

## SINGGAH BLORA: MENGHIDUPKAN KEMBALI PASAR BLORA MENJADI TEMPAT KETIGA MILENIAL DENGAN STRATEGI AKUPUNKTUR PERKOTAAN

Veronica Catalina<sup>1)</sup>, Martin Halim<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, catalinaver024@gmail.com

<sup>2)</sup> Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, martinhalim90@gmail.com

Masuk: 14-07-2022, revisi: 14-08-2022, diterima untuk diterbitkan: 03-09-2022

### Abstrak

Dengan adanya perkembangan di Kawasan Dukuh Atas yang sebelumnya merupakan salah satu perkampungan menjadi pemukiman elite di Menteng, membuat Pasar Blora yang sebelumnya merupakan pasar andalan pemenuhan kebutuhan sehari – hari di Kawasan Menteng mengalami degradasi memori serta fisik. Degradasi memori Pasar Blora ini diawali dengan berkembangnya area bisnis di sekitar Kawasan Menteng serta Kawasan Dukuh Atas yang menjadi Kawasan TOD menjadikan masyarakat yang tadinya sebagian besar adalah pemukim menjadi komuter generasi milenial. Dengan adanya perubahan tersebut, Pasar Blora yang mulai ditinggalkan dan bangunannya juga dirubuhkan, sehingga menyebabkan degradasi fisik. Degradasi fisik Pasar Blora berdampak pada sepanjang Jalan Blora dimana terdapat 5-7 bangunan disekitar Pasar Blora yang mangkrak dan mati. Pasar Blora membutuhkan perancangan dengan inovasi yang baru untuk dapat menjadi pendukung pemenuhan kebutuhan masyarakat sekitar yang beradaptasi dengan kondisi sekarang. Maka dari itu tujuan dan manfaat dari tugas akhir ini adalah membangkitkan kembali Pasar Blora menjadi pasar yang memiliki fungsi sebagai tempat interaksi masyarakat dan dapat menjadi pendorong kemajuan di area sekitarnya dari segi bidang perdagangan terutama kuliner. Selain juga menjadi tempat singgah baru atau tempat ketiga bagi pemukim sekitar maupun komuter bergenerasi milenial. Hasil dari perancangan merupakan bangunan pasar yang menerapkan metode ruang ketiga yang didasari strategi akupunktur perkotaan dengan menambahkan program baru dan menyesuaikan program ruang pasar dengan karakteristik komuter bergenerasi milenial.

**Kata kunci: Akupunktur Perkotaan; Interaksi; Kantor Virtual; Pasar; Ruang Ketiga**

### Abstract

*By developments in the Dukuh Atas area, which was previously an elite settlement in Menteng, Blora Market, which was previously a main market for fulfill daily needs in the Menteng area has experienced memory and physical degradation. The memory degradation of the Blora Market began with the development of the business area around the Menteng area and the Dukuh Atas area which became the TOD area, making people who used to be mostly settlers become millennial commuters. With these changes, the abandoned Blora Market and its buildings were also demolished, causing physical degradation. The physical degradation of Blora Market has an impact along Jalan Blora where there are 5-7 buildings around Blora Market that are stalled and dead. The Blora market requires a new design with new innovations that capable to support the fulfillment that needs for surrounding society who are adapting to current era. Therefore, the main objective and purpose of this final project is to revive Blora Market into a market that has a benefit as a place for community interaction and can be a driver of progress in the surrounding area in terms of trade, especially culinary. Besides being a new stopover or third place for local settlers and millennial generation commuters. The result of the design is a market building that applies the third space method based on the urban acupuncture strategy by adding new programs and adjusting the market space for the characteristics of millennial generation commuters.*

**Keywords: Interaction; Market; Third Place; Urban Acupuncture; Virtual Office**

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

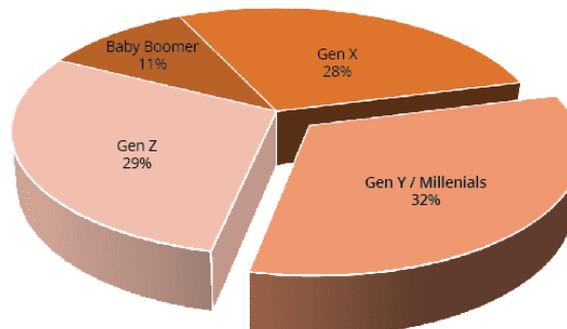
Pada awalnya, Menteng hanyalah sebuah tanah garapan milik masyarakat keturunan Arab yang kemudian diambil alih untuk dijadikan pemukiman. Lalu pemukiman Menteng ini menjadi kota satelit di Batavia yang pertama kali dibentuk secara sengaja oleh pemerintah Hindia-Belanda sebagai hunian eksklusif. Ciri khas dari pemukiman ini adalah lingkungan perumahan yang dipenuhi dengan taman publik serta rumah dengan halaman, agar terdapat jarak antara bahu jalan dan jarak antar bangunan dengan ruang terbuka diantaranya. Mengingat pentingnya pemukiman bagi pemerintah Hindia-Belanda, Menteng juga didesain terhubung langsung dengan daerah sekitarnya. (Direktorat Departemen Pekerjaan Umum, 2008). Menteng yang dirintis pada tahun 1910, mulai berkembang pada tahun 1921, dan mengalami puncak pada tahun 1933, membuat adanya ledakan penduduk pada masa itu (Alnoza, 2020) dan membuat tingkat perekonomian Dukuh Atas yang merupakan salah satu perkampungan di Menteng meningkat (Dananjaya, 2009).



Gambar 1. Pemukiman pertama yang di desain oleh Hindia – Belanda yang memiliki konsep desain Garden City, dimana sekitarnya terdapat banyak taman dan pepohonan

Sumber: Wajah Penataan Ruang Kawasan Metropolitan, 2008

Menurut data dari RDTR 2030, Dukuh Atas merupakan simpul transit kawasan TOD yang menjadikan masyarakat untuk terbiasa jalan kaki dan bersepeda, serta perlunya ruang terbuka hijau (Muzakkiy, 2016). Dengan menjadikan Dukuh Atas menjadi kawasan simpul transit kawasan TOD membuat sebagian besar masyarakat yang tadinya merupakan pemukim menjadi komuter (Sudarso, 2016). Komuter ini sebagian besar merupakan orang - orang yang bekerja di kawasan SCBD hingga Tanah Abang. Rata - rata usia para komuter dan yang bekerja adalah 20-40 tahun, yang dapat dikatakan generasi millennial. Pada generasi ini mereka lebih memilih untuk bergerak dan mendapatkan sesuatu serba cepat dan instant. Namun pergerakan mereka terhambat dalam mendapatkan tempat istirahat sementara atau tempat singgah yang minim pada area bisnis sekitar Tanah Abang, Menteng, hingga Bunderan HI.



