

KAJIAN MENGENAI RUMAH KOPI SEBAGAI RUANG PUBLIK DI KERAMAIAN KOTA KAWASAN BLOK M

Alfredo Wijaya Putera¹

¹Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, alfredo_wp@yahoo.com

Abstrak

Dengan jumlah yang paling dominan saat ini, generasi milenial adalah salah satu generasi dimana mempunyai pendapatan yang tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Perubahan ini berdampak dalam gaya hidup, dimana salah satu gaya hidup yang dikaji dan dibatasi adalah gaya hidup *ngopi*. Perubahan gaya hidup ini mempengaruhi perubahan aktifitas masyarakat dalam menikmati kopi, sehingga rumah kopi yang ada khususnya di Jakarta mencoba beradaptasi dengan aktifitas ini. Terlepas dari itu, adaptasi rumah kopi yang ada di Jakarta juga lebih berorientasi pada budaya Amerika, dimana perannya pada masuknya rumah kopi di Jakarta khususnya pada era *the second wave*. Sehingga yang menjadi pertanyaan adalah apakah perubahan rumah kopi yang ada di Jakarta sesuai dengan definisi ruang publik dalam kota dimana dapat berkontribusi dalam memberikan kehidupan, khususnya dalam ruang kota. Sehingga untuk mempelajari lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut, maka disini dicoba di pelajari bagaimana tipe rumah kopi yang ada khususnya di Jakarta, dan didapatkan hasil bahwa rumah kopi yang ada di Jakarta dijadikan ruang publik yang lebih hidup bersifat 'kedalam' bangunan saja, menyampingkan sebagai fungsi ruang publik khususnya memberikan kehidupan dalam ruang kota. Sehingga dengan demikian dicoba di pelajari tipe rumah kopi khususnya yang ada di bagian daerah Eropa, dimana mempunyai ciri khusus dapat berkontribusi dalam memberikan kehidupan khususnya pada ruang kota yang di tempatnya. Dari hasil ini kemudian dicoba disusun ulang dan dikombinasikan dengan tipe rumah kopi yang ada di Jakarta, sehingga diharapkan tipe rumah kopi yang ada di Jakarta dapat berperan memberikan kehidupan khususnya pada ruang kota.

Kata Kunci: Bangunan Komerisal; Kehidupan Kota; Ruang Publik; Rumah Kopi; Tipologi

Abstract

With the most dominant number, millennial generation is one generation which it has high income compared to the previous generation. This change has an impact on lifestyle, where one of the lifestyles that are studied and understood is the lifestyle of drinking coffee. These lifestyle changes how community enjoying coffee, so coffee houses that exist especially in Jakarta try to adapt to this activity. Apart from that, the adaptation of coffee houses in Jakarta is also more oriented towards American culture, where its role is in the entry of coffee houses in Jakarta, especially in the era of the second wave. So the question is whether the changes in coffee houses in Jakarta are in accordance with the definition of public spaces in cities where they can contribute to providing life, especially in urban spaces. To find out more about this, type of coffee houses studied especially in Jakarta, and get results coffee houses in Jakarta as a public space specifically providing 'life' only in building and forget about his role as public space in urban. Considered this problem, studied about type of coffee house in the European region, which can solve about giving a urban life. From these results, type about coffee house in European tried to be rearranged and combined with type coffee houses in Jakarta, which can contribute a urban life in Jakarta.

Keywords: Coffee House; Commercial Building; Public Space; Typology; Urban Life

1. PENDAHULUAN

Generasi *millennial* (usia 18-35 tahun) adalah salah satu generasi yang jumlahnya dominan saat ini khususnya di Indonesia. Disisi lain, penghasilan yang dihasilkan oleh generasi *millennial* cukup besar dibanding generasi sebelumnya (Tashandara : 2018). Sehingga dengan penghasilan cukup besar ini, sebagian dari generasi *millennial* mempunyai sifat yang konsumtif, terutama pada gaya hidup mereka. Banyak ragam jenis kebutuhan gaya hidup yang ada pada generasi ini, salah satu yang dibatasi dan dikaji pada kesempatan ini adalah gaya hidup ngopi.

Gaya hidup ngopi mengalami perubahan yang menyesuaikan dengan perubahan dalam masyarakatnya. Budaya ini dahulu hanya dinikmati oleh orang tua saja. Tetapi seiring dengan perubahan waktu dan masyarakatnya, budaya ini dinikmati oleh kelompok generasi *millennial*. Maka tidak heran fenomena ini menyebabkan terdapat perubahan pada aktivitas untuk menikmati kopi dan aktivitas ini akan terus berkembang mengikuti perubahan yang ada dalam masyarakat yang ada. Aktivitas yang berkembang ini misalnya seperti menikmati kopi sambil mempelajari kopi tersebut, bekerja di bagian kopi, dan lain – lainnya.

Perubahan ini tidak lepas dari tempat untuk menikmati kopi, dimana dahulu untuk menikmati kopi hanya di lakukan dirumah saja, tetapi seiring dengan perubahan dimana sekarang kopi mulai diapresiasi oleh semua kalangan masyarakat, maka kopi pun mulai di perdagangkan dan sebagian menjadikan hal ini sebagai ruang publik (*third place*). Penyebaran rumah kopi biasanya terletak dipusat keramaian misalnya seperti dipusat perbelanjaan, pusat makanan dan lain – lainnya. Tetapi yang ingin distudi disini adalah bagaimana jika rumah kopi ini diletakkan dipusat keramaian kota, terutama banyak diakses oleh pejalan kaki.

