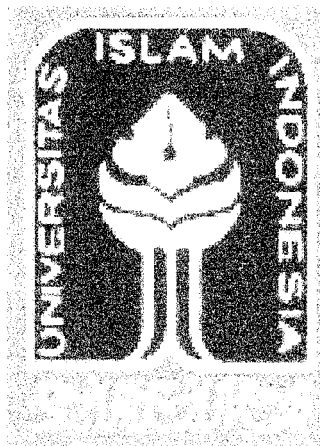


**LAPORAN PERANCANGAN
TUGAS AKHIR**

PERPUSTAKAAN FTSP UIN	
HABISAH/RELI	
TGL. TERIMA :	15 Mei 2004
NO. JUDUL :	8001083
NO. INV. :	520001083021
NO. INDIK. :	

PUSAT INFORMASI KEBUDAYAAN DI YOGYAKARTA

*Karakter Yogyakarta sebagai Kota Pelajar, Kota Budaya, Kota Wisata, dan
Jogja Never Ending Asia.*



Penyusun

Faisal Rivai Ratu Mega

97 512 144

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
JOGJAKARTA**

2003

Persembahan

**Kupersembahkan karyaku ini untuk
Papa dan Mama tercinta atas segala yang telah
mereka berikan kepadaku baik materi, moril dan
doa restu....**

**Abang Yayat, Mbak lin dan Mbak Doty yang selalu
menjadi teladan yang terbaik bagiku....**

**Para sahabat dan teman dekat yang telah berjuang
bersama dan berbagi selama ini....**

Faisal Rivai RM

PUSAT INFORMASI KEBUDAYAAN DI YOGYAKARTA

Karakter Yogyakarta Sebagai Kota Pelajar, Kota Budaya, Kota Wisata
Dan Jogja Never Ending Asia

CULTURE INFORMATION CENTER IN YOGYAKARTA

Yogyakarta's Characteristics As A Student Town, Cultural Town,
Tourism Town and Jogja Never Ending Asia

Penyusun :

Faisal Rivai RM

97 512 144

Dosen Pembimbing :

Ir. Endy Marlina, MT

ABSTRAKSI

Citra Yogyakarta sebagai kota pelajar, budaya ,dan wisata, serta dengan adanya brand image baru Yogyakarta yaitu Jogja Never Ending Asia yang diharapkan dapat memberikan citra positif ke dunia global. Dimana arus informasi dari luar dengan mudah dapat masuk ke Indonesia.

Permasalahan secara umum adalah bagaimana konsep perancangan gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta yang memberikan citra karakter DIY.

Tujuan dari pembahasan ini adalah untuk merancang gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta yang dapat memberikan citra karakter DIY dan JNE. Diharapkan dengan adanya gedung ini dapat menambah sarana pelayanan informasi, pengenalan kebudayaan dengan negara lain sehingga dapat mempererat hubungan di dunia internasional.

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Halaman Persembahan	iii
Kata Pengantar	iv
Abstraksi	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xv

BAB 1 DATA

1.1	Pengertian Judul	1
1.2	Latar Belakang	1
1.3	Permasalahan	
	3.1 Permasalahan Umum	1
	3.2 Permasalahan Khusus	1
1.4	Tujuan	2
1.5	Sasaran	2
1.6	Batasan Masalah	
	1.6.1 Batasan Arsitektural	2
	1.6.2 Batasan Non Arsitektural	2
1.7	Metode Perancangan	2
1.8	Keaslian Penulisan	3
1.9	Spesifikasi Umum Bangunan	
	1.9.1 Fungsi Bangunan	5
	9.1.1 Fungsi Utama	5
	9.1.2 Fungsi Pendukung	5
	1.9.2 Pelaku Dan Kegiatan	5

1.9.3	Obyek Pembanding	
1.9.3.1	Sendai Mediatheque	6
1.9.3.1a	Fungsi Bangunan	6
1.9.3.1b	Pelaku	7
1.9.3.1c	Macam Ruang	7
1.9.5.2	Erasmus Huis	8
1.9.5.2a	Fungsi Bangunan	8
1.9.5.2b	Pelaku	8
1.9.5.2c	Struktur Organisasi	9
1.9.5.2d	Fasilitas Bangunan	9
1.9.4	Kebutuhan Ruang	9
1.9.5	Struktur Organisasi	10
1.9.6	Bentuk Kelembagaan	11
1.9.7	Lokasi Site	11
1.10.	Tinjauan DIY	
1.10.1	Tata Letak Geografis	13
1.10.2	Profil Populasi	13
1.10.3	Budaya Dan Sejarah	14
1.10.4	Ekonomi	15
1.10.5	Karakter Yogyakarta	
10.5.1	Kota Pelajar	15
10.5.2	Kota Budaya	17
10.5.3	Kota Tujuan Wisata	18
1.10.6	Jogja Never Ending Asia	20

BAB 2 ANALISIS

2.1	Fungsi	
2.1.1	Fungsi Utama	22
2.1.2	Fungsi Pendukung	22
2.2	Pelaku	
2.2.1	Pengelola	22

2.2.1.1	Struktur Organisasi	23
2.2.1.2	Bentuk Kelembagaan	23
2.2.2	Pengunjung	24
2.3	Kegiatan	
2.3.1	Kegiatan Utama	24
2.3.2	Kegiatan Pendukung	24
2.4	Pola Kegiatan	
2.4.1	Pola Kegiatan Pengelola Internal	24
2.4.2	Pola Kegiatan Pengunjung	26
2.5	Kebutuhan Ruang	
2.5.1	Kebutuhan Ruang Pengelola	28
2.5.2	Kebutuhan Ruang Pengunjung	29
2.6	Zoning Ruang	
2.6.1	Segi Pelaku	30
2.6.2	Segi Kegiatan	30
2.6.3	Segi Tingkat Privasi	31
2.7	Program Ruang	
2.7.1	Pengelola	32
2.7.2	Bagian Eksibisi	33
2.7.3	Bagian Edukasi	34
2.7.4	Fasilitas Pendukung	35
2.8	Pola Hubungan Ruang	
2.8.1	Bagian Pengelola	36
2.8.2	Bagian Edukasi	37
2.8.3	Bagian Eksibisi	38
2.8.4	Fasilitas Pendukung	39
2.9	Organisasi Ruang	39
2.10	Analisis Site	
2.10.1	Sirkulasi	40
2.10.2	Kebisingan	40
2.10.3	Orientasi Bangunan dan Matahari	41

3.2.3.2	Dinamis	59
3.2.3.3	Heterogen	60
3.2.3.4	Tradisional	61
3.2.4	Tampak Hasil Akhir	62
3.3	Perencanaan Tapak	63
3.3.1	Site Plan	64
3.4	Perancangan Struktur	
3.4.1	Pondasi	65
3.4.2	Struktur Utama	65
3.4.3	Struktur Atap	66
3.4.4	Potongan Struktur	67
3.5	Perancangan Interior	
3.5.1	Konsep JNE	68
3.5.2	Skala Ruang Yang Berbeda	69
3.5.3	Ruang Sirkulasi Yang Berbeda	70
3.5.3.1	Ruang Sirkulasi Terbuka	70
3.5.3.2	Ruang Sirkulasi Setengah Terbuka	70
3.5.3.3	Ruang Sirkulasi Tertutup	70

Lampiran

Daftar Pustaka

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kegiatan Pengelola	3
Gambar 1.2	Kegiatan Pengunjung	6
Gambar 1.3	Sendai Mediatheque	6
Gambar 1.4	Erasmus Huis	8
Gambar 1.5	Skema Struktur Organisasi	10
Gambar 1.6	Bentuk Kelembagaan	11
Gambar 1.7	Bangunan di Sekitar Site	11
Gambar 1.8	Lokasi Site	12
Gambar 1.9	Kondisi Site	12
Gambar 1.10	Peta DIY	13
Gambar 1.11	UGM	16
Gambar 1.12	Graha Sabha	16
Gambar 1.13	Contoh Penerapan Pada Gedung	16
Gambar 1.14	Kesenian Tarian Dan Gamelan Jawa	17
Gambar 1.15	Candi Prambanan	18
Gambar 1.16	Kraton Jogja	18
Gambar 1.17	Contoh Penerapan Pada Gedung	20
Gambar 1.18	Jogja Never Ending Asia	20
Gambar 2.1	Struktur Organisasi	23
Gambar 2.2	Bentuk Kelembagaan	23
Gambar 2.3	Pola Kegiatan Pengelola	24
Gambar 2.4	Pola Kegiatan Direktur	25
Gambar 2.5	Pola Kegiatan Sekretaris	25
Gambar 2.6	Pola Kegiatan Bendahara	25
Gambar 2.7.	Pola Kegiatan Maintenance	25
Gambar 2.8	Pola Kegiatan Edukasi Dan Pengelola Pusat Kebudayaan	26
Gambar 2.9	Pola Kegiatan Eksibisi Dan Pengelola Pusat Kebudayaan	26
Gambar 2.10	Pola Kegiatan Fasilitas Pendukung	26

Gambar 2.11	Pola Kegiatan Pengunjung	26
Gambar 2.12	Pola Kegiatan Masyarakat	27
Gambar 2.13	Pola Kegiatan Seniman Dan Budayawan	27
Gambar 2.14	Pola Kegiatan Pelajar Dan Mahasiswa	27
Gambar 2.15	Zoning Segi Pelaku	30
Gambar 2.16	Zoning Segi Kegiatan	30
Gambar 2.17	Zoning Segi Tingkat Privasi	31
Gambar 2.18	Pola Hubungan Ruang Pengelola	36
Gambar 2.19	Pola Hubungan Ruang Bagian Edukasi	37
Gambar 2.20	Pola Hubungan Ruang Bagian Eksibisi	38
Gambar 2.21	Pola Hubungan Ruang Fasilitas Pendukung	39
Gambar 2.22	Organisasi Ruang	39
Gambar 2.23	Analisis Sirkulasi	40
Gambar 2.24	Analisis Kebisingan	40
Gambar 2.25	Analisis Orientasi Bangunan dan Matahari	41
Gambar 2.26	Konsep Tata Ruang Hirarkhi Horizontal	42
Gambar 2.27	Konsep Tata Ruang Hirarkhi Vertikal	42
Gambar 2.28	Transformasi Desain Tata Ruang Hirarkhi	43
Gambar 2.29	Konsep Tata Ruang Heterogen Horizontal	44
Gambar 2.30	Konsep Tata Ruang Heterogen Vertikal	44
Gambar 2.31	Transformasi Tata Ruang Heterogen Horizontal	45
Gambar 2.32	Transformasi Tata Ruang Heterogen Vertikal	46
Gambar 2.33	Konsep Skala Ruang Yang Berbeda	46
Gambar 2.34	Konsep Bentuk Ruang Yang Berbeda	47
Gambar 2.35	Konsep Ruang Sirkulasi Yang Berbeda	47
Gambar 2.36	Konsep Tampak	48
Gambar 2.37	Konsep Gubahan Massa	49
Gambar 2.38	Konsep Interior	49
Gambar 2.39	Konsep Struktur Atap	50
Gambar 2.40	Konsep Struktur Utama	50
Gambar 2.41	Konsep Pondasi	51

Gambar 3.1	Denah Awal	52
Gambar 3.2	Bentuk Dasar	53
Gambar 3.3	Gubahan Massa Awal	53
Gambar 3.4	Denah Berdasarkan Besaran Ruang	53
Gambar 3.5	Denah Ke Tapak	54
Gambar 3.6	Bentuk Denah Dinamis	54
Gambar 3.7	Bentuk Denah Heterogen	55
Gambar 3.8	Denah Akhir	56
Gambar 3.9	Tampak Awal	57
Gambar 3.10	Bentuk Awal Atap Lengkung	57
Gambar 3.11	Bentuk Akhir Atap Datar	58
Gambar 3.12	Bentuk Hirarkhi Pada Tampak	58
Gambar 3.13	Bentuk Dinamis Pada Tampak	59
Gambar 3.14	Bentuk Jendela Dinamis	59
Gambar 3.15	Bentuk Kolom	59
Gambar 3.16	Bentuk Jendela Heterogen	60
Gambar 3.17	Elemen Pelapis Dinding	60
Gambar 3.18	Konsep Tradisional	61
Gambar 3.19	Konsep JNE	61
Gambar 3.20	Tampak Akhir Bangunan	62
Gambar 3.21	Perencanaan Tapak	63
Gambar 3.22	Site Plan	64
Gambar 3.23	Pondasi	65
Gambar 3.24	Struktur Rigid Frame	65
Gambar 3.25	Struktur Atap	66
Gambar 3.26	Potongan Struktur	67
Gambar 3.27	Interior Ruangan	68
Gambar 3.28	Skala Ruang	69
Gambar 3.29	Ruang Sirkulasi	71

BAB 1

DATA

1.1 Pengertian Judul

Pusat Informasi Kebudayaan Di Yogyakarta adalah pusat pelayanan, pengenalan, pertukaran informasi mengenai kebudayaan Jawa dan kebudayaan beberapa negara asing.

1.2 Latar Belakang

Untuk dapat mengelola informasi yang demikian cepat berkembang dimana pengaruh dan budaya luar mudah masuk ke Indonesia, khususnya dalam merintis suatu upaya membangun citra positif DIY ke dunia global, diperlukan suatu sistem atau strategi komunikasi informasi.

Gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta adalah suatu gedung yang melayani pengenalan dan pertukaran informasi budaya baik dari lokal (Jawa) maupun negara – negara asing.

Gedung Pusat Informasi Kebudayaan harus menggambarkan karakter yang ingin kita wujudkan secara tepat, konkret dan realistis serta mendukung citra positif dengan brand image baru Jogja Never Ending Asia (JNE) serta predikat – predikat yang sudah dimiliki DIY saat ini. Yaitu sebagai Kota Pelajar, Kota Wisata, Kota Budaya.

1.3 Permasalahan

1.3.1 Permasalahan Umum

Bagaimana konsep perancangan gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta yang memberikan citra karakter DIY.

1.3.2 Permasalahan Khusus

- Bagaimana konsep perancangan gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta yang dapat memberikan citra karakter DIY sebagai Kota Pelajar, Kota Wisata, Kota Budaya, dan Jogja Never Ending Asia.

2. JUDUL : PUSAT INFORMASI PROMOSI DAN
PERDAGANGAN KOMPUTER DI
YOGYAKARTA

PENYUSUN : Setyo Lulus Widodo
FTSP JURUSAN ARSITEKTUR UII, 1998

PENEKANAN :

- 1) Pencerminkan karakter informatif dan atraktif pada tata ruang dalam dan penampilan bangunan sebagai penentu daya tarik bagi pengunjung.

PERBEDAAN :

- 1) Penulis menekankan citra kota Yogyakarta pada bangunan, sedangkan Setyo Lulus Widodo menekankan pada tata ruang yang mencerminkan karakter informatif dan atraktif serta penampilan bangunan yang menarik.

3. JUDUL : PUSAT PERTUKARAN KEBUDAYAAN
INDONESIA PERANCIS DI YOGYAKARTA

PENYUSUN : Ariawati
FTSP JURUSAN ARSITEKTUR UII, 2001

PENEKANAN :

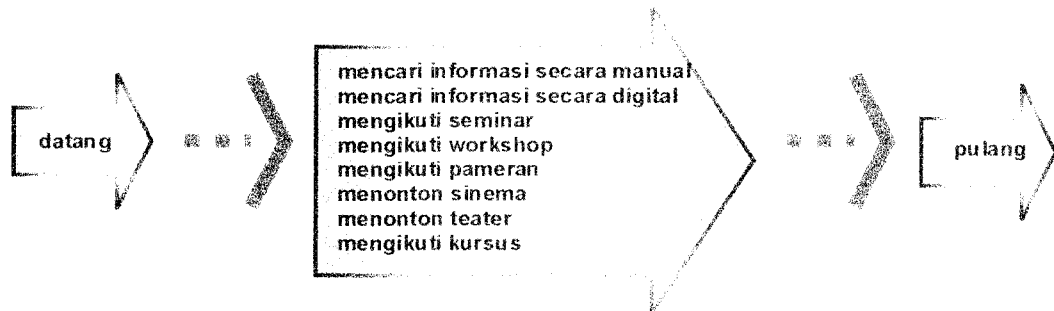
- 1) Jenis kegiatan di Pusat Pertukaran Kebudayaan.
- 2) Pewadahan kegiatan berupa kegiatan pendidikan dan kegiatan seni.
- 3) Pengolahan ruang dalam dan ruang luar.

PERBEDAAN :

- 1) Penulis menekankan citra kota Yogyakarta pada bangunan, sedangkan Ariawati menekankan pada mewadahi kegiatan pendidikan dan seni serta pengolahan ruang dalam dan luar pada bangunan .

2. Pengunjung

- Masyarakat DIY sendiri.
- Pelajar dan mahasiswa
- Unsur lain (LSM, Parpol, Seniman, Budayawan, ekspatriat, dll)



Gbr. 1.2 Kegiatan Pengunjung

(Sumber : Analisis 2003)

1.9.3 Obyek Pemandangan

1.9.3.1 Sendai Mediatheque¹



Gbr 1.3 Sendai Mediatheque

(Sumber : www.smt-city.sendai.jp)

1.9.3.1a Fungsi Bangunan

Bangunan ini merupakan fasilitas yang mewadahi aktifitas yang berhubungan dengan seni dan film, sebagai fasilitas publik yang mewadahi masyarakat umum untuk dapat bertukar informasi satu sama lain melalui berbagai media.

¹ www.smt-city.sendai.jp

1.9.3.1b Pelaku

Pelaku Sendai mediatheque adalah :

1. **Pengelola**

Pengelola adalah pihak-pihak yang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan administrasi, pelayanan informasi dan pemeliharaan di Sendai Mediatheque.

2. **Pengunjung**

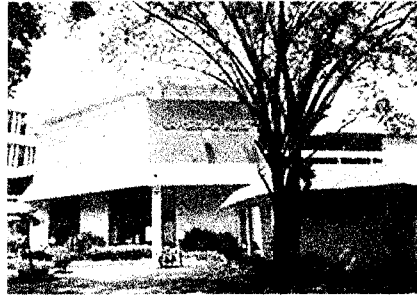
Pengunjung mediatheque adalah semua lapisan masyarakat dan orang-orang yang memiliki kekurangan fisik yang membutuhkan pelayanan informasi dan penggunaan fasilitas pendukung lainnya.

1.9.3.1c Macam Ruang

Ruang - ruang yang terdapat di Sendai mediatheque adalah :

- Studio
- Galeri
- Sinema
- Hall
- Ruang Pertemuan
- Perpustakaan
- Ruang Audio Video
- Ruang Browsing Information
- Fasilitas Bagi Penyandang Cacat
- Tempat Penitipan Anak

1.9.3.2 Erasmus Huis²



Gbr 1.4 Erasmus Huis

(Sumber : www.erasmushuis.nl)

1.9.3.2a Fungsi Bangunan

Erasmus Huis adalah pusat kebudayaan Belanda di Jakarta, dengan memfokuskan pada acara musik, pameran, pemutaran film dan ceramah.

1.9.3.2b Pelaku

1. Pengelola

Pengelola adalah pihak-pihak yang bertanggungjawab atas segala sesuatu yang berkenaan dengan terselenggaranya kegiatan pusat kebudayaan, tugasnya mengoperasikan sarana prasarana sehingga kegiatan berjalan lancar.

2. Pengunjung

Pengunjung Erasmus Huis adalah segala lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai kebudayaan Belanda dan mereka yang ingin memanfaatkan fasilitas pendukung yang ada seperti pameran, pertunjukan teater, film, musik, perpustakaan dll.

