

## PENDEKATAN FENGSHUI DALAM DESAIN RUANG PUBLIK UNTUK MENGEMBALIKAN CITRA PASAR BARU, JAKARTA PUSAT

Ivy Meivoda<sup>1)</sup>, Mekar Sari Suteja<sup>2)\*</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
ivy.315200068@stu.untar.ac.id

<sup>2)\*</sup> Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
mekars@ft.untar.ac.id

\*Penulis Korespondensi: mekars@ft.untar.ac.id

Masuk: 28-06-2024, revisi: 05-10-2024, diterima untuk diterbitkan: 10-10-2024

### Abstrak

Pasar Baru telah lama menjadi pusat perdagangan dan kawasan bersejarah Kota Jakarta. Berfungsi sebagai salah satu kawasan perdagangan di Jakarta Barat, Pasar Baru menjadi titik pertemuan berbagai kelompok etnis dan sosial serta menciptakan ruang pertukaran budaya dan tradisi. Dahulu, Pasar Baru dikenal sebagai tempat penjualan tekstil, pakaian, sepatu, dan perlengkapan olahraga yang menjadi daya tarik bagi pengunjung lokal maupun wisatawan, namun sekarang Pasar Baru menghadapi berbagai tantangan ketika berhadapan dengan era globalisasi dan modernisasi yang menjadikan kawasan tersebut mulai sepi. Persaingan dengan pusat perbelanjaan modern dan perdagangan elektronik telah menekan tingkat penjualan di Pasar Baru, sementara desain arsitektural yang konvensional membuat kawasan ini kurang menarik sehingga popularitas Pasar Baru menurun dan ditinggalkan pengunjung. Banyak toko yang tutup atau berpindah ke lokasi yang lebih diminati. Dengan perkataan lain, Pasar Baru mengalami degradasi perdagangan dan nilai budaya. Fenomena ini merupakan contoh kasus *placeless place*, yaitu saat ketika Pasar Baru sebagai kawasan yang pernah memiliki daya tarik dan kekuatan makna sekarang kehilangan segalanya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembalikan citra kawasan Pasar Baru yang ramai dan diminati masyarakat tadi. Metode yang digunakan adalah pendekatan *fengshui* digunakan mulai dari analisis data, observasi lapangan dan wawancara guna memahami secara komprehensif dinamika sosial ekonomi dan kondisi lingkungan di Pasar Baru. Pendekatan secara holistik dilakukan dengan menggabungkan upaya pelestarian warisan budaya dan pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi strategi baru dalam pengembangan kembali identitas Pasar Baru sebagai pusat perdagangan yang kaya dengan warisan budaya yang kaya.

**Kata kunci :** citra; Pasar Baru; *placeless place*

### Abstract

*Historically, Pasar Baru has long been the trading centre of Jakarta. Being one of trading area at West Jakarta, Pasar Baru became a meeting place of various ethnics and social groups that created a place of acculturation and tradition. Formerly, Pasar Baru was known as a place where the locals and travellers go to buy textile, clothes, shoes and sport accessories. Now Pasar Baru is challenged when it has to face the era of globalization and modernization that making it a deserted place. Competition among modern shopping centres and electronics has pressed the volume of selling at Pasar Baru down while its conventional design of architecture has made this area no more an interesting place to visit, hence being deserted by the customers. Hence, its popularity is continuing to decrease. Many shops closed or moved to more popular locations. That is to say that Pasar Baru has experienced a degradation of trading and cultural value. Such is the phenomenal case of 'placeless place', when Pasar Baru being the area with such a magnitude and powerful meaning has now been losing everything. The objective of this study is to revive the busy and interesting image of Pasar Baru. The method used is the feng shui approach, starting from data analysis, field observations and interviews in order to comprehensively*

*understand the socio-economic dynamics and environmental conditions in Pasar Baru. A holistic approach is taken by combining efforts to preserve cultural heritage and sustainable economic development. It is hoped that the results of this research can become a new strategy in re-developing Pasar Baru's identity as a rich trading center with a rich cultural heritage.*

**Keywords:** *image; Pasar Baru; placeless place*

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pasar Baru merupakan pusat perbelanjaan tertua di Jakarta yang dibangun dengan nama *Passer Baroe*. Pada awalnya, Pasar Baru berupa pasar sederhana yang mewadahi kegiatan pedagang pribumi dalam menjual hasil pertaniannya serta pedagang keliling cina yang menjual barang-barang kelontong (Puspitasari, 2015). Pasar Baru adalah sebuah pasar yang terbentuk dengan sendirinya sebagai pelengkap perniagaan di Weltevreden (daerah Gambir - Pasar Baru - Senen), merupakan kawasan elit bagi masyarakat Batavia. Kawasan ini berdekatan dengan kawasan elite rijswijk (sekarang jalan veteran). Tahun 1740, terjadi peristiwa dimana etnis Tionghua "diisolir" di luar benteng Batavia sehingga pemerintah Hindia Belanda memberlakukan jam malam. Para etnis Tionghua hanya diizinkan berada di dalam kota Batavia pada siang hari yang akhirnya mereka datang ke Pasar Baru untuk berdagang yang membentuk sebuah komunitas, menjadi pengusaha sukses dan mengendalikan perniagaan disana.

