

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Tinjauan Convention Center

##### 2.1.1. Definisi Convention Center

*Convention center* secara umum merupakan sebuah gedung yang dirancang sebagai tempat mengadakan sebuah *Convention*. Menurut Fred Lawson dalam bukunya yang berjudul *Congress, Convention, and Exhibition Facilities* (1981), *Convention* adalah sebuah pertemuan sekelompok orang untuk suatu tujuan yang sama atau untuk bertukar pikiran, pendapat, dan informasi tentang suatu hal yang menjadi perhatian bersama. *Convention Center* merupakan sebuah *venue* yang besar dan mampu mengakomodasi pengunjung dalam jumlah besar. Di dalamnya terdapat fasilitas seperti *auditorium, concert halls, lecture halls, meeting rooms, dan conference rooms*. *Convention Center* juga mampu mengelat sebuah *trade shows* atau pameran. Biasanya *resort, mall, dan hotel* juga bisa menjadi bagian dari sebuah *Convention Center*.

Menurut Fred Lawson dalam bukunya *Congress, Convention, and Exhibition Facilities* (1981), terdapat berbagai bentuk pertemuan yang dapat dilaksanakan dalam sebuah *Convention Center*, antara lain:

1. Kegiatan *Exhibition* dan *Trade Fair*
  - a. *Trade show and fair*, yang mengumpulkan penjual dan pembeli produk barang dan jasa bersama-sama dalam sektor industri tertentu.
  - b. *Consumer show or fair*, yang merupakan pameran terbuka bagi masyarakat umum.
  - c. Campuran antara *trade-consumer show or fair*, masyarakat umum diizinkan mengikuti atau membuka pameran pada hari-hari tertentu saja.
  - d. *Private exhibition*, di mana masing-masing perusahaan atau lembaga menyelenggarakan pameran mereka sendiri untuk menunjukkan produk yang mereka buat kepada khalayak.
  - e. Peluncuran produk, kegiatan yang memperkenalkan barang baru dan layanan yang mungkindi tampilkan dalam perdagangan, pameran pribadi atau keduanya.

## 2. Kegiatan *Convention* dan *Congress*

- a. *Congress*, merupakan pertemuan untuk mendiskusikan atau menetapkan penyelesaian dari permasalahan.
- b. *Convention*, merupakan pertemuan sejumlah orang untuk suatu objek umum atau untuk bertukar pikiran.
- c. *Conference*, merupakan sesi umum dan face to face sebuah kelompok dengan partisipasi dengan tujuan mendapatkan fakta informasi, ataupun menyelesaikan masalah.
- d. Seminar, umumnya tatap muka berbagi pengalaman tentang fakta, di bawah bimbingan seorang pemimpin diskusi.
- e. *Workshop*, umumnya terdiri dari sesi umum bersamaan dengan tatap muka peserta untuk meningkatkan pengetahuan baru, kemampuan, dan wawasan.
- f. Simposium, merupakan diskusi panel dengan diawali pemaparan ahli sebelum sesi audiensi.
- g. Forum, sebuah diskusi panel yang berisi pemaparan dan pendengar memiliki kesempatan untuk berpartisipasi.
- h. Kuliah umum, presentasi resmi oleh seorang ahli yang diikuti dengan sesi tanya jawab.
- i. Panel, dua atau lebih pembicara yang mengemukakan sudut pandang dengan diskusi antar pembicara yang dipimpin oleh moderator.
- j. *Colloquium*, sebuah program dengan penentuan masalah oleh peserta di awal yang kemudian didiskusikan, pemimpin diskusi kemudian membangun program berdasarkan masalah yang paling banyak. Diskusi ini memiliki penekanan sama pada diskusi dan instruksinya.

Dengan fungsi yang mampu menampung pengunjung dalam jumlah banyak di berbagai kegiatan, tentunya dibutuhkan kejelasan tentang kebutuhan ruang sebuah fasilitas MICE atau *Convention Center*. Agar ruang yang dihasilkan tidak terlalu besar atau bahkan tidak mampu menampung jumlah pengunjung yang datang. Sejauh ini gedung fasilitas MICE belum memiliki standar pasti mengenai kebutuhan ruangnya. Namun beberapa organisasi yang bergerak di bidang MICE telah berinisiatif untuk membuat standar ruang berdasarkan pengalaman mereka menyelenggarakan berbagai event.