² www.erasmushuis.nl

1.9.3.2c Struktur Organisasi

1. **Direktur**
Maarten Mulder
2. **Wakil Direktur**
Tan Hamoen
3. **Asisten Wakil Direktur**
Bob Wardhana

1.9.3.2d Fasilitas Bangunan

Erasmus Huis memiliki beberapa fasilitas yang sering digunakan, yaitu:

1. Auditorium
2. Ruang Pameran
3. Sinema
4. Perpustakaan

1.9.4 Kebutuhan Ruang³

Berdasarkan pelaku dan kegiatan pengguna gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta serta obyek pembanding bangunan yang sudah ada, maka dibutuhkan ruang - ruang sebagai berikut :

1. Bagian Pengelola

- Direktur
- Wakil Direktur
- Sekretaris
- Bendahara
- R. Arsip
- Rapat

³ Ariawati, Pusat Pertukaran Kebudayaan Indonesia Perancis di Yogyakarta, UII, 2001

2. Bagian Eksibisi

- R. seminar
- R. Pamer
- R. serbaguna

3. Bagian Edukasi

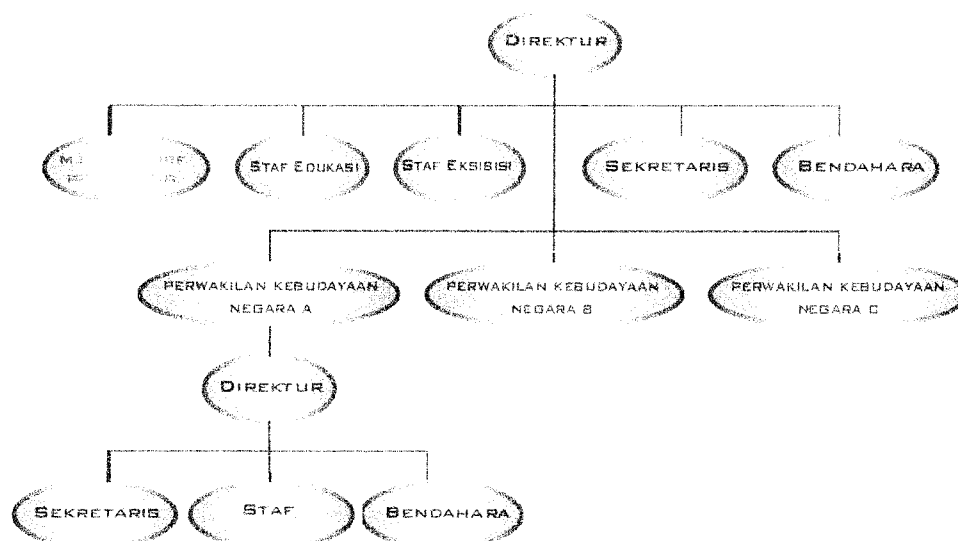
- Perpustakaan
- R. Kelas

4. Fasilitas Pendukung

- Kafetaria
- Mushola
- Parkir
- Lavatory

1.9.5 Struktur Organisasi

Struktur Organisasi gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta adalah sebagai berikut :



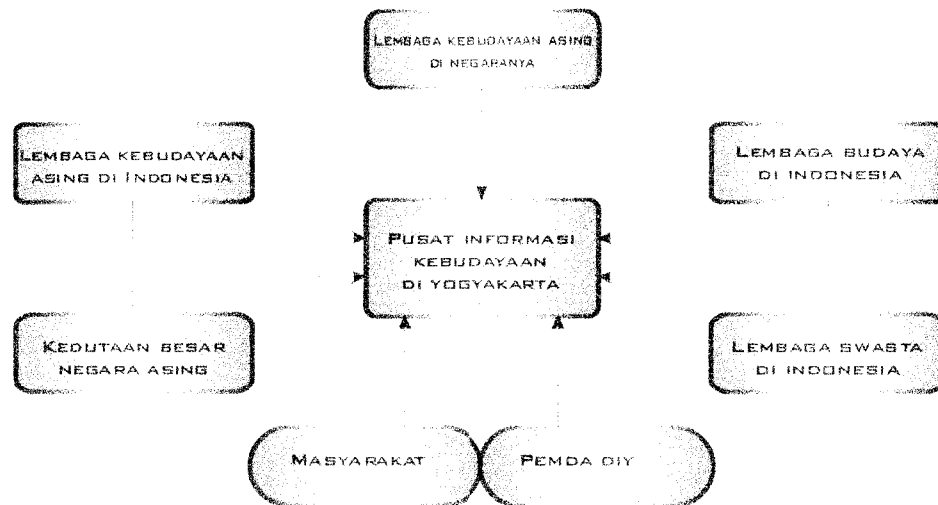
Gbr. 1.5 Struktur Organisasi

(Sumber : Analisis 2003)

1.9.6 Bentuk Kelembagaan

Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta adalah lembaga semi swasta yang merupakan gabungan dari lembaga kebudayaan asing yang berada di Indonesia dengan lembaga kebudayaan lokal yang ada di Indonesia.

Sumber dana bagi pengelolaan dan pelaksanaan kegiatan gedung ini adalah berasal dari bantuan lembaga kebudayaan asing, kedutaan besar negara asing, lembaga budaya Indonesia, pemda DIY, dan pihak – pihak swasta lainnya.



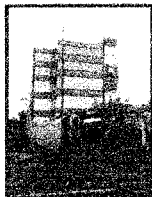
Gbr. 1.6 Bentuk Kelembagaan

(Sumber : Analisis 2003)

1.9.7 Lokasi Site

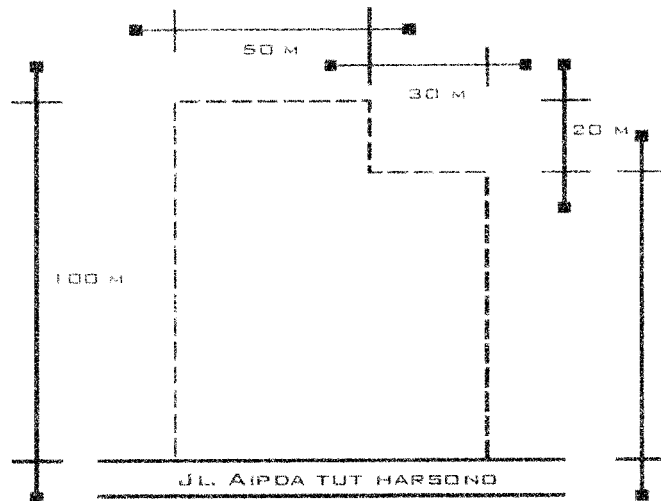
Site terletak di Jl. AIPDA TUT Harsono, dimana

- sisi utara bersebelahan dengan Happy Land
- sisi selatan bersebelahan dengan gedung Korpri
- sisi barat bersebelahan dengan permukiman penduduk
- sisi timur berseberangan dengan kantor dan usaha jasa



Gbr. 1.7 Bangunan di sekitar site

(Sumber : Survey lapangan)

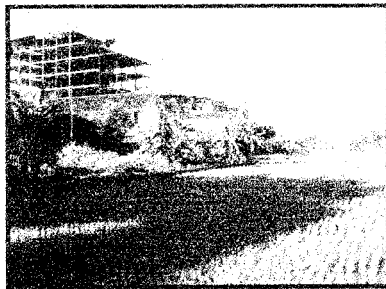


Gbr. 1.8 Lokasi site

(Sumber : Survey lapangan)

Alasan pemilihan site adalah :

- sesuai dengan RUTRK yaitu sebagai kawasan yang mendukung kegiatan pendidikan dan jasa
- luasan yang mencukupi
- tersedianya jaringan utilitas dan infrastruktur
- dilalui oleh transportasi umum



Gbr. 1.9 Kondisi site

(Sumber : Survey lapangan)



Heterogen

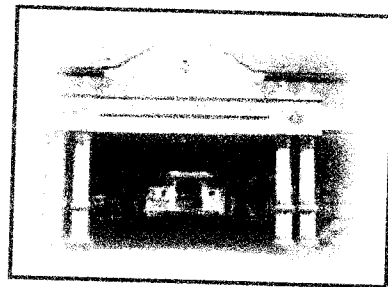
Jogjakarta terdiri dari 5 daerah yang masing-masing memiliki berbagai macam bentuk kebudayaan yang beraneka ragam

Dinamis

Kebudayaan selalu mengalami perubahan dipengaruhi oleh perkembangan zaman, tidak statis, dari dulu hingga saat ini.

1.10.6.3 Kota Tujuan Wisata¹⁰

Pada masa sekarang, seluruh predikat Yogyakarta luluh menjadi satu dan berkembang menjadi satu dimensi baru : Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata. Keramahtamahan yang tulus, khas Yogyakarta akan menyambut para wisatawan di saat mereka datang.



Gbr. 1.15 Candi Prambanan Gbr. 1.16 Kraton Yogyakarta

(Sumber : *www.pusipedia.org/indonesia*)

¹⁰ *ibid*

Tabel 1 Obyek Wisata di Yogyakarta

NO	Kabupaten / Kota	Obyek wisata
1	Yogyakarta	Kraton, Tamansari, Gembiraloka
2	Sleman	Candi. Prambanan, C. Gebang, C. Morangan, C. Rejo, Kraton Ratu Boko, C. Kalasan, C. Ijo, C. Barong, C. Sambisari, C. Sari, C. Banyunibo, C. Abang, Kaliurang, Kali Adem, Wisata Agro Turi.
3	Bantul	Pantai Paris, Pantai Samas, Makam Imogiri, Kasongan, Gua Selarong.
4	Gunung Kidul	Pantai Baron, P. Sundak, P. Kukup, P. Wedi Ombo, P. Sadeng, P. Krakal, Gunung Gambar.
5	Kulon Progo	Pantai Glagah, P. Trisik, Sendang Sono, Waduk Sermo, Suroloyo, Gua Kiskendo, Makam Girgondo.

(Sumber: <http://pemandu-diy.go.id/berita/>)

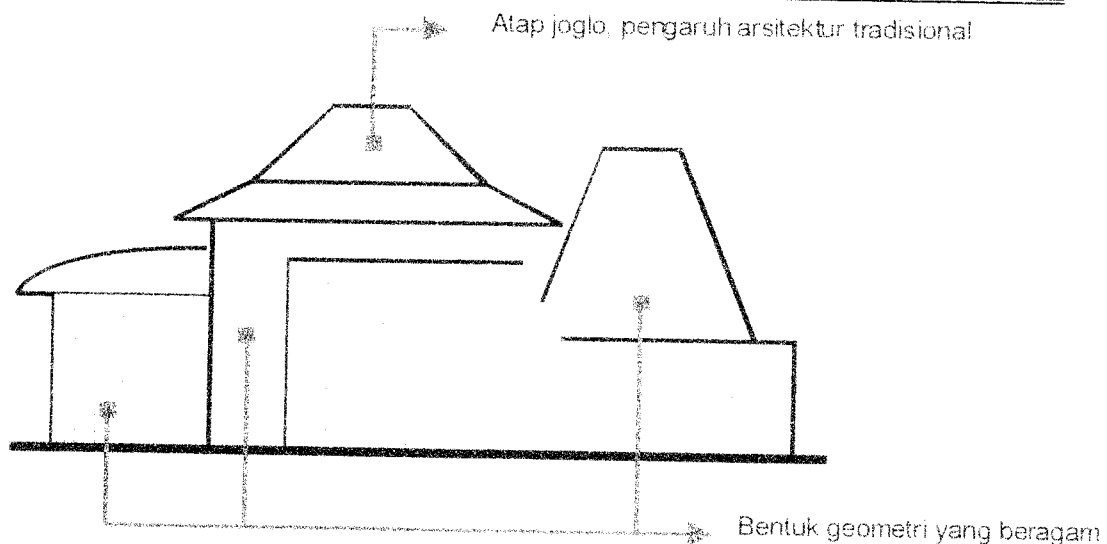
Berdasarkan peran Yogyakarta sebagai kota tujuan wisata maka diketahui karakter sebagai berikut :

Heterogen

Jogjakarta memiliki memiliki bermacam-macam obyek wisata, baik yang berupa aktifitas (tarian, sekatenan dsb) serta peninggalan benda-benda (candi-candi, kraton), maupun tempat wisata alam pantai, kaliurang dsb.

Konservasi

Kraton, Puro Pakualaman, tugu dan tetenger lainnya yang berkaitan dengan sejarah budaya daerah tidak boleh diubah bentuk fisiknya.



Gbr. 1.17 Contoh Penerapan Pada Gedung

(Sumber : Analisis 2003)

1.10.7 Jogja Never Ending Asia¹¹



Gbr. 1.18 Jogja Never Ending Asia

(Sumber : <http://www.jogja.go.id>)

Yogyakarta kini memiliki identitas baru, **JOGJA : Never Ending Asia**. Identitas baru ini merupakan bagian dari usaha serius Yogyakarta untuk memasarkan dirinya.. Di tengah ketidakpastian itu, Jogja mampu membuktikan diri sebagai kawasan yang aman dan damai. Kondisi positif inilah yang dimanfaatkan sebagai awal untuk membangun citra Jogja.

Penulisan kata **JOGJA** pada logo JOGJA : Never Ending Asia berdasarkan tulisan tangan Sri Sultan Hamengku Buwono X. **Huruf J** yang panjang

¹¹ Petunjuk Telepon Yogyakarta, Telkom 2001-2002

digambarkan sebagai simbol payung atau perlindungan bagi masyarakat Yogyakarta. Huruf O menggambarkan wajah anak kecil dengan tatapan mata menerawang jauh, mengharapkan Jogja baru yang lebih baik. Citra “ **Never Ending Asia**” dipilih karena mudah diingat, sederhana, dan memiliki kesan kuat.

Kata “ **Asia** “ dipakai (bukan Jawa atau Indonesia) untuk memberikan motivasi kepada Jogja untuk bersaing secara serius tidak hanya nasional tetapi juga regional. Diharapkan, Jogja dapat menjadi salah satu anggota klub asia seperti Singapura (Singapore : New Asia) dan Malaysia (Malaysia : Truly Asia).

Warna hijau dan kuning dipilih sebagai cerminan semangat Yogyakarta yang baru sekaligus untuk menjadi warna identitas Yogyakarta. Menurut Mark Plus warna-warna ini merupakan warna dominan yang ada di Kraton Yogyakarta yang mengandung arti kehangatan, alamiah, muda, harapan, dan sarat warisan leluhur.

Identitas baru Jogja diharapkan dapat memudahkan Jogja memasuki kancah dunia terutama di bidang pariwisata, perdagangan, dan investasi, sehingga dapat menunjang otonomi daerah yang telah diberlakukan.

BAB 2

ANALISIS

2.1 Fungsi

2.1.1 Utama

Tempat pelayanan informasi, pengenalan, penyebaran budaya lokal (Jawa) dan negara-negara lain.

2.1.2 Pendukung

Tempat berkumpul kalangan seniman, budayawan.

2.2 Pelaku

2.2.1 Pengelola :

a. Pengelola Eksternal

- kedutaan besar negara asing
- lembaga kebudayaan asing baik di Indonesia maupun luar negeri
- lembaga budaya Indonesia
- pemda

b. Pengelola Internal

- Pengelola gedung :
 - Direktur
 - Staf direktur
 - Karyawan
- Pengelola Perwakilan Kebudayaan :
 - Direktur
 - Staf direktur

2.2.2 Pengunjung :

- a. masyarakat umum DIY
- b. seniman dan budayawan
- c. pelajar dan mahasiswa

2.3 Kegiatan**2.3.1 Utama**

Pelayanan informasi tentang kebudayaan Jawa, negara asing dan kebudayaannya.

Beberapa kegiatan utamanya antara lain :

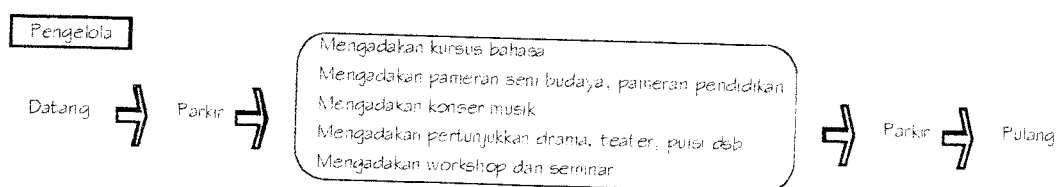
- kursus bahasa
- pameran seni budaya, pameran pendidikan
- pertunjukkan film, drama, teater, puisi dsb
- konser musik
- seminar dan workshop

2.3.2 Pendukung

Mushola

Kafetaria

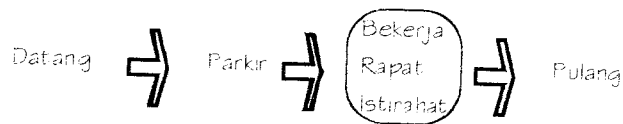
Area parkir kendaraan

2.4 Pola Kegiatan**2.4.1 Pola Kegiatan Pengelola Internal**

Gbr 2.3 Pola Kegiatan Pengelola

(Sumber : Analisis 2003)

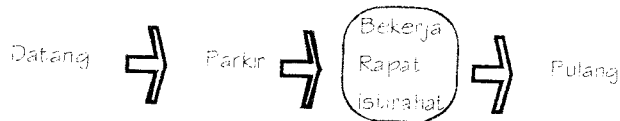
Direktur



Gbr 2.4 Pola Kegiatan Direktur

(Sumber : Analisis 2003)

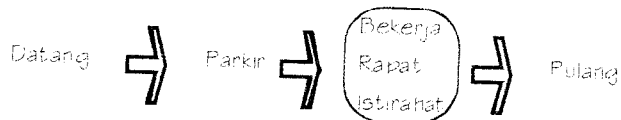
Sekretaris



Gbr 2.5 Pola Kegiatan Sekretaris

(Sumber : Analisis 2003)

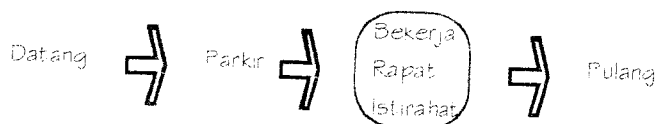
Bendahara



Gbr 2.6 Pola Kegiatan Bendahara

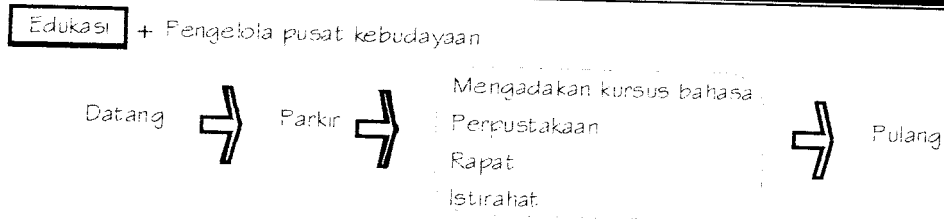
(Sumber : Analisis 2003)

Maintenance

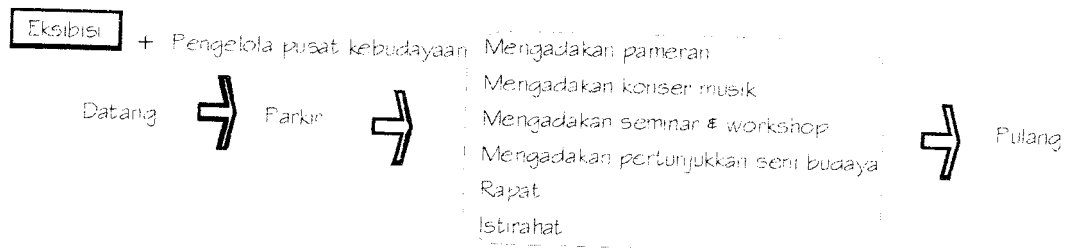


Gbr 2.7 Pola Kegiatan Maintenance

(Sumber : Analisis 2003)

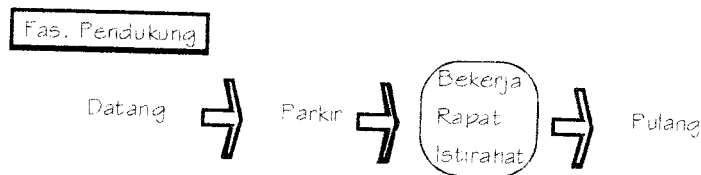


Gbr 2.8 Pola Kegiatan Edukasi & Pengelola Pusat Kebudayaan
(Sumber : Analisis 2003)



Gbr 2.9 Pola Kegiatan Eksibisi & Pengelola Pusat Kebudayaan

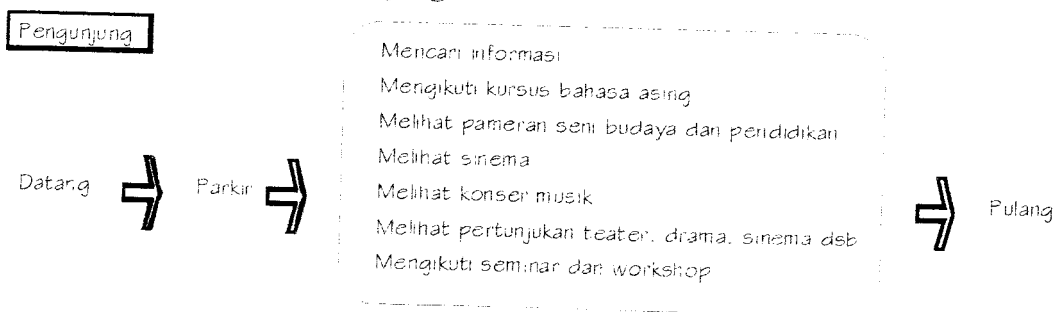
(Sumber : Analisis 2003)



Gbr 2.10 Pola Kegiatan Fasilitas Pendukung

(Sumber : Analisis 2003)

2.4.2 Pola Kegiatan Pengunjung



Gbr 2.11 Pola Kegiatan Pengunjung

(Sumber : Analisis 2003)

2.5 Kebutuhan Ruang**2.5.1 Kebutuhan Ruang Pengelola****TABEL 2.1 KEBUTUHAN RUANG PENGELOLA**

NO.	PELAKU	KEGIATAN	KEB. RUANG	KAPASITAS	JUMLAH	PERSYARATAN RUANG
1	Direktur	Bekerja Menunggu tamu Rapat Istirahat	R. Kerja R. Tamu R. Rapat Kafetaria	1 5 8 # 30 50	4 4 3 # 1 1	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan
2	Sekretaris	Bekerja Rapat Istirahat	R. Sekretaris R. Arsip R. Rapat Kafetaria	1 8 # 30 50	4 4 3 # 1 1	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan
3	Bendahara	Bekerja Rapat Istirahat	R. Bendahara R. Rapat Kafetaria	1 8 # 30 50	4 3 # 1 1	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan
4	Staf Edukasi	Bekerja Rapat Istirahat	R. Staf Edukasi R. Kursus Lab. Bahasa R. Pengajar PERPUSTAKAAN - Loker - R. Pengawas - R. Buku - R. Baca - R. Diskusi - R. Fotokopi - R. Komputer - R. Koleksi cd R. Rapat Kafetaria	2 20 30 10 50 1 1 80 20 1 10 1 8 # 30 50	1 10 1 1 1 1 1 1 1 1 1 3 # 1 1	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan
5	Staf Ekspansi	Bekerja Rapat Istirahat	R. Staf Ekspansi R. Pameran R. Seminar & Workshop R. Rapat Kafetaria R. Serba guna	2 50 8 # 30 50	1 1 4 3 # 1 1	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan
6	Karyawan maintenance Pendukung	Bekerja	Loker Gudang security Kafetaria Dapur	4 2 50 3	1 2 1 1 1	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan

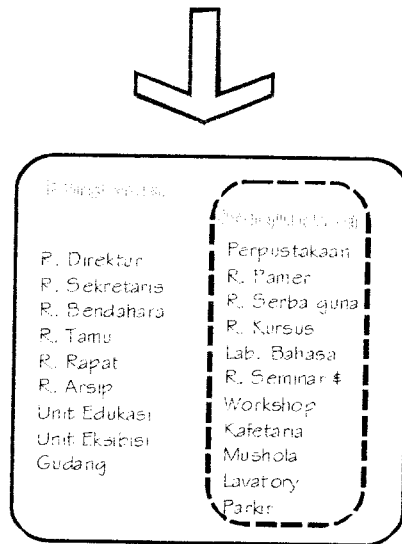
2.5.2 Kebutuhan Ruang Pengunjung**TABEL 2.2 KEBUTUHAN RUANG PENGUNJUNG**

NO.	PELAKU	KEGIATAN	KEB. RUANG	KAPASITAS	JUMLAH	PERSYARATAN RUANG
1	Maasyarakat umum	Kursus bhs asing Melihat pameran Menonton film Melihat pertunjukan seni Menonton konser musik Mengikuti seminar & workshop Istirahat Sholat Parkir	R. Kursus Lab. Bahasa Perpustakaan R. Pameran R. Serba guna ----- R. Seminar & Workshop Kafetaria Lavatory Mushola Parkir kendaraan	20 30 50 50 40 20 50	10 1 1 2 1 1 1	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan Aman , mudah pencapaian
2	Seniman & Budayawan	Ikut pameran Menonton film Ikut pertunjukan seni Ikut konser musik Ikut seminar & workshop	R. Pameran R. Serba guna ----- R. Seminar & Workshop	1 50	1 2	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan
3	Pelajar & Mahasiswa	Cari Informasi tentang Beasiswa Cari info tentang kebudayaan Kursus bahasa asing Melihat pameran Menonton film Melihat pertunjukan seni Menonton konser musik Mengikuti seminar & workshop	R. Informasi Perwakilan kebudayaan Perpustakaan R. Kursus Lab. Bahasa Perpustakaan R. Pameran R. Serba guna ----- R. Seminar & Workshop	2 20 30 1 50	3 10 1 1 2	Tenang, Pencahayaan + Penghawaan alami dan buatan

2.6 Zoning Ruang

2.6.1 Segi Pelaku

Pengelompokkan ruang berdasarkan dari segi pelaku

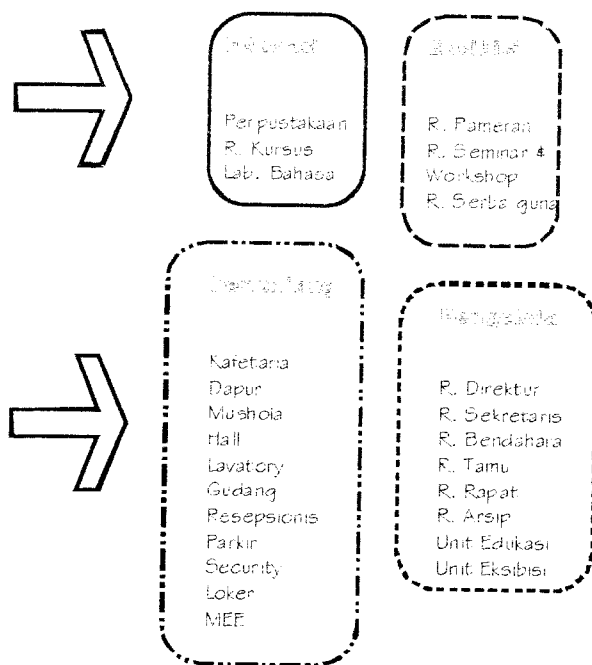


Gbr 2.15 Zoning Segi Pelaku

(Sumber : Analisis 2003)

2.6.2 Segi Kegiatan

Pengelompokkan ruang berdasarkan dari segi jenis kegiatan



Gbr 2.16 Zoning Segi Kegiatan

(Sumber : Analisis 2003)

2.7.3 Bagian Edukasi

TABEL 2.5 PROGRAM RUANG BAGIAN EDUKASI

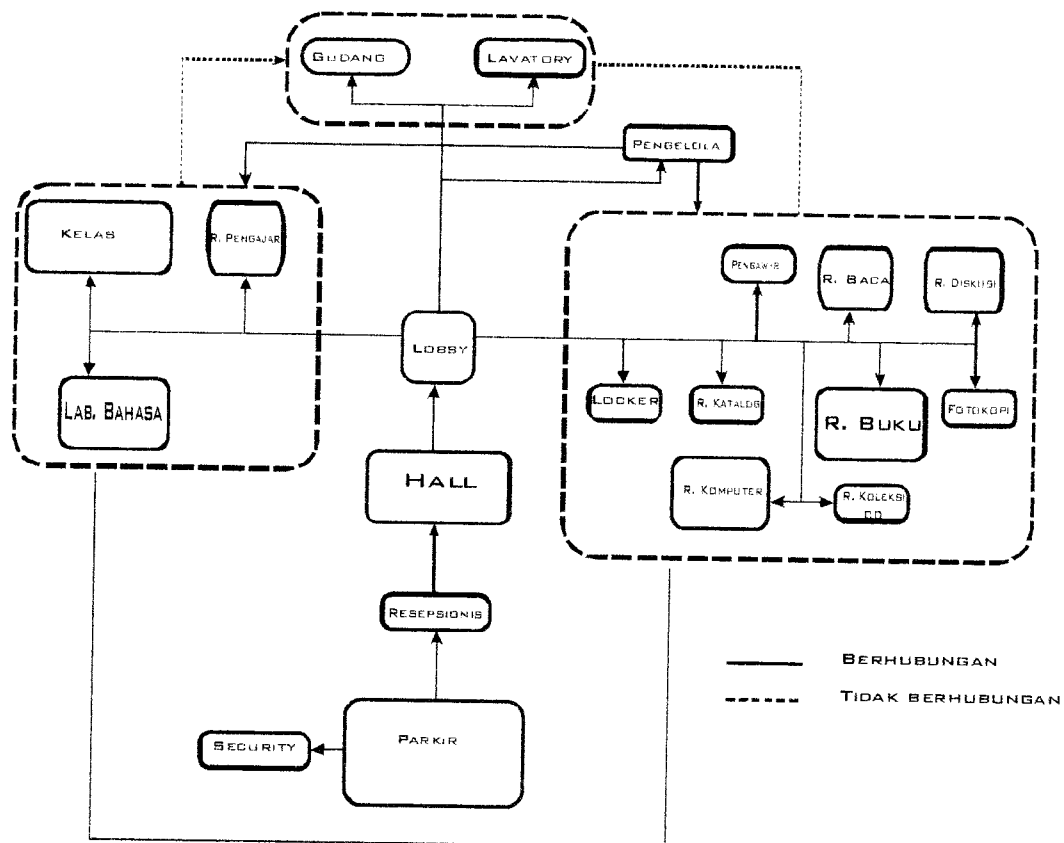
No.	PELAKU	KEBUTUHAN RUANG	PRIVASI	PERALATAN DAN PERABOTAN	STANDAR	JML	KAP	SIRKULASI	LUAS	ANALISIS
1	KARYAWAN PENGUNJUNG	R. BUKU	SEMI	RAK BUKU	ASUMSI	1	10 RAK	20%	36 M	$1,5 \times 1,5 \times 50 = 75 + 20\% = 90$
		R. BACA	PRIVAT	MEJA + KURSI BACA	1,5 M**	1	50	20%	90 M	$2,5 \times 1,5 \times 2 = 7,5 + 20\% = 9$
		R. PENGAWAS	SEMI	MEJA + KURSI KERJA, RAK, KOMPT	2,5 M*	1	2	20%	6 M	$2,5 \times 1,5 \times 2 = 7,5 + 20\% = 9$
		R. FOTOKOPI	SEMI	MEJA + KURSI KERJA, MESIN FOTOKOPI	2,5 M*	1	2	20%	6 M	$2,5 \times 1,5 \times 2 = 7,5 + 20\% = 9$
		R. DISKUSI	PRIVAT	MEJA + KURSI	2 M*	1	20	20%	48 M	$2 \times 1,5 \times 20 = 60 + 20\% = 72$
		R. KATALOG	SEMI	MEJA + KURSI, KOMPUTER	ASUMSI**	1		20%	6 M	
		R. KOLEKSI CD	SEMI	MEJA + KURSI, RAK, LEMARI	ASUMSI**	1		20%	8 M	
		R. ANJUNGAN KOMPT.	SEMI	MEJA + KURSI, KOMPUTER	2,5 M*	1	10	20%	30 M	$2,5 \times 1,5 \times 10 = 37,5 + 20\% = 45$
		R. DATA BASE KOMPT.	PRIVAT	MEJA + KURSI, KOMPUTER	ASUMSI**	1		20%	15 M	
		R. KELAS	PRIVAT	MEJA + KURSI, PAPAN TULIS, TV	1,8 M*	10	20	20%	432 M	$1,8 \times 1,5 \times 20 = 54 + 20\% = 64,8$
		R. LAB. BAHASA	PRIVAT	MEJA + KURSI, AUDIO	2,8 M*	1	30	20%	80,8 M	$2,8 \times 1,5 \times 30 = 126 + 20\% = 151,2$
		R. PENGAJAR	PRIVAT	MEJA + KURSI, RAK TV	2,5 M*	1	10	20%	30 M	$2,5 \times 1,5 \times 10 = 37,5 + 20\% = 45$
JUMLAH									807 M	

* Neufert, Ernst, Data Arsitek

** Ariawati, Pusat Pertukaran Kebudayaan Indonesia Perancis di Yogyakarta, Ull, 2001

*** Chiara, Joseph de and Hancock Callender, John, Timer Saver Standard for Building, McGraw Hill Book Company

2.8.2 Bagian Edukasi



Gbr 2.19 Pola Hubungan Ruang Bagian Edukasi

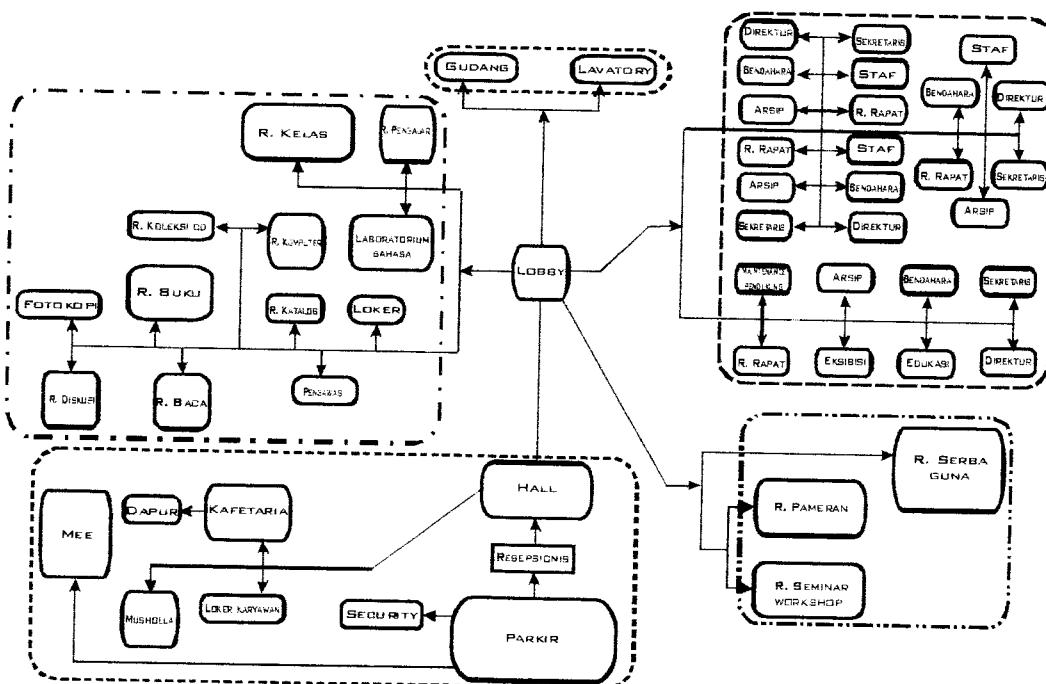
(Sumber : Analisis 2003)

Diagram of the building layout showing connections between various rooms. A legend indicates that solid lines represent 'BERHUBUNGAN' (connected) and dashed lines represent 'TIDAK BERHUBUNGAN' (not connected).

Rooms and their connections:

- MEE** is connected to **DAPUR**, **KAFETERIA**, and **MUSHOLLA**.
- DAPUR** is connected to **KAFETERIA**.
- KAFETERIA** is connected to **MUSHOLLA**, **LINGKAR KANTORIN**, and **SECURITY**.
- MUSHOLLA** is connected to **MEE**.
- LINGKAR KANTORIN** is connected to **KAFETERIA**.
- SECURITY** is connected to **PARKIR**.
- PARKIR** is connected to **RESEPSIONIS** and **HALL**.
- RESEPSIONIS** is connected to **HALL**.
- HALL** is connected to **PARKIR**.
- GUDANG** and **LAVATORY** are not connected to any other rooms.

2.9 Organisasi Ruang

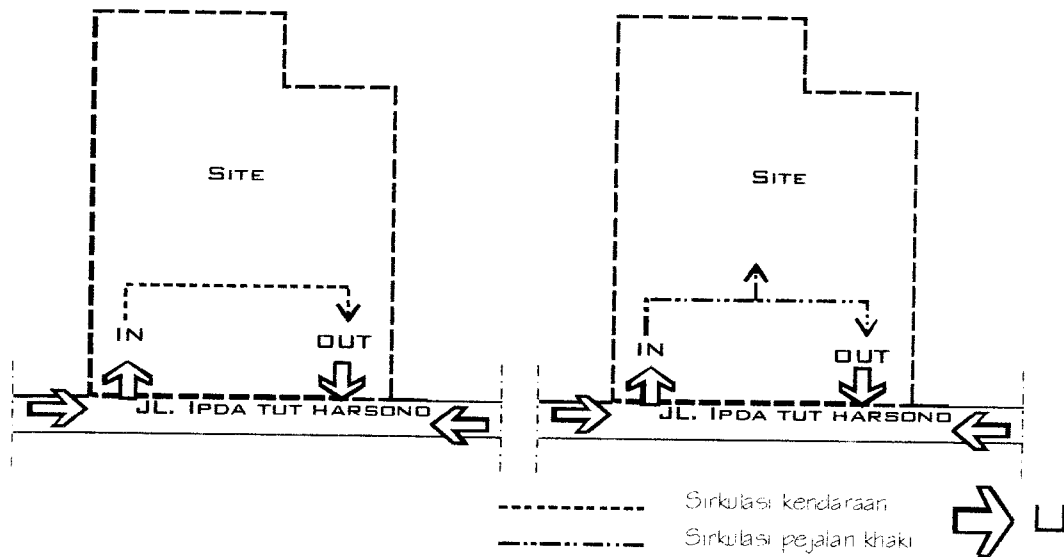


Pusat Informasi Kebudayaan Di Yogyakarta

Karakter Yogyakarta Sebagai Kota Pelajar . Wisata , Budaya , dan Jogja Never Ending Asia

2.10 Analisis Site

2.10.1 Sirkulasi

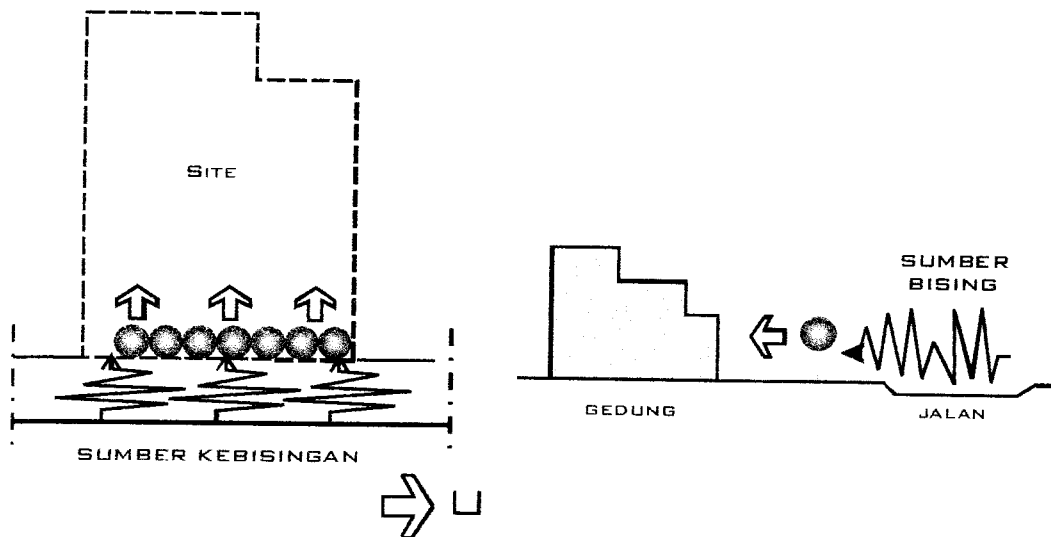


Gbr. 2.23 Analisis Sirkulasi

(Sumber : Analisis 2003)

Sirkulasi pada tapak ini terdapat 1 entrance dan 1 exit yang terpisah, sehingga memudahkan alur sirkulasi, pengawasan keluar masuk tapak.

2.10.2 Kebisingan



Gbr. 2.24 Analisis Kebisingan

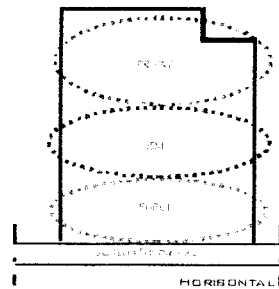
(Sumber : Analisis 2003)

2.11 Konsep Tata Ruang

2.11.1 Hirarkhi

Pengolahan tata ruang berdasarkan perbedaan derajat kepentingannya.

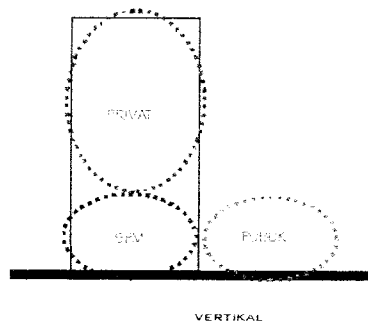
Menurut tingkat privasinya ruang dibedakan menjadi publik, semi, privat.



Gbr. 2.26 Konsep Tata Ruang Hirarkhi Horizontal

(Sumber : Analisis 2003)

Secara **horizontal** ruang yang memiliki kebutuhan privasi lebih diletakkan semakin ke dalam tapak.

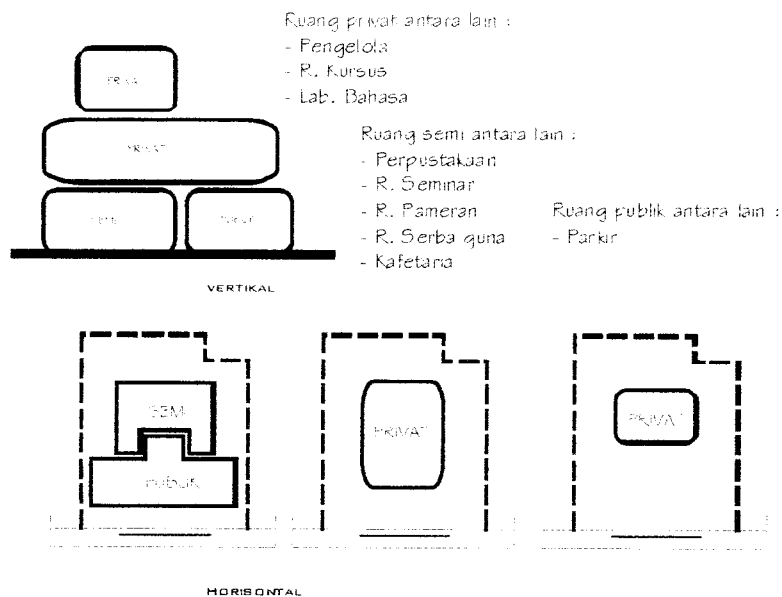


Gbr. 2.27 Konsep Tata Ruang Hirarkhi Vertikal

(Sumber : Analisis 2003)

Secara **vertikal** ruang yang memiliki kebutuhan privasi yang lebih diletakkan pada level yang lebih tinggi.

