



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

ANALISIS DATA DAN PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Data Primer

Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis berupa wawancara, survei lapangan, dan penyebaran kuesioner. Pengumpulan data ini dimaksudkan untuk mendapatkan berbagai data mengenai pasar, wisata, dan buku sebagai media informasi. Serta konten seperti apa yang perlu dicantumkan pada buku mengenai pasar sebagai wisata alternatif. Pengolahan data wawancara dan survei lapangan dilakukan untuk memperoleh data secara kualitatif, sedangkan untuk data kuesioner untuk mendapatkan hasil secara kuantitatif.

Wawancara dilakukan oleh beberapa pihak, yaitu KHI, Kepala Humas PD Pasar Jaya, penulis buku *Naked Traveler*, dan editor Elex Media Komputindo. Data yang ingin diperoleh penulis yaitu mengenai perkembangan pasar, jenis pasar yang bisa dijadikan sebagai tempat wisata alternatif, konten dan informasi yang terdapat pada buku wisata, dan spesifikasi buku serta gaya visual yang akan dibuat. Penulis juga menyebarkan kuesioner untuk mengetahui minat masyarakat terhadap preferensi gaya visual buku ilustrasi.

Penulis juga melakukan observasi eksisting, berupa pencarian isi informasi yang ada pada buku wisata dan referensi gaya visual.

3.2. Wawancara

3.2.1. Wawancara dengan pendiri Komunitas Historia Indonesia (KHI)

Penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan data mengenai sejarah dan perkembangan pasar di Indonesia, terutama di Jakarta. Dengan melihat perkembangannya, penulis ingin mengetahui apakah pasar mempunyai potensi sebagai tempat wisata, yaitu dengan melakukan wawancara kepada Bapak Asep Kambali selaku pendiri Komunitas Historia Indonesia. Wawancara dilakukan pada Kamis, 26 Februari 2015 yang berlokasi di Museum Bank Indonesia.

5. Hasil Wawancara

Asep Kambali mengatakan bahwa pasar jika dilihat dari sisi sejarahnya sudah mengalami perkembangan. Pada jaman kerajaan Hindu sekitar abad ke-3 sampai abad ke-5 keadaan pasar masih sangat tradisional, beberapa pasar tidak buka setiap hari, dan alat tukar masih berupa sistem barter. Jaman sekarang pasar sudah semakin berkembang, dapat dilihat dari keberagaman barang dan kebutuhan yang dijual, tidak hanya sekedar pemenuhan kebutuhan sehari-hari tetapi juga barang yang lebih spesifik. Jam buka tutup pasar juga sudah bervariasi, kebanyakan bisa dikunjungi setiap hari. Sehingga beliau mengatakan bahwa perkembangan tersebut dapat memberikan potensi pasar sebagai tempat wisata. Tipe masyarakat yang mengunjungi pasar biasanya juga mempunyai segmentasi sendiri, yang memiliki ketertarikan dalam petualangan atau *adventure*.

Sedangkan untuk aspek yang perlu dipertimbangkan pasar sebagai tempat wisata adalah aksesibilitas, transportasi, dan kenyamanan bagi masyarakat.

Beliau juga mengatakan bahwa media informasi berupa buku dapat memberikan informasi yang kredibilitasnya dapat dipertanggungjawabkan. Karena informasi yang tercetak dalam sebuah buku sudah mendapat pengakuan dari orang yang memang sudah menjadi ahli dalam bidang tersebut. Informasi yang terkandung dalam sebuah buku juga bermacam-macam.

6. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan oleh penulis, diketahui bahwa pasar, terutama yang berada di daerah Jakarta sudah semakin berkembang dan memiliki potensi untuk dijadikan sebagai tempat wisata, terutama jika dilihat dari jenis barang dan kebutuhan yang dijual.

Tipe masyarakat dan wisatan yang ditargetkan untuk mengunjungi pasar adalah tipe petualang atau *adventure*. Buku sebagai media informasi juga dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat dengan kontennya yang bermacam-macam.



Gambar 3.5. Penulis dengan Asep Kambali

(Dokumentasi Pribadi)

3.2.2. Wawancara dengan Kepala Humas PD Pasar Jaya

Untuk mendapatkan data mengenai informasi umum pasar dan jenis pasar yang bisa dijadikan tempat wisata, penulis melakukan wawancara dengan Bapak Agus Lamun selaku kepala Humas PD Pasar Jaya. Wawancara dilakukan pada Kamis, 5 Maret 2015 yang berlokasi di kantor PD Pasar Jaya, Jl. Pramuka, Jakarta Timur.

