

PERANCANGAN RUANG PUBLIK KREATIF DI DUTA MAS FATMAWATI

Verrel Moalim¹⁾, Samsu Hendra Siwi²⁾

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, verrelmoalim15@gmail.com

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

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

Abstrak

Pada tahun 2000-an kawasan Duta Mas Fatmawati merupakan kawasan yang "hidup" dan ramai pengunjung, namun sekarang kondisinya terlihat sepi. Banyak ruko-ruko yang terbengkalai dan ditinggalkan oleh penghuninya. Beberapa hal yang mempengaruhi kondisi ini salah satunya adalah dibangunnya stasiun dan lintasan MRT pada tahun 2013. Pembangunan ini menyebabkan akses menjadi sulit karena banyak jalan yang harus ditutup selama proses pembangunan sehingga menimbulkan kemacetan dan sulit mendapatkan parkir. Hal ini menyebabkan minat pengunjung menjadi hilang. Setelah selesainya pembangunan MRT pun kawasan Duta Mas Fatmawati masih belum menunjukkan peningkatan yang signifikan. Banyak hal mempengaruhinya seperti daerah yang gersang dan kurang penghijauan, jalan yang berlubang akibat bekas pembangunan dan sering terjadi kemacetan serta banjir pada titik-titik tertentu. Diperlukan sebuah intervensi skala kecil menggunakan metode akupunktur perkotaan yang mampu menyelesaikan masalah lingkungan selain itu juga menjadi daerah resapan air yang berupa ruang publik kreatif yang memanfaatkan MRT dan banyaknya titik pemberhentian bus pada daerah Duta Mas Fatmawati. Keberadaan ruang publik kreatif ini tentunya selain menyelesaikan masalah yang ada pada kawasan Duta Mas Fatmawati juga menjadi atraktor yang dapat menarik wisatawan dari daerah lain dan tentunya dapat mewadahi dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Kata kunci: Akupunktur Perkotaan; Ruang Publik Kreatif; Ritel.

Abstract

In the 2000s the Duta Mas Fatmawati area was a "live" area and crowded with visitors, but now it looks deserted. Many shophouses are abandoned and abandoned by their residents. Several things that affect this condition, one of which is the construction of MRT stations and tracks in 2013. This development makes access difficult because many roads have to be closed during the construction process, causing congestion and difficulty in getting parking. this causes the interest of visitors to be lost. Even after the completion of the MRT construction, the Duta Mas Fatmawati area has not shown a significant increase. Many things affect it, such as arid areas and lack of greenery, roads with potholes due to former construction and frequent traffic jams and floods at certain points. A small-scale intervention using the urban acupuncture method is needed that is able to solve environmental problems while also being a water catchment area in the form of a creative public space that utilizes the MRT and the many bus stop points in the Duta Mas Fatmawati area. The existence of this creative public space, of course, in addition to solving existing problems in the Duta Mas Fatmawati area, is also an attraction that can attract tourists from other areas and of course can accommodate and improve the economy of the surrounding community.

Keywords: Urban Acupuncture; Creative Public Space; Retail

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada pertengahan tahun 2000-an Kawasan Duta Mas Fatmawati merupakan salah satu kawasan yang menjadi pilihan terbaik apabila ingin mengurus masalah finansial, perbankan, jasa *tour* dan *travel* serta layanan perjalanan haji dan umrah dan yang paling terkenal dan ikonik adalah pusat onderdil dan suku cadang mobil, daerah ini dulunya terkenal sebagai tempat untuk mencari agen *travel* dan perjalan haji dan umrah (blok C2). Selain itu, Daerah Duta Mas Fatmawati juga dikenal sebagai pusat onderdil dan suku cadang yang paling lengkap di Jakarta Selatan, namun pada tahun 2019 pusat onderdil dan suku cadang harus digusur dan para penghuni dipindahkan ke Blok M karena akan dibangun apartemen.

Kawasan Duta Mas Fatmawati dikembangkan oleh Sinar Mas Land kawasan ini telah berdiri sejak tahun 1990-an yang berkonsep kawasan perkantoran dan pertokoan yang beroperasi di berbagai bidang seperti perbankan (Blok A1), finansial (Blok B2 dan C1), agen *tour* dan *travel* serta layanan perjalanan haji dan umrah (Blok C2) dan pusat onderdil dan suku cadang. Namun hari demi hari kawasan ini semakin sepi dimulai dari 2013 pada saat proyek pembangunan MRT fase 1, akibatnya adanya penyempitan jalan yang menyebabkan kawasan menjadi macet, jalanan menjadi rusak karena banyak dilalui oleh alat berat dan banyak penduduk sekitar yang mengeluh akan polusi yang ditimbulkan oleh pembangunan. Setelah MRT selesai pada 2019 kawasan Duta Mas Fatmawati mendapatkan angin segar kembali karena terdapat Stasiun Haji Nawi yang berjarak kurang lebih 600 meter dengan waktu tempuh sekitar 6 menit.

Pada 2019 Sinar Mas Land berencana untuk mengubah kawasan onderdil dan suku cadang menjadi apartemen dan akhirnya pada September 2019 kawasan onderdil dan suku cadang resmi dipindahkan ke Blok M basement Lt.2, hal ini berdampak besar pada kepadatan Duta Mas Fatmawati karena sektor onderdil merupakan salah satu yang teramai di kawasan Duta mas Fatmawati hal ini diperparah lagi dengan pandemi covid-19 yang mengharuskan sistem kerja WFH yang membuat kawasan Duta Mas Fatmawati semakin sepi dari penyewa. Daerah Duta Mas Fatmawati memerlukan sebuah atraktor baru melalui Intervensi skala kecil dengan menggunakan metode akupunktur perkotaan agar mampu menyelesaikan masalah lingkungan serta menjadi daerah resapan air yang berupa ruang publik kreatif yang memanfaatkan MRT dan banyaknya titik pemberhentian bus pada daerah Duta Mas Fatmawati. Ruang publik kreatif ini tentunya selain menyelesaikan masalah kawasan juga menjadi atraktor yang dapat mawadahi dan meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar.

