

## Bab : III

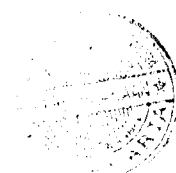
# PUSAT INFORMASI DAN PROMOSI BISNIS di YOGYAKARTA

### 3.1. PEWADAHAN SISTEM-SISTEM PUSAT INFORMASI DAN PROMOSI BISNIS

#### 3.1.1. Sistem Kegiatan

Untuk mengetahui sistem kegiatan Pusat Informasi dan Promosi Bisnis di Yogya, maka kita berpedoman dengan kegiatan yang sudah ada. Kegiatan tersebut lebih dikenal dengan nama WTC ( World Trade Center ), artinya pusat perdagangan dunia, yang mempunyai kegiatan Informasi dan Promosi maupun transaksi bisnis, dalam skala Internasional. Kegiatan WTC hampir ada di seluruh negara, kegiatan tersebut berpusat di New York. WTC diseluruh negara ada lembaga yang khusus mengelola kegiatan tersebut, yang dikenal dengan nama WTCA ( World Trade Center Assosiation ). Untuk menjadi anggota tersebut, WTCA mempunyai persyaratan sebagai berikut :

1. Memiliki fasilitas kantor WTC sebagai ruang yang disewakan, seluas :
  - 9.290 m<sup>2</sup> area metropolitan jumlah penduduk lebih dari 1 juta jiwa.
  - 3.716 m<sup>2</sup> area metropolitan jumlah penduduk kurang 1 juta jiwa.
2. Minimal 50% dari keseluruhan bangunan WTC disewakan perusahaan-perusahaan yang terkait perdagangan Internasional.
3. Pameran perdagangan dan kegiatan konggres dilaksanakan oleh masing-masing WTC harus tercantum dalam kegiatan Internasional.
4. Staff pelaksana jasa pelayanan perdagangan minimal :
  - 6 orang staff pekerja, untuk penduduk lebih satu juta jiwa.
  - 4 orang staff pekerja, untuk penduduk kurang dari satu juta jiwa.



5. WTC skala Internasional memiliki aktifitas :

- Industri fabrikasi yang terkait dengan dengan ekspor dan impor.
- Transportasi ( darat, laut dan udara ).
- Pariwisata Internasional.
- Perdagangan ekspor impor.
- Jasa hukum, konsultasi dan akutansi.
- Perbankan dan jasa asuransi yang memiliki hubungan Internasional.

6. Setiap fasilitas dan organisasi harus memakai nama WTC yang diikuti dengan nama kota atau area metropolitan yang bersangkutan.

7. Fasilitas WTC bersuasana Internasional.

- Area pameran perdagangan yang mengikut sertakan partisipan dari luar negeri.
- Suatu pusat pertemuan atau konvensi yang dapat menampung sejumlah besar peserta, baik dalam maupun luar negeri.

Untuk itu sesuai dengan WTCA ( yang mengelola WTC ), merupakan bangunan tunggal meliputi bangunan perkantoran, pameran, konvensi, serta fasilitas pelayanan yang terkait dengan perdagangan luar negeri, serta fasilitas akomodasi sebagai pendukung. Sehingga WTCA mempunyai standar untuk jenis fasilitas dan jasa pelayanan yang harus dicakup masing-masing WTC, yaitu :

- Informasi : untuk memperoleh data yang up to-date, untuk petunjuk-petunjuk perdagangan dunia, peraturan pemerintah dan bisnis lainnya.
- Fasilitas pameran : pameran tetap maupun temporer, para anggota WTCA yang sedang berkunjung, dapat turut memamerkan dan transaksi.
- Fasilitas pendidikan : berupa kursus-kursus dan seminar Internasional.
- Club : Fasilitas-fasilitas santai bagi para WTCA, serta para tamu-tamunya.

Sedangkan pada Pusat Informasi dan Promosi Bisnis di Yogyakarta, sebagai sarana untuk informasi dan promosi bisnis dalam meningkatkan "Daya Saing" ke bisnis global. Khususnya perdagangan Daerah Istimewa Yogyakarta, yang tiap tahunnya naik dengan

kebutuhan ekspornya, ( diterangkan pada 1.1.2. Potensi Perekonomian Yogyakarta). Sehingga dibutuhkan suatu wadah kegiatan bisnis tersebut, sesuai dengan standar yang diinginkan. Yaitu yang mempunyai sistem kegiatan yang mempunyai skala pelayanan Internasional, sebagai berikut :

1. Sistem kegiatan utama : *Information dan promotion network* yaitu, penyediaan informasi dan promosi hubungan Internasional, dengan internet. *Bussines center* mengenai jasa kesekretariatan, ketik, edit, terjemah, program komputer, warpostel, jasa kurir, penyewaan alat. Adanya kegiatan *Konferensi* yaitu kegiatan diskusi bisnismen. Sedangkan *Trade education* adalah mengenai pendidikan tentang bisnis. *Trade library* adalah perpustakaan bisnis. Dan kegiatan *Area Promosi dan Pameran*.
2. Sistem kegiatan penunjang : yaitu yang berhubungan dengan hukum, asuransi, telekomunikasi, transportasi, pelayanan kebutuhan kantor dagang, perbankan.
3. Selain itu juga ada kegiatan yang bersifat santai, yang disebut dengan PIPB club. Yaitu fasilitas bagi anggota WTCA bersama tamu-tamunya. Seperti fasilitas: restoran, cafetaria, bar, perjamuan besar ( PIPB Lounge ). Juga ada fasilitas olah raga, seperti : fitness, tennis .
4. Sistem kegiatan pelayanan umum, seperti : poliklinik, musholla, keamanan, lavatory.

### 3.1.2. Sistem Kualitas Informasi dan Promosi Bisnis

Sistem kualitas informasi dan promosi bisnis dibagi menjadi : kualitas teknologi, kualitas arsitektural, dan kualitas komersial.

