

PENERAPAN TEORI PLACEMAKING PADA REDESAIN PASAR SENI ANCOL

Nuraida Damar Larasati¹⁾, Priscilla Epifania Ariaaji^{2)*}

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta
nuraida.315200102@stu.untar.ac.id

²⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta
priscillae@ft.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi: priscillae@ft.untar.ac.id

Masuk: 29-06-2024, revisi: 05-10-2024, diterima untuk diterbitkan: 10-10-2024

Abstrak

Pasar Seni adalah tempat di mana produsen dan konsumen bertemu untuk bertransaksi hasil karya seni. Dalam konteks pariwisata, pasar seni menggabungkan atraksi, fasilitas, dan akomodasi serta berperan sebagai tempat pemasaran seni melalui peragaan, penjualan, pameran, dan pertunjukan. Salah satu Pasar Seni yang terdapat di Jakarta adalah Pasar Seni Ancol, yang terletak di Jakarta Utara. Namun, Pasar Seni Ancol menghadapi tantangan signifikan akibat globalisasi dan perubahan zaman, menyebabkan penurunan jumlah pengunjung dan seniman yang aktif. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dalam bentuk survey g-form yang ditujukan kepada masyarakat umum untuk mengetahui apa minat dan keinginannya terhadap kesenian. Selain itu, dilakukan wawancara terhadap beberapa ahli seperti seniman dan pengrajin di kawasan objek penelitian untuk menambah wawasan mengenai konteks Pasar Seni Ancol. Penelitian ini juga didukung dengan metode studi kasus mengenai Pasar Seni Ancol di Indonesia, pengumpulan kriteria berdasarkan teori placemaking, dan penelitian kualitatif sebagai pendekatan arsitektur. Ditemukan bahwa Pasar Seni Ancol memiliki potensi menjadi kawasan yang aktif kembali dalam kegiatan seni yang mencerminkan perpaduan seni kontemporer dan ruang terbuka. Bangunan di distrik seni ini dirancang dengan konsep terbuka, menyediakan galeri fleksibel, ruang terbuka, dan program residensi seniman. Dengan desain yang mengintegrasikan elemen fungsional dan estetika, serta ruang interaktif yang mendorong partisipasi publik, Pasar Seni Ancol akan menjadi distrik seni yang merayakan kreasi dan apresiasi seni.

Kata kunci: ruang luar publik; pasar seni ancold; *placemaking*; wisata kota

Abstract

An Art Market is a place where producers and consumers meet to transact art. In the context of tourism, an art market combines attractions, facilities and accommodation and acts as a place to market art through demonstrations, sales, exhibitions and performances. One of the Art Markets in Jakarta is Ancol Art Market, located in North Jakarta. However, Ancol Art Market faces significant challenges due to globalization and changing times, causing a decline in the number of visitors and active artists. This study uses a quantitative method in the form of a g-form survey aimed at the general public to find out what their interests and desires are for the arts. In addition, interviews were conducted with several experts such as artists and craftsmen in the research object area to gain insight into the context of the Ancol Art Market. This research is also supported by a case study method regarding Ancol Art Market in Indonesia, criteria collection based on placemaking theory, and qualitative research as an architectural approach. It was found that Ancol Art Market has the potential to become a re-active art district that reflects the fusion of contemporary art and open space. The buildings in this art district are designed with an open concept, providing flexible galleries, open spaces, and artist residency programs. With a design that integrates functional and aesthetic elements, as well as interactive spaces that encourage public participation, Ancol Art Market will be an art district that celebrates the creation and appreciation of art.

Keywords: public outdoor space; ancold art market; *placemaking*; urban tourism

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu cara untuk meningkatkan identitas suatu kawasan adalah dengan menarik kembali minat masyarakat melalui berbagai sektor, termasuk pariwisata. Provinsi DKI Jakarta memiliki banyak sekali tempat wisata dengan berbagai macam program, terutama di bidang seni. Salah satu jenis pariwisata tersebut adalah wisata Pasar Seni, yang merupakan sarana kegiatan untuk memasarkan hasil karya seni melalui penjualan, peragaan, pameran, dan pertunjukan. Jakarta memiliki salah satu Pasar Seni yang terletak di kawasan Ancol, Jakarta Utara.