### 2.1.2. Kebutuhan dan Kapasitas Ruang *Convention Center*

Di seluruh dunia telah banyak dibangun berbagai *Convention Center*. Berbagai *Convention Center* tersebut didesain berdasarkan kebutuhan dan tuntutan dari pelaku/penyelenggara kegiatan (EO/*Event Organizer*, PEO/*Professional Event Organizer*, PCO/*Professional Conference Organizer*, dll). Berdasarkan hal tersebut IAPCO (*International Association of Professional Congress Organizer*) membuat standar kebutuhan dan kapasitas ruang dari sebuah *Convention Center*. Standar tersebut dibuat dengan tujuan untuk mengurangi permasalahan desain yang biasa terjadi sebelumnya. Standar tersebut dibuat dengan asumsi dapat mengakomodasi minimal sebanyak 3500 pengunjung. Berikut adalah tabel standar kebutuhan dan kapasitas ruang yang dibuat oleh IAPCO.

Tabel 2.1 Kebutuhan dan kapasitas ruang *Convention Center*

Kebutuhan ruang	Kapasitas ruang dan keterangan
<i>Auditorium</i>	3500 tempat duduk
<i>Main Halls</i>	Satu lantai dengan lantai datar, dan bisa dibagi dalam empat area
<i>Breakout Rooms</i>	10 ruangan dengan ukuran yang bervariasi (maksimal 400 <i>theatre</i> dan minimal 150 <i>theatre</i> )
<i>Exhibition/ Displays</i>	<i>Poster</i> 10000sqm ( <i>gross</i> ), 5000sqm ( <i>net usable exhibition space</i> ). Satu lantai dengan ruangan bebas kolom.
<i>Other Spaces</i>	Ruang yang fleksibel untuk kantor, <i>ad hoc meetings</i> , sekretariat, <i>speaker preparation</i> , dll.
<i>Foyers</i>	<i>Foyer</i> yang lebar, sehingga dapat digunakan untuk berbagai kegiatan selain sebagai tempat pengunjung berlalu-lalang.

(Sumber: [www.iapco.org](http://www.iapco.org))

Seiring berjalannya waktu perancangan *Convention Center* terus mengalami perkembangan. *Convention Center* dirancang tidak hanya untuk memenuhi sebuah *event* pertemuan formal. Seiring perkembangannya *Convention Center* juga dirancang untuk keperluan konser, *show*, teater, bahkan bisa juga memenuhi keperluan *sport*. Semua kegiatan tersebut sekarang tergabung dalam sebuah industri besar yang bergerak dibidang pariwisata yang biasa disebut MICE. Industri ini mampu memberikan keuntungan yang sangat besar bagi penyelenggaranya. Oleh sebab itu banyak negara di seluruh dunia berlomba-lomba mengembangkan industri.

## 2.2. Tinjauan MICE

### 2.2.1. Definisi MICE

MICE merupakan singkatan dari *Meeting, Incentive, Convention/Conference, Exhibition*. MICE adalah sebuah kegiatan kepariwisataan yang merupakan perpaduan antara *lisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama (Kesrul, 2004). Industri ini tidak hanya sekedar sebuah industri yang bergerak dibidang jasa pariwisata. Industri ini juga dikenal sebagai sebuah industri dengan pertumbuhan paling pesat dalam sektor kepariwisataan dalam satu dekade terakhir. Terdapat berbagai bidang berbeda yang tergabung dalam industri ini seperti perdagangan, jasa travel dan transportasi, rekreasi, akomodasi, penyelenggaraan acara, informasi teknologi, dan keuangan (Seebaluck et al, 2013). Sesuai dengan namanya, kegiatan MICE mewadahi berbagai bentuk kegiatan seperti:

- *Meeting*, adalah sebuah kegiatan yang mempertemukan sekumpulan orang secara kolektif untuk mendiskusikan sebuah permasalahan yang menjadi kepentingan bersama.
- *Incentive*, adalah hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi kepada karyawan, klien, atau konsumen (yang bentuknya bisa berupa uang, paket wisata, atau barang) sebagai motivasi untuk meningkatkan kinerja agar target perusahaan atau organisasi dapat tercapai.
- *Conference/Convention*, adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama dengan tujuan diskusi, mencari informasi, bertukar informasi, berkonsultasi dan memecahkan sebuah permasalahan.
- *Exhibition*, adalah sebuah kegiatan yang bertujuan mempertemukan berbagai *supplier*, yang di mana para *supplier* tersebut dapat mempromosikan produk mereka kepada peserta *exhibition* (Seebaluck et al, 2013).