Seiring berjalannya waktu, Pasar Baru berkembang menjadi pusat komersial yang ramai dan menarik bagi orang Eropa dan Tionghua, maupun penduduk lokal. Berdasarkan catatan sejarah, disebutkan bahwa pada tahun 1930- an pemilik toko di sepanjang kawasan Pasar Baru tidak lagi didominasi oleh para pedagang Cina, namun sebagian dimiliki oleh kelompok etnik India dan Jepang (Puspitasari, 2015). Kawasan ini dikenal sebagai tempat meleburnya budaya dan perdagangan, tempat dimana orang dari berbagai etnis dan latar belakang datang berkumpul untuk berdagang, bersosialisasi, dan bertukar informasi. Selain itu, kawasan ini terkenal dengan keanekaragaman produk yang ditawarkan, mulai dari tekstil, pakaian, rempah-rempah, aksesoris, barang elektronik, peralatan rumah tangga, dan kerajinan tradisional (Puspitasari, 2015). Kawasan ini juga telah beradaptasi dengan memperkenalkan fungsi baru seperti kuliner dan hiburan yang mencerminkan keragaman budaya. Terdapat beragam jenis restoran dan kedai makanan yang menyajikan masakan lokal dan internasional.

Perdagangan yang telah berlangsung lama di kawasan Pasar Baru menciptakan beragam etnis (Tionghua, India, Melayu, Betawi, Eropa) yang menjadikan kawasan ini unik. Sebagian besar etnis yang mendominasi kawasan Pasar Baru adalah keturunan Tionghoa, sehingga kawasan ini memiliki pengaruh kuat akan budaya Tionghoa yang terlihat dalam hal arsitektur, kuliner, dan tradisi. Namun, seiring dengan perkembangan kota Jakarta, Pasar Baru juga mengalami transformasi dan modernisasi yang menyebabkan kawasan ini menjadi sepi pengunjung. Faktor penyebab permasalahan ini adalah adanya persaingan dengan pusat perbelanjaan modern dimana muncul Harco dan Pasar Jaya (Puspitasari, 2015). Perubahan gaya hidup dimana masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara online, perubahan demografi gaya hidup anak muda yang lebih memilih untuk berbelanja di tempat yang lebih modern. Adanya intervensi kepadatan parkir kendaraan bermotor dan polusi yang merusak image pertokoan, membero dampak negatif bagi pasar baru (Puspitasari, 2015).

Kawasan Pasar Baru mengalami degradasi perdagangan dimana jumlah pengunjung dan aktivitas bisnis mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini mengakibatkan Pasar Baru mulai kehilangan popularitas yang berdampak pada beberapa bisnis yang tutup, terbengkalai dan pindah Lokasi. Mulai pudarnya kemenarikan di Pasar Baru menyebabkan penurunan

pendapatan bagi para pedagang dan pemilik bisnis. Selain itu, kawasan Pasar Baru juga mengalami degradasi nilai budaya seiring dengan perubahan dan modernisasi kota. Pasar Baru dikenal sebagai pusat perdagangan yang didominasi oleh etnis Tionghua, namun dengan perubahan zaman dan modernisasi banyak aspek budaya Tionghua yang mulai perlahan memudar terutama dalam hal arsitektur dimana bangunan dan lingkungan tidak lagi tercermin. Semenjak Pasar Baru menjadi sepi, pemerintah berusaha untuk membangkitkan kawasan tersebut menjadi ramai dengan menggelar atraksi kebudayaan yang hanya dilakukan setahun sekali pada saat HUT Kota Jakarta. Hilangnya identitas nilai perdagangan, budaya, sejarah dan citra kawasan menyebabkan rasa kepemilikan akan kawasan hilang sehingga dapat tergolong sebagai *Placeless Place*.

### Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang dapat dikaji seperti; Bagaimana upaya dari sudut pandang arsitektur dalam memperkuat identitas dan warisan budaya Tionghua di Pasar Baru yang sudah perlahan memudar?; Bagaimana menggabungkan elemen arsitektur modern dengan karakteristik tradisional pasar baru untuk mempertahankan nilai sejarah, sehingga dapat memperbaiki citra dan daya tarik pasar baru?

### Tujuan

Tujuan utama jurnal ini adalah mengidentifikasi pentingnya peran arsitektur dalam mempertahankan identitas Pasar Baru yang perlahan memudar diakibatkan oleh adanya tantangan dalam menghadapi era globalisasi dan modernisasi yang menjadikan kawasan mulai sepi.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### *Placeless Place*

*Placeless Place* atau *Placelessness* merupakan istilah yang menggambarkan suatu lingkungan yang tidak memiliki karakteristik tempat yang artinya lingkungan tersebut tidak membangkitkan rasa identitas, kepemilikan, atau sejarah. Dalam karya (Relph, 1976), ia memulai *Place and Placelessness* dengan menganalisis ruang dan hubungannya dengan tempat. Ia berpendapat bahwa ruang bukan suatu ruang kosong atau bidang isometrik atau wadah yang menampung tempat, namun untuk mempelajari hubungan ruang dengan pemahaman tempat yang lebih berdasarkan pengalaman, ruang juga harus dieksplorasi dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengalaminya. *Placelessness* memiliki arti yaitu suatu kondisi dimana ruang atau tempat telah kehilangan karakteristik uniknya dan kehilangan identitas khasnya (Relph, 1976). Untuk memahami suatu tempat dapat berfokus pada identitas lingkungan dan masyarakat setempat dimana kesamaan dan kesatuan yang terus menerus memungkinkan suatu tempat memiliki keunikannya sendiri (Relph, 1976). Terdapat 3 komponen yang mendeskripsikan identitas tempat: (1) lingkungan fisik; (2) aktivitas, situasi, dan kejadian; (3) makna individu kelompok yang tercipta melalui pengalaman dan niat masyarakat terhadap tempat tersebut.

