

# PENERAPAN KONSEP PARESEAN CULTURE PADA REVITALISASI ART MARKET SENGGIGI, LOMBOK NTB

*by* Chania Zakita

---

FILE	1441600019_CHANIA_ZAKITA_JURNAL_TA.PDF (899.18K)	WORD COUNT	3202
TIME SUBMITTED	28-JAN-2021 09:33AM (UTC+0700)	CHARACTER COUNT	18306
SUBMISSION ID	1495913934		

## PENERAPAN KONSEP PARESEAN CULTURE PADA REVITALISASI ART MARKET SENGGIGI, LOMBOK NTB

Chania Zakita<sup>(1)</sup>· Retno Hastijanti<sup>(2)</sup>

<sup>(1)</sup>Mahasiswa Prodi Arsitektur, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, [chaniazakita479@gmail.com](mailto:chaniazakita479@gmail.com)

<sup>(2)</sup>Dosen Prodi Arsitektur, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

### Abstrak

Di Indonesia terdapat bermacam-macam daerah dan pulau, salah satunya terdapat di Provinsi Nusa Tenggara Barat, yaitu Pulau Lombok. Di Lombok sendiri terkenal dengan banyak wisata alam dan budayanya. Dari banyak wisata yang terdapat di sana, salah satunya yaitu Art Market Senggigi yang letaknya berada di kawasan Pantai Senggigi, Lombok Barat. Dimana wisata ini banyak dikunjungi oleh wisatawan karena di sana merupakan lokasi wisata tempat berbelanja yang menjual berbagai macam oleh-oleh salah satunya yaitu souvenir khas Lombok. Dan yang menjadi nilai lebih dari wisata ini karena letaknya yang berdekatan dengan kawasan pantai sehingga menambah kesan estetik ketika berwisata. Selain dapat berbelanja, wisatawan juga dapat dimanjakan dengan pemandangan indah pantai Senggigi yang memang sangat terkenal di Pulau Lombok dan menjadi salah satu lokasi wisata yang paling banyak dikunjungi baik warga lokal maupun internasional. Art market sendiri saat ini menjadi salah satu tempat belanja souvenir khas Lombok yang daya tariknya mulai menurun dan tak kuat bersaing dengan pemodal besar. Oleh karena itu, pemerintah Lombok barat akan merevitalisasi seluruh kawasan Senggigi, termasuk Art Market dimana seperti yang diketahui bahwa dulunya Senggigi merupakan pusat wisata no 1 di Lombok yang kini telah beralih di daerah Pantai Mandalika yang berada di Lombok Tengah, Art market senggigi tidak hanya menjadi lokasi wisata belanja yang menyajikan souvenir khas Lombok, tetapi sebagai tempat wisata budaya yang menjadi ciri khas dari daerah Lombok.

**Kata Kunci:** Revitalisasi, Lombok, Art Market senggigi, wisata alam dan budaya.

### **Abstarck**

*In Indonesia there are various regions and islands, one of which is in West Nusa Tenggara Province, namely Lombok Island. Lombok itself is famous for its many natural and cultural attractions. Of the many tours available there, one of which is the Senggigi Art Market which is located in the Senggigi Beach area, West Lombok. Where this tour is visited by many tourists because there is a tourist location where shopping is selling various kinds of souvenirs, one of which is a typical Lombok souvenir. And what is an added value from this tour is because it is located close to the beach area so that it adds to the aesthetic impression when traveling. Apart from being able to shop, tourists can also be spoiled <sup>10</sup> the beautiful scenery of Senggigi beach which is indeed very famous on the island of Lombok and is one of the most visited tourist locations both local and international residents. The art market itself is currently one of the places to shop for souvenirs typical of Lombok whose attractiveness is starting to decline and is unable to compete with large investors. Therefore, the West Lombok government will revitalize all of Senggigi's partners, including the Art Market where as it is known that Senggigi was once the No.1 tourist center in Lombok which has now shifted to the Mandalika Beach area in Central Lombok, the Senggigi Art Market is not only a shopping location that serves Lombok's typical souvenirs, but as a cultural tourist spot that is the hallmark of the Lombok area.*

**Keywords:** *Revitalization, Senggigi Art Market, nature and culture tourism.*

## 1. PENDAHULUAN

2

Kabupaten Lombok barat merupakan salah satu dari 10 (sepuluh) kabupaten atau kota yang berada di provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), secara administrasi kabupaten Lombok barat terbagi dalam beberapa kecamatan yaitu: kecamatan sekotong, kecamatan lembar, kecamatan gerung, kecamatan labuapi, kecamatan Kediri, kecamatan kuripan, kecamatan narmada, kecamatan lingsar, kecamatan kabupaten sekaligus sebagai pusat pemerintahan.