Seiring perkembangannya kegiatan MICE tidak hanya tentang kegiatan-kegiatan formal seperti yang sudah dijabarkan di atas. Kegiatan-kegiatan lain seperti olahraga; pertandingan profesional, lomba, kompetisi nasional maupun internasional, seni; konser, peragaan busana, festival, dan acara pribadi; pernikahan, pesta ulang tahun juga dapat digolongkan sebagai kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan MICE.

### 2.2.2. Faktor Pemilihan Venue Kegiatan MICE

Untuk melaksanakan sebuah kegiatan MICE tentu saja diperlukan berbagai fasilitas penunjang. Fasilitas penunjang yang dimaksud adalah sebuah fasilitas yang mampu menjadi tempat perhelatan berbagai kegiatan MICE. Berikut adalah tabel fasilitas penunjang MICE:

Tabel 2.2 Fasilitas penunjang MICE

	<i>Metting/Pertemuan</i>	<i>Exhibition/Pameran</i>
<i>Purpose designed</i>	<i>Executive Conference Centres, Congress/Convention/Conference Centres, Multi-use Auditorium</i>	<i>Visitor Centres, Art Galleries, Museums, Science/Life Centres, Exhibition Centres, Convention Centers</i>
<i>Adaptable use</i>	<i>Convention Hotel, Function Rooms, Theatres, Concert Halls, Public Halls, Universities, Colleges, Arenas</i>	<i>Sport Halls, Hotel Ballrooms, Public Concourses, Foyers</i>
<i>Occasional use</i>	<i>Libraries, Art Galleries, Museums, Stadiums</i>	<i>Open Air Ground</i>

(Sumber: Lawson, Fred. 1981 *Congress, Convention, and Exhibition Facilities*)

Penentuan tempat penyelenggaraan kegiatan MICE tentunya menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan. Dengan pemilihan tempat yang tepat, dapat membantu mensukseskan kegiatan MICE tersebut (Palupi & Uhai, 2011). Terdapat sembilan faktor yang dapat menentukan pemilihan tempat atau *venue* penyelenggaraan kegiatan MICE, yaitu:

1. Memiliki kapasitas yang besar sehingga mampu menampung pengunjung dalam jumlah banyak (*capacity*).
2. Memiliki ruang-ruang fungsional dengan kondisi yang baik dan fasilitas yang berkualitas (*condition*).
3. Venue yang nyaman dengan akses yang baik, memiliki peralatan transportasi, fasilitas parkir yang baik, memiliki tempat rekreasi pendukung (*convenience*).
4. Pembiayaan seperti kelonggaran dalam kontrak penyewaan, biaya tax and service, penyewaan peralatan konvensi, penyewaan fasilitas ruangan, biaya sewa gedung (*cost*).
5. Memiliki legalitas hukum, kejelasan dalam penggunaan ruangan dan venue, memperhatikan keinginan konsumen saat ada perubahan atau renovasi (*constraints*).

6. Memiliki kapabilitas dalam penyediaan peralatan konvensi, menyediakan personel untuk membantu selama kegiatan berlangsung, memiliki peralatan K3 (*capability*).
7. Memiliki ciri khas seperti, gaya yang unik, memiliki tema, dan tanggap iklim (*cachet*).
8. Memiliki fitur bangunan yang bagus, dekorasi yang baik, memiliki desain yang baik (*configuration*).
9. Memiliki fasilitas yang tanggap bencana seperti peralatan kebakaran, menyediakan fasilitas kesehatan, menyediakan ijin minuman keras, memiliki sistem keamanan yang baik, dan memenuhi standar keselamatan kerja (*compliance*) (Palupi & Uhai, 2011).

