



BAB II TINJAUAN PEKALONGAN ART CENTER

2.1 TINJAUAN LOKASI.

2.1. 1. aspek pemilihan tapak.

Pemilihan tapak bagi sebuah Art Center adalah penting karena mengingat kegiatan utamanya berfokus pada kegiatan promosi, pemasaran dan rekreasi yang memerlukan suatu lokasi yang beraksesibilitas sangat tinggi agar mudah di capai oleh siapapun dan darimanapun. Hal yang sangat penting kaitannya dengan optimalnya fungsi bangunan ini adalah kedekatannya dengan berbagai fasilitas yang berkaitan dengan kegiatan art center ini terutama komersial dan jasa.

Hal – hal yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan site :

- Lokasi tapak harus strategis terhadap lingkungan pelayanan fasilitas perdagangan dan rekreasi.
- Lokasi terletak pada jalan utama kota atau bagian kota, sehingga memberikan kemudahan aksesibilitasnya.
- Perlu di perhatikan rencana pengembangan wilayah kota.

Kritea pemilihan Tapak pada art center di pekalongan adalah sebagai berikut :

1. Segi Tapak.

- Luasan tapak memadai
- Ketersediaan infrastruktur yang menunjang seperti : jaringan jalan , listrik , air , telepon dan utilitas bangunan.

2. Segi aktivitas di sekitar tapak.

- Kawasan di sekitar tapak merupakan pusat kegiatan masyarakat.



- Aktivitas yang ada adalah aktivitas komersial misalnya perdagangan dan perkantoran.

3. Segi lingkungan Tapak.

- Sesuai dengan kegiatan yang akan di wadahi.
- Sesuai dengan pengembangan kawasan atau tata ruang kota.

4. Segi aksesibilitas.

- Kemudahan aksesibilitas yang memudahkan dengan transportasi umum dalam kota maupun transportasi pribadi dan berada di jalan utama.

2.1.2. Alternatif Tapak.

Melihat kondisi kota Pekalongan , salah satu pengembangan kota adalah koridor utama sepanjang timur – barat dengan pusat – pusat kegiatan komersial dan jasa yang di dukung oleh system transportasi kota yang sangat baik. Beberapa tahun terakhir ini, perkembangan kota tersebut mulai melebar pada kawasan utara – selatan. Terdapat beberapa alternatif tapak yang dapat dipilih salah satunya yaitu sebagai berikut.:

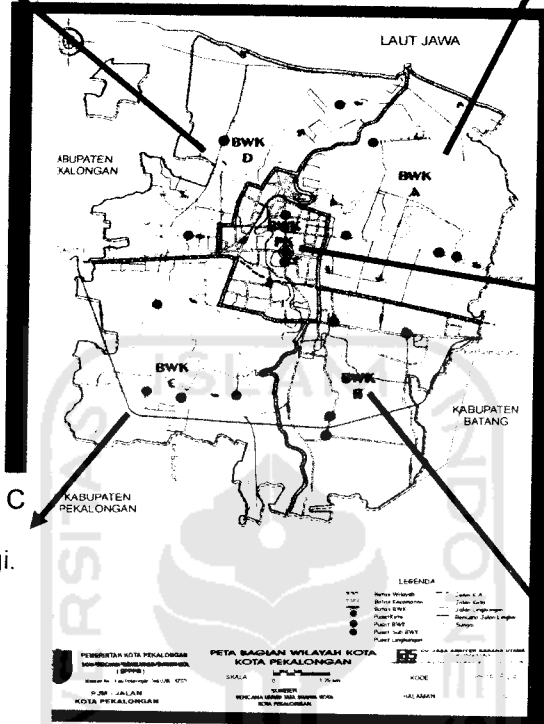
- Alternatif I , Kawasan bagian Wilayah Kota D (Jalan Gajah Mada)
- Alternatif II , Kawasan bagian wilayah Pusat Kota (Jalan Hayam Wuruk)
- Alternatif III , Kawasan bagian Wilayah Kota C (Jalan Jend.Sudirman)
- Alternatif IV , Kawasan bagian Wilayah Kota B (Jalan Raya Kalibanger)

Menurut Rencana Umum Tata Ruang Kota (RUTRK) , Pekalongan akan dikembangkan struktur kotanya menjadi 5 bagian wilayah kota (BWK), di mana masing-masing bagian wilayah kota memiliki pusat kegiatan sesuai dengan potensi lingkungan tersebut. Tiap bagian wilayah kota sudah memiliki pengembangan sendiri – sendiri.



