

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Fenomena arsitektur pasar seni

Sebuah kota terbentuk karena adanya pola aktivitas masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masing-masing yang kemudian membangkitkan berbagai aktivitas lainnya. Corak setiap kota akan berbeda-beda sesuai dengan cara hidup masyarakatnya. Setiap kota akan mengekspresikan aktivitas dan karakter kehidupan kota dan masyarakat, yaitu ekspresi yang akan memperkuat identitas yang membedakan suatu kota dengan kota yang lainnya. Isu mengenai identitas kota ini menimbulkan kebutuhan akan suatu wadah yang dapat mengemas lokalitas sebagai *city branding*. Hal ini dapat diwujudkan dengan adanya pasar seni sebagai fungsi sosial, komersil, dan edukasi. Pada suatu kota, keberadaan pasar seni merupakan bagian dari penggerak aktivitas masyarakat serta sebuah simbol identitas daerah.

Selain kegiatan utama transaksi jual-beli, pada pasar seni juga terdapat suatu aktivitas sosial budaya. Berbagai macam aktivitas yang diwadahi pada pasar seni, seperti jual-beli hasil karya seni, pameran karya seni, *workshop* langsung dari seniman kepada para pengunjung yang juga ingin belajar berkarya dan pertunjukan dari artis-artis lokal yang digelar yang dapat dinikmati langsung oleh para pengunjung, serta kegiatan-kegiatan guna pengembangan dari seni itu sendiri. Pasar seni merupakan fasilitas yang mengakomodasi wisata belanja dan aktivitas seni. Bangunan fisik pasar seni dituntut dapat mewadahi fungsi dan segala pola aktivitas didalamnya. Pada perancangan pasar seni yang sudah ada sebelumnya dirancang hanya sebatas mewadahi aktivitas saja. Pasar seni memiliki peran untuk mempopulerkan seni dan budaya lokal sebagai fungsi komersil dan edukasi untuk masyarakat luas. Pasar Seni sebagai ruang publik dan identitas suatu kota, maka harus dirancang dengan wujud arsitektural yang mampu mengkomunikasikan makna didalamnya. Dengan tuntutan tersebut, maka diperlukan tanda yang dapat disepakati masyarakat bersama untuk membentuk identitas kota.

Pasar Seni memiliki jenis berbeda-beda, yaitu pasar seni khas, pasar seni budaya dan pasar seni kontemporer (Susdiana, 2012:28). Mayoritas pasar seni berada di kota-kota destinasi wisata dengan aktivitas utama menjual barang-barang hasil produk daerah masing-masing sebagai oleh-oleh. Beberapa pasar seni yang beroperasi untuk mempromosikan hasil produk khas daerahnya antara lain, Pasar Seni Sukowati di Bali, Pasar Beringharjo di Yogyakarta, dan Pasar Gabusan di Yogyakarta. Selain itu, beberapa pasar seni lainnya menunjukkan atmosfer budaya dan bagaimana cara hidup masyarakat sekitar, seperti mayoritas pasar apung di Thailand yang terkenal dengan suasana otentik pasar tradisional. Tetapi ada juga Pasar Seni yang aktivitas utamanya adalah menghimpun para seniman kontemporer lokal untuk menggelar aktivitas seni dengan memamerkan produk-produk hasil karyanya, seperti Pasar Seni Ancol di Jakarta. Secara fisik pasar seni yang sudah terbangun memiliki ciri objek arsitektur yang berbeda-beda, sehingga sampai saat ini belum ada kriteria perancangan pasar seni secara spesifik.

Sebagai fasilitas sebuah kota yang dapat mengangkat identitas kota dan penunjang koridor wisata, maka pasar seni yang dimaksud pada teori yang disebutkan oleh Susdiana (2012:28) merupakan pasar seni budaya dan khas. Pasar Seni budaya dan khas ini memiliki konten dan konteks yang dapat mencerminkan corak dari kota tersebut. Pasar seni budaya memiliki aktivitas dapat menunjukkan cara hidup dan interaksi dari masyarakat lokal setempat. Sedangkan pada pasar seni khas memperdagangkan kerajinan khas setempat. Dalam hal ini, kriteria desain pasar seni yang dibutuhkan adalah pasar seni yang mampu mengangkat identitas dari kotanya.