Industri MICE dan *Convention Center* merupakan dua hal yang saling berkaitan. Semakin berkembangnya industri MICE semakin bertambah pula kebutuhan dari kegiatan MICE tersebut. Hal tersebut yang menjadikan desain sebuah *Convention Center* akan selalu mengalami perkembangan teknologi, fungsi, bahkan tampilan visual bangunan.

### 2.3. *Convention Center* dalam Konteks Semiotika

*Convention Center* merupakan sebuah *venue* yang biasa digunakan untuk menyelenggarakan kegiatan berskala nasional maupun internasional. Tidak jarang setiap *Convention Center* di seluruh dunia berlomba-lomba untuk menunjukkan identitas masing-masing. Dengan keadaan tersebut sebuah *Convention Center* juga bisa menjadi salah satu media promosi pariwisata. Salah satu cara manusia berkomunikasi adalah melalui tanda dan semiotika adalah ilmu yang membahas tentang tanda tersebut. Hubungan antara *Convention Center* dan semiotika adalah untuk membantu menterjemahkan apa saja yang coba dikomunikasikan dari sebuah objek *Convention Center* kepada pengunjungnya dan bagaimana *Convention Center* akan mampu dimaknai sebagai sebuah *Convention Center* oleh pengunjungnya. Kita dapat membagi komponen yang terdapat di dalam sebuah *Convention Center* sesuai dengan unsur-unsur dalam semiotika. Karena sebuah rancangan *Convention Center* juga memiliki unsur-unsur seperti massa, bentuk, fungsi, konstruksi; sintaksis, lokasi, teknologi; pragmatik, dan makna; semantik. Hal tersebut dapat diketahui dengan mengkaji objek *Convention Center* yang sudah ada.

## 2.4. Tinjauan Semiotika

### 2.4.1. Definisi Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Struktur, jenis, tipologi, serta relasi-relasi tanda dan penggunaannya dalam masyarakat merupakan hal-hal yang dipelajari dalam semiotika. Pada dasarnya semiotika merupakan sub bidang dalam ilmu sastra dan komunikasi. Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Pierce merupakan dua orang yang dianggap sebagai perintis semiotika. Sampai sekarang buah pemikiran mereka menjadi dasar pemikiran yang dikembangkan oleh para ahli semiotika di seluruh dunia.

Tanda pada dasarnya merupakan alat untuk melakukan komunikasi. Semiotika yang dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure terfokus pada bidang linguistik (bahasa). Saussure beranggapan bahwa linguistik merupakan media komunikasi yang secara alamiah dilakukan oleh manusia. Menurut Saussure bahasa merupakan kumpulan tanda-tanda yang berbeda, tergantung budayanya. Ferdinand de Saussure menilai proses penandaan terjadi akibat dua hal yaitu penanda dan petanda. Penanda dan petanda merupakan dua hal yang saling melengkapi. Materi yang dilontarkan oleh penanda akan di cerna oleh petanda, kemudian terjadilah sebuah proses komunikasi (linguistik). Tanda dapat bekerja karena terjadi sebuah aturan yang tanpa disadari telah disepakati oleh lingkungan tertentu. Selain itu tanda juga dapat bekerja karena terdapat perbedaan antara satu tanda dengan tanda yang lain (Cobley & Jansz, 2002).

Sedangkan Charles Sanders Pierce memandang semiotika secara lebih luas. Pierce menganggap bahwa tanda dan pemaknaannya terbentuk dari tiga hal, yaitu tanda/representamen, objek, dan *interpretant*. Berbeda dengan Saussure yang menilai proses penandaan terjadi akibat hubungan timbal balik antara penanda dan petanda, Pierce menilai penandaan terjadi akibat interaksi antara tanda dan objek sedangkan *interpretant* adalah sebuah hasil dari interaksi tersebut. Pierce membagi hubungan antara objek dan tanda menjadi dua yaitu objek representasi; objek yang di representasikan oleh tanda dan objek dinamis; objek yang mampu merangsang terciptanya tanda. Sedangkan *interpretant* sendiri adalah hasil dari interaksi antara tanda dengan objek dan berpotensi menghasilkan tanda baru. Siklus tanda antara

representamen (tanda), objek, dan interpretant tersebut terus berlangsung tanpa batas (Cobley & Jansz, 2002).