1. Hasil Wawancara

Agus Lamun menyatakan bahwa jumlah pasar di daerah Jakarta sebanyak kurang lebih 2.000 pasar, 153 pasar diantaranya dikelola oleh PD Pasar Jaya. Jenis pasar yang dikelola PD Pasar Jaya merupakan pasar pada umumnya dan pasar tematik, yaitu pasar yang memiliki segmen tertentu dan spesifik. Hal tersebut dapat dilihat dari barang-barang yang ditawarkan. Seperti pasar yang khusus menjual bahan tekstil yaitu pasar Tanah Abang, pasar yang menjual berbagai buah dan sayuran yaitu pasar induk Kramat Jati, yang menjual khusus aneka obat dan peralatan kesehatan yaitu pasar pramuka, pasar yang menjual perhiasan batu yaitu pasar Rawabening, dan berbagai pasar tematik lainnya. Pasar tematik tersebut sebelumnya hanya berupa pasar pada umumnya, namun karena melihat adanya perkembangan, ketertarikan, serta minat masyarakat, beberapa pasar difokuskan menjual barang dan kebutuhan yang spesifik.

Beliau juga mengatakan bahwa pasar tematik tersebut dapat dijadikan sebagai tempat wisata karena pasar tersebut menarik dari berbagai aspek. Tidak hanya barang yang dijualnya saja, namun juga karena budaya tradisionalnya. Yang dimaksud dengan budaya tradisional adalah dari

proses tawar menawar harga dan interaksi dengan orang lain. Pasar tradisional ini akan terus dikembangkan, apalagi karena sudah adanya revitalisasi dan renovasi pada pasar-pasar tradisional agar pengunjung dapat menikmati kunjungannya ke pasar, namun dengan tetap melestarikan budaya tradisionalnya.

Untuk menjadikan pasar tematik sebagai ikon wisata Jakarta masih dalam tahap proses perencanaan, hal yang dilakukan saat ini adanya relokasi dan revitalisasi pasar.

2. Kesimpulan Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara, penulis dapat menyimpulkan bahwa jenis pasar yang dapat dijadikan sebagai tempat wisata alternatif adalah pasar tradisional tematik dan dilihat berdasarkan spesifikasi barang yang dijual.



Gambar 3.6. Penulis dengan Agus Lamun

(Dokumentasi pribadi)

3.2.3. Wawancara dengan penulis buku *Naked Traveler*

Penulis memperoleh data mengenai konten buku mengenai pasar sebagai wisata alternatif melalui wawancara dengan Trinity, selaku *traveler* dan penulis buku *Naked Traveler*. Wawancara tersebut dilakukan pada Sabtu 4 April 2015, via telepon karena jadwal beliau yang padat.

1. Hasil Wawancara

Trinity menyatakan bahwa konten pada sebuah buku wisata harus informatif dan menghibur, tidak hanya sekedar informasi mengenai pasar tersebut, namun juga ditambah dengan adanya ilustrasi yang seolah berinteraksi dengan pembaca. Yang dimaksud dengan menghibur di sini adalah mengenai hal-hal unik dan menarik yang ada di setiap pasar, atau disebut sebagai trivia. Karena jika hanya berupa media informasi, masyarakat bisa mencari informasi melalui media pencarian di internet seperti Google contohnya. Namun, hal tersebut menjadi minim daya tarik, sehingga memang diperlukan sebuah informasi yang menghibur agar menarik minat masyarakat. Untuk menginformasikan pembaca, konten atau informasi mengenai pasar tersebut harus mendeskripsikan suasana pasar dan kegiatan di pasar seperti tawar-menawar. Selain itu wisata pasar ini lebih sesuai untuk orang Asia yang memang menyukai kegiatan wisata belanja.

Trinity juga mengatakan bahwa pembuatan buku ini akan menarik karena sedikitnya pembahasan mengenai wisata pasar

2. Kesimpulan Wawancara

Penulis dapat menyimpulkan bahwa konten dari buku pasar sebagai wisata alternatif ini harus informatif dan menghibur sehingga memiliki daya tarik dan dapat menarik minat masyarakat.

3.2.4. Wawancara dengan Editor Elex Media Komputindo

Penulis memperoleh data mengenai spesifikasi buku, proses produksi (penggunaan warna, gaya ilustrasi, dan finishing), serta ketentuan pada pembuatan buku wisata didapatkan oleh penulis dengan melakukan wawancara kepada Ibu Retno Kristi selaku editor Elex Media Komputindo. Wawancara dilakukan pada Selasa, 7 April 2015 yang berlokasi di Jl. Kano Raya no.56 Kelapa Dua.

1. Hasil Wawancara

Retno Kristi mengatakan bahwa sebaiknya dalam membuat sebuah buku harus memperhatikan komposisi layout, warna, dan *style*. Untuk penggunaan warna sebaiknya jangan yang terlalu mencolok, hal tersebut dikarenakan peminatan pasar terhadap warna yang *soft* atau pastel, namun jangan terlalu pucat atau pudar karena tidak akan terlihat jika sudah melalui proses cetak. Gaya ilustrasi yang dibuat juga harus dapat menjelaskan bahwa lokasi tersebut memang ada dan terlihat seperti keadaan aslinya (realis). Keadaan tersebut dapat digambarkan dengan gambar yang memiliki dimensi atau kedalaman seperti perspektif dan 3 dimensi. Untuk cover sebaiknya tidak menggunakan teks yang menggurui

dan terlalu formal, lebih baik menggunakan bahasa keseharian yang dapat menarik pembaca.

