

STUDI PASAR SEBAGAI RUANG PUBLIK INKLUSIF BAGI LANSIA DI PASAR SANTA, JAKARTA

Ruth E. Oppusunggu^{1*}, Monica²

¹*Design as Generator, Bintaro, Indonesia*

²*Jurusan Interior Desain, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan*

ABSTRAK. Studi ini merupakan bagian dari matakuliah Studio Desain Partisipatori mahasiswa/i Desain Interior sebelum mereka masuk ke Studio Tugas Akhir. Dalam Studio Desain Partisipatori, mahasiswa mempelajari salah satu ruang-ruang (interior) yang inklusif bagi lansia (warga berusia 60 tahun ke atas) pada klinik, panti jompo, community center (klub hobi dan olahraga), rumah singgah dan pasar. Dari kelima alternatif studi ini, pada akhirnya pasar menjadi berbeda karena merupakan satu-satunya ruang yang tidak khusus hanya untuk lansia tapi juga untuk tingkat usia lainnya. Pasar merupakan ruang publik yang inklusif yang terbuka sebagai wadah jual beli masyarakat dari berbagai latar ekonomi (kelas buruh hingga pemodal) dan sosial (penduduk lokal, pendatang maupun lain suku/bangsa), politik (independen, partai maupun golput), dan agama, seperti juga yang diungkapkan oleh Damsar dan Indrayani (2018) dalam Pengantar Sosiologi Pasar. Ketika pasar memiliki kualitas inklusivitas yang tak dapat diraba, sayangnya, pasar seringkali tidak memiliki kondisi fisik yang inklusif bagi lansia – yang memudahkan lansia beraktivitas di dalamnya. Studi ini mencoba untuk melihat kendala fisik inklusivitas ini dan mencoba untuk membangun keberdayaan pengguna pasar merespon kendala fisik ini.

Kata kunci: ruang publik inklusif, ruang inklusif lansia, pasar tradisional, desain partisipatori, riung desain – design thinking

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilakukan bersama penulis bersama 10 mahasiswa/i Studio Partisipatori tahun akademis 2017, selama 16 minggu. Penelitian bertujuan untuk mempelajari ruang inklusif bagi warga lanjut usia (lansia) di Pasar Santa, Jakarta. Pasar ini menjadi subyek penelitian karena Pasar Santa (Santa) pada masa 1970 – 1990 pernah menjadi pasar tradisional (di mana ada tawar-menawar) yang padat dan ramai bagi kelas menengah atas Jakarta Selatan biarpun hanya berupa bangunan 1 lantai yang becek. Konsumen Santa dari masa ini masih ada dan sudah memasuki usia lanjut usia (60 tahun ke atas), tetapi mereka kesulitan mengakses Santa sejak dibangun kembali pada tahun 2007. Santa menjadi menarik karena konsumen lansia Santa masih kembali -baik datang sendiri atau mengirim orang lain membelanjakan kebutuhan mereka- karena konsumen lansia ini memiliki memori kolektif Santa bukan hanya sebagai pasar tetapi sebagai tempat (place) mereka pernah beraktivitas, berinteraksi dan bersosialisasi. Selain mempelajari masalah dan potensi ruang inklusif bagi lansia, penelitian ini mencoba menguak potensi pemberdayaan komunitas dan pemangku kepentingan Santa untuk menjadikan Santa sebagai ruang inklusif juga bagi lansia sambil mengembalikan secercah kisah Santa sebagai legenda Jakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode gabungan riset aksi partisipatori (participatory action research) dengan riung desain (design thinking + prototyping), seperti yang ditulis oleh Martin Katoppo (2017) dalam Design as Generator for Empowering Community. Menurut Katoppo, metode ini terdiri dari 3 tahap, temukan, bedakan dan jadikan.

Tahap temukan terdiri dari pengamatan kondisi eksisting, rekaman aktivitas, rekaman masalah dan potensi. Kemudian dilanjutkan dengan pengajuan asumsi masalah dengan mengajukan pertanyaan “bagaimana kita bisa” (how might we); sebuah asumsi pertanyaan yang menggali alternatif cara ke arah perubahan/perbaikan. Asumsi ini kemudian dicek ulang melalui 4 langkah. Pertama, dengan mewawancarai, mengamati dan memetakan karakteristik pemangku kepentingan subyek penelitian. Kedua, dengan mewawancarai ahli baik dari akademisi, organisasi atau target komunitas/populasi subjek penelitian. Ketiga, dengan immerse context research, mengalami sendiri lingkungan/subjek penelitian. Keempat, dengan analogous setting research, mengamati tempat atau kondisi yang setara. Akhir dari tahap ini adalah finalisasi pertanyaan “bagaimana kita bisa” (BKB) untuk memilah fokus masalah dan potensi yang tepat dan tajam.