#### Sistem kualitas teknologi

Yaitu menggunakan sistem peralatan modern, seperti pada bangunan perkantoran yang berskala global di Jepang. Bangunan tersebut menggunakan fasilitas *Intelligent Building*, merupakan bangunan pintar ( bangunan yang otomatis ). Kelebihan terhadap bangunan yang serba otomatis adalah:

- menjadikan jarak lebih pendek, efisien dan efektif. Dan dalam operasi juga flexibel dan menguntungkan, hanya berupa jaringan kawat dan pipa-pipa di bawah lantai.
- Terdapat jaringan yang luas. Yang mana mencakup tiga elemen, kombinasi organik, informasi dan jaringan komunikasi yang digital elektronik, yang mengubah manajemen komputer bangunan yang dilengkapi dengan *Lokal Area Network*, dan ruang komputer.
- Setiap kantor dilengkapi dengan sistem AC yang bekerja 24 jam, yang secara otomatis dapat mengukur suhu sesuai dengan jumlah orangnya. Dan dalam memasuki ruang kantornya menggunakan *key control system*. Dan juga melayani komunikasi dengan kantor luar negeri atau cabang kantor lain, dengan *remote office*.
- Adanya fasilitas yang terpenting, berupa antenna parabolik sebagai penerimaan gelombang radio, *second telephone*, dan telepon umum. Pada atap paling atas dipertimbangkan adanya *heliport*.
- Bangunan dilengkapi dengan sistem utilitas energi dari matahari. Dan ground dibawah air dipertimbangkan tempat menyimpan energi, sebagai penyimpanan sumber tenaga untuk putaran dalam penyuplaian air .

Pada Pusat Informasi dan Promosi Bisnis di Yogyakarta, menggunakan sistem teknologi canggih. Sebagai akomodasi dalam bisnis global, seperti bangunan perkantoran diluar negeri, yaitu dengan bangunan yang serba otomatis. Dalam menggunakan sistem ini, mempunyai keuntungan yang sangat besar, adalah sebagai berikut :

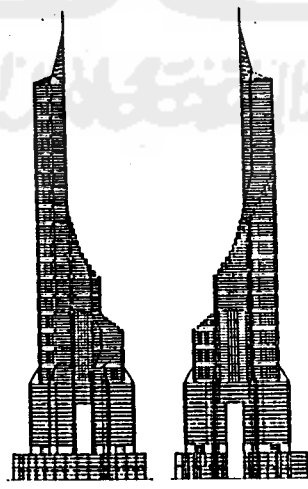
- Keuntungan :
- Effisiensi dan efektifitas terhadap kegiatan.
  - Penempatan yang praktis, hanya berupa kabel dan pipa saja.
  - Dalam menggunakan fasilitas ini, PIPB terkesan prestise.

Pada Pusat Informasi dan Promosi Bisnis, mempunyai sistem kualitas teknologi sebagai berikut, yaitu pada bangunan kantornya :

- Dilengkapi dengan intranet, komunikasi antar bangunan ( Lokal Area Network ).
- Dengan sytem Internet, yaitu komputer yang mampu memberikan data yang up to date dalam informasi dan promosi bisnis. Bisnisman dalam mendapatkan informasi dari PIPB pada lain negara, tanpa harus pergi kesana.
- Dilengkapi dengan jaringan khusus mengenai informasi dan promosi bisnis, dan dilengkapi sebuah peralatan pengakses data pada kantor cabang di wilayah lain.
- Adanya sistem elektronik mail, telepon dan faximile.
- Sistem AC yang otomatis 24 jam, yang otomatis tergantung dengan jumlah orang yang memakai. Dan dapat hidup dan mati AC secara otomatis.
- Pada kantor dagang masuk dengan *key kontrol system*. Yaitu menggunakan card yang dimasukkan pada komputer, dan otomatis akan bekerja. Sehingga keamanan sangat terjaga.

#### Sistem Kualitas Komersial

Seperti pada bangunan perkantoran di New York, mempunyai kualitas komersial. Yaitu ditinjau dari : Bentuk bangunan besar dan kokoh, bahan bangunan dari batu granit dan kaca, yang komunikatif sesuai dengan kegiatannya. Selain itu terletak ditengah kota, pada lahan komersial dan merupakan pusat aktivitas kota New York.



Gambar 5 : Perkantoran di New York  
Karya : Helmuth Jahn

Sedangkan WTC di Singapore yang dikembangkan oleh Port of Singapore Authority dengan 12 lantai. Kegiatan didalamnya berupa kegiatan komersial, rekreasi dan sebagai terminal angkutan laut. Kegiatan tersebut kompleks, melayani perdagangan dunia, showroom, ruang konferensi, hall pameran, kantor-kantor yang disewakan, dan pelayanan kesekretariatan yang multi bahasa. Bangunan tersebut terletak ditengah kota. Yaitu pada area komersial.

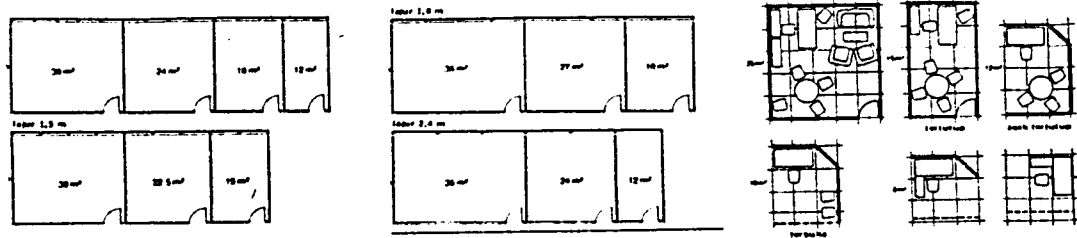
Sedangkan pada Pusat Informasi dan Promosi Bisnis di Yogyakarta, merupakan bangunan yang bercitra komersial ( seperti pada Bab 2.2.1). Lokasi bangunan sesuai dengan kegiatannya, yaitu pada area lahan komersial. Dengan pertimbangan kemudahan pencapaian ( Aksesibilitas lokasi ), kemudahan dalam pencapaian bangunan, ditunjang prasarana jalan yang baik, dekat dengan jalur transportasi. Interelasi kegiatan, yaitu lokasi dekat dengan pelayanan umum, seperti dekat dengan perkantoran, perdagangan, pemerintahan, dll. Kesan prestise dan komersial sebagai bisnisan dalam menggunakan kantor dagang ini. Dikarenakan kenyamanan dalam beraktifitas, segi keamanan produk. Selain itu adanya promosi dan informasi yang global, dan ditunjang adanya kegiatan fasilitas PIPB club. Sehingga kualitas komersial pada bangunan PIPB dapat kita lihat pada citra, lokasi, dan kegiatan didalamnya.