Untuk spesifikasi buku, sebaiknya menggunakan ukuran 19x23 cm dengan jumlah halaman kelipatan genap, buku tersebut sebaiknya dicetak menggunakan *soft cover* dengan berisikan kertas setebal 80gsm. Isi buku mengenai pasar sebagai wisata alternatif ini juga harus berisi data yang informatif dengan penjelasan keistimewaan tempat tersebut.

2. Kesimpulan Wawancara

Penulis dapat menyimpulkan bahwa sebuah buku harus memperhatikan komposisi layout, warna, dan *style*. Penggunaan warna tidak terlalu mencolok, serta dengan gaya ilustrasi realis dengan penggunaan perspektif atau 3 dimensi.



Gambar 3.7. Penulis bersama dengan kelompok bimbingan dan Retno
(Dokumentasi pribadi)

3.3. Survei Lapangan

Penulis melakukan survei lapangan ke beberapa pasar yaitu:

- a. Grosir aneka barang (Pasar Asemka)
- b. Obat-obatan dan peralatan kesehatan (Pasar Pramuka)
- c. Barang Antik (Pasar Jalan Surabaya)
- d. Perhiasan (Pasar Batu Akik Rawabening)
- e. Bahan kue /makanan (Pasar kue subuh Senen)
- f. Hewan piaraan dan hewan langka (Pasar Ikan Hias Sumenep)
- g. Bunga dan tanaman hias (Pasar Rawa Belong)

Penulis melakukan survei untuk mendapatkan data mengenai denah atau lokasi pasar, ciri khas pasar, trivia pasar, aksesibilitas pasar, dan informasi umum pasar.

3.3.1. Hasil dan analisa Pasar Asemka

Penulis melakukan observasi di pasar Asemka pada Minggu, 5 April 2015.

Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis:

1. Sejarah Pasar

Asemka dibangun tahun 1989, bersamaan dengan dibangunnya ITC Mangga Dua. Awalnya pusat perdagangan grosir berada di pasar pagi, namun karena para pedagang digusur maka asemka dan ITC mangga Dua akhirnya dibangun sebagai tempat relokasi pedagang. Pembangunan ITC Mangga Dua selesai lebih cepat, sehingga kebanyakan pedagang yang awalnya berdagang di pasar pagi kemudian beralih ke ITC Mangga Dua.

Pasar Asemka menjadi tidak terurus dan tidak terpakai. Bangunannya dibiarkan kosong hingga bertahun-tahun. Hingga pada akhirnya ditempati oleh pedagang-pedagang baru seiring dengan waktu dan bangkit kembali.

2. Informasi umum pasar

Pasar Asemka berada di Jl. Pasar Asemka, Tambora, Jakarta Barat. Jam operasionalnya setiap hari mulai dari pukul 08.00-10.00. Pasar ini memiliki 3 lantai .

3. Aksesibilitas pasar

Untuk mencapai lokasi dapat menggunakan bus Transjakarta koridor satu, arah Blok M-Jakarta kota. Kemudian sesampainya di halte Jakarta kota, pasar Asemka dapat dicapai dengan berjalan kaki 100m, namun ketika berjalan kaki tersebut, sudah ada sebagian kios penjual di luar gedung pasar.

4. Ciri khas pasar

Pasar Asemka menjual berbagai macam perlengkapan sekolah (tas, buku, *stationery*), aksesoris wanita, boneka, souvenir dan berbagai jenis barang lainnya yang dapat dibeli secara grosir. Untuk perlengkapan sekolah biasanya gambar atau grafis pada peralatan tersebut disesuaikan dengan tokoh animasi atau kartun yang menarik dan sedang menjadi trend. Sedangkan untuk aksesoris, tersedia aksesoris lokal maupun impor. Pasar ini memang lebih terkenal karena aksesorisnya yang beragam, mulai dari hiasan kepala, gelang, kalung, hingga batu maupun cincin. Pasar Asemka juga menjual berbagai jenis petasan dan kembang api,

5. Trivia Pasar

Pasar Asemka memiliki satu hari yang sangat dipadati oleh pengunjung, yaitu pada hari Sabtu, pada hari itu berbagai pengunjung dari luar kota bahkan luar pulau mengunjungi pasar Asemka untuk berbelanja dan untuk dijual lagi. Selain di dalam gedung, banyak juga penjual yang berjualan di sepanjang jalan pasar. Selain itu, barang dagangan di pasar Asemka juga kerap berubah sesuai dengan perayaan atau tanggal tertentu misal seperti Imlek, Natal, Lebaran, dan tahun ajaran baru.





Gambar 3.8. Pasar Asemka
(dokumentasi pribadi)

3.3.2. Hasil dan analisa Pasar Pramuka

Penulis melakukan observasi di pasar Pramuka pada Rabu, 25 Maret 2015.

Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis:

1. Sejarah Pasar

Pasar pramuka sudah beroperasi semenjak tahun 1980-an dan dikelola oleh PD Pasar Jaya.

2. Informasi umum pasar

Pasar ini terletak di PD Pasar Jaya, Jl. Pramuka, Jakarta Timur dan buka setiap hari pada pukul 08.00-17.00. Pasar pramuka ini terbagi menjadi 3 lantai yang masing-masing lantainya dipenuhi oleh kios penjualan obat maupun peralatan kesehatan, dan di lantai 4 terdapat kantor PD Pasar Jaya.