Gambar 2. Jumlah Penduduk Jakarta Pusat menurut Kelompok Umur (2020)

Sumber: BPS, 2021

Dalam memenuhi kebutuhan sehari - hari rumah tangga di Dukuh Atas maka terbangunlah sebuah pasar. Pada tahun 1971 terbentuklah pasar yang menjadi andalan di Dukuh Atas yaitu Pasar Blora. Pasar Blora mengalami masa kejayaan dimana para pedagang mendapatkan omset tertinggi pada tahun 1974 – 1975 (Bernie, 2018). Tidak hanya menjual untuk kebutuhan namun menjadi tempat kuliner pada malam hari diikuti dengan penjualan kuliner dan wisata malam yang ada pada Jalan Blora. Kondisi Klni Pasar Blora Dengan adanya perkembangan ekonomi dan perubahan fungsi kawasan pada Dukuh Atas menjadikan masyarakat Dukuh Atas berstatus menengah keatas dan komuter, mulai meninggalkan Pasar Blora dan beralih pada pasar modern. Hal ini memulai terjadinya degradasi memori yang akan berlanjut pada degradasi fisik. Degradasi fisik mulai terjadi ada tahun 2010 dimana bangunan Pasar Blora mulai tidak terawat dan pembeli maupun penjual sangar jarang datang (Kaban, 2016 ). Hingga pada tahun 2018 aktivitas jual beli di Pasar Blora sudah tidak ada dan lahan parkir lebih sering digunakan oleh komuter dari Stasiun Sudirman. Pemerintah menghimbau untuk para pedagang sudah tidak lagi masuk ke Pasar Blora hal ini disebabkan karena pemerintah ingin merubuhkan bangunan Pasar Blora. Setelah dirubuhkan kondisi Pasar Blora menjadi pasar yang ditutup permanen dan lahannya yang cukup luas dan dipergunakan menjadi tempat parkir bagi komuter maupun gojek online dan menjadi perluasan wisata kuliner di Jalan Blora (Baskoro, 2017).

Maka dari itu, Pasar Blora memerlukan suatu program baru yang menyesuaikan keadaan sekarang dengan memperhatikan karakteristik dari penggunaannya dan memiliki kebutuhan ruang yang berbeda. Hal ini diperlukan untuk mengembalikan Pasar Blora menjadi pasar sebagai tempat pemenuhan sehari – hari sekaligus tempat interaksi dan tepat singgah atau tempat ketiga bagi masyarakat sekitar, tanpa melihat perbedaan dari segi umur.

### **Rumusan Permasalahan**

Pasar Blora merupakan pasar andalan di Dukuh Atas, Menteng yang pada tahun 1970 merupakan kawasan pemukiman. Namun seiring berkembangnya perekonomian di Dukuh Atas dan fungsi kawasan yang berubah menjadi simpul transit kawasan TOD menjadikan masyarakat tidak lagi tertarik dengan konsep pasar tradisional. Maka dari itu Pasar Blora perlu menciptakan pasar yang mampu diterima oleh masyarakat terutama kaum milenial sebagai tempat interaksi dan tempat singgah dengan penjualan yang dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi waktu dan lebih menarik pengguna. Selain itu juga perlu adanya perubahan zonasi ruang dan sirkulasi baik luar dan dalam melihat sekitar Pasar Blora yang berkembang.

### **Tujuan**

Dengan berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, proyek ini dibuat untuk membangun kembali Pasar Blora namun memiliki suasana yang baru yang menyenangkan dan menjadikan tempat singgah atau tempat ketiga yang dapat diterima masyarakat, khususnya kaum milenial. Sehingga pada akhirnya dapat membangun kembali memori dan kondisi fisik Pasar Blora yang sudah ditinggalkan 60 tahun lamanya.

## **2. KAJIAN LITERATUR**

### ***Urban Acupuncture***

Menurut ajaran ilmu akupunktur, ini akan memulihkan kesehatan dan kebugaran, dan khususnya sangat baik untuk mengobati rasa sakit. Maka, urban akupunktur dapat diartikan sebagai suatu filosofi sebagai pendekatan untuk menjawab masalah sosial dan perkotaan, serta memperbaiki kualitas lingkungan perkotaan. Yang mana kondisi dan juga kualitas dari sebuah lingkungan ini dapat dianalogikan dengan “sakit” yang dapat diselesaikan dengan ilmu akupunktur. Perencanaan kota kerap lebih menekankan pada kuantitas daripada kualitas, maka dari itu, banyak program dan proyek penataan yang telah terbentuk namun pada akhirnya ini, hasilnya kurang mampu dirasakan secara luas. Maka dari itu, hadirilah konsep Urban Akupunktur

ini sebagai suatu pendekatan untuk menyelesaikan serta memberikan solusi penataan kota untuk mendapatkan dampak yang signifikan (*sensitive effect*) dalam waktu yang cukup singkat namun tetap mengacu kepada peraturan perencanaan kota yang telah ada (Nassar, 2021).

### Prinsip dari *Urban Acupuncture*

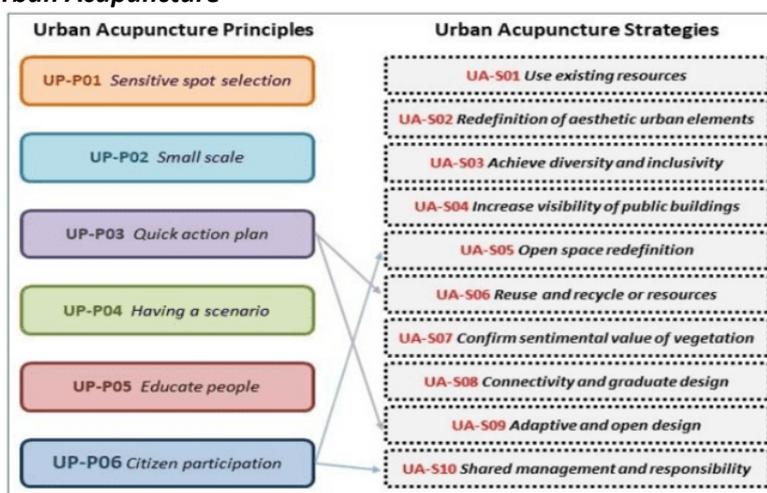
Dalam perencanaan terdapat beberapa prinsip penting dalam akupunktur perkotaan dimana perlu memilih “titik sensitif” yang membuat suatu kota memiliki kemajuan yang lambat atau malah semakin mundur. Selain itu juga perlu diterapkan pada lingkup ruang dengan skala kecil agar memberikan dampak besar kedepannya dan membutuhkan respon yang cepat untuk membuat perencanaan dan mengimplementasikannya. Dalam perencanaan juga memerlukan skenario dalam bentuk proposal dan ide desain dengan hasil yang mengedukasi masyarakat secara luas. Dalam pengambilan keputusan dan visi pembangunan dibutuhkan partisipasi warga agar dapat menjawab masalah dengan lebih tepat. (Nassar, 2021)