#### Sistem Kualitas Standar Arsitektur

Dalam kualitas standar arsitektur, maka ruangan kantor sewa mempunyai luasan sesuai dengan kriteria produk bisnis tersebut. Untuk produk bisnis yang memerlukan dan yang tidak memerlukan show room. Untuk yang tidak memerlukan showroom hanya berupa ruangan kantor relatif kecil, dibanding dengan ruangan kantor yang membutuhkan showroom. Menurut standar arsitektur luasan ruang kantor 8m<sup>2</sup> sampai dengan 36m<sup>2</sup>.

( *Neuverl Data* ). Sedangkan luasan kantor WTC di Surabaya minimal luasannya 12m<sup>2</sup>.

Dibawah ini gambar luasan kantor pada standar arsitektur.



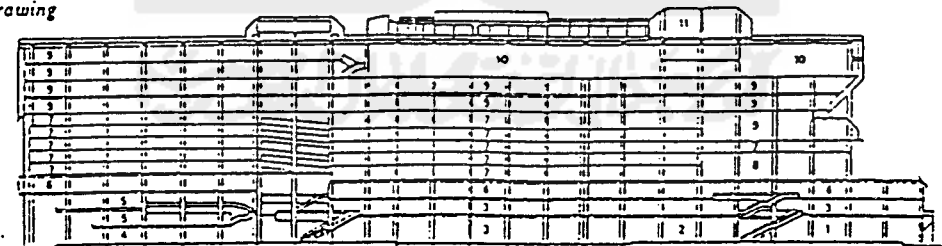
**Gambar 6: Standar Luasan Kantor**  
 Sumber : Standar Arsitektur, Neuvert Data

Pada Pusat Informasi dan Promosi Bisnis di Yogyakarta, luasan kantor yang digunakan minimal 8m<sup>2</sup> dan maksimal 36 m<sup>2</sup>. Dimungkinkan kebutuhan kantor luasan sedang, untuk bisnis di Yogyakarta relatif banyak dibutuhkan. Hal ini melihat potensi bisnis di Yogyakarta berupa kerajinan-kerajinan seni Yogya. Akan tetapi kegiatan kantor sewa ini menggelombang, sehingga dibutuhkan berbagai macam ukuran, dari ukuran terkecil sampai terbesar sesuai dengan kriteria produk bisnisnya.

**3.1.3. Sistem Peruangan Informasi dan Promosi Bisnis**

Dengan melihat berbagai macam kegiatan komersial dan rekreasi yang ada pada WTC di Singapore, seperti gambar dibawah ini :

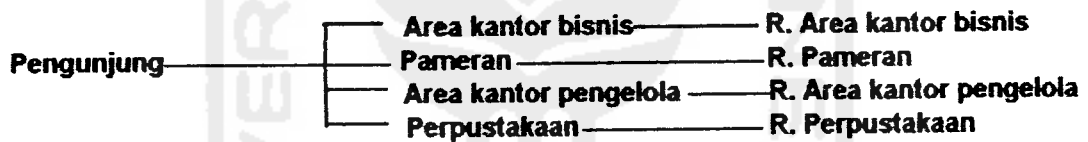
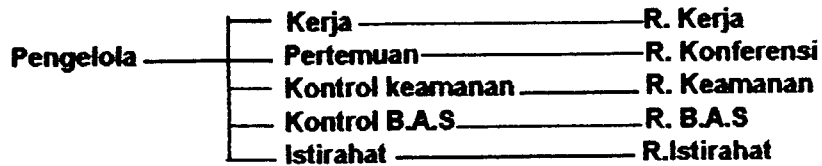
Section drawing



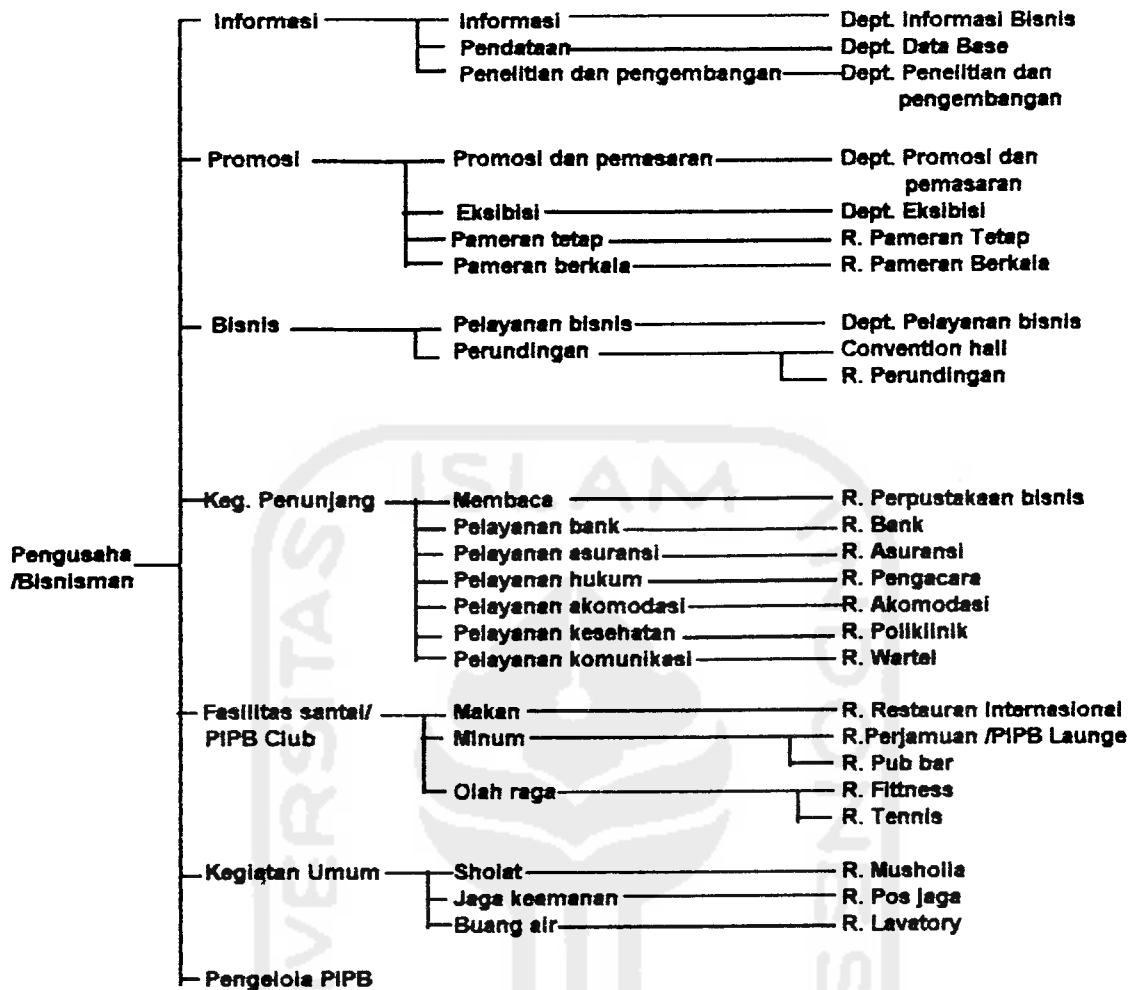
- |             |                   |                       |                            |
|-------------|-------------------|-----------------------|----------------------------|
| Key         | 3 Shops           | 6 Exhibition area     | 9 Offices                  |
| 1 Concourse | 4 Bank            | 7 Car parking         | 10 Convention centre       |
| 2 Terminal  | 5 Exhibition hall | 8 Cabaret/discotheque | 11 World Trade Centre club |