*Placelessness* merupakan lingkungan yang tidak memiliki tempat yang signifikan dan sikap yang terkait dengan kurangnya keterikatan terhadap tempat yang disebabkan oleh efek homogenisasi modernitas, misalnya komersialisme, konsumsi massal, peraturan perencanaan standar, keterasingan, dan obsesi terhadap kecepatan dan pergerakan. Pusat perbelanjaan, jalan raya, pinggiran kota Amerika pasca perang, dan kota pinggiran biasanya digambarkan sebagai tempat yang tidak memiliki tempat, meskipun ahli geografi budaya berpendapat bahwa pusat perbelanjaan tersebut dapat menjadi tempat interaksi dan identitas yang penuh makna (Rogers, 2013). Karakter sebuah tempat yang dapat disebut *Placelessness* adalah lokasi yang pernah memiliki kekuatan makna sehingga pernah merupakan sebuah place; lokasi yang pernah memiliki kekuatan makna, namun pernah mengalami penurunan sehingga pernah didesain

ulang namun tidak berhasil; lokasi spesifik, memiliki kondisi yang cenderung menyebabkan lokasi sejenis diabaikan dan tak / kurang bermakna.

### **Sense of Place**

*Sense of Place* didefinisikan sebagai hubungan emosional antara manusia dan tempat. *Sense of place* merupakan faktor yang dapat mengubah *space* menjadi *place*. Ketika kata *sense* dipertemukan dengan tempat, artinya kata *sense* jadi memiliki objek yang jelas dan lengkap dengan properti atau atribut tempat, yakni lingkungan sosial dan lingkungan fisiknya. Selain itu, *sense of place* sering disamakan dengan *place attachment* (keterikatan tempat), *topophilia* (cinta pada tempat), *insidedness* (perasaan di dalam) dan *community sentiment* (perilaku komunitas), *spirit of place* (semangat yang didapat dari tempat) (Cross, 2001).

*Sense of place* dan *place attachment* memiliki definisi yang berbeda. *Attachment to a place* adalah salah satu intensionalitas pada status *sense of place* (Shamai, 1991). Menurut (Hashemnezhad, Abbas, & an, 2013) menyatakan bahwa *sense of place* memiliki makna yang lebih luas dan merupakan superordinat dari *place attachment*. Relasi antara manusia dengan tempat, baik pada lingkungan fisik maupun setting sosial, dapat digambarkan sebagai layer yang bertumpuk antara peluang, arti, dan emosi. Lalu, lingkungan *sense of place* dapat juga dijelaskan sebagai pengalaman yang dirasakan seseorang pada setting tertentu (sehingga dia dapat merasakan perasaan senang, gembira) (Steele, 1981). Dapat disimpulkan bahwa *sense of place* dapat didefinisikan sebagai proses relasi antara manusia dan tempat hasil dari penginderaan secara lengkap terhadap kondisi lingkungan, baik setting fisik maupun sosial yang memberikan pengalaman sehingga menghasilkan sebuah status intensionalitas terhadap tempat.

### **Ruang Publik Kota**

Ruang publik adalah suatu ruang yang berfungsi untuk kegiatan yang berkaitan dengan interaksi masyarakat, peningkatan pendapatan dan pagelaran kesenian (Darmawan, 2009). Ruang publik yang menarik akan selalu dikunjungi oleh masyarakat luas dengan berbagai tingkat kehidupan sosial, ekonomi, etnik, tingkat pendidikan, perbedaan umur, dan motivasi atau kepentingan yang berlainan (Darmawan, 2009). Ruang publik berkaitan dengan perkotaan dimana ruang dapat diakses oleh setiap orang tanpa ada kepemilikan secara pribadi, tanpa batasan waktu dan aktivitas (Sidabutar, 2018). Ruang publik yang digunakan sesuai fungsi dapat menjadi suatu elemen estetika dalam lingkungan kota yang mempertimbangkan elemen dan aktivitas yang terjadi.

### **Arsitektur Cina**

Arsitektur Tionghoa yang berada di Asia Tenggara terdiri dari *courtyard*, adalah area terbuka terbuka yang dengan mudah dapat diidentifikasi seperti yang ada di negara asalnya, disertai dengan ragam hias yang memiliki makna (Kohl, 1984). Termasuk keunikan bentuk atap dan penggunaan warna yang khas dengan penekanan yang perlu dikenali pada arsitektur Tionghoa adalah organisasi ruang *the jian* dan *axial planning*. *Jian* merupakan unit dari organisasi ruang yang konsep dasarnya meliputi penggunaan *Jian* atau *Bay Room* sebagai standar unit atau modulasi dan dapat dikembangkan atau dibuat secara berulang menjadi suatu massa bangunan atau beberapa kelompok bangunan. *Axial planning* merupakan bentuk struktur yang simetri dan ortogonal pada denah dan potongan.

Sejarawan arsitektur cina membagi bangunan tradisional cina menjadi 3 elemen dan komponen utama, yaitu podium atau lantai tingkat, pilar atau struktur balok, dan atap melengkung. Bangunan tradisional cina umumnya dibangun di atas lantai keras yang terbuat dari tanah dan dinaikkan sedikit lebih tinggi untuk lantai dasarnya. Kolom dan dinding biasanya dilapisi dan dicat dengan satu warna seperti warna merah untuk bangunan kerajaan dan kuil yang

memberikan kesan sederhana yang kontras dengan dekorasi atap berwarna-warni. Hanya pola dan kisi-kisi pada pintu dan jendela yang memisahkan kesatuan antara dinding dan kolom. Pada kebanyakan bangunan, pilar terbuat dari batang kayu pohon pinus (Knapp, 2019).

Pilar biasanya akan ditempatkan di atas pedestal yang terbuat dari batu supaya tidak lapuk dan terkan rayap. Kebanyakan bangunan tradisional Cina, semua beban atap ditopang oleh kolom-kolom kayu. Karena kolom yang menopang semua beban atap, maka perancang dapat dengan bebas menempatkan dinding, jendela dan pintu, sehingga sering dijumpai bangunan-bangunan besar memiliki dinding yang tipis dan ringan disertai dengan kisi-kisi motif (Knapp, 2019).