Gambar 3. Prinsip Urban Acupuncture

Sumber: Urban Acupuncture in Large Cities: Filtering Framework to Select Sensitive Urban Spots in Riyadh for Effective Urban Renewal, 2021

### Strategi dari *Urban Acupuncture*



Gambar 4. Prinsip Urban Acupuncture vs Strategi Urban Acupuncture

Sumber: Urban Acupuncture in Large Cities: Filtering Framework to Select Sensitive Urban Spots in Riyadh for Effective Urban Renewal, 2021

Dalam mencapai prinsip akupunktur perkotaan maka memerlukan strategi dengan menunjukkan suatu ciri khas dari kota tersebut. Dapat dilakukan dengan cara menggunakan dan memanfaatkan sumber daya yang ada dari lokal atau bisa juga mendaur ulang sumber daya yang ada, menggunakan berbagai furnitur perkotaan dan vegetasi yang menunjukkan suatu identitas, dalam perancangan perlu mempertahankan serta memperlihatkan keberagaman dari masyarakat. Selain ciri khas juga perlu strategi dari sisi visual dan keruangan dimana membuat

dan menyusun ruang terbuka yang berpotensi untuk digunakan dalam keseharian masyarakat. Strategi dengan mendesain keterhubungan ruang terbuka dengan ruang kota utama lainnya juga diperlukan dengan tujuan fleksibel, adaptif, dan dapat meningkatkan interaksi masyarakat. Namun dikarenakan perkotaan cukup luas maka dalam perencanaan perlu membuat manajemen yang terus mengikuti masukan masyarakat dari waktu ke waktu. Dengan 10 strategi akupunktur perkotaan yang ada, apabila 2 – 3 strategi sudah dapat terpenuhi maka salah satu prinsip akupunktur perkotaan akan ikut terpenuhi (Nassar, 2021).

### **Third Place**

Oldenburg memberikan beberapa karakteristik dari tempat ketiga, antara lain; neutral ground, third place as leveler, conversation is the main activity, accessibility and accommodation, the regulars, a low profile, the mood is playful, a home away from home (Oldenburg, 1999). Dalam point pertama (on ground neutral / tempat yang netral) membahas mengenai manusia yang memiliki hubungan karena terdapat suatu kesamaan atau adanya relasi yang harus dibuat terlebih dahulu atau adanya ruang yang memfasilitasi, namun apabila harus ada kriteria tertentu maka kota menjadi lebih kaku. Selain itu juga diperlukan ruang bagi pengunjung untuk berkunjung secara bebas dan membuka peluang untuk membangun relasi dan keintiman dengan orang sekitar tempat tinggalnya atau tempat kerjanya yang sebelumnya mereka tidak kenal secara dekat.

Sedangkan dalam point kedua (the third place is a leveler / tempat tanpa kelas) membahas mengenai pentingnya ruang dimana orang dapat berkumpul tanpa harus membawa latar belakang sehingga orang bisa lebih terbuka, selain itu juga ruang harus bersifat terbuka dimana masyarakat secara umum mudah mengakses. Point ketiga (percakapan adalah kegiatan utama / conversation is the main activity) membahas bahwa tempat ketiga harus memiliki centre point dimana orang melakukan aktivitas yaitu saling mengobrol dan berinteraksi sehingga ruang ramai, karena dengan semakin ramai akan meningkatkan kenyamanan.

Poin keempat (accessibility and accommodation / aksesibilitas dan akomodasi) membahas mengenai kemudahan tempat yang mudah diakses dari pagi hingga yang dimana akan terbentuk komunitas tertentu. Poin kelima (the regulars) membahas mengenai kenyamanan merupakan yang utama pada ruang. Pelanggan dapat dihitung dari berapa kuantitasnya namun seberapa orang yang ingin balik kembali dan membawa orang yang baru untuk berkunjung. Poin keenam (a low profile) membahas mengenai tempat ketiga harus memiliki program ruang yang bisa mewadahi masyarakat untuk menjadi bagian dari rutinitas sehari – hari.

Pada poin ketujuh (the mood is playful) membahas mengenai pentingnya program dan desain yang menarik agar orang mendapatkan pengalaman yang unik dan menginginkan untuk kembali salah satunya bisa dengan desain yang mementikan void dan transparansi. Dan poin yang terakhir (a home away from home) membahas mengenai pentingnya mengutamakan kenyamanan pada ruang agar pengunjung bisa “healing” dan berkumpul bersama baik secara informal dan formal. Dari 8 karakteristik ruang ketiga oleh Oldenburg terdapat 4 hal utama yang dapat mencakup keseluruhan dan terbentuknya ruang ketiga yaitu mengenai pentingnya interaksi, kenyamanan, aksesibilitas, dan visual.

### **Perilaku Millennial**

Rata – rata komuter dan orang yang bekerja pada area bisnis di sekitar Blora adalah orang yang berusia 20 – 40 tahun yang masuk ke dalam kategori generasi Y atau yang disebut dengan millennial. Generasi milenial merupakan generasi yang lahir dalam rentang waktu awal tahun 1980 hingga tahun 2000 dan bisa disebut juga sebagai Gen-Y, Net Generation, Generation WE, Boomerang Generation, Peter Pan Generation, dan lain-lain. Disebut generasi “milenial”

dikarenakan generasi yang hidup di pergantian milenium dimana secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan. Berdasarkan hasil penelitian dari Lancaster & Stillman (2002) Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter, IG dan lain-lain, sehingga dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming. Berdasarkan definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah generasi yang lahir diantara tahun 1980-2000 saat terjadi kemajuan teknologi yang pesat.

Generasi Y atau Millennial ini memiliki karakteristik yaitu memiliki jiwa bebas baik dalam memilih, ekspolarasi bakat maupun minat, pengaturan waktu, hingga cara bekerja. Jiwa bebas yang dimiliki menjadikan mereka menyukai sesuatu hal yang instan, cara kerja yang lebih efisien, dan menyukai tampilan grafik yang berwarna, namun memiliki jiwa bebas juga menjadikan generasi millennial terlihat malas terutama membaca, kasar, dan intoleran.