- Bagian wilayah kota D
- a. pengembangan pelabuhan perikanan.
 - b. pusat gelanggang olah raga.
 - c. pengembangan kawasan industri.
 - d. Pusat pelayanan kesehatan uang berupa RS.
 - e. Pengembangan rekreasi pantai.
 - f. Kawasan konservasi pantai.
 - g. Pengembangan perhotelan.

- Bagian wilayah kota A
- a. pengembangan rekreasi pantai.
 - b. pengembangan konservasi pantai.
 - c. Pengembangan pelabuhan perikanan.



- Bagian wilayah pusat Kota.
- a. pengembangan pusat perdagangan
 - b. pusat peribadatan yang berupa masjid agung.
 - c. Rekreasi tertutup.

- Bagian wilayah kota C
- a. pengembangan pendidikan tinggi.
 - b. Sentra industri konveksi.
 - c. Pengembangan perhotelan.
 - d. Pusat pemerintahan/perkantoran.
 - e. Pusat gelanggang olah raga.

- Bagian wilayah kota B
- a. sentra pemasaran batik ,tenun dan komoditas unggulan kota pekalongan(perdagangan)
 - b. Pengembangan perhotelan
 - c. Pengembangan Islamic center.,

Gambar 2.1

Pengembangan Bagian Wilayah Kota

Sumber : RDTRK Kota Pekalongan

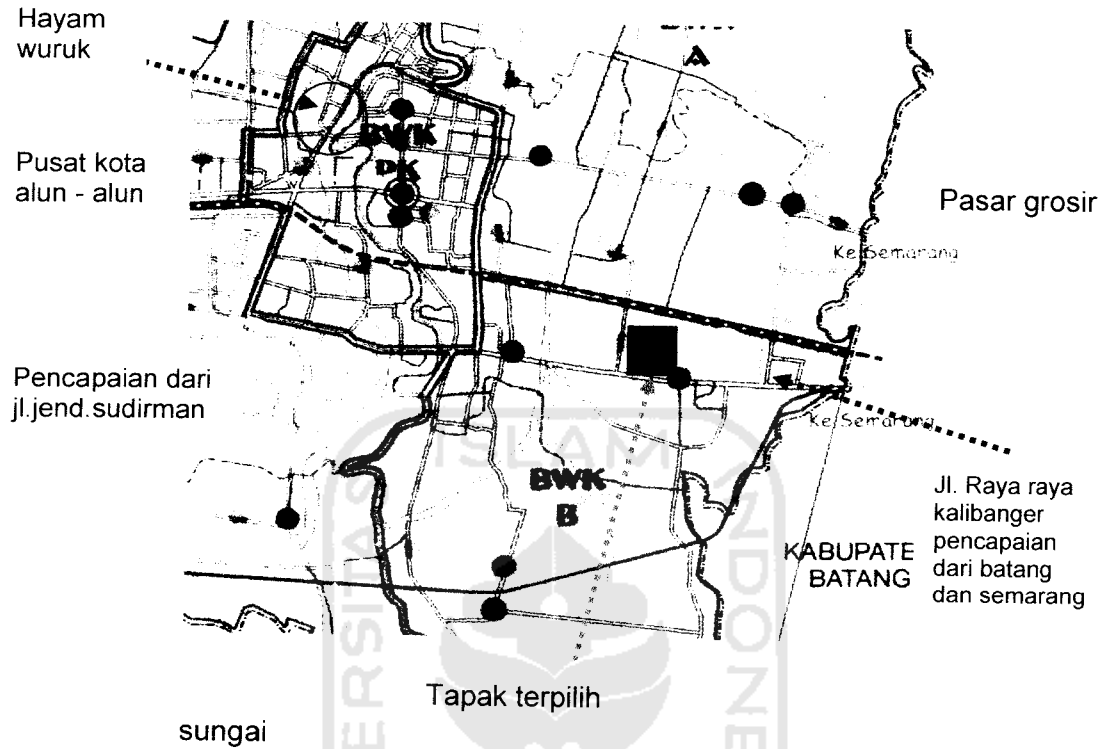
Menurut pengembangan bagian wilayah kota, yang berpotensi sebagai sarana jual beli , promosi produk dan kreatifitas seni kerajinan terletak di **BWK B** dengan kegiatan utama, yaitu :

- a. Pengembangan sentra pemasaran batik ,tenun dan komoditas unggulan kota Pekalongan.
- b. Pengembangan simpul-simpul transportasi regional yang berupa terminal bus tipe A
- c. Pengembangan perhotelan dan Islamic center.