**Gambar 7 : WTC Singapore**  
 Sumber : Fred Lawson, Conference, convention, & exhibition facilities

Dari berbagai macam kegiatan yang berada pada WTC Singapore dan pelaku kegiatan pada BAB II, sehingga terbentuk suatu analisa sistem peruangan, sebagai berikut :







Skema : 9  
Pola Kegiatan Bisnisman

## 3.2. YOGYAKARTA SEBAGAI PUSAT INFORMASI DAN PROMOSI BISNIS

### 3.2.1. Potensi Yogyakarta sebagai Bisnis

Yogyakarta selain sebagai kota pariwisata, kota pendidikan, dan kota budaya, juga sebagai kota bisnis. Hal ini dapat dilihat pada pada Bab I, tentang kenaikan realisasi ekspor jenis mata dagangan Prop. Daerah Istimewa Yogyakarta th 1990-1994. Untuk lebih detailnya pada Bab 1.1.2. Mengenai Potensi Perekonomian Yogyakarta.

Dengan potensi tersebut, Yogyakarta dengan bisnisnya perlu dikembangkan. Sehingga sangat mendukung apabila ada suatu wadah tentang informasi dan promosi bisnis,

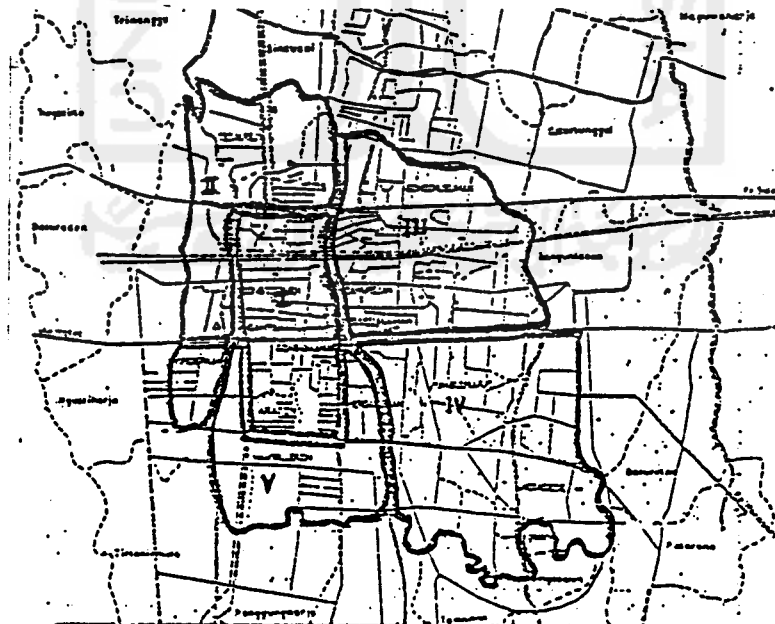
agar pengusaha lokal dapat melebarkan sayapnya ke bisnis global. Khususnya untuk mengangkat bisnisan Yogyakarta yang masih konservatif dalam bisnisnya, sehingga perlu diperjuangkan mengenai khas daerahnya ke bisnis global.

Dengan adanya pasar bebas abad 21, maka kebutuhan wadah kantor informasi dan promosi semakin dibutuhkan. Mengingat bisnisan luar negeri yang akan mempromosikan produknya ke Indonesia khususnya kota Yogyakarta, akan semakin dibutuhkan wadah tersebut. Untuk itu Yogyakarta yang mempunyai potensi bisnis, diharapkan dapat bersaing produknya ke bisnis global.

### 3.2.2. Yogyakarta Sebagai Lokasi Komersial

Yogyakarta menurut tinjauan yang akan datang, penduduknya semakin padat, hal ini mengingat kota Yogyakarta pendatang semakin banyak, selain itu melihat potensi bisnis yang semakin meningkat, dan telah berlakunya perdagangan bebas yang tanpa batas, sehingga persaingan dalam bisnis semakin meningkat. Untuk itu kedudukan lokasi kota Yogyakarta semakin komersial pada era mendatang. Didukung potensi-potensi kota Yogyakarta, yaitu sebagai kota pariwisata, pendidikan, pemerintahan, dan budaya.