### **Pasar**

Dalam arsitektur pasar tradisional adalah tempat yang paling berperan dalam pembentukan karakter kota, dimana merupakan ruang sosial/publik terbesar dalam skala kota yang kental akan proses interaksi. Sejalan dengan hal tersebut diatas, Reardon mengungkapkan pula bahwa pasar tradisional menjadi titik fokus untuk aktivitas komersial. (Reardon, 2003). Namun sekarang ini pasar tradisional tak lagi mempunyai fasilitas yang cukup untuk memfasilitasi suatu interaksi sosial, sehingga masyarakat cenderung memandang pasar tradisional dengan sebelah mata sebagai tempat untuk sekedar membeli sesuatu berkebutuhan pokok, bukan lagi sebagai ruang sosial yang mempunyai potensi pembentuk karakter kota melalui diri perorangan. Pasar dapat bermakna sebagai tempat berkumpul yang di dalamnya terjadi interaksi sosial antar berbagai macam karakter manusia sekaligus sebagai tempat berlangsungnya kegiatan ekonomi. Oleh karena itulah disebut pasar, karena dalam bahasa Jawa pasar yang sering disebut dengan peken mempunyai arti “berkumpul” (Suardana, 2007)

### **Kantor Virtual**

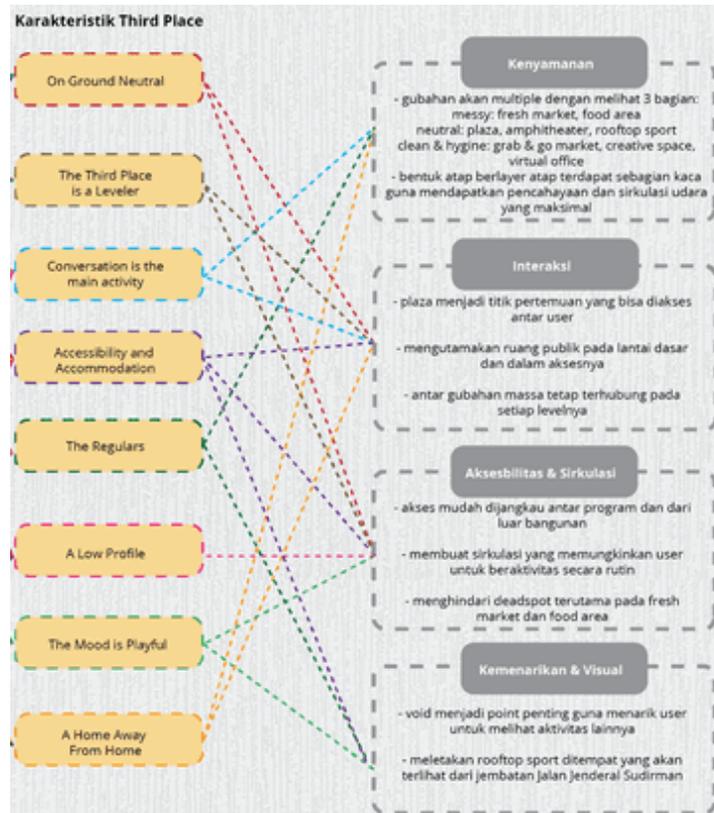
Kantor Virtual / *Virtual Office* merupakan salah satu jenis dari tipe kantor sewa non-fisik yang dapat digunakan sebagai alamat kantor bisnis yang legal dan mendapatkan fasilitas yang diakomodasi dari pemilik kantor virtual. Dengan adanya kantor virtual ini dapat mengurangi biaya operasional sebesar 90% dibandingkan kantor yang ada pada umumnya, mengurangi staf admin dan staf kebersihan, dan memiliki fasilitas kantor yang dapat digunakan bersama – sama namun cukup memadai bagi pekerja tanpa harus memiliki kantor yang luas. Selain itu kantor virtual merupakan salah satu jawaban dari adanya pandemi Covid-19 dimana kerja bisa darimanapun. (Rahmi, 2017)

## **3. METODE**

Proyek ini menggunakan metode urban akupunktur dimana diperlukan mencari titik-titik yang mengalami degradasi di Kawasan Jalan Blora agar mendapatkan dampak besar untuk meningkatkan perdagangan di kawasan. Setelah mencari dan mendapatkan titik degradasi akan menganalisa berdasarkan isu – isu yang ada di sekitar kawasan, kegiatan yang ada di sekitar kawasan, alur aktivitas, kebiasaan masyarakat sekitar, kebutuhan masyarakat sekitar, perencanaan pemerintah yang ada pada kawasan, serta lokalitas yang menjadi cirikhas di Dukuh Atas. Selanjutnya disimpulkan untuk dijadikan pedoman dalam proses perancangan.

Dari pengumpulan data studi literatur dijadikan pemahaman dalam hal – hal yang perlu diperhatikan dalam merancangan pasar yang dapat diterima masyarakat terutama generasi

milenial agar nantinya menjadi singgah atau tempat ketiga, seperti kenyamanan, aksesibilitas dan sirkulasi serta suasana fun yang dipengaruhi oleh visual yang ada. Dari 4 poin ini juga akan memenuhi kriteria pasar yang tidak hanya tempat berlangsungnya kegiatan ekonomi tetapi juga menjadi tempat berkumpul. Tahap perancangan dimulai dari analisa kawasan secara makro dan meso, menganalisa tapak, menyusun program ruang yang baru agar nantinya bisa beradaptasi dengan kondisi sekarang, membentuk transformasi massa dengan acuan ciri khas yang ada pada Kawasan Menteng dan acuan 4 poin dari teori tempat ketiga.

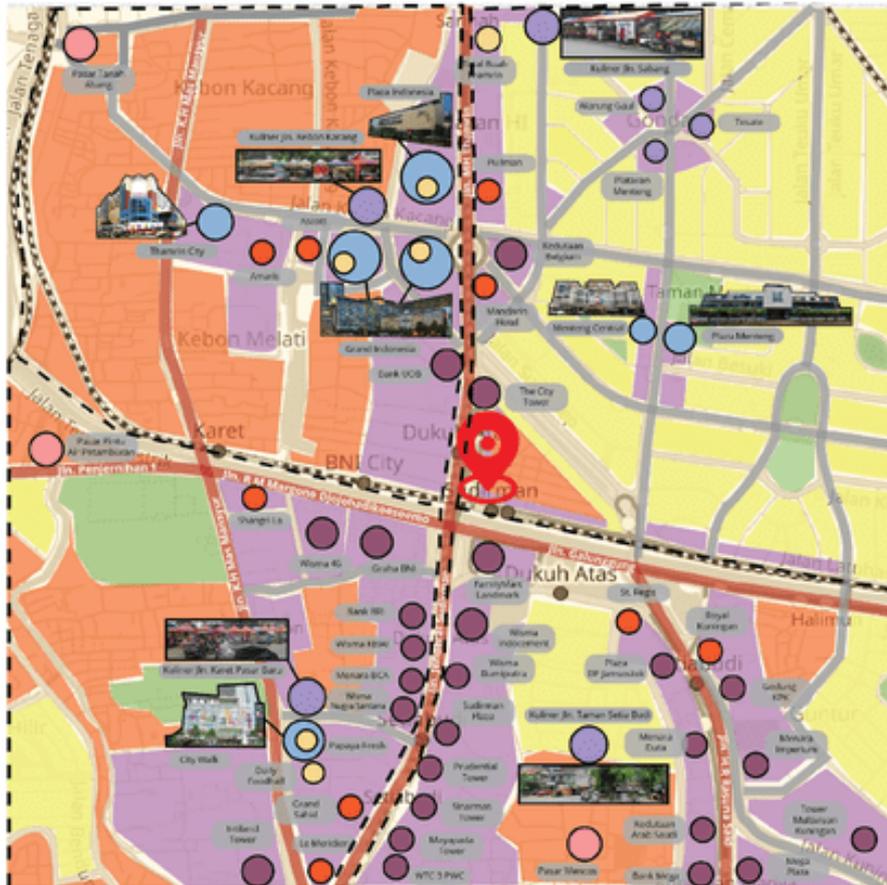


Gambar 5. Karakteristik dari metode Third Place dan penerapannya  
Sumber: olahan penulis, 2022