2.1.3. Tapak terpilih.

- Jalan raya kalibanger, Pekalongan Timur (BWK B)



Gambar 2.2

Peta lokasi site

Sumber : RDTRK Kota Pekalongan



SITE





- Ekspresi ungkapan jiwa manusia yang halus sehingga di dalamnya tersirat suati citra keindahan yang tidak lepas dari nilai estetika seni.

4. Promosi

- Usaha – usaha perusahaan atau perorangan untuk menciptakan kesadaran pada konsumen tentang sebuah barang atau ide, sampai akhirnya mereka bersedia melakukan pembelian.
- Memperkenalkan barang dengan harapan agar di beli.

5. Penjualan

- Di rumuskan sebagai keseluruhan kegiatan yang bersangkutan dengan pekerjaan melancarkna arus barang dari penghasil ke pemakai.
- Proses perpindahan barang dari penjual ke pembeli melalui suatu transaksi.

6. Rekreasi

- Merupakan sebuah aktivitas yang di ikuti pada waktu luang,menimbulkan kesenangan dan mempunyai daya tarik tersendiri.
- Berasal dari kata “ recreation “ yang berarti kesukaan , kesenangan , hal melepas lelah.
- Karakter fisik yang bersifat menyenangkan,mengesankan suasana santai dan membuat betah pemakai untuk berlama-lama.

7. Pusat seni

- Suatu tempat atau wadah yang yang mewadahi segala produk dan kreatifitas seni kerajinan pekalongan , yang di dalamnya terdapat proses jual beli dan promosi.
- Suatu wadah yang mampu menampung kegiatan pemasaran yang mana terjadi suatu transaksi jual beli berupa barang kerajinan sehingga terjadi perpindahan hak milik dari penjual kepada pembeli.

2.2.2. Fungsi Pekalongan Art Center.

Berdasarkan Kegiatan yang akan di wadahi di dalam *Art Center* , ada beberapa fungsi yang terkait langsung dengan kegiatan tersebut , di antaranya adalah :



1. Sebagai wadah penjualan barang seni kerajinan.

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

2. Sebagai wadah promosi.

Agar jenis hasil seni kerajinan ini dapat lebih di kenal dan menjadi daya tarik tersendiri, maka perlu adanya upaya promosi. Dalam hal ini kegiatan promosi di art center ini di lakukan dengan cara :

- Kegiatan pameran.

Pameran merupakan satu media yang cukup efektif di banding dengan media promosi lainnya di dalam memperkenalkan kepada masyarakat luas akan hasil seni kerajinan karena di dalam 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 kerajinan agar lebih di pahami dan di kenal sehingga menjadi daya tarik bagi pengunjung/wisatawan.

3. Sebagai tempat komunikasi antara para pedagang , 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.

2.2.3. Pelaku Kegiatan.

a. Pengunjung.

Pengunjung fasilitas art center terdiri dari masyarakat penggemar seni kerajinan maupun masyarakat umum, wisatawan domestik maupun wisatawan



mancanegara, yang bertindak langsung sebagai pengamat, penikmat dan konsumen.

Analisa bentuk kegiatan pengunjung antara lain :

1. Mencari dan mendapatkan informasi seputar produk seni kerajinan.
2. Mengamati pameran seni kerajinan dan membeli seni kerajinan yang di pameran.
3. Membeli souvenir.
4. Melihat dan mencoba demo pembuatan seni kerajinan.

b. Pengelola.

Lembaga yang berupa penyandang dana dan mengelola dengan manajemen yang tepat. Analisa bentuk kegiatan pengelola meliputi :

1. Mengelola Art Center.
2. Mengadakan kerjasama dengan para pengrajin.
3. Mengelola bidang administrasi.
4. Mempersiapkan sarana dan prasarana Art Center.
5. Mengatur operasional, memberikan pelayanan keamanan, ketertiban, dan service pada fasilitas Art Center.

c. Pedagang.

Produsen kerajinan dalam skala home industry kecil maupun sedang, yang memasarkan produk kerajinannya sebagai upaya peningkatan produksi dan pemasaran seni kerajinan.

