

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Arsitektur pada umumnya dipikirkan (dirancang) dan diwujudkan (dibangun) sebagai tanggapan terhadap sekumpulan kondisi yang ada. Kondisi kadang-kadang hanya bersifat fungsional semata-mata, atau mungkin juga refleksi dari berbagai derajat sosial, ekonomi, politik, bahkan kelakuan atau tujuan-tujuan simbolis¹. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa ilmu arsitektur menghasilkan dua macam transformasi perwujudan, yaitu suatu produk dan pelayanan jasa.

Produk arsitektur merupakan pemenuhan yang sudah "familiar" atau dikenali karakteristiknya karena bersinggungan langsung dengan kebutuhan kehidupan manusia sehari-hari, dapat berupa *furniture, landscaping*, bahan bangunan dan sebagainya, sedangkan jasa pelayanan arsitektur merupakan bagian lain dari perwujudan ilmu arsitektur, yang cenderung *exclusive* dan kurang memasyarakat, sebagai contohnya adalah konsultan jasa arsitektur. Hal tersebut terjadi karena adanya semacam garis pemisah, misalnya sistem kerja ataupun hal-hal yang bersifat kondisional (dipengaruhi oleh keadaan) selama ini. Secara lebih kongkrit dapat kita lihat pada kondisi umum yang terjadi pada konsultan-konsultan jasa arsitektur yang baru tumbuh di Kotamadya Yogyakarta, yang beroperasi dengan menyewa atau mendirikan bangunan kantornya di daerah pemukiman yang bukan peruntukannya. Sehingga apa yang dikatakan oleh Kevin Lynch dalam "*The five performance dimensions*" yang mencakup beberapa konsep dasar antara lain mengenai *vitalitas, rasa, kecocokan, pencapaian, dan kontrol*, tidak dapat dipenuhi oleh aksesibilitas kantor tersebut, hal ini tentulah amat dilematis apabila kita mengacu kepada esensi ilmu arsitektur itu sendiri.

Masuknya pasar bebas AFTA di negara kita akan memberikan kesempatan kepada para konsultan arsitektur asing untuk ikut berperan serta

¹ Francis D.K. Ching, *Arsitektur : Bentuk.Ruang dan Susunannya*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1991.hal 10.

didalam memperkenalkan produk dan jasa mereka. Peranan konsultan asing tersebut dapat merupakan kesempatan bagi konsultan arsitektur kita untuk menerima alih teknologi yang mereka miliki. Jelas, bagi konsultan arsitektur yang sudah profesional dan keberadaannya sudah diakui, tetapi bagi konsultan arsitektur yang baru dan belum mempersiapkan diri untuk menerima masuknya konsultan asing tersebut, merupakan ancaman bagi perkembangan mereka.

Berdirinya berbagai bentuk arbitrase seperti IAI dan PSAI merupakan wadah untuk meningkatkan kemampuan mereka didalam mengembangkan produk dan jasa. Selain itu peranan arbitrase tersebut dapat berupa suatu wadah kerja sama didalam alih teknologi dan sebagai upaya bentuk proteksi dengan memberikan suatu konsensus atau keputusan yang berupa kebijaksanaan.

Dengan adanya perkembangan tersebut, maka perlu adanya upaya untuk pmeningkatkan profesionalisme kerja mereka dengan cara memperkenalkan produk dan meningkatkan pelayanan jasa arsitektur. Produk disini merupakan hasil dari penggunaan metode industri untuk menghasilkan komponen bangunan² yang antara lain, *furniture, lanscaping*, bahan bangunan, pintu jendela, eternit, detail arsitektur dan lain-lain. Sedangkan yang dimaksud dengan jasa arsitektur adalah *rancangan skematis, pengembangan rancangan, penyiapan dokumen konstruksi, penawaran atau perundingan, dan tata-laksana kontrak kontruksi* ditambah jasa lain seperti *prarancangan, pascarancangan, dan pelengkap*³.

Sebelum produk tersebut dipasarkan kepada pemakai atau konsumen, terlebih dahulu para pengusaha melakukan suatu proses komunikasi atau proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan dan informasi kepada orang lain (*dalam hal ini masyarakat sebagai konsumen*). Sebagai alat komunikasi, proses tersebut memerlukan suatu sarana atau wadah presentasi (*jasa pelayanan arsitektur*), agar produk tersebut dapat dikenali oleh masyarakat.⁴ Upaya tersebut dapat berupa memperkenalkan produk dalam bentuk pameran dan jasa pelayanan arsitektur dalam wujud konsultan arsitektur.