#### 4. DISKUSI DAN HASIL

##### Analisa Kawasan Makro

Dengan analisa menggunakan metode *Urban Acupuncture* penting untuk melihat apa saja permasalahan yang ada pada kawasan secara makro sekitar Pasar Blora. Dari peta tersebut, memperlihatkan Jln. Jenderal Sudirman dan Jalan Galunggung menjadi garis pembagi kawasan dimana dibagi menjadi 4 bagian. Pada setiap bagian memiliki 1 pasar untuk melayani pemukiman. Namun pemukim di Menteng tidak terdapat pasar yang melayaninya. Dalam radius 1 km, di kawasan Dukuh Atas tidak terdapat pasar tradisional. Pasar tradisional yang paling dekat berada di dalam radius 3 km. Selain itu persebaran pada peta ini memperlihatkan bahwa lebih banyak pasar swalayan dan pusat perbelanjaan dalam bentuk mall maupun plaza. Posisi pasar swalayan pun sebesar 80% berada di dalam mall, sehingga lebih efisien. Namun mall ataupun pasar swalayan terdekat memiliki jarak 700 meter dimana perlu ditempuh menggunakan kendaraan. Selain itu juga menunjukkan bahwa lebih banyak aktivitas bisnis yang tidak diseimbangi dengan kebutuhan mental dan fisik pekerja. Dimana tempat untuk mereka melepas kepenatan berupa tempat wisata maupun tempat kuliner masih sedikit. Serta kurangnya ruang untuk publik maupun untuk penghijauan, mengingat bahwa Menteng, Setiabudi, dan Tanah Abang merupakan daerah yang padat penduduk maupun mobilitasnya.



Gambar 6. Pemetaan sekitar kawasan Pasar Blora  
Sumber: olahan penulis, 2022

**Analisa Kawasan Meso**

Pasar Blora berada di Dukuh Atas ini terletak dekat dengan Kawasan Segitiga Emas Jakarta sehingga pemerintah membuat peraturan pada PERDA no. 1 tahun 2014 pasar 423 diarahkan sebagai pusat kegiatan primer dengan fungsi stasiun dan titik perpindahan antar moda transportasi dengan konsep TOD. Dengan adanya konsep TOD menjadikan pengunjung Pasar Blora tidak hanya pemukim dan komuter saja tetapi juga yang berasal dari dalam Kota Jakarta maupun kota disekitar Jakarta (Jabodetabek) hingga turis mancanegara (Stasiun Bandara). Sehingga memungkinkan buka hingga malam.

Pasar Blora berada di Jalan Blora dan Jalan Kendal merupakan strip jalan yang terkenal dengan hiburan malam dan kuliner di Menteng. Namun semakin lama strip jalan yang merupakan salah satu jalan yang menghubungkan antara Jalan Jendral Sudirman dan Jalan H.R Rasuna Said menjadi sepi dan hanya menjadi jalur lalu lalang bagi para komuter dan pemukim sekitar saja. Hal ini menjadikan strip jalan menjadi sepi terutama pada malam hari dibandingkan dengan Jalan Tanjung Karang.



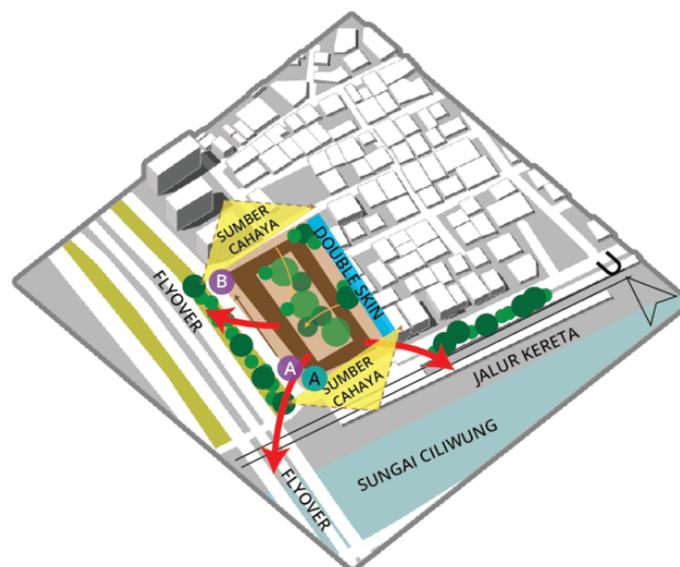
Gambar 7. (A) Situasi lahan Pasar Blora sekarang, (B) Pedestrian depan Pasar Blora dijadikan tempat PKL berjualan, (C) Kondisi tempat jual pedagang pasar, (D) Pedestrian sekitar Pasar Blora seringkali digunakan untuk parkir motor dan ojol  
Sumber: olahan penulis, 2022



Gambar 8. Program Transition Market  
Sumber: olahan penulis, 2022

### Analisa Tapak

Dari analisa tapak, maka dalam perancangan pada area timur bangunan diminimalisir bukaan agar cahaya yang membawa panas tidak masuk langsung ke area pasar, dan bisa mengambil cahaya matahari tidak langsung dari utara dan selatan. Sirkulasi sekitar jalan tapak berupa 1 jalur saja, dari arah Jalan Jenderal Sudirman menuju Jalan Purworejo sehingga lebih baik jalan masuk tapak untuk kendaraan pada titik A dan keluar pada titik B. Jalur pedestrian pada sekitar tapak sudah baik namun seringkali dijadikan tempat berjualan PKL, sehingga PKL dapat dimasukkan kedalam area plaza yang merupakan are berkumpul. Setelah melihat alur manusia disekitar maka menentukan jalur masuk untuk pejalan kaki pada tapak yaitu pada titik A dan menjadikan area tersebut menjadi area berkumpul outdoor, selain itu juga menyediakan parkir motor untuk ojol. Diperlukan membuat void pada bangunan guna menambah view yang akan dimiliki dan menambah ruang untuk vegetasi, selain itu juga bisa digunakan sebagai penghawaan. GSB dapat digunakan sebagai sirkulasi kendaraan, sirkulasi manusia, dan lahan hijau.



Gambar 9. Sintesis analisa tapak  
Sumber: olahan penulis, 2022

## Program

### *Transition Market*

Melihat hasil dari penelitian mengenai komuter di Blera yang bergenerasi milenial, maka program ada 2 program utama yang ditawarkan dalam menjawab permasalahan pada kawasan Blera dan menyesuaikan karakteristik dari generasi millennial. Pada program utama yang pertama yaitu *transistion market* dimana menjawab permasalahan Blera dengan tujuan membangun kembali pasar sebagai tempat interaksi, memenuhi kebutuhan karyawan yang ada di kawasan bisnis, serta menambah aktivitas menarik pada Jalan Blera. Selain itu juga memperhatikan karakteristik generasi milenial yaitu fleksibilitas, penggunaan digital dengan media yang menarik, serta kehidupan yang seimbang.