Transformasi Desain



Gbr. 2.28 Transformasi Desain Tata Ruang Hirarkhi

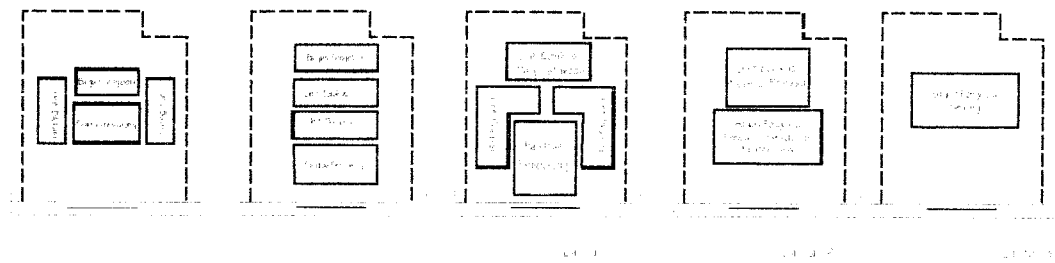
(Sumber : Analisis 2003)

2.11.2 Heterogen

Pada gedung Pusat Informasi Kebudayaan ruang-ruangnya dibagi menjadi beberapa kelompok, yaitu :

- bagian pengelola
- fasilitas pendukung
- unit edukasi
- unit eksibisi

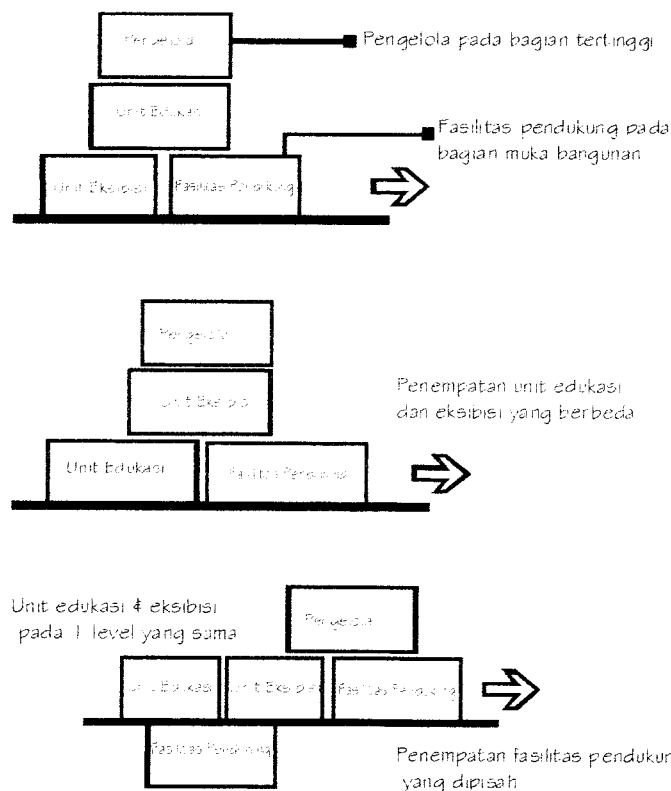
Secara **horisontal**, beberapa alternatifnya adalah :



Gbr. 2.29 Konsep Tata Ruang Heterogen Horisontal

(Sumber : Analisis 2003)

Secara **vertikal** pembagian ruangan dalam beberapa kelompok yang berbeda penempatannya. Beberapa alternatifnya adalah :

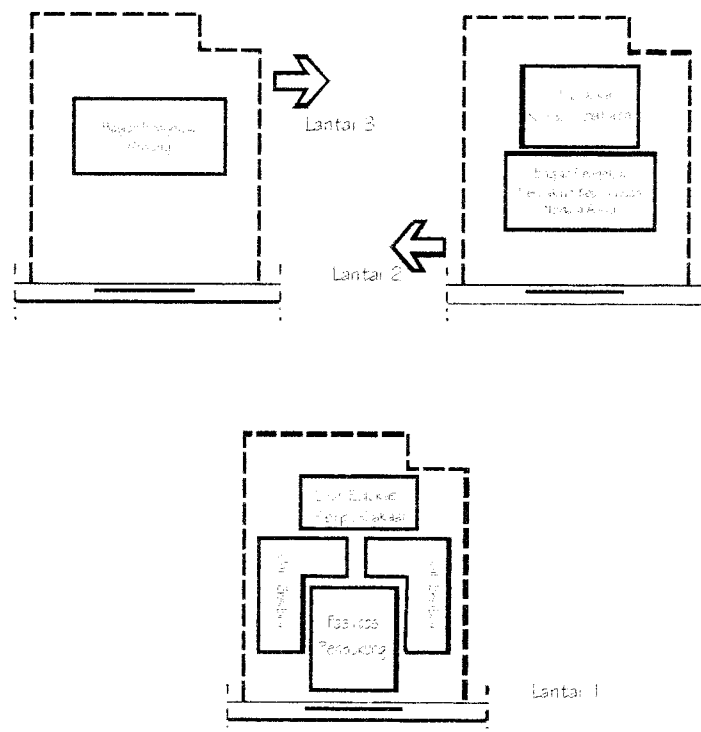


Gbr. 2.30 Konsep Tata Ruang Heterogen Vertikal

(Sumber : Analisis 2003)



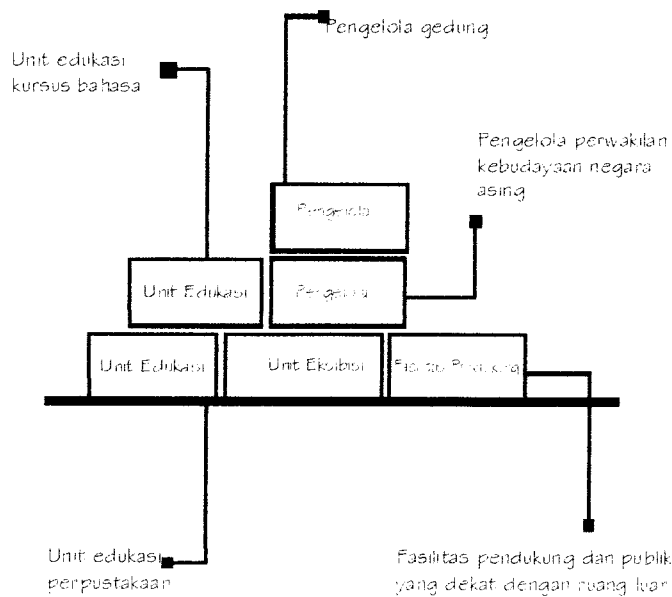
Transformasi Desain



Horisontal

Gbr. 2.31 Transformasi Tata Ruang Heterogen Horisontal

(Sumber : Analisis 2003)



Vertikal

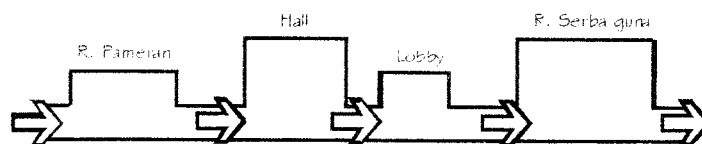
Gbr. 2.32 Transformasi Tata Ruang Heterogen Vertikal

(Sumber : Analisis 2003)

2.11.3 Dinamis

Konsep dinamis pada tata ruang ditunjukkan dengan :

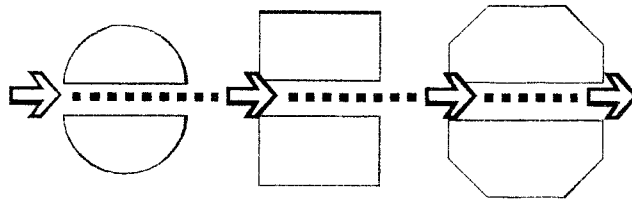
Skala ruang yang berbeda



Gbr. 2.33 Konsep Skala Ruang Yang Berbeda

(Sumber : Analisis 2003)

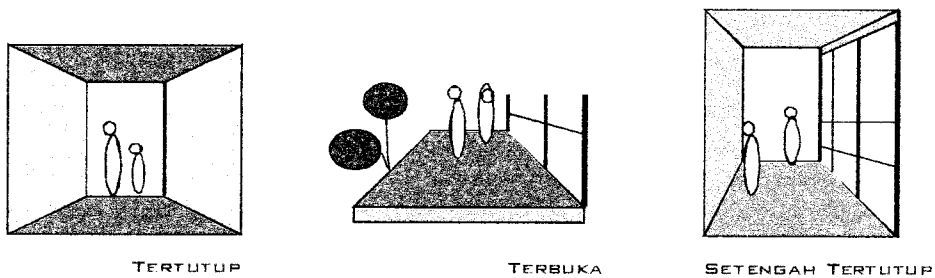
Bentuk ruang yang berbeda



Gbr. 2.34 Konsep Bentuk Ruang yang Berbeda

(Sumber : Analisis 2003)

Ruang sirkulasi yang berbeda



Gbr. 2.35 Konsep Ruang Sirkulasi Yang Berbeda

(Sumber : Analisis 2003)

2.12 Konsep Tampak

2.12.1 Heterogen

Konsep heterogen pada tampak adalah :

- Bentuk bidang geometri
- Bentuk bukaan
- Penggunaan bahan material penutup bangunan

2.12.2 Dinamis

Konsep dinamis pada tampak adalah :

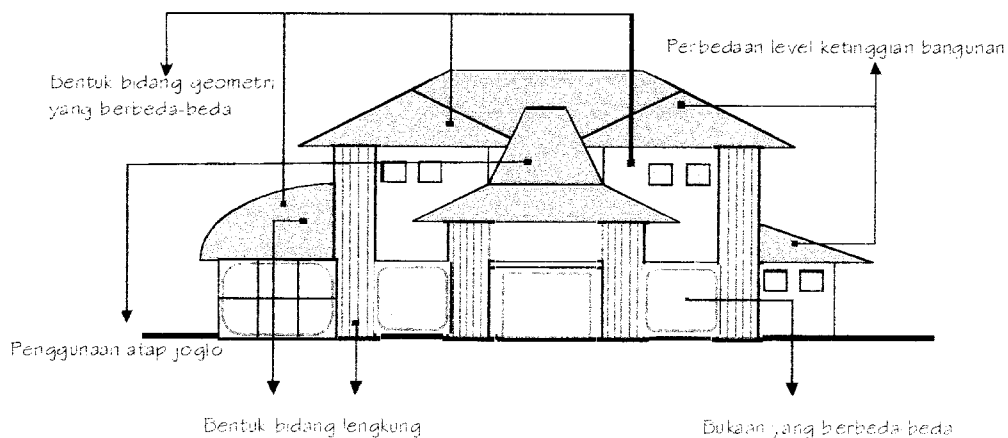
Penerapan bidang lengkung pada bangunan baik secara horisontal maupun vertikal.

2.12.3 Hirarkhi

Perbedaan level ketinggian bangunan

2.12.4 Tradisional

Penggunaan atap Joglo

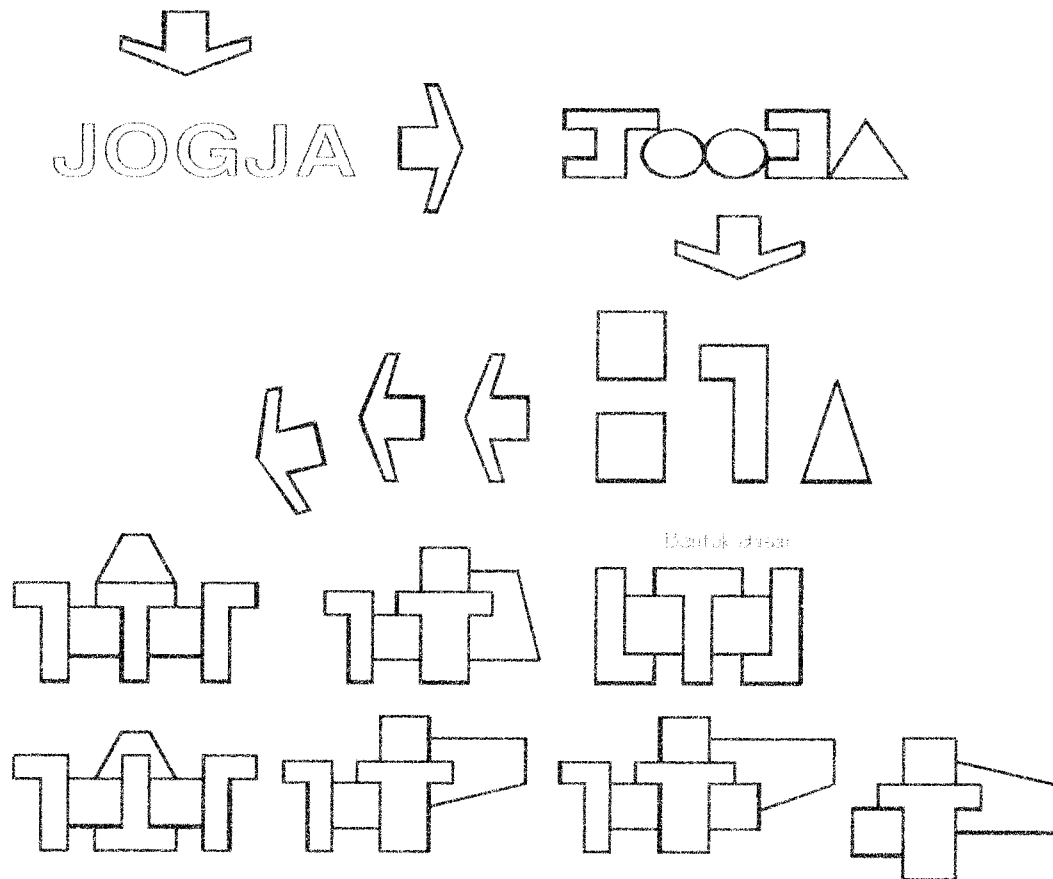


Gbr. 2.36 Konsep Tampak

(Sumber : Analisis 2003)

2.13 Konsep Gubahan Massa

Konsep gubahan massa gedung YMC merupakan transformasi dari brand Jogja Never Ending Asia.



Gbr. 2.37 Konsep Gubahan Massa

(Sumber : Analisis 2003)

2.14 Konsep Interior

Konsep interior berasal dari brand JNE, dimana warna hijau dan kuning akan diterapkan pada interior gedung Pusat Informasi Kebudayaan di Yogyakarta.



warna hijau dan kuning

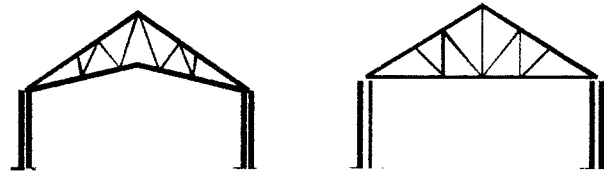
Gbr. 2.38 Konsep Interior

(Sumber : Analisis 2003)

2.15 Konsep Struktur

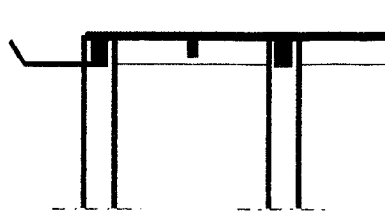
2.15.1 Atap

Struktur atap menggunakan rangka baja dan kayu, serta plat beton (dak).



Rangka baja

Rangka kayu



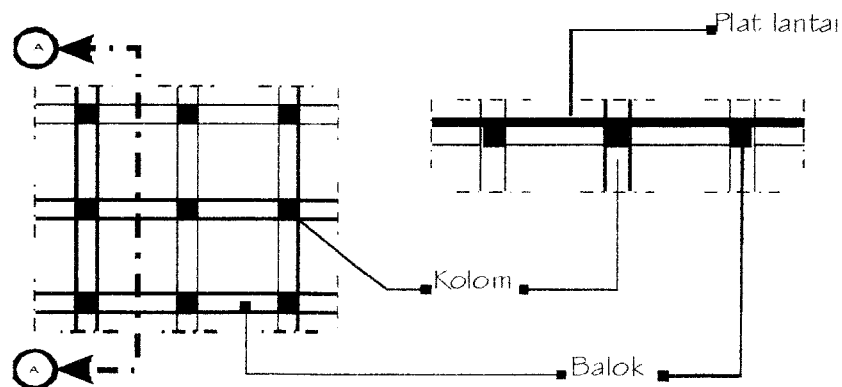
Dak beton

Gbr. 2.39 Konsep Struktur Atap

(Sumber : Analisis 2003)

2.15.2 Struktur utama

Struktur utama menggunakan sistem struktur rigid frame

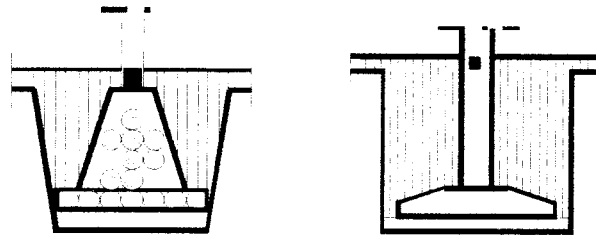


Gbr. 2.40 Konsep Struktur Utama

(Sumber : Analisis 2003)

2.15.3 Pondasi

Bangunan ini menggunakan pondasi vootplat dan pondasi menerus/ batu kali. Alasan penggunaan pondasi ini karena bangunan memiliki lantai tidak lebih dari 3.



Pondasi batu kali

Pondasi vootplat

Gbr. 2.41 Konsep Pondasi

(Sumber : Analisis 2003)

BAB 3

PENGEMBANGAN

DESAIN

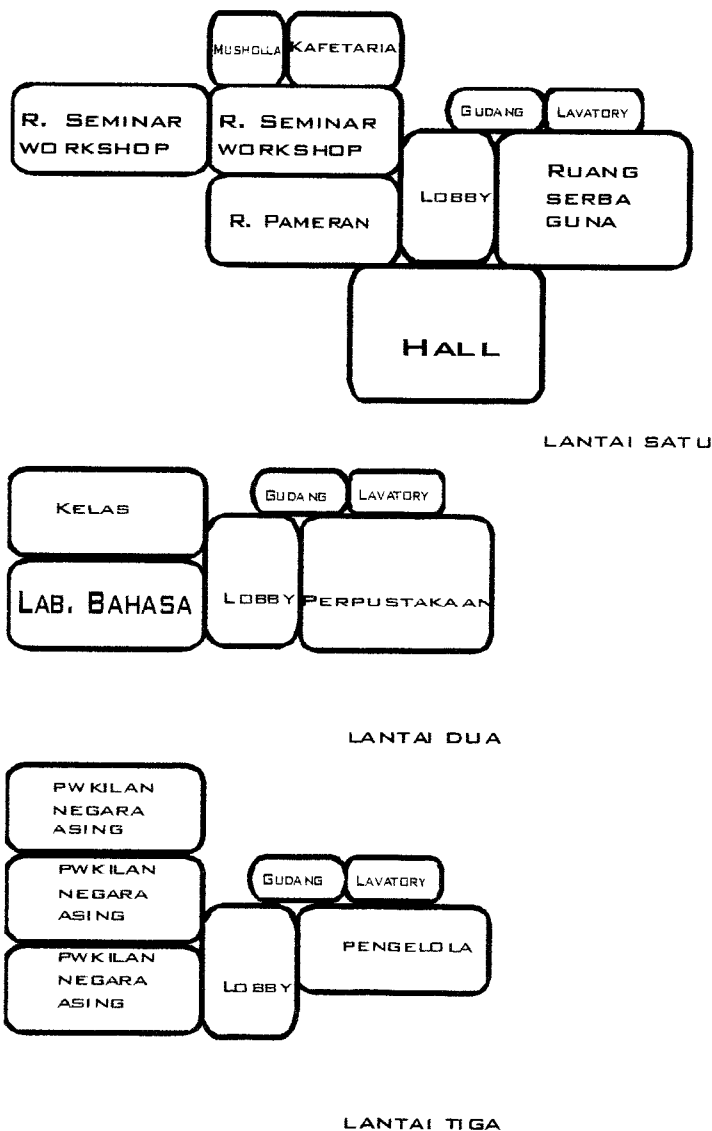
BAB 3

PENGEMBANGAN DESAIN

3.1 Perancangan Denah

3.1.1 Denah awal / denah kasar

Pada proses perancangan denah awal ini untuk mendapatkan komposisi dan bentukan awal ruang – ruang. Denah awal ini berdasarkan pola hubungan ruang.

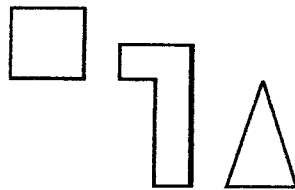


LANTAI TIGA

Gbr. 3.1 Denah Awal

(Sumber : Perancangan)

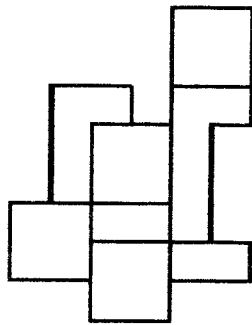
Bentukan dasar gubahan massa dari transformasi logo Jogja Never Ending Asia



Bentuk dasar

Gbr. 3.2 Bentuk Dasar

(Sumber : Perancangan)

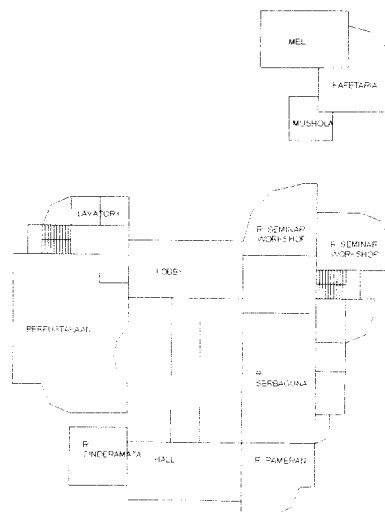


Gbr. 3.3 Gubahan Massa Awal

(Sumber : Perancangan)

3.1.2 Denah berdasarkan besaran ruang

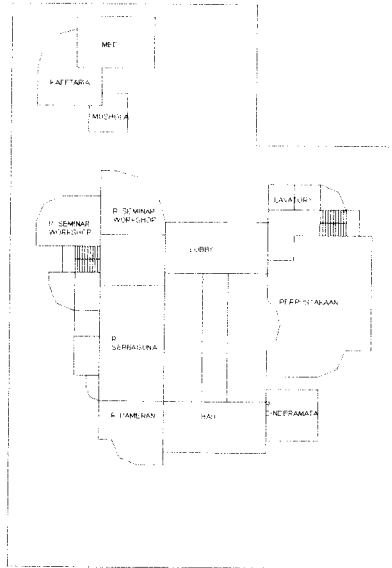
Pada proses ini terjadi perubahan bentuk denah karena dimensi ruang mulai diperhitungkan dalam merancang denah dan menggabungkan dengan gubahan massa.



