

BAB III

TINJAUAN PASAR SENI DAN KERAJINAN RAKYAT

Untuk lebih memahami permasalahan pada bab ini, disini dikemukakan gambaran umum Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat, yang terdiri dari :

- Studi Banding Pasar Seni Prambanan dan Pasar Seni Ancol.
- Tinjauan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat yang meliputi pengertian, motivasi, fungsi dan tujuan, strategi pemasaran, kegiatan, sistem sirkulasi dan tata ruang luar.
- Tinjauan Penampilan Bangunan.

III.1. STUDI BANDING PASAR SENI PRAMBANAN DAN PASAR SENI ANCOL.

III.1.1 Pasar Seni Prambanan.

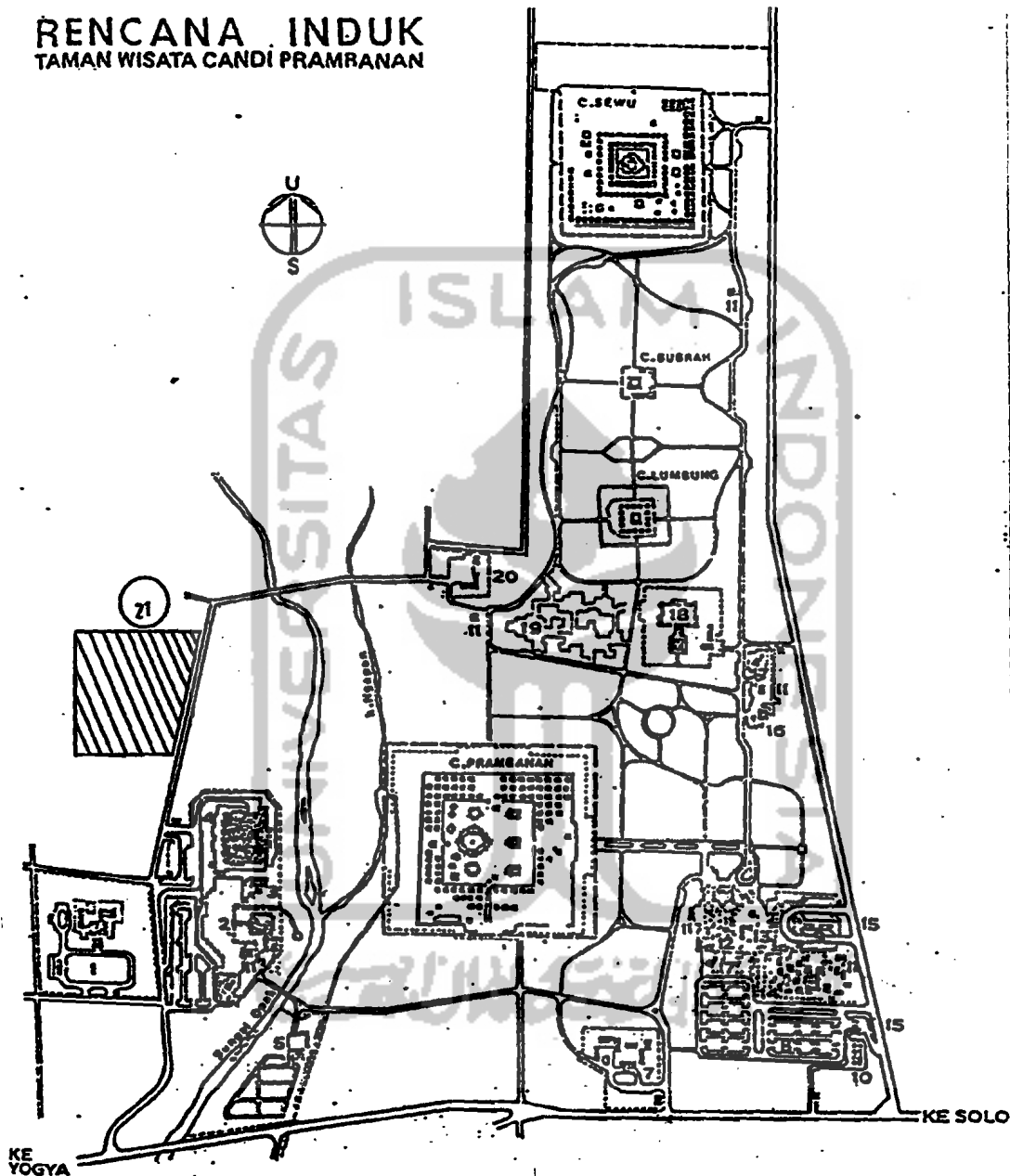
Pasar Seni Prambanan merupakan fasilitas penunjang atau pelengkap bagi Taman Wisata Candi Prambanan dan terletak di dalam komplek taman wisata ini. Fasilitas ini disediakan bagi para pengunjung atau wisatawan untuk memudahkan mendapatkan benda cinderamata atau souvenir berupa barang seni dan kerajinan dari obyek wisata tersebut, dengan materi yang dipasarkan berupa hasil seni dan kerajinan rakyat setempat.

Fasilitas Pasar Seni Prambanan ini berupa kios-kios penjualan yang terdiri dari beberapa bangunan permanen, dimana setiap bangunan terdiri dari 2 kios, 4 kios atau lebih dengan jumlah kios penjualan \pm 100 kios. Selain menempati kios, para pedagang juga menggelar barangnya diluar kios, yaitu pada tempat-tempat terbuka seperti pada jalur sirkulasi (trotoar) masuk ke candi dan pada pertamanan di sekitar tempat parkir.

Tatanan massa bangunan pada Pasar Seni Prambanan ini, merupakan kelompok bangunan yang ditata secara linear dan cluster dengan orientasi kios menghadap suatu ruang terbuka. Massa linear mempunyai orientasi kios langsung ke area

parkir, sedangkan massa cluster mempunyai ruang terbuka sendiri yang dibentuk oleh beberapa kelompok bangunan sebagai orientasi kios.