Kabupaten Lombok barat memiliki potensi di bidang pariwisata terutama dikecamatan batulayar kaena kawasan ini terdapat beberapa destinasi wisata yang menarik wisatawan domestic maupun mancanegara yaitu wisata alam (pantainya), wisata budaya, serta wisata religi. Selain menikmati pesona alam pantainya wisatawan tidak terlepas dengan berbelanja oleh oleh souvenir khas Lombok biasanya wisatawan berkunjung ke Art market senggigi yang berada di jalan senggigi terletak tidak jauh dari wisata pantai senggigi wisatawan hanya berjalan kaki sekitar 50 meter.

Art market senggigi merupakan pasar seni yang menjual aneka macam souvenir oleh oleh khas Lombok terletak di jalan senggigi Sudah ada sejak era mantan presiden SOEHARTO, Diresmikan pada tahun 1991, oleh menteri pariwisata pos dan telekomunikasi SOESILO SOEDARMAN. Pasar seni senggigi itu sendiri rancangan pemerintah dalam rangka mendukung perkembangan sektor pariwisata sekitar. dikelola oleh masyarakat dikawasan tersebut.

5

Kawasan wisata senggigi mengalami penurunan pengunjung pasca gempa yang menimpa Lombok Pada tahun 2018 lalu, selain itu adanya objek wisata baru yaitu KEK mandalika sehingga senggigi tidak lagi menjadi pemain tunggal pariwisata.hal ini berdampak juga pada art market senggigi yang mengalami penurunan pengunjung karena daya tarik yang terbatas dan tak kuat bersaing dengan pemodal besar atau toko souvenir modern. Kondisi terkini art market senggigi sepi pengunjung dan bangunannya sudah tua serta parkir kendaraan pengunjung di bahu jalan utama.

Isu pemerintah Lombok barat akan merevitalisasi kawasan pantai senggigi tujuannya yaitu untuk mengembalikan citra senggigi sebagai ikon wisata pulau Lombok, pemerintah Lombok barat terus menerus melakukan sosialisasi dan advokasi kepada masyarakat, pasalnya culture budaya sangat berpengaruh bagi perkembangan dunia pariwisata sehingga pemberdayaan masyarakat harus dilakukan seiring sejalan dengan kearifan budaya lokal. Arahana strategis pemerintah yaitu rencana atraksi budaya akan dipusatkan dikawasan senggigi dan pasar seni (art market senggigi) nantinya sebagai pusat seni dan budaya. merevitalisasi art market dengan menghadirkan konsep yang berbeda dari sebelumnya serta penambahan beberapa elemen komersial dan ruang public diharapkan art market senggigi dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung serta dapat melestarikan, memperkenalkan budaya Lombok, dan mensejahterakan perekonomian masyarakat setempat.

## 2. IDENTIFIKASI DAN PERNYATAAN MASALAH

1. Merevitalisasi art market senggigi sebagai wisata belanja oleh oleh khas Lombok sehingga menarik minat wisatawan
2. Merevitalisasi art market senggigi selain sebagai wisata belanja oleh oleh khas Lombok tetapi sebagai tempat pertunjukan seni dan budaya agar budaya Lombok dikenal oleh masyarakat luas.

