

Identifikasi Penerapan Konsep *Placemaking* pada Alun-alun Pamulang

Titus Adi Kurniawan

Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain,
Universitas Pembangunan Jaya
Titus.kurniawan@upj.ac.id

Farras Asiyah

Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknologi dan Desain,
Universitas Pembangunan Jaya
Farras.Asiyah@student.upj.ac.id

ABSTRAK

Kota Tangerang selatan belum lama ini telah meresmikan alun-alun baru. Alun-alun ini terletak di Pamulang dan didesain dengan karakter terbuka. Alun-alun ini berbeda dengan alun-alun sebelumnya atau bentuk ruang publik yang ada di Tangerang Selatan. Dimana bentuk karakter dari ruang publik dahulu identik dengan pagar dan bersifat eksklusif. Sehingga pada pelaksanaannya ruang publik seperti alun-alun ini tidak berfungsi maksimal atau bahkan jarang digunakan. Namun hal ini berbeda dengan yang terjadi pada desain alun-alun pamulang yang baru. Alun-alun ini lebih bersifat inklusif dan dapat diakses semua orang dan semua sisi. Untuk itu mungkin dalam membuat konsep dari alun-alun ini mempertimbangkan beberapa teori pembentuk ruang publik. Salah satu teori tersebut adalah *placemaking*. Pada penelitian ini peneliti berupaya untuk mengidentifikasi konsep desain alun-alun Kota Tangerang Selatan menggunakan konsep pendekatan *placemaking*. Metode Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara observasi dan perekaman berdasarkan teori *placemaking* dengan 4 Indikator Utama dan 33 Sub Indikator. Hasil penelitian menunjukkan Alun-alun Pamulang secara garis besar sudah menerapkan konsep *placemaking* dalam desainnya.

Kata Kunci: *Placemaking*, Ruang Publik, Arsitektur

PENDAHULUAN

Kota Tangerang Selatan (Tangsel) merupakan kota yang sedang mengalami perkembangan. Perkembangan Kota Tangsel dapat dilihat dari kebijakan pembangunan kota Tangerang Selatan dari tahun 2022 hingga tahun 2024. Kebijakan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas Tangerang Selatan secara unggul, inovatif, dan layak huni. Letak kota Tangsel yang besebelahan langsung dengan Ibukota menempatkan Tangsel sebagai kota penyangga kota metropolitan Jakarta yang menimbulkan dampak negatif. Dampak ini yang membawa urgensi kota dalam mewujudkan lokalitas Kota Tangerang Selatan (Rantaprasaja 2022). Dengan adanya Alun-alun Pamulang di Kota Tangerang Selatan dapat menggambarkan kelokalan dan aktivitas masyarakat. Hal tersebut sebagai wujud mempertahankan identitas dari Kota Tangerang Selatan. Namun

apakah alun-alun tersebut sudah memenuhi indikator ruang terbuka publik pada suatu kota?

Keberadaan alun-alun sudah ada sejak zaman prakolonial yang masih ada sampai sekarang. Namun tidak dapat dipungkiri, dengan pergantian dan kemajuan zaman membuat konsep yang mendasari bentuk fisik alun-alun telah mengalami banyak perubahan. Pada awalnya alun-alun adalah sebuah lapangan terbuka yang permukaannya tidak boleh ada rumput dan ditutup dengan pasir serta dikelilingi pohon beringin (Baelah 2010). Perubahan alun-alun bergradasi dari fungsi sakral ke fungsi profan yang diiringi dengan perubahan kompleks bangunan di sekitarnya.