Gbr. 3.4 Denah Berdasarkan Besaran Ruang

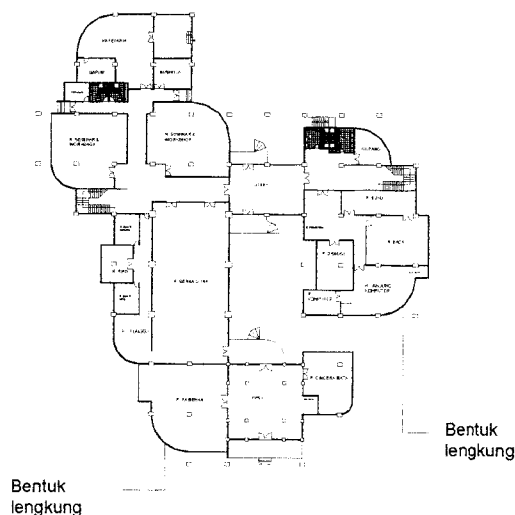
(Sumber : Perancangan)

Pada tahap ini terjadi perubahan bentuk denah karena pertimbangan bentuk tapak.



(Sumber : Perancangan)

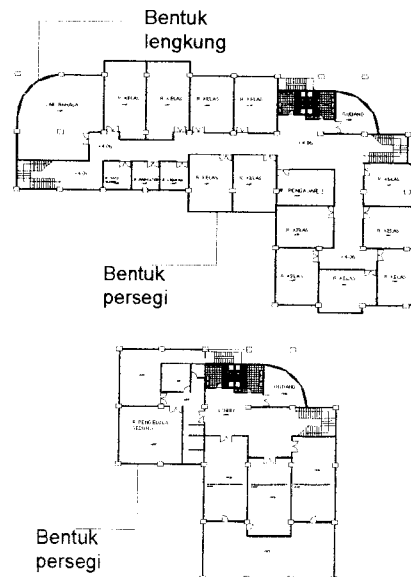
Bentuk denah ruang yang memadukan bentuk lengkung.



(Sumber : Perancangan)

3.1.4.2 Heterogen

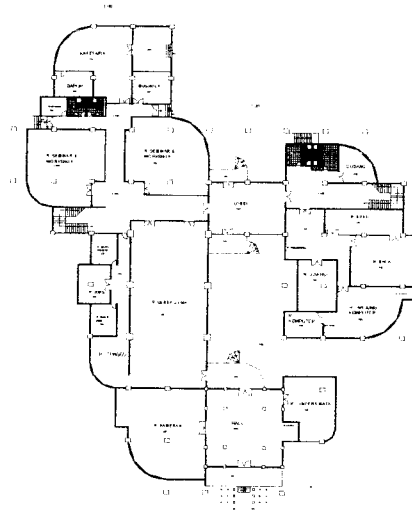
Bentuk ruang denah yang berbeda.



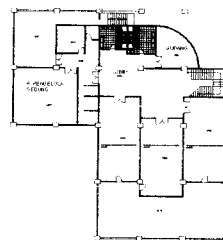
Gbr. 3.7 Bentuk Denah Heterogen

(Sumber : Perancangan)

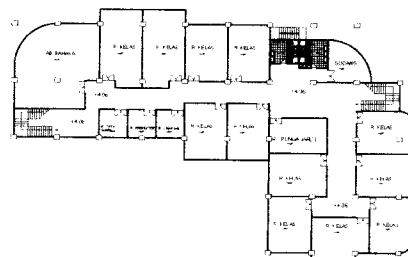
3.1.5 Denah hasil akhir



DENAH LANTAI 1



DENAH LANTAI 3



DENAH LANTAI 2

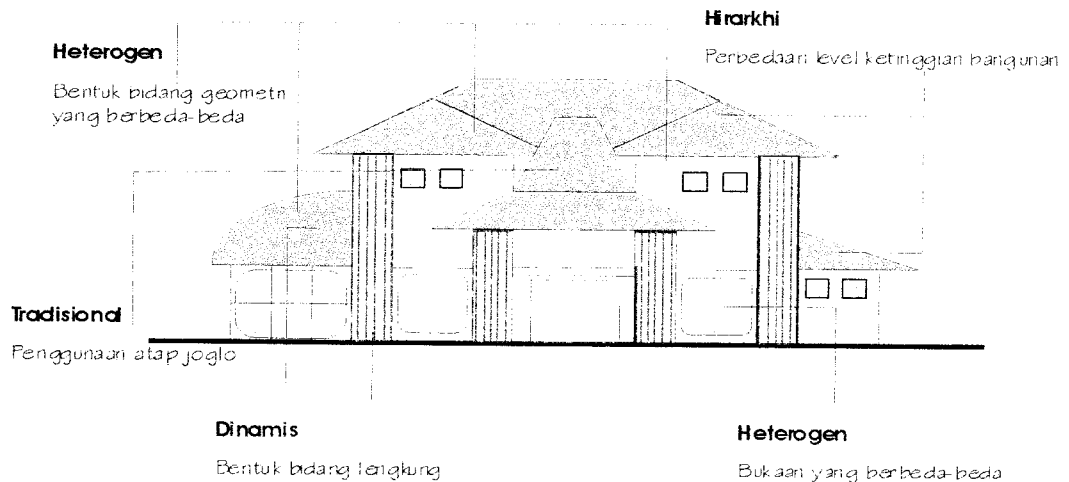
Gbr. 3.8 Denah Akhir

(Sumber : Perancangan)

3.2 Perancangan Tampak

3.2.1 Tampak Awal

Tampak awal bangunan yang memiliki konsep hirarkhi, heterogen, dinamis, tradisional.

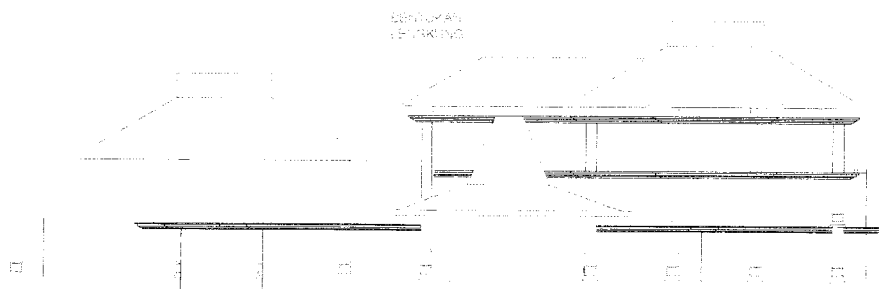


Gbr. 3.9 Tampak Awal

(Sumber : Perancangan)

3.2.2 Tampak Pengembangan Desain

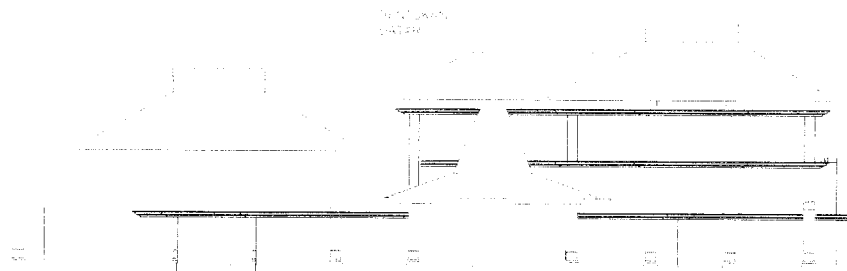
- Pada tahap ini penulis mencoba menggunakan bentuk lengkung pada bidang atap.



Gbr. 3.10 Bentuk Awal Atap Lengkung

(Sumber : Perancangan)

- b. Kemudian terjadi perubahan dari atap lengkung menjadi atap datar, dengan pertimbangan menyatukan garis horisontal atap yang lain.



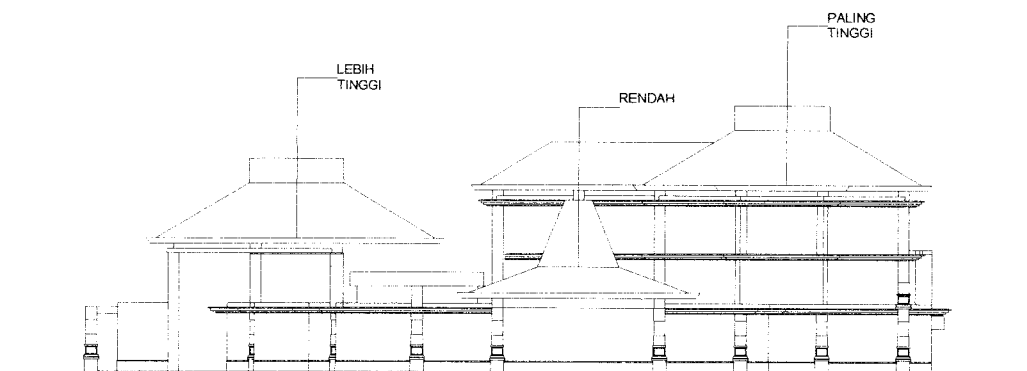
Gbr. 3.11 Bentuk Akhir Atap Datar

(Sumber : Perancangan)

3.2.3 Konsep Tampak

3.2.3.1 Hirarkhi

Konsep hirarkhi ditunjukkan dengan perbedaan ketinggian atap pada bangunan.

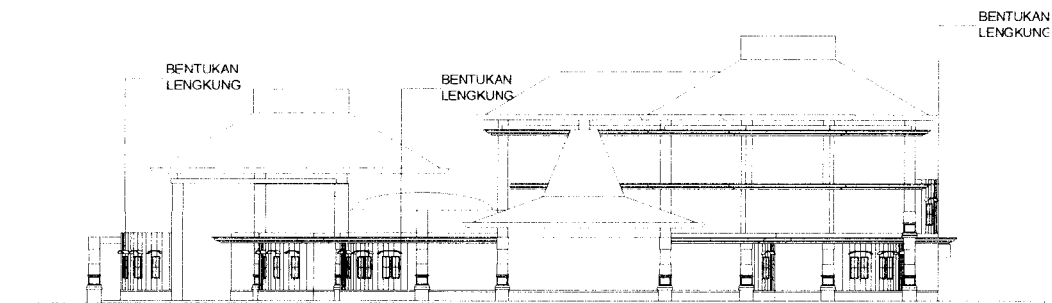


Gbr. 3.12 Bentuk Hirarkhi Pada Tampak

(Sumber : Perancangan)

3.2.3.2 Dinamis

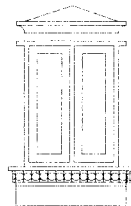
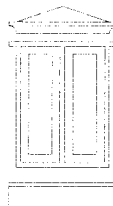
Konsep dinamis ditunjukkan dengan bentukan bidang lengkung pada dinding bangunan.



Gbr. 3.13 Bentuk Dinamis Pada Tampak

(Sumber : Perancangan)

Bentuk bukaan jendela yang sama tetapi dengan pelengkap yang berbeda

JENDELA
DENGAN
RAILING DAN
POTJENDELA
DENGAN POTJENDELA
TANPA
RAILING DAN
POT

Gbr. 3.14 Bentuk Jendela Dinamis

(Sumber : Perancangan)

Bentuk kolom yang sama dengan pelengkap yang berbeda.

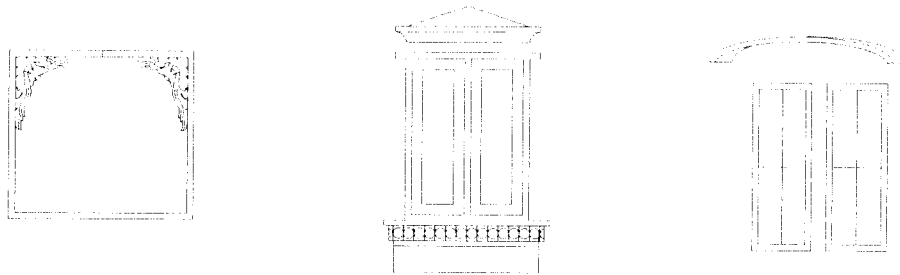
Kolom dengan
pelapis kayu
atas dan
bawah.Kolom dengan
pelapis kayu
bawah.Kolom
tanpapelapis
kayu.

Gbr. 3.15 Bentuk Kolom

(Sumber : Perancangan)

3.2.3.3 Heterogen

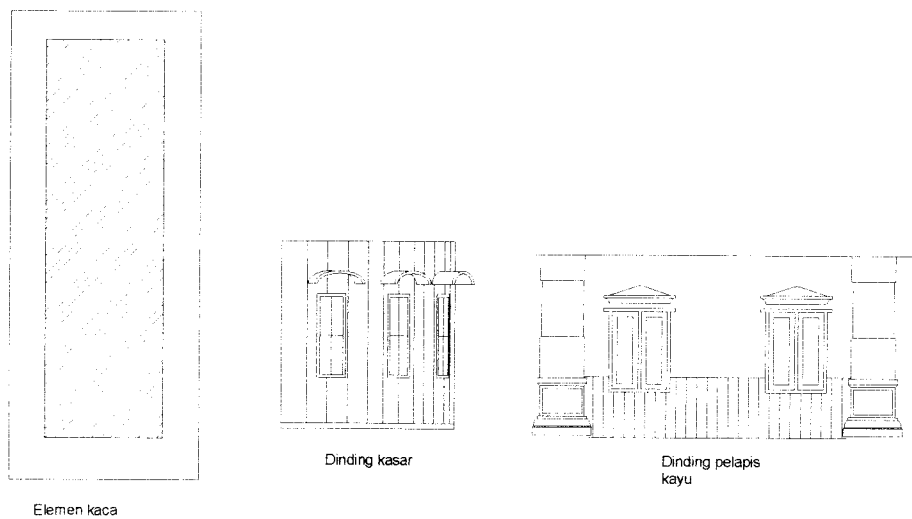
Konsep heterogen ditunjukkan dengan penggunaan bukaan jendela yang berbeda.



Gbr. 3.16 Bentuk Jendela Heterogen

(Sumber : Perancangan)

Penggunaan elemen pelapis dinding gedung yang berbeda.

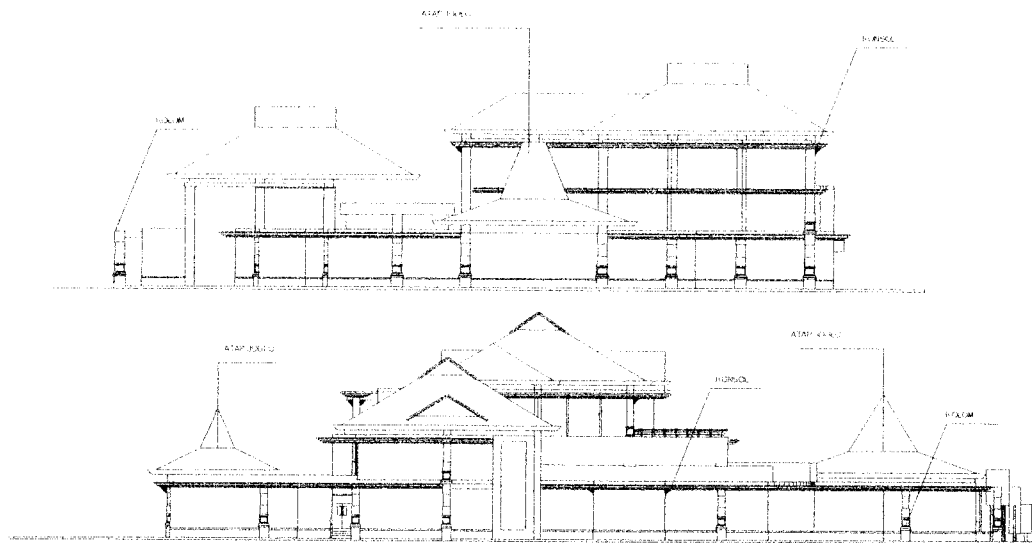


Gbr. 3.17 Elemen Pelapis Dinding

(Sumber : Perancangan)

3.2.3.4 Tradisional

Penerapan pada bangunan adalah dengan pemakaian atap berbentuk joglo, bentukan kolom, dan konsol.

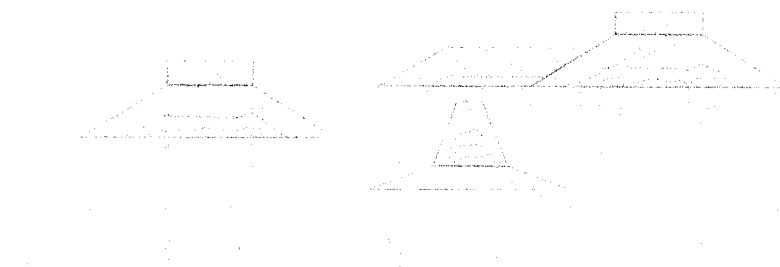


Gbr. 3.18 Konsep Tradisional

(Sumber : Perancangan)

3.2.3.5 Jogja Never Ending Asia

Penerapan pada bangunan adalah atap menggunakan warna hijau, yang merupakan transformasi dari warna logo JNE.



Gbr. 3.19 Konsep JNE

(Sumber : Perancangan)

3.2.4 Tampak hasil akhir



TAMPAK DEPAN



TAMPAK BELAKANG



TAMPAK SAMPING KANAN

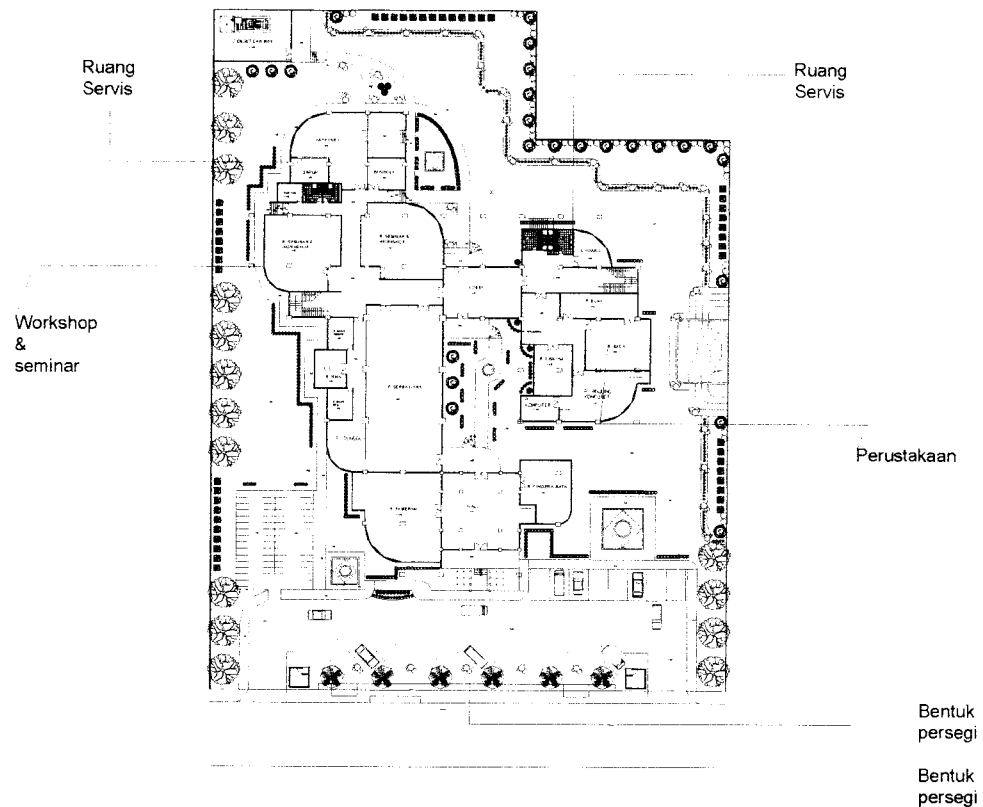


TAMPAK SAMPING KIRI

Gbr. 3.20 Tampak Akhir Bangunan

(Sumber : Perancangan)

3.3 Perencanaan Tapak

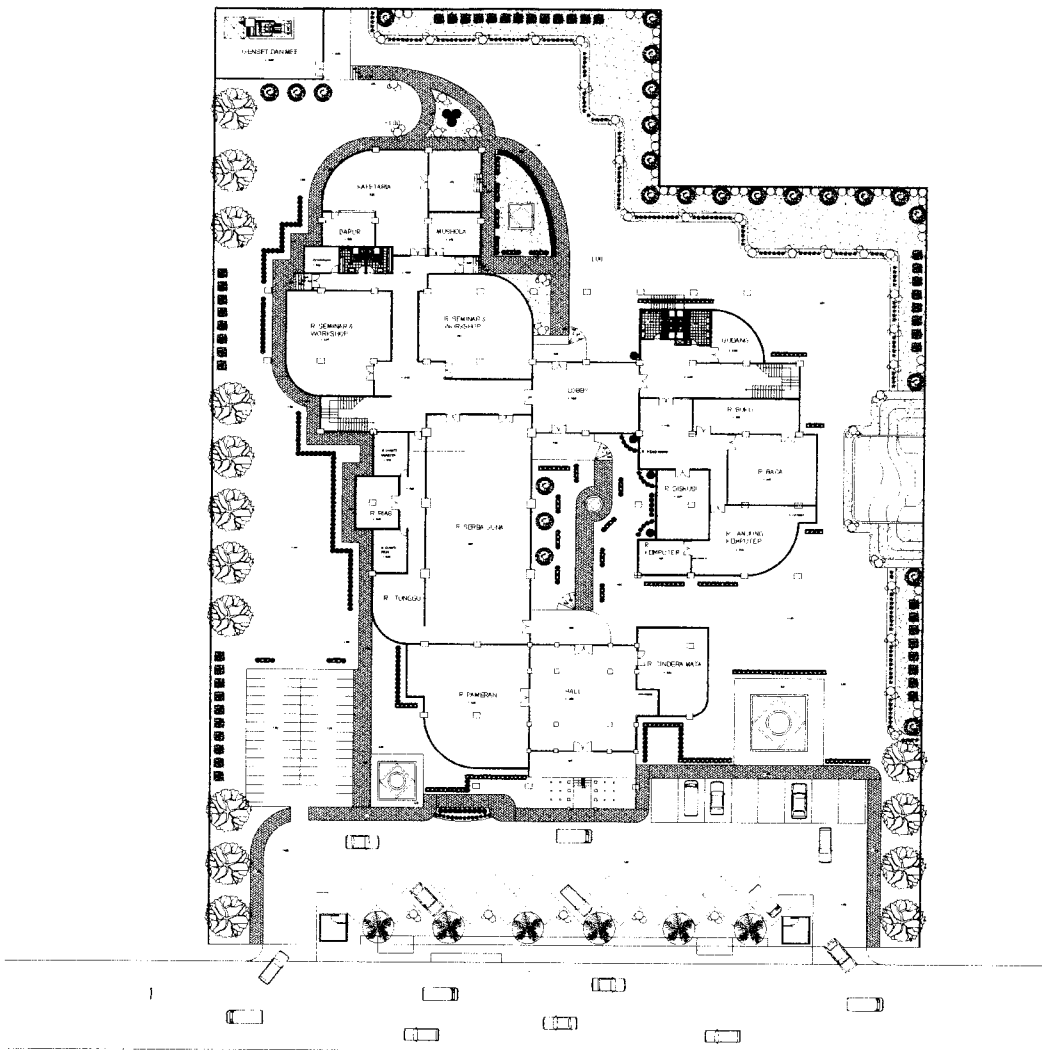


Gbr. 3.21 Perencanaan Tapak

(Sumber : Perancangan)

- Vegetasi sebagai barrier penahan kebisingan dan estetis.
- Ruang servis diletakkan ke belakang.
- Ruang yang butuh ketenangan diletakkan agak ke belakang dari site.