1.1.2 Semiotika arsitektur sebagai alat komunikasi lokalitas daerah

Sebagai ruang publik dan objek wisata sebuah kota, pasar seni dituntut untuk mampu mengkomunikasikan wajah atau identitas kotanya. Dalam hal ini, komunikasi yang dimaksud adalah tanda-tanda atau simbol arsitekturnya. Wujud arsitektur pasar wisata mengandung muatan konotatif mengenai konten dari bangunannya. Selain pemaknaan sebuah objek melalui simbol-simbol arsitektur, pada variabel semiotika arsitektur juga dibahas terkait sistem tanda antara unsur-unsur pembentuk kefungisian bangunan dengan aktivitas pengguna, hubungan antara wujud dan pola konfigurasi visual pada arsitektural sebuah objek fungsi, dan hubungan makna dan komposisi sebuah objek fungsi dari wujud arsitekturalnya.

Sebagai ilmu tentang tanda, semiotika memandang arsitektur secara lebih utuh lewat wujud komunikasi visual. Komunikasi ini dapat menerjemahkan suatu nilai yang

termuat di dalamnya Dalam arsitektur, semiotika adalah merupakan bahasa tanda yang memberikan informasi kepada pengamat lewat bentuk fisik tertentu. Semiotika arsitektur tidak hanya sebatas makna yang disimbolkan pada wujud fisiknya, tetapi untuk memahami semiotika dalam arsitektur menuntut pemahaman holistik dari aspek bentuk dan fungsi. Sehingga, proses pemaknaan sebuah wujud bangunan yang ingin disampaikan oleh perancang, akan mampu atau setidaknya diterima oleh setiap individu pemakai/pengguna bangunan tersebut. Pemaknaan sebuah objek arsitektural diharapkan akan mampu mengartikan nilai esensial terselubung tidak hanya terbatas pada bentuk atau tampak saja akan tapi dalam bentuk yang dapat diidentifikasi melalui pengamatan mendalam.

Sistem tanda atau simbol erat kaitannya dengan relasi antara yang satu dengan yang lainnya, yaitu hubungan antara wujud dan pola, kefungsiian dengan pemakai dan denotasi dengan penafsiran. Wujud arsitektural pasar seni sebaiknya mengandung sistem tanda untuk dapat mengkomunikasikan konten bangunannya. Pasar seni dalam konteks semiotika akan dilihat dari sudut pandang yang berbeda dari prespektif formal pada umumnya. Beberapa hal yang akan ditinjau pada objek pasar seni yaitu sistem kombinasi visual dari setiap elemen hingga membentuk suatu kesatuan yang membedakannya dengan pasar yang lain, aspek kefungsiian terkait pengguna dan realitas pembangunan dalam rancangannya, dan makna-makna yang diwujudkan dalam arsitektur pasar seni. Perlu adanya tinjauan tentang semiotika arsitektur pada pasar seni secara visual sebagai pendekatan dalam pemecahan maupun tolak ukur perancangan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut merupakan identifikasi masalah dari latar belakang di atas, antara lain:

1. Belum ada kriteria perancangan pasar seni secara spesifik, karena secara fisik pasar seni yang sudah terbangun memiliki ciri objek arsitektur yang berbeda-beda.
2. Pasar seni harus mampu mengangkat lokalitas dan identitas kota melalui wujud arsitekturnya.
3. Perlu adanya studi tentang hubungan antara pola dan konfigurasi visual pada arsitektur pasar seni.
4. Perlu adanya studi mengenai kefungsiian, unsur-unsur pembentuk ruang dan aktivitas di dalam pasar seni
5. Perlu adanya studi mengenai makna yang diwujudkan dalam arsitektur pasar seni.

6. Perlu ada tinjauan mengenai semiotika, ilmu tentang tanda dan simbol yang merupakan alat komunikasi dari nilai-nilai lokal yang terbentuk dalam aktivitas pasar seni sebagai metode pemecahan masalah.

1.3 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan masalah yang akan diselesaikan, adalah: bagaimana kriteria desain pasar seni dengan pendekatan semiotika arsitektur?

1.4 Batasan Masalah

Untuk memudahkan studi, penulis membatasi ruang lingkup bahasan dan masalah sebagai berikut:

1. Kriteria desain Pasar Seni yang dimaksud adalah kriteria desain visual pasar seni yang mampu mengangkat lokalitas dan identitas kota setempat.
2. Kriteria desain Pasar Seni didapat dari hasil studi literatur dan penelusuran objek komparasi dengan metode struktur semiotika.
3. Sampel objek studi kasus komparasi merupakan pasar seni yang memiliki ciri arsitektur yang khas di kawasan Asia.
4. Semiotika sebagai pendekatan pemecahan masalah menggunakan variabel sintaksis, pragmatis, semantik (bentuk-fungsi-makna).
5. Hasil akhir berupa kriteria perancangan Pasar Seni dengan pendekatan semiotika arsitektur.

