

MAKNA AMBATIK – PALMERAH

Indra Lesmana¹⁾, Petrus Rudi Kasimun²⁾

¹⁾ Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, ilesmana463@gmail.com

²⁾ Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, rudi.kasimun@gmail.com

Masuk: 10-01-2020, revisi: 28-01-2020, diterima untuk diterbitkan: 09-05-2020 (doi: 10.24912/stupa.v2i1.6845)

Abstrak

Keberadaan ruang luar sangatlah penting bagi masyarakat kota saat ini. Pada dasarnya, masyarakat memiliki keterikatan pada ruang-ruang terbuka kota. Sekarang, kebutuhan tempat ketiga di dalam suatu kota sudah lebih dari sekedar kebutuhan biasa, tetapi sudah menjadi gaya hidup. Fenomena tempat ketiga berdampak pada penggunaan ruang luar yang pada awalnya dari penggunaan ruang dalam, mulai beralih ke ruang luar (ruang publik). Yang semula mall dan kafe menjadi ruang favorit, sekarang beralih ke ruang luar publik seperti taman, jalan (*pedestrian*), RPTRA, tempat rekreasi dan sebagainya. Di Jakarta, tepatnya di Palmerah, ruang-ruang terbuka bagi warga sekitar sangatlah jarang ditemui. Di satu sisi, Palmerah yang dalam sejarah dikenal oleh batiknya, sekarang sudah menghilang. Ambatik hadir untuk menunjang tempat ketiga di kawasan Palmerah, yang diharapkan mampu mewadahi kegiatan ataupun aktivitas dari warga sekitar, sekaligus menghidupkan kembali identitas batik di Palmerah. Dengan teori Ray Oldenburg mengenai kriteria sebuah tempat ketiga, batik dalam rancangan ini dimaksudkan sebagai media bagi warga sekitar untuk bertemu, bersapa dan berinteraksi. Ruang-ruang terbuka dalam rancangan ini juga berguna sebagai ruang publik bagi warga sekitar untuk beraktivitas, berinteraksi untuk melakukan kegiatan seni dan budaya. Fase-fase batik juga diwujudkan dalam menciptakan ruang-ruang yang ada, mulai dari melihat, kemudian merasakan, dan melakukan. Dengan hadirnya Ambatik, diharap mampu meningkatkan relasi antar warga, pemahaman baru tentang batik, dan kesadaran akan tradisi.

Kata kunci: batik; interaksi; public; ruang terbuka

Abstract

The existence of an open space, is truly important to nowadays urban society. Because basically, community of a city has been bounded to open spaces around that city. The need of a thirdplace in a city, now, is way more than just a regular, it became a lifestyle. This thirdplace phenomena give impacts to the usage of outdoor spaces in the city which used to be indoor spaces, now became outdoor ones (public areas). What used to be a mall and a café that are favorites, now turning into outdoor spaces such as parks, streets (pedestrians), public spaces for children, recreation areas, and so on. Jakarta, especially in Palmerah, open spaces are very rarely found. In the other side, Palmerah used to be known for its batik, but now it's already all gone. Batik as the main program that supports this thirdplace is expected to be able to accommodate the work or activities of local residents. Hold on to Ray Oldenburg's theory about the third place criteria, batik in this design is intended as a medium for local residents to meet, greet, and interact. With this, batik media is able to accommodate the need of a thirdplace itself. However still, open spaces in this design has the largest percentage as public spaces for local residents to do some activities and interactions. Batik phases are realized in creating existing spaces; starting from seeing, then feeling, and finally doing. Batik produced by locals can be resold and later become their income. Plots of spaces, materials, wall tears, and batik carvings are also highlighted in this building to create characteristic of this Ambatik building. With Ambatik, all ages, all genders, all types of ethnicity, culture, and race, can be united without any difference.