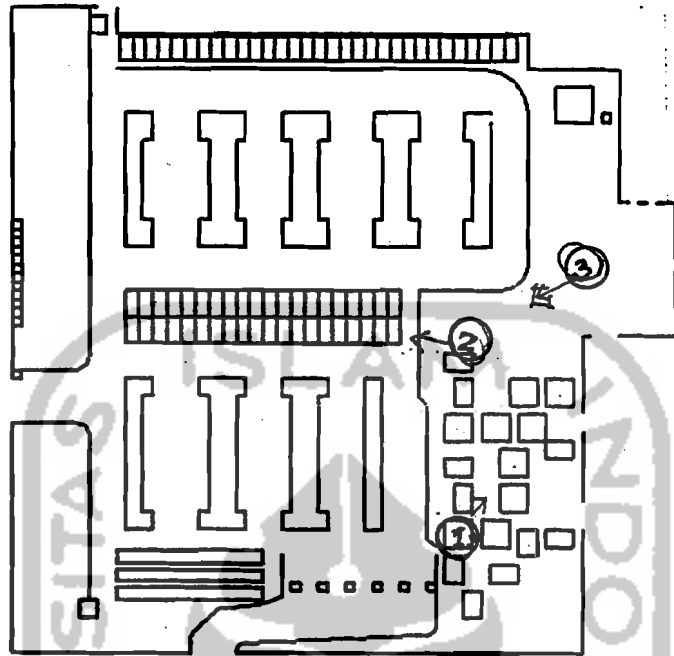
RENCANA INDUK TAMAN WISATA CANDI PRAMBANAN



KETERANGAN:

- | | |
|---|---|
| 1. Kantor Pusat PT Taman Wisata Candi Borobudur & Prambanan | 11. Toilet / WC umum |
| 2. Teater Arena | 12. Pusat Penerangan |
| 3. Cafeteria | 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 Purbakaja | 16. Restoran |
| 7. Kantor Unit Taman Wisata Candi Prambanan | 17. Musholla |
| 8. Parkir mobil / sedan | 18. Ruang Pamer tertutup |
| 9. Parkir bus | 19. Ruang Pamer terbuka |
| 10. Parkir sepeda motor | 20. Kantor bagian Kebersihan |

Gambar. III.1. Peta Lokasi Pasar Seni Prambanan.



Gambar III.2. Site Plan Pasar Seni Prambanan.

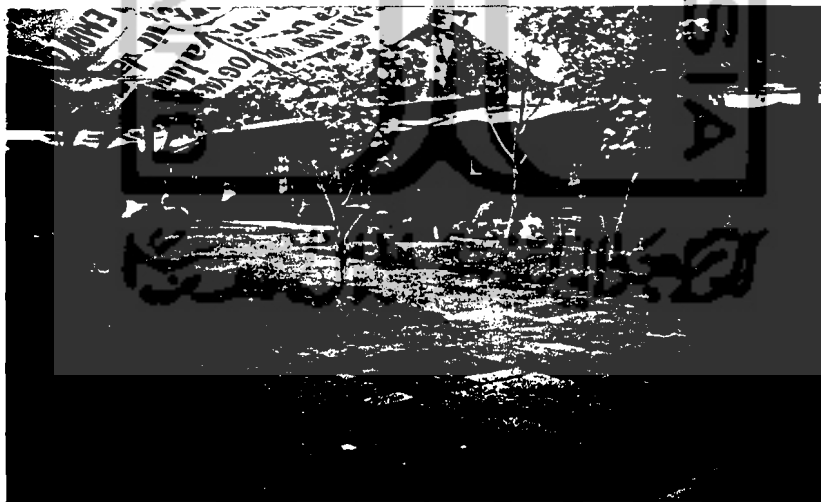


Foto.1. Orientasi kios ke ruang terbuka/plaza.



Foto.2. Orientasi kios ke area parkir.



Foto.3. penjualan di luar kios.

Gambar III.2. Kios Penjualan.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Pasar Seni Prambanan ini bertujuan sebagai fasilitas pelengkap Taman Wisata Candi Prambanan dengan fungsi sebagai sarana penjualan barang cinderamata/souvenir bagi wisatawan.

A. Potensi

- Tempat permanen dan terpadu serta terkoordinir, memberi lahan pemasaran bagi hasil seni dan kerajinan rakyat setempat didalam meningkatkan penjualan dengan sasaran pasar para pengunjung Taman Wisata Candi Prambanan sebagai pangsa pasar yang potensial.

Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat di Kotamadya Mataram

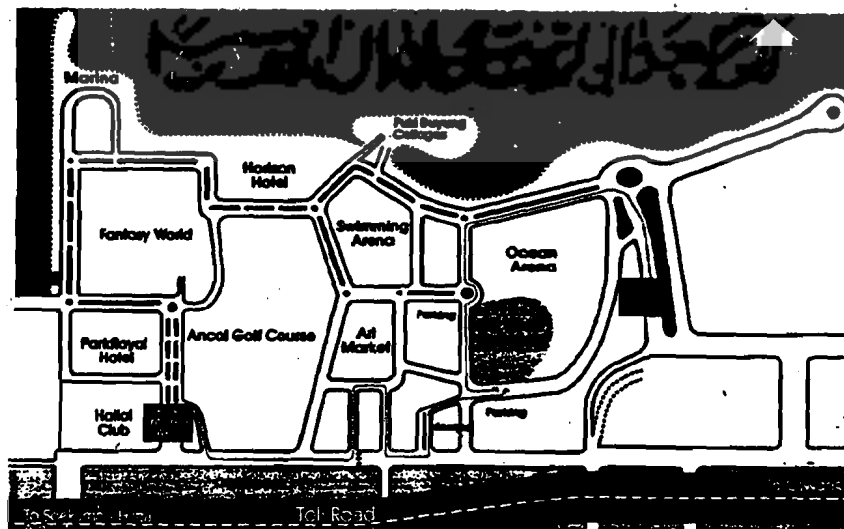
- Adanya ruang terbuka sebagai orientasi kios, menyebabkan kios-kios mudah terlihat dan mampu menampung wisatawan yang mengelompok sehingga setiap kios mempunyai kesamaan kemungkinan mendapat pengunjung serta ruang terbuka ini berfungsi sebagai pembagi arah pergerakan dan penghubung antar ruang.