3. Aksesibilitas pasar

Untuk mencapai pasar ini jika menggunakan kendaraan umum bus Trans Jakarta turun di halte perempatan Matraman lalu berjalan kaki sekitar 500m. Selain bus Trans Jakarta, bisa juga dicapai dengan menggunakan metromini 49 Manggarai-Pulogadung atau metromini 46 Kp. Melayu-Pulogadung atau mayasari P9 Pasar Baru-Taman Mini dan Mayasari 905 Kota-Pulogadung.

4. Ciri khas pasar

Pasar Pramuka menjual berbagai jenis obat-obatan mulai dari obat herbal, obat pada umumnya (panadol, bodrex, dll), hingga peralatan rumah sakit dan peralatan *homecare*. Obat-obatan yang di sediakan juga untuk siapa saja mulai dari bayi hingga manula. Selain obat-obatan, pasar pramuka

juga menjual berbagai macam kebutuhan alat di rumah sakit, termasuk seragam dan pakaian yang dikenakan oleh dokter maupun pegawai rumah sakit. Warna baju beraneka ragam dan biasanya disesuaikan dengan lokasi atau tempat rumah sakit tersebut, seperti di Jakarta misalnya mayoritas menggunakan warna hijau atau biru. Berbagai peralatan plastik penyimpanan obat juga tersedia di pasar ini, tempat penyimpanan obat cair, krim, hingga kapsul. Peralatan kesehatan yang disediakan juga beragam, mulai dari termometer badan. Alat cek kolesterol, asam urat, dan gula darah, tersedia juga kursi roda dan kruk.

5. Trivia Pasar

Pembeli biasanya sudah berlangganan tetap pada suatu toko atau kios, sehingga transaksi dilakukan dengan cepat (biasanya hanya membawa nota atau bon dengan jumlah yang sudah tertera). Ada beberapa pembeli yang hanya sebagai kurir dan naik motor untuk pergi ke pasar pramuka, sehingga mereka masih menggunakan helm di kepalanya.





Gambar 3.9. Pasar Pramuka
(dokumentasi pribadi)

3.3.3. Hasil dan analisa Pasar Jalan Surabaya

Penulis melakukan observasi di pasar antik Jl. Surabaya pada Jumat, 27 Maret 2015. Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis:

1. Sejarah Pasar

Semenjak tahun 1971 (Ali Sadikin menjabat sebagai gubernur), sudah mulai banyak pedagang yang menjual barang antik seperti alat-alat kapal, teropong, kompas, lampu, dan berbagai jenis barang lainnya. Sebelum hanya berupa lapak, namun direnovasi pada 1988 dan kemudian ditetapkan oleh pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai tempat jual beli barang bernilai sejarah. Pasar ini juga pernah didatangi oleh Bill Clinton sewaktu beliau masih menjabat sebagai presiden AS.

2. Informasi umum pasar

Pasar barang antik Jl. Surabaya ini buka dari pukul 09.00-18.00 WIB yang berlokasi di Jl. Surabaya, dekat stasiun Cikini, Menteng, Jakarta Pusat. Pengunjung lebih banyak pada saat akhir minggu. Barang-barang antik tersebut ditata dengan rapi, dengan jumlah sekitar 100 kios di sepanjang jalan, mereka menjual barang-barang antik yang sudah berusia puluhan tahun.

3. Aksesibilitas pasar

Lokasi pasar tidak jauh dari Stasiun Cikini. Untuk mencapai ke lokasi dapat menggunakan transportasi umum, cukup banyak bus atau Metromini yang melalui Jalan Surabaya. Seperti Metromini 49 jurusan Pulogadung-

Manggarai, Mikrolet 17 jurusan Manggarai - Pasar Senen, atau bus P213 jurusan Kampung Melayu - Grogol.

4. Ciri khas pasar

Pasar ini menjual berbagai jenis barang antik, baik yang terbuat dari logam, kayu, keramik, hingga wayang kulit. Barang-barang logam diantaranya seperti piring, sendok, gelas, dan berbagai peralatan makan, sedangkan untuk kayu biasanya berupa pajangan atau hiasan di meja atau tembok, untuk keramik bisa berupa guci maupun piring hiasan. Ditambah lagi dengan adanya barang antik seperti peralatan rumah tangga (setrika uap, telepon jaman dulu, kaca dan jam antik) terdapat juga piringan hitam dan berbagai peralatan kapal, kamera lama hingga botol penyimpanan. Daerah asal barang-barang tersebut juga beragam, ada yang berasal dari Jawa, Cirebon, hingga Cina. Barang-barang yang dijual ini didapatkan dari toko, penjual keliling, atau pabrikan. Presentasi pembeli sebanyak 70% rata-rata merupakan pembeli asing dan kolektor barang antik. Jika berkunjung ke pasar ini, tidak mengherankan banyak wisatawan asing. Selain itu, pengiriman barang antik ke luar negeri juga dilakukan.