Rumusan Permasalahan

Berdasarkan Identifikasi permasalahan yang telah dipaparkan ,maka permasalahan dapat dirumuskan ke dalam poin-poin yang menjadi fokus utama dalam penelitian:

Bagaimana cara menghidupkan kembali kawasan Duta Mas Fatmawati?

Apa program ruang yang cocok dan mampu menghidupkan kembali kawasan Duta Mas Fatmawati?

Tujuan dan Sasaran

Tujuan

Setiap proyek tentunya memiliki tujuan dan sasaran yang ingin dicapai, dan tujuan dari proposal ini meliputi:

- a. Menghidupkan kembali Kawasan yang mulai ditinggalkan melalui metode intervensi akupunktur perkotaan.
- b. Menghadirkan sebuah kegiatan yang bersifat atraktor agar kawasan menjadi lebih hidup dan agar dapat mawadahi kebutuhan warga sekitar dan memenuhi kebutuhan akan ruang publik.

Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai dari proyek ini adalah terbentuknya sebuah ide atau pemikiran berdasarkan dari analisis yang nantinya menjadi pedoman bagi perancangan ruang publik kreatif di Duta Mas Fatmawati. Pemilihan program ruang yang optimal dapat menjadi wadah yang dapat menampung seluruh kegiatan yang ada pada kawasan Duta Mas Fatmawati.

2. KAJIAN LITERATUR

Ruang Publik Kreatif

Secara sederhana, ruang publik adalah ruang terbuka yang letaknya berada di luar suatu bangunan, meliputi: jalan, alun-alun, taman kota, dan lain-lain (S. Carr, Francis, Rivlin, dan Stone, 1992). Ruang bersama dapat menampung berbagai kegiatan masyarakat baik secara perorangan maupun kelompok (Mulindari, 2011). Ruang publik adalah ruang yang tercipta di antara bangunan (Krier, 1979). Senada dengan pernyataan tersebut, ruang publik berfungsi sebagai sarana yang mengakomodasi pergerakan manusia, berpindah dari satu bangunan ke bangunan lainnya atau dari satu tempat ke tempat lainnya (Hakim dan Utomo, 2003). Ruang publik memiliki dua fungsi utama, yaitu: fungsi sosial dan fungsi ekologis. Sebagai fungsi sosial, ruang publik harus menjadi tempat yang dapat menampung berbagai kegiatan, antara lain: olah raga, komunikasi, rekreasi, area permainan, menjadi pemisah antar bangunan, dan lain-lain (Hakim dan Utomo, 2003).

Selain fungsinya sebagai ruang pertemuan, interaksi, dan kegiatan sosial lainnya, ruang publik memiliki fungsi lain yang terkadang tidak diperhatikan dan sering diabaikan. Padahal, manfaat tersebut dapat memberikan dampak yang dapat meningkatkan kualitas hidup warga sekitar. Salah satunya, ruang publik sebenarnya bisa menjadi bisnis atau pekerjaan yang menguntungkan jika dimanfaatkan, dipelihara, dan dikelola secara kreatif.

Dalam perancangan ruang publik kreatif ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan ruang publik kurang diminati oleh masyarakat. Faktor tersebut dipengaruhi oleh banyak hal baik berasal dari dalam maupun ancaman/gangguan dari luar. Faktor dari dalam seperti kurangnya aktivitas yang ada pada ruang publik tersebut, pola atau sirkulasi yang tidak nyaman dan kurangnya tempat untuk duduk atau berkumpul. Sedangkan faktor dari luar dapat berupa akses yang sulit dicapai karena macet atau tidak terdapat jaringan kendaraan umum yang menuju ke lokasi.

Klasifikasi Ruang publik berdasarkan letaknya (Malingkas, 2015):

Ruang Publik Terbuka

Ruang publik yang terbuka yang letaknya berada di luar dari sebuah bangunan. Dapat dimanfaatkan dan dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas *outdoor* maupun sebagai tempat berkumpul dan melaksanakan acara oleh setiap orang. Contohnya antara lain: *plaza*, jalur pejalan kaki, taman lingkungan, lapangan olah raga, taman kota, , dan lain-lain.

Ruang Publik Tertutup

Tempat-tempat publik yang berada di dalam bangunan dan digunakan untuk kepentingan publik (*public use*) seperti mal, perpustakaan, supermarket, pasar, gedung olahraga (GOR).

Akupunktur Perkotaan

Akupunktur perkotaan adalah teori lingkungan sosial yang menggabungkan desain perkotaan kontemporer dengan metode pengobatan akupunktur tradisional Cina, yang menggunakan intervensi skala kecil yang dampaknya dapat mempengaruhi lingkungan perkotaan secara keseluruhan (Lerner, 2013). Pemilihan lokasi yang sedang "tersumbat" menjadi faktor utama dalam penentu keberhasilan akupunktur perkotaan, lokasi dipilih melalui analisis komprehensif

faktor sosial, ekonomi, budaya, dan ekologi yang dikembangkan melalui dialog antara desainer dan masyarakat sekitar. Sama seperti akupunktur yang bertujuan untuk menghilangkan stres dalam tubuh manusia menggunakan jarum-jarum yang dapat memperpelancar aliran darah, sedangkan akupunktur perkotaan bertujuan untuk menghilangkan stres di daerah perkotaan. Hal ini dapat dicapai dengan mempelajari beberapa lokasi di “tersumbat” secara makro dan mikro berdasarkan aktivitas dan karakteristik daerah dan masyarakat setempat.