Pada tahap bedakan, pertanyaan “BKB” dibangun menjadi solusi melalui diskusi kelompok (brainstorming) data dari 4 langkah. Kemudian dengan singkat solusi ini dibuat model sederhananya. Selanjutnya pada tahap jadikan, model sederhana didetail menjadi prototipe 3 dimensi dan skala 1:1 yang diaplikasikan di/pada subjek penelitian.

TEMUKAN

Santa adalah salah satu pasar tradisional (menyediakan kebutuhan rumah tangga sehari-hari dengan transaksi tawar-menawar) di Kebayoran baru selain Pasar Mayestik. Santa dikelilingi Jalan Cipaku 1, Jalan Cisanggiri 1, 2, dan 5. Santa terdiri dari 3 lantai. Basemen sebagian besar terdiri dari kios sayur-mayur, ikan, daging (bahan makanan segar), sembako

dan makanan-minuman. Lantai dasar sebagian besar terdiri dari kios emas, elektronik, alat rumah tangga, bahan bangunan, bunga, pakaian, kantor dan bank. Lantai satu (teratas) terdiri dari kios makanan-minuman dan produk/pelayanan hipster (alternatif kreasi anak muda). Berikut data perubahan Santa selama 40 tahun dari survei dan wawancara penelitian ini serta yang ditulis oleh Oppusunggu, Tjoeputri dan Katoppo (2018) dalam A Study of Urban Placemaking Evolution Changes at Pasar Santa Jakarta.

Tabel 1 memperlihatkan faktor -terutama faktor eksternal dan fisik - yang mempengaruhi ramai tidaknya Santa. Namun aktivitas pasar Santa telah menjadinya sebuah tempat (*place*) di kota Jakarta, baik aktivitas lama (pasar kebutuhan

Tabel 1. Perubahan Kondisi Lingkungan, Fisik dan Aktivitas Santa dalam 4 Masa

| <i>Masa</i> | <i>Lingkungan</i> | <i>Fisik</i> | <i>Aktivitas</i> |
|-------------|--|--|--|
| 1971 - 1980 | Peruntukan Kebayoran Baru masih perumahan kelas menengah atas. | Santa berevolusi dari sebuah tenda menjadi pasar tradisional becek | Awalnya berupa titik seorang penjaja bahan makanan segar, lalu berevolusi menjadi |
| 1980 - 1990 | Peruntukan Kebayoran Baru berubah: Perumahan bercampur dengan komersial (perdagangan & perkantoran). Mal Blok M mulai beroperasi, sebagai pusat belanja bagi kelas menengah atas yang lebih modern dan nyaman. | satu lantai. | pasar tradisional yang menawarkan kebutuhan sehari-hari rumah tangga kelas menengah atas. Santa sangat ramai. |
| 1990 - 2007 | Semakin banyak toko dan kantor terutama di jalan-jalan sibuk Kebayoran Baru. | Santa mengalami pembangunan kembali (<i>redevelopment</i>) menjadi bangunan 3 lantai yang hanya bisa diakses dengan tangga dan sebuah ramp servis. | Perdagangan Santa mendapat saingan dari toko dan mal yang muncul karena perubahan peruntukan Kebayoran Baru. Toko dan mal ini lebih modern dan nyaman bagi kelas menengah atas. Kios Basemen bertahan. |
| 2007 - 2017 | Jalan-jalan sibuk Kebayoran Baru berubah menjadi toko dan kantor kelas menengah atas. Akibatnya -dengan meningkatnya kepemilikan kendaraan pribadi- jalan-jalan ini padat dan macet. Untuk ini, dibangun <i>flyover</i> Wolter Monginsidi (yang berada 100 meter dari Santa); dan selama pembangunannya sekitar Santa menjadi macet. | | Dari 3 lantai Santa, kios-kios basemen dan lantai dasar yang terisi tapitidak seluruhnya buka. Kios-kios lantai 1 (teratas) mulai terisi dan mencapai puncaknya pada 2014 dengan produk/pelayanan hipster. Pada 2015-2016 perdagangan Lantai 1 meredup, lalu mulai kembali menggeliat sejak 2017. Kios Basemen bertahan. |

rumah tangga sehari-hari) dan aktivitas baru (pasar hipster).

