

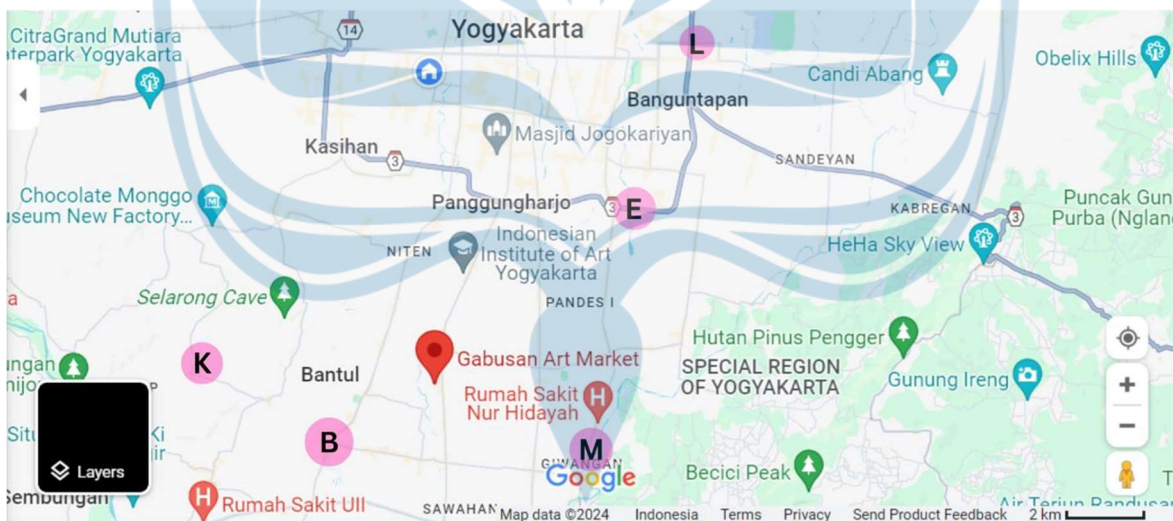
# BAB I

## LATAR BELAKANG

### 1.1 Latar Belakang

#### A. Latar Belakang Pengadaan Proyek

Pasar Seni dan Wisata Gabusan (PSWG) resmi dibuka untuk umum pada tahun 2003 yang pada mulanya diberi nama Pasar Seni Gabusan (PSG) oleh Pemerintah Kabupaten Bantul. Pembangunan PSG awalnya dibuka untuk memfasilitasi para pengrajin di Kabupaten Bantul dan memasarkan hasil kerajinannya yang berupa kerajinan kulit, batik, logam, kayu, dan enceng gondok (Aditiatius, 2022) yang tersebar di sekitar pasar. Pada gambar dibawah, terdapat setidaknya lima tanda, dimana huruf L merupakan letak komunitas Logam, E untuk Enceng Gondok, M untuk komunitas kerajinan kulit, B untuk komunitas batik, dan K untuk letak komunitas pengrajin kayu yang terletak menyebar pada radius 10 km dari Pasar Seni dan Wisata Gabusan (PSWG).



Gambar 1.0 Letak Komunitas

Sumber: Penulis (2023)

Memiliki fungsi utama sebagai ruang untuk mengekspresikan kesenian, PSG menyediakan berbagai fasilitas, seperti kios, los, dan panggung kesenian untuk mendukung fungsi tersebut (Aditatus, 2022). Hingga tahun 2018 pasar ini digolongkan sebagai pasar rakyat tipe II dan pada tahun 2019 Pasar Seni Gabusan (PSG) mengubah namanya menjadi Pasar Seni dan Wisata Gabusan (PSWG) dengan menambahkan beberapa fasilitas diantaranya, wisata edukasi, galeri seni, kafe, *workshop area*, dan *exhibition hall* (Hakim, 2019). Melalui penambahan fasilitas tersebut, Pasar Seni Gabusan memiliki fungsi tambahan yaitu menjadi objek wisata dan mulai dimanfaatkan masyarakat untuk menggelar *event*, bazaar, bakti sosial, aneka perlombaan, *workshop*, seperti pelatihan membuat batik atau hanya sekedar berkumpul dan bersosialisasi bersama anggota komunitas. Beberapa komunitas yang sering mengadakan pertemuan dan kegiatan di PSWG diantaranya komunitas kerajinan, otomotif, pelajar, lembaga pelatihan, dan komunitas *vintage* (Purwoko, 2023).