## 3. KAJIAN LITERATUR

1. Fungsi: sebagai tempat wisata belanja oleh oleh khas lombok, sebagai tempat pertunjukan seni dan budaya Lombok berlokasi di pantai senggigi, diharapkan budaya Lombok dikenal oleh masyarakat luas
2. Aksi: Revitalisasi merupakan bagian dari aksi yang dilakukan. Art market senggigi sesuai arahan strategis pemerintah kabupaten Lombok barat dijadikan sebagai tempat belanja souvenir khas Lombok, selain itu sebagai tempat pertunjukan atraksi seni dan budaya Lombok.
3. Lokasi: lokasi yang akan direvitalisasi yaitu di jalan raya senggigi, kecamatan batu layar kabupaten Lombok barat, NUSA TENGGARA BARAT. kawasan ini strategis dikarenakan berada di jalan utama dan berada di kawasan pantai senggigi.
4. Kegiatan: art market ini digunakan sesuai dengan judul yaitu sebagai tempat wisata belanja souvenir khas lombok dan tempat pertunjukan seni dan budaya Lombok.

## 4. METODE

Pada penyusunan karya ilmiah ini menggunakan metode deskriptif analisis, yakni dengan cara menguraikan data. Dan kemudian melakukan analisa agar memperoleh data yang diperlukan. Cara yang dilakukan adalah dengan menentukan analisa internal, eksternal, konsep dasar, ide bentuk, transformasi ide bentuk, dan konsep arsitektural. Pada analisa internal meliputi pengumpulan data mengenai aktifitas pelaku, kebutuhan ruang, besaran ruang, organisasi ruang, dan lain sebagainya. Sedangkan analisa eksternal meliputi pengumpulan data mengenai penjabaran lokasi analisa lokasi, dan potensi lokasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Pengumpulan data primer yakni didapatkan dengan terjun dilapangan atau observasi (studi kasus), dan melakukan wawancara langsung kepada pihak yang bersangkutan
2. Pengumpulan data skunder yakni dilakukan untuk melengkapi data-data yang telah tersedia dengan melakukan studi literature mengenai art market (pasar seni), hal ini menjadi sumber informasi mengenai apa saja yang dibutuhkan untuk informasi tambahan yang akurat.

## 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### • KARAKTER PELAKU

PELAKU	KARAKTER
Pengelola/staff/pedagang	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ramah</li><li>2. Sopan</li><li>3. Bertanggung jawab</li><li>4. Disipin</li><li>5. Toleran</li><li>6. Memiliki jiwa seni</li><li>7. Tegas</li><li>8. Cinta lingkungan</li></ol>
Pengunjung	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Rasa keingintahuan tinggi</li><li>2. Ramah</li><li>3. Sopan</li><li>4. Aktif</li><li>5. Butuh arahan</li><li>6. Kreatif</li><li>7. Rekreasi</li><li>8. Cinta lingkungan</li></ol>

### • KARAKTER LOKASI

1. Strategis
2. Berkontur
3. Pantai



Lokasi art market senggigi terdapat di kabupaten Lombok barat, art market senggigi sendiri merupakan rancangan pemerintah kabupaten Lombok dalam rangka mendukung perkembangan sektor pariwisata sekitar dan dikelola oleh masyarakat kawasan senggigi itu sendiri.

7

Terletak di jl raya senggigi kecamatan batulayar kabupaten Lombok barat, lokasinya sangat strategis karena pengunjung hanya berjalan kaki sekitar 50 meter dari tempat wisata pantai senggigi.

Untuk mengetahui kondisi tapak Art market senggigi, secara detail dan terperinci, maka perlu adanya pendataan sebagai berikut:

1. Akseibilitas

Pasar seni senggigi atau disebut art market senggigi<sup>3</sup> ni berada di jalan utama yaitu jl raya senggigi yang merupakan jalan yang menghubungkan antara kota mataram dan kabupaten lombok utara sehingga mudah diakses oleh wisatawan.

2. Pasar seni senggigi atau art market senggigi memiliki potensi lingkungan yang sangat tinggi, hal ini dikarenakan art market senggigi berada di kawasan wisata pantai senggigi, pengunjung hanya berjalan kaki sekitar 50 meter dari arah pantai sehingga pengunjung bisa menikmati view pantai sambil berbelanja oleh-oleh khas lombok.

