

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

1.1.1. Perkembangan ruang terbuka publik di Indonesia

Menurut Budiharjo (1998), ruang terbuka adalah sebuah wadah yang menampung aktivitas manusia dalam suatu lingkungan tanpa adanya penutup dalam bentuk fisik, sedangkan menurut Budiharjo dan Sujarto (1999:34) ruang publik adalah tempat dimana masyarakat dapat melakukan aktivitas rekreasi dan hiburan, serta juga berhubungan dengan aktivitas sosial lainnya, seperti untuk berjalan-jalan, istirahat, duduk santai, dan juga dipadukan dengan tempat-tempat perdagangan. Pada umumnya ruang terbuka adalah ruang publik yang dapat menampung kebutuhan suatu area pertemuan dan aktivitas bersama di udara terbuka. Ruang yang memungkinkan terjadinya pertemuan antar manusia untuk saling berinteraksi, karena pada ruang ini seringkali terjadi berbagai kegiatan bersama, maka ruang-ruang terbuka ini dikategorikan sebagai ruang publik.

Ruang terbuka publik merupakan salah satu kebutuhan masyarakat perkotaan, namun perkembangan pembangunan kota saat ini cenderung ke arah fisik tanpa menyeimbangkan pembangunan lingkungan alam sekitar yang mengakibatkan berkurangnya ruang terbuka publik dalam perkotaan. Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota suatu kota harus menyediakan dan memanfaatkan ruang terbuka hijau dan ruang publik. Menurut UU No.26 Tahun 2007, penyediaan area untuk ruang terbuka hijau dan ruang terbuka publik dalam suatu wilayah kota paling sedikit 40 % dari luas wilayah kota, dimana persentase tersebut memiliki proporsi 30 % untuk ruang terbuka hijau dan seluas 10 % untuk area terbuka publik.

Peningkatan pertumbuhan kota yang cepat menyebabkan tuntutan kebutuhan lahan perkotaan juga semakin meningkat. Komersialisasi lahan dan privatisasi lahan, baik secara individu maupun badan hukum/lembaga membuat berkurangnya ruang terbuka publik di perkotaan. Bahkan pada permukiman padat penghuni, ruang terbuka publik yang dapat mewadahi aktivitas masyarakat sudah tidak dimilikinya.

Berkurangnya ruang terbuka publik yang mewadahi aktivitas bersama, dikhawatirkan akan berdampak pada masalah sosial sebagai akibat kurangnya kebersamaan dan sosialisasi antar masyarakat. Masyarakat tidak lagi memiliki ruang bersama untuk saling berinteraksi sosial antar masyarakat, sehingga budaya kebersamaan dan bertoleransi semakin terkikis.

Dari permasalahan tersebut, banyak kota-kota besar di Indonesia yang gencar untuk membangun taman baru atau merevitalisasi taman lama. Adapun Kota Surabaya di Jawa Timur yang mendapatkan penghargaan untuk kota-kota di Indonesia yang dinilai berhasil dalam kebersihan dan pengelolaan lingkungan hidup (Adipura Kencana) selama tiga kali berturut-turut dalam kurun waktu 2012-2014 (Kaskus dalam “Mari Menengok Pesatnya Perkembangan Kota Surabaya”, 2015). Kesuksesan Kota Surabaya ini tidak lepas dari kesediaan taman kota ataupun ruang terbuka hijaunya. Salah satu taman kota di Surabaya yaitu Taman Bungkul mendapatkan penghargaan *The Asian Townscape Award* pada tahun 2013 dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) sebagai taman terbaik di Asia (Realita.co, 2014). Kota Bandung, Jawa Barat yang saat ini dipimpin oleh Ridwan Kamil juga cukup berhasil dalam penataan ruang terbuka publiknya seperti taman film, taman fotografi, taman jomblo, taman lansia, dan sebagainya. Bahkan Ridwan Kamil akan membuat Kota Bandung menjadi kota kembang yang lebih asri dengan merencanakan 604 taman yang ada di Bandung menjadi taman tematik dan taman bermain di setiap Rukun Warga (RW) (Kompas.com, 2015).

1.1.2. Pusat perbelanjaan sebagai representasi ruang terbuka publik

Pengaruh peningkatan ekonomi masyarakat kota dan perilaku konsumtif mendorong tumbuhnya sarana dan prasarana guna memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pelaku aktivitas. Gaya hidup masyarakat perkotaan yang lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan daripada pasar tradisional membuat pembangunan pusat perbelanjaan di kota-kota besar semakin meningkat. Masyarakat memilih berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan, karena mereka dapat berbelanja sambil relaksasi menikmati fasilitas hiburan, sehingga pengunjung dapat berbelanja sambil berekreasi.