Gambar 1.1 Panggung Kesenian di plaza Pasar Seni dan Wisata Gabusan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Namun, sayangnya, keaktifan PSWG tidak bertahan lama. PSWG belum bisa menjadi magnet wisata yang permanen bagi masyarakat, bahkan setelah menambah fasilitas, memperluas fungsi dan merubah namanya menjadi PSWG. Beberapa fasilitas di PSWG pun hanya aktif dan ramai pengunjung ketika ada *event* berskala besar atau nasional yang digelar di PSWG. Hal ini diketahui, karena beberapa faktor, diantaranya, faktor pertama adalah tata letak ruang tidak nyaman, seperti jarak objek wisata di dalam PSWG yang jauh dengan jalan raya, sehingga banyak masyarakat tidak tahu bagaimana PSWG yang sebenarnya, jarak antar zona

ruang yang berjauhan, dan jarak objek wisata dengan pintu masuk yang jauh. Hal-hal inilah yang membuat eksistensi dan kehidupan pasar tidak terlihat dari jalan raya yang berhadapan langsung dengan PSWG (Sidik, 2012), sehingga transaksi dan pemasukan pada pelaku usaha di PSWG berkurang yang membuat pedagang menjadi enggan untuk berjualan secara aktif di PSWG.



Gambar 1.2 Citra Satelit Pasar Seni dan Wisata Gabusan  
Sumber: [www.earth.google.com](http://www.earth.google.com) & diedit penulis, Oktober 2023



Gambar 1.3 Kondisi PSWG Sekarang  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Faktor selanjutnya adalah ketidaksesuaian fasilitas dan desain di PSWG sebagai objek wisata dengan kebutuhan dan keinginan. Faktor ini didapat penulis dari hasil wawancara yang dirangkum kedalam tabel berikut:

**Rekapan Keperluan Revitalisasi**

No.	Nama	Profesi	Hasil	Sumber
1.	Purwoko	Pedagang Kuliner PKL	Kualitas desain dan fasilitas kurang atraktif	Wawancara
			Harusnya diberi lampu-lampu supaya menarik perhatian	
			Belum ada ruang permanen untuk pedagang PKL	
2.	Wiwid	Pengelola PSWG	Mengembangkan ruang kuliner dan <i>playground</i> pada sisi selatan panggung	Wawancara
			Penambahan ruang <i>rest area</i>	
			Area penonton pada panggung kesenian tidak dibuat <i>amphitheater</i>	
			Penambahan ruang serbaguna yang dilengkapi dengan panggung <i>indoor</i> permanen	
3.	K. et all	Dosen	Desain <i>signage</i> yang kurang menarik yaitu kurang fotogenik bagi wajah PSWG	Jurnal
4.	Ibu Atun	Pedagang Kuliner PSWG	Desain <i>signage</i> dan <i>icon</i> saat ini kurang menarik yaitu kurang fotogenik bagi wajah PSWG	Wawancara
			Tidak ada upaya lebih lanjut dalam pengembangan ruang kuliner yang masing-masing ruang kuliner berdimensi 3 x 3 meter	
5.	Ibu Marni	Pedagang Kuliner PSWG	<i>Signage</i> dan <i>icon</i> pasar harusnya lebih fotogenik dan menggambarkan simbol Kabupaten Bantul maupun PSWG itu sendiri	Wawancara
			Area kuliner sudah bagus di tempatkan di depan pasar, namun perlu adanya pengembangan area kuliner berupa penataan lanskap area kuliner supaya bisa lebih teduh dan membuat nyaman pengunjung	
			Penataan masa kurang nyaman, karena jaraknya saling berjauhan dari pintu masuk. Tapi kalau sektor kuliner di kembangkan dan terlihat dari jalan, itu bisa menarik pengunjung	
			Lanskap kurang menarik dan kurang nyaman, seperti kurang teduh	
			Area kuliner dihidupkan lagi dengan pemberian masa khusus yang bergaya lebih kearah tradisional	
6.	Ibu Arimbi	Pemilik Lembaga Pelatihan	Tidak ada keluhan kekurangan	Wawancara
7.	Ibu Noto	Pedagang Seni PSWG	Kurang ruang pameran seni atau <i>showroom</i> , seperti batik, lukisan yang memiliki gaya bangunan yang serupa dengan eksisting masa di PSWG, yaitu arsitektur tradisional yang dimodifikasi	Wawancara
			Gaya bangunan yang tradisional modifikasi seperti sekarang ini sudah bagus	
			Pengembangan lanskap dari pintu masuk menuju ke dalam pasar perlu diupayakan supaya terkesan melewati taman dan menjadi lebih menarik	