Terlepas dari situ, yang menjadi pertanyaan disini adalah apakah rumah kopi khususnya yang ada di Jakarta dapat berperan sebagai ruang publik, khususnya mengingat peran ruang publik dalam perkotaan dimana dapat memberikan kehidupan bagi wajah kawasannya. Maka untuk mengerti mengenai hal tersebut dicoba dipelajari mengenai bagaimana tipe rumah kopi khususnya yang ada di Jakarta dan dibongkar sehingga diamati apakah tipe rumah kopi ini memberikan kehidupan khususnya di ruang kota. Disisi lain pemilihan lokasi perancangan juga menjadi faktor penting untuk menerapkan pemikiran dalam menciptakan kehidupan di ruang kota yang ada.

2. KAJIAN LITERATUR

Generasi Milenial

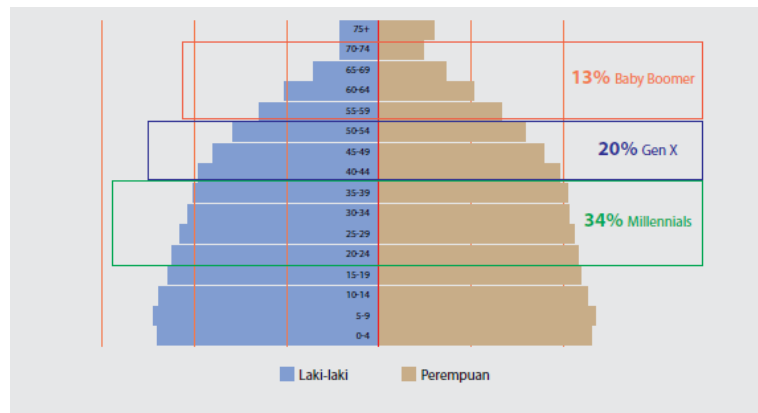
Generasi *millennial* atau sering disebut generasi Y adalah kelompok generasi yang lahir diantara tahun 1980 dan 2000 (. Di tahun 2020, generasi *millennial* akan berada pada usia 20 – 40 tahun, dimana merupakan usia yang produktif Indonesia (Ali : 2016). Terlepas dari itu generasi *millennial* merupakan penduduk dengan jumlah yang mendominasi di Indonesia.

Terlepas dari itu, generasi *millennial* dikenal sebagai generasi yang fasih dalam menggunakan teknologi, khususnya teknologi digital. Sehingga dari sini, budaya luar mudah masuk ke Indonesia dan dianggap modern oleh sebagian masyarakat. Terdapat pergeseran tatanan yang terjadi di generasi *millennial* Indonesia, seperti perubahan gaya hidup.

Generasi *millennial* adalah salah satu generasi yang mempunyai pendapatan yang tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Tashandara : 2018). Sehingga dengan pendapatan yang tinggi ini terjadi perubahan terutama dalam gaya hidup. Maka untuk memenuhi gaya hidup yang sudah berubah akibat modernisasi, sebagian generasi *millennial* mempunyai sifat yang konsumtif.

Gaya hidup yang dimaksud disini adalah gaya hidup dibagian makanan dan minuman, khususnya kopi. Budaya konsumsi kopi ini biasanya dulu dilakukan di warung – warung kopi. Tetapi seiring dengan perkembangan budaya masyarakatnya, maka muncul kedai – kedai kopi. Minum kopi bukan lagi menjadi tuntutan selera, tetapi bagi sebagian masyarakat sudah menjadi bagian dari gaya hidup.

Rumah kopi yang dibutuhkan oleh sebagian generasi *millennial* juga mulai beradaptasi yang dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, ekonomi dan budaya masyarakat. Sehingga diharapkan dapat ditemukan tipe rumah kopi yang dapat beradaptasi dengan kebutuhan untuk sebagian masyarakat *millennial*.



Gambar 1. Piramida Populasi Indonesia 2020
Sumber : Goldman Sachs Global Investment Research, 2017

Tipe Tipologi dan Perilaku dalam Arsitektur

Tipe di definisikan sebagai konsep yang menjelaskan dan mendefinisikan sebuah grup objek yang mempunyai karakteristik yang sama. Sebagai contoh menara pencakar langit mempunyai karakteristik seperti besar, *Gothic tower*, *oriented slabs*, dan lain – lainnya. Sedangkan tipologi didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang hubungan dari tipe. Dalam arsitektural perannya dapat menjelaskan pembentuk elemen terkecil dalam bangunan arsitektural. Sehingga pendefinisian antara tipe dan tipologi berbeda.

Terjadi banyak perubahan dalam pendefinisian tipologi dan prosesnya tidak secara linear. Perawalan tipologi dahulu dalam arsitektur dikaitkan dengan imitasi dari alam sebagai tahap awal dalam klasifikasi yang memberikan koneksi antara bentuk alam sehingga terbentuk sebuah tipe. Perubahan lain membuat tipologi dijadikan sebagai objek pembelajaran untuk mengetahui bagaimana posisi sosial yang ada di bangunan tersebut. Sehingga tipologi dijadikan sebagai dasar dalam pembangunan sebuah bangunan terutama pada masa revolusi industri, dimana produksi masal terutama dalam bangunan arsitektur terjadi.