B. Kendala

- Adanya kios penjualan yang menyatu dengan tempat parkir dan dilalui oleh jalur sirkulasi kendaraan dapat mengganggu kenyamanan pengunjung dan suasana terkesan bising.
- Adanya para pedagang yang menggelar barangnya di jalur sirkulasi pejalan kaki (trotoar), dapat mengganggu kenyamanan pejalan kaki sedangkan pedagang yang menggelar barangnya pada pertamanan dapat mengganggu sirkulasi kendaraan dan suasana menjadi terkesan semrawut.

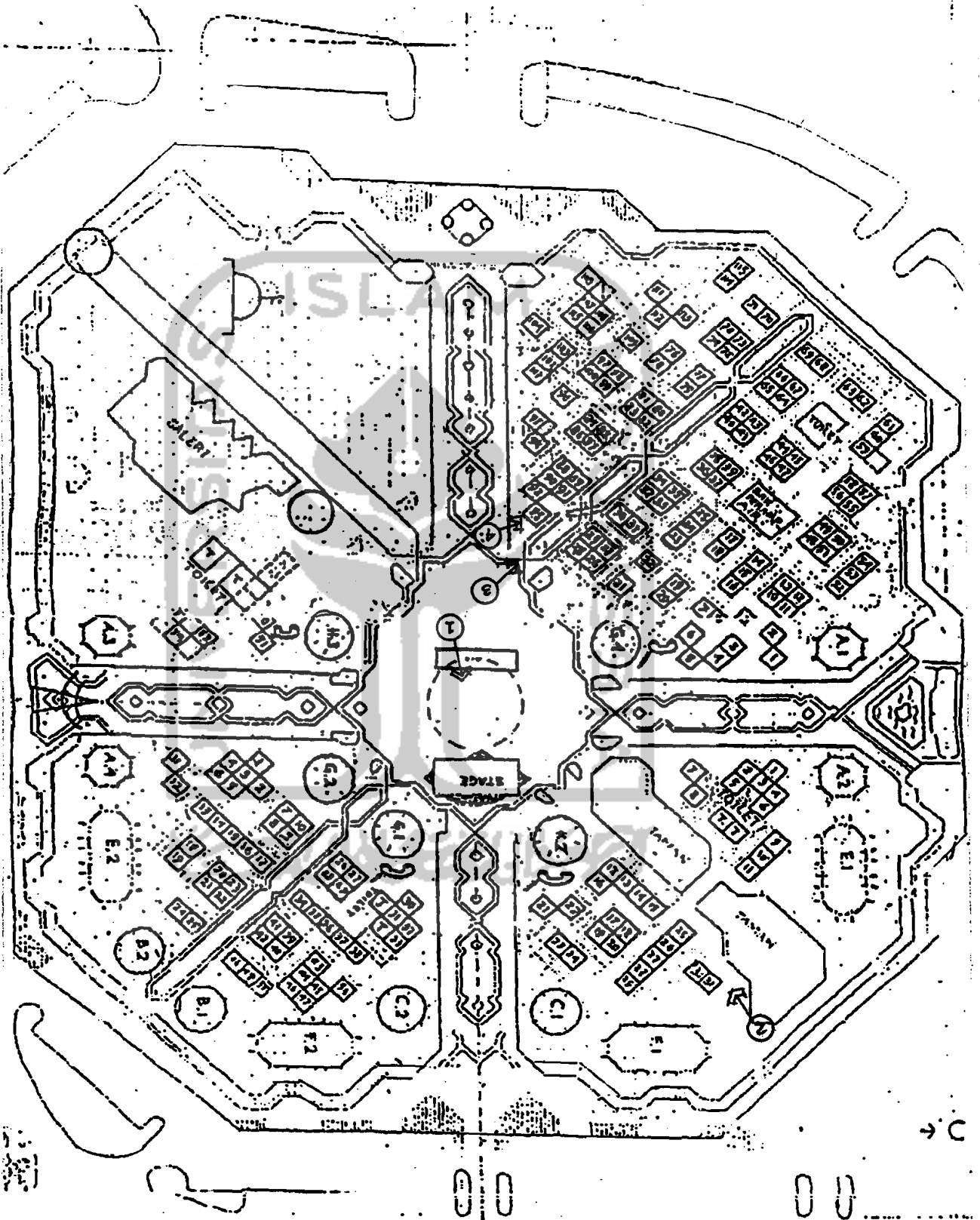
III.1.2. Tinjauan Pasar Seni Ancol.

Pasar Seni Ancol merupakan salah satu obyek wisata di kawasan wisata Taman Impian Jaya Ancol dan merupakan pasar seni yang bertaraf nasional, dimana materi yang dipasarkan merupakan hasil karya seni dan kerajinan dari berbagai daerah di Indonesia.



Gambar. III.4 Lokasi Pasar Seni Ancol.

Gambar III.5. Site Plan Pasar Seni Ancol.



Keberadaan Pasar Seni Ancol ini, dilatarbelakangi oleh pengadaan pasar seni ITB yang dilakukan secara periodik, yaitu sekali dalam setahun dan berlangsung selama seminggu (kegiatan pasar seni di ITB ini sudah tidak ada lagi). Kemudian ide pasar seni ini coba diterapkan dikawasan wisata Ancol yang dikenal dengan bazar seni Taman Impian Jaya Ancol. Kegiatan bazar ini masih bersifat temporer/semantara dan kios-kios yang ditempati untuk pemasaran merupakan bangunan tidak permanen.

Dalam perkembangannya, makin banyak para seniman dan pengrajin yang menempati kios-kios di bazar seni Ancol dan semakin banyak pengunjung yang berdatangan untuk mendapatkan barang seni dan kerajinan, sehingga dibangun fasilitas pasar seni dan kerajinan untuk mewadahi kegiatan tersebut yang terus meningkat.

Dalam Pasar Seni Ancol ini, fasilitas penjualan berupa kios-kios yang terdiri dari \pm 200 kios penjualan dan dilengkapi fasilitas pendukung seperti fasilitas pameran, pentas seni dan fasilitas pelengkap lainnya seperti bank, rumah makan, telepon dan sebagainya.

