

ABSTRAKSI

Pantai Depok Parangtritis merupakan salah satu pantai yang berada didalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Pantai Selatan Yogyakarta. Status Pantai Depok sebagai pusat kuliner *seafood* di Yogyakarta membuatnya masuk dalam rencana Dinas Pariwisata DIY untuk mengembangkan amenitas didalamnya, salah satunya adalah Pasar Ikan. Namun, sejak Pasar Ikan direlokasi dari area pesisir ke lokasi saat ini, dikarenakan lokasi lama masuk kedalam sempadan pantai dan adanya ancaman abrasi, Pasar Ikan Pantai Depok menjadi sepi pengunjung maupun pedagang.

Fenomena yang terjadi adalah wisatawan yang mengunjungi area pesisir untuk berwisata kuliner di warung-warung *seafood* pesisir lebih dominan dibandingkan wisatawan yang mengunjungi pasar ikan. Hal ini menyebabkan banyak nelayan yang memilih berjualan di pesisir dibandingkan menyewa lapak di pasar ikan. Pasar ikan sebagai sentra penjualan ikan di Pantai Depok menjadi tidak tepat guna dan fungsi sehingga diperlukan rancangan yang dapat menarik pengunjung.

Menghadirkan fungsi kuliner dalam pasar ikan dapat menjadi magnet bagi wisatawan untuk mengunjungi pasar ikan karena salah satu hal yang dicari oleh wisatawan Pantai Depok adalah mencicipi hidangan kuliner *seafood*. Mengkombinasikan antara program pasar ikan dan program area kuliner menjadi satu kesatuan dapat menggunakan metode *Disprogramming*. Metode ini mengkombinasikan dua program menjadi satu dimana kedua program saling mempengaruhi. Kombinasi diantara keduanya menjadi satu kesatuan menyebabkan adanya keterkaitan, baik secara spasial maupun fungsi, serta penerapan konsep *Sense of Place* dalam zonasi dan tata ruang untuk memberikan pengalaman tertentu yang menarik kepada pengguna diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan ke pasar ikan Pantai Depok Parangtritis.

Kata Kunci : pasar ikan, area kuliner, wisatawan, *disprogramming*

ABSTRACT

Depok Parangtritis Beach is one of beaches in Yogyakarta South Beach Region which is developed as National Strategic Tourism Region. Depok Beach's status as seafood culinary center in Yogyakarta made it recognized as DIY Departement of Tourism's plan to develop its amenities, one of them is fish market. Since the fish market relocated from coastal area to its current location, because of the threat of abration and collision of coastal set-back, Depok beach fish market is lack of seller and visitor (buyer)'s presence.

The current phenomenon in Depok beach is the number of tourist whom visiting coastal area is more dominant than the number of visitor/buyer whom visiting fish market. This phenomenon causes the local fishermen tend to selling their catch in coastal area than rent a stall in fish market. The purpose of fish market as seafood sales center doesn't function well, so it needs the right design to attract the tourist and restore the fish market's function.

Placing culinary area in fish market could be one of the solution to attract tourist for visiting because one of the reasons tourist visiting Depok Beach is tasting its seafood dish. Combining fish market program and culinary area program could be done with disprogramming method. Disprogramming is a method to combining two different programs into one and there are interaction between them. The combination between fish market and culinary area causing linkages, in the spatial and function, also the application of Sense of Place concept for the zoning and spatial layout to give visitor some experiences are expected to attract and increase tourist and buyer to visiting Depok Parangtritis fish market.

Keywords : fish market, culinary area, tourist, disprogramming