Pendekatan dan fokus perhatian dalam konsep akupunktur perkotaan yaitu: *Mixed-use development*; ruang publik sebagai pembentuk kualitas kehidupan di perkotaan; *Solidarity*, perubahan paling mudah berasal dari skala lokal yang dampaknya akan sangat berperan penting bagi kota; *heritage and sustainable issue*, menjadi jawaban untuk masalah akan keberlangsungan sebuah kota serta citra dari kota tersebut; TOD, terdapat transportasi umum yang telah terhubung dengan wilayah lainnya, hal ini tentunya dapat meningkatkan mobilitas dari masyarakat setempat maupun pengunjung dari luar.

Third Place

Third place adalah tempat bagi mereka yang ingin mengobati stres, kesepian dan rasa isolasi. *Third place* berarti tempat untuk sementara melepaskan diri dari rasa jenuh dan penat yang ditimbulkan dari lingkungan pekerjaan maupun rumah, tidak hanya tempat untuk melarikan diri, tetapi juga tempat orang untuk bersantai dan menghibur diri, dan juga untuk menemukan kedamaian di dalamnya. *Third place* dikatakan sebagai ruang informal yang sering disinggahi dengan tujuan untuk berinteraksi (Oldenburg, 1989). Oldenburg mengelompokkan karakteristik *third place* ke dalam 8 ciri, yaitu: ruang yang netral, sama rata, interaksi sosial merupakan aktivitas utama, tempat yang mudah diakses dan fleksibel, memiliki pelanggan tetap/komunitas, sederhana, suasana yang hidup, dan tempat yang letaknya jauh dari rumah (Pozos dan Brewer, 2015).

Pada awalnya, *third place* berkonotasi buruk dan identik dengan gaya hidup yang boros. *Third place* hanya mengacu pada tempat berkumpul seperti kafe. Istilah "*third place*" juga mengacu pada ruang terbuka perkotaan, seperti: lapangan olahraga, plaza terbuka, dan taman kota. Konsep ini juga diartikan sebagai tempat di mana orang dapat berkumpul dengan teman atau kerabat sambil berbincang dan menikmati suasana perkotaan. Oleh karena itu, *third place* juga dikenal sebagai tempat pertemuan yang terbuka dan dapat diakses oleh semua kalangan (Larice dan Macdonald, 2007).

Third place juga merupakan tempat dimana setiap orang adalah sama, tanpa stratifikasi sosial, tanpa kriteria atau pengecualian yang harus dipenuhi untuk menjadi anggota. Seringkali orang memilih teman berdasarkan kedudukan mereka di tempat kerja, serta tingkat sosial mereka, konsep *third place* ada untuk menghilangkan kebiasaan ini dan membuat orang lebih terbuka dengan komunitas di sekitar mereka. Tempat netral yang memberikan ruang bagi pengunjung dan masyarakat sekitar.

Ritel

Ritel adalah sebuah usaha untuk menjual produk atau jasa kepada konsumen baik secara individu atau kelompok yang produknya dapat digunakan konsumsi pribadi atau untuk dijual kembali. Ritel produk adalah bisnis ritel yang menyediakan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Ritel adalah seperangkat kegiatan jual beli yang tujuannya untuk menambah nilai jual dari suatu barang atau jasa yang dijual kepada konsumen baik untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga. Oleh karena itu, konsumen yang menjadi objek yang mengendalikan perekonomian ritel (Levy dan Weitz, 2001).

Secara umum, sifat bisnis ritel adalah menguntungkan pembeli dan penjual. Keuntungan dari keberadaan bisnis retail adalah memudahkan konsumen untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Tanpa ritel, mereka akan kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari karena harus membeli langsung dari produsen. Usaha retail bersifat sebagai jembatan yang menghubungkan antara produsen dan konsumen, terdapat beberapa jenis dari usaha ritel seperti ritel yang menjual barang, menawarkan jasa dan layanan, dan terdapat juga usaha yang menggabungkan keduanya.

Bisnis ritel dapat dibagi menjadi dua kategori berdasarkan cara distribusi kepada konsumen, yaitu (Malingkas, 2015): *Direct selling*/berbasis toko artinya transaksi dilakukan langsung kepada konsumen, konsumen dapat langsung melihat barang yang ingin dibeli. Klasifikasi ini selanjutnya dibagi menjadi dua kategori yaitu toko yang berfokus pada satu jenis barang yang dijual seperti toko elektronik dan toko yang menjual berbagai macam barang seperti toserba dan supermarket. *Indirect selling*/berbasis *online* artinya transaksi dilakukan tanpa bertemu dengan konsumen secara langsung dan tanpa menggunakan toko fisik semua aktivitas jual beli dilakukan secara *online* melalui aplikasi, email, televisi, dan katalog.

Coworking Space

Coworking space pada dasarnya adalah sebuah konsep ruang kerja yang banyak digunakan oleh *startup* atau perusahaan yang masih merintis, hal ini bertujuan untuk menghemat biaya operasional kantor. Secara umum, *coworking space* memberikan kesan *home space* dan didukung oleh berbagai fasilitas pendukung seperti *printer* dan mesin *fotocopy*, jaringan internet, *coffee shop*, perpustakaan dan ruang kerja yang fleksibel. Seiring berjalannya waktu, konsep “bekerja” juga berkembang dengan adanya kebutuhan ruang untuk aktivitas kerja dalam proses pemanfaatan ruang untuk berinteraksi. Dikenal sebagai *coworking space*, konsepnya menggabungkan ruang informal (sosial) dan ruang formal (produktif, fungsional) dengan tujuan untuk membentuk ruang publik yang bersifat semi (Brown, 2017). *Coworking space* seolah memberikan ruang fisik di mana orang dapat bekerja sambil berinteraksi dengan orang lain (bekerja bersama, berbagi pengetahuan, kolaborasi, dll.), dan ruang bersama ini dapat dianggap sebagai aktivitas produktif (Clifton dan Crick, 2016; Merkel, 2015).