Tatanan massa bangunan Pasar Seni Ancol, merupakan kelompok bangunan yang dibagi dalam beberapa blok, yang secara umum ditata dengan pola grid, dengan ruang terbuka atau plaza sebagai pusat orientasinya (*point of view*) dan setiap blok dipisahkan oleh jalan masuk ke area pasar seni.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Pasar Seni Ancol, merupakan salah satu obyek wisata di kawasan wisata Taman Impian Jaya Ancol yang bertujuan sebagai tempat atau lahan bagi para seniman dan pengrajin untuk berkreasi dan sebagai obyek wisata baru di kawasan ini dan berfungsi sebagai sarana pemasaran yaitu tempat penjualan dan promosi, baik berupa pameran maupun peragaan serta tempat rekreasi.

A. Potensi.

- Keberadaan pasar seni yang terpadu dan terkoordinir, memberi lahan kepada para seniman dan pengrajin, baik

pemula maupun yang sudah punya nama untuk bertemu/bersosialisasi dan sebagai lahan pemasaran bagi hasil karya mereka.

- Adanya plaza atau ruang terbuka sebagai point of view, memberi kesan terbuka dan dinamis bagi kegiatan yang ada dan berfungsi sebagai pembagi arah pergerakan pengunjung pasar seni sehingga memberi kemungkinan mendapatkan kesamaan pengunjung bagi setiap kios.
- Jalan masuk ke area pasar seni yang terdiri dari beberapa jalan masuk, memberi alternatif kepada pengunjung dalam menelusuri/melihat pasar seni.

B. Kendala.

- Adanya kegiatan hiburan berupa pentas seni, terutama jenis musik yang mendatangkan kebisingan (noise) dapat mengganggu kenyamanan dan ketenangan para seniman atau pengrajin, khususnya yang ada di sekitar pentas seni.



Foto 4. Plaza sebagai pusat orientasi (point of view) dan panggung pentas seni



Foto 5. Ruang terbuka (taman) sebagai orientasi kios



Foto 6. Jalur sirkulasi sebagai orientasi kios



Foto 7. Kegiatan (peragaan) oleh seniman sebagai daya tarik pengunjung.

III.2. TINJAUAN PASAR SENI DAN KERAJINAN RAKYAT**III.2.1. Pengertian Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat.****a. Pasar.**

- Pasar adalah tempat berkumpulnya masyarakat dari golongan menengah ke bawah dan ke atas dengan tujuan komunikasi, transfer barang, informasi, rekreasi, mencari pengalaman baru dan komersial¹.
- Pasar adalah tempat orang berjual-beli².

b. Seni dan Kerajinan.

- Seni adalah segala macam keindahan yang diciptakan manusia dan berhubungan dengan cipta, rasa, karsa serta keindahan³.
- Kerajinan adalah ekspresi ungkapan jiwa manusia yang halus, sehingga didalamnya tersirat suatu citra keindahan yang tak lepas dengan estetika dan seni⁴.
- Kerajinan adalah barang yang dihasilkan melalui ketrampilan tangan; pengusaha (kecil) yang membuat barang-barang sederhana dan mengandung unsur seni atau produk yang diolah secara tradisional dan dikerjakan oleh tangan yang terampil (yang bernilai seni).

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat adalah wadah/tempat berkumpulnya masyarakat dari semua golongan dengan maksud melakukan transaksi jual-beli barang seni dan kerajinan, berkomunikasi, mencari informasi baru tentang hasil seni dan kerajinan serta sebagai tempat rekreasi.

Secara garis besar Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat disini sebagai lahan terpadu dan terkoordinir bagi para seniman dan pengrajin berkarya sekaligus sebagai tempat pemasaran yaitu penjualan dan promosi produk seni dan kerajinan sebagai souvenir dan cinderamata serta sebagai fasilitas untuk menarik kunjungan wisatawan.

¹ Wiryadi, Sistem Pemasaran dan Peranannya Dalam Ekonomi Widya Pura, No : 3/th 1980.

² WJS Poerwadarminta, Kamus Indonesia-Indonesia, BP. Jakarta 1984.

³ Ibid 2.

⁴ Fajar Sidik, Seni dan Estetika.

III.2.2. Motivasi Pengadaan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat.

Pengadaan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kunjungan wisatawan sebagai pangsa pasar yang potensial. Keberadaan produk seni dan kerajinan rakyat sebagai sesuatu yang dibeli (*to buy, to shop & to get*). Sehingga ada motivasi dalam pengadaan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat ini, antara lain :

- **Motivasi Kepariwisataan.**

Menambah daya tarik wisata budaya dan kerajinan sebagai penunjang program pengembangan pariwisata dengan memperkenalkan budaya tradisional daerah di Kodya Mataram dalam perwujudan karya seni dan kerajinan untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap hasil seni dan kerajinan rakyat.

- **Motivasi Ekonomi.**

Untuk membantu para seniman dan pengrajin melalui pemasaran benda seni dan kerajinan yang terpadu dan terkoordinir. Dalam hal ini penjualan barang souvenir atau cinderamata sehingga mampu meningkatkan penghasilan para seniman dan pengrajin demi kelangsungan usaha mereka.

III.2.3. Fungsi dan Tujuan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat.**III.2.3.1. Fungsi Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat.**

Berdasarkan kegiatan yang akan diwadahi didalam Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat, ada beberapa fungsi yang terkait langsung dengan kegiatan tersebut, diantaranya yaitu :

1. Sebagai wadah penjualan barang seni dan kerajinan.

Hasil karya seniman dan pengrajin berupa benda seni dan kerajinan perlu tempat pemasaran sebagai ajang transaksi jual-beli guna kelangsungan hidup usahanya.

2. Sebagai wadah promosi.

Agar jenis hasil seni dan kerajinan rakyat ini dapat lebih dikenal dan menjadi daya tarik tersendiri, maka perlu adaya upaya promosi. Dalam hal ini kegiatan promosi di Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat ini dilakukan melalui :

- Kegiatan Pameran

Pameran merupakan satu media yang cukup efektif dibanding dengan media promosi lainnya didalam memperkenalkan kepada masyarakat luas akan hasil seni dan kerajinan rakyat karena didalam suatu pameran memungkinkan para pengunjung untuk melihat dan meraba produk pameran tersebut.

- Kegiatan Peragaan

Peragaan sebagai kegiatan penunjang penjualan untuk menarik minat, menambah pengetahuan sekaligus sebagai obyek rekreasi dengan melihat proses pembuatan barang seni dan kerajinan agar lebih dipahami dan dikenal sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung atau wisatawan.