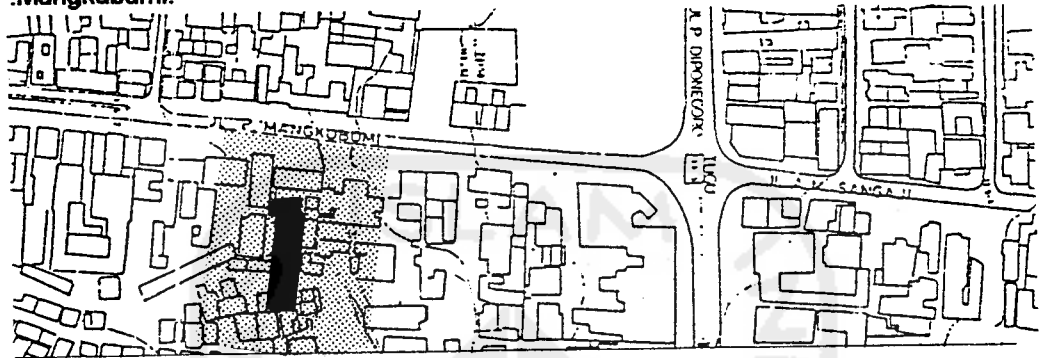
Sehingga sangat dibutuhkan wadah Pusat Informasi dan Promosi Bisnis yang berlokasi daerah yang strategis dan komersial, mudah dalam pencapaian, tersedianya fasilitas infrastruktur, interelasi kegiatan, dan sesuai dengan penggunaan tata guna lahan. Seperti dibawah ini, peta Kotamadya Yogyakarta, yang dibagi menjadi lima BWK :



**Gambar 8 : Peta Kotamadya Yogyakarta  
Sebagai Lokasi Komersial**

### 3.2.3. Lokasi dan Site

Kotamadya Yogyakarta sebagai lokasi Pusat Informasi dan Promosi Bisnis, untuk itu diperlukan pertimbangan dalam memilih site. Bangunan tersebut merupakan bangunan komersial, sehingga harus terletak pada lahan komersial. Untuk lokasi site, alternatif I didekat dengan daerah pariwisata, perdagangan, perkantoran, dan budaya. Yaitu tepatnya pada JL. P.Mangkubumi.



Gambar 9 : Peta Lokasi dan Site Lokasi alternatif I

**Alternatif I** : Terletak ditepi Timur JL. P. Mangkubumi.

Menurut RUTRK : diperuntukan perdagangan, perkantoran, dan perhotelan. Ketinggian bangunan maksimum 3 lantai. Kepadatan bangunan masih dimungkinkan untuk pembangunan kantor. BC 30% - 80 %.

Tinjauan Komersial : Dekat dengan stasiun kereta api, perdagangan Malioboro, perhotelan Garuda Natour, perbankan Jakarta, kantor PLN, dan bangunan komersial lain.

Accessibility : Jl.P. Mangkubumi adalah jalan searah, jadi acces jalan menuju ke site dapat dari arah tugu.

Sedangkan lokasi pada alternatif II, adalah sebagai berikut:



Gambar 10 : Peta Lokasi dan Site Lokasi Alternatif II

**Alternatif II** : Terletak di tepi JL. Sudirman.

Menurut RUTRK : Bangunan diperuntukan perdagangan, perkantoran, dan perhotelan .

Ketinggian maksimum 32m ( 8 lantai ). BC 30% - 80%.

Tinjauan Komersial : dekat dengan bank BANI, pertokoan Sarelee, apotik, bank Universal, dan lain-lain.

Accessibility : Dari arah Solo dan Bandara Adi Sucipto ke Jalan Sudirman, akan mudah dalam pencapaian site atau dari Jalan C. Simanjuntak.

Site alternatif yang akan dipilih adalah yang berada di Jl. Jendral Sudirman. Pencapaian mudah, dan persyaratan mengenai pendirian bangunan PIPB, sesuai dengan kebutuhan bangunan tersebut, misalnya tentang ketinggian lantai maksimal 8 lantai. Sedangkan lokasi pada Alternatif I ketinggian bangunan hanya maksimal 3 lantai.

Sehingga site yang terpilih pada alternatif II, yaitu lokasi di Jl. Jendral Soedirman. Yang sesuai dengan ketentuan RUTRK, sebagai lahan yang komersial. Kemudahan dalam aksesnya, yang merupakan jalan dua arah. Selain itu sesuai dengan standar pendirian bangunan ini, yaitu ditengah pusat kota Yogyakarta.

### 3.3. CITRA KOMERSIAL PADA ARSITEKTUR

#### 3.3.1. Tuntutan Kondisi Fisik Bangunan

##### *Kondisi fisik internal*

Kondisi fisik internal yaitu pada bangunan PIPB ini dibangun untuk memenuhi secara keseluruhan kebutuhan maupun tuntutan yang berlaku umum. Yang dimaksudkan untuk dapat menarik sebanyak mungkin pemakai dari segala penjuru kota. Kondisi fisik internal sebagai berikut :

1. Dengan melihat bangunan tersebut digunakan berbagai macam karakter pengusaha, sehingga sangat dituntut fleksibilitas ruang yang tinggi. Fleksibilitas ruang itu sendiri,

kemampuan ruang-ruang menerima perubahan terhadap fungsi, pembatasan, kapasitas, dan susunan pengisi ruang. Sehingga kebutuhan fleksibilitas ruang didasarkan pada :

- a. Faktor manusia : cenderung mempunyai sifat yang dinamis, hal ini merupakan dampak kemajuan teknologi, kebutuhan ruang yang selalu berkembang, dimana sangat padat aktivitas dan produktivitas manusia.
  - b. Kemajuan teknologi : merupakan perlengkapan yang selalu berkembang baik dari segi fungsi, estetika, maupun dimensinya.
2. Sedangkan fleksibilitas suatu ruang, memungkinkan perubahan susunan dan pengisi. Ruang tersebut tanpa merubah keseluruhan ruang. Bentuk fleksibilitas ruang adalah :
- a. Fleksibilitas dalam ruang, dimana ruang dapat digunakan untuk beberapa kegiatan yang berubah-ubah, dengan menggantikan susunan perabot ruang.
  - b. Fleksibilitas antar ruang, yang timbul karena adanya pertukaran fungsi ruang. Yaitu dengan menggunakan sistem partisi sebagai pemisah ruang yang dapat dipindah-pindahkan ( moveable ), sehingga dapat dibuat ruang lain dengan fungsi baru sesuai dengan kebutuhan.

#### *Kondisi Fisik Eksternal*

Kondisi fisik eksternal pada bangunan adalah yang mempunyai nilai komersial sesuai dengan fungsinya, dan lingkungan komersialnya itu sendiri. Seperti dalam ungkapan citra arsitektural :

- a. Kejelasan bangunan tersebut, terhadap kegiatan didalamnya.