3.3.1 Site Plan



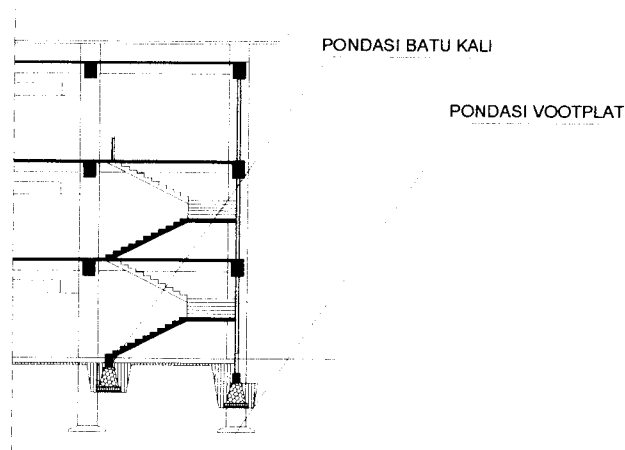
Gbr. 3.22 Site Plan

(Sumber : Perancangan)

3.4 Perancangan Struktur

3.4.1 Pondasi

Pondasi pada gedung Pusat Informasi Kebudayaan ini menggunakan pondasi menerus pasangan batu kali dan vootplat.

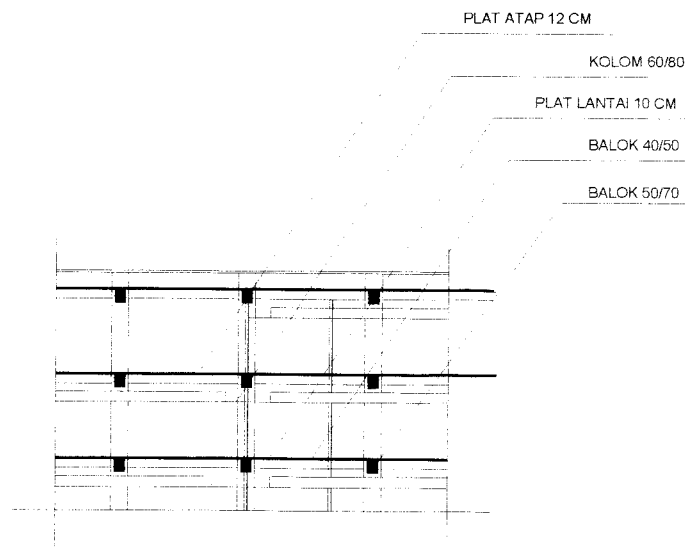


Gbr. 3.23 Pondasi

(Sumber : Perancangan)

3.4.2 Struktur Utama

Struktur utama dari gedung ini menggunakan sistem struktur rigid frame, yang terdiri dari kolom dan balok.

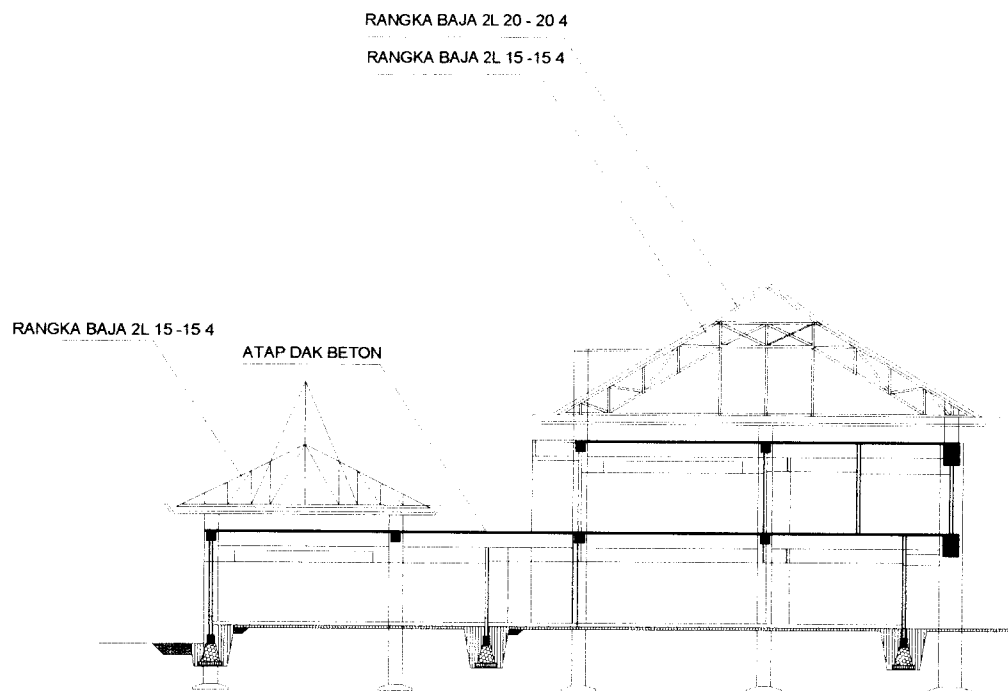


Gbr. 3.24 Struktur Rigid Frame

(Sumber : Perancangan)

3.4.3 Struktur Atap

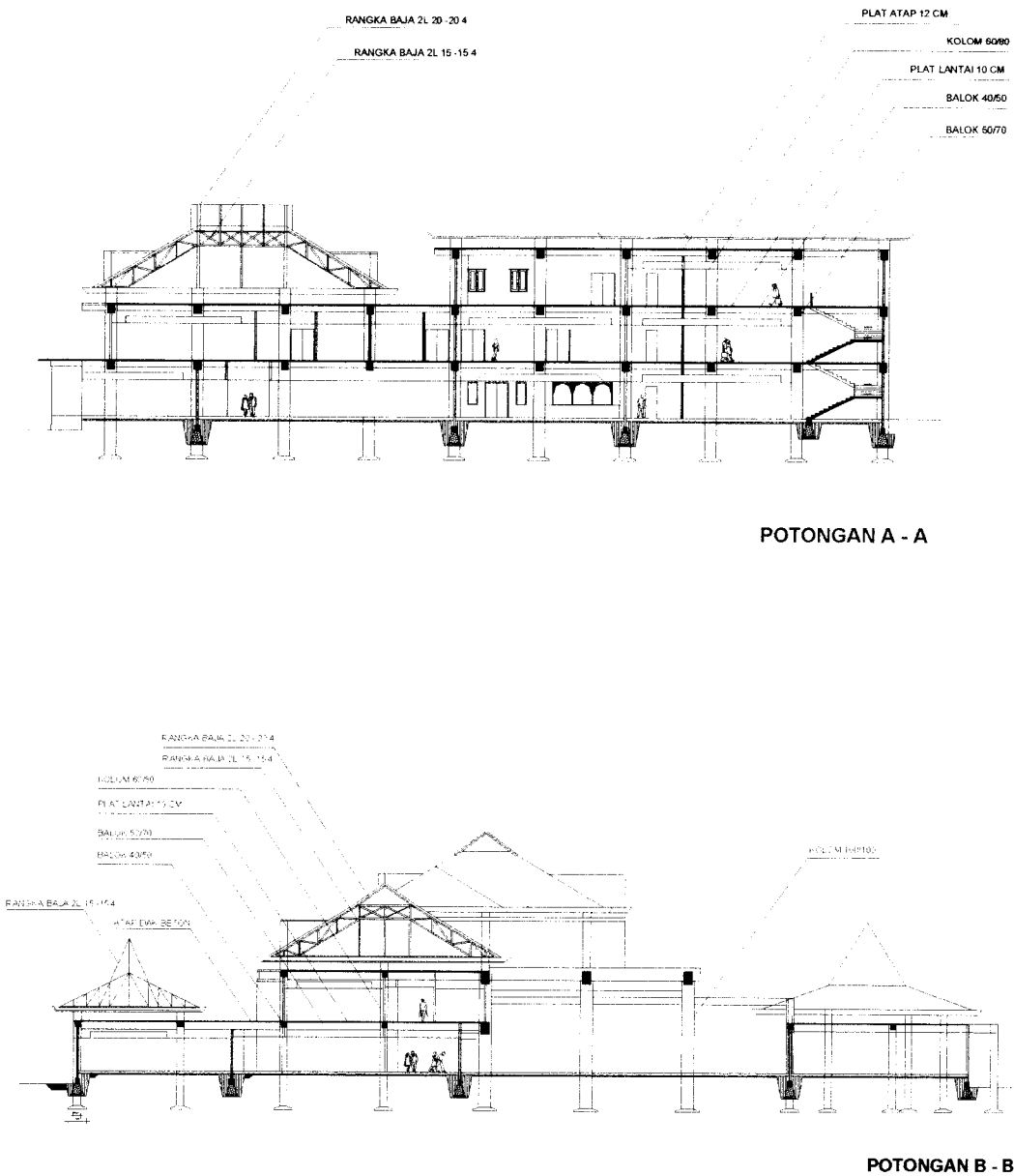
Struktur atap pada gedung ini menggunakan rangka baja dan dak beton bertulang.



Gbr. 3.25 Struktur Atap

(Sumber : Perancangan)

3.4.4 Potongan Struktur



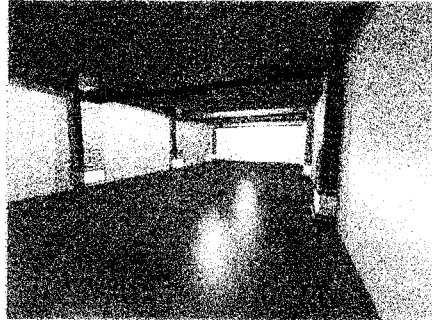
Gbr. 3.26 Potongan Struktur

(Sumber : Perancangan)

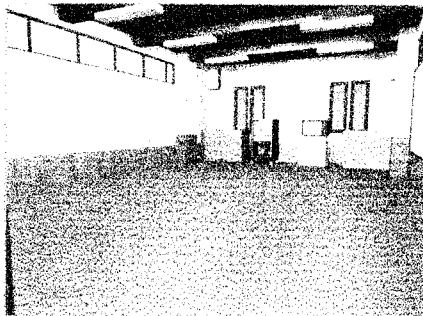
3.5 Perancangan Interior

3.5.1 Konsep JNE

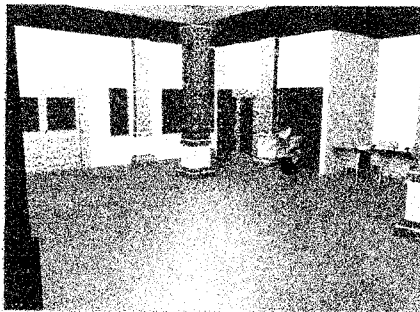
Penggunaan warna hijau dan kuning pada interior ruang di gedung ini (kolom, jendela, pintu, dinding), pada ruang serbaguna dan kelas didominasi oleh warna hijau.



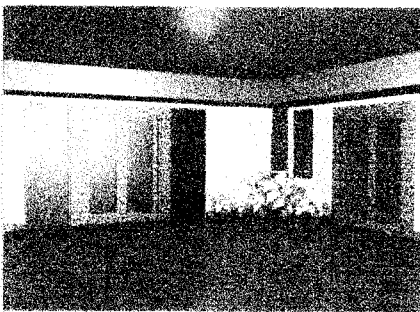
Ruang Serba Guna



Ruang Kelas



Hall



Lobby

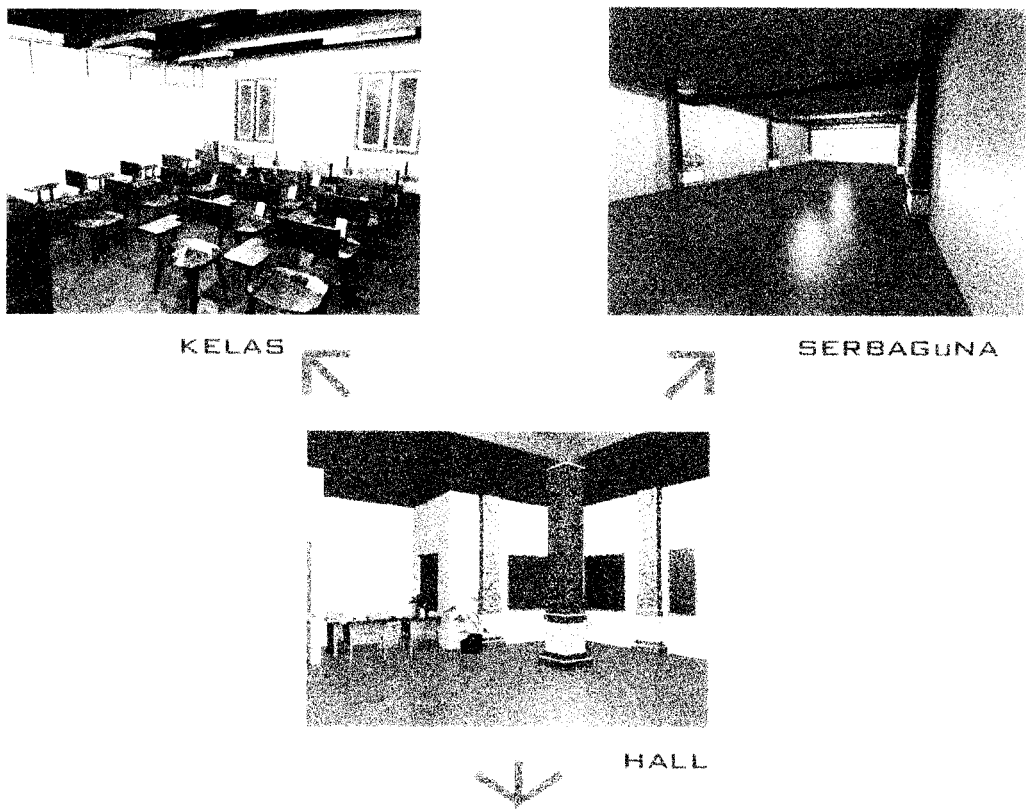
Gbr. 3.27 Interior Ruang

(Sumber : Perancangan)

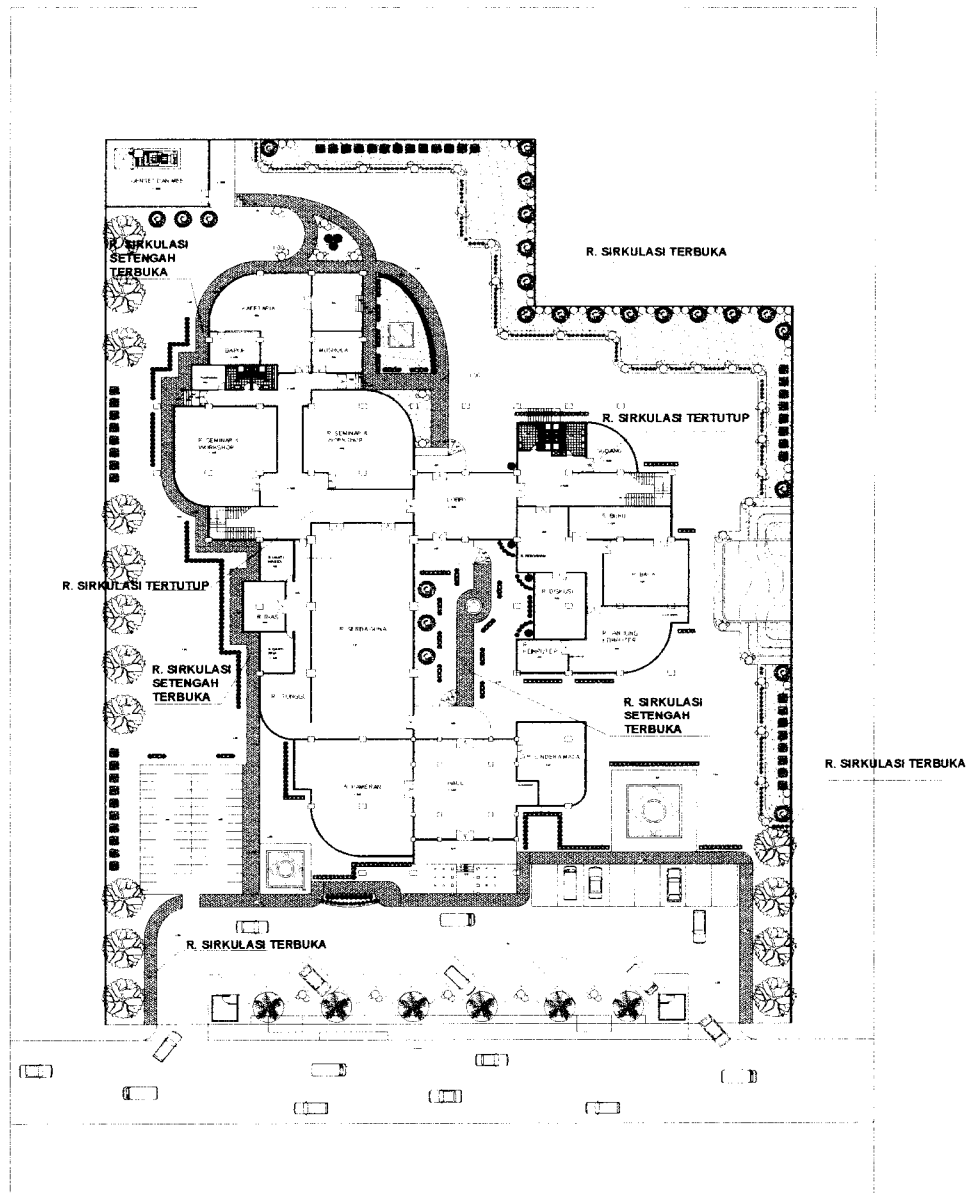
3.5.2 Skala Ruang Yang Berbeda

Gedung ini memiliki skala ruang yang berbeda, salah satu contohnya adalah ruang serbaguna yang memiliki luasan yang terbesar dan ketinggian plafon yang tertinggi.

Hall yang memiliki ketinggian plafon yang 1 M lebih rendah dari ruang serbaguna, dan ruang kelas yang memiliki ketinggian plafon yang terendah.