Dari tiga subjek semiotika yang dibahas sebelumnya, Pierce mengklasifikasikan lagi tanda berdasarkan pembentuknya, objeknya, dan pemaknaannya. Berdasarkan proses pembentukan tanda Pierce membagi tanda menjadi tiga jenis, yaitu :

1. *Qualisign*, adalah tanda yang terbentuk berdasarkan sifatnya/kualitasnya.
2. *Sinsign*, adalah tanda yang terbentuk berdasarkan suatu kejadian, bentuk, atau rupa yang khas dan orisinal.
3. *Legisign*, adalah tanda yang terbentuk berdasarkan suatu aturan atau hukum tertentu (Dharma, 2013).

Berdasarkan relasi objeknya Pierce membagi tanda menjadi tiga jenis, yaitu :

1. Ikon, adalah tanda yang menyerupai objek benda yang diwakilinya atau tanda yang menggunakan kesamaan ciri-ciri dengan yang dimaksudkan.
2. Indeks, adalah tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan sesuatu yang diwakilinya.
3. Simbol/lambang, adalah tanda yang di tentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau kesepakatan bersama (Dharma, 2013).

Berdasarkan pemaknaannya Pierce membagi tanda menjadi tiga jenis, yaitu :

1. *Rheme*, adalah tanda yang dianggap sebagai sebuah kemungkinan.
2. *Dicent*, adalah tanda yang dianggap sebagai sesuatu yang nyata (suatu fakta).
3. *Argument*, adalah tanda yang dianggap sebagai sesuatu yang mengesahkan suatu tanda sebagai sebuah tanda (Cobley & Jansz, 2002).

Bagi Pierce yang merupakan pakar dalam bidang filsafat dan logika, manusia hanya bisa bernalar melalui tanda. Dalam pemikirannya logika sama dengan semiotika, dan semiotika dapat di terapkan dalam berbagai tanda. Melalui tanda memungkinkan kita berpikir dan berkomunikasi dengan orang lain, serta memaknai apa yang ditampilkan oleh alam semesta (Mudjiyanto & Nur, 2013). Jika dikaitkan dengan penggunaannya pada masa sekarang, berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa teori semiotika dapat juga digunakan dalam bidang-bidang lain termasuk arsitektur. Arsitektur tidak pernah lepas dari tanda karena pada masa



sekarang ini orang-orang juga mulai memaknai karya arsitektur sebagai sebuah wujud komunikasi yang bisa dimengerti.

#### 2.4.2. Semiotika Dalam Arsitektur

Umberto Eco berpendapat bahwa Pierce telah menghadirkan secara lebih luas. Eco menyimpulkan bahwa bagi Pierce semiotika meliputi tindakan (*action*), pengaruh (*influence*), dan kerjasama dari tiga subjek; tanda (*sign / representamen*), objek (*object*), dan interpretan. Subjek disini bukan berarti manusia, melainkan sebuah entitas semiotika yang sifatnya abstrak. Pendekatan Pierce ini kemudian dikembangkan dan disistematiskan dalam lingkup yang lebih luas. Eco mendefinisikan tanda sebagai “sesuatu” yang mewakili “sesuatu” yang lain atas dasar konvensi masyarakat. Jadi pada dasarnya tanda pada semiotika dapat ditemui di mana saja dan dapat mewakili apa saja. Dalam lingkup budaya Umberto Eco berpendapat bahwa semiotika dapat digunakan untuk mengamati tanda – tanda yang sifatnya empiris dan indrawi. Pada ranah budaya desain dan arsitektur terdapat dua jenis sistem tanda yang berhubungan dengan dua hal tersebut yaitu,

- a. Komunikasi visual (*Visual Communications*), kajian yang meliputi sistem grafis, sistem warna, tanda – tanda ikon, simbol, fenomena visual dalam komunikasi massa, iklan, komik, uang, kartu permainan, pakaian, arsitektur, peta geografi, film, dan lain sebagainya.
- b. Sistem objek (*System of Objects*), meliputi arsitektur dan objek – objek secara umum (Sachari, 2006).