Keywords: batik; interaction; public; open space

1. PENDAHULUAN

Keberadaan ruang terbuka hijau dan publik sangatlah penting bagi masyarakat *urban* saat ini. Karena pada dasarnya masyarakat suatu kota memiliki keterikatan pada ruang-ruang terbuka kota. Kebutuhan tempat ketiga di dalam suatu kota, sekarang, sudah lebih dari sekedar kebutuhan biasa, tetapi sudah hamper menjadi gaya hidup. Fenomena tempat ketiga berdampak pada penggunaan ruang luar yang pada awalnya dari penggunaan ruang dalam, mulai beralih ke ruang luar (ruang publik). Yang semula mall dan kafe menjadi ruang favorit, sekarang beralih ke ruang luar publik seperti taman, jalan (*pedestrian*), RPTRA, tempat rekreasi dan sebagainya. Contohnya, jalan-jalan di sepanjang jalan Senayan sampai Monas, yang awalnya hanya sebagai elemen fisik kota yang berfungsi sebagai jalur sirkulasi kendaraan, kini berubah dan ditransformasi menjadi tempat yang mengakomodir interaksi sosial, tempat berkumpul, bermain *skateboard*, pentas seni dan budaya, taman-taman, dan lainnya.

Namun seiring berkembangnya era digital, *smartphone*, dan *gadget* membuat hampir sebagian masyarakat cenderung lebih individualistis, dan cenderung malas untuk bergaul dengan sesamanya. Hal ini memicu kurangnya interaksi sosial di dalam sebuah komunitas atau kelompok tertentu. Padahal, menurut Brett V. Brown dalam bukunya "*Key Indicators of Child and Youth Well-Being*", interaksi sosial langsung merupakan hal yang sangat penting. Pertumbuhan komunitas di dalamnya dapat membantu seseorang memperoleh karakternya dengan adanya pemecahan konflik dan pengetahuan mengenai persepsi orang lain. Hal yang diungkapkan Brett V. Brown sebelumnya pun sama diungkapkan oleh Ray Oldenburg dalam bukunya "*The Great Good Place*", bahwa percakapan antar individu merupakan hal utama di dalam sebuah ruang publik dalam hal ini adalah *third place*. Dengan berinteraksi antar orang lain, baik itu orang lama maupun orang baru, mampu membentuk sebuah komunitas yang baik, karena individu akan merasakan ada penerimaan di dalamnya.

Dalam pemenuhan kebutuhan akan tempat ketiga, kebutuhan akan interaksi sosial, kebutuhan akan ruang terbuka, maka dibutuhkan sebuah wadah sosial yang mampu menggerakkan individu-individu di dalam sebuah kota untuk dapat berinteraksi, untuk dapat berekspresi satu sama lain. Arsitektur hadir untuk memenuhi kebutuhan akan tempat ketiga yang mampu memenuhi kebutuhan akan komunikasi, dan sosial secara langsung.

Rumusan Masalah

Bagaimana rancangan atau desain yang akan dibangun, mampu mewadahi kegiatan dan aktivitas pengguna sebagai wadah *third place*?

Tujuan dan Manfaat

Menyediakan program-program yang mampu mewadahi kegiatan, aktivitas, sehingga menciptakan interaksi sosial antar masyarakat sebagai dasar menciptakan sebuah *third place*, melalui batik sebagai media interaksi.

Ruang Lingkup (Pembatasan)

Untuk membatasi dan lebih fokus terhadap tema dan permasalahan yang ada, maka dari itu dihadirkan variable-variabel sebagai pendukung yang akan dibahas.

- Kawasan Palmerah dan Gelora merupakan variabel tetap sebagai subjek yang diamati. Lingkup ini merupakan loci yang akan dibahas guna memahami aktivitas dan kegiatan yang terjadi di dalam kawasan ini.
- Penduduk dan aktivitasnya merupakan variabel bebas yang akan mendukung dan berhubungan langsung dengan variabel tetap.