Selanjutnya adalah data yang dikelompokkan ke dalam 6 karakter ruang inklusif bagi lansia yang penulis kembangkan dari standar interior desain, kenyamanan dan detail bagi lansia, perubahan yang terjadi pada lansia dan ruang publik urban. Pengelompokkan bertanda (+) memperlihatkan karakter ada pada data, sedangkan tanda (-) memperlihatkan karakter tidak ada

pada data. Penjumlahan merupakan ilustrasi kekerapan seberapa sering karakteristik muncul pada data, tidak terkait dengan nilai (+) atau (-). Kekerapan ini menjadi dasar penulis untuk memilah masalah & potensi utama untuk membangun solusi sesuai waktu penelitian.

BEDAKAN

Berdasarkan data *temukan* (khususnya tidak adanya pembeli lansia, tetapi yang ada adalah pedagang lansia) dan waktu, maka penulis

Tabel 2. 6 Karakteristik Ruang Inklusif Lansia pada Data

Keterangan

1: Aktivitas, 2: Akses-Sirkulasi, 3: Orientasi, 4: Kenyamanan Thermal, 5: Penerangan 6: Karakter Unik

| Langkah | Keterangan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|-----------------|--|----|----|----|---|---|---|
| Observasi Santa | (A) Santa yang sudah berumur 40 tahun masih memiliki konsumen lamanya - terutama warga sekitar Santa- dari masa 1970-an, 1980-an dan 1990-an. Mereka sekarang sudah memasuki masa lansia dan masih berminat belanja dari Santa terutama makanan segar dan sembako . Namun mereka tidak datang sendiri melainkan mengirim orang membeikan kebutuhan mereka atau menelepon pedagang Santa langganan untuk mengirim kebutuhan mereka. Salah satu penyebab mereka enggan datang ke Santa adalah tangga . Hal ini juga diungkapkan oleh Oppusunggu, Tjoeputri dan Katoppo (2018). Atau dengan kata lain hampir tidak ada pembeli lansia di Basemen. | √+ | √- | | | | |
| | (B) Ada 132 kios di Basemen. Sekitar 30% pedagang Basemen merupakan pedagang berusia 50-60 tahun. Setelah pasar sepi, sekitar pukul 13.00 – 15.00, pedagang -termasuk pedagang berusia 50-60 tahun- beristirahat di kios mereka sambil menunggu pembeli. Sekitar pukul 15.00 – 18.00, pedagang belanja atau titip belanja ke Pasar Induk. Setelahnya, sekitar 30% pedagang - termasuk pedagang berusia 50-60 tahun- kembali ke Santa untuk menginap . Hal ini tidak terjadi di lantai lain. | √+ | | | | | |
| | (C) Bangunan 3 lantai Santa hanya bisa diakses melalui tangga curam dan ramp servis yang tidak terawat, tanpa atap dan bagian semibasemennya ditutup. Air hujan membuat tangga masuk Santa licin sehingga risiko pengguna jatuh semakin besar. | | √- | | | | |
| | (D) Denah Santa terdiri dari kios yang memiliki tipe, ukuran dan bentuk yang seragam. Tidak ada pengelompokan kios kecuali untuk ikan, ayam dan daging. Penampilan kios Lantai 1 berbeda karena mural, grafiti dan produk hipster mereka. Tidak ada direktori atau penanda, juga tidak ada ruang duduk/perhentian kecuali ruang tangga yang lebih luas dibandingkan selasar Basemen, lobi-lobi yang lebih luas dibandingkan selasar Lantai | | √- | √- | | | |