Sejarah Awal Pasar Seni Ancol

Pada tahun 1975 terjadi kegiatan Pasar Seni yang berlangsung selama tiga hari kemudian menjadi tujuh hari setiap bulan. Setelah terbukti bahwa Pasar Seni memiliki daya tarik yang makin meningkat baik bagi para pengunjung maupun para seniman sendiri, maka dibangun sebuah kompleks permanen untuk menampung kegiatan para seniman dan pengrajin tersebut. Sejak Desember 1977, setelah diresmikan oleh Gubernur Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta, berpuluh-puluh seniman dan pengrajin dari seluruh pelosok tanah air secara bergilir menempati satu di antara 114 kios di Pasar Seni. Toko-toko yang menjual berbagai macam barang dan restoran atau warung juga tersedia di Pasar Seni. Tujuan utama pendirian Pasar Seni sendiri adalah untuk menyediakan tempat bagi para seniman Indonesia memamerkan dan menjual karya-karya mereka, sekaligus menjadi pusat kebudayaan dan seni di Jakarta. Pada awalnya, Pasar Seni Ancol dirancang sebagai tempat berkumpulnya para seniman dari berbagai bidang seni seperti lukisan, patung, kerajinan tangan, dan seni pertunjukan. Pasar Seni juga sering menjadi lokasi berbagai pameran seni, pertunjukan musik, dan kegiatan budaya lainnya yang menarik minat banyak orang. Sebagai wadah kreatif, Pasar Seni Ancol membantu mempromosikan karya-karya seniman lokal dan menjadi tempat penting bagi perkembangan seni dan budaya di Jakarta.



Gambar 1. Pasar Seni Ancol
Sumber: Data Tempo, 1985



Gambar 2. Peta Map Ancol
Sumber: ancol.com, 2024

Pasar Seni Ancol Sekarang

Saat ini Pasar Seni Ancol masih menjadi sebuah pasar yang menjual barang-barang seni tradisional maupun modern. Namun, dengan keanekaragaman seni yang dijual, keadaan Pasar Seni Ancol mengalami tantangan yang signifikan dan tidak lagi relevan terhadap zaman. Akibat dari globalisasi dan berbagai faktor lainnya, jumlah pengunjung yang datang ke Pasar Seni Ancol terus menurun. Hal ini berdampak pada jumlah seniman yang berkarya di sana, yang sekarang berkurang drastis. Dari sekitar seratus pengrajin dan seniman lokal yang sebelumnya membuka galeri di Pasar Seni Ancol, kini hanya sekitar 40 persen yang masih bertahan. Salah satu masalah utama yang dihadapi Pasar Seni Ancol adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang keberadaan dan pentingnya pasar seni ini. Banyak orang yang tidak mengetahui apa saja kegiatan dan fasilitas yang ditawarkan di sana. Selain itu, munculnya banyak galeri seni di tempat lain juga membuat Pasar Seni Ancol kurang menarik di mata masyarakat. Pihak pengelola Pasar Seni Ancol terus berupaya untuk menghidupkan kembali pasar seni ini. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menggelar kelas kesenian dengan harga yang terjangkau (Prathita, 2020). Pasar Seni Ancol memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai pusat seni dan budaya terkemuka di Jakarta. Pasar Seni Ancol dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi seni yang ramai dan berkontribusi pada perkembangan seni di Indonesia.



Gambar 3. Pasar Seni Ancol
Sumber: Olahan Penulis, 2024

Rumusan Permasalahan

1. Bagaimana cara menyelesaikan permasalahan *placeless place* di Pasar Seni Ancol?
2. Bagaimana menciptakan sebuah pasar seni yang edukatif dan relevan dengan perkembangan seni di dunia?
3. Bagaimana pendekatan *placemaking* dapat membantu Pasar Seni Ancol menghidupkan kawasan seni yang bersinkronasi dengan tren zaman?