Gambar 10. Program Transition Market  
Sumber: olahan penulis, 2022

*Transistion market* merupakan hasil dari penelitian dimana dari tipe pasar tradisional yang menjunjung sosial dan norma akan kepercayaan, interaksi tawar menawar, dan loyalitas dan tipe dari pasar swalayan yang menganggap pembeli adalah raja sehingga suasananya nyaman, rapi, dan pelayanannya yang cepat tanggap. Sehingga *transistion market* merupakan transisi pasar tradisional menuju pasar modern secara digital. *Transition market* ini ada dibagi menjadi 2 yaitu *fresh market* serta *grab and go market*. Dimana *fresh market* menjual bahan makanan yang tidak tahan lama berupa sayur, buah, dan berbagai macam daging sedangkan *grab and go market* menjual bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari yang berupa kemasan yang dapat dikonsumsi dan memiliki daya tahan yang lama. Selain itu juga ada program tambahan seperti *drive thru*, *multifunction hall* serta *food area* menjual makanan ciri khas Indonesia.

*Transistion market* merupakan hasil dari penelitian dimana dari tipe pasar tradisional yang menjunjung sosial dan norma akan kepercayaan, interaksi tawar menawar, dan loyalitas dan tipe dari pasar swalayan yang menganggap pembeli adalah raja sehingga suasananya nyaman, rapi, dan pelayanannya yang cepat tanggap. Sehingga *transistion market* merupakan transisi

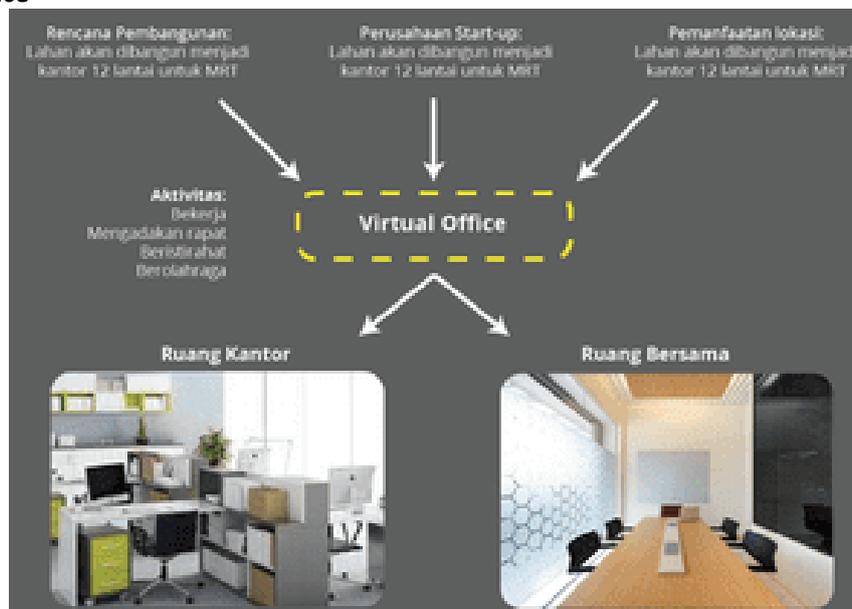
pasar tradisional menuju pasar modern secara digital. *Transition market* ini ada dibagi menjadi 2 yaitu *fresh market* serta *grab and go market*. Dimana *fresh market* menjual bahan makanan yang tidak tahan lama berupa sayur, buah, dan berbagai macam daging sedangkan *grab and go market* menjual bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari yang berupa kemasan yang dapat dikonsumsi dan memiliki daya tahan yang lama. Selain itu juga ada program tambahan seperti *drive thru*, *multifunction hall* serta *food area* menjual makanan ciri khas Indonesia.



Gambar 11. (A) Pembagian pasar, (B) Got kecil pada los pasar, (C) Ramp *loading dock*, (D) Pembayaran pada *Grab and Go Market*, (E) *Conveyer Belt* pada *drive-thru*  
Sumber: olahan penulis, 2022

Untuk menjaga kenyamanan serta kebersihan dari *fresh market* pembagian pasar menjadi basah dan kering, adanya got kecil untuk mengurangi genangan, posisi *loading dock* yang lebih dekat dengan bagian yang basah serta memiliki sirkulasi vertikal guna pergerakan untuk pengangkutan ke dalam pasar dan sampah. Dalam *grab and go market* pembeli menscan sendiri barang dan langsung pergi, namun juga masih ada beberapa kasir yang melayani tunai dan dalam *drivethru* menggunakan *conveyer belt* untuk mempercepat pergerakan barang.

### Virtual Office



Gambar 12. Program *Virtual Office*  
Sumber: olahan penulis, 2022

Pada program utama yang kedua yaitu *virtual office* menjawab permasalahan Blora dengan adanya rencana lahan menjadi kantor MRT, perusahaan startup yang menjadi ketertarikan

generasi millennial dan pemanfaatan lokasi dari TOD. Selain itu juga memperhatikan karakteristik generasi milenial yaitu menyukai produk dan layanan yang dapat disesuaikan dengan keinginan, kebutuhan, minat, dan selera (Personalisasi dan penyesuaian) serta bekerja secara produktif terutama dengan komunikasi daring (Gaya Komunikasi Nomadik). Kantor ini dibagi menjadi 2 yaitu bagian kantor dan area bersama. Pada bagian kantor ini bersifat sewa per ruang kantor dan fasilitas berupa ruang rapat, pantry, ruang tamu, dan lainnya berada di area bersama. Untuk program tambahannya berupa creative space, rooftop sport, plaza dan café.