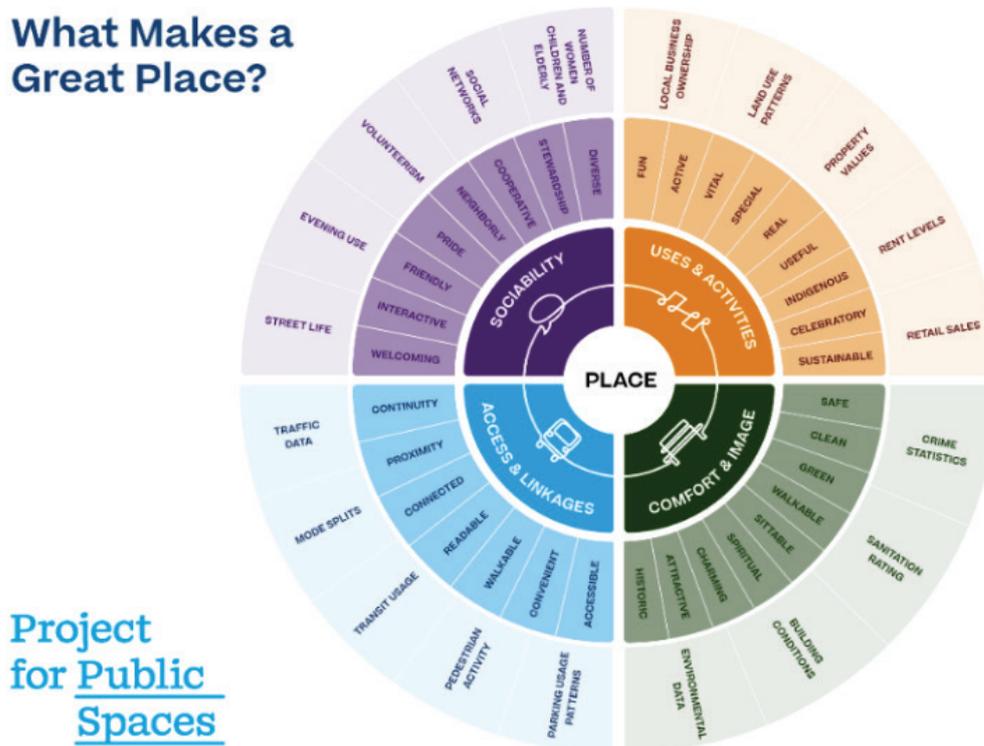
Gambar 1 Kondisi Lapangan Kecamatan Pamulang Sebelum dan Sesudah Pembangunan Alun-alun Pamulang. (Sumber: Google, 2022)

Lapangan Kecamatan Pamulang yang merupakan lokasi Alun-alun Pamulang saat ini memiliki sifat eksklusif. Dengan keberadaan lapangan yang dipagari sekelilingnya menciptakan citra bahwa lapangan ini biasa hanya digunakan untuk keperluan kegiatan instansi kecamatan saja. Namun saat ini pada tempat tersebut sudah berubah menjadi Alun-alun Pamulang yang bersifat inklusif dengan tanpa adanya keberadaan pagar luar, sehingga menciptakan kesan terbuka bagi setiap orang. Dengan keberadaan alun-alun yang baru peneliti ingin melihat bagaimana kaitan ruang publik dengan teori *placemaking*.

Placemaking merupakan sebuah tempat yang diubah sesuai dengan cara dan keinginan dari suatu kelompok manusia, *placemaking* merupakan cerminan masyarakat itu sendiri dimana identik dengan tempat mereka tinggal (Schneekloth, L. dan Shibley, R.G., 1995). Berdasarkan yang disampaikan Carmona, (2019), ada 3 aspek yang perlu dipahami untuk yang dapat menjadi gambaran ruang publik. Pertama, ruang publik merupakan sarana interaksi antar masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, untuk berbagai tujuan. Hal ini tentu saja sangat erat dimana beberapa *keyfactor* dari *placemaking* sangat erat hubungannya dengan konteks lokasi dan sosial. *Placemaking* merupakan proses perencanaan dan pengelolaan ruang publik dengan mengedepankan ketertarikan masyarakat terkait konteks lingkungan mereka tinggal dengan tetap memiliki identitas lokal yang bertujuan untuk membuat suatu ikatan antara manusia dengan lingkungannya (Razali et al., 2017)

KAJIAN TEORI

Menurut sebuah ulasan dari *Project for Public Spaces* mengembangkan metode yang berisi kriteria kota yang baik yaitu *The Place Diagram*. Alat ini digunakan untuk membantu komunitas/masyarakatnya mengevaluasi suatu tempat. *The Place Diagram* dapat di lihat pada Gambar 2 Pada diagram tersebut terdapat 3 (tiga) lapisan lingkaran dengan lapisan terdalam sebagai *key attributes* atau kunci utamanya, kemudian lapisan tengah ada *intangibles factors* atau faktor yang tidak berwujud, dan lapisan terluar ada *measurements factors* atau faktor yang terukur.