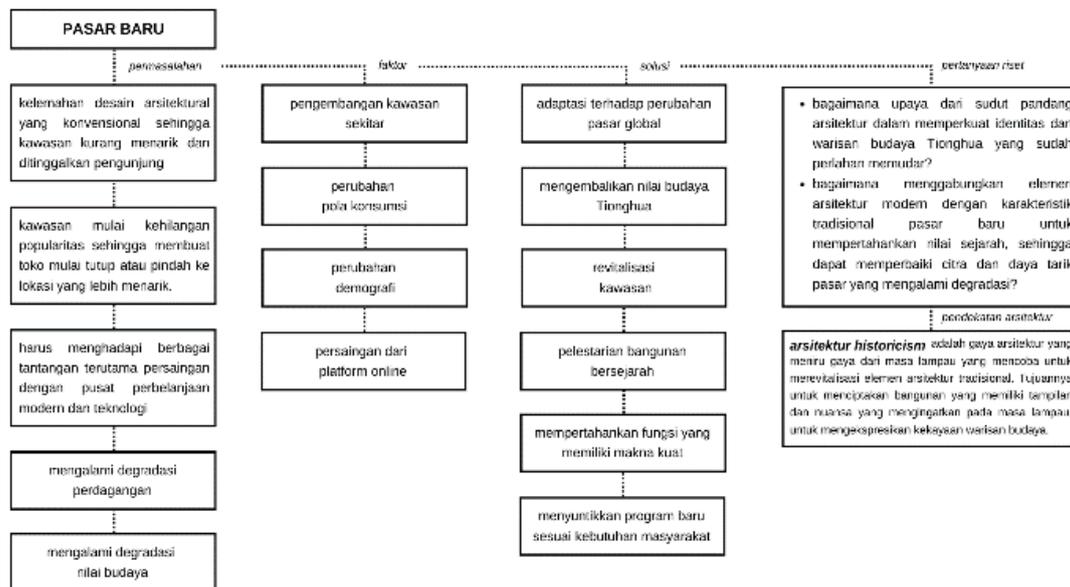
Pada bangunan tradisional, bentuk atap umumnya melandai yang terdiri dari 5 tipe atap, yaitu : 1) atap jurai ; 2) atap pelana dengan tiang-tiang kayu ; 3) atap pelana dengan dinding tembok 4) kombinasi atap jurai dengan atap pelana ; 5) atap piramida. Bentuk atap Cina memiliki sudut kemiringan yang tidak lurus seperti bangunan lainnya dimana mengubah jarak antar balok penunjang atap untuk mencapai bentuk atap yang melengkung di sudut lengkungnya. Hal ini dimaksudkan untuk memperlambat aliran air hujan agar tidak jatuh langsung ke tanah (Kohl, 1984).

### Fengshui

Fengshui adalah suatu *worldwide* yang dipercayai oleh masyarakat Tionghua tradisional sebagai bagian dari budaya terapan dalam kegiatan kehidupan sehari-hari (Kustedja, Sudikno, & Salura, 2012). Fengshui adalah metode untuk menentukan arah dan orientasi pada suatu kota, rumah, bangunan yang memiliki tujuan untuk memperoleh energi (*Qi*) dari elemen alam seperti air, tanah, api, dan angin (Adhiwignyo & Handoko, 2014). Pada pemahaman tentang *yin-yang* dan *wu-xiang* terdapat 5 fase yang diterapkan pada bangunan vernakuler berbentuk segi empat yang keempat sisinya menghadap 4 arah mata angin. Pada sisi selatan, melambangkan kehidupan, kehangatan, pertumbuhan, dan fase api. Pada sisi timur, digambarkan arah terbitnya matahari, kelahiran awal kehidupan, dan fase kayu. Pada sisi barat, digambarkan arah terbenamnya matahari, akhir dari hari, akhir dari kehidupan dan fase logam. Pada sisi utara, digambarkan arah terburuk menghadapi hembusan angin dingin pada musim dingin, arah wilayah kegelapan abadi sepanjang tahun, dan fase air (Kustedja, Sudikno, & Salura, 2012).

### 3. METODE

Beragam metode yang digunakan untuk memahami tantangan di Pasar Baru. Pertama-tama, studi literatur sejarah kawasan Pasar Baru untuk memahami perkembangan kawasan, perubahan struktur fisik bangunan, asal usul kawasan tersebut. Wawancara dengan masyarakat sekitar untuk mendapatkan informasi tentang pola konsumsi, perubahan dalam preferensi pembelian, tantangan yang dihadapi. Observasi lapangan untuk mengamati secara langsung aktivitas perdagangan, interaksi antara pedagang dan pengunjung agar memahami kehidupan sosial di kawasan tersebut. Analisis data seperti pemetaan spasial (konteks, rute, lingkungan), aktivitas kawasan, kondisi sosial, ekonomi, dan budaya untuk menggambarkan perubahan dalam struktur ruang. Dengan menggabungkan berbagai metode ini, penelitian ini dapat memberikan pemahaman holistik tentang peran dan dinamika pasar tradisional serta pemahaman tentang tantangan *placeless place* yang dihadapi oleh kawasan Pasar Baru. Berikut adalah kerangka berpikir penulis :