Perbedaan mendasar antara ruang kerja bersama dan ruang kantor lainnya adalah adanya aspek komunitas kerja di dalamnya. Jika ada interaksi, maka kolaborasi dan berbagi, komunitas dapat terbentuk, dan kemudian rasa komunitas. Dalam jurnal “Coworking spaces for Entrepreneurship in Sparse Areas: The Case of South Wales” (Anita dan Fauzi, 2015), alasan sebagian orang bergabung dengan *coworking space* adalah karena menawarkan “suasana sosial dan menyenangkan” serta komunitas yang “ramah”.

Studi preseden

M Bloc Space



Gambar 1 & 2. M Bloc Space

Sumber: Archdaily, 2022

Nama Proyek: M Bloc Space

Lokasi: Jl. Panglima Polim No. 37, Melawai, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

Luas Tapak: 6.500 m²

Luas Bangunan: 4.437 m²

M Bloc Space, merupakan ruang publik yang mewadahi kegiatan yang bersifat kreatif. M Bloc Space dibagi menjadi beberapa bagian seperti bagian belakang yang dulunya gudang percetakan uang, kini berubah menjadi Oeang (toko) dan ruang *live music*. Fasad M Bloc Space terbagi menjadi dua bangunan yang disusun pada sisi kiri dan kanan. M Bloc Space mengubah deretan bangunan bekas rumah karyawan Peruri, pada masa 1950-an. Deretan yang dulunya bekas rumah karyawan Peruri itu kini berubah fungsi dan ditempati oleh para pelaku kreatif sebagai tempat sewa berbagai pelaku usaha seperti, sektor kuliner, pakaian, buku, hingga komik lokal.

M Bloc Space sengaja dirancang sebagai tempat pertemuan berbagai bidang kreatif di Indonesia, antara lain musik, film, animasi, komik, kerajinan tangan. Nama M Bloc Space berasal dari kata Blok M. Awalan huruf M pada kalimat M Bloc Space, memiliki arti tersendiri, yang memiliki berbagai makna, M bisa menjadi *Maker, Meal, Millennials, Meetings, Music, Movies*. Sedangkan menurut pemilik M Bloc Space, penamaan Bloc memiliki arti *hub* (pusat aktivitas) atau *network* (jaringan), dan diharapkan dapat menjadi sarana yang dapat mengenalkan masyarakat umum dengan industry kreatif (Surya, 2020).



Gambar 3 & 4. Suasana Deretan Ritel di M Bloc Space
Sumber: Archdaily, 2022

The Nikolsky Rows Public Space



Gambar 5 & 6. The Nikolsky Rows Public Space
Sumber: Archdaily, 2022

Nama Proyek: The Nikolsky Rows Public Space

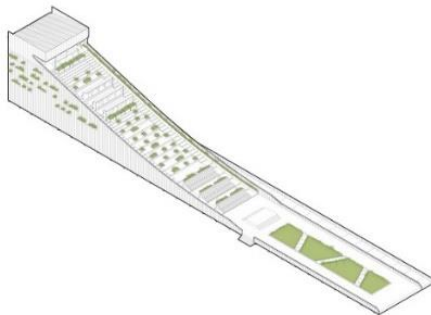
Lokasi: Sankt Peterburg, Russia

Luas Bangunan: 7056 m²

Nikolsky Rows adalah kompleks pasar bersejarah yang terletak di Rusia dengan konsep yang sangat unik. Bangunan yang dulunya rusak dan ditinggalkan mengalami restorasi. Saat ini, kompleks tersebut ditempati oleh sebuah hotel. Pada bagian depan dibuat sebuah area komunal

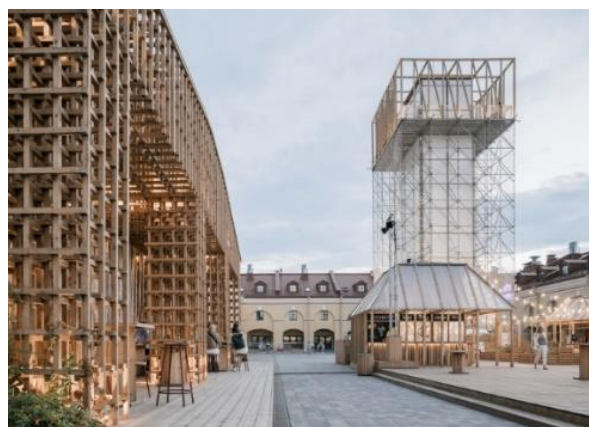
yang bisa digunakan dan diakses oleh semua orang yang kemudian diberi nama Nikolsky Rows Public Space.

Pemilik Gedung Nikolsky memutuskan untuk mengubah halaman pribadi menjadi ruang publik *pop-up* karena pada daerah sekitarnya masih belum banyak ruang publik dimana orang bisa berkumpul dan berinteraksi. Penggunaannya dapat bervariasi sesuai dengan kondisi musim, baik itu musim dingin atau musim panas. Diperlukan sebuah intervensi untuk mengubah fungsinya yang dulu yang berupa pasar menjadi sebuah ruang publik baik dalam hal perubahan tatanan maupun perabotan pada bangunan yang lama. Halaman yang direnovasi memiliki struktur simetris dan ketat, sejalan dengan prinsip-prinsip bangunan neoklasik di sekitarnya. Perabotan juga disesuaikan melalui desain agar dapat menciptakan karakter di setiap musim. Penggunaan kayu secara visual bermaksud untuk menyatukan ruang karena elemen kayu banyak digunakan pada lingkungan sekitar. Semua struktur bersifat sementara dan dapat dirakit atau dibongkar. Di musim panas, *Sliding Hill* dapat dipasang kembali untuk membuat amfiteater yang digunakan untuk tanaman.



Gambar 7 & 8. Sliding Hill Nikolsky Rows Public Space
Sumber: Archdaily, 2022

Ruang rekreasi publik hijau ini menyelenggarakan kegiatan-kegiatan seperti seminar dan pemutaran film terbuka. Fitur yang paling menonjol adalah panggung kayu. Bentuk panggung adalah reinterpretasi dari gaya neoklasik.