5. Trivia Pasar

Selain barang antik, Jl. Surabaya ini juga terkenal dengan pasarkoper. Koper yang tersedia dengan berbagai macam bentuk, kegunaan, dan ukuran yang variatif. Barang-barang yang dijual, ada beberapa diantaranya yang sudah dipoles oleh pedagang sehingga terlihat menarik oleh

pengunjung. Harga untuk pelanggan lokal dan domestik berbeda disesuaikan dengan jenis barangnya.





Gambar 3.10.Pasar Barang antik Jl. Surabaya

(dokumentasi pribadi)

3.3.4. Hasil dan analisa Pasar Batu Akik Rawabening

Penulis melakukan observasi di pasar batu akik rawabening pada Rabu, 25 Maret 2015. Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis:

1. Sejarah Pasar

Pasar yang disebut sebagai Jakarta Gems Center ini pada tahun 1974 hanya sebuah pasar pada umumnya yang menjual sayur dan buah, namun kemudian dibangun kembali menjadi pusat perhiasan, terutama perhiasan batu. Kemudian pada tahun 2008-2010 diresmikan oleh pemda DKI perniagaan.

2. Informasi umum pasar

Pasar ini terletak di Jl. Bekasi Barat, Jatinegara, Jakarta Timur yang beroperasi setiap hari dari pukul 08.00-17.00. Pasar ini terbagi menjadi dua lantai, dengan jumlah sekitar 350 pedagang.

3. Aksesibilitas pasar

Untuk mencapai pasar ini bisa dilakukan dengan beberapa cara, yaitu dengan Kereta Api turun di Stasiun Jatinegara, kemudian berjalan kaki menyeberang jalan. Semua kereta api dari luar kota berhenti di Stasiun Jatinegara. Kereta api komuter: *Blue Line* Bekasi – Jakarta Kota. TransJakarta Koridor 11 Pulogebang – Kp Melayu, turun Halte Stasiun Jatinegara 2, dilanjutkan dengan berjalan kaki.

4. Ciri khas pasar

Berbagai jenis batu tersedia di pasar ini. Beberapa jenis batu yang tersedia adalah *Black Onyx*, Mirah (*Ruby*), safir, zamrut (*Emerald*), dan Giok (*Jade*). Batu Zamrut diimpor dari Rusia dan Kolombia, *Ruby* dari Myanmar dan Thailand, Safir dari Srilanka. Sedangkan untuk batu akik sendiri merupakan batu alam yang ketika diasah akan menjadi perhiasan. Selain batu, pasar ini juga menyediakan kerangka cincin yang biasanya menjadi tempat untuk meletakkan batu menjadi perhiasan. Pasar ini juga mempunyai tempat tersendiri untuk mengasah dan membentuk batu, terdapat pusat informasi batu, dan tempat untuk mengecek keaslian sebuah batu karena batu-batu tersebut juga terdapat yang sintetis atau buatan.

5. Trivia Pasar

Selain di dalam pasar, penjualan batu juga terdapat di luar pasar yang berada di atas mobil *pick-up* dan batu-batu tersebut diletakkan di atas nampan. Bahkan hingga penjual es cincau juga menjual batu diatas nampan, pedagang batu juga ada yang berkeliling di sepanjang jalan pasar dengan hanya bermodalkan sebuah nampan. Batu yang sedang terkenal saat ini adalah batu Bacan dari Ternate, keunikan batu ini adalah ketika disinari dari bawah, akan terlihat keruh atau belum bersih, namun ketika didimakan selama beberapa waktu, batu tersebut akan menjadi bersih dan harga jualnya bisa melambung tinggi.





Gambar 3.11. Pasar Batu akik Rawabening

(dokumentasi pribadi)

3.3.5. Hasil dan analisa Pasar kue subuh Senen

Penulis melakukan observasi di pasar kue subuh Senen pada Sabtu, 28 Maret 2015. Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis:

1. Sejarah Pasar

Pasar kue subuh ini sudah ada sejak tahun 1960-1970an, berlokasi di parkiran motor dan samping kios pasar Senen. Namun, semenjak terjadi

kebakaran pada tahun 2014, beberapa penjual dipindahkan ke depan kios pasar Senen.

2. Informasi umum pasar

Lokasi pasar ini berada di Jl. Let. Jendral Suprpto-Kramat Bunder, Kec.Senen, Kota Jakarta Pusat.Sebelumnya, pasar kue subuh ini beroperasi dari pukul 02.00-05.00 saja, namun sekarang sudah buka dari pukul 20.00-08.00.Para penjual berjualan kue dan jajanan diatas meja dan tersusun rapi diatas nampan atau keranjang.

3. Aksesibilitas pasar

Untuk mencapai lokasi dari stasiun kota, bisa menaiki Kopami 02 Muara Karang Senen atau mikrolet 12 dan turun di terminal pasar Senen. Kemudian berjalan kaki ke pasar Senen

4. Ciri khas pasar

Pasar kue subuh Senen memiliki banyak jenis kue dan jajanan pasar. Seperti kue tradisional lemper, kue ape, bika ambon, dan bolu kukus. Selain itu ada pastel, risol, roti buaya, kue tart, roti, dan brownies. Kue dan jajanan pasar tersebut biasanya diproduksi dan dibuat oleh mereka secara langsung, proses pembuatan dan penbungkusan kue-kue tersebut dapat dilihat.Selain dibuat sendiri, para pedagang kue tersebut juga memiliki suppliernya sendiri dari berbagai daerah, misalnya Kranggan, Ciledug, atau tTanjung Priok.

