesia	2016	Pendekatan <i>Creative Placemaking</i>

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibagi menjadi beberapa bab dan sub bab yang berisi mengenai proses perencanaan dan perancangann Revitalisasi Pasar Niten menjadi *Creative Community Hub* di Kabupaten Bantul, DIY, dengan rincian sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang pengadaan proyek, latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan, sasaran, lingkup studi, metode studi, kajian penelitian sejenis, dan sistematika pembahasan serta kerangka berpikir yang menjadi landasan bagi perencanaan dan perancangan proyek

BAB II TINJAUAN OBYEK STUDI

Pada tinjauan umum obyek studi berisi mengenai pengertian dari objek studi yang dipilih, fungsi dan tipologi objek studi, kriteria dan standar rancangan objek studi terkait, tinjauan terhadap objek sejenis, serta standar perencanaan dan perancangan.

BAB III TINJAUAN KAWASAN/WILAYAH

Tinjauan lokasi berisi tentang data – data lokasi perancangan secara makro hingga mikro seperti kondisi geografis, kondisi klimatologis, kondisi administratif, kebijakan otoritas wilayah dan kependudukan, Rencana Tata Ruang Wilayah dan peraturan lainnya yang berlaku di lokasi penelitian. Selain itu didukung juga dengan kondisi sarana prasarana, kriteria pemilihan lokasi hingga potensi-potensi yang nantinya mempengaruhi perencanaan dan perancangan.

BAB IV TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORETIKAL

Tinjauan pustaka berisi tentang kajian teoritis berkaitan dengan pendekatan studi yang digunakan yaitu pendekatan *Placemaking* beserta turunan penekanan desain dalam bentuk elemen arsitektural yang diperoleh dari sumber pustaka tertentu dihubungkan dengan kebutuhan para pelaku kreatif khususnya di Kabupaten Bantul.

BAB V ANALISIS PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Analisis perencanaan dan perancangan berisi analisis perencanaan, programatik, analisis perancangan bangunan, analisis pendekatan studi pada Revitalisasi Pasar Niten menjadi *Creative Community Hub* di Kabupaten Bantul, DIY disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku kreatif di Kabupaten Bantul.

BAB VI KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Berisi konsep perencanaan Revitalisasi Pasar Niten menjadi *Creative Community Hub* di Kabupaten Bantul, DIY, yang mencakup persyaratan perencanaan, dan konsep perencanaan tapak, serta konsep perancangan yang meliputi konsep programatik dan konsep penekanan studi.