Tipologi kemudian didefinisi secara berbeda oleh pakar lainnya, dimana tipologi berperan sebagai mengembalikan memori yang ada dan nilai pada suatu kota ataupun bangunan. Disisi lain tipologi juga dijadikan sebagai alat acuan dalam membaca sebuah kota. Tipologi dapat menampilkan bagaimana perubahan kota yang terjadi karena perubahan aspek sosial, politik dan demografis masyarakatnya. Tipologi dijadikan sebagai alat untuk membandingkan dan membuat kembali produk arsitektur dengan melihat budaya dan waktu yang berkembang pada waktu tertentu. Tapi pemikiran ini tidak dimaksudkan untuk sebagai panduan yang kaku, tetapi mempunyai ketetapan sejauh mana penerapannya.

Dalam menganalisa tipologi menurut Rafael Moneo terbagi menjadi 3 tahap yaitu pertama dengan menganalisa dengan cara menggali sejarah untuk mengetahui ide awal dan asal usul kejadian dalam objek arsitektural tersebut. Kedua menganalisa dengan mengetahui fungsi proyek tersebut. Ketiga adalah dengan cara mencari bentuk sederhana suatu bangunan melalui pencarian tipe terkecilnya untuk mengetahui sifat dasarnya.

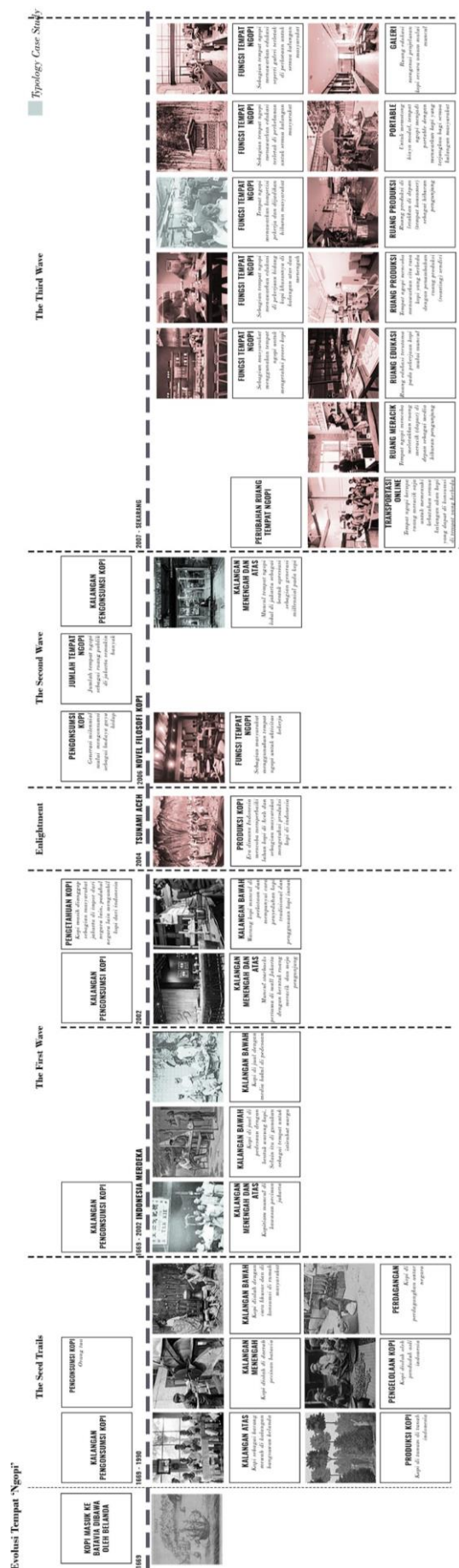
Bagaimana penggunaan tipologi di zaman sekarang? Penggunaan tipologi bukan hanya sekedar menggunakan tipe yang sudah ada di zaman dahulu untuk digunakan dalam perancangan. Maka perlu investigasi terhadap apa saja yang mempengaruhi perubahan pada tipe tersebut dan bagaimana perubahan yang dapat terjadi di masyarakat sekarang.

Disisi lain, tipologi juga berperan untuk memberikan klasifikasi objek arsitektural. Objek arsitektural bukan objek yang hanya terikat dari asal mula sejarahnya saja, melainkan bagaimana faktor - faktor dari kondisi lingkungan sekitar mempengaruhi bentuk dari objek arsitektural yang sudah ada. Proses merancang adalah bagaimana mengangkat tipologi yang dapat dijadikan di sebagai struktur dalam merancang sehingga memberikan karakteristik dalam hasil rancangan yang sesuai dengan kebutuhan yang ada di zaman sekarang.