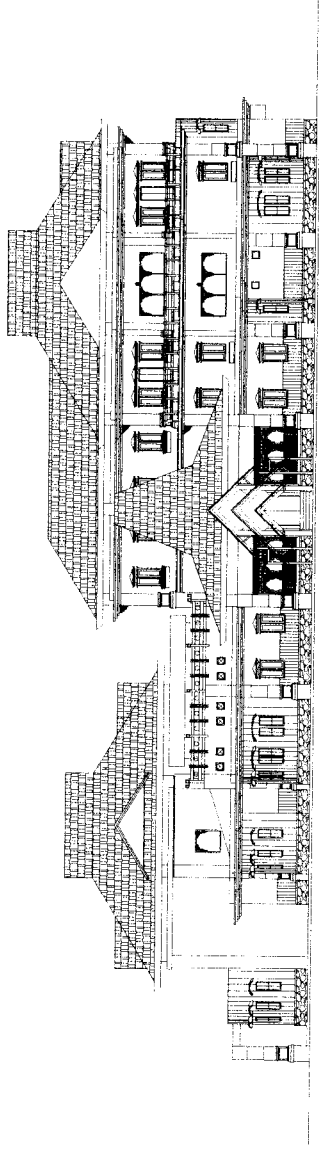


Gbr. 3.28 Skala Ruang
(Sumber : Perancangan)

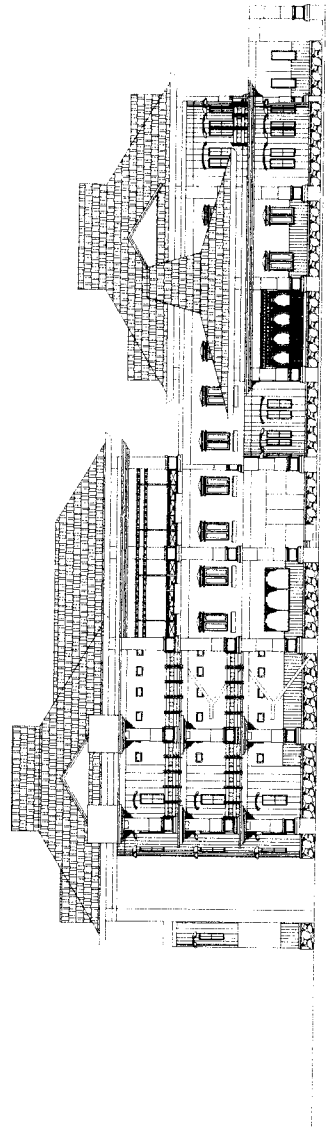


Gbr. 3.29 Ruang Sirkulasi

(Sumber : Perancangan)

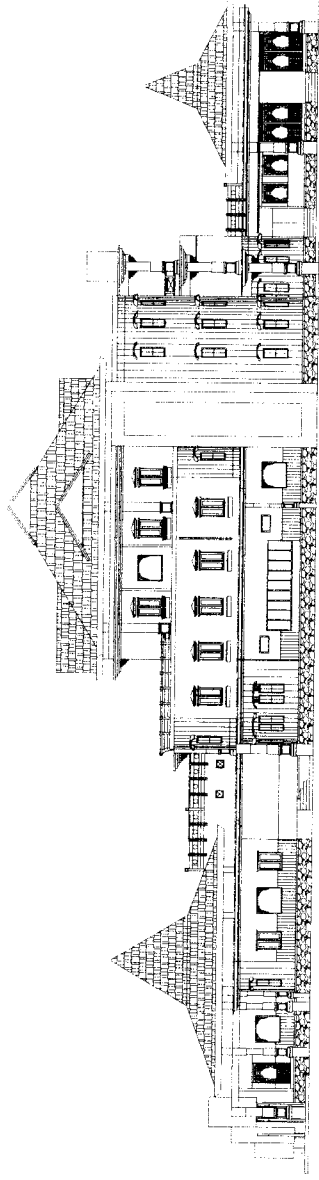
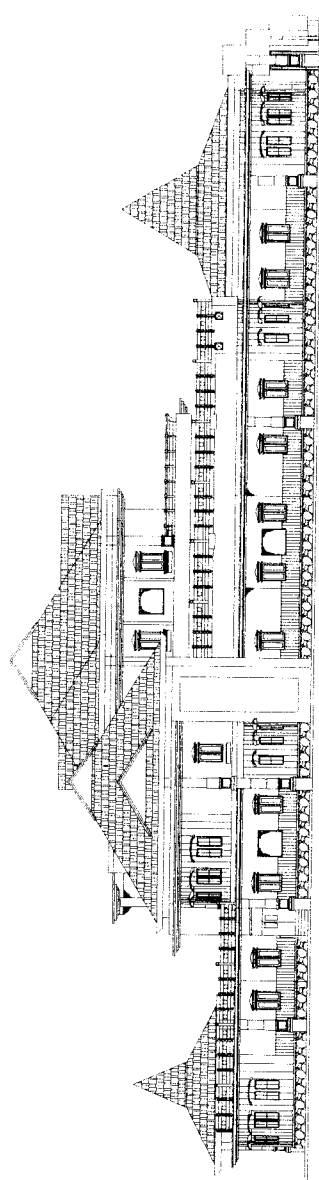


TAMPAK DEPAN

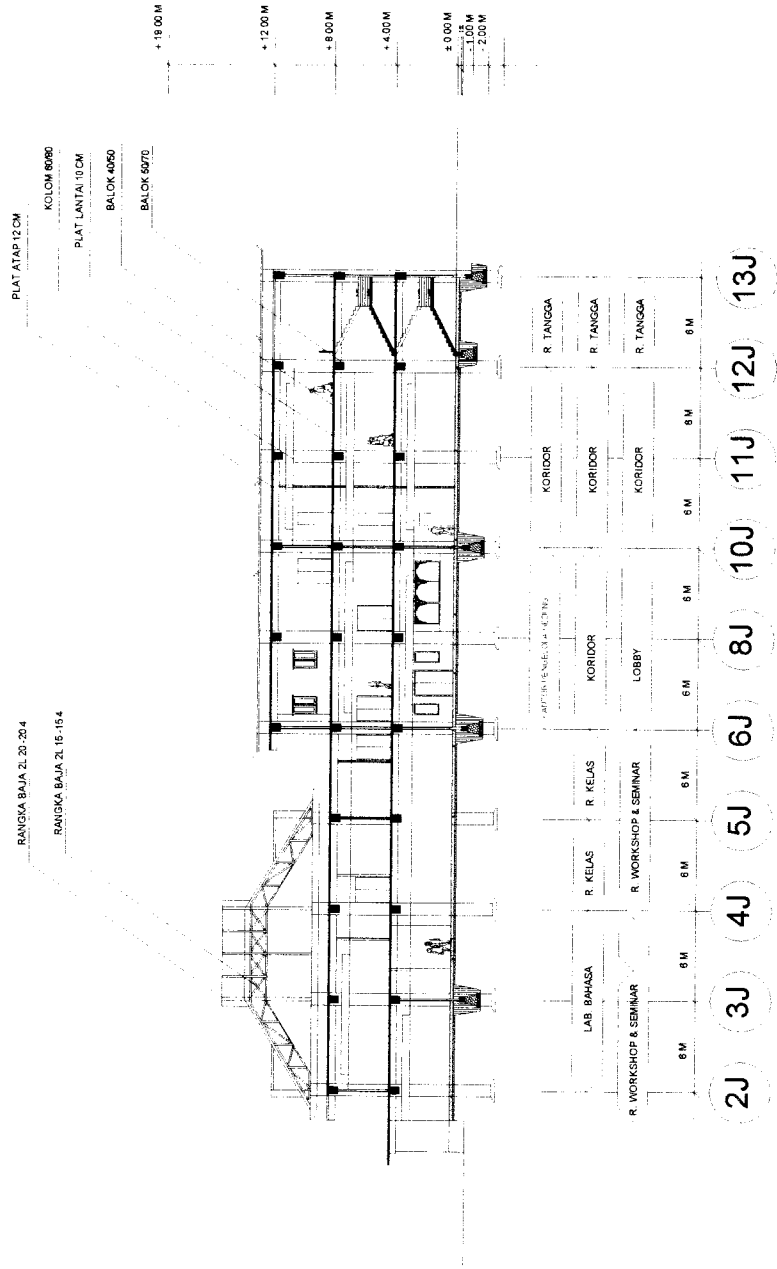


TAMPAK BELAKANG

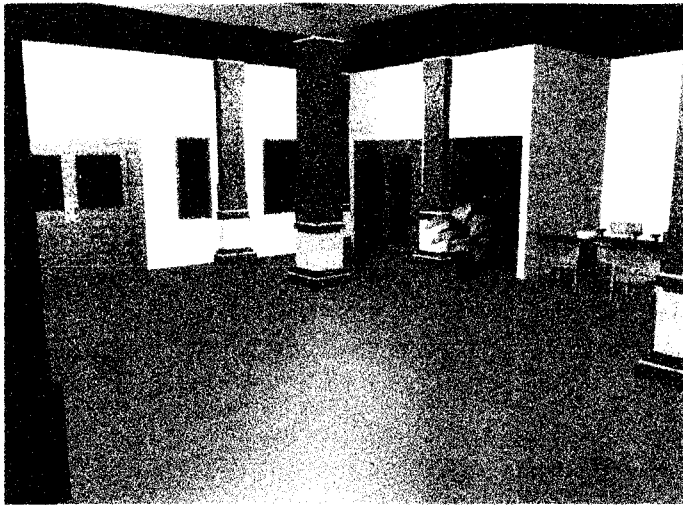
	TUGAS AKHIR JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	PERIODE III SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2002/2003	PUSAT INFORMASI KEBUDAYAAN BERSAMA DI YOGYAKARTA KARAKTER JOGJAKARTA SEBAGAI KOTA PELAJAR, WISATA, BUDAYA, DAN JOGJA NEVER ENDING ASIA	DOSEN PEMBIMBING IR. ENDY MARLINA, MT	IDENTITAS MAHASISWA NAMA FASAL RIVAI RM NO. MAHASISWA 97 512 144 TANDA TANGAN	JUDUL GAMBAR TAMPAK	SKALA 1:200	LEMBAR KE	JML LEMBAR
--	--	---	---	--	--	------------------------	----------------	-----------	------------



	TUGAS AKHIR JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	PERIODE III SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2002/2003	PUSAT INFORMASI KEBUDAYAAN BERSAMA DI YOGYAKARTA KARAKTER JOGJAKARTA SEBAGAI KOTA PELAJAR, WISATA, BUDAYA, DAN JOGJA NEVER ENDING ASIA	DOSEN PEMBIMBING	IDENTITAS MAHASISWA		JUDUL GAMBAR	SKALA	LEMBAR KE	JML LEMBAR
				IR ENDY MARLINA, MT	NAMA	FAISAL RIVA RM	TAMPAK	1200		
					NO MAHASISWA	97 512 144				



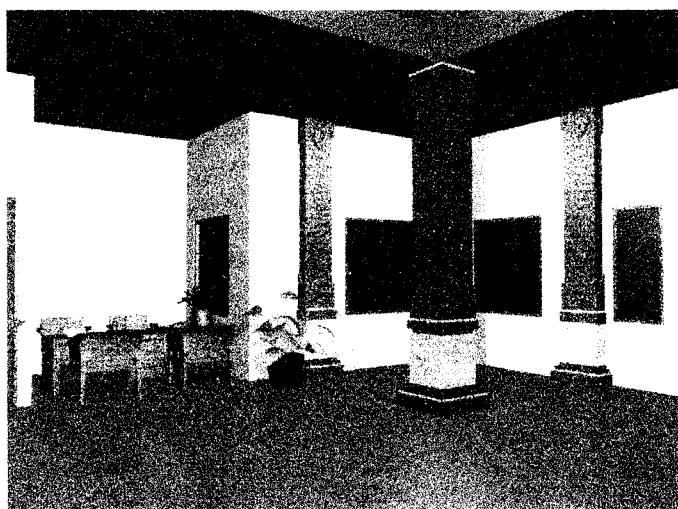
	TUGAS AKHIR JURUSAN ARSITEKTUR FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	PERIODE III SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2002/2003	PUSAT INFORMASI KEBUDAYAAN BERSAMA DI YOGYAKARTA KARAKTER JOGJAKARTA SEBAGAI KOTA PELAJAR, WISATA, BUDAYA, DAN JOGJA NEVER ENDING ASIA	DOSEN PEMBIMBING R. ENDY MARLINA, MT	IDENTITAS MAHASISWA NAMA: FAISAL RIVAI RM NO. MAHASISWA: 97 512 144 TANDA TANGAN:	JUDUL GAMBAR POTONGAN A - A	SKALA 1:200	LEMBAR KE 1	JML LEMBAR 1
---	--	---	---	---	--	--------------------------------	----------------	----------------	-----------------



HALL



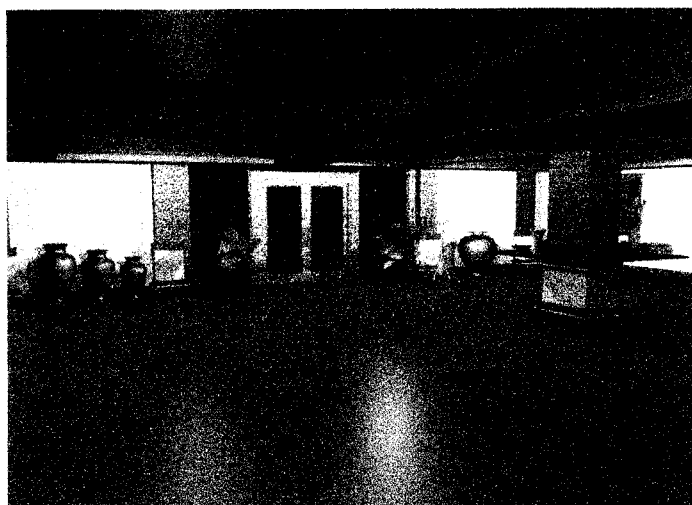
LOBBY



HALL



RUANG CINDERATA MATA



RUANG PAMER



KAFETARIA



GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

**YOGYAKARTA MEDIA CENTER
(YMC)**

PEDOMAN UMUM

**PEMERINTAH PROPINSI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
JUNI 2002**

DAFTAR ISI

I.	PENDAHULUAN	1
	A. Latar Belakang	1
	B. Pengertian	2
	C. Tujuan Pedoman Umum	2
II.	KOMPONEN DASAR YMC	3
	A. Maksud	3
	B. Tujuan	3
	C. Peran	3
	D. Sasaran	3
	E. Strategi	4
III.	KOMPONEN UTAMA YMC	5
	A. Data Base	5
	B. Forum Pimpinan	6
	C. Pakar Komunikasi	6
	D. Plaza Informasi	7
	E. Teknologi Informasi	7
IV.	PENGORGANISASIAN	9
	A. Pusat Administrasi	9
	B. Forum Komunikasi	10
	C. Aksesibilitas Informasi	10
V.	MEKANISME KEGIATAN	12
	A. Penetapan Visi Strategis YMC	12
	B. Penetapan Strategi Komunikasi Informasi	14
	C. Pelaksanaan Komunikasi Informasi	15
	D. Evaluasi	16
VI.	PEMBIAYAAN	17
VII.	PENUTUP	18
LAMPIRAN :		
Lampiran I	Alur Informasi	
	- Tanpa YMC	
	- Dengan YMC	
Lampiran II	Arah Isi Informasi	
	- Tanpa YMC	
	- Dengan YMC	
Lampiran III	Dinamika YMC	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada bulan Februari 2001 Pemerintah Propinsi DIY bekerja sama dengan Mark Plus & Co., Indonesia Marketing Association (IMA) Chapter Yogyakarta dan Landor Association telah meluncurkan *brand name* Yogyakarta: *Jogja Never Ending Asia* sebagai suatu strategi membangun *brand image* DIY. Hal ini merupakan suatu upaya strategis Pemerintah Propinsi DIY untuk menemukan identitas dan ciri khas yang dapat menjadi daya tarik bagi para pelajar, wisatawan, pedagang, pengembang maupun investor untuk menyelenggarakan aktivitasnya di Yogyakarta.

Pemerintah Propinsi DIY memang harus secara serius membangun posisi yang jelas, kekuatan yang khas dan *brand image* yang unik. Upaya-upaya telah dilakukan untuk membangun suatu kondisi yang memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk hidup, berinvestasi, berkunjung maupun bersekolah. Harapannya semua itu pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan standar hidup masyarakat Yogyakarta.

Ketika suasana mulai membaik dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Yogyakarta yang memang merupakan daerah yang aman, damai, harmonis dan demokratis, tersiarlah berita mengenai aksi sweeping terhadap orang asing di kota Solo sebagai reaksi atas tuduhan AS bahwa dalam peristiwa pemboman gedung kembar *World Trade Centre* (WTC) pada tanggal 11 September 2001 adalah Osama bin Laden dengan Al Qaeda-nya. Tidak lebih dari 2 menit CNN menayangkan berita tersebut, maka opini dunia segera terbentuk dan para wisatawan serta investor yang sedianya telah berencana ke Yogyakarta membatalkan semua kunjungannya ke Yogyakarta. Meskipun Gubernur DIY telah mencoba untuk memberikan penjelasan atas tayangan tersebut, bahwa hal tersebut tidak terjadi di Yogyakarta dan Yogyakarta dijamin aman, namun tetap belum membawa hasil yang positif.

Dari penjelasan tersebut, maka kami selaku Gubernur DIY mencoba untuk menggagas pembentukan **Yogyakarta Media Center (YMC)**. Dengan dibangunnya YMC diharapkan akan dapat merupakan suatu langkah strategis dan berkelanjutan dalam rangka membangun suatu sinergi dari seluruh potensi yang dimiliki DIY maupun yang dapat dimanfaatkan DIY untuk membangun jaringan komunikasi dan informasi sebagai upaya membangun citra positif DIY dan menghilangkan hambatan yang diakibatkan oleh disinformasi dan miskomunikasi.

Perkembangan jaman yang terjadi memang telah menunjukkan bahwa informasi dimiliki oleh setiap orang, tetapi juga dibutuhkan oleh setiap orang. Informasi diperlukan untuk mengatasi berbagai masalah. Informasi juga berperan untuk meningkatkan wawasan, pengetahuan, kecerdasan dan kebijaksanaan. Juga semakin disadari bahwa pada saat ini, kemampuan intelektual menjadi lebih penting dari pada kemampuan fisik ataupun sumber daya alam.

Informasi yang ada dapat diperoleh dan berasal dari siapa saja serta dari manapun juga dan dikembangkan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik. Hal ini tentu perlu pengelolaan secara tepat agar menjadi akurat, tepat waktu dan bermanfaat bagi penggunaanya.

Disadari juga, bahwa pengelolaan informasi merupakan suatu proses yang tidak akan pernah berakhir seiring dengan perkembangan informasi yang semakin cepat dan kompleks yang didorong kemajuan teknologi informasi. Melalui kemajuan

teknologi informasi, maka dunia menjadi seolah tanpa batas. Peristiwa yang saat ini terjadi di belahan dunia lain, pada saat yang sama akan dapat diketahui di belahan dunia lainnya. Hal ini tentu saja dapat memberikan keuntungan, disamping juga dapat menimbulkan dampak negatif, jika tidak dikelola secara baik.

Untuk dapat mengelola informasi yang demikian cepat berkembang, khususnya dalam merintis suatu upaya membangun citra positif DIY ke dunia global, diperlukan suatu sistem atau strategi komunikasi informasi. Sistem tersebut bertugas menjadi semacam jembatan atau mediator arus informasi dari DIY memasuki jaringan global. Kondisi seperti itu, semakin mendorong Pemerintah Propinsi DIY untuk membangun Yogyakarta Media Centre (YMC).

B. Pengertian.

Melalui pendekatan pemikiran yang kami coba kembangkan dalam menyusun konsep YMC:

1. Dengan YMC diupayakan untuk mensinergiskan seluruh potensi yang ada di DIY atau yang dapat digerakkan untuk kepentingan DIY.
2. Pola pengembangan YMC dilakukan dengan pendekatan sistem.
3. Pengembangan YMC dilakukan dengan tidak membentuk / mengembangkan lembaga baru, tetapi memanfaatkan secara optimal lembaga yang sudah ada.
4. Pengembangan YMC secara langsung atau tidak langsung akan mendorong peningkatan kinerja atau penyelenggaraan pelayanan dari seluruh *stakeholder*.

Dengan dasar pendekatan pemikiran tersebut, kiranya dapat dirumuskan bahwa YMC akan merupakan suatu sistem pengelolaan informasi berdasarkan kinerja yang ada atau tata cara pelayanan publik yang prima dengan memanfaatkan seluruh potensi media informasi yang ada di DIY atau media informasi di luar DIY (dalam maupun luar negeri) yang bisa dimanfaatkan untuk membangun citra positif DIY. Jadi informasi yang dikembangkan dalam YMC adalah informasi yang berdasarkan pada fakta yang sebenarnya, yang kemudian dikemas sedemikian rupa dalam berbagai bentuk publikasi / pemberitaan. Umpan balik dari berbagai publikasi / pemberitaan tersebut pada akhirnya akan merupakan masukan bagi perbaikan kinerja lembaga yang bersangkutan.

YMC dalam melaksanakan aktivitasnya bersifat lintas peran dan lintas lembaga, seperti Pemerintah Daerah, dunia usaha (swasta), pakar komunikasi dan seluruh elemen masyarakat. YMC pada akhirnya akan berperan sebagai 'pusat' dari seluruh wahana pengelolaan informasi dalam bentuk riil dari *sharing* dan sinergi seluruh potensi yang ada. YMC dimaksudkan sebagai wahana utama untuk memadukan semua media informasi maupun sumber informasi bagi penciptaan citra positif DIY dan menjadikannya sebagai tanggungjawab bersama, kewajiban bersama, yang pada gilirannya semua pihak akan dapat mengambil manfaat secara optimal.

C. Tujuan Pedoman Umum

Pembuatan Pedoman Umum YMC dimaksudkan untuk dijadikan acuan pola pikir dan pola tindak dari seluruh pengelola informasi dalam penyusunan perencanaan dan pelaksanaan program-program publikasi dan promosi perwujudan citra positif DIY.

BAB II KONSEP DASAR YMC

A. Maksud

1. Terwujudnya pelayanan informasi terpadu untuk mewujudkan masyarakat berbudaya informasi, mandiri, partisipatif, berdaya saing, berdaya seleksi dan sejahtera.
2. Terwujudnya suasana DIY yang kondusif, penuh damai dengan semangat keharmonisan, saling menghormati dan demokratis.

B. Tujuan

1. Terwujudnya keselarasan informasi dari komunikasi menuju informasi yang sinergis dan terintegrasi.
2. Tersedianya fasilitas dan kemudahan akses informasi bagi masyarakat DIY, masyarakat Indonesia, dan masyarakat global.
3. Tersedianya muatan informasi layanan dan aturan yang lengkap dan transparan dalam penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan masyarakat dalam rangka mewujudkan *good governance*.
4. Terbangunnya opini publik tentang DIY yang menguntungkan semua pihak.
5. Terbangunnya proses komunikasi timbal balik yang harmonis dan bertanggungjawab antara pemerintah dengan masyarakat dan sektor swasta.
6. Meningkatkan jumlah, intensitas, jenis dan penyebaran informasi penyelenggaraan pemerintahan dan lembaga swasta / masyarakat ke luar negeri dalam rangka mengembangkan citra positif DIY dengan *brand name* yang sedang dibangun *Jogja Never Ending Asia* ke dunia internasional.
7. Terpublikasikannya / tersiarkannya Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata, kota pelajar dan tempat berinvestasi dengan berbagai potensinya serta mitra kerja bisnis yang potensial.
8. Terwujudkannya perbaikan kinerja dan pelayanan publik secara terus menerus sesuai dengan perkembangan tuntutan publik.