Tujuan

Tujuan perancangan Pasar Seni Ancol dengan pendekatan teori *placemaking* adalah untuk mendorong partisipasi aktif dari pengunjung, seniman, dan masyarakat dalam perancangan ruang sehingga menciptakan lingkungan yang inklusif dan interaktif. Pembangunan kawasan Pasar Seni Ancol bertujuan untuk menciptakan ruang publik yang fleksibel dan dapat digunakan untuk berbagai jenis masyarakat dan aktivitas yang terikat dengan kesenian, seperti pameran seni, lokakarya, festival, dan untuk meningkatkan interaksi sosial dan keterlibatan komunitas.

2. KAJIAN LITERATUR

Tema *Placeless Place*

Makna dari "*Place*" sendiri merupakan tempat yang memiliki identitas unik, makna budaya, dan kualitas yang dapat dikenali. Tempat mencakup elemen fisik dan non-fisik, termasuk karakteristik lingkungan sekitarnya, sejarahnya, serta nilai-nilai budayanya. Maka dari itu, pengertian dari *placeless place* sendiri merupakan tempat-tempat yang tidak memiliki "*sense of place*", bisa juga disebut dengan tempat atau ruang yang tidak memiliki karakteristik atau identitas yang jelas dan bisa dianggap sebagai tempat yang kekurangan ciri khas untuk membedakan suatu tempat dari tempat lainnya. (Tuan, 1977) *Placeless Place* bisa merujuk pada perubahan sosial atau globalisasi yang membuat beberapa tempat kehilangan identitas atau keunikan budaya mereka, sehingga terasa sebagai tempat yang tidak memiliki ciri khas. Suatu tempat dapat dikatakan "*Placeless*" jika tempat tersebut kehilangan keunikan dan karakteristik lokal yang disebabkan oleh perubahan bentuk fisik dan sosial suatu tempat, efek globalisasi, modernisasi, dan perkembangan urbanisasi yang cepat. (Relph, 1976)

Pasar Seni

Pasar seni adalah tempat jual beli dan bertemunya produsen dan konsumen dengan barang atau jasa yang ditawarkan berupa berbagai hasil karya seni. Sebaliknya, tempat wisata memiliki aspek atraksi, amenitas, dan akomodasi. (T.A.K, Pudianti, & Vitasurya, 2021) Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Pasar memiliki arti tempat orang berjual beli; pekan; kekuatan penawaran dan permintaan, tempat penjual yang ingin menukar barang atau jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang atau jasa. Seiring perkembangan jaman istilah pasar memiliki arti luas seperti pasar swalayan, pasar ekspor, pasar seni. Pasar seni merupakan sarana kegiatan pelayanan dalam usaha pemasaran hasil karya seni, melalui promosi, peragaan, penjualan, pameran dan pertunjukan. Pasar seni sendiri berawal dari konsep "*Art Center*" yang lebih dulu dikenal di negara-negara Eropa yang telah mempunyai kebudayaan juga peradaban kesenian yang cukup tinggi (Universitas Komputer Indonesia). Pasar Seni Ancol, yang terletak di Jakarta Pusat, mengalami penurunan kualitas sebagai tujuan wisata seni di Jakarta. Salah satu faktor utamanya adalah kurang menariknya kualitas visual dan perlu direvitalisasi dari segi arsitektur dan kawasan.