Tipe Rumah Kopi

Untuk lebih jelas melihat perkembangan tipologi rumah kopi, sudah diuraikan di Gambar 2. Setelah melihat perkembangan rumah kopi yang ada di Jakarta, bahwa ada perubahan terhadap tipe dari rumah kopi yang ada. Faktor yang mempengaruhi perubahan tipe rumah kopi akan diuraikan sebagai berikut :

- **Konsumen yang Menikmati Kopi**
Terdapat perubahan dari bagaimana masyarakat menikmati kopi, dimana dahulu minuman ini hanya dikonsumsi oleh kalangan orang tua saja tetapi sekarang dinikmati oleh semua kalangan masyarakat, khususnya masyarakat muda. Sehingga jumlah rumah kopi semakin banyak dimana mengikuti kebutuhan dari generasi masyarakat muda sekarang.
- **Pola Hierarki Program / Zonasi Bangunan**
Hal ini dapat dilihat bagaimana ruang – ruang yang dahulu dianggap sebagai ruang servis terutama dalam pengolahan kopi dijadikan sebagai ruang atraksi atau hiburan oleh masyarakat. Sehingga dari sini terdapat pemindahan zonasi ruang dimana dahulu diletakkan tersembunyi, tetapi sekarang diletakkan bersamaan dengan orang menikmati kopi.
- **Berbagai Bentuk Aktivitas *Ngopi* yang dijadikan sebagai Program Bangunan**
Cara menikmati kopi dalam masyarakat yang mulai berubah menjadikan banyak rumah kopi yang menawarkannya sebagai bagian dari program bangunan rumah kopinya. Sehingga masing – masing rumah kopi mempunyai karakteristik program baru yang mengadaptasi dengan cara menikmati kopi dikalangan generasi *millennial* sekarang.
- **Fleksibilitas Lokasi Rumah Kopi**
Dari lokasi menikmati kopi yang berada di rumah dan perubahan akan kebutuhan kopi sebagai penunjang bagi sebagian masyarakat, bentuk rumah kopi banyak yang menyesuaikan dengan kalangan masyarakat yang menjadi tujuannya. Selain itu lokasi rumah kopi tidak lagi hanya terpusat pada keramaian, tetapi lebih bersifat menyebar dan terletak dimana banyak dari masyarakat *millennial* beraktivitas.
- **Hubungan dengan Wilayah yang Ditempatinya**
Terdapat perubahan dimana rumah kopi yang dahulunya langsung berinteraksi dan ‘hidup’ dengan wilayah yang ditempatinya berubah menjadi ruang publik yang ‘hidup’ hanya secara dalam saja. Hal ini disebabkan karena adaptasi awal rumah kopi khususnya yang ada di Jakarta pada masa *the second wave*, dimana rumah kopi pertama yang berasal dari Amerika masuk ke Indonesia dan dijadikan sebagai landasan rumah kopi pada perkembangannya hingga saat ini.



Gambar 2. Sejarah Rumah Kopi
Sumber : DPenulis, 2019

Rumah Kopi dan Perannya dalam Kehidupan Kawasan

Untuk memahami peran dari rumah kopi dan perannya dalam kehidupan kawasan, maka perlu memahami konsep pengertian *third place*. Definisi *third place* muncul dari revolusi industri dimana sebagai respon dari jarak antara tempat tinggal (*the first place*) dan tempat bekerja (*the second place*) baik dari segi fisik maupun sosial. Baik tempat tinggal dan tempat bekerja merupakan dunia yang kecil yang membatasi individu untuk bersosialisasi di perkotaan. Maka *third place* diperlukan, dimana merupakan tempat dimana semua keanegaraman masyarakat dapat berkumpul sehingga tercipta sebuah komunitas (Scambler & Tjora : 2013).

Penerapan dari teori ini adalah bahwa *third place* digunakan masyarakat untuk berinteraksi antar individu dengan individu lainnya, khususnya generasi *millennial*. Teori ini dapat diterapkan di bangunan publik, tetapi yang akan dikaji oleh penulis adalah rumah kopi, dimana sebagian generasi *millennial* menjadikan tempat ini untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka. Perubahan dalam perkembangan rumah kopi di Jakarta dapat dilihat juga melalui persebarannya. Sebelumnya tempat ngopi hanya berada dalam pusat keramaian seperti perbelanjaan dan kawasan kuliner saja, tetapi seiring dengan perubahan masyarakatnya maka persebaran rumah kopi lebih dinamis. Terlepas dari itu, peran rumah kopi dalam sebuah ruang kota tidak terlepas dari memberikan kehidupan bagi ruang kota yang ditempatinya, mengingat perannya sebagai ruang publik.

A Pattern Language

A *Pattern Language* adalah teori mengenai bagaimana manusia berperan dalam menciptakan sebuah ruang, yang melibatkan interaksi antara manusia dan lingkungannya. Contohnya adalah bagaimana mereka berjalan, duduk, masuk kedalam atau melewati bangunan, menikmati sebuah ruang atau ruang terbuka, dan lain – lainnya. Teori ini mencoba bagaimana meningkatkan kualitas hidup khususnya antara manusia dan lingkungannya dengan cara mencoba melihat bagaimana pola dari perilaku sosial masyarakat dan bagaimana respon dari bentuk bangunan dalam merespon dan menciptakan ruang dari permasalahan tersebut.

Setiap *pattern language* mencerminkan bagaimana perbedaan antara perilaku, gaya hidup, dan bagaimana respon dari budaya, tradisi, iklim dan geografi. Sehingga dari sini, perancang di beri kebebasan untuk memilih *pattern* yang dibutuhkan, dengan cara melihat cara hidup dan tradisi yang ada dalam masalah perancangan, kemudian mencoba menerapkan unsur tersebut kedalam perancangan yang ada.