2. KAJIAN LITERATUR

Definisi *Third place*

Pengertian *Place* bukanlah sesuatu yang abstrak atau sekedar berupa konsep, tetapi *Place* adalah sebuah fenomena kehidupan yang mengandung unsur pengalaman langsung,

mempunyai arti dan merupakan sesuatu yang nyata yang didalamnya terdapat aktivitas yang terjadi terus menerus. Keberadaan *Place* sangatlah penting karena merupakan sumber dari sebuah identitas yang menunjukkan eksistensi individu maupun komunitas, bahkan lebih dari itu, *place* mempunyai hubungan yang emosional sangat dalam dan psikologi, baik itu seseorang maupun komunitas. Menurut Ray Oldenburg, *The Problem of Place In America*, Istilah *Third place* adalah istilah yang umum untuk menandakan tempat-tempat publik yang diadakan secara tetap, sukarela, informal untuk kegiatan informal, seperti berkumpul bersama keluarga atau teman. Menurut Ray Oldenburg pula di dalam bukunya yang berjudul "*The Great Good Place*", Interaksi berupa perbincangan antar manusia juga menjadi aktivitas utama di dalam sebuah *third place*.

Penerapan *Urban Acupuncture* dengan *Third place*

Penataan ruang terbuka publik sangat mendapat perhatian dalam urban acupuncture, karena sangat berdampak pada kualitas kehidupan kota. Ruang terbuka publik seperti halnya taman, *square*, *plaza*, dan koridor jalan akan berdampak pada kualitas kehidupan warga kota. Allan B. Jacob dalam bukunya "*Great Street*" menyatakan bahwa jika mampu menata koridor jalan dengan baik maka akan mampu menata sepertiga kota tersebut dan sisanya akan mengikutinya. Setelah tempat tinggal (*first place*) dan tempat untuk bekerja (*second place*), ruang terbuka publik merupakan tempat berinteraksi warga kota yang mempunyai makna personal (*sense of place*). Ruang terbuka publik juga menawarkan kesempatan rekreasi, habitat satwa liar, tempat untuk acara khusus, dan memberikan udara segar bagi kota (paru-paru kota).

Place Matters

Richard Florida dalam bukunya "*The Rise of The Creative Class*", kebanyakan orang yang bisa disebut sebagai orang ekonomi mungkin akan berpendapat bahwa, kita bergerak untuk mencari atau mengejar pekerjaan, dan mendapatkan gaji. Kebanyakan orang mempertimbangkan ketika memilih dimana untuk bekerja dan tinggal. Tapi, apa yang sekarang kita inginkan jauh berbeda dari apa yang mungkin orang tua kita inginkan dan orang lain pikirkan tentang kemauan kita. Orang-orang yang kreatif tidak mengincar sesuatu yang bersifat tradisional. Bentuk-bentuk fisik yang menarik bagi kota, yang focus pada bangunan, stadium olahraga, jalan tol, mal, tourism dan taman bermain sudah tidak relevan dan tidak menarik lagi bagi mereka. Apa yang orang-orang kreatif cari sekarang kebanyakan ialah kebutuhan fasilitas dan pengalaman, keterbukaan (*openness*) akan perbedaan semua jenis, dan di atas itu ialah kesempatan untuk memvalidasi mereka sebagai orang yang kreatif. *Creative Center* menyediakan ekosistem atau habitat yang terintegrasi, dimana semua bentuk kreativitas, seni dan kebudayaan, teknologi dan ekonomi dapat bertumbuh dan berkembang.

3. METODE

Metode perancangan yang digunakan dalam perancangan ini :

Tahap pengumpulan data.

Studi Literatur

Literatur disarikan dari Brown (2008), Florida (2012), dan Oldenburg (1997).

- Sebagai dasar teoritis untuk dasar konsep pemikiran
- Mengetahui urban fabric yang membangun kota
- Mengetahui standar yang terkait perancangan ruang kota

Studi preseden

- Sebagai pembanding antara proyek.
- Studi preseden yang dipakai adalah, Taman Cicendo, *Ogmios City Public Space*, dan *Pont-Jean Jacques Bridge*.