Gambar 2 *The Place Diagram* (Project for Public Spaces 1975)

Project for Public Spaces memiliki 4 (empat) *key factors* yang perlu diperhatikan dalam mencapai keberhasilan suatu tempat, yaitu:

Access & linkage, yaitu kemudahan akses dan keterhubungannya. Aksesibilitas suatu tempat yang baik dapat dilihat dari hubungan suatu tempat dengan lingkungan sekitarnya. Tempat dapat mudah dijangkau, dikunjungi, dan mudah dinavigasi. Tempat parkir dan pencapaiannya menggunakan transportasi umum juga harus mudah.

Comfort & image, yaitu memiliki citra dan kenyamanan yang baik. Kenyamanan pada suatu tempat dapat dilihat dari keamanan, kebersihan, dan ketersediaan tempat duduk. Lingkungan yang kebersihan dan keamanannya terjamin adalah kunci kesuksesan penting suatu tempat.

Uses & activities, yaitu serangkaian aktivitas/kegiatan di dalam tempat tersebut. Tempat memiliki suatu hal atau kegiatan yang dapat dilakukan pengunjung di dalamnya. Dengan menyediakan berbagai macam aktivitas yang dapat dilakukan, memungkinkan dalam menciptakan serangkaian aktivitas/kegiatan secara bersamaan juga digunakan pada waktu berbeda dalam sehari. Sehingga dapat menjadi tempat yang menarik bagi banyak orang serta menjadi daya tarik atau menjadi alasan bagi mereka untuk datang kembali.

Sociability, yaitu dapat mendorong terjadinya interaksi. Tempat yang dapat menjadi tempat favorit dan tempat yang nyaman bagi orang-orang untuk bertemu teman atau bahkan berinteraksi dengan orang asing.

Kemudian pada lingkaran tengah diagram *The Place Diagram*, ada tujuh hingga sembilan *intangibles factors* dari *key factors* yang disebutkan di atas. Indikator ini merupakan nilai-nilai yang hanya bisa dirasakan oleh kita ketika berada di dalam suatu tempat, indikator- indikator tersebut yaitu:

Tabel 1 Nilai-nilai yang Bisa Dirasakan dari Teori Placemaking.

Access & Linkage	Comfort & Image	Uses & activities	Sociability
<i>Continuity</i>	<i>Safe</i>	<i>Fun</i>	<i>Diverse</i>
<i>Proximity</i>	<i>Clean</i>	<i>Active</i>	<i>Stewardship</i>
<i>Connected</i>	<i>Green</i>	<i>Vital</i>	<i>Cooperative</i>
<i>Readable</i>	<i>Walkable</i>	<i>Special</i>	<i>Neighborly</i>
<i>Walkable</i>	<i>Sittable</i>	<i>Real</i>	<i>Pride</i>
<i>Convenient</i>	<i>Spiritual</i>	<i>Use</i>	<i>Friendly</i>
<i>Accessible</i>	<i>Charming</i>	<i>Indigeneous</i>	<i>Interactive</i>
	<i>Attractive</i>	<i>Celebratory</i>	<i>Welcoming</i>
	<i>Historic</i>	<i>Sustainable</i>	

Lalu pada lingkaran luar diagram *The Place Diagram*, ada empat hingga lima *measurements data* dari *key factors* yang disebutkan di atas. Indikator-indikator ini bertujuan untuk mempermudah kita untuk mengenali bagaimana data dapat dikumpulkan sehingga kita dapat memberikan penilai berdasarkan indikator tersebut. Satu contohnya pada tabel 2 terkait *Access & Linkage* kita dapat melihat melalui salah satu indikator *Pedestrian Activity* dimana Indikator ini yang digunakan peneliti sebagai indikator penelitian, indikator-indikator tersebut yaitu:

Tabel 2 Nilai-Nilai yang Terukur dari Teori *Placemaking*.