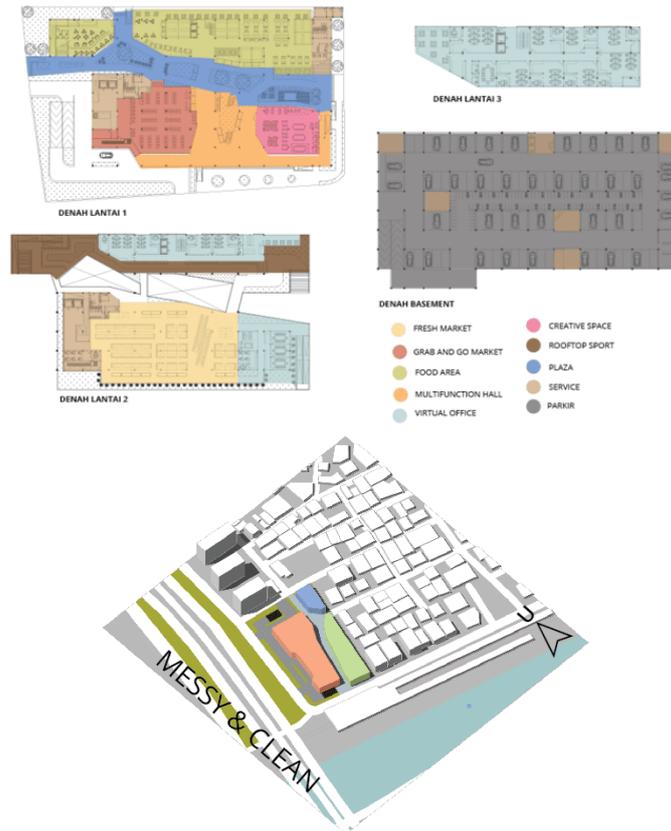
### Penerapan ke bangunan

Berawal dari permasalahan pada sekitar kawasan Pasar Blora dimana area sekitarnya terlalu padat dan tertutup bangunan tinggi, kurangnya lahan hijau, adatnya kegiatan yang ada, dan bangunan di sekitar Pasar Blora sebagian besar ada pemukiman, sehingga muncul konsep *Terrace at Blora*. Konsep *Terrace at Blora* didapatkan dari kata teras yang bermaksud terbuka, memiliki ketinggian yang berbeda dari garis tapak, dan orientasi ruang yang keluar. Sehingga perancangan bangunan nantinya terbuka, lebih banyak menggunakan cahaya dan penghawaan alami, serta membuat ruang – ruang yang berorientasi keluar. Selain itu juga konsep untuk bentuk bangunan terinspirasi dari Rumah Kebaya yang merupakan salah satu budaya Betawi. Rumah Kebaya ini memiliki bentuk atap dari Rumah Kebaya ini berbentuk atap pelana yang dipadukan dengan lipatan pada bagian samping, terdapat area luar/ teras yang cukup luas untuk menjamu tamu dan sebagai tempat interaksi di dalam keluarga dan memiliki salah satu ornamen ciri khas yaitu Gigi Balang.



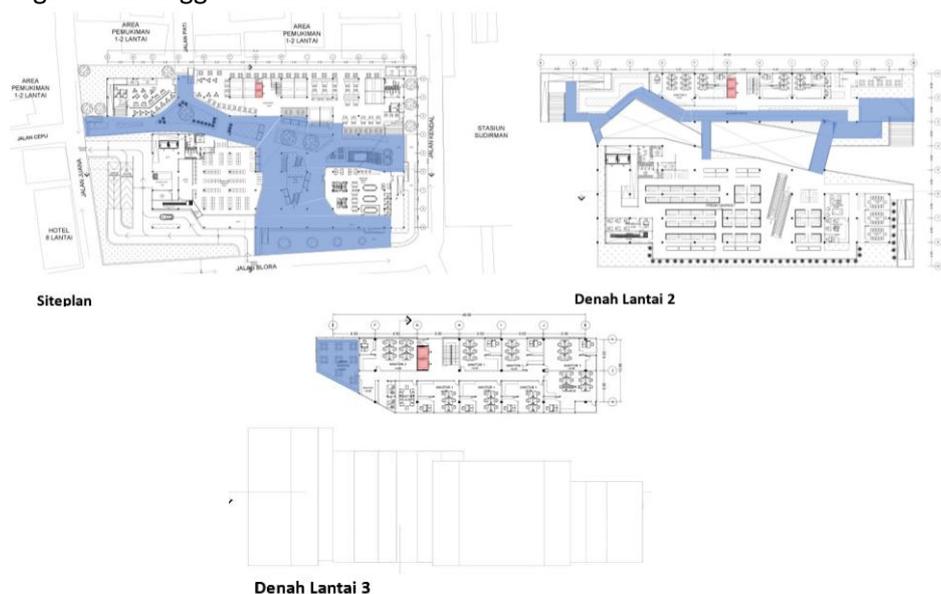
Gambar 13. Bentuk Bangunan dari Rumah Kebaya  
Sumber: Olahan Penulis, 2022

Pada metode perancangan yang digunakan yaitu *Third Place* yang mengacu pada 4 poin. Poin pertama yaitu kenyamanan dimana gubahan akan terpisah dengan melihat 3 karakteristik ruang yang berbeda yaitu messy, neutral, dan clean and hygiene. Karakteristik ruang messy dimiliki oleh fresh market dan food area, karakteristik ruang neutral pada plaza, amphitheater, dan multifunction hall. Terakhir karakteristik ruang clean and hygiene pada grab and go market, creative space, dan *virtual office*. Meskipun gubahan dipisahkan menurut karakteristik ruang namun user tidak merasakan adanya zonasi yang ada.



Gambar 13. Zonasi Ruang  
Sumber: Olahan Penulis, 2022

Lalu pada poin kedua adalah mengenai interaksi. Interaksi ini menjadi poin penting dalam fungsi pasar di ruang publik dan juga merupakan poin utama dalam metode *Third Place*. Pada rancangan ini menjadikan plaza sebagai titik pertemuan terjadinya interaksi, yang bisa diakses antar user diberbagai program. Selain itu juga pada poin interaksi ini mengutamakan penggunaan ruang publik dengan mengoptimalkan menjadikan lantai dasar sebagai ruang publik yang bisa digunakan hingga malam hari.



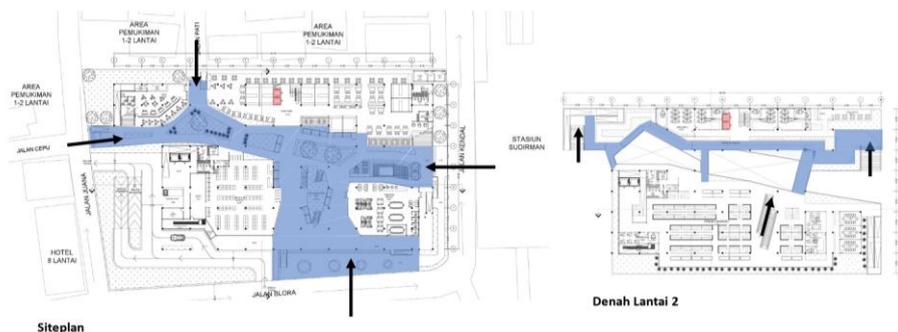
Gambar 14. Ruang interaksi yang ada pada tiap lantai  
Sumber: Olahan Penulis, 2022

Selain itu juga interaksi ini dapat terjadi pada tiap lantainya. Dimana pada lantai 1 terjadi pada plaza, food area, café, serta multifunction hall, pada lantai 2 terjadi pada fresh market dan jogging track, dan pada lantai 3 terjadi pada ruang makan bersama virtual office dan pantry.