Untuk mengetahui kondisi tapak Art market senggigi, secara detail dan terperinci, maka perlu adanya pendataan sebagai berikut:

3. Akseibilitas

Pasar seni senggigi atau disebut art market senggigi<sup>3</sup> ni berada di jalan utama yaitu jl raya senggigi yang merupakan jalan yang menghubungkan antara kota mataram dan kabupaten lombok utara sehingga mudah diakses oleh wisatawan.

4. Pasar seni senggigi atau art market senggigi memiliki potensi lingkungan yang sangat tinggi, hal ini dikarenakan art market senggigi berada di kawasan wisata pantai senggigi, pengunjung hanya berjalan kaki sekitar 50 meter dari arah pantai sehingga pengunjung bisa menikmati view pantai sambil berbelanja oleh-oleh khas lombok.



**a. Analisa internal**

- **Pengelompokan Kegiatan**

<b>KELOMPOK KEGIATAN</b>	<b>JENIS KEGIATAN</b>
<b>Kegiatan Utama</b>	Kegiatan belanja
	Kegiatan seni Kerajinan
<b>Kegiatan Pendukung Utama</b>	Kegiatan Menonton/ melihat
	Kegiatan Kuliner
<b>Kegiatan Penunjang</b>	Kegiatan Service
	Kegiatan Keamanan
	Kegiatan Maintenance
	Kegiatan Parkir



1. Kegiatan informasi

PELAKU	AKTIVITAS PELAKU	<sup>1</sup> RUANG
Pengunjung	Mencari informasi pasar wisata budaya	Ruang informasi
Pengunjung	Mencari informasi wisata Lombok	Biro wisata
Pengelola	Memberi informasi	Ruang informasi

2. Kegiatan pengelola

PELAKU	AKTIVITAS PELAKU	<sup>1</sup> RUANG
Kepala direksi	Mengatur kegiatan pasar	Ruang pimpinan
Bagian operasional	Mengoperasikan kegiatan pasar	Ruang staff operasional
Bagian administrasi	Mengelola keuangan	Ruang staff administrasi
Bagian pemeliharaan	Memelihara	Ruang staff pemeliharaan
Bagian humas	Pengelola tamu	Ruang staff humas

3. Kegiatan service

PELAKU	AKTIVITAS PELAKU	<sup>1</sup> RUANG
Parkir	Petugas parkir	Area parkir
Keamanan	Petugas keamanan	Ruang jaga
Engineer	Petugas service	R.pompa, R. genset, R.MEE, R. AHU
Pemeliharaan dropping barang	Petugas kebersihan, petugas pertamanan	Semua ruangan, semua elemen dan tanaman
Penyimpanan	Pengelola, pengrajin petugas service, seniman	Gudang

4. Besaran ruang  
 a. kelompok besaran ruang umum

Kebutuhan ruang	Standar ruang	Perhitungan	Sirkulasi	Luas
Sepeda motor 40% (kapasitas 2 orang)	2,2 mX0,8 m (DA)	40%X600=240 240:2=120 (2,2X0,8)X120		211,2 m <sup>2</sup>
Space penerima (300 orang)	0,54 m <sup>2</sup> /orang (HDIS)	300X0,54 m <sup>2</sup>	50%	162 m <sup>2</sup>
<b>Total besaran ruang parkir</b>				<b>863 m<sup>2</sup></b>

- b. kelompok besaran ruang bagian pengelolah

Kebutuhan ruang	Standar ruang	Perhitungan	Sirkulasi	Luas
R. pimpinan (kapasitas orang)	1 Ruang kantor privat = 9,29 m <sup>2</sup> /unit (TTS)	1 X 9,29 m <sup>2</sup>	50%	13,94 m <sup>2</sup>
R. administrasi ( 1 K.a admin, 3 staff)	1 R. kantor bersama = 4,74 m <sup>2</sup> / unit (TTS)	1 X 4,74 m <sup>2</sup>	50%	28,44 m <sup>2</sup>
R. rapat	5,5 m X 5,45 m (DA)	1		30 m <sup>2</sup>
1 Toilet pria (DA)	1 Closet: 2,4 m <sup>2</sup> Urine ir: 0,8 m <sup>2</sup> Wastafel: 0,54 m <sup>2</sup> /unit	2 X 2,4 m <sup>2</sup> 3 X 0,8 m <sup>2</sup> 1 X 0,54 m <sup>2</sup>		
Toilet wanita (DA)	1 Closet: 2,4 m <sup>2</sup> wastafel: 0,54 m <sup>2</sup> /unit	5 X 2,4 1 X 0,54	20%	24,34 m <sup>2</sup>
<b>Total besaran ruang pengelolah</b>				<b>138,72 m<sup>2</sup></b>