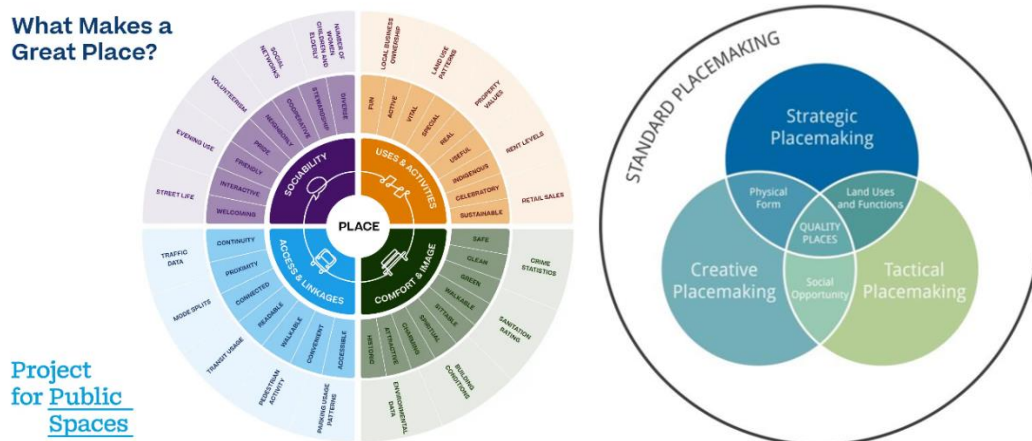
Redesain

Menurut teori Helmi, A. (2008), redesign didefinisikan sebagai proses di mana suatu karya direncanakan kembali untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara menurut John, M., redesign adalah aktivitas merancang ulang bangunan dengan tujuan mengubahnya secara fisik tanpa

mengubah fungsinya, seperti melalui perluasan, modifikasi, atau bahkan pemindahan lokasi. Dalam proyek ini, kegiatan redesain bertujuan untuk menyesuaikan objek bangunan dengan kebutuhan baru, baik secara keseluruhan maupun hanya pada bagian tertentu, seperti fasad, tanpa mengubah sebagian besar fungsi kawasan. Proses redesain arsitektur seringkali dimulai dengan evaluasi menyeluruh terhadap bangunan yang ada, termasuk identifikasi kekurangan atau kelemahan yang perlu diperbaiki. Redesain melibatkan peninjauan ulang desain, struktur, tata letak, material, dan fungsi bangunan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, estetika, fungsionalitas, atau efisiensi (Ching, 2014). Redesain arsitektur bisa terjadi karena berbagai alasan, seperti perubahan kebutuhan pengguna, pembaruan teknologi, perubahan regulasi, atau perbaikan atas masalah yang ada. (Watson, 2001)

Teori *Placemaking*

Placemaking mulai dikenal sebagai cara untuk meningkatkan kualitas berbagai tempat di suatu lingkungan, dan dengan demikian, komunitas dan wilayah di mana tempat-tempat tersebut berada. (PPS, 2007) Proses *placemaking* tidak hanya menekankan pada desain urban yang lebih baik, tetapi juga pada pola penggunaan kreatif, melibatkan warga dalam bagaimana ruang publik mereka terlihat, dirasakan, dan dioperasikan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan keterikatan sosial, keamanan, dan kenyamanan, serta menciptakan tempat-tempat yang fungsional dan menarik bagi komunitas setempat. *Placemaking* yang digunakan dalam perancangan ini merupakan *placemaking* yang berfokus pada upaya pembentukan kawasan urban yang kreatif. (Francis, 2001)



Gambar 4. Tipe dan Kriteria Placemaking
Sumber: pps.org, 2007

Dalam *creative placemaking*, mitra dari sektor publik, swasta, nirlaba, dan komunitas secara strategis membentuk karakter fisik dan sosial dari sebuah lingkungan, kota, kota, atau wilayah di sekitar kegiatan seni dan budaya. (PPS, 2007) Penataan ruang kreatif menghidupkan ruang publik dan privat, meremajakan struktur dan lanskap jalan, meningkatkan kelangsungan bisnis lokal dan keamanan publik, serta menyatukan berbagai orang untuk merayakan, menginspirasi, dan terinspirasi." Sering kali, tujuan *Creative Placemaking* adalah melembagakan seni, budaya, dan pemikiran kreatif dalam semua aspek lingkungan binaan. Pasar Seni Ancol menggunakan kriteria *placemaking* yang berfokus pada sosiabilitas, pengguna dan aktivitas dalam menentukan kebutuhan program ruang sehingga relevan dengan keperluan masyarakat sekarang. (Markusen, 2010) Menurut kriteria sosiabilitas, Pasar Seni Ancol memiliki potensi menjadi sebuah *place* dengan identitasnya sebagai kawasan yang kooperatif dan memiliki satu kesatuan dalam kegiatan seni.