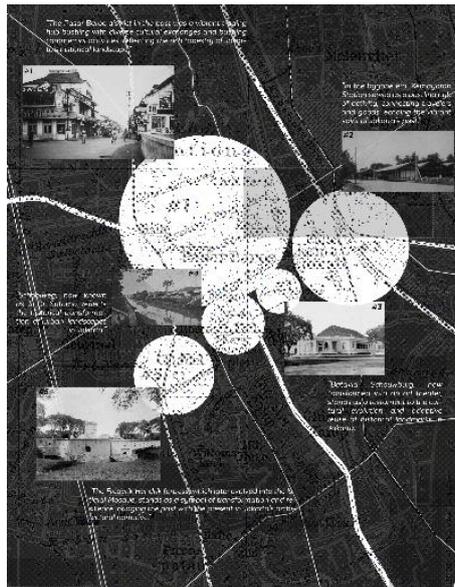


Gambar 1. Kerangka Berpikir sumber: Olahan Penulis, 2024

#### 4. DISKUSI DAN HASIL

Permasalahan utama yang sedang dihadapi oleh Pasar Baru adalah degradasi perdagangan dimana jumlah pengunjung dan aktivitas bisnis mengalami penurunan signifikan dari waktu ke waktu yang mengakibatkan Pasar Baru mulai kehilangan popularitas yang berakhir berdampak negatif pada sektor perdagangan, meskipun sebelumnya Pasar Baru telah diakui sebagai salah satu Kawasan belanja bertaraf internasional. Namun, perkembangan kota Jakarta dan munculnya pusat perbelanjaan modern membawa tantangan baru bagi Pasar Baru. Persaingan dengan pusat perbelanjaan seperti Harco dan Pasar Jaya, perubahan gaya hidup yang lebih memilih belanja online, serta pergeseran demografi menyebabkan penurunan signifikan dalam jumlah pengunjung dan aktivitas bisnis di Pasar Baru. Selain itu, masalah kepadatan kendaraan bermotor dan polusi menambah kompleksitas degradasi kawasan ini. Pasar Baru, yang dikenal sebagai pusat perdagangan dengan dominasi budaya Tionghoa, mengalami degradasi nilai budaya seiring dengan modernisasi kota. Banyak aspek budaya Tionghoa yang mulai memudar, terutama dalam arsitektur dan tradisi. Upaya pemerintah untuk menghidupkan kembali kawasan ini melalui atraksi kebudayaan tahunan belum cukup untuk mengembalikan vitalitas dan identitas budaya Pasar Baru.

Pasar Baru masa dulu, dikenal dengan arsitektur klasik yang kaya akan budaya membuat Pasar Baru tidak sekedar tempat berbelanja dan bersosialisasi, tetapi menjadi sarana kegiatan sosial dan budaya. Pemerintah Kota Jakarta setiap tahun menggelar festival untuk memperkenalkan budaya dan meningkatkan pengunjung. Beberapa atraksi kebudayaan yang ditampilkan adalah bazaar kuliner, fashion show, super sale satu jam, pameran lukisan, pertunjukan tari modern dan tradisional, pertunjukan musik modern dan tradisional, kesenian tradisional. Pasar Baru masa kini, terjadi perubahan transformasi jalanan menjadi lebih luas dan terorganisir dengan baik, memungkinkan akses yang lebih mudah bagi kendaraan dan pejalan kaki. Bangunan-bangunan modern yang menghiasi sepanjang jalanan menampilkan berbagai arsitektur menarik. Di sepanjang Kawasan, terdapat pusat perbelanjaan yang menawarkan berbagai merek dan produk terkini, serta restoran dan kafe yang menyajikan aneka kuliner lokal maupun internasional.



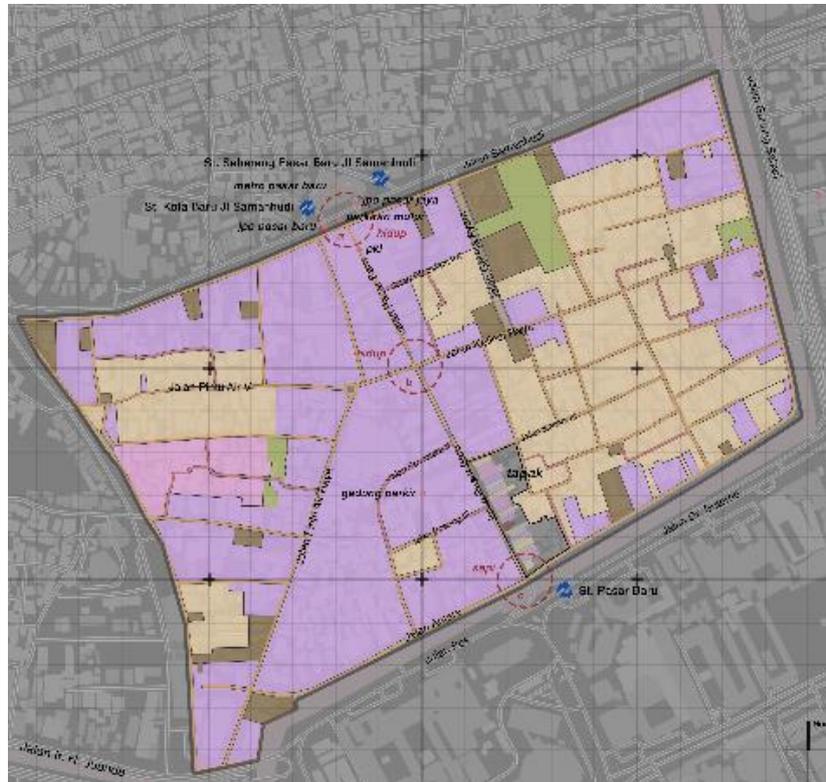
Gambar 2. Peta Pasar Baru Masa Dulu  
sumber: Olahan Penulis, 2024