Analisa bentuk kegiatannya meliputi :

1. Mempromosikan produk seni kerajinan ke art center.
2. Pihak art center memesan langsung kepada pengrajin seni kerajinan.
3. Menjual produk kepada para pengunjung.
4. Berkomunikasi dengan para pedagang atau pengrajin lainnya.

d. Pembuat seni kerajinan (Pengrajin).

Orang yang mendemokan cara pembuatan seni kerajinan dengan menggunakan alat seperti canting (batik), alat tenun. Analisa bentuk kegiatan meliputi :

1. Memberikan demo cara membuat seni kerajinan tersebut.



2. Memberikan pelatihan kepada para pengunjung yang berminat membuat barang seni kerajinan tersebut.

2.2.4. Macam Kegiatan.

a. Kegiatan penjualan.

Kegiatan ini bertujuan memberikan kesempatan kepada para pengunjung untuk melakukan transaksi atau membeli barang seni kerajinan. Bentuk kegiatan penjualan ini dapat di bedakan menjadi :

1. Pembelian langsung.

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

2. Pembelian tak langsung.

Kegiatan transaksi jual beli yang di lakukan antara pengusaha dengan tujuan untuk memperluas jaringan pemasaran dan stok barang seni kerajinan yang di pasarkan.

b. Kegiatan informasi dan promosi.

Kegiatan ini bertujuan memperkenalkan produk seni kerajinan kepada masyarakat umum dan wisatawan khususnya. Memberikan informasi tentang barang seni kerajinan sehingga menimbulkan minat para konsumen terhadap barang seni kerajinan.

1. **Kegiatan informasi.**

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

Berdasarkan sifatnya dapat di bedakan menjadi :

- a. Informasi langsung.**

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



b. Informasi tak langsung.

Informasi ini di dapat dari melalui media cetak atau brosur-brosur yang ada.

Berdasarkan peruntukannya dapat di bedakan menjadi :

a. Informasi umum.

Informasi yang di berikan kepada semua pengunjung mengenai obyek yang di pameran dengan tujuan promosi secara singkat dan jelas.

b. Informasi khusus.

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

2. Kegiatan Promosi.

Untuk memperkenalkan produk seni kerajinan yang di tuangkan dalam bentuk kegiatan peragaan dan pameran barang seni kerajinan secara bergantian.

3. Kegiatan pengelolaan.

Mengkoordinasi kegiatan yang berlangsung di dalam art center melalui kegiatan administrasi , personalia , keamanan dan lain sebagainya. Mengadakan hubungan ke dalam dan keluar untuk mengembangkan dan meningkatkan kreatifitas dan mutu prosuk seni kerajinan, Mengkoordinasi bidang pelayanan service, pelayanan pemeliharaan bangunan, pelayanan pergudangan, pelayanan parkir dan keamanan , pelayanan publik (restoran , warnet , wartel , money changer , Atm , musholla , lavatory)

4. kegiatan pengunjung.

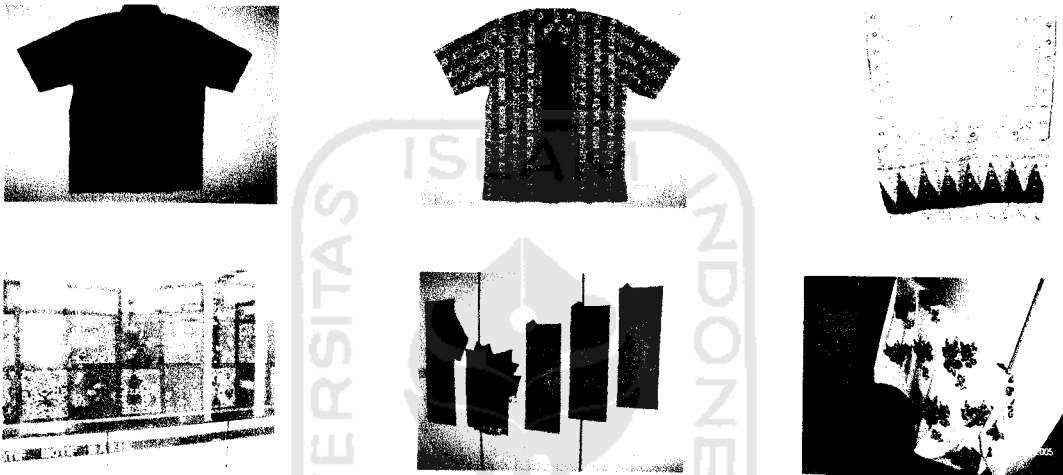
merupakan kegiatan utama atau publik sebagai massa yang akan menikmati dan melihat kegiatan yang berlangsung di dalam art center serta sebagai konsumen produk seni kerajinan



2.2.5. Macam – macam seni Kerajinan Pekalongan.

1. KERAJINAN BATIK.

Produk kerajinan batik sudah sejak lama terkenal. Sasaran pasarnya bukan hanya pasar nasional , namun sudah sampai ke manca negara. Sebagian besar batik di produksi melalui industri kecil (home industry) atau industri yang di hasilkan oleh rumah tangga.