3. Sebagai tempat komunikasi antara para seniman, pengrajin dan pengunjung.

Adanya wadah yang terpadu, memungkinkan terjadinya interaksi/sosialisasi yang terjalin melalui komunikasi antara seniman, pengrajin dan pengunjung/wisatawan sehingga memperluas wawasan dan pengetahuan para seniman dan pengrajin maupun pengunjung atau wisatawan itu sendiri.

III.2.3.2. Tujuan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat.

Berdasarkan fungsi tersebut diatas, maka tujuan yang akan dicapai pada Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat ini adalah sebagai :

1. Wadah pemasaran yang terencana dan terkoordinir sebagai sarana penjualan, pameran dan peragaan hasil seni dan kerajinan rakyat.
2. Obyek wisata yang baru dalam mendukung program pengembangan pariwisata.

III.2.4. Strategi Pemasaran.

Menurut William J Stanton (*azas-azas Marketing*), Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan

dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Strategi pemasaran oleh sebuah perusahaan biasanya didasarkan pada tujuan berdirinya perusahaan tersebut. Pada dasarnya, tujuan perusahaan dapat dibedakan menjadi 2 (dua) bagian ⁵:

1. Tujuan Umum.

Perusahaan menetapkan untuk mencari laba sebagai tujuan yang hendak dicapai. Laba yang diinginkan tersebut bukanlah sekedar dari hasil penjualan saja, tapi harus dapat memberikan kepuasan kepada pembeli dengan memperhatikan lingkungannya.

2. Tujuan Khusus.

- Mendapatkan laba dalam jangka pendek.
- Meningkatkan kualitas produk.
- Memperluas pasar.

Didalam Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat, kegiatan pemasaran dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Penjualan/jual beli.

Berupa transaksi setempat yaitu pemilihan jenis hasil seni dan kerajinan rakyat yang disajikan, sesuai dengan permintaan atau pesanan.

2. Personal selling.

Berupa presentasi lisan oleh penjual dalam suatu komunikasi atau percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan.

3. Publisitas.

Pendorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk. Jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial didalam media masa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.

4. Promosi penjualan.

Kegiatan pemasaran (selain periklanan, publisitas dan personal selling) yang mendorong pembelian konsumen dan

⁵ Drs Basu Swastha DH, MBA dan Drs Irawan, MBA, Manajemen Pemasaran Modern, Liberty, Yogyakarta.

efektifitas pengecer. Kegiatan tersebut antara lain : peragaan dan pameran.

III.2.5. Kegiatan Pasar Seni Dan Kerajinan Rakyat.

III.2.5.1. Pelaku Kegiatan.

A. Pengelola.

Pengelola adalah suatu badan organisasi yang mengelola keberadaan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat secara menyeluruh dengan mengatur kegiatan yang bersifat keluar dan kedalam. Sistem pengelolaan ditangani oleh pihak swasta dibawah Departemen perindustrian dan perdagangan dan Dinas Pariwisata. Adapun struktur organisasi pengelola sebagai berikut :

- Direktur
Pimpinan pengelola yang bertanggung jawab atas kelangsungan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat dengan kegiatan mengadakan pengawasan dan mengatur jalannya organisasi dan bertanggung jawab kepada Deperindag dan Dinas Pariwisata.
- Bagian Administrasi Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat
Perangkat pengelola ini dibedakan menjadi :
 - a) Bagian Administrasi yaitu perangkat pengelola yang mengatur hubungan intern Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat.
 - b) Bagian Pemasaran yaitu perangkat pengelola yang menangani kegiatan pemasaran (promosi dan informasi).
 - c) Bagian Umum yaitu perangkat pengelola yang menangani pengadaan barang, bahan, persewaan dan perlengkapan.

B. Seniman dan Pengrajin.

Sebagai pihak yang memproduksi dan memasarkan hasil seni (seni kriya, seni patung, seni ukir dan seni grafis) dan kerajinan (ukiran, anyaman, tenunan dsb).

C. Pengusaha.

Pihak yang bergerak pada bidang pemasaran (penjualan dan promosi) benda-benda hasil karya seni dan kerajinan.

D. Pengunjung.

Sebagai pihak konsumen yang keperluannya berkaitan dengan karya seni dan kerajinan.

III.2.5.2. Macam Kegiatan.**A. Kegiatan Informasi dan Promosi.**

Bertujuan untuk memperkenalkan produk seni dan kerajinan kepada masyarakat umum dan wisatawan khususnya. Memberikan informasi tentang benda karya seni dan kerajinan sehingga menimbulkan minat para konsumen terhadap karya seni dan kerajinan.

1. Kegiatan Informasi.

Untuk memberikan pelayanan informasi kepada para pengunjung baik secara langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan promosi dan penjualan benda-benda hasil karya seni dan kerajinan.

Berdasarkan sifatnya dapat dibedakan menjadi :

a. Informasi langsung.

Melalui tanya jawab secara langsung dengan para petugas atau oleh para seniman dan pengrajin itu sendiri.

b. Informasi tak langsung.

Informasi yang didapat dari melalui media cetak atau brosur-brosur yang ada.

Berdasarkan peruntukannya dapat dibedakan menjadi :

a. Informasi umum.

Informasi yang diberikan kepada semua pengunjung mengenai obyek yang dipamerkan dengan tujuan promosi secara singkat dan jelas.

b. Informasi khusus.

Informasi yang diberikan kepada pihak tertentu dengan tujuan khusus seperti penelitian dan pengembangan hasil karya seni dan kerajinan.

2. Kegiatan Promosi.

Untuk memperkenalkan produk karya seni dan kerajinan yang dituangkan dalam bentuk kegiatan peragaan dan pameran benda karya seni dan kerajinan secara bergantian.

B. Kegiatan Penjualan.

Merupakan bagian yang paling utama untuk mendukung kegiatan yang lain. Kegiatan ini bertujuan memberikan kesempatan kepada para pengunjung untuk melakukan transaksi atau membeli benda seni dan kerajinan. Bentuk kegiatan penjualan dapat dibedakan menjadi :

1. Penjualan Langsung

Kegiatan transaksi jual-beli yang langsung terjadi pemindahan hak milik setelah adanya kesepakatan harga dan barang ini dapat langsung dimiliki oleh pembeli.