Pengamatan lingkungan

- Lokasi: lokasi sekitar kawasan Palmerah (Stasiun Palmerah dan Pasar Palmerah).
- Waktu: Pagi – Sore dan Malam

Metode pengamatan: a) Survey lapangan, b) Pengambilan foto, c) Wawancara

Metode perancangan

- Analisis hasil studi literatur, survey lapangan dan preseden
- Menghasilkan program ruang dari hasil analisis.
- Program batik muncul dari sejarah kawasan Palmerah.

Hasil Perancangan

Hasil perancangan berupa bangunan batik sebagai media penyatu antar warga, juga meningkatkan kesadaran akan batik. Program batik muncul dari sejarah dan latar belakang Palmerah yang terkenal akan batik pada jamannya

4. DISKUSI DAN HASIL

Ide Perencanaan

Batik sebagai media yang mampu menyatukan warganya. Pada jamannya, tepatnya pada tahun 1970-an, batik merupakan sesuatu yang sangat terkenal dan bersejarah bagi kawasan Palmerah. Namun sayangnya pada tahun 90-an, citra Batik Palmerah semakin menghilang. Kemudian timbulah sebuah ide, bagaimana bila batik bisa menjadi media bagi warga sekitar untuk berkumpul, berinteraksi bersama, di satu sisi, membangkitkan kembali citra Batik Palmerah yang sudah lama menghilang. Batik yang dihadirkan adalah batik tulis, mengapa batik tulis? Dengan batik tulis, perasaan kerja sama, interaksi dan hubungan antar warga lebih terjalin dan terbangun. Meningkatkan kesadaran akan tradisi yang sudah menghilang, kesabaran, ketekunan dan ketelitian sebagai praktik membatik.

Program

Program didasarkan dari visi rancangan sebelumnya, yaitu menjadikan proyek ini dapat menampung dan mewadahi kegiatan dan aktivitas masyarakat sekitar, sebagai wadah untuk berinteraksi satu sama lain, serta menjadikan *third place* yang fungsional dan berguna. Dalam hal ini batik menjadi media bagi masyarakat untuk berinteraksi, mereka dapat berkumpul Bersama, bertemu dengan yang lainnya, sambil membatik.

Ruang-ruang terbuka pada rancangan mampu mewadahi kegiatan masyarakat sekitar yang beraneka ragam. Warga sekitar maupun pengunjung dari luar kawasan yang dapat hadir, bertemu dan berinteraksi, tanpa peduli akan status sosialnya. Deskripsi program-program tersebut akan dijelaskan dan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Ruang Membatik Tulis (lantai 2-4)
 - Memiliki ruang kerajinan batik tulis pada lantai 2.
 - Area *workshop* batik tulis bagi warga sekitar yang ingin ikut belajar membatik, berada pada lantai 3 dan 4.
 - Galeri pameran batik.
 - Ambatik *store* untuk menjual batik-batik hasil karya warga, yang uangnya sebagian bisa kembali ke warga.
 - Ruang penunjang seperti: Gudang alat-alat batik, kantor pengelola dan *learning center*.
- b. Selasar dan Amphitheater (lantai dasar)
 - Selasar yang memiliki fungsi beraneka ragam, tidak hanya sebagai sirkulasi, namun juga dapat menjadi tempat pameran, acara-acara kebudayaan, pentas seni dan lainnya.
 - Amphiteater sebagai wadah bagi warga untuk duduk-duduk, berinteraksi dengan warga, dan lainnya.

- c. Pendopo (lantai dasar)
- d. Kedai makanan dan minuman, kantin, *coffee shop*, *mini market* dan *sleeping capsule*.
- e. Ruang-ruang terbuka publik. Ruang bagi warga untuk berkumpul, berinteraksi, dan beraktivitas. (lantai dasar)