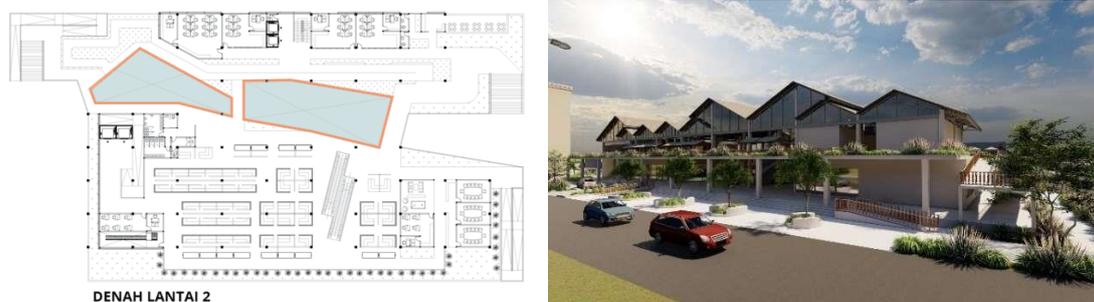
Gambar 15. (A) Food area, (B) Fresh market, (C) Area bersama kantor virtual  
Sumber: Olahan Penulis, 2022

Pada poin ketiga adalah memperhatikan aksesibilitas dan sirkulasi dimana perlu membuat 4 akses yang mudah dijangkau dari luar bangunan. Poin ini bertujuan untuk membuat orang dengan mudahnya tertarik untuk berkunjung menuju dalam bangunan, sehingga dapat menjawab juga permasalahan mengenai Jalan Blora yang kurang menarik dibandingkan dengan Jalan Tanjung Karang. Sirkulasi manusia pada setiap program pun juga perlu diperhatikan dengan tujuan menghindari terjadinya deadspot, khususnya pada fresh area dan food area.



Gambar 16. Terdapat 4 akses utama menuju bangunan dan 3 akses menuju lantai 4  
Sumber: Olahan Penulis, 2022

Poin yang terakhir adalah poin kemenarikan dan visual. Dimana selain poin ini diambil dari metode *Third Place* juga guna menarik bagi kaum milenial untuk berkunjung, karena itu void yang cukup luas menjadi point penting guna menarik user untuk melihat aktivitas lainnya dan membuat user untuk ikut bergabung. Serta konsep bangunan terbuka juga membuat masyarakat yang melewati Jalan Blora dan jembatan penyebrangan Jalan Jenderal Sudirman dapat melihat kegiatan yang terjadi di dalam bangunan.



Gambar 17. (A) Void yang luas pada lantai 2, (B) Konsep bangunan terbuka  
Sumber: Olahan Penulis, 2022

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Setelah berkembangnya perekonomian di Dukuh Atas dan fungsi kawasan yang berubah menjadi simpul transit kawasan TOD, menjadikan masyarakat tidak lagi tertarik dengan konsep pasar tradisional. Oleh karena itu, Pasar Blora mengalami degradasi fisik dan memori, padahal proyek dan lokasinya membawa pengaruh pada lingkungan sekitar. Dengan proyek ini akan membangun kembali Pasar Blora dengan menciptakan pasar yang mampu diterima oleh masyarakat terutama kaum milenial sebagai tempat interaksi dan tempat singgah dengan penjualan yang dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi waktu dan lebih menarik pengguna. Selain itu proyek ini bertujuan menjadikan Pasar Blora namun memiliki suasana yang baru yang menyenangkan dan menjadikan tempat singgah atau tempat ketiga dengan program baru berupa transition market yang terdapat fresh market, grab and go market yang difasilitasi drive-thru dan penggunaan teknologi serta kantor virtual yang memiliki ruang kantor dan ruang bersama yang dipisah ini bertujuan untuk mengadaptasikan Pasar Blora dengan keadaan sekarang ini serta memberikan kemenarikan yang berbeda dari sebelumnya. Selain dengan program baru juga dengan mengutamakan poin kenyamanan dengan membedakan 3 karakteristik ruang yang berbeda, poin interaksi dengan menjadikan plaza menjadi titik utamanya, poin aksesibilitas dengan membuat 4 akses yang mudah dijangkau dari luar bangunan, serta poin visual dengan void guna menarik user untuk melihat aktivitas lainnya.

### Saran

Proyek yang menyangkut dengan permasalahan di sekitar hingga ke makro seperti Pasar Blora ini seharusnya memiliki penyelesaian yang unik dan baru, bukan hanya dari segi bagaimana penjualannya namun juga dari bentuk bangunan yang menarik. Supaya kedepannya proyek dapat menjawab kebutuhan dari masyarakat sekitar, Dengan adanya proyek ini, semoga bisa menjadi usulan dan referensi untuk perancangan di Kawasan Blora kedepannya.

### REFERENSI

- Al - Hinkawi, W. S., & Al-Saadi, S. M. (2020). Urban Acupuncture, a Strategy for Development: Case Study of Al-Rusafa, Baghdad. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*.
- Alnoza, M. (2020, September). Perkembangan Pemukiman Menteng Jakarta pada Masa Kolonial (1910 - 1942): Sebuah Analisis Jangkauan Wilayah. *Istoria: Jurnal Pendidikan dan Sejarah*, 16.
- Baskoro, R. (2017, Oktober 12). *Wartakotalive.com*. Dipetik Februari 11, 2022, dari <https://wartakota.tribunnews.com/2017/10/12/eks-pasar-blora-jadi-tempat-parkir-atasi-kesemerawutan-di-dekat-stasiun-sudirman>
- Bernie, M. (2018, Januari 25). *tirto.id*. Dipetik Februari 10, 2022, dari <https://tirto.id/cerita-masa-jaya-pasar-blora-jakarta-pusat-yang-dirobohkan-hari-ini-cDM2>
- Dananjaya, A. (2009). Identifikasi Fasad Arsitektur Tropis pada Gedung - Gedung Minimalis Perkantoran Sepanjang Jalan Jenderal Sudirman, Jakarta.
- Direktorat Departemen Pekerjaan Umum. (2008). Laporan Akhir: Wajah Penataan Ruang Kawasan Metropolitan.
- ITDP. (2017). TOD Standard.
- Kaban, J. S. (2016, Januari 18). *beritajakarta*. Dipetik Februari 10, 2022, dari <https://m.beritajakarta.id/read/23986/pd-pasar-jaya-pagari-pasar-blora>
- Muzakkiy, A. R. (2016). Arah Peningkatan Penerapan Konsep Transit Oriented Development (TOD) Pada Kawasan Dukuh Atas, Jakarta.
- Nassar, U. A. (2021). Urban Acupuncture in Large Cities: Filtering Framework to Select Sensitive Urban Spots in Riyadh for Effective Urban Renewal. *Journal of Contemporary Urban Affairs*, 5, 1-18.

- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. Cambridge: Da Capo Press.
- Rahmi, D. (2017, Juni 6). *infiniti.id*. Dipetik Februari 10, 2022, dari <https://infiniti.id/blog/office/kenapa-virtual-office>
- Sudarso, A. L. (2016). Landasan Program Perencanaan dan Perancangan Arsitektur Dukung Atas Interchange Station.