Gambar 2.4
Kerajinan batik

Sumber : pengamatan lapangan

Produk batik yang di hasilkan ada batik tulis , batik cap , batik printing, sarung batik , kain batik. Jenis dari produk batik ini bermacam-macam, seperti pakaian,kerudung,taplak meja,seprai,horden,dan masih banyak lagi. Bahkan seni lukis pun , yakni seni lukis batik sudah mulai di perhitungkan di antara seni lukis lainnya.

Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Digantung.
2. Ditempelkan pada dinding.
3. dilipat.
4. di pakaikan pada boneka – boneka peraga.



Fasilitas yang di perlukan :

1. Rak gantung.
2. Lemari kaca.
3. Boneka – boneka etalase.
4. adanya etalase yang terdapat di depan counter (menarik minat pengunjung dengan menampilkan produk – produk terbaru)
5. di lengkapi dengan kamar pas.
6. Dinding yang di lapiasi karpet , supaya kedap suara sehingga pakaian tersebut tidak berubah warna , terdapat bintik – bintik hitam karena lembab.
7. Kasir

2. KERAJINAN TENUN

Macam – macam kerajinan tenun di lihat dari bahan bakunya adalah sebagai berikut :

- a. *kerajinan Pelepah Pisang.*



Gambar 2.5

kerajinan dari pelepah pisang.

Sumber : pengamatan lapangan

Produk yang di dihasilkan adalah tikar, kotak perhiasan, tempat gelas, sandal tas, dinner set, dll. Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Dipajang pada rak – rak.
2. Dipajang di atas meja pajang.
3. Disimpan di lemari kaca.



Fasilitas yang di perlukan :

1. rak – rak kayu.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. disimpan dalam lemari kaca.
4. kasir.

b. *Kerajinan Serat Nanas.*



Gambar 2.6

kerajinan dari serat nanas

Sumber : pengamatan lapangan

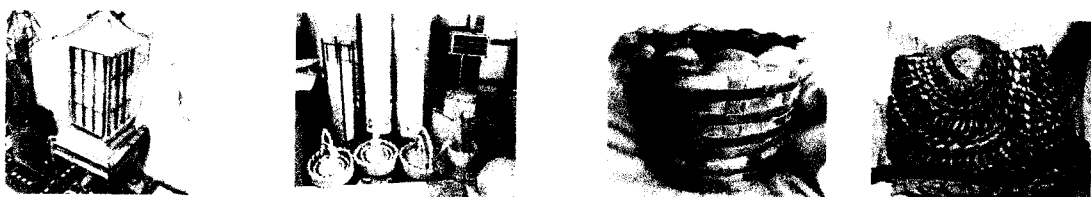
Produk yang di hasilkan adalah taplak meja,tatakan piring gelas , sandaran kursi, dll. Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Dipajang pada rak – rak.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. Disimpan di lemari kaca.

Fasilitas yang di perlukan :

1. rak – rak kayu.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. disimpan dalam lemari kaca.
4. kasir.

c. *Kerajinan Enceng Gondog.*





Gambar 2.7

kerajinan dari enceng gondog

Sumber : pengamatan lapangan

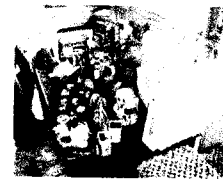
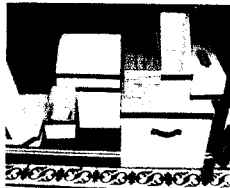
Produk yang di hasilkan adalah tempat lampu, tempat buah, keranjang, tas, dll. Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Dipajang pada rak – rak.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. Disimpan di lemari kaca.