2. Penjualan tak langsung

Kegiatan transaksi jual-beli yang dilakukan antar pengusaha dengan tujuan untuk memperluas jaringan pemasaran dan stok barang karya seni dan kerajinan yang dipasarkan.

C. Kegiatan Pengelola.

Mengkoordinasi kegiatan yang berlangsung didalam Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat melalui kegiatan administrasi, personalia, keamanan dan lain sebagainya. Mengadakan hubungan kedalam dan keluar untuk mengembangkan dan meningkatkan kreatifitas dan mutu produk karya seni dan kerajinan.

D. Kegiatan Pelayanan.

Kegiatan yang bertujuan untuk menunjang kelancaran berlangsungnya kegiatan yang ada di Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat.

1. Pelayanan khusus.

Bidang pelayanan administrasi dengan pengorganisasian seluruh kegiatan, diantaranya :

- Kegiatan pengelola.
- Kegiatan administrasi
- Kegiatan koordinasi dan publikasi.

2. Pelayanan umum.

- Kegiatan pelayanan peralatan dan pergudangan.
- Kegiatan pelayanan pemeliharaan bangunan.
- Kegiatan pelayanan utilitas dan mechanical dan electrical.

- Kegiatan pelayanan parkir dan keamanan
- Kegiatan pelayanan publik (restoran, musholla serta lavatory).

D. Kegiatan Pengunjung.

Merupakan kegiatan umum atau publik sebagai massa yang akan menikmati dan melihat kegiatan yang berlangsung didalam Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat serta sebagai konsumen produk karya seni maupun kerajinan.

Bentuk kegiatan para pengunjung diantaranya adalah :

- Transaksi benda seni dan kerajinan.
- Studi banding.
- Rekreasi.

III.2.6. Tinjauan Sirkulasi

Kata sirkulasi berasal dari kata *circulate* yang berarti peredaran. Dalam arsitektur diterjemahkan sebagai tali yang terlihat, yang menghubungkan ruang-ruang suatu bangunan atau suatu deretan ruang dalam atau ruang luar secara bersama. Oleh karena itu, dalam proses tersebut ada waktu yang berpindah, melalui suatu tahapan dan dari ke ruang⁶. Dalam prosesnya sirkulasi terlihat mengandung 2 (dua) aktivitas, yaitu :

1. Faktor aliran atau gerak berpindah (*flow*).
2. Faktor pencapaian (*accessibility*) yaitu kemudahan dan kecepatan perpindahan.

Selain itu pola sirkulasi sangat dipengaruhi oleh orientasi, lingkungan fisik dan faktor manusia. Untuk faktor manusia ini (dalam lingkungan arsitektur) banyak berkaitan dengan proses fungsional dan psikologis. Maka dalam pembahasan sirkulasi akan mengacu pada pengertian sirkulasi sebagai proses fungsional dan beracuan pada masing-masing komponen persepsi dalam arsitektur sebagai proses psikologis. Secara umum proses persepsi dalam sirkulasi (pergerakan) akan berhubungan dengan :

⁶ Francis D.K Ching, *Arsitektur : Bentuk, Ruang dan Susunannya*, Erlangga Jakarta 1991.

1. Bagaimana suatu jalur sirkulasi diterima dan berinteraksi sebagai wadah pergerakan ?.
2. Bagaimana manusia mempercepat, memperlambat, memperpendek dan memperpanjang proses sirkulasi atau pergerakan ?.

Dihubungkan dengan proses perencanaan dan perancangan, pola dan ungkapan sirkulasi/pergerakan, akan dikaji antara lain :

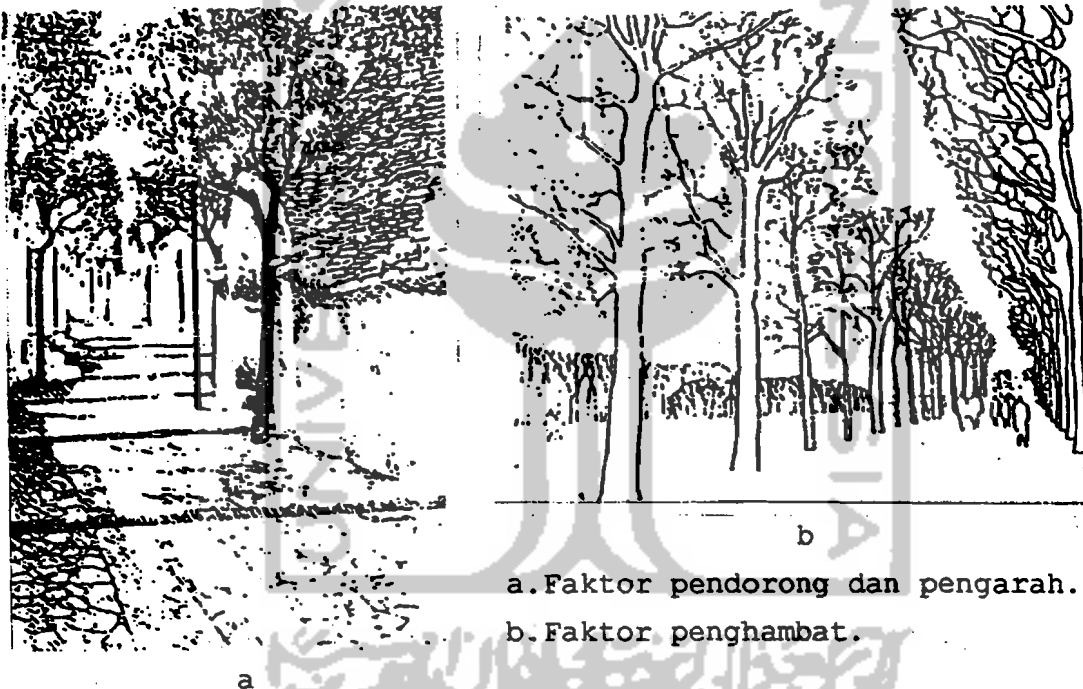
1. Proses Persepsi Dalam Pergerakan.