Gambar 3. Peta Pasar Baru Masa Kini  
sumber: Olahan Penulis, 2024

Kawasan Pasar Baru merupakan kawasan pertokoan yang padat dengan berbagai pusat perdagangan dan toko, sehingga berfungsi sebagai pusat ekonomi yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui kegiatan jual beli. Di sisi timur, kawasan ini didominasi oleh hunian bertingkat rendah (1-3 lantai) serta terdapat beberapa bangunan sekolah dari tingkat TK hingga SMA. Namun, kawasan ini minim area terbuka hijau. Pada koridor Pasar Baru, dibagi menjadi 3 titik. Titik pertama merupakan depan jalan masuk terdapat 2 JPO yang menghubungkan Metro Pasar Baru dengan Harco Pasar Baru dan Pasar Jaya sehingga pada titik ini ramai dikarenakan menjadi tempat transit tempat halte bus. Faktor lain yang menyebabkan titik ini ramai adalah bagian depan gapura dijadikan tempat parkir motor dan terdapat PKL sehingga titik ini menjadi hidup. Titik kedua merupakan penghubung atau node antara 3 ruas jalan, yaitu jalan pasar baru, jalan pintu air, dan jalan kelinci raya sehingga aktivitas disekitar titik

ini ramai dan hidup. Titik ketiga merupakan penghubung ke pusat kota dimana sekitar kawasan terdapat gedung kesenian jakarta, museum nasional, pos bloc yang terletak disebaliknya sehingga menjadi titik ikonik atau muka dari Pasar Baru dan terdapat banyak toko tekstil, toko sepatu, toko olahraga di sekitar titik ini. Namun, titik ini cenderung sepi dikarenakan tidak ada aktivitas pendukung yang terjadi seperti titik-titik di depannya.



Gambar 4. Peta Analisis Koridor  
sumber: Olahan Penulis, 2024



Gambar 5. Kondisi Eksisting Koridor Pasar Baru  
sumber: Olahan Penulis, 2024

Dalam satu koridor, sebagian besar toko yang mendominasi adalah toko tekstil sehingga menunjukkan bahwa Pasar Baru menjadi pusat perdagangan kain terbesar di Jakarta.

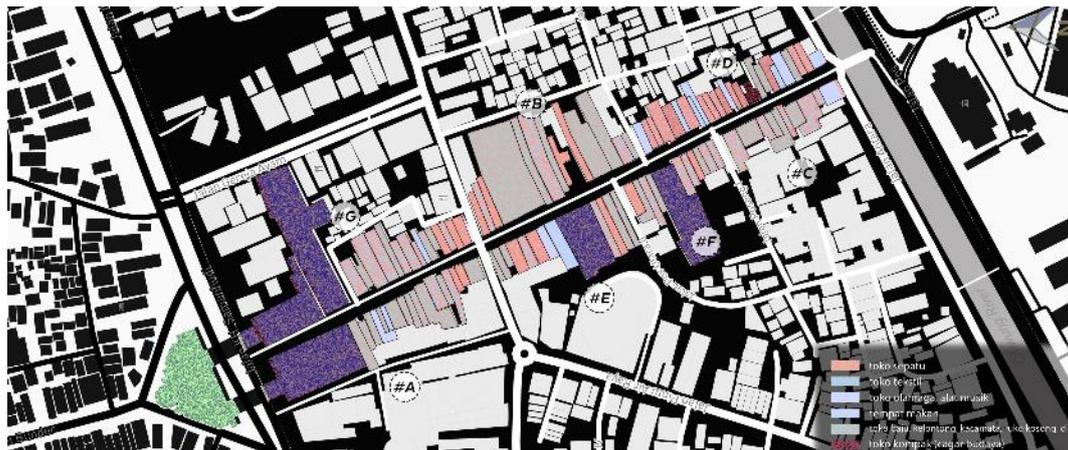
Sementara itu, area-area tertentu juga menunjukkan keberadaan yang cukup signifikan dari toko sepatu dan toko olahraga. Selain itu, terdapat toko kompak yang menjadi saksi bisu peninggalan arsitektur cina dan eropa yang membantu menjaga karakter kawasan dan citra identitas Pasar Baru. Toko Kompak merupakan bangunan cagar budaya yang menjadi tempat kediaman Tio Tek Ho, pemimpin komunitas Tionghua di Batavia. Adanya toko kompak ini dapat diandalkan menjadi daya tarik dan landmark kawasan untuk mempertahankan dan memperkuat citra kawasan sebagai destinasi yang menarik dan bersejarah. Selain itu, terdapat beberapa toko yang masuk kedalam daftar cagar budaya yang masih mempertahankan gaya arsitektur cina eropa, yaitu toko sumber baru, wijaya musik, dan toko surya jaya tekstil.



Gambar 6. Kondisi Eksisting Toko Kompak  
sumber: Olahan Penulis, 2024

Dalam satu koridor, tidak semua area sepi, namun pada blok D cenderung lebih sepi dibandingkan blok lainnya. Pada blok D terdapat toko kelontong, toko tekstil, toko aksesoris, toko sepatu, toko kacamata, toko olahraga, toko baju, tempat makan, ruko kosong, dan toko kompak. Kawasan ini dapat dikatakan *placeless place* dimana pernah hidup sebagai pusat perbelanjaan yang besar namun mengalami penurunan terutama pada titik blok G yang cenderung lebih sepi dikarenakan beberapa faktor sehingga mengalami kehilangan identitas atau atmosfer yang unik. Hal ini membuatnya terasa seperti "*placeless place*" karena kekurangan interaksi manusia dan kegiatan yang biasanya memberi kawasan tersebut karakter dan kehidupan.