Bangunan PIPB merupakan bangunan kantor dagang, dengan melihat kegiatan tersebut, ungkapan fisik bangunan komunikatif dan formal. Sehingga diwujudkan bangunan dengan keteraturan setiap lantainya, dan banyaknya kaca untuk orientasi kesegala arah.

- b. Bangunan tersebut harus mempunyai daya tarik tersendiri.

Pada bangunan PIPB, menunjukkan bentuk bangunan yang inovatif, tidak monoton dengan lingkungan sekitar. Sehingga akan menarik pengunjung, dan mempunyai nilai komersial.

c. Keramahan terhadap pengunjung.

Pada Bangunan PIPB diungkapkan dengan adanya ruang hall, sebelum memasuki halaman. Hall tersebut mengungkapkan keramahan dan menerima terhadap pengunjung.

d. Kemudahan penyesuaian dengan lingkungan.

Pada bangunan PIPB ini, dengan mengikuti kegiatan perkembangan zaman. Yaitu dengan adanya teknologi informasi canggih, sebagai akomodasi bangunan tersebut.

e. Kekompakan dalam menampilkan fungsi citra komersial.

Hal ini kekompakan dalam menampilkan fungsi citra komersial pada bangunan PIPB adalah dengan meletakkan bangunan pada lokasi komersial, kegiatan yang komersial, dan wujud bangunan yang komersial.

f. Perlunya tatanan fisik yang penuh inovasi.

Pada bangunan PIPB ini, agar lingkungan sekitar tidak bosan dalam melihat fisik bangunan, PIPB tidak memakai desain fisik tradisional yang utuh, akan tetapi dengan gaya *deconstruction*, untuk menciptakan bangunan komersial era global dengan inovasi komersial.

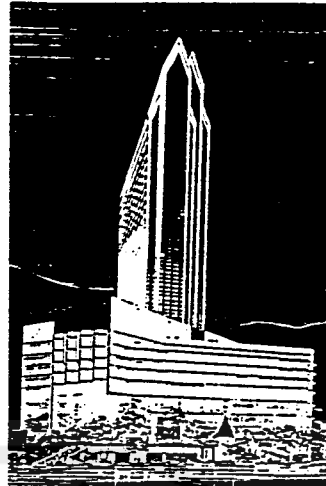
### 3.3.2. Studi Preseden World Trade Center Sebagai Karya Komersial Arsitektur

Yaitu studi bangunan World Trade Center yang telah ada diluar negeri. Merupakan bangunan berlantai banyak, dan sebagai bangunan komersial.

#### 1. Japan World Trade Center

Bangunan WTC di Japan dibagi menjadi tower dan blok, yang mempunyai kegiatan masing-masing yaitu pada bangunan tingkat rendah dan tinggi. Pada

bangunan tingkat rendah. Untuk ruang display, bank, kantor pos, agen perjalanan, telepon dan telegraf Internasional. Yang menarik pada bangunan ini adalah, keberadaannya dari urban desain, dengan memecahkan permasalahan dari dua sisi.



Gambar 11 : WTC, Jepang

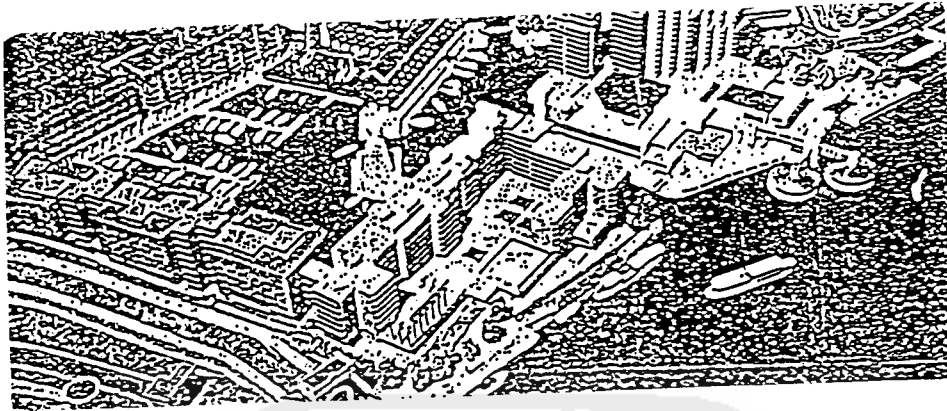
Sumber : Ibid

Pertama, mengutamakan penampilan bangunan itu sendiri, dengan elemen fungsional, sementara pada saat yang sama bangunan tersebut harus mampu mempertahankan kontinuitas lingkungannya sebagai bagian dari urban planning.

Kedua, harus memasukkan perancangan sebuah terminal, dan bangunan tersebut berdekatan dengan jalur cepat. Tidak seperti kebanyakan bangunan komersial lain, bangunan ini selain sebagai bangunan komersial, juga sebagai 'pelicin' diantara bangunan lain pada kawasan tersebut.

## 2. London World Trade Center.

London WTC merupakan bagian dari 12 ha redevelopment St. Katherine's Dock di London. Bangunan WTC ini mengelilingi dermaga yacht, terdiri dari 260 suites untuk para anggota, kantor yang representatif yang berukuran kurang lebih 93 m<sup>2</sup>, conference hall untuk 400 peserta, dengan beberapa kamar tambahan. Sebagai pelengkap, restoran pada roof top dan pameran untuk produk utama dan promosi perusahaan individu. Adanya kegiatan World Trade Institute, sebagai kegiatan seminar dan kursus. Akomodasi bagi delegasi dan penunjang dilayani oleh beberapa apartemen ataupun hotel tower yang berdekatan.



Gambar 12 : London World trade Center  
Sumber : ibid

### 3. New York World Trade Center.

Nama bangunan ini lebih dikenal dengan bangunan *World Finansial Center*. Merupakan karya Caesar Pelly dan Associated. Bangunan tersebut berlokasi di sebelah Timur Manhattan, sungai Hudson. Proyek tersebut menghabiskan 6 million square feet, untuk perkantoran. Sedangkan untuk lobby 250.000 square feet dan untuk ruang publik menghabiskan 13.5 acres. Pada bangunan tersebut terdapat 4 tower kantor, yang mempunyai ketinggian 34 sampai dengan 51 lantai.