Fasilitas yang di perlukan :

1. rak – rak kayu.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. disimpan dalam lemari kaca.
4. kasir.

d. *Kerajinan Koran.*



Gambar 2.8

kerajinan dari koran

Sumber : pengamatan lapangan

Produk yang di hasilkan adalah tempat buku , tas , keranjang, tempat hiasan, dll . Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

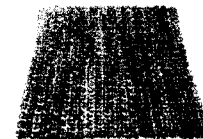
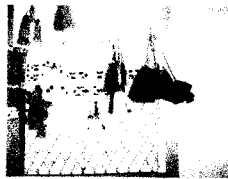
1. Dipajang pada rak – rak..
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. Disimpan di lemari kaca.



Fasilitas yang di perlukan :

1. rak – rak kayu.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. disimpan dalam lemari kaca.
4. kasir.

e. *Kerajinan Akar Wangi.*



Gambar 2.9

kerajinan dari akar wangi

Sumber : pengamatan lapangan

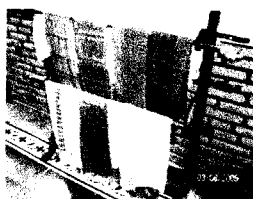
Produk yang di hasilkan adalah gantungan gorden , taplak , keranjang, tempat hiasan, dll. Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Dipajang pada rak – rak..
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. Disimpan di lemari kaca.

Fasilitas yang di perlukan :

1. rak – rak kayu.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. disimpan dalam lemari kaca.
4. kasir.

f. *Kerajinan bordir.*





Gambar 3.0
kerajinan bordir

Sumber : pengamatan lapangan

Produk yang dihasilkan adalah busana muslim (koko dan gamis), mukena, kebaya, kerudung, busana pria dan wanita, tatakan gelas, taplak meja, bahan jadi bordir (untuk kebaya dan baju), benang bordir.

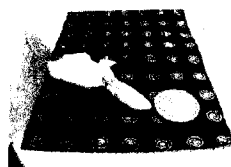
Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Digantung.
2. Ditempelkan pada dinding.
3. dilipat.
4. di pakaikan pada boneka – boneka peraga.

Fasilitas yang di perlukan :

1. rak gantung.
2. Lemari kaca.
3. Boneka – boneka etalase.
4. adanya etalase yang terdapat di depan counter (menarik minat pengunjung dengan menampilkan produk – produk terbaru)
5. di lengkapi dengan kamar pas.
6. Dinding yang di lapisi karpet , supaya kedap suara sehingga pakaian tersebut tidak berubah warna , terdapat bintik – bintik hitam karena lembab.
7. Kasir.

g. ATBM



Gambar 3.1
ATBM

Sumber : Pengamatan Lapangan



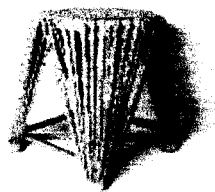
Produk yang dihasilkan adalah seprei , gordena , sarung bantal , sarung guling, tatakan piring gelas dan taplak meja. Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Digantung.
2. Ditempelkan pada dinding.
3. dilipat.

Fasilitas yang di perlukan :

1. Rak gantung.
2. Lemari kaca.
3. adanya etalase yang terdapat di depan counter (menarik minat pengunjung dengan menampilkan produk – produk terbaru)
4. Kasir.

3. KERAJINAN ANYAMAN BAMBU DAN ROTAN.



Gambar 3.2

kerajinan dari anyaman bamboo dan rotan

Sumber : pengamatan lapangan

Produk yang di hasilkan adalah kursi , bilik bamboo , tudung saji, tempat buah – buahan , tempat hiasan , dll. Agar produk seni kerajinan ini dapat menarik minat para pengunjung untuk membeli dan memilikinya, maka di perlukan beberapa strategi cara memamerkannya , yaitu dengan cara :

1. Dipajang pada rak – rak.
2. meja – meja pajang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. Disimpan di lemari kaca.

Fasilitas yang di perlukan :

1. rak – rak kayu.



2. meja – meja panjang, tapi mempunyai lebar yang besar.
3. disimpan dalam lemari kaca.
4. kasir.

2.3. Studi kasus pada Pusat Kerajinan Yang telah ada.

1. Pasar Seni Sukowati di Bali.



Gambar 3.3

Ruang dalam pasar seni sukowati

Sumber : Adhaninggar Y / TA/UGM/2002

Pasar seni sukowati adalah pasar seni yang paling besar dan ramai di bali. Terlihat dengan ornamen yang begitu kental dengan kebudayaan setempat. Pasar seni sukowati dikelola oleh pihak swasta dan dibawah oleh Pemda Gianyar untuk memasarkan produk kerajinan yang berasal dari seluruh Bali. Dari karya seni 2 dimensi maupun 3 dimensi yang meliputi hasil karya seni lukis , patung , kerajinan kulit dan kerajinan batik tradisional bali.