Tabel 1.0 Hasil Pencarian Data Kebutuhan Revitalisasi

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengguna PSWG menginginkan:

1. Ketersediaan ruang *rest area* yang mencakup area kuliner, termasuk kios bagi para PKL dengan bangunan bergaya tradisional,
2. Pengembangan bagi area *playground*,
3. Penambahan ruang serbaguna yang dilengkapi dengan panggung permanen *indoor* didalamnya,
4. Penambahan dan pengembangan ruang showroom untuk batik dan lukisan dengan gaya arsitektur tradisional yang dimodifikasi,
5. Desain *entry* seperti *signage* dan *icon* pasar yang fotogenik dan menggambarkan PSWG maupun Bantul, dan
6. Desain tata ruang luar/lansekap yang teduh dan menarik (terkesan melewati taman).

Banyaknya kekurangan dan ketidaknyamanan yang ada di PSWG tersebut mengakibatkan PSWG mulai kehilangan pengunjung dan pada tahun 2018 PSWG benar-benar sepi hingga tidak ditemukan lagi adanya data grafik pengunjung di PSWG (Damayanti, 2019). Berdasarkan data-data diatas yang bersumber dari studi pustaka, kajian penelitian, berita digital, dan wawancara dengan PKL di PSWG, maka dapat disimpulkan bahwa PSWG memerlukan proses pengembangan dan pembenahan titik-titik tertentu pada ruang eksisting di PSWG. Pernyataan ini sesuai dengan prinsip revitalisasi yang dikemukakan oleh Martokusumo, 2006 dimana secara konseptual, revitalisasi merupakan proses pengembangan untuk menghidupkan kembali vitalitas objek dengan mempertimbangkan karakteristik dan melalui daur ulang dari apa yang ada pada objek tersebut (Martokusumo, 2008). Maka dari itu, berdasarkan uraian data mengenai PSWG diatas, dapat disimpulkan bahwa PSWG membutuhkan proses revitalisasi untuk mencapai tujuannya yaitu menghidupkan kembali fungsi pasar tanpa mengubah bentuk fisik bangunan secara total.

## **B. Latar Belakang Permasalahan**

Sesuai uraian data diatas, permasalahan utama pada PSWG adalah penataan zona tata ruang luar yang kurang nyaman, yaitu jarak antar zona ruang saling berjauhan dan terlalu menjorok kedalam sehingga tidak terlihat dari jalan raya. Hal tersebut membuat eksistensi dan aktivitas di dalam PSWG tidak terlihat oleh masyarakat. Maka, perlu adanya upaya pengembangan dan pembenahan pada ruang luar PSWG terutama pada bagian depan pasar sehingga menjadi identitas bagi PSWG yang dapat menarik dan menggiring masyarakat untuk mengunjungi dan menciptakan interaksi untuk menghidupkan kembali di PSWG.