c. kelompok besaran ruang bagian informasi

Kebutuhan ruang	Standar ruang	Perhitungan	Sirkulasi	Luas
Hall (50% dari 200)	Bergerak jalanantai 1,1 m <sup>2</sup> /orang	100 X 1,1	10%	220m <sup>2</sup>
Biro pariwisata (4 staff)	Ruang kantor bersama=4,74 m <sup>2</sup> /unit (TTS)	4 X 4,74	30%	25 m <sup>2</sup>
Ruang informasi (4 staff)	1,6 X 1,5 m <sup>2</sup> /orang	4 X 1,6 X 1,5	30%	12,48 m <sup>2</sup>
Ruang tunggu (30orang )	0,625 m <sup>2</sup> /orang (DA)	3 X 0.625	10%	20,63 m <sup>2</sup>
Ruang jaga (2)	1,6 X 1,5 m <sup>2</sup> /orang	2 X 1,6 X 1,5	10%	5,28 m <sup>2</sup>
<b>Total besaran ruang informasi</b>				<b>283,39 m<sup>2</sup></b>

d. kelompok kebutuhan ruang art market

Kebutuhan ruang	Standar ruang	Perhitungan	Sirkulasi	Luas
Retail besar (16) 1 retail 6X6	- Meja kecil: 1,2X1,2 -Lemari: 0,4X1,2 -Meja pembayaran: 0,6X1,2 (DA)	-1,2X1,2 -0,4X1,2 -0,6X1,2 (DA)	50%	15 m <sup>2</sup>    576 m <sup>2</sup>
<b>Total besaran ruang art market</b>				<b>1.532 m<sup>2</sup></b>

e. besaran ruang wisata kuliner

Kebutuhan ruang	Standar ruang	Perhitungan	Sirkulasi	Luas
Tempat makan (60)	2,46 m <sup>2</sup> /orang (TTS)	60 X 2,46 m <sup>2</sup> /orang	30%	192,8 m <sup>2</sup>
Naungan penjual	0,5 m <sup>2</sup>	60 X 0,5 m <sup>2</sup> /orang	50%	45 m <sup>2</sup>
<b>Total besaran ruang wisata kuliner:</b>				<b>237 m<sup>2</sup></b>

f. **Besaran ruang** amphitheater

Kebutuhan ruang	Standar ruang	Perhitungan	Sirkulasi	Luas
Panggung (1)		16x10x1		160 m <sup>2</sup>
Tribun (10) Kiri 5 kanan 5		Kiri 2500X2500		5000 m <sup>2</sup>
<b>Total besaran ruang pentas seni:</b>				<b>5.160m<sup>2</sup></b>