1.5 Tujuan

Adapun tujuan dari studi ini adalah: merumuskan kriteria desain pasar seni dengan pendekatan semiotika arsitektur.

1.6 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari studi ini adalah:

1. Akademisi

Memberikan masukan tentang tinjauan semiotika arsitektur pada pasar seni sebagai metode untuk menggali lebih dalam segala potensi seni budaya di berbagai daerah, serta sebagai pelestarian akan kekayaan seni dan budaya kota. Hasil kriteria desain pasar seni dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Praktisi

Memberikan masukan dan penjelasan kajian mengenai semiotika arsitektur pada perancangan pasar seni di berbagai daerah yang dapat mewakili lokalitas daerah. Khususnya pada potensi seni, budaya dan perekonomian daerah.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada studi ini dibagi menjadi beberapa tahapan, antara lain:

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang kajian pasar seni dengan pendekatan semiotika arsitektur. Identifikasi masalah yang ingin difokuskan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan studi, sistematika pembahasan, dan kerangka pemikiran secara umum.

2. BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tinjauan teoritik yang berkaitan dengan pasar seni dan semiotika arsitektur. Pustaka berupa teori, standar dan kriteria desain pasar seni maupun semiotika.

3. BAB III Metode

Bab ini membahas metode yang digunakan dalam memecahkan permasalahan, metode pemilihan objek sampel komparasi, objek sampel komparasi pasar seni, metode pengumpulan data, jenis data yang dibutuhkan, metode analisis, metode penelitian serta kesimpulan.

4. BAB IV Pembahasan dan Hasil

Bab ini berisi analisis semiotik kriteria desain pasar seni yang telah ditemukan pada studi literatur dengan objek studi komparasi yang telah dipilih, sintesis dari hasil kesimpulan analisis komparasi menjadi kriteria desain pasar seni, dan hasil berupa kriteria perancangan pasar seni dengan pendekatan semiotika arsitektur.

5. BAB V Kesimpulan

Bab ini berisi ke kesimpulan yang didapat dari hasil kajian serta saran penulis untuk penelitian selanjutnya.

1.8 Kerangka Berpikir

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan pada penelitian ini maka disusun kerangka pemikiran yang menunjukkan proses munculnya judul penelitian, permasalahan, serta tujuan yang ingin dicapai, sebagai berikut:

Isu dan Permasalahan

1. Pasar Seni sebagai ruang pameran produk lokal dituntut untuk mampu mengkomunikasikan konten tersebut.
2. Belum ada kriteria perancangan pasar seni secara spesifik yang mampu mengangkat identitas dan lokalitas setempat.
3. Semiotika sebagai alat untuk mengkomunikasikan kesenian lokal daerah diharapkan mampu menyelesaikan masalah.

Identifikasi Masalah

1. Belum ada kriteria pasar seni, karena perbedaan ciri fisik objek arsitektur pasar seni yang sudah ada.
2. Kriteria pasar seni yang dibutuhkan yaitu pasar seni yang mampu mengangkat identitas dan lokalitas kota setempat.
3. Perlu adanya studi mengenai unsur-unsur pembentuk ruang dan aktivitas serta makna konotasi secara visual di dalam Pasar Seni.
4. Perlu ada tinjauan mengenai semiotika dari nilai-nilai lokal Pasar Seni.

Rumusan Masalah

Bagaimana kriteria desain Pasar Seni dengan pendekatan semiotika arsitektur?

Batasan Masalah

1. Kriteria desain Pasar Seni yang dimaksud adalah pasar seni yang mampu mengangkat lokalitas dan identitas kota setempat.
2. Kriteria desain Pasar Seni secara umum dapat dari studi literatur dan penelusuran objek komparasi dengan metode struktur semiotika.
3. Sampel objek studi kasus pada pasar seni dengan konsep pasar seni khas dan/atau pasar seni budaya yang sudah terbangun.
4. Semiotika sebagai pendekatan pemecahan masalah menggunakan variabel pragmatis, sintaksis, semantik (fungsi-pola-makna).
5. Hasil akhir berupa kriteria perancangan Pasar seni.

Tujuan

Merumuskan kriteria desain Pasar Seni dengan pendekatan semiotika arsitektur.

Manfaat

1. Bagi Praktisi: Masukan kajian teori mengenai Semiotika Arsitektur pada perancangan Pasar Seni di berbagai tempat yang dapat mewakili lokalitas daerah.
2. Bagi Akademisi: Memberikan masukan tentang tinjauan Semiotika Arsitektur pada Pasar Seni sebagai metode untuk menggali lebih dalam segala potensi seni budaya kota.

f
e
e
d
b
a
c
k

Gambar 1.1 Diagram Kerangka Berpikir