Pattern mencoba membentuk ruang dan bangunan sebagai respon dari perilaku masyarakat. Tetapi yang menjadi permasalahan adalah bagaimana memilih dan menyusun *pattern* yang sesuai dengan perancangan. Sehingga *pattern* harus dapat dialami dengan melihat bagaimana indra perancang terhadap ruang yang ingin di bentuk. Maka untuk melihat bagaimana *pattern* ini ada, dapat dibantu dengan melihat studi kasus yang ada dan dicoba diteliti dengan melihat *pattern* yang sudah dipilih.

A *Pattern Language* untuk merancang rumah kopi yang dapat berperan dalam menghidupkan perkotaan dapat disusun dengan memilih komponen – komponen bagaimana membuat lingkungan rumah kopi tersebut secara emotional nyaman. Hal ini dapat dibantu dengan melihat budaya rumah kopi secara global dan perkembangannya. Kemudian hasil ini dicoba diadaptasi dan disusun ulang apakah sesuai dengan permasalahan rumah kopi yang ada di Jakarta.

3. METODE

Penentuan Lokasi

Untuk memilih lokasi perancangan dan mendapatkan kriteria apa saja yang harus ada sehingga dapat menjawab permasalahan rumah kopi yang ada di Jakarta, maka penulis menggunakan landasan teori *A Pattern Language*. Untuk menciptakan kehidupan ruang kota, diperlukan komponen utama dimana yang diambil salah satunya adalah harus mempunyai pejalan kaki yang ramai. Aliran pejalan kaki ini dapat diwujudkan apabila terdapat dua pusat keramaian yang berhubungan. Sehingga dari keramaian ini, kehidupan kota dapat terwujud dengan meletakkan lokasi perancangan yang berada di antara dua pusat keramaian tersebut.

Disisi lain, berdasarkan pengamatan rumah kopi yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya, pola penyebaran rumah kopi dahulu terletak pada pusat keramaian, misalnya seperti tempat perbelanjaan dan tempat makan, tetapi sekarang pola penyebarannya lebih luas. Sehingga dari sini, kriteria lokasi yang ingin dicapai adalah berada dipusat keramaian, tetapi yang ingin dicoba yaitu berada di pusat keramaian kota. Pusat keramaian kota yang dibatasi dalam perancangan ini adalah keramaian akan pejalan kaki yang ingin coba dimasukkan kedalam perancangan.

Selain itu, sesuai dengan tema dari perancangan ini yang berhubungan dengan generasi *millennial*, maka lokasi yang dipilih juga ramai akan generasi *millennial*. Faktor seperti transportasi, area tempat kerja, dan area komersil khususnya tempat makan yang banyak dan strategis menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi perancangan.

Penentuan Program

Penentuan Pengguna

Pengguna didapatkan berdasarkan kajian penulis melalui studi literatur, studi internet, dan survey kuisioner khususnya pada generasi *millennial*. Dengan jumlah generasi *millennial* yang dominan saat ini dan terdapat perubahan pada gaya hidup mereka khususnya kebutuhan akan kopi, maka perancangan akan memfokuskan penggunaannya yaitu pada generasi *millennial*.

Program Ruang Rumah Kopi

Untuk mendapatkan program ruang pada rumah kopi yang ada, maka penulis mencoba mengkaji dengan cara melihat bagaimana perkembangan cara menikmati kopi. Perkembangan ini di batasi sampai pada generasi *millennial*. Kemudian dari hasil ini, cara menikmati kopi dijadikan sebagai program ruang pada proses perancangan.

Pendekatan Perancangan – Tipologi dan *A Pattern Language*

Pendekatan perancangan yang digunakan oleh penulis dengan menggunakan metode tipologi dan *A Pattern Language*. Penulis mencoba membongkar tipe rumah kopi khususnya yang ada di Jakarta. Kemudian tipe ini dikaji apakah sudah memberikan kontribusi kehidupan pada ruang kota. Dari komponen tipe rumah kopi yang ada di Jakarta, kemudian dibandingkan dengan rumah kopi yang ada secara global.

Dari hasil yang didapatkan, kemudian dicoba dibantu dengan menggunakan metode *A Pattern Language*, dengan memilih komponen – komponen *pattern* yang sudah dikaji oleh penulis, apakah tipe rumah kopi sudah memenuhi *pattern* yang sudah dipilih. Bila tidak, maka *pattern* yang sudah disusun dicoba dibantu dengan studi kasus yang berhubungan memberikan kehidupan diruang kota khususnya yang berada di luar Jakarta yang sudah dikumpulkan. Hasil ini kemudian dikombinasikan dengan tipe rumah kopi di Jakarta.

4. DISKUSI DAN HASIL

Penentuan Lokasi

Lokasi perancangan yang sesuai dengan kriteria berdasarkan metode yang sudah dijelaskan, penulis memilih lokasi yang berada di Blok M. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu tempat keramaian kota. Hal ini didukung dengan banyaknya arus pejalan kaki yang berada di lokasi ini. Arus pejalan kaki yang ramai ini karena terdapat dua pusat keramaian yaitu Stasiun MRT Blok M dan Mall Blok M. Sehingga penulis mengambil lokasi perancangan yang berada diantara dua pusat keramaian ini. Hasil perancangan langsung berhubungan dengan Stasiun MRT Blok M. Diharapkan perancangan ini dapat menarik arus pejalan kaki untuk masuk ke dalam perancangan.

