

ABSTRAKSI

Judul :

PUSAT PERDAGANGAN BATIK JAWA di YOGYAKARTA

Title :

THE JAVANESE BATIK TRADE CENTRE IN YOGYAKARTA

Kondisi Perdagangan Batik Jawa menurut pegamat Batik Jawa saat ini mengalami kemerosotan dibanding beberapa tahun lalu sebelum krisis moneter, menurunnya jumlah eksport batik juga berkait dengan sistem pemasaran yang dipakai para pengusaha batik yang mempertahankan usaha produk ekonomi seni dan budaya karena biaya untuk memasarkan melalui pameran dirasa sangat berat untuk pengusaha kecil apalagi hingga ke manca negara sehingga melalui strategi pemasaran Sales Marketing yang tetap dan terpusat disatu tempat diharapkan perdagangan batik jawa mulai bangkit karena konsumen besar tidak repot untuk mendapatkan segala hal mengenai produk batik dari seluruh jawa secara otomatis akan melestarikan batik jawa itu sendiri karena antar produsen saling memacu meningkatkan kualitas dan kuantitas. Selain itu menurut pengamat dan pecinta batik keanekaragaman batik harus sudah mulai di bukukan agar menjadi informasi yang penting dalam melacak kekayaan batik jawa sebagai modal seni dan budaya tanah air oleh karena itu seluruh issue dan ide tersebut dituangkan dalam sebuah Pusat Perdagangan Batik Jawa yang mengambil lokasi di Yogyakarta mengingat potensi Yogyakarta yang sangat bagus terhadap hadirnya bangunan tersebut sebagai pusat perdagangan, promosi dan informasi Batik Jawa .

Permasalahannya adalah bagaimana bentuk dan citra bangunan sebagai Identitas estetika yang mengekspresikan Batik Jawa dan bagaimana pula tata ruang sebuah bangunan komersil yang efektif

Semua itu dijawab secara berurutan dimulai dengan mengeksplorasi teori dan data tentang estetika identitas pada teori ekspresi representasi yang estetis identity dan prinsip pembentuknya yaitu dengan eksplorasi motif batik yang mamou menjadi imaji sebuah pusat perdagangan batik jawa yang sebelumnya didahului dengan studi banding pada bangunan Pampidou Centre atas ekspresinya yang identik dengan muatannya.

Kemudian keefektifan tata ruang pada bangunan komersil yang dibahas dengan mengawali studi banding pada MidPlaza dan PRPP yang dilengkapi dengan pembahasan teori efektifitas tata ruang dari DK Ching, Peter B. Brandt, Cornelis van de Ven serta Neufert dan Patricia Tutt yang digabung menjadi satu untuk memperkuat strategi penataan ruang komersil yang efektif