Access & Linkage	Comfort & Image	Uses & activities	Sociability
<i>Parking Usage Patterns,</i>	<i>Enviromental Data</i>	<i>Local Business Ownership</i>	<i>Number of Woman and Elderly</i>
<i>Pedestrian Activity</i>	<i>Building Conditions</i>	<i>Land Use Patterns</i>	<i>Social Networks</i>
<i>Transit Usage,</i>	<i>Sanitation Rating</i>	<i>Property Values</i>	<i>Volunteerism</i>
<i>Mode Splits</i>	<i>Crime Statistics</i>	<i>Rent Levels</i>	<i>Evening Use</i>
<i>Traffic Data</i>		<i>Retail Sales</i>	<i>Street Life</i>

Mengacu pada teori diatas peneliti berusaha untuk mencari justifikasi berdasarkan nilai-nilai yang terukur dari 4 *key factors* mengacu pada teori *placemaking*. Berdasarkan tabel 2 kita melihat beberapa hal melalui pengamatan dan mendeskripsikannya mengenai poin-poin terkait. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan pengamatan yang mendalam.

METODOLOGI

Metodologi penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Studi kasus yang dipilih adalah ruang publik yang disebut Alun-alun Pamulang Tangerang Selatan. Dalam prosesnya peneliti melakukan penelitian melalui observasi dan pengambilan gambar berdasarkan indikator *measurements data* untuk data penelitian.

Pengumpulan data dilakukan pada 20 titik pengamatan di lokasi penelitian dalam kurun waktu lima hari dengan empat pembagian waktu menggunakan instrumen pengumpul data berupa kamera ponsel.

Berdasarkan pengamatan tersebut peneliti melihat terkait nilai-nilai yang terukur berdasarkan teori *placemaking* pada tabel 2. Pada saat melakukan pengumpulan data, peneliti melakukan pengamatan yang mendalam dan mendeskripsikannya melalui berdasarkan fakta dilapangan. Beberapa data yang bisa terlihat dari hasil pengamatan peneliti deskripsikan sesuai dengan apa yang terjadi. Peneliti menggunakan rentan waktu yang berbeda dengan tujuan untuk mengurangi bias yang terjadi dalam pengumpulan data dilapangan. Beberapa data atau hasil pengamatan dikumpulkan dalam 1 matrix diagram gambar yang kemudian akan dilakukan analisis sesuai dengan item yang diamati.

Selanjutnya dari hasil data yang didapatkan berupa matrix gambar, kemudian dianalisis untuk melihat bagaimana setiap indikator memiliki peran dalam pembentukan konsep *placemaking*.

PEMBAHASAN

Pada Alun-alun pamulang terdapat pembagian Zonasi dari Alun-alun Kota Tangerang Selatan. Pembagian tersebut berdasarkan zona publik, zona semi publik (taman bermain anak dan Zona Servis. Zona Publik terdiri dari Lapangan dan tempat duduk untuk pengunjung. Zona Semi Publik berisi taman bermain untuk anak, area pameran dan tempat berteduh. Zona Servis terdiri dari tempat parkir baik motor atau mobil.



Gambar 3 Pembagian Zonasi dari Alun-alun Kota Tangerang Selatan.

Titik pengamatan dibagi menjadi 20 titik pengamatan dengan tujuan dari penelitian ini untuk merekam keseluruhan indikator yang dicari. Setelah ditentukan titik tersebut dilakukanlah pengamatan selama Senin, Rabu, Jumat, Sabtu dan Minggu. Pengamatan tersebut meliputi aktivitas pengunjung pada rentan waktu tertentu terkait dengan subindikator yang diamati. Terlihat pada gambar 4, adalah bukti banyaknya titik pengamatan dan waktu pengamatan untuk dapat merekam setiap aktivitas dari pengunjung dan indikator yang diperlukan dalam menentukan keterpenuhan konsep *placemaking* di kawasan.