C. Peran

1. Mengoptimalkan segenap potensi dan komponen yang ada sebagai suatu sistem pengelolaan informasi dalam rangka pemberdayaan masyarakat di bidang informasi dan komunikasi.
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas arus informasi antar lembaga dan media informasi.
3. Mengembangkan kegiatan penyediaan, penyebaran dan pemerataan informasi tentang DIY dengan memanfaatkan berbagai media.
4. Mengembangkan jaringan informasi baik di dalam maupun di luar negeri.
5. Meningkatkan posisi tawar DIY dalam mewujudkan citra positif DIY baik di dalam maupun di luar negeri.

D. Sasaran

Sasaran YMC dapat dikelompokkan dalam :

1. Sasaran Internal
 - a. Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri.

BAB III KOMPONEN UTAMA YMC

Komponen utama YMC adalah bagian atau unsur yang merupakan sub sistem dimana akan dikembangkan menjadi sistem pengelolaan informasi dalam wadah YMC. Adapun komponen utama tersebut terdiri dari :

- Data Base
- Forum Pimpinan
- Pakar Komunikasi
- Plaza Informasi
- Teknologi Informasi.

A. Data Base.

Data Base merupakan komponen utama dan pertama dari YMC berupa basis data sebagai sumber dan landasan kegiatan informasi dan komunikasi. Data base YMC tidak dapat berdiri sendiri melainkan terkait dengan komponen YMC yang lain terutama dalam mendukung isi Data Base. Adapun mekanisme Data Base mengikuti atau menyatu serta mempengaruhi (saling memberi dan menerima) pada kegiatan di :

1. Forum Pimpinan : Eksekutif (Dinas, Badan, Biro, Kantor, BUMD, UPTD, Kabupaten/Kota), Legislatif, Organisasi Profesi/ Fungsional, LSM.
2. Pakar Komunikasi : baik dari Perguruan Tinggi Negeri ataupun swasta, MMTC, PUSKAT, ISI, Kantor Berita Asing, Media Massa.
3. Plaza Informasi.
4. Teknologi Informasi.

Kesemuanya dikomunikasikan melalui suatu sistem informasi dengan cara manual maupun memanfaatkan teknologi informasi sehingga membentuk suatu data base yang mudah untuk saling dikomunikasikan. Termasuk di dalamnya dukungan sarana prasarana berupa *software*, *hardware*, *brainware* dan jaringan komunikasi.

Dari segi jenis datanya secara umum dapat digabungkan dalam suatu bank data yang dapat mencakup : data teks, data statistik, data gambar, data spasial, data suara, data movie. Data-data tersebut secara bersama akan membentuk basis data yang memungkinkan untuk pencarian dari katalog maupun pencarian langsung dari teks secara mudah, cepat dan akurat.

Mengembangkan data base yang dapat dipercaya dan relevan merupakan tugas berat dan memerlukan partisipasi dari berbagai lembaga. Pelaksanaannya tidak dapat sekaligus melainkan secara bertahap dimulai dari kebutuhan yang paling mendesak. Untuk menjamin data yang mutakhir data base harus memiliki prosedur pemutakhiran yang jelas dan rutin, jika mungkin dipadukan dalam prosedur-prosedur operasional dari lembaga/instansi yang memelihara data tersebut. Apabila prosedur telah dilaksanakan secara rutin, laporan ringkas dapat dibuatkan maka data sharing akan dapat dilaksanakan. Koordinasi data sharing ini dapat meningkatkan kualitas data dan dapat mengurangi biaya. Langkah utama dalam mencapai sistem data sharing sebaiknya mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Pengenalan teknologi informasi dan perbaikan sistem informasi yang ada di masing-masing lembaga.
2. Pembentukan wadah atau forum pertukaran data.
3. Pembentukan pusat informasi.

Mengingat sangat kompleksnya data base maka mustahil untuk memasukkan seluruh data base ke data base di YMC. Oleh karenanya *data base* di YMC harus berformat khusus, yaitu berupa *data base* Katalog Data. Katalog Data berisikan data-data yang sudah ada lengkap dengan keterangan dan tempat untuk mengakses. Dengan adanya Katalog Data yang relatif lengkap diharapkan akan mendukung kemudahan pertukaran informasi.

Sasaran Katalog Data adalah untuk memberikan akses bagi semua pelaku pembangunan maupun masyarakat luas terhadap informasi yang dapat dipercaya relevan, lengkap dan mutakhir yang diperlukan untuk pengambilan keputusan maupun menempatkan permasalahan secara obyektif.

B. Forum Pimpinan

Komponen utama YMC yang berkaitan dengan usaha memberdayakan masyarakat Yogyakarta adalah para pimpinan (baik pimpinan lembaga formal / non formal maupun pimpinan kelompok masyarakat lainnya). Mereka memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan opini publik dan perwujudan kinerja DIY sesuai bidang masing-masing terlebih bila diingat bahwa karakteristik masyarakat Yogyakarta bersifat paternalistik. Artinya apa yang dilakukan para pemimpin senantiasa menjadi pedoman (panutan) komunitas masyarakatnya. Dalam kaitan ini efektifitas komunikasi antara pimpinan dan komunitasnya sangat penting.

Dalam hubungannya dengan YMC yang salah satu tujuannya adalah "menjual" Jogja dan sekaligus memberdayakan masyarakat Yogyakarta. Kemampuan para pimpinan bisa disinergikan melalui suatu forum komunikasi yang tentunya *out put* yang dihasilkannya akan luar biasa. Forum Pimpinan yang terdiri dari eksekutif (Dinas Biro, Badan, Kantor BUMD, organisasi profesi dan organisasi fungsional) legislatif, dan LSM sebaiknya memiliki jadwal yang telah disepakati untuk mengadakan pertemuan secara berkala dan insidental. Pertemuan-pertemuan ini sebaiknya diagendakan secara jelas dengan output yang jelas, karena dalam prakteknya pertemuan yang bersifat formal maupun informal akan menghasilkan kesepakatan-kesepakatan yang akan mengikat secara emosional maupun moral.

Dalam mekanisme kerjanya Forum Pimpinan mendapatkan masukan / *input* dari data base, memanfaatkan dukungan pakar komunikasi dan kalau diperlukan dapat menggunakan teknologi informasi untuk mengolah isu-isu yang berkembang.

C. Pakar Komunikasi

Pakar komunikasi merupakan forum yang terdiri dari pakar-pakar komunikasi multi media, baik dari perguruan tinggi negeri maupun swasta, MMTC, PUSKAT, ISI dlsb. Forum ini menyesuaikan pada perkembangan dan karakteristik isu yang akan dikaji.

Output yang diharapkan dari pakar komunikasi adalah kajian, analisis dan alternatif-alternatif solusi atas isu-isu strategis yang berkembang di masyarakat, di media massa baik lokal, nasional maupun internasional. Sehingga output dari forum ini berupa :

1. Kajian, analisis atau rekomendasi tentang strategi mengantisipasi, menghadapi dan mengatasi isu-isu strategis yang muncul di masyarakat, media massa lokal, nasional dan asing.
2. Pemikiran-pemikiran tentang strategi yang dipakai untuk membangun citra positif tentang DIY dalam menarik investor nasional dan asing, menarik wisatawan,

- melakukan promosi-promosi lain melalui media massa (cetak maupun elektronik).
2. Penulisan-penulisan di media massa dalam dan luar negeri untuk membentuk opini publik tentang DIY.

D. Plaza Informasi

Plaza Informasi adalah wahana untuk menyalurkan informasi dari Data Base, Forum Pimpinan dengan dukungan Pakar Komunikasi untuk disampaikan kepada khalayak atau publik baik lokal, nasional, maupun internasional. Pelayanan melalui Plaza Informasi dapat melalui :

1. Pameran / *expo* yaitu dengan menampilkan materi yang bersifat informasi, promosi, atau pelayanan publik yang dilaksanakan pada event-event tertentu baik di dalam negeri ataupun di luar negeri.
2. Pelayanan publik melalui information center, yaitu memberikan pelayanan informasi secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dalam satu tempat yang disebut "*information center*" dengan moto "*One stop information service*" dimana masyarakat yang membutuhkan informasi dapat datang langsung ke tempat ini atau dapat melalui telepon, e-mail ataupun surat. Untuk mendukung pelayanan ini dibutuhkan perangkat dan sistem yang memadai seperti komputer, jaringan internet, faximili, telepon, panel untuk display foto data, pamflet, brosur, majalah atau bentuk-bentuk informasi tercetak lainnya.
3. Melalui kerjasama dengan media massa baik media cetak maupun media elektronik, baik nasional maupun internasional.

Agar *information center* ini berfungsi secara optimal perlu disediakan tempat yang representatif baik dari segi fisik bangunan maupun lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh masyarakat.

E. Teknologi Informasi

Teknologi Informasi sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia bahkan telah menjadi komoditas industri, bisnis informasi, bisnis media dan bisnis telekomunikasi. Perkembangan teknologi informasi secara mendasar telah mengubah dan mentransformasikan pola ekonomi, pola hidup (sosial dan budaya), dan cara melakukan bisnis secara signifikan. Contoh kondisi ini antara lain :

1. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam e-bussines atau e-commerce secara nyata dapat menekan biaya transaksi bisnis bagi produsen dan konsumen serta memberikan layanan kemudahan dalam melakukan diversifikasi kebutuhan.
2. Pemanfaatan Teknologi Informasi ke dalam *e-government* juga telah meningkatkan kinerja pemerintah dalam menyediakan informasi dan layanan kepada masyarakat serta dunia usaha.

Perkembangan teknologi informasi ini juga mempengaruhi pola dan fungsi pemerintah yang pada awalnya bersifat memiliki, mengembangkan dan mengoperasikan berbagai sektor pembangunan berubah menjadi penentu kebijakan, pemberi regulasi, pemantau dan pendorong berbagai sektor pembangunan. Pemerintah tidak lagi sebagai satu-satunya pihak penyelenggara layanan publik, tetapi pemerintah akan mengandalkan dunia usaha dan masyarakat sendiri di dalam menyediakan layanan publik. Pemerintah meletakkan masyarakat sebagai shareholder sekaligus customer

Teknologi Informasi mencakup mulai dari aplikasi pengolahan data, komputerisasi komunikasi data untuk mendapatkan, menyimpan, mengolah dan menyebarluaskan informasi ke dalam berbagai bentuk informasi seperti data, suara, video, teks, data dan e-mail (multi media).

Jaringan Teknologi Informasi sebagai komponen YMC merupakan teknologi kunci *delivery* layanan dari segala sumber informasi kepada khalayak yang membutuhkan.

Layanan tersebut dapat diklasifikasikan dalam tiga kelompok :

1. Layanan informasi, yaitu menyediakan data secara elektronik yang dapat diakses melalui *web site*.
2. Layanan komunikasi memberikan layanan kepada masyarakat untuk bertanya / berkonsultasi dengan pegawai / pejabat pemerintah secara elektronik (telepon, *chatting* atau *video conference*).
3. Layanan transaksi menyediakan layanan-layanan yang lebih kompleks dengan persyaratan-persyaratan tertentu dan membutuhkan proses persetujuan pertimbangan dari pihak-pihak yang berwenang.

Agar layanan tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif, efisien, cepat dan akurat maka diperlukan jaringan informasi baik internal maupun eksternal.

BAB IV PENGORGANISASIAN

Fengorganisasian adalah pengelolaan dari seluruh kegiatan YMC yang meliputi :

- Pusat Administrasi
- Forum Komunikasi
- Aksesibilitas Informasi

A. Pusat Administrasi

YMC sebagai suatu sistem memerlukan suatu Pusat Administrasi yang berfungsi sebagai fasilitator, agar seluruh komponen utama YMC dapat berjalan dengan baik selain memberikan layanan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan. Dalam hal ini Badan Informasi Daerah (BID) menjadi pusat administrasinya, karena BID merupakan lembaga yang memiliki tugas pokok dan mempunyai fungsi sebagai pengelola komunikasi dan informasi.

Tugas, fungsi ataupun peranan BID dalam YMC antara lain dapat berupa :

1. Memfasilitasi kegiatan-kegiatan Forum Pimpinan dengan menetapkan agenda dan output yang jelas dalam rangka mewujudkan citra positif DIY.
2. Memfasilitasi kegiatan-kegiatan workshop Pakar Komunikasi sesuai isu-isu strategis yang berkembang.
3. Menyiapkan dan mengembangkan Data Base DIY yang akurat, up to date dan menyeluruh dalam suatu sistem informasi manajemen yang terintegrasi.
4. Menyiapkan dan mengembangkan Plaza Informasi sebagai pusat informasi yang memberikan pelayanan menyeluruh.
5. Menyiapkan dan mengembangkan pemanfaatan Teknologi Informasi dengan perwujudan suatu sistem e-Government.
6. Menyiapkan dan mengembangkan SDM yang dibutuhkan dalam pengembangan YMC.
7. Membentuk dan mengembangkan aliansi strategis dengan berbagai pihak sesuai tujuan, sasaran yang ingin dicapai.
8. Memberikan dukungan informasi yang akurat tepat waktu dan bermanfaat bagi pembentukan citra positif DIY melalui :
 - a. Penyediaan Data Base potensi positif maupun konflik di DIY
 - b. Penyediaan Data Base nara sumber / pakar untuk pembentukan opini publik.
 - c. Penyediaan Data Base informasi kewilayahan lokal yang meliputi aspek agama, politik, sosial budaya, ekonomi, keamanan dll.
9. Melakukan pengkajian model-model pendekatan teknis komunikasi massa dan pendekatan kebudayaan aktual.
10. Mengadakan forum-forum penyamaan visi lembaga media massa dan *stakeholder* lainnya (LSM, Pengusaha, Parpol, Ulama / Tokoh Agama, Pakar, Pemuda dll)
11. Melakukan identifikasi dan inventarisasi tema-tema keseharian yang memiliki dampak pembentukan citra positif DIY.
12. Mengintegrasikan kegiatan-kegiatan tersebut dalam rencana pembangunan *e-Government* DIY.
13. Menjalin kemitraan dengan MMTC, ISI, PUSKAT, TVRI, RRI dan Radio Swasta lainnya, serta media cetak dalam pembentukan opini publik.
14. Merencanakan keikutsertaan SDM pada Diklat-Diklat sesuai kebutuhan.

Untuk mendapatkan kemudahan dalam mengakses informasi maka perlu pemanfaatan sarana dan prasarana jaringan informasi yang sudah ada pada masing-masing lembaga baik lembaga pemerintah maupun swasta serta perlu dibangun sarana dan prasarana jaringan informasi baru yang belum tersedia. Akses informasi dapat dilakukan pertama-tama ke BID sebagai pusat administrasi dan dapat pula dilakukan secara langsung ke lembaga-lembaga pemerintah maupun swasta yang secara fungsional mempunyai tugas pokok dan fungsi sesuai dengan data informasi yang dibutuhkan khalayak mengakses informasi tersebut.

Internet yang merupakan jaringan informasi masa kini menandai mulainya era ekonomi digital. Perkembangan teknologi komputer dan komunikasi mencapai puncak ketika informasi dapat direpresentasikan dalam jaringan secara elektronik. Dewasa ini pemerintah dituntut untuk melayani industri, pengusaha dan masyarakat yang sudah menjalankan kegiatan sehari-hari dengan paradigma ekonomi digital ini. Oleh sebab itu pemerintah harus secepatnya melakukan kajian atau bahkan mulai merencanakan implementasi *e-gov*. Sistem *e-gov* terdiri dari beberapa bagian penting antara lain: data (sebaiknya dalam bentuk elektronik), proses birokrasi berbasis komputer, integrasi pihak-pihak yang berwenang dalam proses pengambilan keputusan dan fasilitas untuk berkomunikasi dengan pengguna jasa pemerintahan.

Jaringan informasi merupakan persyaratan utama untuk menginterkoneksi data elektronik, menghubungkan pihak-pihak berwenang dengan proses birokrasi berbasis komputer, menghubungkan data dengan pengguna jasa pemerintahan, menghubungkan pengguna jasa pemerintahan dengan pihak-pihak yang berwenang dst. Oleh sebab itu jaringan informasi merupakan bagian yang sangat penting dalam implementasi *e-gov*.

Perkembangan teknologi jaringan saat ini menunjukkan adanya konvergensi menuju jaringan multi layanan (*multi service network*). Teknologi jaringan ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

1. Jaringan telekomunikasi : digunakan untuk komunikasi suara dan data teknologi *circuit switch*.
2. Jaringan intertain (radio dan televisi) : menggunakan teknologi *broadcast* untuk *delivery* layanan hiburan.
3. Jaringan data : berkembang dari industri teknologi komputer yang menyediakan kemampuan untuk berkomunikasi jaringan data terutama digunakan untuk komunikasi data.

Pengelolaan mutu layanan menjadi faktor kunci bagi penyedia jaringan untuk memberikan layanan sesuai dengan tuntutan mutu layanan dan perilaku pengguna yang sangat bervariasi. Pada dasarnya YMC akan mencoba meningkatkan secara optimal akses informasi bagi siapa saja yang membutuhkan. Pengembangan aksesibilitas informasi ini bukan hanya melalui pemanfaatan Teknologi Informasi (on line), tetapi juga melalui media lain (off line)

2. Penetapan tujuan program komunikasi.

Tujuan program komunikasi dapat ditentukan menjadi 2 (dua) level yaitu tujuan antara (terminal goal) dan tujuan akhir (ultimate goal). Sedangkan targetnya dapat ditetapkan internal dan eksternal.

Secara ringkas tahapan tersebut dapat digambarkan pada matrik sbb :

Matrik 2 : Tujuan program komunikasi

Target	Terminal Goal	Ultimate Goal
Internal :		
Eksternal :		

3. Penetapan kecenderungan yang harus dihadapi

Untuk mewujudkan iklim kondusif yang diinginkan, perlu diperhatikan kecenderungan dalam masyarakat. Secara umum kecenderungan tersebut dapat dipilah menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu mengganggu (disturbing), mengabaikan (ignoring) dan mendukung (supporting).

Secara ringkas tahapan tersebut dapat dituangkan dalam matrik sbb :

Matrik 3 : Kecenderungan yang harus dihadapi

Sasaran	Mengganggu	Mengabaikan	Mendukung

4. Penetapan pendekatan atas target

Lebih jauh lagi, program komunikasi disusun atas dasar orientasi pencapaian target dalam tahapan persiapan, pengkondisian dan pemeliharaan. Secara ringkas tahapan tersebut dapat digambarkan dalam matrik sbb :

Matrik 4 : Pendekatan atas target

Level	Target	
	Internal	Eksternal
Persiapan		
Pengkondisian		
Pemeliharaan		

Dalam menetapkan strategi komunikasi informasi secara tepat perlu dipikirkan secara holistik. Untuk itu perlu dijabarkan lebih lanjut dalam matrik-matrik sbb :

1. Matrik 5 : Identifikasi Level instansi target internal

Aspek	Level	
	Propinsi	Kab./Kota
Kebijakan Publik		
Pelayanan Publik		

2. Matrik 6 : Identifikasi target internal & eksternal

Klien	Kebijakan Publik		Pelayanan Publik	
	Langsung	Tak Langsung	Langsung	Tak Langsung
Internal				
Eksternal				

3. Matrik 7 : Identifikasi aliansi strategis

Fokus	Pemerintah	Masyarakat

4. Matrik 8 : Komponen komunikasi

Komponen	Primer	Secunder

C. Pelaksanaaa Komunikasi Informasi

Setelah penetapan strategi ditetapkan, maka pada tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan.

Pada tahapan ini, komponen dalam YMC melaksanakan kegiatan melalui tahapan kegiatan :

1. Berdasarkan pada informasi yang tersedia (*data base*), Forum Pimpinan menetapkan visi strategis YMC. (Matrik 1 – 4)
2. Seluruh lembaga dan individu melaksanakan perwujudan visi tersebut sesuai tugas, fungsi dan peran masing-masing. (Matrik 5 – 8)

3. Para pakar mengembangkan pemikiran-pemikirannya tentang analisa situasi yang berkembang serta mencoba untuk membentuk opini masyarakat.
4. Pengembangan pemberitaan / publikasi sesuai dengan isi dan media yang diperlukan. (Matrik 9)
5. Pemuatan seluruh pesan-pesan tersebut dengan informasi yang selalu diperbaharui dalam home page internet.
6. Pembaharuan *data base* yang terus-menerus.

Dalam pelaksanaan komunikasi dan informasi tersebut perlu bertumpu pada rencana penggunaan media sesuai matrik sbb :

Matrik 9 : Rencana penggunaan media

Program	Media		Aliansi
	On line	Off line	

D. Evaluasi

Setelah pelaksanaan pemberitaan dan publikasi dilaksanakan sesuai dengan visi dan strategi yang ditetapkan, perlu dilakukan kegiatan evaluasi. Dengan evaluasi akan diketahui sejauh mana efektivitas kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan terhadap seluruh proses kegiatan mulai dari penetapan visi sampai pada dampak yang timbul.

Evaluasi dilakukan dengan melihat sejauh mana citra positif DIY dapat tercapai. Unsur ini memang diperlukan sesuatu kegiatan penelitian yang akurat. Citra positif DIY tidak hanya ditentukan oleh kegiatan YMC, tetapi banyak faktor lain yang turut menentukan seperti : situasi politik nasional, situasi keamanan nasional, ekonomi dunia, kredibilitas pemerintah dlsb.

Dalam kegiatan ini yang penting adalah adanya suatu "umpan balik" bagi Forum Pimpinan untuk memperbaiki kinerjanya berdasarkan pada hal-hal yang diketahui belum memuaskan masyarakat. Dengan demikian secara otomatis akan terjadi suatu proses perbaikan yang terus menerus (*continuous improvement*).