Analisis :

1. Penataan kios yang menyatu (berkumpul menjadi satu)
2. System pengahawaan menggunakan penghawaan alami
3. Pencahayaan umumnya menggunakan cahaya alami , kecuali pada stand tertentu seperti lukisan yang menggunakan pencahayaan buatan dengan lampu neon.

Kelebihan :

- 1.dapat mencerminkan citra bangunan setempat. Bentuk bangunan dengan citra tradisional Bali terlihat dari bentuk atap dan ornamen struktur yang menonjol keluar.



Kekurangan :

1. Sirkulasi tidak leluasa (terjadi crossing pejalan kaki, sirkulasi sempit untuk berdiri satu sisi)
2. Tidak leluasa melihat barang yang di pajang (penagruh factor sirkulasi)
3. Tempat parkir kurang memadai (jalan raya untuk parkir)
4. Pencahayaan yang kurang menjadikan barang yang di pasarkan menjadi kurang menarik .

(sumber : www.99bali.com, Adhaninggar Y / TA/UGM/2002 , analisis)

2. Pasar Seni Ancol di Jakarta.



Gambar 3.4

Ruang luar pasar seni

Sumber : www.ancol.co.id

Pasar seni Impian Jaya Ancol menempati areal diantara Gelanggang Samudra dan Gelanggang Renang. Lokasi terletak di tengah kompleks wisata dengan garis tengah $\pm 200 \text{ m}^2$ (1 Ha). Dikelola oleh pihak swasta yaitu PT Pembangunan Jaya Group. Gagasan mendirikan pasar seni ini untuk mendorong semangat berkarya dan berkresai bagi para seniman, di samping membangun jembatan apresiasi antara seniman dan masyarakat.

Pasar seni ini bertaraf nasional yang memasarkan hasil seni dari seluruh Indonesia. Kios yang ada sekarang sebanyak 224 petak kios yang menggelar aneka barang hasil seni , kerajinan dan souvenir mulai dari lukisan , patung , ukir-ukiran. Tidak kalah menariknya adalah koleksi tenun dan batik , serta aksesoris yang terbuat dari batu-batuan , mutiara , dan kerang. di antar kios-kios ini juga ada yang di fungsikan untuk kegiatan bengkel seni, taman pengetahuan populer dan warung spesifik.



Gambar 3.5

Situasi pasar seni dan workshop

Sumber : www.ancol.co.id



Gambar 3.6

Panggung kesenian

Sumber : www.ancol.co.id

Di tengah pasar seni terdapat arena terbuka yang di lengkapi dengan plasa dan panggung kesenian yang memancarkan dinamika seni , dengan pementasan kesenian terasa menghidupkan suasana. Di panggung inilah di pentaskan aneka kesenian dari klasik hingga kontemporer , tradisional maupun modern.

Kelebihan :

- Pola tata ruang luar berbentuk kios-kios kecil sehingga lebih mudah di tata dan sirkulasi menjadi lebih lancar.
- Tempat terbuka sehingga pandangan dapat ke segala arah, luas dan bebas.
- Pencahayaan ditunjang dengan pencahayaan alami.
- Pengaturan barang cukup menarik, sehingga pengunjung menjadi tertarik untuk membeli.
- Parkir yang memutar sekeliling pasar mempermudah akses pengunjung.

Kekurangan :

- Banyak ruang yang kurang efektif.
- Terjadi ending sirkulasi pada sudut-sudut tertentu (system sirkulasi terputus / terdapat beberapa jalan buntu)



- Adanya kegiatan hiburan berupa pentas seni dapat mendatangkan kebisingan , mengganggu kenyamanan dan ketenangan para seniman atau pengrajin khususnya di sekitar pentas seni.

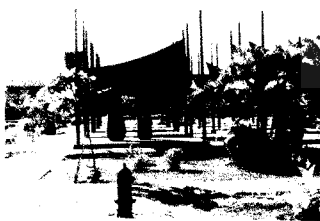
3. Pasar Seni Gabusan yogyakarta.



Gambar 3.7
Pasar Seni Gabusan Yogyakarta.