Terlepas dari itu, lokasi ini juga didukung dengan tempat banyak generasi *millennial* beraktifitas, seperti terdapat kawasan tempat bekerja dan kawasan kuliner di sekitar tapak perancangan.



Gambar 3. Lokasi Perancangan

Sumber : Penulis, 2019

Penentuan Program

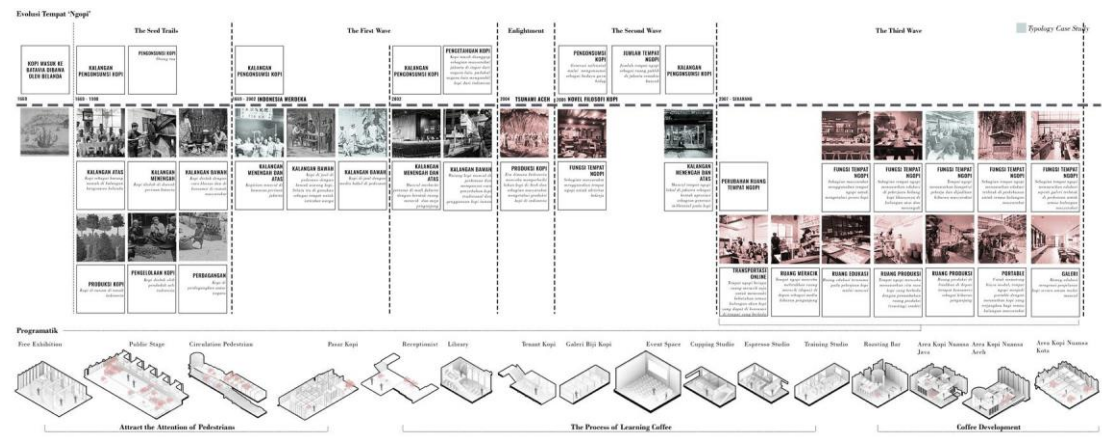
Program bangunan yang didapatkan berdasarkan pengamatan penulis mengenai cara menikmati kopi itu sendiri. Sehingga program ini dibagi menjadi tiga karakteristik dan terletak berdasarkan zonasi yaitu program untuk menarik pedestrian kedalam bangunan, proses mengenai pengenalan kopi, dan cara menikmati kopi.

Cara menarik pedestrian dengan meletakkan program yang dapat menghidupkan ruang kota dimana pejalan kaki dapat berinteraksi dengan program tersebut seperti panggung musik, pameran dan jalur pedestrian yang langsung menghubungkan bangunan dan Stasiun MRT Blok M dan sebagai *passage* antar lokasi.

Proses pengenalan kopi dengan memasukkan program pembelajaran mengenai kopi dari yang paling dasar sampai yang pengembangan selanjutnya. Program ini meliputi perpustakaan kopi, galeri biji kopi, ruang serbaguna, studio kopi, dan taman kopi. Pembelajaran ini dapat berinteraksi langsung dengan pejalan kaki yang masuk kedalam perancangan.

Proses pengembangan kopi lebih diarahkan pada program tempat menikmati kopi yang berinteraksi langsung dengan Stasiun MRT Blok M. Sehingga program ini diharapkan juga dapat menarik pejalan kaki dari Stasiun MRT Blok M. Proses pengembangan kopi ini di bagi menjadi empat tema, yaitu *Roasting Bar*, Area Kopi Nuansa Java, Area Kopi Nuansa Aceh, dan Area Kopi Nuansa Kota. Area Kopi Nuansa Java yang dimaksud dalam perancangan ini lebih

diarahkan bagaimana menikmati kopi dengan campuran – campuran tanaman herbal. Sehingga tempat transaksi kopi langsung berhubungan dengan kebun herbal. Area Kopi Nuansa Aceh lebih ditekankan mengenai budaya berkumpul. Sehingga area duduk dan area berkumpul menjadi dominan pada tema ini. Area Kopi Nuansa Kota lebih diarahkan bagaimana menikmati kopi yang langsung berhubungan dengan aktivitas keramaian kota. Dalam hal ini keramaian kota yang dibatasi adalah keramaian pejalan kaki, khususnya yang berada di lokasi Stasiun MRT Blok M.



