

# REDESAIN PASAR INPRES KALIANDA KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

## Dengan Pendekatan *Landmark*

Mawaldi Suharja<sup>[1]</sup>, Marcelina Dwi Setyowati<sup>[2]</sup>

<sup>[1],[2]</sup>Program Studi Arsitektur Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Teknologi Yogyakarta  
<sup>[1]</sup>Mawaldisuharja@gmail.com, <sup>[2]</sup>na.marcelina90@gmail.com

### ABSTRAK

Pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu. Kabupaten Kalianda memiliki pasar induk tradisional terletak di ibu kota Kalianda Kabupaten Lampung Selatan Provinsi Lampung. Jumlah pedagang pasar 210 orang, 135 orang menempati los dan 75 orang menempati kios, buka setiap hari dan menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari. Melihat langsung kondisi bangunan Pasar Inpres Kalianda sudah tidak layak, tidak mempunyai area parkir, bahu jalan menjadi tepat parkir dan mengakibatkan kemacetan, selokan tidak berfungsi dengan optimal, membuat Jalanan tergenang air saat musim hujan tiba, kios dan los yang kecil menjadikan area sirkulasi untuk meletakkan barang dagangan, sirkulasipun menjadi sempit dan pembeli merasa tidak nyaman. Mewawancarai kepala UPT Pasar Inpres Kalianda Dra. Zaidaryati. Kh, dan benar pasar akan diredesain. Termuat pula pada media cetak Lampung Post, pembangunan Pasar Inpres Kalianda dilakukan oleh PT Indah Karya Minang (IKM). Mulai hilangnya ciri lokal dikawasan Lampung Selatan dan banyak tempat yang belum terekspos dengan konsep *Landmark* mampu menumbuhkan citra Kabupaten Lampung Selatan. Menggunakan metode penelitian deskriptif yang menggambarkan keadaan-keadaan yang ada di lokasi tersebut melalui survey yang telah dilakukan, serta menggunakan metode etnografi yang menganalisis secara mendalam melalui observasi, wawancara, maupun dokumen. Dari metode-metode tersebut dihasilkan data-data yang menjadi bagian mendasar untuk merencanakan kembali bangunan pasar yang menjadi *landmark* kota dan dilengkapi oleh fasilitas yang lebih mendukung. Kesimpulan dari penelitian adalah mengenai redesain bangunan Pasar Inpres Kalianda dengan konsep *Landmark* yang mengacu pada teori Kevin Lynch yaitu kemenonjolan, kekontrasan dan mengutamakan keistimewaan juga memperkuat kawasan sekitar. Konsep *Landmark* diharapkan mampu mengenalkan ciri khas lokal dan menumbuhkan citra Kabupaten Lampung Selatan.

**Kata kunci:** Redesain, Pasar Tradisional, *Landmark*

# RE-DESIGN MARKET OF SOUTH LAMPUNG REGENCY KALIANDA PRESIDENTIAL INSTRUCTION With The Approach Of The Landmark

Mawaldi Suharja<sup>[1]</sup>, Marcelina Dwi Setyowati<sup>[2]</sup>

<sup>[1],[2]</sup>Architecture Department, Faculty of Science and Technology Universitas of Technology Yogyakarta  
<sup>[1]</sup>Mawaldisuharja@gmail.com, <sup>[2]</sup>na.marcelina90@gmail.com

## ABSTRACT

*The market is a buy and sell goods with the amount the seller more than one. The County has traditional market Kalianda is located in the capital of the Southern Province of Lampung Regency Kalianda of Lampung. The number of market traders 210 people, 135 people occupy the los and 75 people occupying a stall, open daily and sells a wide variety of daily needs. See firsthand the conditions of the market building presidential instruction Kalianda already unfit, do not have parking areas, roads become parking right shoulder and resulting congestion, gutter does not function with optimum, make the streets flooded when the rainy season arrives, a small stall area made the circulation to drop the merchandise, sirkulasi pun becomes narrow and shoppers feel uncomfortable. Interviewed the head of the presidential instruction Market UPT Kalianda Dra. Zaidaryati. KH, and correct the market will direksain. Also included on print media of Lampung Post, Market development of presidential instruction conducted by PT Kalianda Beautiful works of Minang (IKM). Start the loss of local characteristics of the lowliest South Lampung and many places that have not been exposed to the concept of Landmark is able to cultivate an image of South Lampung Regency.*

*Use descriptive research methods that describe the circumstances that exist at that location through a survey that has been conducted, as well as the use of ethnographic methods that analyze in depth through observation, interviews, or documents . Of these methods generated data that became fundamental part to plan back market building that became the landmark of the city and are complemented by facilities that are more supportive. The conclusion of the research is about redesain market building presidential instruction with the concepts of Kalianda Landmark theory that refers to Kevin Lynch, namely kemenonjolan, contrasts and give priority to the specialty is also strengthening the surrounding area. The concept of the Landmark diharapkan able to mengenalkan the characteristic local and cultivate the image of South Lampung Regency.*

**Keywords:** Redesain, the traditional market, Landmark