5. Trivia Pasar

Yang menarik dari pasar kue subuh adalah, pelanggan dapat mencicipi kue dan jajanan pasar sebelum membeli. Kecepatan penjual untuk melakukan proses pembungkusan juga menarik, karena dilakukan dengan sangat cepat dan tepat. Karena sudah banyak yang berlangganan, para pedagang kue ini biasanya sudah melakukan pengepakan kue-kue berdasarkan pesanan.





Gambar 3.12. Pasar Kue subuh Senen
(dokumentasi pribadi)

3.3.6. Hasil dan analisa Pasar Ikan Hias Sumenep

Penulis melakukan observasi di pasar Asemka pada Jumat, 27 Maret 2015.

Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis:

1. Sejarah Pasar

Pasar ikan hias ini sudah beroperasi sejak tahun 1970

2. Informasi umum pasar

Pasar ikan hias ini terletak di Taman Pariwisata Jl. Sumenep, Menteng, Jakarta Pusat yang beroperasi dari pukul 09.00-17.00. Area ikan hias terbagi menjadi dua, yaitu ikan air tawar dan ikan air laut. Pasar ini dikelola oleh Pemda DKI Jakarta serta dinas perikanan dan kelautan serta dinas UMKM Jakarta Pusat.

3. Aksesibilitas pasar

Untuk mencapai lokasi dapat menggunakan angkutan umum, bisa turun di Halte Bus Latuarhari (sekitar 350an meter) atau di Stasiun Kereta Sudirman (sekitar 600 meter).

4. Ciri khas pasar

Pasar ikan hias ini menjual berbagai macam jenis ikan. Contoh ikan hias air tawar diantaranya ikan mas koki, ikan koi, blue eyes, black ghost, dan lainnya. Sedangkan untuk ikan air laut ada clownfish, barracuda, anemone, dan lainnya. Selain menyediakan berbagai jenis ikan, pas ini juga menyediakan berbagai jenis hiasan untuk akuraium seperti tanaman hias, batu karang, hingga mainan untuk akuarium. Tersedia juga oksigen buatan dan pasir.

5. Trivia Pasar

Disamping berjualan ikan dan perlengkapannya, pasar ikan hias Sumenep juga menyediakan jasa pembersihan (kuras) akuarium. Perbedaan antara tempat penyimpanan ikan hias air tawar dan air laut terletak pada ukurannya, ukuran lebih besar untuk ikan air laut agar anemon dan berbagai jenis makhluk hidup laut lainnya dapat tumbuh dan hidup lebih lama.





Gambar 3.13.Pasar ikan hias Sumenep
(dokumentasi pribadi)

3.3.7. Hasil dan analisa Pasar bunga Rawa Belong

Penulis melakukan observasi di pasar bunga Rawa Belong pada Sabtu, 28 Maret 2015. Berikut adalah data yang didapatkan oleh penulis:

1. Sejarah pasar

Sebelum tahun 2006, pasar bunga ini berada di sekitar pinggir jalan Rawa Belong dan mengganggu arus lalu lintas sehingga terjadi kemacetan. Sehingga akhirnya Pemerintah Daerah DKI bersama dengan

Dinas Pertanian dan Kehutanan membangun sebuah tempat khusus untuk pasar bunga.

2. Informasi umum pasar

Pasar bunga Rawa Belong buka 24 jam, ada beberapa penjual bunga menjadikan kios atau tempat mereka sebagai tempat bermalam. Bangunannya cukup luas dengan dominasi warna hijau.

3. Aksesibilitas pasar

Ada lahan parkir, cukup luas, namun jika menggunakan kendaraan pribadi agak sulit karena jalan masuk gang sempit. Angkutan umum menggunakan 69 Blok M-Cileduk atau mikrolet 09 Tanah Abang-Kebayoran Lama dan mikrolet 11 Tanah-Abang Meruya. Lokasi pasar ini berjarak sekitar 50 m dari pertigaan Jl. Palmerah Barat dan Kebayoran Lama dan masuk ke gang kecil yang ada gapura putih.

4. Ciri khas pasar

Berbagai bunga potong dan untuk berbagai kebutuhan. Jenisnya beragam, mayoritas bungalokal. Jika menginginkan bunga impor harus memesan terlebih dahulu, tapi lebih terkenal bungalokal. Jenis bunga antara lain mawar, anggrek, aster, hingga bunga sedap malam. Bunga tersebut segar dan dikelompokkan menjadi sebuah buket dilapisi kertas maupun plastik, harga variatif tergantung jenis. Bunga tersebut juga bisa dirangkai bentuk buket, hiasan pada papan ucapan, parcel, dan sebagainya. Pelanggan juga bebas menentukan jenis bunga yang ingin dirangkai. Ketahanan lama bunganya ada yang 2-5 hari, seminggu, dan dua minggu. Bunga tersebut

dari petani di berbagai daerah, puncak, bandung, malang. Pemesanan tersebut juga gambling karena jika tidak habis maka bunga akan dibuang.