Gambar 4. Program Perancangan
Sumber : Penulis, 2019

Pendekatan Perancangan – Tipologi dan *A Pattern Language*

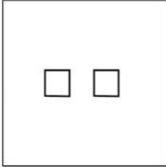
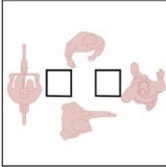
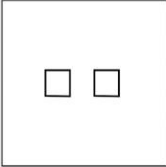
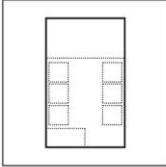
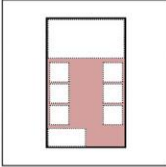
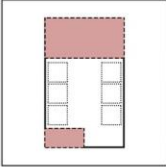
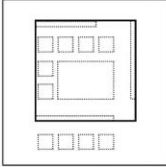
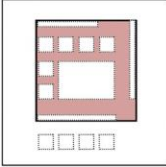
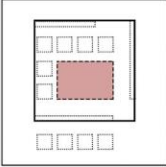
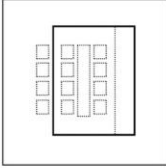
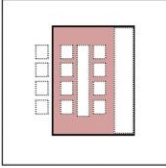
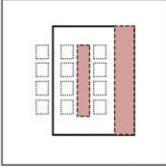
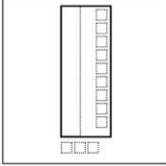
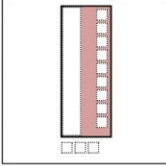
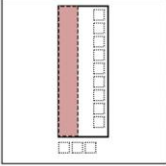
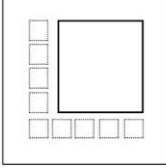
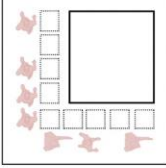
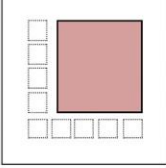
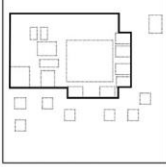
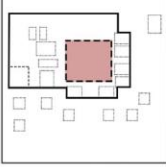
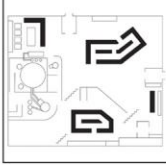
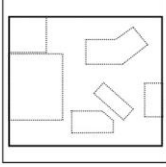
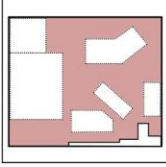
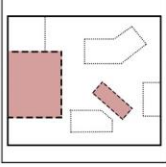
Hasil studi penulis mengenai tipe rumah kopi yang ada di Jakarta menunjukkan bahwa rumah kopi yang ada di Jakarta ramai tapi lebih bersifat kedai dalam bangunan saja. Sehingga dari studi ini, kontribusi rumah kopi sebagai ruang publik dalam perkotaan khususnya memberikan kehidupan pada ruang kota masih tidak ada. Permasalahan ini disebabkan karena rumah kopi yang ada di Jakarta mengadaptasi tipe rumah kopi yang ada di Amerika, mengingat pada masa *the second wave*, rumah kopi pertama kali di Jakarta dibawa dari Amerika. Sehingga pada pengembangan rumah kopi selanjutnya khususnya yang ada di Jakarta, mencoba mengadaptasi dari tipe rumah kopi yang ada di Amerika. Sedangkan tipe rumah kopi yang berada di daerah Eropa lebih dapat memberikan kontribusi kehidupan di ruang kotanya.

Permasalahan tipe rumah kopi ini kemudian dicoba diselesaikan dengan studi kasus yang dapat memberikan kontribusi kehidupan pada ruang kota yang ditempatinya. Sehingga *pattern* yang didapatkan dari metode *A Pattern Language* kemudian dicoba diamati melalui studi kasus yang sudah dipilih oleh penulis. *Pattern* yang dipilih penulis berupa bagaimana menciptakan ruang dengan melihat aktivitas promenade, aktivitas di jalan, ketinggian bangunan, *shopfront*, tempat yang tinggi, dan nodes aktivitas yang ada di studi kasus.

Hasil *pattern* yang sudah dikaji kemudian dikombinasikan dengan hasil studi mengenai tipe rumah kopi yang ada di Jakarta. Komponen – komponen tipe rumah kopi yang ada di Jakarta dicoba disusun ulang dengan memasukkan *pattern* yang sudah dikaji. Sehingga didapatkan bagaimana menciptakan ruang pada rumah kopi yang dapat berinteraksi dengan memberikan kehidupan bagi ruang kotanya, dimana kehidupan yang dimaksud disini pada pejalan kaki, yaitu merupakan komponen utama dalam menciptakan kehidupan dalam ruang kota. Komponen – komponen *pattern* yang dikombinasikan dengan tipe tersebut meliputi bagaimana tipe sirkulasi rumah kopi dikombinasikan dengan noda kegiatan pada program bangunan, hierarki rumah kopi yang dicoba disusun ulang sehingga dapat berinteraksi

dengan pejalan kaki dengan cara menaikkan pejalan kaki dan program atraksi dirancang lebih bawah dari pejalan kaki, jumlah lantai program yang sesuai skala manusia yaitu maksimum dua lantai, bentuk gubahan massa bangunan yang lebih terkesan ‘kampung’ dengan membuat massa sesuai dengan program yang ditentukan kemudian disusun secara membentuk kompleks ‘kampung’ dan penggunaan *shopfront* dalam membingkai aktivitas yang ada di dalam bangunan sehingga dapat dinikmati oleh pejalan kaki.