² James C.S, Anthony J.C, Pengantar Arsitektur, Penerbit Erlangga, Th 1989, hal 394.

³ James C.S, Anthony J.C, Pengantar Arsitektur, Penerbit Erlangga, Th 1989, hal 233

⁴ Laporan Perencanaan dan Perancangan Widya Deddy.D.C, Gedung Pameran Perdagangan di Yogyakarta, 1996, hal 1.

Pameran atau ekshibisi yang mempunyai definisi “ *To exhibition means to choose, to display, to present a sample or an example. The imparting of information is the aim of every exhibition, and such an information may be a didactic, commercial or representational nature* “⁵ dapat di uraikan sebagai memamerkan berarti untuk memilih, mendisplay, mengetengahkan sebuah contoh atau sebuah contoh, informasi yang tak terpisahkan adalah tujuan setiap pameran dan seperti halnya penginformasian dengan berupa suatu didactic, komersial atau pengetengahan yang alamiah.

Berbagai bentuk kegiatan pameran Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Kanwil Perdagangan telah merintis kegiatan promosi perdagangan secara tetap antara lain⁶ :

1. Pameran Produk Ekspor Daerah (PPED) yang dilaksanakan setiap tahunnya. Kegiatan tersebut sejak tahun 1991 di Hotel Ambarukmo Yogyakarta.
2. Lingkungan Industri Kecil (LIK) yang berlokasi di Jl Adisucipto, tetapi kegiatan ini kurang berhasil sebab hanya 25 % saja yang berproduksi.
3. Pusat Pelayanan Promosi (PPP) bertempat di Hotel Ambarukmo Yogyakarta.
4. Pameran dagang tetap di halaman kantor Kanwil Perdagangan DIY.

Selain itu bentuk pameran umum lokal yang sering diselenggarakan di Yogyakarta antara lain⁷ :

- a. Pameran perayaan sekaten
- b. Pameran / pekan arsitektur, dan pendidikan oleh perguruan tinggi
- c. Pameran pembangunan propinsi DIY
- d. Pameran produk-produk elektronik, dan furniture
- e. Pameran di masing-masing Dati II dalam rangka Kesaktian Pancasila
- f. Pameran proferti / perumahan
- g. Pameran gelar potensi 3 propinsi DIY, Jateng, dan Jatim.

⁵ Frank, klaus, Exhibition, A Survey of International Design, Frederick A. Praeger Publisher. New York, th.1961.hal.13.

⁶ Kantor KADINDA daerah Istimewa Yogyakarta.

⁷ Laporan Perencanaan dan perancangan Bani Noor Muhammad, Gedung Pameran dan Kerajinan di Yogyakarta, 1995.

Dari penyelenggaraan pameran tersebut Propinsi DIY mengalami peningkatan berdasarkan harga yang berlaku yaitu dari Rp. 1.900.530.466,- pada tahun 1993 menjadi Rp. 2.192.337.000,- pada tahun 1994, terjadi peningkatan 13,10 %.⁸ Selain itu keberadaan jasa pelayanan arsitektur atau konsultan arsitektur yang ada di Yogyakarta berdasarkan Ikatan Nasional Konsultan Indonesia (INKINDO) tahun 1995 berjumlah 80 buah dengan spesifikasi klas : A (21), B (18), dan C (41)⁹.

Dari data tersebut dapatlah kita lihat bahwa keberadaan suatu kegiatan memperkenalkan produk dan pelayanan jasa arsitektur berada secara terpisah, sehingga informasi dan komunikasi yang akan didapatkan oleh para konsumen atau pemakai tidak dapat terpenuhi dengan baik.

Maka dari penjelasan tersebut dapat dilakukan suatu upaya untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan jasa arsitektur *secara bersama*, kedalam suatu wadah terpadu dengan pengadaan pameran atau ekshibisi dan pelayanan jasa arsitektur (*konsultan arsitektur*) melalui peningkatan sistem kerja yang informatif dan komunikatif.

Untuk dapat memberikan respon kepada masyarakat, sehingga perlu daya tarik yang dapat mengundang, untuk datang berkunjung atau memanfaatkan fasilitas tersebut, dengan mengetengahkan suatu kesan visual yang atraktif atau menarik.