| | | | | | | | |
|--------------------------|---|----|----|----|----|----|----|
| | Dasar dan kafetaria Lantai 1. Kondisi ini seringkali membingungkan dan membuat pengunjung kehilangan orientasi. Hal ini juga diungkapkan oleh Oppusunggu, Tjoeputri dan Katoppo (2018). | | | | | | |
| | (E) Karena ketinggian lantai dan bentuk denah, ventilasi dan pencahayaan alami Basemen tergantung pada bukaan pada tangga yang juga merupakan pintu masuk (<i>entrance</i>). Namun bukaan ini tidak cukup mencapai bagian tengah denah. Dengan bentuk denah yang berbeda -adanya selasar pada sisi luar denah- ventilasi dan pencahayaan alami Lantai 1 dapat mencapai lebih banyak kios bagian tengah walaupun belum cukup. Lantai 1 memiliki pencahayaan alami baik karena bukaan pada dinding dan atap. Namun karena atap ekspos ini, Lantai 1 menjadi panas pada siang hari. | | | | √- | √- | |
| | (F) Setiap minggu, ibu-ibu pedagang mengadakan pengajian di ruang bawah tangga di Basemen. | √+ | | | | | |
| | (G) Lebar selasar antarkios 120cm, tetapi pedagang meletakkan display dan menyita ruang selasar sekitar 30cm pada sisi kiri dan kanan. Sehingga lebar selasar yang bisa dilalui tinggal 60cm. | | √- | | | | |
| | (H) Dari penelitian Oppusunggu, Tjoeputri dan Katoppo (2018), tangga curam, tak ada zoning dan segmen pasar lansia adalah termasuk ke dalam 5 kata kunci yang paling sering disebut oleh 60 responden. | √+ | √- | √- | | | |
| Immerse context research | (I) Penulis ikut berjualan pada triwulan <i>Santa flea market</i> dan mengetahui bahwa tidak ada pembeli lansia yang datang belanja ke Lantai 1. Selain itu, keberadaan pedagang muda Lantai 1 memberikan nuansa khas bagi Santa, "Santa luar biasa" . Anak muda menawarkan makanan-minuman, produk dan pelayanan hipster -alternatif kreasi diluar aliran utama. Karakter ini menjadikan Santa berbeda dan selangkah di depan dibandingkan yang lain. | | | | | | √+ |
| | (J) Pedagang Santa akrab dan guyub . Mereka terbiasa beristirahat dan meluangkan waktu bersama di sekitar kios. Pedagang suka mengobrol dan berdiskusi dengan pembeli/pengunjung. | | | | | | √+ |
| Ahli | (K) Ibu Herlina (80 tahun) -belanja di pasar sejak muda- mengungkapkan dia mengandalkan memori akan rona kios untuk mengetahui orientasinya . | | | √+ | | | |
| | (L) Sementara Ibu Sukiati (65 tahun) -setelah 20 tahun berdagang di pasar memutuskan berjualan di rumah- mengungkapkan kondisi fisik dan usia mengurangi kemampuannya memindahkan barang . | √- | | | | | |
| | (M) Ibu Yasmin (62 tahun) -pasien RS Siloam- berpendapat bahan lantai yang | | √+ | | | √+ | |

| | | | | | | | |
|----------------------------|---|----|----|----|----|----|----|
| Analogous setting research | <i>tidak licin dan lampu yang terang</i> membantunya berjalan. | | | | | | |
| | (N) Bapak Galih (62 tahun) -anggota jemaat Gereja-berpendapat betapa pentingnya <i>aktivitas yang pas dan perasaan sebagai bagian dari komunitas.</i> | √+ | | | | | |
| | (O) Bapak Heri (86 tahun) -anggota taichi di sebuah taman-berpendapat pentingnya <i>kenyamanan thermal dan aktivitas dengan sesama anggota suatu komunitas.</i> | √+ | | | √+ | | |
| | (P) Pada Pasar Woro-Woro Malang banyak ditemui lansia berbelanja. Pasar 1 lantai ini memiliki pengelompokan kios dengan lebar selasar 180cm, ventilasi dan pencahayaan alami serta kebersihan yang baik. Pasar juga menyediakan troli-belanja gratis. Pasar ini merupakan pasar jawara. | √+ | √+ | √+ | √+ | √+ | √+ |
| | (Q) Pasar Sarijadi Bandung sepi pedagang dan pembeli. Pasar 4 lantai ini dengan lebar selasar 180cm memiliki ventilasi, pencahayaan alami serta kebersihan yang baik. Antarlantai diakses melalui ramp, tidak ada tangga.Pasar ini merupakan karya arsitek terkenal. | | √+ | √+ | √+ | √+ | |
| | <i>Total</i> | 8√ | 8√ | 5√ | 4√ | 4√ | 3√ |