Desain WTC ini mengungkapkan sejarah kemuliaan bagi kaki langit Manhattan. Pada bangunan ini proporsi granit dan kaca lebih besar. Pada tower pantulan kaca dan lantai tower yang berupa granit dan bermacam-macam ketinggian yang berbeda pada tower ini, sehingga mempunyai bentuk visual yang tersendiri.

Pencakar langit yang mengelilingi dan yang membatasi publik plaza, yang merupakan jantung dari tepi *Waterfront*, dan sebagai pengembangan kota Battery Park. Berdekatan dengan plaza, kebun musim panas, dan menghasilkan bukaan yang besar.

Bangunan berlantai banyak ini, merupakan segi delapan, diatas posisi jalan kemerdekaan yang mempunyai desain yang kreatif, apabila kita pergi ke Kota Sungai itu.





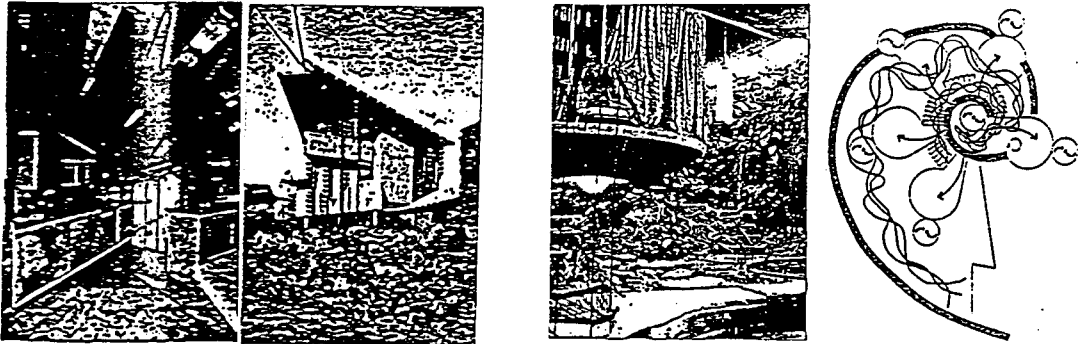
**Gambar 13 : New York World Trade Center**  
Sumber : Heinrich Klotz, *New York Architecture*

### 3.3.3. Kajian Transformasi Desain

Dalam hal kajian penjelmaan desain ini, mengemukakan teori Kompleksitas dan Chaosnya ( *Jencks, 1995* ) yang sebagian besar alam semesta yang akan mengorganisir sendiri, tak dapat diduga, kreatif dalam menstransformasikannya.

Seperti dalam bukunya terdapat suatu bahasan mengenai *fractal* dan *similaritas diri*. Yaitu merupakan suatu yang khas dan bagian-bagiannya mirip bagian lainnya, tetapi dengan keseluruhan. Seperti obyek fractal pohon, kepingan salju, garis pantai dan masih banyak sekali.

Seperti karya Bruce Goff menggunakan fractalnya dengan segitiga self similar, Dalam mengorganisir Prince Housenya. Sedangkan Bavinger Housenya fractal yang digunakan adalah seperti alam, dalam menyerap material heterogen. Dengan mengungkapkan bebatuan terlempar, pohon kenari terbang, kabel-kabel baja anti karat, jaringan ikan untuk balkon, bahkan bekas pembom digunakan sebagai peralatan penerangan. Berikut ini gambar kedua karya tersebut.



Gambar 14 : Kiri atas ( Prince House ) dan kanan atas ( Bavinger House )  
Karya : Bruce Goff, interior dan eksterior.

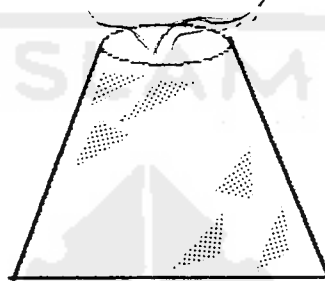
Sedangkan pada Pusat Informasi dan Promosi Bisnis di Yogyakarta, merupakan bangunan yang kegiatan bisnisnya aktif, penuh spekulasi. Obsesi pemasaran global dalam menghadapi persaingannya.

Untuk mewujudkan terbentuknya bangunan PIPB ini, diambil sesuatu yang melatar belakangi bangunan PIPB ini. Yaitu, sesuatu yang khas tentang tradisi Yogyakarta. Karena lokasi PIPB berada di Yogyakarta. Berupa kegiatan upacara adat di Kesultanan Yogyakarta. Merupakan suatu kegiatan upacara kerajaan yang berabad-abad diselenggarakan hingga kini masih dilestarikan. Yaitu dalam ungkapan simbolis dalam *Garebeg*. (Soelarto, 1993)

Garebeg erat sekali dengan kaitannya dengan sejarah perkembangan kehidupan beragama, erat pula dengan sejarah kerajaan-kerajaan Jawa Islam. Yang setiap tahunnya dilaksanakan tiga kali. Tujuannya untuk keselamatan kerajaan. Yang hakikatnya adalah suatu upacara korban, agar Tuhan Yang Maha Esa memberikan perlindungan bagi keselamatan raja, kerajaan serta rakyatnya.

Dalam upacara Garebeg ini, ada salah satu wujud sesajian yang khusus disajikan dalam selamatan negara. Yaitu yang namanya Gunungan. Dalam kata bahasa Jawa, Gunungan bermakna gunung-gunung atau seperti gunung. Ada enam macam gunungan yang biasa digunakan dalam upacara tersebut. yaitu Gunungan Lanang, Wadon, Gepak, Pawuhan, Dharat, dan Bromo / Kutug. Bentuk Gunungan Lanang merupakan bentuk gunungan yang paling besar, sedangkan Gunungan Wadon bentuknya seperti gunung akan tetapi lebih kecil bentuknya daripada Gunungan Lanang. Untuk Gunungan Pawuhan, Gepak, dan Dharat

bentuknya sama dengan Gunung Wadon, akan tetapi isi sesajennya lain-lain. Sedangkan bentuk dari Gunung Bromo adalah bentuknya seperti gunung, dan bagian puncaknya tidak terlalu lancip. Puncak yang tidak terlalu lancip itu, di bawahnya ada sebuah anglo berisi batu arang yang membakar kemenyan. Sehingga terus menerus mengepulkan asap tebal, jika dihembus oleh angin. Salah satunya yang tertarik untuk dikaji adalah Gunung Bromo. Seperti di bawah ini bentuk Gunung, yang akan dikaji.