Dengan adanya wadah yang informatif dan komunikatif tersebut maka akan terwujud suatu kegiatan yang dapat memberikan layanan profesional yang dapat membuka cakrawala baru dunia arsitektur. Disamping itu mampu memberikan informasi dan komunikasi kepada pengunjung didalam melakukan aktivitasnya mendapatkan produk dan layanan jasa arsitektur pada satu tempat atau secara *one stop shopping*.

Selain itu dengan adanya fasilitas tersebut memberikan manfaat lain misalnya dapat mengadakan seminar baik skala nasional maupun regional, pertemuan, loka karya, dan pameran arsitektur.

⁸ Kantor BPS Propinsi DIY , Yogyakarta Dalam angka 1994, hal 61.

⁹ Buku Panduan Yogyakarta, INKINDO, tahun 1995, hal 247-249.

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1. Permasalahan Umum

Bagaimana menyediakan suatu wadah yang dapat memberikan pelayanan jasa arsitektur terhadap masyarakat dengan memberikan informasi dan komunikasi yang berhubungan dengan produk dan jasa arsitektur dalam bentuk visual dan tiga dimensi.

1.2.2. Permasalahan Khusus

1. Bagaimana menghasilkan suatu wadah yang informatif dan komunikatif ke dalam pola tata ruangnya ?
2. Bagaimana menampilkan bentuk visual yang dapat memberikan kesan atraktif sehingga dapat menarik perhatian pengunjung ?
3. Bagaimana menentukan lokasi dan *site* yang sesuai dengan peruntukannya terhadap aksesibilitas dari bangunan kantor ?

1.3. Tujuan dan Sasaran

1.3.1. Tujuan

Menghasilkan suatu wadah fisik yang dapat menyelesaikan segala macam permasalahan yang ada sehingga wadah fisik tersebut mampu memenuhi keinginan yang hendak dicapai.

1.3.2. Sasaran

Dari penyediaan fasilitas tersebut diharapkan mampu menampilkan bentuk visual bangunan secara atraktif dan merumuskan pola tata ruang yang komunikatif dan informatif.

1.4. Lingkup Pembahasan

Pembahasan secara fisik / visual dalam lingkup Yogya Design Center, mencakup aktifitas yang diwadahi, morfologi ruang, wujud penampilan

bangunan, penataan tata ruang, serta penerapan teori-teori perancangan, sebagai konteks rancangan bangunan.

1.5. Metodologi

- Observasi langsung

Adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer (lapangan) melalui survey ke site dan melakukan pengamatan terhadap penampilan preseden bangunan yang ada di Yogyakarta.

- Observasi tidak langsung

Adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data-data sekunder melalui buku-buku, foto-foto, majalah dan sebagainya.

- Analisis

Adalah menguraikan dan mengkaji data serta informasi lain untuk disusun sebagai data yang relevan bagi perancangan Yogyakarta Design Center, penguraian sesuai dengan permasalahan yang ada. Pada tahap ini, integrasi data lapangan dengan literatur yang telah diolah, menjadi konsep perencanaan dan perancangan.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan membahas mengenai latar belakang permasalahan, tujuan dan sasaran, lingkup pembahasan, metode sistematika serta kerangka pemikiran

BAB II : Tinjauan teori, berisikan tinjauan umum Yogyakarta Design Center, pengertian dan terminologi, peranan, fungsi dan unsur-unsur pendukungnya.

BAB III : Analisa, berisi tentang analisa Yogyakarta Design Center, kondisi fisik dan situasi, kebutuhan ruang, penataan ruang, serta penampilan bangunan.

BAB IV : Konsep dasar perencanaan dan perancangan, membahas tentang konsep kebutuhan ruang, konsep penataan ruang, serta konsep penampilan bangunan.

7. Keaslian Penulisan

Judul ini belum pernah diketengahkan sebelumnya sehingga didalam penulisan ini hanya menampilkan judul yang dapat berhubungan secara tidak langsung.

1. **Rahmansyah / 89 340 051, GEDUNG PAMERAN FURNITURE DI SEMARANG**, Landasan Konseptual Perancangan, Th 1995.
2. **Windya Deddy Daru Cahya / 90 340 032, GEDUNG PAMERAN PERDAGANGAN DI YOGYAKARTA**, Landasan Konseptual Perencanaan dan Perancangan, Th 1996.



1.8. Krangka Pola Pikir