Gambar 4 Titik Pengamatan dan Contoh Perekaman dalam Melakukan Pengamatan.

Pada tabel 3 terkait hasil yang diperoleh ternyata hampir seluruh indikator utama dari teori placemaking terdapat dalam Alun-alun Pamulang. Misalnya untuk *key factor* dari *access and linkage* dari semua nilai yang terukur seperti adanya area parkir, lalu terdapatnya aktifitas pedestrian, bagaimana pedestrian itu dapat berfungsi dengan baik, peneliti anggap bahwa pada kedua nilai tersebut dapat terpenuhi. Sedangkan terkait *Transit Usage* dan *Mode Split* kami nilai juga dapat terpenuhi karena terlihat dari beberapa aktifitas seperti digunakan sebagai tempat tunggu dan sebagai tempat transit. Selain itu dalam *Key Factors Comfort and Image* ada beberapa poin yang kami bisa garis bawahi dimana terkait *enviromental data* kami ambil dari kondisi cuaca melalui data skunder. Sedangkan untuk kondisi bangunan masih tergolong bangunan baru sehingga masih sangat baik untuk kondisinya. Untuk *Sanitation Rating* dan *Crime Statistic* kita dapat juga dari data skunder dan hasil pengamatan dimana menunjukkan hasil yang baik.

Belum pernah terdapat permasalahan terkait sanitasi atau kejahatan yang terdapat diarea ini. Hal ini mungkin karena terdapatnya cctv dan para penjaga keamanan yang bertugas disekeliling area untuk meningkatkan keamanan di lokasi. Dalam *Key Factors Uses and Activities* terdapat satu indikator yang kami rasa belum terpenuhi terkait data dari nilai property itu sendiri. Karena kepemilikannya milik pemerintah sebaiknya terdapat berapa nilai propertynya. Hal ini berkaitan dengan biaya perbaikan yang harus dikeluarkan. Apabila terdapat nilai dari properti itu kita bisa melihat bagaimana seharusnya pemerinta bisa menganggarkan untuk perbaikan loaksi dari waktu kewaktu. Selain daripada nilai *Property Values* kita dapat melihat melalui tabel 3. bahwa semua indikator telah terpenuhi. Pada *Key Factors Sociability* ternyata lokasi ini sangat mendorong masyarakat untuk saling berinteraksi. Terlihat dari hasil pengamatan yang memperlihatkan banyak aktifitas dari waktu kewaktu. Mulai dari banyaknya cluster usia yang menggunakan fisilitas ini baik dari anak anak hingga orang tua bahkan lansia. Terlihat sekali dalam poin

sosial tempat ini memang sangat cocok untuk digunakan dalam bersosialisasi. Pada waktu sore hari bukannya sepi justru peneliti lihat semakin ramai pengunjung. Puncaknya terjadi pada waktu hari sabtu dan malam hari, pengunjung yang datang bahkan lebih banyak lagi. Hal ini juga sejalan dengan terdapatnya street life dari pengunjung yang memanfaatkan untuk berbagai kegiatan, berlatih karate, kegiatan seni dan budaya, upacara, dan kegiatan masyarakat yang membuat lokasi ini semakin hidup. Namun dari semua indikator yang ada ternyata terdapat beberapa indikator yang belum sesuai terkait bagaimana peran serta dari masyarakat sekitar dalam menjaga lokasi yang sudah didesain dan direncanakan dengan baik. Pentingnya setiap masyarakat berperan serta agar alun-alun pamulang terus berlanjut keberadaannya

Tabel 3 Hasil Nilai-nilai yang terukur dari Teori *Placemaking*.