Upaya penambahan fasilitas ruang dan pembenahan pada tata ruang luar PSWG untuk menciptakan interaksi pada PSWG ini juga harus dibarengi dengan kualitas desain yang atraktif. Maksud dari ruang yang atraktif yaitu objek dengan tampilan visual yang menyenangkan dan memiliki nilai daya tarik bagi masyarakat (G.S.Ekaputra, 2021). Hal tersebut diperlukan untuk dapat menarik perhatian dan menggiring masyarakat untuk masuk dan mengunjungi PSWG. Selain menjadi identitas dan daya tarik, upaya pengembangan ini juga bertujuan

untuk menciptakan dinamika kehidupan pasar, melalui interaksi sosial di dalam ruang yang disediakan oleh PSWG, sehingga PSWG dapat menjadi ruang publik yang hidup dan aktif. Maka dari itu, selain kualitas ruang yang atraktif, dibutuhkan juga kualitas ruang yang interaktif, yaitu ruang dengan desain yang mendukung adanya interaksi dan aktivitas manusia yang dinamis (Masoom Amini & Bemanian, 2019) untuk mendukung adanya interaksi dan aktivitas pengunjung di dalam PSWG yang akhirnya dapat menghidupkan dan mengembalikan keaktifan PSWG kembali.

Penataan dan pengembangan tata ruang luar di PSWG dengan kualitas yang atraktif dan interaktif tersebut dibutuhkan untuk memberikan identitas sebagai daya tarik bagi PSWG untuk akhirnya bisa menggiring masyarakat untuk mengunjungi dan melakukan aneka kegiatan secara aktif di PSWG. Hal tersebut sejalan dengan tujuan dan kriteria dari pendekatan *Placemaking Architecture*. *Placemaking Architecture* merupakan pendekatan desain untuk menciptakan identitas pada ruang publik (Urban Design Lab, 2023) dan menginspirasi orang untuk menata kembali ruang publik sebagai ruang bagi komunitas (Smart City Bhopal). National Institute of Urban Affairs menjelaskan, *Placemaking Architecture* bertujuan untuk mengembalikan fungsi ruang yang tidak terpakai atau mengalami kemunduran dan menciptakan ruang interaktif yang dapat memwadahi berbagai aktivitas. National Institute of Urban Affairs juga membahas prinsip yang diterapkan *Placemaking Architecture*, diantaranya mencakup identitas karakter yang berbeda pada setiap *site*-nya dan memiliki kualitas yang atraktif, seperti adanya instalasi seni, *culinary area*, dan air mancur/*fountains* yang menjadi *interest point* untuk menarik kerumunan ke area tersebut (Smart City Bhopal).

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa proses revitalisasi pada PSWG ini memerlukan pendekatan *Placemaking Architecture* untuk mendukung prosesnya. Prinsip, definisi, dan tujuan dari pendekatan *Placemaking Architecture* yang sudah dijelaskan, sesuai dengan latar belakang permasalahan yang terjadi di PSWG dan dapat berkontribusi dalam menjadi *guideline* pada proses pengembangan tata ruang luar pada PSWG dalam menciptakan program ruang yang memiliki identitas bagi PSWG dengan kualitas yang atraktif dan interaktif untuk menarik masyarakat dalam menciptakan

kehidupan aktifitas dan interaksi sosial di PSWG, sehingga fungsi PSWG sebagai pasar seni dan objek wisata dapat kembali hidup dan aktif.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana wujud revitalisasi Pasar Seni dan Fasilitas Wisata Gabusan yang atraktif dan interaktif melalui pengembangan tata ruang luar dan tata masa dengan pendekatan *Placemaking Architecture*?