5. Trivia Pasar

Gedung di seberang pasar bunga tersebut juga menyediakan jasa pembuatan mebel, ketika masuk ke dalam, akan ada orang-orang yang sedang meronce bunga melati untuk hiasan kepala pada pengantin wanita, di sana juga tersedia bunga imitasi dan gapura untuk pernikahan. Selain itu juga ada penjual daun hias namun jumlahnya tidak terlalu banyak.





Gambar 3.14. Pasar bunga Rawa Belong
(dokumentasi pribadi)

3.4. Hasil Kuesioner

Penulis menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berumur 18-35 tahun mengenai preferensi gaya visual yang disukai. Pemilihan kuesioner meliputi pemilihan gaya gambar makhluk hidup, pemilihan media pewarnaan, dan *typeface*.

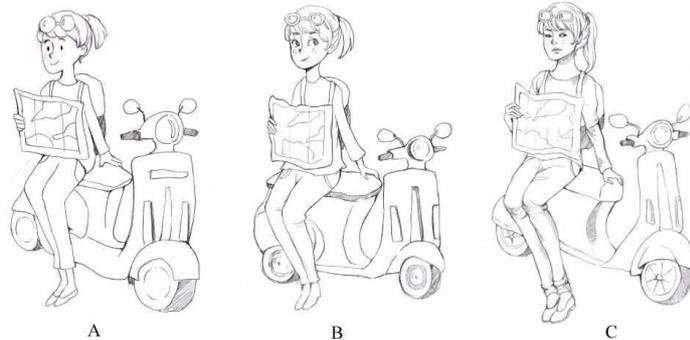
KUESIONER PEMILIHAN GAYA VISUAL

Kuesioner ini bertujuan untuk melengkapi data Tugas Akhir Natasha Cindy, mahasiswi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara, mengenai "Perancangan Buku Ilustrasi mengenai Pasar di Daerah Jakarta sebagai Wisata Alternatif" mohon diisi dengan jujur.

Terima kasih :)

Umur:

Pilih salah satu gambar yang kalian sukai



Pilih salah satu pewarnaan yang kalian sukai



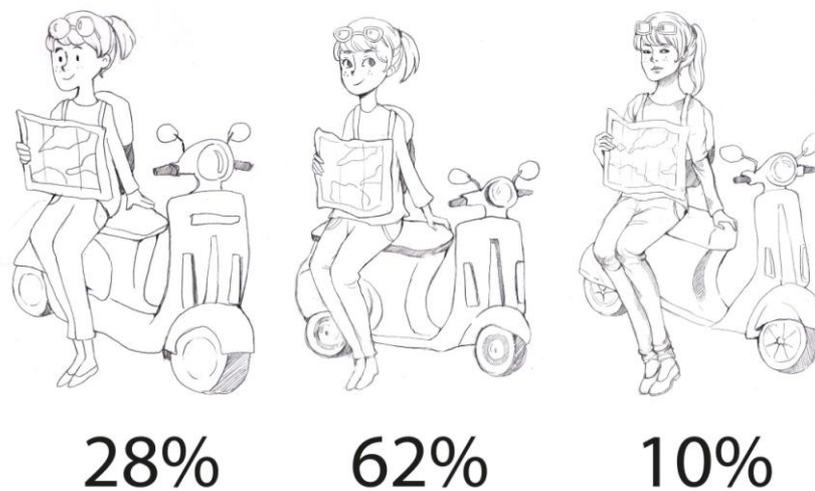
Pilih salah satu huruf yang kalian sukai

A	<p>HEADLINE PASAR TEMATIK <i>quick brown fox jumps over the lazy dog</i> quick brown fox jumps over the lazy dog</p>
B	<p>HEADLINE PASAR TEMATIK <i>quick brown fox jumps over the lazy dog</i> quick brown fox jumps over the lazy dog</p>
C	<p>HEADLINE PASAR TEMATIK <i>quick brown fox jumps over the lazy dog</i> <i>quick brown fox jumps over the lazy dog</i></p>

Gambar 3.15. Contoh kuesioner

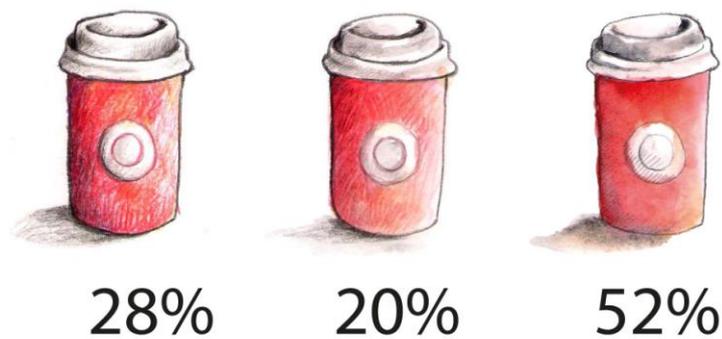
(dokumentasi pribadi)

Pertanyaan pertama adalah mengenai pemilihan gaya visual makhluk hidup (manusia) dengan beberapa gaya yaitu gaya minimalis, kartun, dan semi-realis. Berdasarkan hasil kuesioner 95 orang dari 152 orang memilih gaya kartun.