menyesuaikan subjek penelitian dari pembeli lansia menjadi pedagang lansia di Basemen. Mereka masih terkait dengan pembeli lansia yang merupakan konsumen mereka. Pada tahap ini penulis menganalisis dan melakukan diskusi kelompok untuk membangun pertanyaan BKB yang menitik beratkan pada aktivitas terkait dengan karakter unik, akses-sirkulasi serta orientasi, yaitu: **“Bagaimana cara kita mempertahankan identitas ‘Santa Luar Biasa’ melalui desain yang inklusif dan berfokus pada akses dan kegiatan?”**

JADIKAN

Seminggu -minggu ke-8- setelah BKB dibangun, penulis mulai membangun konsep prototipe sebagai solusi BKB:

Solusi terhadap aktivitas: 1) Ruang simpan di ruang bawah tangga untuk aktivitas mengaji dan papan informasi pada bordes tangga; 2) Gudang komunal terasuk karpet atau perlengkapan lain mengaji dan direktori. Solusi terhadap akses-sirkulasi, orientasi: 3) Antislip dan penanda lantai ramp servis, 4) Atap ramp servis, 6) Perbaikan kemiringan dan bahan lantai tangga beserta penambahan unsur tanaman

Solusi terhadap aktivitas, sirkulasi -akses, orientasi: 7) Kios dengan display terbuka dan bangku duduk bagi lansia 8) Regrouping melalui desain boks display yang senada dan becak alat transportasi barang 9) Revitalisasi ramp



melalui gudang komunal dan ruang tunggu. 10) Troli gratis ditempatkan pada perbaikan ramp. Selanjutnya ke-9 prototipe dikembalikan untuk ditanggapi (feedback) kepada pedagang Santa melalui pendekatan desain partisipatori hingga diperbaiki menjadi 8 fokus prototipe.

Karena keterbatasan waktu -terutama untuk ‘penyempurnaan’ prototipe- skala partisipasi ke-8 prototipe berbeda-beda hingga penelitian ini berakhir. Skala partisipatori secara bertahap bernilai 1


– 5. Skala 1, prototipe dibangun dari pertanyaan BKB. Skala 2, prototipe telah melalui 1x *feedback*. Skala 3, prototipe telah diperbaiki setelah 1x *feedback*. Skala 4, prototipe telah melalui 2x *feedback*. Skala 5, prototipe telah diperbaiki setelah 2x *feedback*.


Tabel 3. 8 Prototipe untuk Ruang Inklusif bagi Lansia Pasar Santa

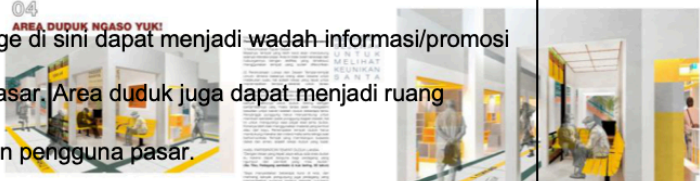

| | |
|---|---|
| <p>1. Tabung Ajaib (konseptual)</p> <p><i>Prototipe:</i> Tabung penyimpanan karpet yang tergantung pada tangga sehingga ruang di bawah tangga tidak terganggu ketika aktivitas pasar berlangsung pada jam operasional dan ruangan mudah beralih fungsi menjadi ruang komunal diluar jam operasional untuk pedagang beristirahat/menginap, berkumpul dan mengaji bersama.</p> | <p>Skala partisipatori: 2</p> <p><i>Potensi/Masalah yang direpson:</i></p> <p>Aktivitas, karakter unik</p> |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut:</i> Penyempurnaan engsel & tutup tabung serta kapasitas & jenis barang yang disimpan</p> <p>Gambar 1. (kika) 1. Desain konseptual diaplikasikan pada konteks ruang di bawah tangga</p> <p>2. Kondisi eksisting – pengajian ibu-ibu pedagang</p> <p>3. Cara kerja tabung</p> | |
| <p>2. Tempat Penyimpanan Kios</p> <p><i>Prototipe:</i> 4 modul display untuk jenis dagangan yang berbeda-beda sehingga display tak lagi menyita ruang selasar. Diwarnai cerah -agar mudah dilihat & dibedakan lansia- sesuai dengan zona kios. Warna sesuai zona membantu orientasi lansia.</p> | <p>Skala partisipatori: 3</p> <p><i>Potensi/Masalah yang direpson:</i></p> <p>Aktivitas, orientasi, penerangan</p> |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut:</i> Penyempurnaan bentuk sehingga mudah dibongkar pasang sesuai kebutuhan pedagang, eksplorasi material ringan dan ikatan mudah antar modul bagi lansia.</p> <p>Gambar 2: (sarah jarum jam) 1. Desain konseptual diaplikasikan pada konteks kios Basemen</p> <p>2. Desain penyimpanan pada plafon</p> <p>3. Alternatif penataan modul display</p> <p>4. Alternatif modul display</p> <p>5. Kondisi eksisting: Display yang menyita selasar</p> | |