g. besaran ruang bagian service

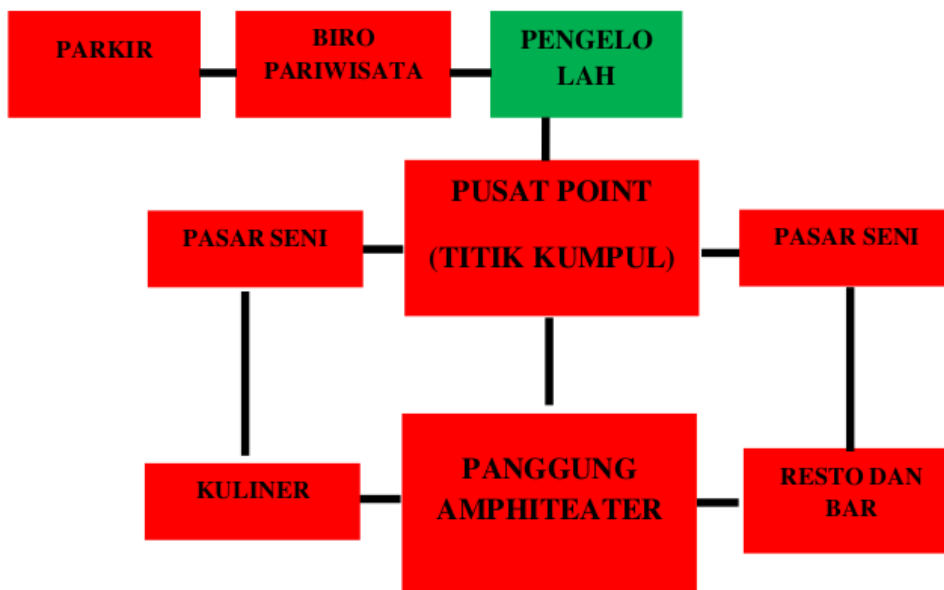
Kebutuhan ruang	Standar ruang	Perhitungan	sirkulasi	Luas
<b>1</b> Pemeliharaan: R. Pompa R. genset R. MEE R.AHU	Asumsi	3mX4m 6mX5m 3mX4m 3mX4m		66m <sup>2</sup>
Parkir pengelola: Mobil pribadi  Sepeda motor	5,5mX2,4m (DA)  2,2mX0,8m (DA)	5,5X2,4X4  2,2X0,8X10	50%	2.640 m <sup>2</sup>  17,6m <sup>2</sup>
Dropping area		6mX5m		30 m <sup>2</sup>
<b>1</b> Toilet pria (DA)	Closet: 2,4 m <sup>2</sup> Urine ir: 0,8 m <sup>2</sup> Wastafel: 0,54 m <sup>2</sup> /unit	2X2,4 m <sup>2</sup> 3X0,8 m <sup>2</sup> 1X0,54 m <sup>2</sup>		
Toilet wanita (DA)	Closet: 2,4 m <sup>2</sup> wastafel: 0,54 m <sup>2</sup> /unit	5X2,4 1X0,54	20%	20,28 m <sup>2</sup>
<b>Total besaran ruang service</b>				<b>270,52 m<sup>2</sup></b>

h. Analisa perhitungan luas site

1

<b>Kelompok kegiatan</b>	<b>Besaran kelompok</b>
Kelompok besaran ruang umum	863m <sup>2</sup>
Kelompok besaran ruang pengelola	138,72 m <sup>2</sup>
Kelompok besaran ruang informasi	283,39 m <sup>2</sup>
Kelompok besaran ruang art market	1.532 m <sup>2</sup>
Kelompok besaran kuliner	237 m <sup>2</sup>
Kelompok besaran amphitheater	5.160m <sup>2</sup>
Kelompok besaran ruang service	270,52 m <sup>2</sup>
<b>Total kebutuhan luas bangunan</b>	<b>8.484,63 m<sup>2</sup></b>

### 5. Organisasi ruang



### 6. Matrik hubungan ruang

1	Parkir									
2	Pusat informasi	+								
3	R. Pengelolah	+								
4	Pasar Seni									
5	Titik Point									
6	Amphiteater	+								
7	Kuliner	+								
8	Resto and Bar	+								
9	Toilet	+								

*matrik hubungan ruang*

Keterangan	
+	Berhubungan langsung
-	Tidak langsung
-	Tidak ada hubungan

## Analisa GSB

### DATA & ANALISA



Lebar jalan utama yaitu 7 m

### ANALISA

Rumus GSB:  $\frac{1}{2} \times \text{lebar jalan} + 1$


$$\frac{1}{2} \times 7 \text{ m} + 1 = 4.5 \text{ m}$$

### TANGGAPAN




Lahan parkir yang sebelumnya di bahu jalan utama, di buat parkir agar tidak mengalami kemacetan pada site dan mengganggu pengendara.