Dalam proses persepsi ini, seseorang akan dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut⁷ :

- A. **Arti/Makna.** Arti atau makna dari suatu obyek dapat diklasifikasikan menjadi dua bagian menurut arah dari arti atau makna itu diberikan, yaitu :
 - Makna tampilan, yaitu makna yang ada pada suatu obyek seperti yang terekspresikan dari bendanya dan makna yang ada pada suatu obyek karena suatu proses fungsi (aktifitas), logika, aturan, pandangan hidup, konsep dan lain-lain.
 - Makna tanggapan, merupakan makna dari tanggapan si pengamat.
- B. **Bayangan/Image.** Image atau bayangan terjadi disebabkan oleh pengenalan-pengenalan elemen yang menjadi acuan seperti Node, Path, Edge, District dan Landmark.
- C. **Motivasi.** Hasrat, kehendak atau kemauan untuk bertindak, dalam kaitannya dengan tindakan pergerakan, dapat diuraikan faktor-faktor yang menjadi hasrat untuk bergerak sebagai berikut :
 - Faktor pendorong (bergerak mempercepat).
 - Menuju sesuatu yang memikat, nyaman, teduh.
 - Menuju suatu perubahan (tempat terbuka, suasana nyaman, bentuk dinamis).
 - Menuju tempat keramaian orang atau kelompok kegiatan yang menarik.

⁷ Robert G.H. Predicting The Meaning of Architecture, Design for Human Behaviour, 1973.

- Faktor pengarah (kecenderungan diikuti).
 - Simbol, lambang, tanda, petunjuk, warna dan skala.
 - Jalur dinamis dan ramai.
- Faktor yang merangsang beristirahat.
 - Kepenatan yang sangat.
 - Kondisi yang nyaman (ada pemandangan, tempat berteduh dll).
- Faktor penghambat (memperlambat, berhenti).
 - Lelah dalam pergerakan atau pengamatan, rasa monoton,
 - Rintangan fisik, ada suatu bahaya atau ada tuntutan.



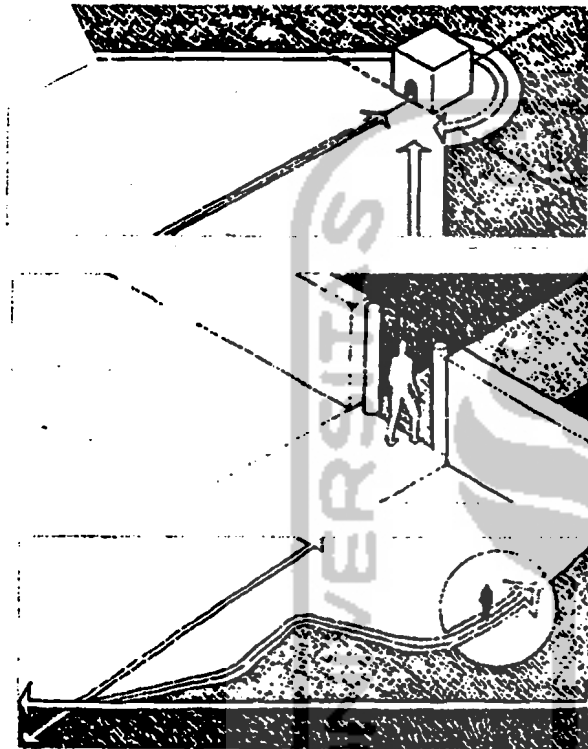
Gambar III.7. Contoh Faktor motivasi sirkulasi.

- D. Tindakan.** Tindakan merupakan hasil keputusan akhir dari rangkaian persepsi. Disini terdapat dua macam bentuk tindakan yang terangkai dalam tuntutan tahapan, yaitu :
- Tindakan pemahaman bidang pandangan, pemahaman ruang sirkulasi dan ruang lingkungan (ada orientasi, yaitu posisi atau kedudukan relatif dan arah).
 - Tindakan bergerak searah, diam (berhenti) atau bergerak berlawanan arah.

2. Faktor Fisik Jalur Pergerakan.

Faktor ini berhubungan dengan kondisi fisik jalur pergerakan (tipografi) dan standar dimensi yang akan membentuk ruang sirkulasi dan mengarahkan pergerakan. Faktor ini dapat diuraikan :

1. Unsur-unsur sirkulasi.



- Pencapaian ke lokasi. Dari luar site bergerak kearah bangunan atau kawasan.

- Batas jalan masuk. Dari luar site atau luar bangunan masuk ke dalam site atau kedalam bangunan dan peralihan antar ruang.

- Pergerakan ke dalam. Bergerak dalam site atau bergerak kedalam ruang.

Gambar III.8. Unsur sirkulasi.

2. Pola pergerakan pedestrian.

3. Pola pergerakan kendaraan.

III.2.6.4. Tata Ruang Luar.

Tata ruang luar adalah ruang yang terjadi dengan membatasi alam. Ruang luar dipisahkan dari alam dengan memberi kerangka/bingkai (*frame*). Elemen-elemen ruang luar pada umumnya sama dengan ruang dalam, yaitu lantai, dinding dan langit-langit.

Dalam merencanakan ruang luar yang perlu diperhatikan adalah :



A. Sistem sirkulasi.

1. Sistem sirkulasi jalan dapat dibedakan menjadi :

- Sistem grid.
- Sistem radial.
- Sistem linear.
- Sistem spiral.
- Sistem network
- Sistem komposit.

2. Menurut pengguna sirkulasi dapat dibedakan menjadi :

- Jalan untuk mobil.
- Jalan untuk motor.
- Jalan setapak.

3. Bagian-bagian sirkulasi :

- Parkir.

Menurut luas area parkir, dibagi menjadi :

- Parkir untuk roda empat/bus.
- Parkir untuk roda empat selain bus.
- Parkir untuk roda dua.

Menurut bentuk cara parkir, dibedakan menjadi :

- Parkir sejajar.
- Parkir menyerong dengan sudut 90 dan 45 derajat.
- Jalan masuk dan keluar.
 - Jalan keluar masuk site.
 - Loket.
 - Jalan keluar masuk bangunan.
- Jalur sirkulasi.

B. Massa

- Orientasi.
- Tata massa.
- Bentuk massa.

C. Tanaman.

Untuk penggunaan tanaman dipengaruhi oleh :

- Fungsi ruang yang akan digunakan.