| | |
|---|--|
| <p>3. Tangga 1 Langkah</p> <p><i>Prototipe:</i> Memperbaiki lebar & sudut anak tangga, memperbaiki dimensi selusur (<i>handrail</i>), dan membuat bordes pada setiap anak tangga ke-6 agar lansia dapat sejenak beristirahat dan terhindar dari jatuh. Tangga dibuat menjadi 2 bagian: Kanan dan kiri untuk jalur lambat, tengah untuk jalur cepat seperti pemikul barang.</p> | <p>Skala partisipatori: 3</p> <p><i>Potensi/Masalah yang direspon:</i> Sirkulasi-akses</p> |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut: Material antislip tangga dan selusur, atap cegah tampias air hujan</i></p>  <p><i>Gambar 3: (kika) 1. Desain konseptual diaplikasikan pada konteks tangga Basemen 2. Kondisi eksisting – anak tangga curam 3. Percobaan ruang tangga menjadi ramp. Tidak bisa karena tinggi & panjang ruang tangga tidak memungkinkan</i></p> | |
| <p>4. Wayfinding: Zona Warna & Nama Pintu</p> <p><i>Prototipe:</i> Ada 4 zona yang dinamai sesuai 4 jalan yang mengelilingi Santa. Ke-4 zona ini diwarnai berbeda sebagai penanda. Penamaan dan warna ini diaplikasikan pada semua balok pintu masuk (tangga). Huruf nama setinggi 2/3 tinggi balok. Merupakan font tanpa buntut dan warna huruf dikontraskan dengan warna latar/balok sehingga mudah dibaca lansia.</p> | <p>Skala partisipatori: 5</p> <p><i>Potensi/Masalah yang direspon:</i> Sirkulasi-akses, orientasi</p> |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut: Dibuat senada dengan karakter unik mural atau visual Lantai 1 dengan tetap menjaga kejelasan tulisan.</i></p>  <p><i>Gambar 4: (kika) 1. Desain konseptual diaplikasikan pada konteks bagian muka pintu masuk (Basemen 2. Kondisi eksisting – 2 pintu masuk berbeda tapi seperti sama 3. Letak pintu masuk dinamai sesuai jalan 4. Aplikasi prototipe skala 1:1 di Santa</i></p> | |

| | |
|---|---|
| <p>5. Wayfinding: Direktori Nama Kios</p> | <p>Skala partisipatori: 5</p> |
| <p><i>Prototipe:</i> Direktori dapat digunakan untuk menamai denah dengan kios-kios unik (laris, visual/display menarik, dagangan berbeda) yang pada akhirnya</p> | <p><i>Potensi/Masalah yang direspon:</i> Aktivitas, sirkulasi-akses, orientasi,</p> |
| <p>membentuk orientasi dan karakter unik Basemen. Ini juga merupakan respon karakter unik dari bentuk dan penampilan kios-kios yang 'seragam'.</p> | |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut:</i> Membangun 'penanda/landmark' komunal untuk merintis karakter unik Basemen sehingga bisa senada dengan karakter hipster Lantai 1.</p> | |
|  <p>Gambar 5: (kika) 1. Desain konseptual ditempatkan pada pintu masuk 2. Dua toko unik Basemen yang memiliki nuansa hipster Lantai 1 3. Menjalin direktori dengan zona</p> | |