Selain itu, terdapat toko kompak yang ditetapkan sebagai cagar budaya yang sudah tutup sejak tahun 2015 dimana kondisi bangunan fisik yang sudah tidak terawat dan belum adanya revitalisasi dari pemerintah sehingga toko ini kehilangan nilai dan makna aslinya. Hal ini dapat berpengaruh pada kawasan terasa terisolasi atau kehilangan akar budayanya yang menciptakan kesan "*placeless place*" di mana keberadaan cagar budaya tersebut tidak lagi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap karakteristik tempat. Dalam kedua situasi tersebut, konsep "*placeless place*" menyoroti keadaan di mana suatu tempat kehilangan koneksi emosional atau identitas dengan masyarakatnya atau warisan budayanya yang menggambarkan kondisi dimana suatu kawasan tidak lagi memiliki ciri khas. Oleh karena itu, pemulihan atau revitalisasi kawasan yang sepi dan cagar budaya dapat melibatkan upaya untuk mengembalikan identitas, karakter, dan kehidupan ke tempat tersebut, meningkatkan kualitas hidup dan keberlanjutan kawasan tersebut.



Gambar 7. Peta Pembagian Blok Koridor Pasar Baru  
sumber: Olahan Penulis, 2024

Upaya yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan mengembalikan identitas kawasan yang kaya akan sejarah dan budaya dengan arsitektur cina adalah dengan menghadirkan ruang publik yang dapat mengingatkan identitas kawasan Pasar Baru. Pasar Baru merupakan kawasan pertokoan dan perumahan dimana dalam radius 500 m tidak terdapat ruang terbuka hijau untuk masyarakat setempat melepaskan penat dari keseharian aktivitas mereka. Dilihat dari data demografi, menunjukkan bahwa jumlah penduduk terbanyak berada pada rentang usia 35-44 tahun. Dalam rentang usia ini, mereka adalah kelompok orang dewasa yang berada di tengah karier dan kehidupan pribadi mereka sehingga membutuhkan ruang rekreasi untuk keluar dari kehidupan sibuk mereka.

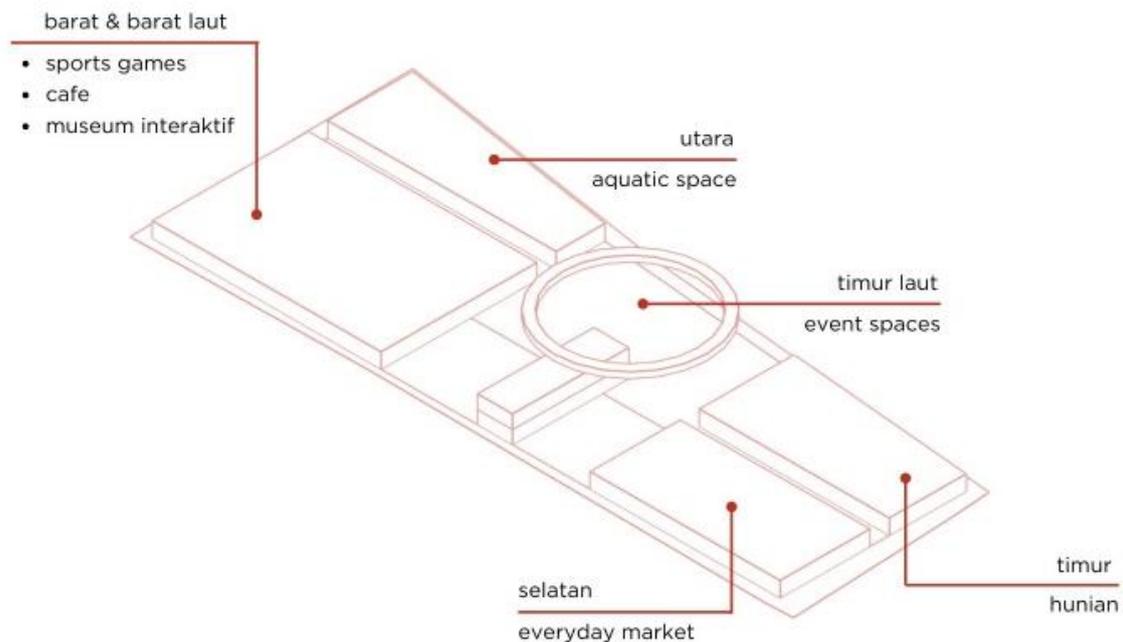
Hasil observasi pada kawasan blok D, terdapat toko olahraga yang sudah ada sejak tahun 1949 dan ditetapkan sebagai cagar budaya. Aktivitas dalam toko adalah interaksi antara pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli barang. Aktivitas seperti ini tidak dilakukan setiap saat hanya dilakukan ketika pembeli butuh sehingga perlu adanya aktivitas baru yang dapat dilakukan berulang kali. Menambahkan aktivitas olahraga dengan adanya sistem "penyewaan" alat olahraga dapat membantu para pelaku usaha menambah penghasilan mereka. Dalam satu koridor pasar baru, perlengkapan olahraga yang paling banyak dijual adalah raket dan dalam radius 500m, tidak terdapat lapangan olahraga sehingga akan menambahkan aktivitas baru berupa lapangan badminton dan tenis.

Dalam rangka untuk mempertahankan budaya yang ada, perlu adanya aktivitas yang dapat menarik daya tarik di kawasan ini. Dengan menghadirkan museum interaktif dimana para pengunjung dapat merasakan atau terlibat langsung dengan konten budaya yang ditawarkan. Selain itu, menghadirkan program yang dapat digunakan untuk berbagai aktivitas seperti festival pagelara budaya. Dalam satu koridor, terdapat kuliner top dari sudah ada dari zaman dulu (es krim tropical), jajanan indonesia dan tionghua, terdapat sepatu kulit, tas, peralatan rumah tangga (dilihat dari historis pasar baru, banyak toko milik orang tionghua merupakan toko kelontong). Dalam koridor Pasar Baru hanya terdapat 6 tempat makan artinya hanya 20% saja. Adanya tempat makan dalam suatu area dapat memenuhi kebutuhan konsumen tanpa perlu meninggalkan area tersebut.