Sumber : pengamatan lapangan

Pasar seni ini bertaraf lokal yang memasarkan hasil seni khas yogyakarta. Kios yang ada sekarang sebanyak 444 kios yang menggelar aneka barang hasil seni , kerajinan dan souvenir mulai dari lukisan , patung , ukir-ukiran. Tidak kalah menariknya adalah koleksi tenun dan batik , serta aksesoris yang terbuat dari batu-batuan , mutiara , dan kerang. Pasar Seni Gabusan yogyakarta ini juga terdapat pameran terbuka, dan lain-lain.



Gambar 3.8
Situasi Pasar Seni Gabusan Yogyakarta.

Sumber : pengamatan lapangan

Kelebihan :

- Sirkulasi dinamis, tidak terjadi crossing pejalan kaki karena jarak antara massa yang satu dengan massa yang lain saling berjauhan tetapi belum terarah.



- Tempat terbuka sehingga pandangan dapat ke segala arah, luas dan bebas.
- Pencahayaan ditunjang dengan pencahayaan alami.

Kekurangan :

- Banyak ruang yang kurang efektif.
- Pengaturan barang kurang menarik, sehingga pengunjung menjadi kurang tertarik untuk membeli.
- Kejelasan entrance kurang mempunyai daya tarik.
- Penataan landscape kurang menarik.

Kesimpulan :

- Kelemahan pasar seni yang telah ada :
 - Sirkulasi masih sering terjadi crossing pejalan kaki.
 - Pencahayaan buatan membuat barang kerajinan kurang menarik.
 - Open space tidak tersedia.
 - Belum adanya pengelompokan bangunan utama dan pelengkap.
 - Tidak terdapat fasilitas pendukung seperti taman, plaza dan tempat istirahat.
 - Orientasi bangunan kurang jelas.
 - Ruang interaksi dengan lingkungan kurang tercipta.
- Dari kelemahan-kelemahan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pasar seni yang ideal yaitu :
 - Dapat menampung segala aktivitas atau suatu wadah pemusatan barang kerajinan yang sekaligus berfungsi sebagai wadah memasarkan dan memperkenalkan barang kerajinan.
 - Penataan ruang yang sedemikian rupa dengan memadukan unsur sirkulasi yang mengikuti pergerakan pengunjung.
 - Unit penjualan barang kerajinan juga terdapat panggung hiburan yang meramaikan suasana, galeri tempat seniman mengadakan pameran karya seni dan berkarya, juga penataan taman serta bangku untuk beristirahat.
 - Terdapat plaza yang memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk berkomunikasi.



- Bersifat terbuka, luas, pandangan bebas, menerima dan atraktif.
- Beberapa faktor yang terpenting dalam perencanaan pasar seni adalah :
1. Terdapatnya berbagai jenis kegiatan sehingga perlu adanya pembagian area untuk ruang berdasarkan jenis kegiatan yang diwadahi :
 - Area khusus untuk kegiatan penjualan yang berupa unit penjualan.
 - Area khusus untuk kegiatan pengelolaan dan pelayanan.
 - Area khusus untuk kegiatan pendukung seperti pameran dan ruang pementasan.
 - Area untuk kegiatan pelayanan yang bersifat umum seperti lavatory, kantin dan lain-lain.
 2. Sirkulasi pada pasar seni perlu diperhatikan terutama pergerakan pengunjung :
 - Perletakkan kios mengikuti pergerakan pengunjung sehingga pengunjung dapat bergerak leluasa dan nyaman.
 - Fungsi yang terdapat pada pusat kerajinan tidak hanya untuk tempat berjualan tetapi unsur rekreasi juga dimasukkan dengan mengajak pengunjung untuk berjalan-jalan di sekitar arena pusat kerajinan dengan fasilitas untuk bersantai seperti rest area serta fasilitas pendukung lainnya.
 - Penataan sirkulasi untuk ruang luar seperti letak parkir, jalur masuk dan keluar, pencapaian dari parkir ke entrance.
 - Penataan parkir yang memberikan kemudahan dan kelancaran sirkulasi bagi pengunjung, pengelola maupun penjual.
 - Adanya kejelasan dalam pencapaian dari parkir menuju ke lokasi pusat kerajinan.
 - Parkir bagi pengelola mendapatkan lokasi tersendiri.
 - Sirkulasi yang bersifat rekreatif dan bervariasi.
 3. Dalam kegiatan pasar seni kegiatan utamanya adalah mempromosikan barang kerajinan, pameran dan pemasaran.
 4. Diperlukannya adanya workshop atau bengkel kerja agar terjadi komunikasi antara seniman dengan seniman, seniman dengan pengunjung untuk meningkatkan mutu dan kreativitas.