| | |
|---|---|
| <p>6. Wayfinding: Penunjuk Arah Lantai</p> | <p>Skala partisipatori: 5</p> |
| <p><i>Prototipe:</i> Cat-khusus-lantai selebar 20cm diaplikasikan pada lantai - terutama pada simpang kios- dengan warna sesuai zona. Dilengkapi nama jalan (sesuai zona). Lansia yang sulit membedakan rona kios, dapat mengikuti penunjuk arah lantai ini untuk menemukan kembali pintu masuknya. Proses pembuatan prototipe ini paling banyak melibatkan partisipasi pedagang. Pelaksanaanya yang semula hanya untuk 500m², menjadi 7x lipat lebih luas atau seluruh lantai Basemen. Karena pemahaman pedagang akan sistem orientasi ini -yang menjadi satu-kesatuan dengan penamaan pintu masuk- baru terjadi bila penunjuk arah dicat pada seluruh lantai Basemen. Sayangnya, prototipe tidak dapat bertahan lama -cat mengelupas karena terseret lalu-lalang pengguna- karena pengeringan cat membutuhkan waktu lebih lama daripada jam non-operasional pasar; sementara aktivitas pasar tidak dapat dihentikan.</p> | <p><i>Potensi/Masalah yang direspon:</i> Akses-sirkulasi, orientasi</p> |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut:</i> Aplikasi cat yang tepat dan waktu yang pas membangun pemahaman zona dan orientasi.</p>  <p>Gambar 6: (kika) 1. Desain konseptual diaplikasikan pada konteks selasar Basemen 2. Empat zona penunjuk lantai sesuai warna dan nama pintu 3. Pembuatan prototipe dengan menggunakan warna dan nama 4. Partisipasi pedagang dalam pengecatan simpang kios</p> | |

| | |
|--|---|
| <p>7. Wayfinding: Penunjuk Arah Plafon</p> | <p>Skala partisipatori: 5</p> |
| <p><i>Prototipe:</i> Merupakan satu-kesatuan desain dengan direktori, penunjuk arah</p> <p>lantai dan penamaan pintu masuk. Ditempatkan pada simpang kios. Sebenarnya penunjuk arah yang paling efektif karena secara visual lebih mudah dilihat dan lebih awet karena jauh dari jangkauan pengguna. Belum dapat diaplikasikan karena masih perlu studi lanjut tentang jalur pipa dan penerangannya.</p> | <p><i>Potensi/Masalah yang direspon:</i> Akses-sirkulasi, orientasi, penerangan</p> |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut: Desain signage pada plafon ekspos dan penerangannya sekaligus penerangan ideal bagi lansia.</i></p>  <p><i>Gambar 1: (kika) 1. Desain konseptual diaplikasikan pada konteks plafon Basemen 2. Penunjuk arah plafon menggunakan nama dan warna yang sama dengan nama dan warna pada pintu masuk dan penunjuk arah lantai</i></p> | |

| | |
|--|--|
| <p>8. Area Duduk 'Ngaso Yuk!'</p> | <p>Skala partisipatori: 5</p> |
| <p><i>Prototipe:</i> Ditempatkan di simpang kios, dekat pintu masuk dan/atau berjarak setiap kelipatan 9 m -setelah jarak ini, lansia membutuhkan perhentian. Dilengkapi kenyamanan ruang seperti pendingin ruangan dan tanaman -yang ditempatkan jauh dari jangkauan pengguna agar awet tapi masih terjangkau untuk perawatan. Bangku disekat agar tidak disalahgunakan menjadi tempat tidur bagi tunawisma. Penerangan dan warna terang -yang disesuaikan dengan warna zona. Area duduk ini merupakan satu-kesatuan dengan tempat penyimpanan kios yang membentuk sistem perhentian bagi lansia sehingga mereka masih bisa beristirahat dan melanjutkan perjalanan belanja mereka.</p> | <p><i>Potensi/Masalah yang direspon:</i> Aktivitas, akses-sirkulasi, orientasi, kenyamanan thermal, penerangan, karakter unik.</p> |
| <p>Penempatan signage di sini dapat menjadi wadah informasi/promosi terutama karakteristik unik pasar. Area duduk juga dapat menjadi ruang interaksi sosial lansia dengan pengguna pasar.</p>  |  |
| <p><i>Potensi penelitian lanjut: Dirangkai dengan prototipe PSPT Helper – bantuan belanja offline/online yang menawarkan bahan makanan segar siap masak dari menu pada aplikasi PSPT Helper. Area tunggu ini bisa juga menjadi ruang tunggu konsumen offline PSPT Helper.</i></p> | |