## **1.3 Tujuan dan Sasaran**

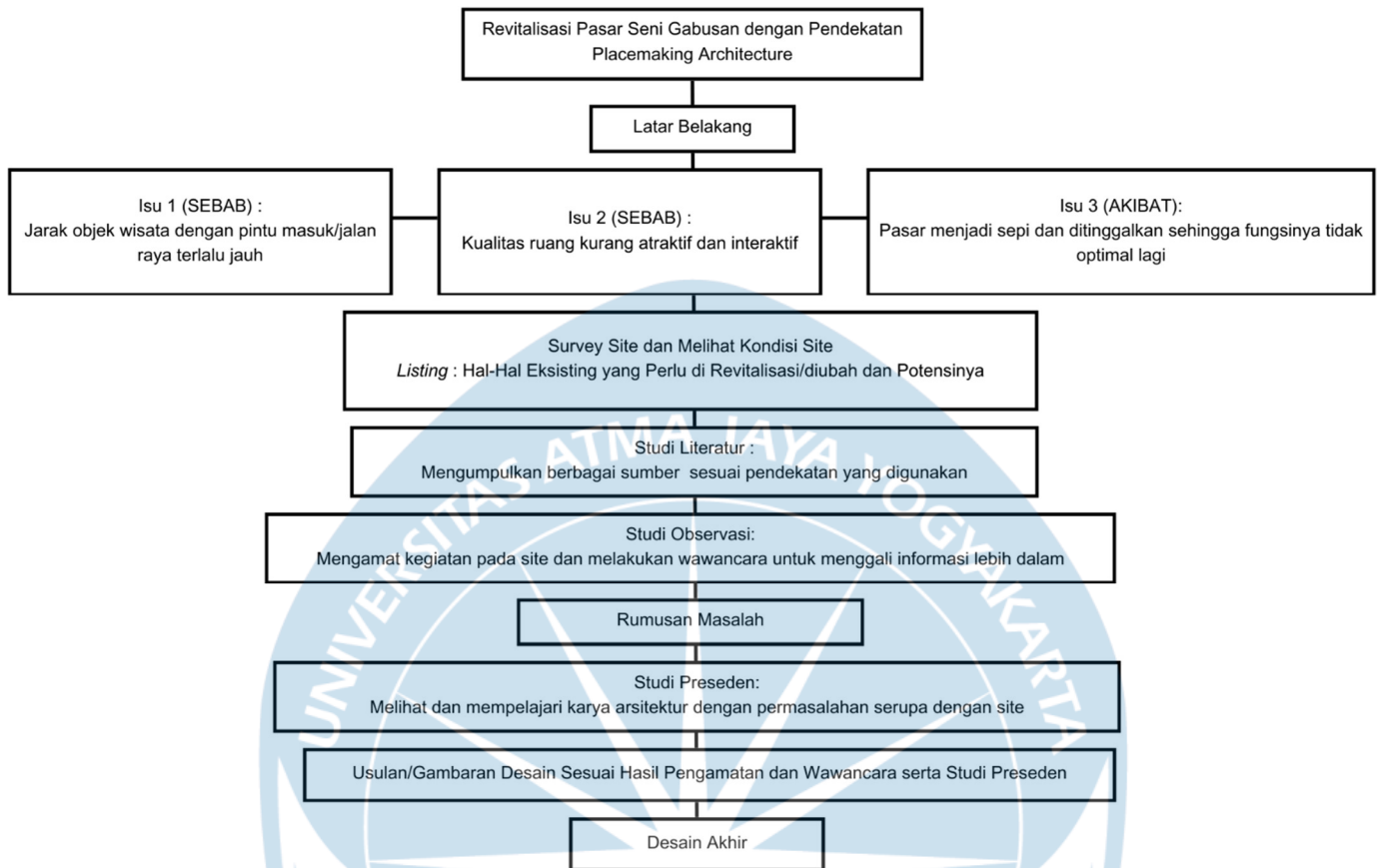
### **a. Tujuan**

Mengembalikan fungsi PSWG sebagai objek wisata yang aktif, dengan penataan dan pengembangan kawasan PSWG melalui penambahan program masa (ruang dalam) dan pengembangan tata ruang luar (lansekap) yang atraktif dan interaktif agar mampu menjadi magnet wisata bagi masyarakat sekitar, komunitas, dan para wisatawan. Sehingga, PSWG dapat eksis dan kembali hidup secara aktif sebagai sebuah objek wisata.

### **b. Sasaran**

Sasaran proyek Revitalisasi Pasar Seni dan Fasilitas Wisata Gabusan Dengan Pendekatan *Placemaking Architecture* ini adalah masyarakat umum, pelaku usaha, komunitas, dan wisatawan.

## 1.4 Kerangka Alur Pikir



Gambar 1.4 Kerangka Alur Pikir

Sumber: Penulis ( November 2023)