LANTAI 4

LUAS AREA BATIK: **373.5 M2**
LUAS AREA SECONDARY: **450 M2**
LUAS AREA COMMON: **377,5 M2**

TOTAL LUAS LANTAI 4: **1201 M2**

LANTAI 3

LUAS AREA BATIK: **508 M2**
LUAS AREA SECONDARY: **450 M2**
LUAS AREA COMMON (RESTO DAN COFFEE): **412 M2**

TOTAL LUAS LANTAI 3: **1370 m2**

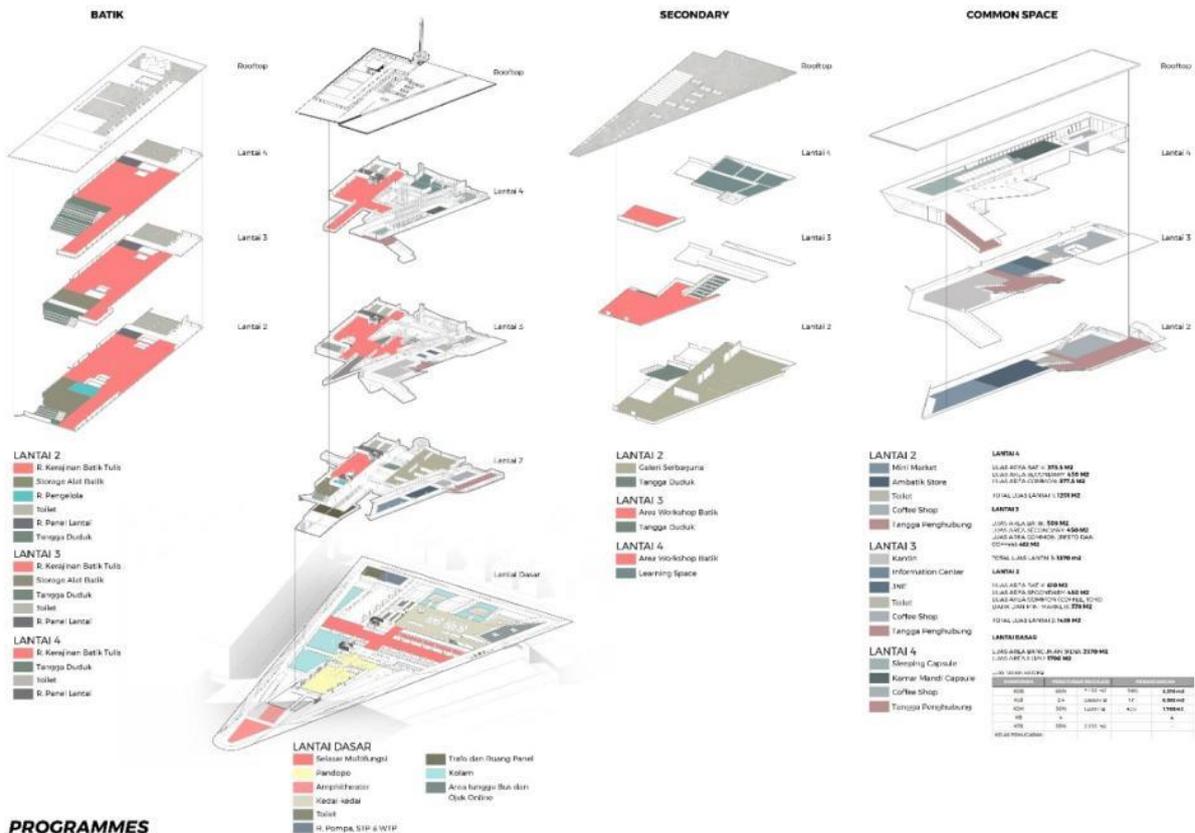
LANTAI 2

LUAS AREA BATIK: **610 M2**
LUAS AREA SECONDARY: **450 M2**
LUAS AREA COMMON (COFFEE, TOKO BATIK DAN MINI MARKET): **378 M2**