3. METODE

Metode Penelitian

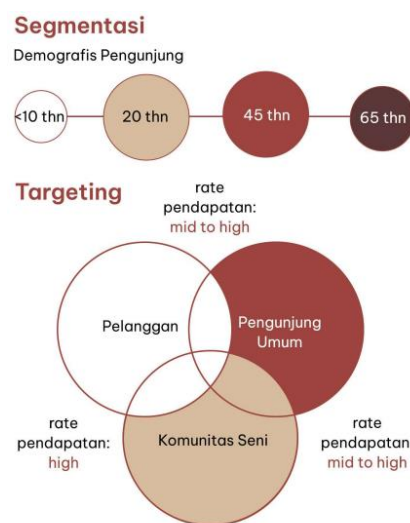
Studi ini menggunakan metode kuantitatif dalam bentuk survey g-form yang ditujukan kepada masyarakat umum untuk mengetahui apa minat dan keinginannya terhadap kesenian. Selain itu, dilakukan wawancara terhadap beberapa ahli seperti seniman dan pengrajin di kawasan objek penelitian untuk menambah wawasan mengenai konteks Pasar Seni Ancol. Penelitian ini juga didukung dengan metode studi kasus mengenai Pasar Seni Ancol di Indonesia, pengumpulan kriteria berdasarkan *teori placemaking*, dan penelitian kualitatif sebagai pendekatan arsitektur.

Metode Teori *Placemaking*

Metode Teori *Placemaking* digunakan untuk menentukan kriteria pada pengguna dan kawasan eksisting. Kriteria pada pengguna digunakan dengan tujuan untuk menemukan program yang tepat dan memenuhi kebutuhan komunitas seni, sedangkan analisis pada eksisting kawasan bertujuan untuk menemukan aspek-aspek sifat pembentuk karakter kawasan dan komponen-komponen fisik eksisting yang masih bisa dipertahankan dan akan diperbarui menyesuaikan perkembangan dan kerelevanan terhadap zaman.

4. DISKUSI DAN HASIL

Pasar Seni Ancol memiliki makna dan karakter kawasan yang berpotensi kembali menjadi sebuah *place*. Menurut teori *placemaking*, Pasar Seni Ancol memiliki potensi jika lebih memahami kebutuhan komunitas seni di sekitar kawasan sehingga kawasan tidak salah dalam menargetkan pengunjung. Maka dari itu, dilakukan segmentasi terhadap pengunjung di Pasar Seni Ancol.



Gambar 5. Segmentasi dan Target Pengunjung

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Menurut teori *placemaking*, tempat-tempat yang berhasil adalah yang mampu memahami dan memenuhi kebutuhan komunitas di sekitarnya. Dalam konteks Pasar Seni Ancol, hal ini berarti memahami kebutuhan komunitas seni lokal dan menciptakan ruang yang mendukung aktivitas mereka. Dengan melakukan segmentasi terhadap pengunjung, Pasar Seni Ancol dapat menargetkan dan menarik pengunjung yang tepat, yaitu mereka yang tertarik dan terlibat dalam seni. Ini tidak hanya akan meningkatkan relevansi dan daya tarik kawasan, tetapi juga memperkuat identitas dan karakter unik Pasar Seni Ancol sebagai pusat kegiatan seni.

Pendekatan ini selaras dengan prinsip-prinsip placemaking yang menekankan pentingnya keterlibatan komunitas dan penggunaan ruang yang kreatif untuk menciptakan tempat-tempat yang fungsional, menarik, dan berarti bagi masyarakat setempat. Pengunjung dan penikmat seni yang datang ke Pasar Seni Ancol diantaranya merupakan golongan masyarakat dengan rentang usia 20 tahun (Generasi Z) hingga 45 tahun (Generasi Baby Boomer). Target pengunjung sebagai pembeli karya seni merupakan pengunjung umum, pelanggan tetap seperti kolektor dan komunitas seni.