Konsep utama yang digunakan dalam merancang ruang publik adalah pendekatan fengshui. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip fengshui pada perancangan, bangunan ini menjadi sebuah manifestasi harmoni yang mempesona. Teori dasar lima unsur fengshui, yaitu air, kayu, api, logam, dan tanah, akan menjadi landasan utama dalam proses pencocokan elemen untuk

mencapai keseimbangan yang diinginkan. Fengshui sendiri memiliki nilai yang mencerminkan terhadap prinsip harmoni antara manusia dan lingkungan. Fengshui telah menjadi bagian dari arsitektur cina selama ribuan tahun. Penerapannya dalam desain modern dapat membantu menjada koneksi dengan tradisi budaya yang kaya. Prinsip fengshui relatif fungsional, dengan memainkan orientasi bangunan sesuai arah mata angin dapat memaksimalkan aliran energi positif dan meminimalkan energi negatif, yang dipercaya dapat meningkatkan kualitas hidup pengguna ruang.

Aplikasi lima dasar unsur fengshui melalui 8 arah mata angin akan membantu dalam menzoning program ruang yang meliputi utara, selatan, barat, timur, timur laut, barat laut, barat daya, tenggara. Pada sisi barat dan barat laut merupakan elemen logam, menghadirkan program museum interaktif, *sports games*, dan *cafe*. Pada sisi utara merupakan elemen air, menghadirkan ruang rekreasi berupa *aquatic plaza*. Pada sisi timur laut merupakan elemen tanah, menghadirkan ruang terbuka hijau sebagai titik pusat untuk berkumpul. Pada sisi selatan merupakan elemen api, menghadirkan retail yang berkonsep *street shopping* yang menjadi miniatur pasar baru untuk UMKM berjualan. Pada sisi timur merupakan elemen kayu, menghadirkan hunian dimana pengunjung dapat merasakan rumah arsitektur cina. Selain itu, konsep bentuk atap keseluruhan bangunan identik dengan bentuk atap cina yaitu bentuk atap melengkung.



Gambar 8. Konsep Pembagian Zoning  
sumber: Olahan Penulis, 2024

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Untuk mempertahankan dan mengingatkan kembali kepada masyarakat akan identitas Pasar Baru yang perlahan memudar perlu adanya tindakan nyata seperti melestarikan bangunan bersejarah yang masih memiliki nilai jual arsitektur untuk menjaga karakter kawasan dan warisan budaya. Dari sudut pandang arsitektur, dapat membantu dalam mendesain dan melakukan penataan tata ruang publik. Menghadirkan ruang publik dengan konsep pendekatan fengshui yang mengintegrasikan lima dasar unsur fengshui melalui 8 arah mata angin dan arsitektur cina memungkinkan untuk menjadi solusi dalam mengatasi isu ini. Ruang publik tidak

hanya akan sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi, tetapi juga sebagai pengingat visual dan kultural dari warisan budaya setempat. Dengan menyediakan tempat yang menarik dan autentik, ruang publik dapat mendukung dari segi ekonomi dan sosial.

### Saran

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat belajar berdasarkan jurnal dan hasil penelitian ini, serta dapat memperbaiki dan memperdalam lebih lanjut mengenai topik dan isu dari penelitian ini. Hasil dari penelitian singkat ini hanya dengan waktu enam bulan yang dipastikan tidak akan mencapai kesempurnaan, oleh sebab itu dapat dilakukan penelitian yang lebih intens dan diharapkan terus dilanjutkan dengan memasukkan parameter lain. Diharapkan penelitian ini dapat membantu pembaca dalam melakukan penelitian lebih lanjut dalam mengerjakan proyek yang akan direalisasikan ataupun tidak direalisasikan.

### REFERENSI

- Adhiwignyo, P. D., & Handoko, B. (2015). *Kajian Arsitektural dan Filosofis Budaya Tionghoa pada Kelenteng Jin De Yuan, Jakarta* (Doctoral dissertation, Bandung Institute of Technology).
- Castree, N., Kitchin, R., & Rogers, A. (2013). *A dictionary of human geography*. Oxford University Press, USA
- Darmawan, E. (2009). *Ruang publik dalam arsitektur kota*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hantono, D., Sidabutar, Y. F., & Hanafiah, U. I. (2018). Kajian Ruang Publik Kota Antara Aktivitas dan Keterbatasan. *Langkau Betang: Jurnal Arsitektur*, 5(2), 80-86
- Hashem, H., Abbas, Y. S., Akbar, H. A., & Nazgol, B. (2013). Comparison the concepts of sense of place and attachment to place in Architectural Studies. *Malaysia Journal of Society and Space*, 9(1), 107-117.
- Johnson, J., & Larsen, S. C. (2013). A deeper sense of place. *Stories and Journeys of Indigenous-Academic Collaboration*.
- Knapp, R. G. (Ed.). (2019). *China's island frontier: Studies in the historical geography of Taiwan*. University of Hawaii Press.
- Kohl, D. G. (1978). Chinese architecture in the Straits Settlements and Western Malaya.
- Kustedja, S., Sudikno, A., & Salura, P. (2012). Feng-shui: Elemen Budaya Tionghoa Tradisional. *Melintas*, 28(1), 61-89..
- Puspitasari, C. (2015). *Ayo Mengenal Pasar Baru Jakarta*. Jakarta: Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Pancasila.
- Relph, E. (2016). The paradox of place and the evolution of placelessness. In *Place and placelessness revisited* (pp. 20-34). Routledge.
- Saad, A. Sense of Place: Psychological, Phenomenological and Typological Perspectives.
- Shamai, S. (1991). Sense of place: An empirical measurement. *geoforum*, 22(3), 347-358.