- Fungsi tanaman yang akan digunakan, misalnya untuk menahan noise, panas matahari, kestabilan tanah dan lain-lain.

D. Street furniture/greenery.

- Taman.
- Lampu.
- Bangku.
- Kolam.
- Pagar, dll.

E. Utilitas dan Drainase.

- Utilitas bangunan.
- Saluran air hujan.
- Tempat sampah.

F. Fasilitas pendukung.

- Musholla.
- KM/WC.
- Satpam.

III.3. Penampilan Bangunan.

A. Bentuk sebagai Dasar Penampilan Bangunan.

Penampilan bangunan pada dasarnya merupakan satu kesatuan yang memiliki ekspresi. Hal ini mengandung pengertian, bahwa penampilan bangunan dapat menggambarkan fungsi atau sifat penggunaan bangunan. Sedangkan pengertian sebagai bentuk dasar dari penampilan bangunan adalah⁸:

- Bentuk harus berasal dari tuntutan pemakaiannya.
- Bentuk bangunan terdiri dari unsur-unsur bangunan.
- Bentuk harus berhubungan dengan kondisi gunanya.
- Bagian menunjukkan bagian karakteristik yang merupakan bagian dari bentuk arsitektur.

⁸ Hendraningsih dkk. Peran, Kesan dan Pesan Bentuk Arsitektur, Djembatan 1985.

B. Ekspresi Arsitektural.

Ekspresi arsitektural dapat diperoleh melalui pengungkapan citra visual. Citra visual bangunan dapat diperoleh melalui pengungkapan :

- Tipe bangunan.
- Style/gaya arsitektur.
- Teknologi bangunan.

Sedangkan untuk mengatur visual (*visual ordering*) dapat diperoleh melalui pembuatan :

- Organisasi ruang.
- Sign dan simbol.
- Pusat perhatian.
- Simetris/asimetris.
- Citra ruang.

C. Ciri-ciri visual dari bentuk.

Bentuk dapat dikenali dari ciri-ciri visualnya. Ciri-ciri visual tersebut antara lain⁹ :

1. **Wujud.** Ciri-ciri pokok yang menunjukkan wujud adalah hasil konfigurasi tertentu dari permukaan-permukaan dan sisi-sisi suatu bentuk.
2. **Dimensi.** Dimensi suatu bentuk, yaitu panjang, lebar dan tinggi. Dimensi-dimensi ini menentukan proposinya.
3. **Warna.** Warna adalah corak, intensitas dan nada pada permukaan suatu bentuk. Warna adalah atribut yang paling mencolok yang membedakan suatu bentuk terhadap lingkungannya. Warna juga mempengaruhi bobot visual suatu bentuk.
4. **Tekstur,** merupakan karakter permukaan suatu bentuk. Tekstur mempengaruhi perasaan kita pada waktu menyentuh maupun kualitas pemantulan cahaya yang menimpa permukaan bentuk tersebut.

⁹ Ibid 7.

5. **Posisi**, adalah letak relatif suatu bentuk terhadap suatu lingkungan atau medan visual.
6. **Orientasi**. Posisi relatif suatu bentuk terhadap bidang dasar, arah angin atau terhadap pandangan seseorang yang melihatnya.
7. **Inersia visual**, adalah derajat konsentrasi dan stabilitas suatu bentuk. Inersia suatu bentuk tergantung pada geometri dan orientasi relatifnya terhadap bidang dasar dan garis pandangan kita.

Pada kenyataannya, semua ciri-ciri visual bentuk tersebut diatas dipengaruhi oleh keadaan bagaimana kita memandangnya :

- Keadaan cahaya.
- Perspektif atau sudut pandang kita.
- Jarak kita terhadap bentuk tersebut.
- Lingkungan visual yang mengelilingi bentuk tersebut.

III.4. Kesimpulan

- Dari studi banding Pasar Seni Prambanan dan Pasar Seni Ancol, dari segi jumlah massa bangunan, tata letak dan orientasi massa bangunan terdapat persamaan, yaitu massa banyak/jamak dengan tata massa cluster dan orientasi massa bangunan pada ruang terbuka/plaza dan jalur sirkulasi. Perbedaannya, Pasar Seni Ancol terkesan lebih dinamis dan rekreatif dengan adanya plaza yang cukup luas sebagai point of view. Penataan taman dan tempat istirahat yang dapat memberikan suasana rekreatif bagi para pengunjung. Di Pasar Seni Ancol lebih mempunyai daya tarik di banding Pasar Seni Prambanan karena keterlibatan langsung para seniman dan pengrajin yang memanfaatkan lahan Pasar Seni Ancol sebagai tempat berkreasi dan pemasaran hasil karya mereka. Dilengkapi fasilitas penunjang lainnya seperti ruang pameran, pengelola, fasilitas hiburan berupa panggung terbuka dan fasilitas lainnya dalam mendukung kegiatan yang ada pada Pasar Seni Ancol ini. Sedangkan dari segi lokasi, kedua Pasar Seni ini berda dekat dengan

Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat di Kotamadya Mataram

suatu suatu obyek wisata sehingga Dalam perencanaan perancangan Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat, lokasinya di prioritaskan berada atau dekat suatu obyek wisata atau mempunyai potensi untuk dikembangkan menjadi obyek wisata.

- Berdasarkan pengertian yang ada, Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat ini merupakan wadah/tempat berkumpulnya masyarakat dari semua golongan yang bermaksud untuk mencari maupun membeli barang seni dan kerajinan dengan penekanan keterlibatan langsung para seniman dan pengrajin sebagai pelaku utama dalam kegiatan pasar seni dan sebagai daya tarik serta ditunjang oleh penataan dan orientasi bangunan yang dapat mewadahi berbagai kegiatan yang berlangsung dalam pasar seni ini.
- Penampilan bangunan merupakan satu kesatuan yang memiliki ekspresi untuk dapat menggambarkan fungsi bangunan dan sifat pengguna bangunan tersebut melalui pengungkapan citra visual bangunan, yaitu :
 - Tipe bangunan.
 - Style/gaya arsitektur.
 - Teknologi bangunan.

Berdasarkan pengungkapan visual, maka penampilan bangunan pada Pasar Seni dan Kerajinan Rakyat mentransformasi tipe bangunan tradisional sebagai pengungkapan gaya arsitektur lokal.