Perkembangan Tipe Tempat ‘Ngopi’

		Plan/Scene	Unit	Sirkulasi	Hierarki
	Teokang Koppie				
	Kopi Tak Kie Jakarta				
	Filosofi Kopi Jakarta				
	Bakoel Koffie Jakarta				
	Penny University London				
	Cafe de Flore French				
	43 Factory Coffee Roaster Vietnam				
	Starbucks Reserve Roastery Design New York				

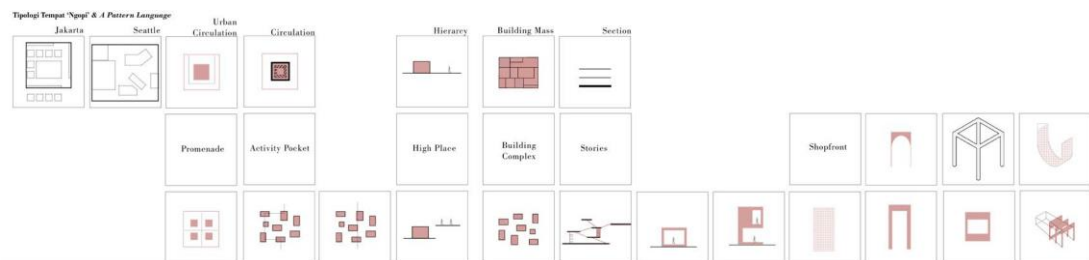
Gambar 5. Studi Tipe Rumah Kopi

Sumber : Penulis, 2019



Gambar 6. Studi *A Pattern Language*

Sumber : Penulis, 2019



Gambar 7. Studi Tipologi Rumah Kopi & *A Pattern Language*

Sumber : Penulis, 2019

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Perancangan rumah kopi yang berdasarkan metode membongkar tipe rumah kopi yang ada di Jakarta dan disusun ulang dengan metode *A Pattern Language* dengan tujuan agar rumah kopi dapat memberikan kehidupan bagi ruang kota. Pendefinisian kehidupan ruang kota yang dikaji penulis disini adalah bagaimana membuat rumah kopi ini tidak hanya dinikmati oleh peminum kopi saja, tetapi lebih bersifat kota dengan mencoba menarik pejalan kaki yang masuk walaupun sebagian pejalan kaki hanya menggunakan bangunan sebagai *passage*. Sehingga cerita dan pengalaman mengenai kopi dapat tersampaikan pada pejalan kaki yang melewati bangunan, bukan hanya penikmat kopi yang memasuki bangunan. Disisi lain pengalaman mengenai kopi ini juga dapat dinikmati oleh pengunjung yang ada di Stasiun Blok MRT yang dapat melihat secara langsung mengenai aktivitas kegiatan yang ada di rumah kopi.

Saran

Saran dari hasil studi perancangan ini adalah mengenai kendala perancangan berupa mendefinisi kehidupan yang bersifat keluar, dimana masih banyak sebagian prespektif pengamat yang menyebutkan bahwa hasil metode *A Pattern Language* tidak memberikan kehidupan yang bersifat keluar terutama pada kota. Hal ini mungkin dikarenakan sebagian prespektif mempunyai pemahaman akan *antipattern*, dimana bentuk bangunan lah yang lebih menentukan apakah rumah kopi bersifat keluar atau tidak, bukan dari ruang yang sudah diciptakan dengan menggunakan metode *A Pattern Language*. Terlepas dari itu, dapat dikaji lebih lanjut mengenai bagaimana metode yang lebih baik dan benar terutama membuat tipe rumah kopi dapat memberikan kehidupan pada ruang kotanya.

Terlepas dari itu, Indonesia mempunyai tradisi menikmati kopi yang cukup kuat. Sejak awal munculnya, tipe rumah kopi yang ada di Indonesia memang berinteraksi dengan lingkungan tempat ia dibangun, contohnya adalah warung kopi yang ada dipedesaan. Tradisi ini perlu dipertahankan mengingat rumah kopi sekarang sebagai ruang publik dalam masyarakat akan lebih baik jika dapat memberikan manfaat positif pada ruang kota. Sehingga ruang kota yang ada dapat hidup dari aktivitas yang ada dari rumah kopi.



Gambar 8. Prespektif dari Stasiun MRT Blok M

Sumber : Penulis, 2019

REFERENSI

- Tjokra, A. & Graha, S. (2013). *Cafe Society*. New York: Palgrave Macmillan.
- Alvara Research Center. (2016). *Memahami Millenial Indonesia*. Jakarta: Alvara Research Center.
- Badan Ekonomi Kreatif. (2017). *Retas*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- Alexander, C. (1977). *A Pattern Language*. New York: Oxford University Press.
- Debora, Y. (2017, September 7). *Ke Mana Mengalirnya Uang Para Milenial?* Retrieved from Tirto: <https://tirto.id/ke-mana-mengalirnya-uang-para-milenial-cv76>
- Kopi Indonesia. (2017). *Kopi ; Indonesian Coffee Craft*. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- Oppositions*. (1978). The Institute for Architecture and Urban Studies.
- Solikatun, D. T. (2015). Jurnal Analisa Sosiologi. *Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi : Studi Fenomenologi pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang*, 61-74.
- Tashandra, N. (2018). *Bergaji Besar tapi Generasi Milenial Masih Malas Berinvestasi*. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/01/24/121300520/bergaji-besar-tapi-generasi-milenial-masih-malas-berinvestasi> (24 Januari 2018)
- Yuliandi, M. T. (2015, Agustus 2015). *Sejarah "First, Second, and Third Wave Coffee"*. Retrieved from Otten Magazine: https://majalah.ottencoffee.co.id/sejarah-first-second-and-third-wave-coffee/?gclid=Cj0KCQiA-JXiBRCpARIsAGqF8wV2S8nQQjdL77iZq3Bl1qe1hxaT969I07184TYY1s41G1k35Azi0DsaAq3KEALw_wcB

