

ABSTRAK

PERANCANGAN PASAR BUDAYA DI BANDAR LAMPUNG

OLEH

SEFTA APTRILIA

Judul dalam penelitian ini adalah Perancangan Pasar Budaya di Bandar Lampung. Pasar budaya merupakan tempat yang mewadai kegiatan jual beli oleh-oleh/cinderamata dari hasil kegiatan UKM yang ada di Lampung dan pertunjukan kesenian ataupun event-event yang sering dilakukan. Selain itu pasar budaya juga dapat dipergunakan dalam acara adat Lampung sekaligus. Tujuan dalam perancangan ini adalah 1. Menyediakan wadah sebagai pusat perbelanjaan oleh-oleh/cinderamata yang dihasilkan oleh masyarakat Lampung dan wadah pertunjukan kesenian ataupun event-event yang diselenggarakan sebagai tujuan wisata, 2. Pusat berkumpulnya kegiatan UKM dari berbagai kabupaten di Lampung, 3. Merancang pasar budaya yang memperhatikan lingkungan, social, alam dan budaya, serta berstandart SNI pasar rakyat/tradisional.

Penelitian ini berdasarkan keadaan yang ada dan diperkuat data dari wawancara langsung dengan yang bersangkutan, serta beberapa sumber. Berdasarkan hal tersebut yang didapat adalah Lampung memiliki keanegaraman budaya yang beragam seperti makanan/kuliner khas Lampung, kerajinan berupa pakaian dan kerajian tangan, serta kesenian yang bermacam-macam. Dari keberagaman yang ada, di Lampung belum ada tempat sebagai pusat wadah dari penjualan keanekaragaman yang ada sebagai tujuan wisata budaya (belanja, kuliner, kesenian, edukasi).

Penghawaan, pencahayaan, sirkulasi, dan ruang yang diterapkan mampu menjadikan pasar yang berstandar SNI pasar rakyat/tradisional dan mampu memenuhi kebutuhan ruang yang dibutuhkan dalam kegiatan jual beli, event-event dan acara adat yang diselenggarakan.

Kata Kunci: Pasar Budaya, Lingkungan, Budaya, SNI Pasar Rakyat/Tradisional

ABSTRACT

CULTURAL MARKET DESIGN IN BANDAR LAMPUNG

BY

SEFTA APTRILIA

The title of this research is Cultural Market Design in Bandar Lampung. The cultural market is a place that accommodates buying and selling activities of souvenirs from the results of SME activities in Lampung and art performances or events that are often carried out. In addition, the cultural market can also be used in traditional Lampung events as well. The objectives in this design are 1. To provide a place for shopping for souvenirs/souvenirs produced by the people of Lampung and a place for performing arts or events organized as tourist destinations, 2. A gathering center for SME activities from various districts in Lampung, 3. Designing a cultural market that pays attention to the environment, social, nature and culture, as well as standardized SNI for people's/traditional markets.

This research is based on existing conditions and reinforced by data from direct interviews with the person concerned, as well as several sources. Based on this, what is obtained is that Lampung has a variety of cultural diversity such as typical Lampung food/culinary, handicrafts in the form of clothing and handicrafts, as well as various arts. From the diversity that exists, in Lampung there is no place as a center for the sale of existing diversity as a cultural tourism destination (shopping, culinary, arts, education).

The ventilation, lighting, circulation, and space that are applied are able to make a market that meets the SNI standard for traditional/people markets and is able to meet the space needs needed for buying and selling activities, events and traditional events held.

Keywords: Cultural Market, Environment, Culture, SNI Folk/Traditional Market