Arsitektur merupakan tanggapan terhadap perubahan-perubahan dan perbedaan yang terjadi dalam lingkungan masyarakat (iklim, situasi ekonomi, ilmu pengetahuan, kepercayaan, dll). Oleh karena itu arsitektur juga merupakan sebuah bentuk komunikasi dalam menanggapi hal-hal tersebut. Arsitektur dapat dipahami sebagai sebuah bahasa atau tatanan bahasa yang menggunakan simbol sebagai media komunikasi untuk menghadirkan sebuah kenyataan tentang sesuatu yang terjadi di sekitar (Gawlikowska, 2013). Hubungan antara bidang sastra dan arsitektur sering sekali diilustrasikan dan dikaitkan. Perbedaan kedua bidang ini hanya terletak pada pusat perhatiannya, jika dalam bidang sastra yang menjadi pusat perhatian adalah “kata bahasa” sedangkan dalam bidang arsitektur yang menjadi pusat perhatian adalah “elemen visual dan spasial” (Zahnd, 2009). Ketika arsitektur

dikategorikan sebagai sesuatu yang dapat dibaca dan dipahami oleh pengamatnya maka unsur-unsur dalam arsitektur dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Sintaksis, adalah unsur yang membahas mengenai kerjasama / kombinasi / susunan antar tanda.
2. Semantik, adalah unsur yang membahas mengenai hubungan tanda dengan yang dinyatakan (realitas) pemaknaannya.
3. Pragmatik, adalah unsur yang membahas mengenai hubungan tanda dengan penggunaannya (Zahnd, 2009).

Dari masing-masing unsur tersebut terdapat berbagai aspek dan variabel pembentuk unsur-unsur tersebut. Sintaksis dalam arsitektur bisa juga dianggap sebagai pembacaan arsitektur dari apa yang terlihat oleh mata. Sintaksis dalam arsitektur melibatkan empat aspek pembentuknya yaitu :

- a. Sintaksis massa, memperhatikan semua kombinasi elemen arsitektur yang berkaitan dengan massa.
- b. Sintaksis ruang, memperhatikan semua kombinasi elemen arsitektur yang bersifat spasial atau berkaitan dengan ruang.
- c. Sintaksis fungsi, memperhatikan semua kombinasi elemen arsitektur yang berkaitan dengan fungsi.
- d. Sintaksis konstruksi, memperhatikan semua kombinsai elemen arsitektur yang berkaitan dengan konstruksi (Zahnd, 2009).

Saat ini arsitektur merupakan sebuah wujud komunikasi yang dapat diamati, dibaca, dan dipahami. Semua itu akan percuma ketika komunikasi tersebut hanya dilakukan secara teknis tanpa ada makna didalamnya. Semantik merupakan bagian yang membahas tentang makna dan arti dalam berbagai elemen pembentuk arsitektur. Terdapat empat aspek yang dibahas dalam semantik arsitektur, yaitu :

- a. Referensi, sebuah objek arsitektur memiliki ciri-ciri yang dapat dihubungkan dengan kode tertentu yang dikenal umum.
- b. Relevansi, sebuah objek arsitektur memiliki ciri-ciri yang dapat dihubungkan dengan hirarki tertentu yang dikenal umum.
- c. Maksud, sebuah objek arsitektur memiliki ciri-ciri yang dapat dihubungkan dengan fungsi tertentu yang dikenal umum.

- d. Ekspresi, sebuah objek arsitektur memiliki ciri-ciri yang dapat dihubungkan dengan nilai tertentu yang dikenal umum (Zahnd, 2009).

Tidak semua aspek tersebut harus digunakan sekaligus dalam sebuah perancangan arsitektur. Penggunaannya cukup disesuaikan dengan objek yang akan dirancang. Untuk memperjelas setiap aspek semantik arsitektur tersebut terdapat lima variabel semantik yang dilibatkan, yaitu :

- a. Bentuk/wujud
- b. Ukuran/skala
- c. Pola/susunan
- d. Bahan/konstruksi
- e. Letak/posisi (Zahnd, 2009).