Gambar 9. Menara Observasi Nikolsky Rows Public Space
Sumber: Archdaily, 2022

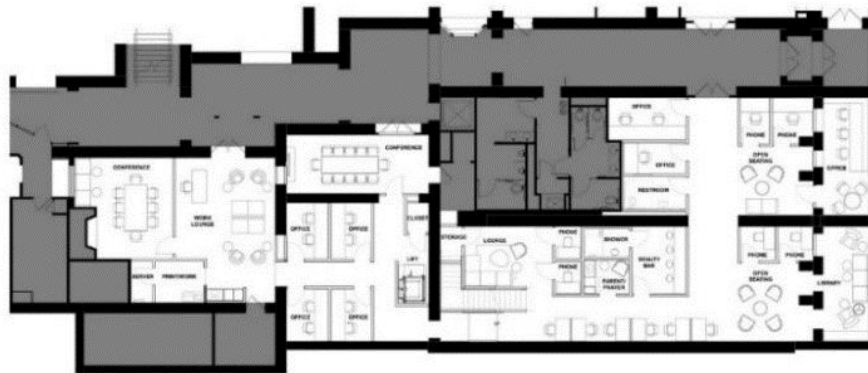
Menara observasi adalah elemen penting lainnya. Menara ini dibangun dengan dilapisi dengan jaring logam putih. Di dalamnya terdapat poros polikarbonat matte yang menyala pada malam hari. Di dalam poros, ada tangga ke dek observasi. Menara ini memperkuat ciri khas dari salah satu distrik paling misterius di St. Petersburg dari sudut pandang baru.

The Coven Coworking space



Gambar 10 & 11. Interior The Coven Coworking space

Sumber: Archdaily, 2022



Gambar 12. Denah The Coven Coworking space

Sumber: Archdaily, 2022

Nama Proyek: *The Coven Coworking space*

Lokasi: Saint Paul, United States

Luas Bangunan: 116000 ft²

Motto Coven coworking space adalah mengubah ruang kerja yang memusingkan dan pergerakannya yang terbatas menjadi lebih menyenangkan dan fleksibel. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberdayakan masyarakat agar dapat bekerja dengan nyaman, menciptakan rasa kebersamaan dan kesetaraan, serta menciptakan tempat yang kondusif bagi masyarakat untuk bekerja secara mandiri maupun berupa kelompok. Bagian resepsionis terbuka dan memanfaatkan langit-langit tinggi, cahaya alami, dan elemen arsitektur. Meja resepsionis khusus dengan interior biru muda menciptakan kesan yang lembut dan menenangkan pada bagian depan. Di pintu masuk The Coven, lantai mosaik khusus logo The Coven diletakkan di lantai. Detail ini bersama dengan perangkat keras khusus dan pencahayaan dekoratif membuat pintu masuk menjadi tempat yang ikonik. Penggunaan warna dan bahan yang beraneka ragam mencerminkan kepribadian anggota dan tamu yang asik dan menyenangkan. perabotan diberi warna dan warna pastel untuk memberikan kesan suasana ceria dan hangat.

Desain ini bertujuan untuk menghubungkan dan menginspirasi pengunjung melalui desain dan seni yang menjadi magnet untuk menarik pengunjung. Pemilihan tekstur dan warna bertujuan untuk memperkuat kesan bangunan bersejarah dan memiliki nilai historis.

Cowork Wayco Ruzafa Extension



Gambar 13 & 14. Interior Cowork Wayco Ruzafa Extension
Sumber: Archdaily, 2022

Nama Proyek: Cowork Wayco Ruzafa Extension

Lokasi: València, Spain

Luas Bangunan: 17114 ft²

Cowork Wayco Ruzafa Extension berkonsep *open space* dimana semua ruangan terbuka dan juga berfokus kearah tengah bangunan, bagian tengah bangunan banyak mengambil elemen-elemen ada pada pada film-film atau bioskop pada jaman dahulu seperti terdapat instalasi besar berbentuk kamera dan alat merekam pada jaman dahulu. Ruang tengah dibuat besar sesuai dengan ruang bioskop dengan galeri di sekitarnya, yang terdiri dari beberapa sub-tingkat.



Gambar 15. Instalasi kamera Lama pada Cowork Wayco Ruzafa Extension
Sumber: Archdaily, 2022

Selain ruang terbuka yang besar, terdapat juga serangkaian ruang kantor pribadi dengan berbagai ukuran, serta ruang rapat dan konferensi video. Selain itu, perancangan ruang ini sangat menekankan pada penawaran berbagai solusi untuk privasi dan istirahat, ruang serbaguna dirancang sebagai titik temu dan pusat dari kegiatan-kegiatan pada *coworking*, diperlakukan seolah-olah itu adalah ruang tamu yang besar, ruang bioskop, ruang untuk tidur siang atau bermain pingpong; atau berbagai sudut yang dilengkapi dengan sofa-sofa untuk menekankan kesan nyaman.

Ruang-ruang menghindari penggunaan plafon dan instalasi yang dapat mempersempit ruang. Hal ini juga dapat dilakukan dengan menghilangkan penutup yang tidak perlu. Pemakaian *skylight* di atap industri, dapat memanfaatkan cahaya alami masuk langsung ke dalam bangunan.

Suasana ruangan di buat konsep alami, dimana bata-bata dibiarkan terlihat agar memberikan kehangatan, kekuatan dan kesan alami. Karpet oranye menutupi lantai dasar, mengurangi kebisingan dan memberi kesan menyenangkan karena pemilihan warna-warna yang cerah. Kanopi yang dapat ditarik di jendela atap utama mengatur jumlah sinar matahari sesuai dengan musim. Pohon zaitun terletak di tengah memberikan ketenangan dan kesegaran pada bangunan.

3. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan penyelesaian desain metode akupunktur perkotaan. Metode kualitatif merupakan metode yang berfokus untuk memahami fenomena yang sedang berlangsung yang dialami oleh subjek penelitian dalam kaitannya dengan keseluruhan persepsi, perilaku, dan tindakan, dan dituangkan menggunakan tulisan dalam bentuk deskripsi untuk sebuah tujuan yang alamiah (Moleong, 2017).

4. DISKUSI DAN HASIL

Pemilihan dan Karakteristik *Site*

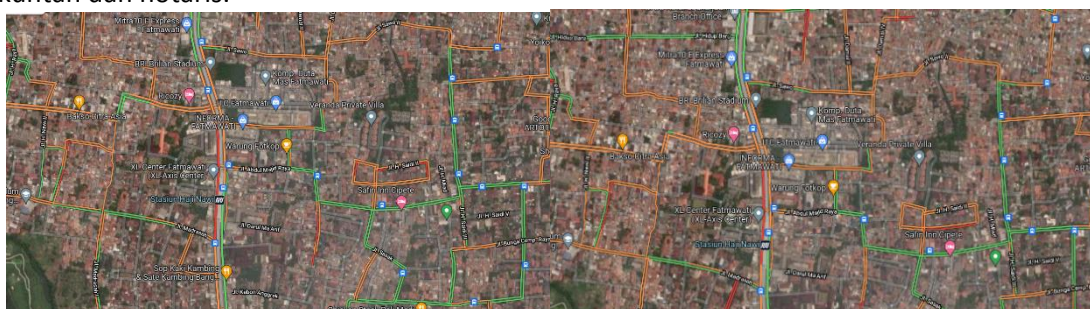


Gambar 16 & 17. Peta dan Zonasi Kawasan ITC Fatmawati Radius 3 km
Sumber: Jakarta satu, 2022

Peruntukan Kawasan Komplek Perkantoran ITC Fatmawati

Cipete Utara adalah sebuah kelurahan di kecamatan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia. Kelurahan ini berpenduduk 25.000 jiwa dan luas wilayah 182,60 hektar. Secara historis, Cipete Utara sebagian besar dihuni oleh orang Betawi. Namun, dengan pesatnya perkembangan Jakarta, banyak pendatang dari berbagai daerah di Indonesia saat ini tinggal dan menetap di daerah ini.

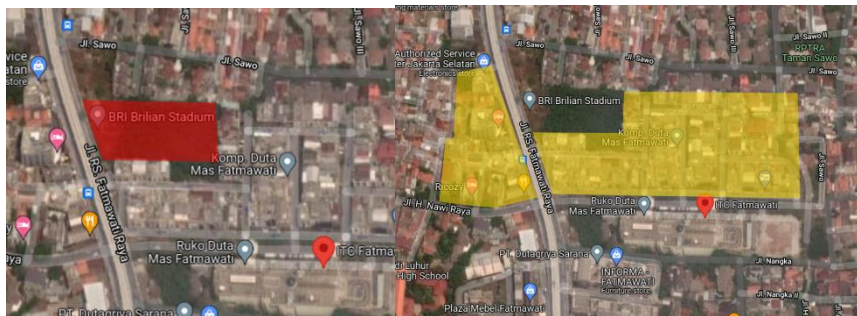
Pada radius 3 km kawasan di dominasi oleh perumahan dan area perkantoran dan jasa, area perkantoran dan jasa berpusat pada area di sekitar ITC Fatmawati dan di sepanjang Jl. Fatmawati Raya, Kawasan Jl. Fatmawati Raya memiliki pertumbuhan properti yang cukup pesat terutama pada sektor perkantoran. Perkantoran terdiri dari ruko-ruko 3 sampai 4 lantai dan beberapa ruko-ruko yang memiliki 2 lantai. Perkantoran ITC Fatmawati bergerak di berbagai sektor dari sektor komersial sampai dengan yang berhubungan dengan badan hukum seperti kantor-kantor akuntan dan notaris.



Gambar 18 & 19. Intensitas Kendaraan pada Pagi Hari Jam 8 Pagi dan Jam 5 sore
Sumber: Google Maps dengan Analisis Penulis, 2022

Intensitas Kendaraan

Kawasan Perkantoran ITC Fatmawati memiliki intensitas kendaraan yang cukup tinggi terutama pada jam-jam kantor seperti pada jam 8-9 pagi dan pada saat jam pulang kerja jam 5 sore, hal ini juga diperparah oleh arus kendaraan dari Jl. Panglima Polim dan Jl. TB Simatupang.



Gambar 20 & 21. Zonasi Perkantoran (kuning) , Lokasi Tapak (merah)
Sumber: Google Maps dengan Analisis Penulis, 2022

Tapak/Site

Lokasi tapak merupakan lahan kosong di pinggir Jl. Fatmawati Blok C1 no 2, Kawasan Fatmawati merupakan salah satu pusat bisnis yang penting di Jakarta Selatan. Oleh karena itu, dari segi ekonomi, nilai jualnya cukup diminati. Dalam radius 3 km dari Jl. Fatmawati merupakan kawasan hunian yang elit dan bergengsi seperti Kebayoran Baru dari utara, pemukiman Pondok Indah di barat, Cilandak dan Cinere di selatan, dan Kemang dari timur. Yang pasti, kawasan ini berkembang pesat dari waktu ke waktu dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Dari segi pencapaian, lokasi situs sangat strategis dan mudah dijangkau. Tapak dapat dicapai dengan mobil atau bus pribadi, dengan beberapa cara:

Utara: melalui Jl Panglima Polim dan Fatmawati.