Komunitas

Art Academy

(Kursus Seni musik, art digital, melukis dan kerajinan keramik untuk anak-anak) PSA

North Art Space

(Komunitas yang mengapresiasi seni lewat pameran seni) PSA

Joko Kisworo

(Sanggar lukis) PSA

Imam Subekti

(lukis wajah *on the spot*) PSA

Komunitas Galeri Salihara

(Komunitas eksplorasi lukisan, trimatra, multimedia dan seni rupa kontemporer)
Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan

Komunitas Galeri Salihara

(Komunitas eksplorasi lukisan, trimatra, multimedia dan seni rupa kontemporer)
Ps. Minggu, Kota Jakarta Selatan

Komunitas Utan Kayu

(Komunitas yang mendukung kebebasan khususnya politik dan bidang kesenian)
Jl. Utan Kayu No. 68H Jakarta

Yun Artified Community Art Center

(Edukasi bidang seni rupa)
Kec. Penjaringan, Jkt Utara

Sanggar Komunitas Tujuh

(Sanggar seni peran, pantomim, storytelling, ekskur teater dan galeri)
Klender, DKI Jakarta

Derian Arts Project

(Sanggar lukis)
Jakarta Utara

Gambar 6.. Komunitas Seni di Jakarta

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Pasar Seni Ancol memiliki beberapa komunitas seni di dalamnya. Sebagian komunitas tersebut merupakan komunitas seni komersial yang berfokus untuk menjual karya seni, menyediakan jasa khusus berkreasi seni dan kerajinan.

Menurut teori *placemaking*, tempat yang berhasil adalah yang mampu mengakomodasi dan mendukung aktivitas serta kebutuhan komunitas setempat. Dalam hal ini, komunitas seni komersial di Pasar Seni Ancol memainkan peran penting dalam menghidupkan kawasan melalui kegiatan seni yang interaktif dan berorientasi pada komunitas.

Tabel 1. Klasifikasi Komunitas Seni di Jakarta

		Jakarta Utara	Jakarta Pusat	Jakarta Barat	Jakarta Timur	Jakarta Selatan
Target	Low	-	4	1	-	-
	Mid	3	5	3	6	9
	High	2	-	1	-	1
Owner	Swasta	1	2	2	3	3
	Pemda	1	5	-	3	3
	Pribadi	4	2	3	-	1
Konsep	Tradisional	1	4	2	6	3
	Modern	2	3	2	1	8
	Kontemporer	2	5	2	1	5
Jenis	Pameran	3	8	4	4	10
	Pementasan	1	2	1	1	1
	Workshop	2	1	-	1	-
Tipe	Publik	2	9	4	6	8
	Private	3	-	1	-	2

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, Jakarta Utara merupakan kawasan yang paling sedikit dalam melakukan kegiatan pameran dan pagelaran seni padahal Pasar Seni Ancol merupakan kawasan yang cukup besar dengan luas tanah 4,25 ha. Kawasan Jakarta Utara juga merupakan kawasan paling minim yang memiliki galeri seni yang menjual karya seni tradisional.

Teori *placemaking* menekankan pentingnya pemanfaatan ruang publik yang ada untuk menghidupkan kembali kawasan melalui aktivitas seni dan budaya. Dengan luas dan potensi yang dimiliki, Pasar Seni Ancol dapat menjadi pusat kegiatan seni yang lebih dinamis dan beragam, serta mengisi kekosongan dalam penyediaan ruang bagi pameran dan pagelaran seni di Jakarta Utara. Menurut teori *placemaking*, menciptakan tempat yang berhasil melibatkan pengembangan ruang yang mendukung interaksi sosial, ekspresi budaya, dan aktivitas komunitas. Pasar Seni Ancol dapat menjadi katalisator untuk meningkatkan kegiatan seni di Jakarta Utara dengan menyediakan fasilitas untuk galeri seni, pameran, dan pagelaran seni tradisional dan kontemporer.