Dalam sebuah perancangan tidak cukup hanya dengan mengedepankan aspek yang berhubungan dengan objek saja. Salah satu aspek lainnya yang penting adalah aspek yang berhubungan dengan penggunaannya. Aspek pragmatik merupakan aspek yang berkaitan antara hasil rancangan dengan penggunaannya. Hal ini menyangkut bermanfaat atau tidaknya sebuah hasil rancangan. Terdapat beberapa variabel yang menentukan tercapainya aspek pragmatik dalam arsitektur, yaitu:

- a. Yang membangun
- b. Penghuni/pemakai
- c. Fungsi/kegunaan
- d. Waktu/lama pembangunan
- e. Lokasi
- f. Teknik pembangunan
- g. Teknik bangunan
- h. Pihak yang terlibat
- i. Sarana dan prasarana (Zahnd, 2009).

Semiotika arsitektur memiliki berbagai aspek dan variabel yang secara umum terdapat pada setiap desain arsitektur. Dengan demikian kita akan mampu mengamati sebuah desain arsitektur dan apa yang coba dikomunikasikan melalui desain tersebut. Salah satu tujuan dari pengkajian sebuah objek arsitektural dengan menggunakan pendekatan semiotika adalah untuk mencari sebuah kriteria tertentu

dari objek tersebut. sehingga setiap orang akan mampu mengidentifikasi langsung fungsi dan kegunaan dari objek tersebut atau bahkan memaknai kembali objek tersebut.

## 2.5. Objek Sampel

Terdapat berbagai macam *Convention Center* diseluruh dunia. Dari *Convention Center* tersebut akan dipilih beberapa yang akan dijadikan objek komparasi. Objek komparasi merupakan sebuah objek yang nantinya akan dianalisa dan dijadikan pembanding objek proses perancangan. Berikut merupakan *beberapa Convention Center* yang dijadikan sebagai objek komparasi.

### 1. *Vancouver Convention Center East & West Building*

*Vancouver Convention Centre* terletak di Kota Vancouver, British Columbia, Canada. *Convention Center* ini merupakan salah satu yang terbesar di Canada. Bangunan ini memiliki konsep *waterfront* dan *green building* dengan dua bangunan utama, yaitu gedung timur (*Canada Place*) dan gedung barat. Gedung timur pertama kali dibuka pada tahun 1986, dan digunakan sebagai tempat penyelenggaraan Expo Vancouver 86. Kemudian pada tahun 2009 untuk pertama kalinya gedung barat dibuka. Seiring perkembangannya bangunan ini mulai tumbuh menjadi salah satu *Convention Center* terkemuka di dunia. *Vancouver Convention Centre* memiliki fasilitas utama seperti ruang *meeting*, *exhibition hall*, *ballroom*. Bangunan ini telah banyak mendapat penghargaan dibidang industri pariwisata (MICE) maupun dibidang arsitektur.



Gambar 2. 1 *Vancouver Convention Center East & West Building* (Sumber: [www.google.com](http://www.google.com))

## 2. *Qatar National Convention Center*

*Qatar National Convention Center* terletak di Gharafat al Rayyan, the Dukhan Highway, Doha, Qatar. *Convention Center* ini merupakan bagian dari the Qatar Foundation. Resmi dibuka pada tahun 2011 QNCC telah memenangkan berbagai penghargaan seperti *Convention Center* terbaik di Timur Tengah pada 2012 dan *event venue* terbaik di Timur Tengah pada 2013. Bangunan ini di desain dengan menggunakan konsep ramah lingkungan, konservasi air, penghematan energi dan lain sebagainya. Fasilitas utama yang dimiliki oleh QNCC *meetings rooms*, *exhibition space* dengan sembilan *hall*, *Conference hall*, dan lain sebagainya.



Gambar 2. 2 *Qatar National Convention Center* (Sumber: [www.google.com](http://www.google.com))