Access & Linkage		Comfort & Image		Uses & activities		Sociability	
<i>Parking Usage Patterns,</i>	v	<i>Enviromental Data</i>	v	<i>Local Business Ownership</i>	v	<i>Number of Woman and Elderly</i>	v
<i>Pedestrian Activity</i>	v	<i>Building Conditions</i>	v	<i>Land Use Patterns</i>	v	<i>Social Networks</i>	v
<i>Transit Usage,</i>	v	<i>Sanitation Rating</i>	v	<i>Property Values</i>	x	<i>Volunteerism</i>	x
<i>Mode Splits</i>	v	<i>Crime Statistics</i>	v	<i>Rent Levels</i>	v	<i>Evening Use</i>	v
<i>Traffic Data</i>	v			<i>Retail Sales</i>	v	<i>Street Life</i>	v

SIMPULAN & REKOMENDASI

Konsep *placemaking* sangat baik diterapkan dalam pembentukan ruang publik. Hal ini karena terbukti efektif dalam memaksimalkan fungsi ruang publik itu sendiri. Ruang publik seperti Alun-alun sebaiknya dapat diterapkan konsep *placemaking* ini untuk terus dapat mempertahankan fungsi keberlanjutan dan memaksimalkan keberadaannya. Konsep ini harus diterapkan pada setiap indikator yang ada dan harus dilakukan chekclist apakah dapat memenuhi dan menjawab lingkungan dimana konsep ini diterapkan pada desain.

Pada Alun-alun pamulang belum adanya indikator *retail & sales* dapat mengurangi efektifitas pada peningkatan konsep *placemaking* itu sendiri. Hal ini mungkin menjadi penghalang masyarakat untuk terlibat dalam memikirkan keberlanjutan ruang publik mereka sendiri. Sehingga akan lebih berat terlaksanakan apabila diserahkan pada pihak-pihak terkait seperti pemerintah daerah dalam hal ini Kota Tangerang Selatan.

Rekomendasi yang disarankan adalah apabila mendesain suatu ruang publik sebaiknya disertakan ruang untuk berjualan bagi masyarakat sekitar. Diberikan desain yang baik untuk pedagang kaki lima sehingga dapat mendorong aktifitas ekonomi serta *sense of belonging* dari masyarakat sekitar. Hal ini juga menunjukkan bahwa ruang publik tidak dapat berdiri sendiri tanpa aktivitas masyarakat dan partisipasi dari masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Baelah, Boim. 2010. "Mengenal Alun-alun sebagai sebuah Identitas Kota." Carmona, M. (2019). Principles for public space design, planning to do better. *Urban Design International*, 24(1), 47–59. <https://doi.org/10.1057/s41289-018-0070-3>
- Hantono, Dedi, dan Noer Aziza. 2020. "PERAN RUANG PUBLIK PADA KANTOR RUKUN WARGA TERHADAP AKTIVITAS MASYARAKAT DI KELURAHAN KEBON PALA JAKARTA TIMUR." 3(2).
- Krier, Rob. 1979. *Urban Space*. 4 ed. London: Architectural Design.
- Project for Public Spaces. 1975. "Project for Public Spaces." Diambil 28 Desember 2023 (<https://www.pps.org/>).
- Rantaprasaja, Luthfi. 2022. "Urgensi membangun identitas kultural warga Kota Tangsel." *antaranews.com*.
- Razali, M. K., Ahmad, H., Jusoh, H., & Choy, E. A. (2017). Place-making dalam Agenda Pembangunan Pelancongan. *Malaysia Journal of Society and Space*, 13(1), 38–50. <http://ejournal.ukm.my/gmjss/article/view/16713/5304>
- Sadli, Rahmad, dan Annisa Mu'awanah Sukmajati. 2021. "ANALISIS PEMANFAATAN RUANG TERBUKA PUBLIK: STUDI DI TAMAN BERLABUH KOTA TARAKAN." *Sustainable, Planning and Culture (SPACE): Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* 3(1).
- Schneekloth, Lynda H. & Shibley, Robert G. (1995). *Placemaking: The Art and Practice of Building Communities*. New York: John Wiley & Sons, Inc