TOTAL LUAS LANTAI 2: **1438 M2**

LANTAI DASAR

LUAS AREA BANGUNAN (KDB): **2370 M2**
LUAS AREA HIJAU: **1708 M2**



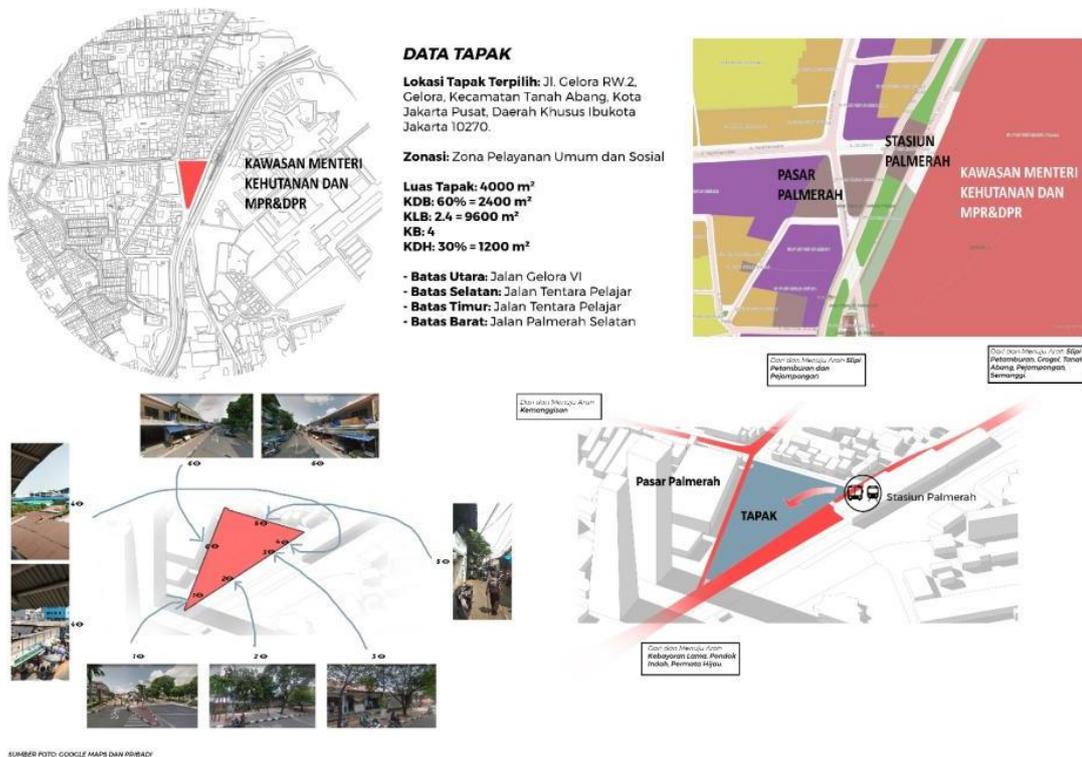
Gambar 1. Luasan Program dan Fasilitas
Sumber: Penulis, 2019

Tapak

Tapak terpilih berada di jalan Gelora, RW 2, Jakarta Pusat. Tapak ini dipilih karena memenuhi kriteria tapak yang sudah ditentukan sebelumnya, yaitu:

- Tapak terletak pada kawasan yang mudah dijangkau dan diakses,
- Terletak di dalam kawasan yang beraneka ragam
- Tapak mampu menjadi *nodes* di kawasannya.

Terletak di antara Pasar Palmerah dan Stasiun Palmerah, mampu menjadikan sebuah nodes yang dapat mengundang masyarakat untuk datang ke sini, sehingga cocok apabila dirancang sebuah wadah yang dapat menampung kegiatan, aktivitas serta interaksi sosial antar warga,