## Analisa Matahari

DATA & ANALISA	TANGGAPAN
 <p>Matahari melintasi tapak pada siang hari. sisi Timur tapak intensitas radiasi matahari cukup rendah pada pagi hari. Namun akan semakin panas hingga siang hari. Area tengah tapak intensitas radiasi matahari cukup tinggi pada siang hari. sisi Barat tapak intensitas radiasi matahari cukup sedang pada sore hari. Namun pada siang hari radiasi matahari cukup tinggi.</p>	<p>Untuk bangunan yang berada di tapak akan memaksimalkan pencahayaan alami dari matahari dan meminimalkan untuk kenyamanan penghuni yang ada di tapak dengan memberikan vegetasi berupa pohon peneduh.</p>



## Analisa Arah Angin

DATA & ANALISA	TANGGAPAN
 <p>Pada sisi Timur dan selatan tapak lebih banyak menerima pertukaran angin karena sisi tersebut merupakan pantai, daripada sisi sebelah Barat dan utara tapak.</p>	<ol style="list-style-type: none"><li>Pada bentuk bangunan dan tatanan massa dibuat mengikuti sirkulasi angin agar tetap masuk sampai belakang bangunan.</li><li>Pemanfaatan lahan hijau terbuka dapat mengoptimalkan perhawaan alami.</li></ol>

## Analisa Kebisingan

DATA & ANALISA	TANGGAPAN
 <p><b>Kebisingan tinggi:</b> Dikatakan tinggi karena pada arah utara dari Tapak merupakan jalan utama dan dilewati beberapa kendaraan seperti sepeda motor, mobil, truck, bus, dll.</p> <p><b>Kebisingan sedang:</b> Dikatakan sedang karena pada arah barat dari Tapak merupakan tempat wisata pantai senggigi yang biasanya ramai dikunjungi oleh wisatawan</p> <p><b>Kebisingan rendah:</b> Pada arah Timur dari Tapak merupakan wisata pantai senggigi dengan dibatasi oleh tourist information, penukaran uang asing, dan tour and travel.</p>	<p>Peletakan bangunan tidak terlalu dekat dengan jalan utama yaitu area dengan tingkat kebisingan tinggi, selain itu juga penambahan vegetasi agar dapat meredam kebisingan.</p>

- **KONSEP ARSITEKTURAL**

### **Konsep Arsitektural Lebih Kecil Dari Bangunan**

#### a. Orientasi bangunan

Orientasi Massa bangunan pada tiap massa berbeda-beda tergantung pada view yang ada di sekitarnya. Untuk massa bangunan yang ada di art market senggigi dihadapkan menghadap laut, tujuannya untuk mendapatkan view dalam menikmati pesona alam pantai senggigi.



#### b. Material

1. Bambu: Digunakan pada kolom bangunan, dinding bangunan maupun sebagai kerangka atap bangunan
2. Ijuk: digunakan sebagai material penutup atap bangunan, hal ini mengambil konsep kearifan lokal budaya Lombok selain memberikan kesan alami ijuk juga dapat meberikan kesejukan pada bangunan.

Kayu Digunakan sebagai dinding, kolom, dan rangka kudakuda atap. Selain itu juga diaplikasikan pada lantai yaitu dengan menggunakan kayu ulin.



## **Konsep Arsitektural Lebih Sama Dengan Bangunan**

### **a. Bentuk dan Ukuran Bangunan**

Bentuk bangunan sederhana yang mengadopsi bentuk bangunan yang sudah ada pada kondisi eksisting. Selain itu, ukuran bangunan juga mengambil dari eksisting yang ada yang rata-rata hanya 1 lantai.



### **b. Tampilan Bangunan**

Konsep tampilan bangunan pada art market senggigi dengan bangunan terbuka menghadap pantai sehingga wisatawan melakukan aktivitas dengan menghadap view pantai.



### **c. Tampilan Bangunan**

#### **landscaping (softscape)**

- Vegetasi estetika, bunga bugenvil, memiliki warna indah serta perawatannya yg mudah