Konteks

Pasar Seni Ancol berpotensi menjadi salah satu distrik seni berskala global yang ada di Jakarta dengan program program kesenian seperti pameran, pagelaran, perhelatan karya, lokakarya, dan kegiatan seni lainnya. Pasar Seni Ancol dapat menjadi salah satu wadah untuk para komunitas seniman lokal dan internasional berdiskusi dalam program residensi untuk menghasilkan sebuah karya seni yang bernilai.

Tabel 2. Klasifikasi Residensi Seniman di Kota-Kota Besar di Indonesia

Nama	Langgeng Art Space Foundation	Lawangwangi Jendela Ide	AIR (Artist Inn Residency)
Lokasi	Yogyakarta	Bandung	Bali
Program	1. Residensi 2. Pameran 3. Pagelaran 4. Diskusi Komunitas	1. Residensi 2. Pameran 3. Pagelaran 4. Diskusi Publik 5. Lokakarya 6. Restoran	1. Residensi 2. Pameran 3. Pagelaran 4. Diskusi 5. Lokakarya 6. Restoran, dll.
Jenis Seni	Seni Rupa Kontemporer	Seni Kolaboratif	Seni Kolaboratif
			

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Konsep

Kawasan Pasar Seni Ancol memiliki beberapa komponen yang dapat dipertahankan seperti vegetasi eksisting dan axis terhadap kawasan. Upaya meredesain dalam mempertahankan vegetasi dan axis adalah dengan menggunakan konsep *clustering* pada perancangan kawasan sehingga pola massa mengikuti jejak vegetasi. Massa bangunan juga dibuat dengan bentuk dasar lingkaran yang merupakan representasi makna seni baru yang kontras dari bentuk massa sebelumnya. Konsep tersebut kembali diperkuat melalui program *Art-Forest* dimana pengunjung dapat mengapresiasi karya seniman dalam berkreasi dan mengoleksi karya tersebut.

Konten

Ancol Creative Art Space mencerminkan perpaduan antara seni kontemporer dan elemen alam juga semangat berkreasi yang pernah ada di Pasar Seni Ancol, menciptakan ruang yang menarik dan fungsional untuk berbagai kegiatan seni. Bangunan-bangunan di distrik seni ini dirancang dengan konsep terbuka dan ramah lingkungan, menggunakan bahan-bahan alami serta teknologi hijau. Galeri-galeri fleksibel akan menjadi tempat pameran permanen dan sementara dan ruang terbuka digunakan untuk instalasi seni publik. Program residensi seniman akan dilengkapi dengan studio-studio pribadi dan bersama, yang dirancang untuk menginspirasi kolaborasi dan inovasi. Area residensi ini juga akan memiliki fasilitas pendukung seperti tempat tinggal, ruang diskusi, dan area berkumpul, memastikan kenyamanan dan produktivitas para seniman.

Selain itu, *Ancol Creative Art Space* akan menjadi tuan rumah perhelatan seni berskala global, menarik kolektor dan kurator, dilengkapi dengan ruang pameran khusus untuk karya-karya yang akan dilelang. Dengan desain yang mengintegrasikan elemen-elemen fungsional dan estetika, *Ancol Creative Art Space* akan menjadi distrik seni yang tidak hanya berfokus pada kreasi dan apresiasi, tetapi juga merayakan karya seni melalui program-program yang ada. Ruang-ruang yang interaktif dan adaptif akan mendorong partisipasi publik, menciptakan pengalaman seni yang mendalam dan menyeluruh bagi pengunjung dari segala usia.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pasar Seni Ancol memiliki potensi besar untuk dihidupkan kembali sebagai pusat seni yang dinamis dan relevan melalui pendekatan *placemaking*. Dengan memahami kebutuhan komunitas seni lokal dan menargetkan pengunjung yang tepat, Pasar Seni Ancol dapat menarik berbagai kelompok masyarakat, termasuk kolektor seni dan komunitas seni. Meskipun Jakarta Utara minim kegiatan seni dan galeri, luas lahan 4,25 hektar dari Pasar Seni Ancol bisa dimanfaatkan untuk menjadi distrik seni berskala global. Rencana redesain melibatkan mempertahankan vegetasi dan *axis* eksisting dengan konsep *clustering*, serta mengadopsi bentuk bangunan yang inovatif. Pasar Seni Ancol akan menjadi sebuah distrik seni baru bernama *Ancol Creative Art Space* yang akan menggabungkan seni kontemporer dan program pasar seni berskala global, menjadikannya destinasi seni yang menarik bagi pengunjung dari segala usia.