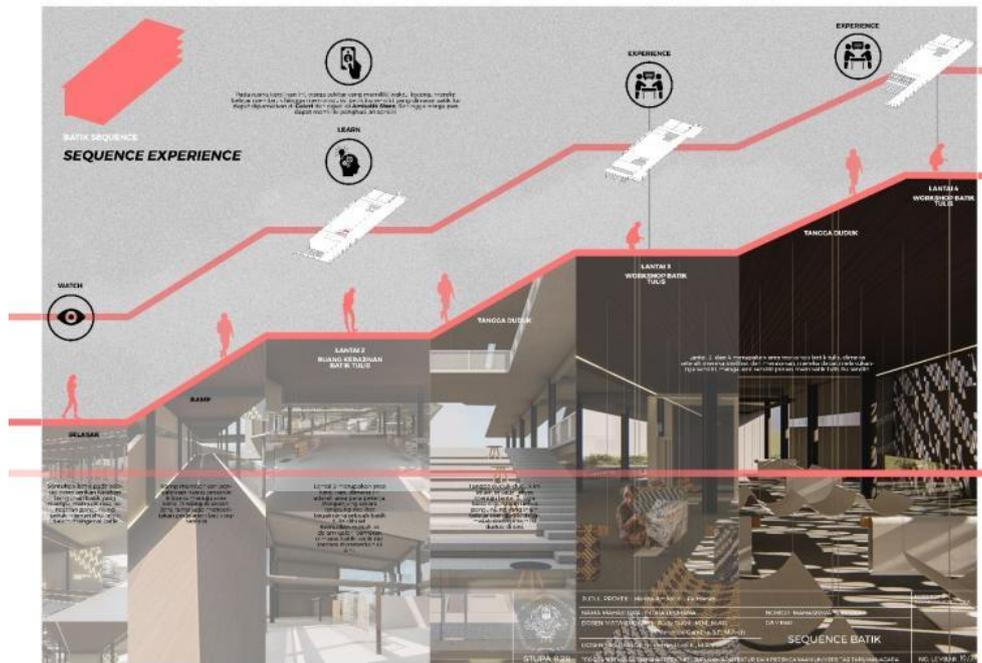
Gambar 2. Data Tapak
Sumber: Data Pribadi dan Jakartasatu

Konsep

Desain dirancang sebagai sintesis terhadap analisis yang sebelumnya sudah diselesaikan. Batik sebagai program utama yang menunjang tempat ketiga ini diharapkan mampu mewadahi kegiatan ataupun aktivitas dari warga sekitar. Pada dasarnya, batik dalam rancangan ini dimaksudkan sebagai media bagi warga sekitar untuk bertemu, bersapa dan berinteraksi. Dengan ini, media batik mampu mewadahi kebutuhan akan tempat ketiga itu sendiri. Dengan batik, segala umur, segala jenis kelamis, segala jenis suku, budaya dan ras mampu disatukan tanpa adanya perbedaan.

Batik sebagai media untuk menyatukan warga, sehingga terciptalah sebuah interaksi sosial, di sisi lain batik ini juga mampu memberikan sebuah identitas bagi kawasannya yang sudah lama menghilang. Batik hadir dalam beberapa bentuk dan fase pada bangunan. Mulai dari lantai dasar, pola batik ditampilkan dalam wujud pahatan-pahatan tiga dimensi serta gambar gambar pada dinding. Dari selasar, alur batik berlanjut menuju *ramp* hingga lantai 2. Lantai 2 merupakan area membatik bagi warga sekitar. Alur-alur batik ini menerus dari lantai 2 hingga lantai 4, memberikan suasana membatik yang lebih natural dan terbuka. Batik yang dihasilkan oleh warga sekitar ini juga dapat dijual kembali, yang nantinya bisa menjadi pemasukan bagi warga.

Namun, tetap saja ruang-ruang terbuka dalam rancangan ini memiliki persentase terbesar sebagai ruang publik bagi warga sekitar untuk beraktivitas dan berinteraksi. Kehadiran selasar yang memiliki berbagai fungsi ini juga dapat menampung kegiatan-kegiatan kebudayaan yang beraneka ragam, mulai dari pentas seni, pameran budaya, kirab budaya dan lain sebagainya. Amphitheater yang berada di berbagai titik pada lantai dasar juga ditujukan bagi warga sekitar yang ingin duduk-duduk santai, menikmati suasana, berinteraksi, berkumpul dan bermain. Pada dasarnya, rancangan ini berusaha menghadirkan ruang-ruang yang mampu menciptakan interaksi dengan sesama warga, sesuai dengan kriteria sebuah tempat ketiga menurut Ray Oldenburg.