*Gambar 15 : Bentuk Gunung Bromo*

Dengan melihat bentuk gunung seperti diatas, maka akan digunakan sebagai simbol bentuk bangunan PIPB. Akan tetapi akan dikaitkan dengan karakter bisnisan yang penuh gejolak, spekulasi, aktif dalam memperjuangkan bisnisnya. Sehingga bentuk gunung yang berkarakter bisnisan, menjadi Fractal pada bangunan PIPB.

### **3.3.4. Kesimpulan sebagai Dasar Pengembangan Konsep**

#### **1. Pewadahan Sistem - Sistem Pusat Informasi dan Promosi Bisnis**

- a. Pada Pusat Informasi dan Promosi Bisnis ini mempunyai sistem kegiatan komersial, seperti : Informasi dan promosi network, Bussines center, Konferensi. Ditunjang dengan fasilitas PIPB club seperti : perjamuan besar, pub bar, restoran Internasional, dan olah raga fitness center dan tennis, yang sifatnya privacy, hanya untuk fasilitas bagi bisnisan.
- b. Sedangkan mengenai sistem kualitas pada bangunan ini adalah : sistem kualitas teknologi bangunan PIPB, yaitu teknologi yang menunjang kegiatan informasi, promosi maupun kegiatan bisnisnya. Seperti adanya internet, sebagai komunikasi global. Dan jaringan

husus tentang bisnis global, dan sistem promosi modern. Selain itu juga, bangunan dilengkapi dengan B.A.S yaitu bangunan yang serba otomatis.

- c. Sedangkan mengenai kualitas standar arsitektur adalah, tentang besaran ruang kantor bisnis menggunakan standar yang telah ada, yaitu pada buku standar arsitek. Pada PIPB ini menggunakan luasan  $8 \text{ m}^2$  sampai dengan  $36 \text{ m}^2$ .

## 2. Komersial Sebagai Citra Arsitektur

- a. Dengan studi preseden karya-karya komersial World Trade Center diluar negeri, seperti di Singapura, London, Jepang, dan New York, hal ini sangat membantu dalam mengetahui nilai-nilai komersial bangunan tersebut. Nilai-nilai komersial yang berada pada studi preseden adalah nilai lokasi, kegiatan dan fisik bangunan.

- b. Bangunan komersial diungkapkan dengan ciri-ciri bangunan komersial, seperti pada bangunan PIPB :

*Kejelasan*, yaitu bangunan PIPB dalam ungkapan fisik komunikatif dan formal. Diwujudkan dengan keteraturan ketinggian setiap lantainya, dan banyaknya kaca untuk orientasi ke segala arah. *Bangunan tersebut mempunyai daya tarik tersendiri*, maksudnya bangunan dibanding dengan bangunan yang ada dilingkungan sekitar mempunyai bentuk lain, inovatif. *Keramahan*, yaitu diungkapkan dengan ruang hall depan bangunan yang terbuka, mengundang dan menerima pengunjung. *Kemudahan penyesuaian*, maksudnya bangunan tersebut kemudahan dalam penyesuaian lingkungannya. Yaitu bangunan PIPB mengikuti kegiatan perkembangan zaman, dengan memanfaatkan teknologi informasi canggih. *Kekompakkan dalam menampilkan fungsi citra*, maksudnya bangunan PIPB ini menampilkan lokasi, kegiatan maupun fisik bangunan yang komersial. *Fisik bangunan yang penuh inovasi*, pada bangunan PIPB ini diterapkan inovasi baru, agar tidak terasa adanya kemonotonan pada lingkungan komersial tersebut.

Sedangkan kondisi internalpun mempunyai nilai komersial, yaitu kefleksibelan ruang, dalam mewadahi beberapa kegiatan bisnis dan lay - out dan bentuk perabot yang berubah-ubah. Dan kefleksibelan ruang dalam pertukaran fungsi ruang, yang berpindah-pindah ( moveable ) yaitu dengan sistem partisi.

c. Sedangkan kajian transformasi desain pada PIPB adalah,

Dengan meninjau desain yang dikemukakan Jenck, yaitu tentang teori Fractalnya, dan dikaitkan dengan pengungkapan karakter bisnismen yang penuh gejolak, spekulasi, dan aktif dalam memperjuangkan bisnisnya, kemudian dari ungkapan sesuatu yang khas, dengan salah satu tradisi di Yogyakarta, yaitu Gunung Bromo pada upacara Garebeg. Sehingga terbentuklah paduan antara bentuk dari Gunung Bromo dan karakter bisnismen menjadi fractal bangunan PIPB.

3. Yogyakarta Sebagai Pusat Informasi dan Promosi Bisnis.

- a. Yogyakarta dengan potensi - potensinya, yaitu sebagai kota pariwisata, pendidikan, pemerintahan, perdagangan dan budaya. Sehingga dengan potensi yang bermacam-macam, sangat cocok adanya bangunan PIPB tersebut. Selain itu mengangkat bisnis Yogyakarta yang masih konservatif untuk diajak ke bisnis global, agar lebih tergalai nilai-nilai perdagangan Yogyakarta.
- b. Lokasi dan site yang terpilih berada di Jl. Jendral Soedirman. Dengan kriteria sebagai berikut :
- Lokasi di daerah strategis dan komersial : Site sesuai dengan penggunaan lahan pada lokasi, yaitu sebagai lahan perdagangan. Dengan BC 30%-80%, dan batas ketinggian bangunan 32m<sup>2</sup> ( 8 lantai ).
  - Mudah dalam pencapaian : yaitu kemudahan dalam penggunaan sarana transportasi kota, dan merupakan arah dari Bandara Adi Sucipto ke Jl. Jendral Soedirman, selain itu dapat juga dicapai dari arah Jl. C. Simanjuntak.
  - Interelasi kegiatan : Lokasi dekat dengan pelayanan umum, seperti perkantoran, pemerintahan, dan kegiatan perdagangan lain.