Saran

Untuk redesain Pasar Seni Ancol disarankan agar perancangan dapat mencerminkan perpaduan antara modernitas dan makna kawasan yang sudah terbentuk sebelumnya tanpa menghilangkan konsep alam yang terbuka. Fasilitas seperti studio seniman pribadi dan bersama, serta tempat tinggal, ruang diskusi, dan studio lokakarya harus disediakan. Aula lelang bisa menjadi pusat pelelangan seni berskala global. Dengan desain fungsional dan estetis, Pasar Seni Ancol dapat menjadi distrik seni yang bisa merayakan kreasi dan apresiasi seni serta mendorong partisipasi publik untuk memiliki pengalaman seni yang baru.

REFERENSI

- Ching, F. D. (2014). *Architecture: Form, Space, and Order* (4th ed.). In F. D. Ching. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Frampton, K. (1983). *Modern in Denver*. Retrieved January 21, 2024, from Modern in Denver Web site: <https://modernindenver.com/wp-content/uploads/2015/08/Frampton.pdf>
- Francis, M. (2001). A Case Study Method for Landscape Architecture. *Landscape Journal*, 15-29.

- Kumparan. (2023, July 3). *Pasar Seni Ancol: Daya Tarik, Lokasi, Harga Tiket, dan Jam Buka*. Retrieved January 11, 2024, from Jendela Dunia: <https://kumparan.com/jendela-dunia/pasar-seni-ancol-daya-tarik-lokasi-harga-tiket-dan-jam-buka-20ibBd4qL37/full>
- Markusen, A. &. (2010). *Creative Placemaking*. Washington DC: National Endowment for the Arts.
- Misdy, M., & Harry. (2007, November 6). *Sejarah Pasar Seni*. Retrieved January 11, 2024, from Blogspot Web site: <https://pasarseniancol.blogspot.com/2007/11/sejarah-pasar-seni.html>
- Murdaningsih, D. (2019, Agustus 9). *Pasar Seni Ancol Diaktifkan Kembali, Ini Agenda Istimewanya*. Retrieved January 11, 2024, from Republika: <https://news.republika.co.id/berita/pyyq9j368/pasar-seni-ancol-diaktifkan-kembali-ini-agenda-istimewanya>
- Park, J., & Antonius, W. (2019, November 30). *Respon Seniman dan Pengunjung Pasar Seni Ancol*. Retrieved January 11, 2024, from Academia: https://www.academia.edu/41560936/Respon_Seniman_dan_Pengunjung_Pasar_Seni_Ancol
- PPS. (2007). *What is Placemaking?* Retrieved July 10, 2024, from Project for Public Spaces: <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>
- Prathita, N. (2020). *PERANCANGAN PROMOSI OBJEK WISATA PASAR SENI TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL*. Retrieved January 11, 2024, from Repository Telkom University: <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/158992/perancangan-promosi-objek-wisata-pasar-seni-taman-impian-jaya-ancol.html>
- Relph, E. (1976). Place and Placelessness. In E. Relph, *Place and Placelessness*. London: Pion.
- T.A.K, A. R., Pudianti, A., & Vitasurya, V. (2021, July). *Jurnal Terapan Abdimas*. Dipetik January 11, 2024, dari e-journal.unipma.ac.id: <http://e-journal.unipma.ac.id/index.php/JTA/article/view/9181/3500>
- Tuan, Y. F. (1977). The Perspective of Experience. In *Space and Place*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Universitas Komputer Indonesia. (n.d.). BAB II. PASAR SENI ANCOL TAMAN IMPIAN. 5.
- Watson, D. &. (2001). Time-Saver Standards for Architectural Design Data (7th ed.). In D. &. Watson, *Time-Saver Standards for Architectural Design Data (7th ed.)*. New York: McGraw-Hill.