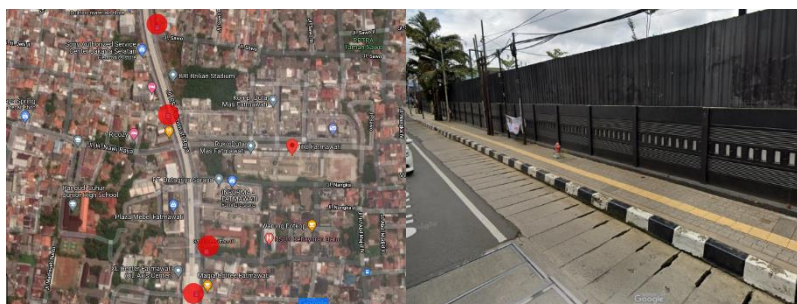
Barat: dapat melalui Jl. Haji Nawiraya, atau Jl Radio Dalam tembus ke jalan Pala Raya kemudian Fatmawati.

Timur: melalui Jl. Wijaya dan jalan Darmawangsa.

Selatan: melalui Jl. TB Simatupang atau Jl.Cipete Raya.

Sistem Sirkulasi

Sistem sirkulasi terbagi menjadi sirkulasi pejalan kaki dan sirkulasi kendaraan. Kedua sistem harus memiliki keteraturan dan keharmonisan agar dapat menciptakan kawasan yang tertib dan tidak membingungkan dengan rambu-rambu dan pemisahan yang jelas antar moda transportasi (angkutan umum, kendaraan pribadi dan sirkulasi pejalan kaki).



Gambar 22 & 23. Titik Transportasi dan Keadaan Trotoar
Sumber: Google Maps dengan Analisis Penulis, 2022

Sirkulasi Pejalan Kaki

Seperti yang bisa dilihat pada gambar 22, semua bus stop masih dalam interval atau jarak yang sangat bisa dilalui dengan berjalan kaki. Trotoar untuk pejalan kaki ditata sedemikian rupa sesuai dengan standar yang ditetapkan untuk kenyamanan dan keamanan. Terdapat juga tactile pada

trottoar untuk membantu penyandang disabilitas, tetapi pada beberapa tempat tidak memiliki trottoar dan *ramp* sehingga menyulitkan pengguna kursi roda untuk menjangkau seluruh area.

Sirkulasi Kendaraan Umum

Di sepanjang Jalan Fatmawati raya terdapat beberapa pemberhentian bus yang sudah terintegrasi dengan seluruh daerah di Jakarta, pada jam tertentu seperti jam pulang kerja rawan terjadi kemacetan terutama dari kompleks perkantoran ITC Fatmawati karena banyak karyawan yang menggunakan kendaraan pribadi dan diperparah dengan kendaraan yang berada di Jl. Panglima Polim yang sering menjadi pusat kemacetan. Hal ini terkadang mengganggu sirkulasi dari kendaraan umum karena bus dan kendaraan umum lainnya tidak memiliki jalur sendiri melainkan bergabung dengan kendaraan pribadi.

Keadaan Sosial

Lingkungan kantor dan kawasan Duta Mas Fatmawati memiliki berbagai jenis kehidupan sosial yang terbagi menjadi dua karakteristik, yaitu masyarakat pendatang yang melakukan kegiatan usaha dan masyarakat asli sekitar. Keberadaan kawasan ini memberikan dampak yang besar bagi masyarakat sekitar. Kurangnya aktivitas yang berlangsung di dalam dan sekitar Duta Mas Fatmawati menyebabkan lingkungan sekitar menjadi sepi terutama pada malam hari lingkungan menjadi sepi karena tidak ada aktivitas kantor.

Gambaran Konsep Program Ruang

Bangunan merupakan ruang publik kreatif dimana orang-orang bisa berkumpul dan bercengkrama satu sama lain, selain tempat berkumpul juga banyak terdapat aktifitas-aktifitas lain yang dapat mengembangkan diri seperti kelas-kelas seni, *workshop*, seminar, dsb. Selain itu juga terdapat program yang dapat mewadahi kebutuhan masyarakat sekitar seperti kebutuhan akan kuliner dan *supermarket* aksesnya dekat, bangunan juga menawarkan area rekreasi yang dapat dinikmati oleh segala usia mulai dari anak-anak seperti adanya *internet cafe* dan *area board game* yang sedang banyak digemari, sedangkan untuk pengunjung dewasa terdapat *coworking space*, *gallery* seni dan juga *billiard*.

Creative Space

Creative Space adalah sebuah tempat tempat rekreasi yang memanfaatkan teknologi yang menyatukan berbagai orang-orang kreatif dan komunitas di mana mereka dapat menyalurkan bakat yang dimilikinya. *Creative space* menyediakan ruang dan dukungan untuk komunitas, pertemuan, pengembangan bisnis dan area lainnya seperti departemen kreatif, teknologi, lokakarya, konferensi, acara, promosi karya, pameran seni, dll.

Retail

a. Supermarket

Kawasan Duta Mas Fatmawati sendiri merupakan kawasan ruko perkantoran sehingga sulit untuk menemukan *supermarket* pada kawasan tersebut. Masih sangat sedikit retail yang terdapat di Kawasan Duta Mas fatmawati terutama *Supermarket* yang menjual kebutuhan sehari-hari dan makanan ringan seperti roti dan makanan ringan, para karyawan perkantoran dan pengunjung daerah Duta Mas Fatmawati perlu menempuh jarak yang cukup jauh apabila ingin mengunjungi *supermarket*.

b. Foodcourt

Bidang kuliner mempunyai prospek yang baik karena masih jarang terdapat tempat makan atau sekedar ngopi di sekitar Kawasan Duta Mas Fatmawati, para pengunjung/pegawai perlu menempuh jarak yang cukup jauh apabila pada waktu makan siang.

Coworking space

Coworking space dapat menampung berbagai macam kegiatan seperti ruang kerja bersama maupun ruang kerja yang sifatnya lebih privat yang berbentuk bilik-bilik, selain itu terdapat juga auditorium berkapasitas 250 yang dapat menampung berbagai macam kegiatan seperti seminar serta pelatihan/ *workshop* atau acara-acara lainnya.