Gambar 8: (kika) 1. Desain konseptual diaplikasikan pada konteks simpang kios dan dekat pintu masuk Basemen 2. Untuk kenyamanan lansia, furnitur dan ruang tanpa sudut lancip yang membahayakan lansia tetapi dilengkapi pegangan yang memudahkan lansia bangun

PENUTUP

Dari 8 prototipe, 2 prototipe (penunjuk arah lantai, zona warna & nama pintu) diwujudkan dalam skala 1:1 di Santa. Pemilihan realisasi kedua prototipe ini berdasarkan pertimbangan waktu, biaya, tenaga dan dampak yang tidak hanya paling besar tetapi juga paling berkelanjutan menginspirasi perubahan/perbaikan Santa. Renovasi tangga -yang juga akan memberikan dampak signifikan dan berkelanjutan- belum dapat dilaksanakan karena membutuhkan biaya dan koordinasi pemangku kepentingan dan ahli yang lebih kompleks. Namun desain konseptual prototipenya -beserta desain konseptual prototipe lainnya- menjadi data studi untuk pengembangan pasar selanjutnya baik Santa maupun pasar lain, sebagaimana hasil studi ini telah disampaikan kepada institusi pengelola Santa dan pasar Jakarta.



Gambar 9: Presentasi hasil “Studi Pasar sebagai Ruang Publik Inklusif bagi Lansia di Pasar Santa, Jakarta” kepada institusi pengelola pasar Jakarta pada Mei 2018 dan April 2018

DAFTAR PUSTAKA

Damsar dan Indrayani. 2018. *Pengantar Sosiologi Pasar, Edisi Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Oppusunggu, Ruth dan Tjoeputri, Melissa dan Katoppo, Martin. 2018. *A Study of Urban*

Placemaking Evolution Changes at Pasar Santa Jakarta. LivaS – International Journal on Livable Space, Volume 03 Number 1, February 2018, pages 35-41, e-ISSN: 2548-7515, p-ISSN: 2580-7552. <http://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/livas/issue/view/440>

Brown dan Katz. 2009. *Change by Design, How Design Thinking Transforming Organizations and Inspires Innovation*. New York: Harper Collins.

Brown dan Wyatt. 2010. *Stanford Social Innovation Review*.

IDEO Team, Heifer Int. dan ICRW. 2013. *Human-Centered Design (HCD) Toolkit: Design Thinking Toolkit for Social Innovation Project, 2nd Edition*. Licensed @ Creative Commons Attributes.

Katoppo, Martin L. 2017. *Design as Generator for Empowering Community*. Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Bandung.

Katoppo, Martin dan Sudradjat, Iwan. *Combining Participatory Action Research (PAR) and Design Thinking (DT) as an Alternative Research Method in Architecture*. *Form Procedia-Social and Behavioral Sciences, Volume 184*. 2015. Pages 118 – 125. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281503311X>

Katoppo, Martin dan Oppusunggu, Ruth. 2012. *Design as Generator*. From: *Artepolis 4 International Conference Proceeding, School of Architecture*. Pages 131-140. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Katoppo, Martin dan Triyadi, Slamet dan Siregar, Jehan. 2017. *Memory, Hope, and Sense-Design as Generator (DAG) Premises for Empowering Community*. From: *Advanced Science Letters, Volume 23*. Pages 6095-6101. USA: American Scientific Publishers.

Chiara, Joseph dan Panero, Julius dan Zelnik, Martin. 1992. *Time Saver Standards for Interior Design and Space Planning*. New York: McGraw-Hill, Inc.

Sarkissian, Wendy dan Stenberg, Beauford. 2013. *Guidelines for Planning for Older People in Public Open Space*. Australia. www.sarkissian.com.au

Carstens, Diane. 1993. *Site Planning and Design for The Elderly, Issues, Guidelines, and Alternatives*. Wiley & Sons, Inc.

Mikoleti, Anne and Moritz, Purckhauer. 2011. *Urban Code, 100 Lessons for Understanding the City*. Cambridge: The MIT Press.