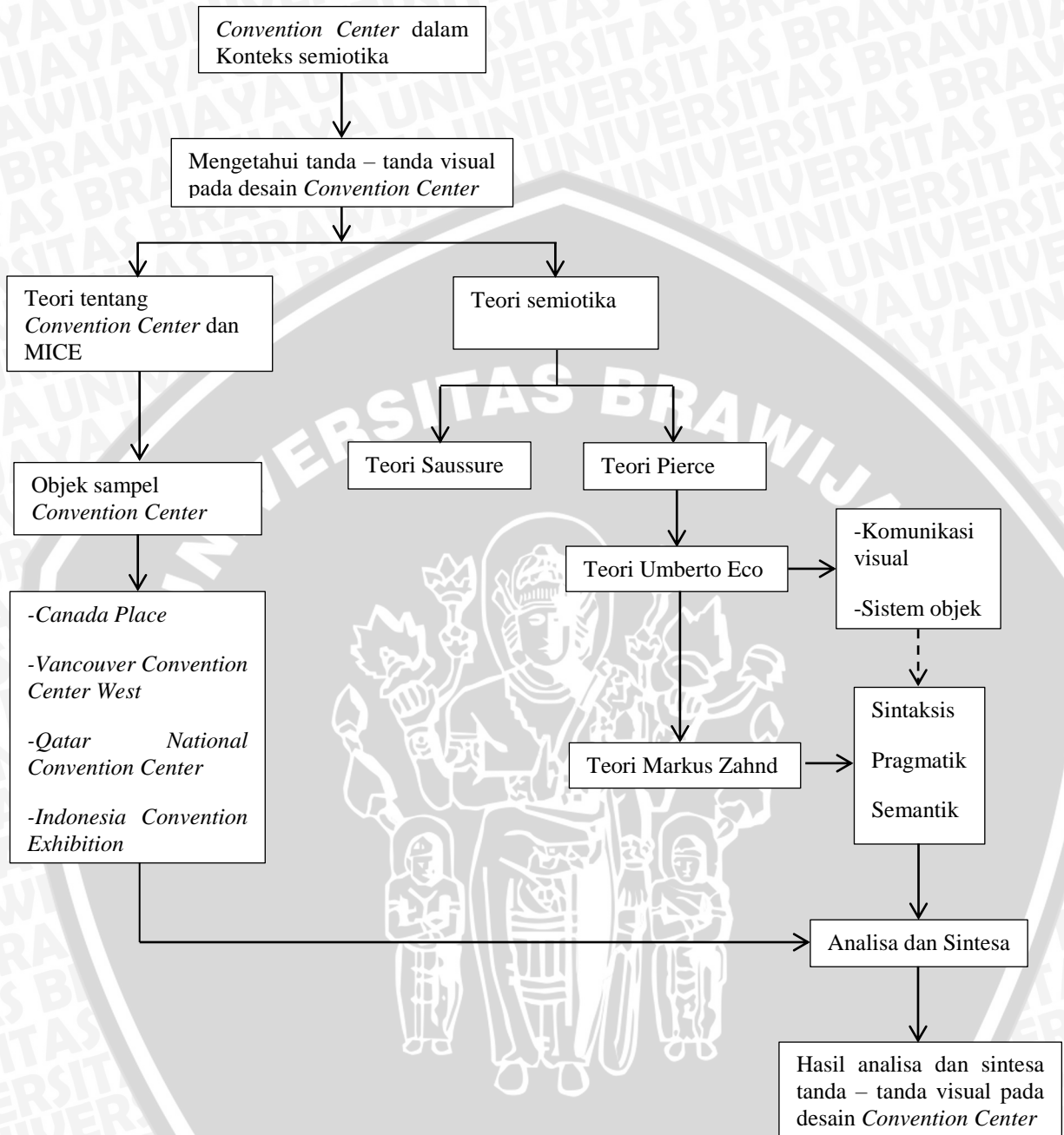
## 3. *Indonesia Convention Exhibition*

*Indonesia Convention Exhibition* terletak di BSD (Bumi Serpong Damai) City, Tangerang, Indonesia. Untuk saat ini *Indonesia Convention Center* merupakan *Convention Center* terbesar di Indonesia dan muncul sebagai tujuan industri MICE baru di Indonesia. Bangunan yang resmi dibuka pada tahun 2015 ini memiliki fasilitas utama yaitu sepuluh *exhibition hall* yang fleksibel dan merupakan salah satu yang terbanyak dan terbesar di Indonesia, *meeting room*, *ballroom*, dan *convention hall*.



Gambar 2. 3 *Indonesia Convention Exhibition* (Sumber: [www.google.com](http://www.google.com))

## 2.6. Kerangka Teori



Gambar 2. 4 Kerangka teori