Gambar 3. Konsep Batik dalam Rancangan
Sumber: Penulis, 2019



Gambar 4. Desain Ambatik
Sumber: Penulis, 2019

Muka bangunan tidak lah dibuat masif atau tertutup, melainkan dibuat terbuka dan sedikit sekali dinding yang membatasi pandangan bangunan baik dari luar ke dalam maupun dari dalam ke luar. Mengapa bangunan dibuat lebih terbuka dan menghilangkan kesan formalitas, penulis berusaha menghadirkan keterbukaan atau “*openess*” pada rancangan, sehingga tidak terkesan eksklusif bagi pengunjung. Hal ini sejalan dengan teori atau kriteria sebuah tempat ketiga bila disambungkan dengan sebuah *open architecture*. Selain itu pula, rancangan memungkinkan pencahayaan dan penghawaan alami dapat diaplikasikan dengan baik ke dalam bangunan. Pendekatan desain bentuk yang tidak biasa juga menjadi pertimbangan dalam mengolah bentuk bangunan Ambatik ini, terlihat mulai dari sedikitnya dinding-dinding pembatas yang masif, sudut-sudut tajam, bentuk-bentuk segitiga, permainan lansekap yang naik-turun, kemudian dari material yang digunakan yaitu beton, kayu, dan sedikit bata, permainan tangga-tangga untuk duduk yang dibiarkan terbuka begitu saja tanpa penutup. Ornamen-ornamen batik dimasukkan untuk memberikan identitas bagi bangunan, dan juga bagi kawasan sekitarnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Batik sebagai media untuk menyatukan warga, sehingga terciptalah sebuah interaksi sosial, di sisi lain batik ini juga mampu memberikan sebuah identitas bagi kawasannya yang sudah lama menghilang. Batik hadir dalam beberapa bentuk dan fase pada bangunan. Mulai dari lantai dasar, pola batik ditampakkan dalam wujud pahatan-pahatan tiga dimensi serta gambar gambar pada dinding. Dari selasar, alur batik berlanjut menuju *ramp* hingga lantai 2. Lantai 2 merupakan area membatik bagi warga sekitar. Alur-alur batik ini menerus dari lantai 2 hingga lantai 4, memberikan suasana membatik yang lebih natural dan terbuka. Rancangan ini mampu menjadi wadah yang sangat berguna bagi warga sekitarnya, baik hanya sekedar berkumpul, bertemu, berinteraksi dan lainnya.

Pada dasarnya, rancangan ini berusaha menghadirkan ruang-ruang yang mampu mewadahi kegiatan untuk warga sekitar yang memenuhi kriteria sebuah tempat ketiga menurut Ray Oldenburg. Melalui batik, warga dapat berinteraksi, dengan adanya ruang-ruang terbuka publik, warga dapat berkumpul dan bertemu. Dengan adanya rancangan ini secara menyeluruh, mampu menyatukan warga sekitar dengan baik.

Bangunan mampu menjadi stimulus bagi daerah sekitar untuk memperhatikan pentingnya ruang terbuka kota dan ruang terbuka hijau, sehingga apapun kegiatan yang dibutuhkan warga sekitar mampu terpenuhi, mulailah dari hal yang paling kecil, yaitu menyediakan wadah-wadah bagi warga untuk bertemu dan berinteraksi.

Dengan hadirnya Ambatik, rancangan diharapkan dapat meningkatkan relasi antar warga, serta kesadaran akan nilai-nilai tradisi dan budaya batik.

REFERENSI

- Brown, B. V..(2008). *Key Indicators of Child and Youth Well-Being*.New York: Taylor & Francis Group
- Florida, R. (2012). *The Rise Of The Creative Class Revisited*. New York: Basic Book
- Jaya, M. A. (2018). Jurnal Arsir. *Transformasi Tempat Ketiga dari Ruang Dalam Menuju Ruang Luar*. Universitas Muhammadiyah Palembang
- Jacobs, A. B.. (1995). *Great Streets*. Massachusetts: MIT Press
- Larice, M. dan Macdonald, E. (2007). *The Urban Design Reader*. Roulledge
- Oldenburg, R. (1997). *The Great, Good Place*. Cambridge: Da Capro Press