Gambar 3.16. hasil kuesioner gaya gambar
(dokumentasi pribadi)

Pertanyaan kedua yaitu mengenai pemilihan cara pewarnaan, yaitu dengan menggunakan pensil warna, menggunakan pensil warna dan cat air, atau hanya menggunakan cat air. Berdasarkan hasil kuesioner 78 orang dari 152 orang memilih cara pewarnaan dengan cat air.



Gambar 3.13. Hasil kuesioner cara pewarnaan
(dokumentasi pribadi)

Pertanyaan ketiga yaitu mengenai pemilihan *typeface*, pemilihan *typeface* menggunakan tipe handwritten dan penggabungan antara serif dan sans serif. Berdasarkan hasil kuesioner, 98 orang dari 152 orang memilih jenis *typeface* A, yaitu Hapole Markerpen untuk headline dan kalimat keterangan pada gambar dan *typeface* Calibri untuk *body text*.



Gambar 3.17. Hasil kuesioner *typeface*
(dokumentasi pribadi)

3.4.1. Kesimpulan Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner yang didapatkan penulis, mayoritas masyarakat memilih pilihan gaya visual kartun untuk penggambaran manusia, cara pewarnaan menggunakan cat air (*watercolor*), dan *typeface handwritten* Hapole Markerpen untuk penulisan *headline* serta kalimat atau kata keterangan pada gambar serta Calibri untuk *body text*.

3.5. Analisis Data

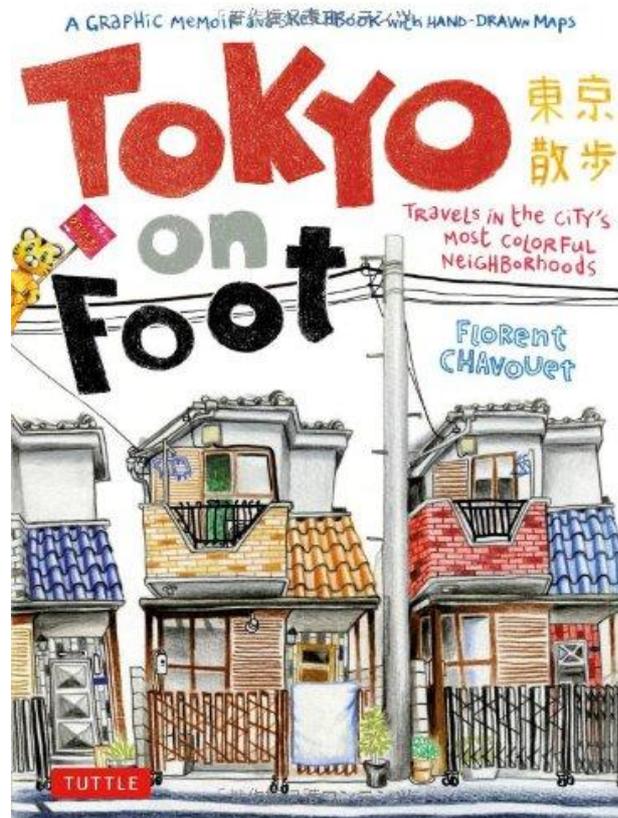
Berdasarkan hasil yang penulis peroleh, dapat disimpulkan bahwa setiap pasar memiliki daya tarik atau ciri khasnya masing-masing yang tentunya berpotensi dijadikan sebagai salah satu tempat wisata alternatif, seiring dengan perkembangan pasar-pasar tersebut. Pasar yang dapat dijadikan sebagai wisata alternatif adalah pasar tradisional tematik. Untuk mendeskripsikan informasi yang penulis dapatkan, dibuat sebuah buku ilustrasi menggunakan cat air (*watercolor*), dengan gaya realis dan kartun.

3.6. Studi Eksisting

Penulis melakukan studi eksisting terhadap buku *Tokyo On Foot* karya Flourent Chavouet. Buku tersebut merupakan sebuah buku ilustrasi jurnal kunjungan Flourent ke Jepang dengan penjelasan berbagai hal menarik, seperti keadaan atau lokasi tempat yang dikunjungi, hal-hal menarik yang bisa didapatkan di daerah tersebut, peta lokasi, dan trivia di setiap lokasi yang dikunjungi juga dijelaskan.

Faktor pembeda yang penulis buat dengan buku ini yaitu, tema atau topik yang dibahas lebih spesifik, yaitu pasar tradisional tematik di Jakarta dengan

pengklasifikasian barang-barang yang dijual, penyajian informasi tidak hanya berupa gambar atau ilustrasi namun penggunaan *body text* juga digunakan, dan media yang digunakan penulis adalah cat air (*watercolor*).



Gambar 3.18. Tokyo On Foot (*cover*)

(dokumentasi pribadi)