Exhibition dan Gallery

Exhibition dan *gallery* memamerkan karya seperti lukisan dan aneka kreasi dari tanah liat seperti gerabah, cangkir, mangkuk, dsb. Karya yang ditampilkan diperoleh dari kelas-kelas seni yang tersedia seperti kelas melukis dan juga kelas *pottery* di sini pengunjung dapat merasakan langsung proses pembuatan gerabah mulai dari proses pembentukan tanah liat, desain, pembakaran sampai tahap *finishing* begitu juga pula dengan kelas menggambar dan melukis di sini para peserta akan dibimbing dan dibagi berdasarkan tingkat kesusahannya mulai dari pemula sampai dengan profesional.

Plaza

Plaza dapat berupa seperti alun-alun dengan banyak vegetasi dan kursi-kursi untuk orang dapat duduk dan bersantai. *Plaza* bukan sekedar lapangan kosong, ada banyak kegiatan yang bisa dilakukan di dalamnya, seperti *live music* ataupun pameran, yang membuat kawasan menjadi lebih hidup dan semarak.

Konsep Bangunan dan Target Pengguna

Selain konsep *third place*, penerapan teknologi bangunan juga termasuk kedalam konsep arsitektur modern. Penggunaan teknologi pada bangunan bermaksud agar dapat menunjang kinerja bangunan dalam memenuhi aspek modern, kenyamanan, keamanan dan estetika arsitektur. Beberapa teknologi yang diterapkan antara lain: fasad dengan instalasi LED, pintu kontrol otomatis, *interactive touchscreen*, dsb.

Target pengguna merupakan masyarakat dari sekitar Duta Mas Fatmawati maupun masyarakat dari luar kawasan dan terbuka untuk segala rentang usia, desain yang dimunculkan disesuaikan dengan target pengguna sehingga netral dan memberikan kesan nyaman pada semua kalangan. Penggunaan warna menyesuaikan dengan aktivitas dan karakter dari kegiatan yang berlangsung di dalamnya. Seperti penggunaan warna yang pastel agar memberi kesan lembut dan nyaman. Selain itu, coklat menjadi warna utama digunakan karena merupakan warna netral dan alami, hangat dan menenangkan. Warna ini menciptakan rasa nyaman, memberikan rasa percaya diri dan keamanan, serta menciptakan suasana hangat dan akrab, Serta memberikan efek menenangkan, dan menyeimbangkan emosi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kawasan Duta Mas Fatmawati memerlukan sebuah atraktor baru yang dapat mengembalikan kejayaannya seperti pada tahun 2000-an kawasan ini dulunya ramai dan aktif, banyak faktor-faktor yang menyebabkan kawasan menjadi sepi mulai dari tahun 2013 pada masa pembangunan MRT banyaknya penutupan jalan akibat pembangunan proyek menyebabkan orang-orang menjadi malas berkunjung karena akses dan parkir yang susah, keadaan jalan yang bergelombang dan banyak lubang juga menjadi salah satu penyebab.

Diperlukan sebuah ruang publik kreatif yang dapat menyelenggarakan banyak kegiatan mulai dari hiburan, kuliner maupun perbelanjaan seperti kawasan *M Bloc Space*, dengan memanfaatkan aksesibilitas yang mudah karena sudah terdapat MRT dan banyak *bus stop*. Selain dapat menjadi atraktor, ruang publik kreatif juga diharapkan dapat meningkatkan

perekonomian lingkungan sekitar serta dapat membuat lingkungan menjadi lebih asri karena konsep *sustainable* pada bangunan dan banyak area terbuka hijau.

Saran

Hasil penulisan diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut melalui ilmu perancangan arsitektur agar dapat mewujudkan konsep *third place* pada proyek akupunktur perkotaan di Kawasan Duta Mas Fatmawati dan menghadirkan sebuah tempat yang dapat memwadahi masyarakat sekitar dan menarik pengunjung dari daerah lain.

REFERENSI

- Brown, J. (2017). *Curating the "Third Place"? Coworking and the mediation of creativity*. *Geoforum*, 82(April), 112–126.
- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L.G. and Stone, A.M. (1992). *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ching, F.D. K. (1993). *Arsitektur : Bentuk Ruang dan Tatanan (edisi Kedua)*. Jakarta : Erlangga.
- Clifton, N., & Crick, T. (2016). New Economic Models for, and from, Co-Working, *NEMODE Network+ 3K Open Call Final Report*. March 2016. 1(1), 6-17.
- Fauzi, A. (2015). Co-Working Paces for Promoting Entrepreneurship in Sparse Regions: the Case of South Wales. *Regional Studies, Regional Science*. 2(1), 462-469.
- Hakim, R. Hardi U. (2003). *Komponen Perancangan Arsitektur Lansekap*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Krier, R. (1979). *Urban Space Foreword*. New York: Rizzoli International Publication.
- Larice, M. and Macdonald, Elizabeth. (2007). *The Urban Design Reader, second edition*. New York: Routledge.
- Lerner, J. (2003). *Urban Acupuncture Celebrating Pinpricks of Change That Enrich City Lifes*. Washington: Island Press.
- Levy & Weitz. (2001). *Retailing Management, 4th edition*. New York: Mc.Graw Hill, Irwin Levy.
- Malingkas, J 2015, *Masyarakat "Ruang Publik"*, Kompasiana, diunduh 2 Juli 2022, < [Masyarakat "Ruang Publik" - Kompasiana.com](https://www.kompasiana.com)>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*, cetakan ke-36, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Mulyandari, H. (2011). *Pengantar Arsitektur Kota*. Yogyakarta : Andi.
- Neufert, P & Ernst, (2000), *Architect's Data Third Edition*, Jakarta : Erlangga.
- Oldenburg, R.(1989).*The Great Good*. Place.Boston: Da capo Press.
- Renninger, K. A., & Pozos-Brewer, R. K. (2015). *Interest, Psychology of*. In International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition (Second Edi, Vol. 12).