- Vegetasi pembatas, cemara kipas



- Vegetasi pengarah, palm raja



### **landscaping (hardscape)**

- Penerang lampu jalan, untuk sirkulasi dimalam hari



- Lampu taman



- **KONSEP DASAR, IDE BENTUK DAN TRANSFORMASI IDE BENTUK**

### **Konsep Dasar**

Konsep dasar revitalisasi pasar seni di kawasan pantai senggigi Lombok adalah "PERESEAN CULTURE" Tradisi peresean merupakan tradisi bertarung dengan rotan yang masih dilestarikan oleh masyarakat lombok barat. Tradisi Dari konsep paresean atau taritradisional untuk memperlihatkan betapa gagahnya orang Lombok, berani melawan sesuatu yang tidak sesuai dengan norma, memperjuangkan kehidupan. Dengan konsep paresean tersebut menghidupkan atau memvitalkan kembali apa yang dikira mati di pasar seni senggigi tersebut dengan menampilkan tampilan baru sehingga semangat dari paresean culture tersebut membuat pasar seni tersebut menjadi lebih baik.

### **Ide Bentuk dan Transformasi**

Ide bentuk terinspirasi dari topi juki di transformasikan dan menjadi penutup dan menaungi stand pasar seni.



## 6. KESIMPULAN

Kawasan wisata pantai senggigi mengalami penurunan pengunjung <sup>5</sup> pasca gempa yang menimpa Lombok Pada tahun 2018 lalu, selain itu adanya objek wisata baru yaitu KEK Mandalika sehingga senggigi tidak lagi menjadi pemain tunggal pariwisata. Hal ini berdampak juga pada art market senggigi yang mengalami penurunan pengunjung karena daya tarik yang terbatas dan tak kuat bersaing dengan pemodal besar atau toko souvenir modern. Pemerintah Lombok Barat akan merevitalisasi kawasan pantai senggigi tujuannya yaitu untuk mengembalikan citra senggigi sebagai ikon wisata pulau Lombok, arahan strategis pemerintah yaitu rencana atraksi budaya akan dipusatkan di kawasan senggigi dan pasar seni (art market senggigi) nantinya sebagai pusat seni dan budaya dengan menghadirkan konsep yang berbeda dari sebelumnya yaitu *paresean culture* yang diambil dari permainan adu tarung yang masih dilestarikan sampai sekarang, diharapkan merevitalisasi art market senggigi selain sebagai tempat berbelanja souvenir khas Lombok juga sebagai tempat di lakukannya pertunjukan seni dan budaya khas Lombok agar budaya Lombok dikenal oleh masyarakat luas.

## 6. REFRENSI

<http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-wisata/>

<https://id.wikipedia.org/wiki/Budaya>

Tipe dan tata massa arsitektur sasak di pulau Lombok, oleh: Ir. Gatot Adi Susilo, MT, Putri Helia P, ST.MT, Dr. Ir.B.Sri Umniati, MT.

INTEGRATED TOURISM MASTER PLAN FOR LOMBOK (rencana pengembangan keseluruhan pulau Lombok)

archdaily.com

# PENERAPAN KONSEP PARESEAN CULTURE PADA REVITALISASI ART MARKET SENGGIGI, LOMBOK NTB

## ORIGINALITY REPORT

% <b>11</b>	% <b>11</b>	% <b>1</b>	% <b>1</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>anzdoc.com</b> Internet Source	% <b>7</b>
<b>2</b>	<b>www.slideshare.net</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>3</b>	<b>leip.or.id</b> Internet Source	<% <b>1</b>
<b>4</b>	<b>firstlomboktour.com</b> Internet Source	<% <b>1</b>
<b>5</b>	<b>M. Zaenul Muttaqin, Azhari Evendi, Made Selly Dwi Suryanti. "PERAN DAN STRATEGI KOMUNITAS LONTAR DALAM MENYEBARKAN BUDAYA LITERASI DI NUSA TENGGARA BARAT", Jurnal Penelitian Kebijakan Pendidikan, 2020</b> Publication	<% <b>1</b>
<b>6</b>	<b>kartun.web.id</b> Internet Source	<% <b>1</b>
<b>7</b>	<b>lpplmataram.wordpress.com</b> Internet Source	<% <b>1</b>

[pieterzlakerz.wordpress.com](https://pieterzlakerz.wordpress.com)



8

Internet Source

<% 1

9

[lombokselatan.com](http://lombokselatan.com)

Internet Source

<% 1

10

[habra-elmesz.fun](http://habra-elmesz.fun)

Internet Source

<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE  
BIBLIOGRAPHY OFF