Perkembangan pusat perbelanjaan saat ini pun berulang pada konsep menggabungkan antara aktivitas berbelanja yang juga bersamaan dengan aktivitas rekreasi (*hang-out*). Hal ini menimbulkan pergeseran gaya hidup masyarakat dalam aktivitas rekreasi yang mulanya mereka berekreasi, berkumpul, dan berinteraksi di ruang terbuka publik (taman kota), sekarang menuju ke pusat perbelanjaan.

Pergeseran gaya hidup masyarakat tersebut, membuat perkembangan pusat perbelanjaan di Indonesia menggabungkan antara aktivitas berbelanja dan sarana rekreasi bagi masyarakat. Kondisi tersebut masih dinilai kurang dapat menghadirkan sarana rekreatif yang dapat mewadahi aktivitas berinteraksi bersosialisasi antar masyarakat. Salah satu faktor yang menyebabkan hal itu adalah kurangnya fasilitas ruang terbuka publik yang dapat

menampung kebutuhan berinteraksi dan bersosialisai bagi pengunjung pusat perbelanjaan. Hal ini membuat perkembangan desain pusat perbelanjaan yang menggabungkan antara fungsi pusat perbelanjaan dan ruang terbuka publik.

1.1.3. Ruang terbuka publik pada pusat perbelanjaan kota-kota besar di Indonesia

Pulau Jawa merupakan salah satu pulau besar di Indonesia dengan kepadatan penduduk yang tinggi daripada pulau lain di Indonesia yakni mencapai 936,6 jiwa/km² (Wikipedia, 2013). Pengembangan pusat perbelanjaan yang mengintegrasikan ruang terbuka publik dapat di temui di beberapa kota besar di Pulau Jawa, seperti Kota Bandung, Kota Surabaya, dan Kota Solo.

Kota Bandung sebagai ibukota Jawa Barat memiliki daya tarik yang luar biasa di kalangan wisatawan yang menyukai belanja dan salah satu tempat tujuan wisatawan domestik atau mancanegara yang mencari barang seperti pakaian, aksesoris, dan lain-lain yang berhubungan dengan *fashion*, sehingga Kota Bandung memiliki julukan sebagai “surga” tempat belanja. Kota Bandung tidak hanya memiliki julukan sebagai “surga” tempat belanja (Mardiyana, 2013), namun Kota Bandung sejak dahulu dikenal dengan berbagai julukan, mulai *Paradise in Exile*, *Parijs van Java*, *The Garden of Allah*, sampai julukan Bandung Kota Kembang karena ruang terbuka kotanya. Dari isu tersebut, memunculkan pusat perbelanjaan dengan konsep ruang terbuka di Kota Bandung, yaitu Cihampelas Walk (Ci-Walk). (Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung, 2011)

Kota Surabaya merupakan ibukota Jawa Timur serta berperan sebagai kota metropolitan yang dijadikan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan. Surabaya memiliki pusat perbelanjaan terbanyak se-Jawa Timur, yakni terdapat 21 pusat perbelanjaan (Surabayapost, 2013), sehingga Kota Surabaya memiliki daya tarik yang luar biasa di kalangan wisatawan yang menyukai belanja dan salah satu tempat tujuan wisatawan domestik atau mancanegara yang mencari barang seperti pakaian, aksesoris, dan lain-lain. Salah satu pusat perbelanjaan yang menggabungkan fasilitas berbelanja dengan ruang terbuka publik yaitu Surabaya *Town Square* (Sutos). Ruang terbuka publik di Sutos memberikan sumbangsih terhadap Ruang Terbuka Hijau (RTH) Kota Surabaya sebesar 26% yang seharusnya 30 % dari luas wilayah kota (encity.co, 2014). Angka 26 % ini jauh di atas RTH di Kota Jakarta yang sama-sama di klaim sebagai kota metropolitan yakni masih berkuat pada angka 14 % (Kompas.com, 2013).

Kota Surakarta atau yang biasa disebut Solo ini merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah dan menjadi salah satu tujuan wisata di Indonesia. Pada tahun 2013, *The Park*

Solo *Mall* dibangun di atas lahan seluas 16 hektar yang menjadi pusat perbelanjaan termodern di Jawa Tengah. *Mall* yang memiliki konsep *The Green Shopping Atmosphere* mencoba untuk memadukan nuansa area komersial dan ruang terbuka publik (joglosemar.co, 2013).

Menurut Darmawan (2009:89), elemen ruang terbuka publik memiliki 8 elemen, yaitu aktivitas dan fungsi campuran; ruang publik dan ruang khusus; pergerakan dan keramahan pedestrian; skala manusia dan kepadatan; struktur, kejelasan, dan identitas; kerapian, keamanan, dan kenyamanan; manajemen kota; dan visual yang menarik. Berdasarkan hal itu, terdapat 3 elemen yang lebih dapat menilai kualitas ruang terbuka publik yang terintegrasi pada pusat perbelanjaan. Pertama, pergerakan dan keramahan pedestrian, dimana dalam elemen ini memfasilitasi pergerakan pengunjung dari satu tempat menuju tempat lainnya, sehingga aspek sirkulasi menjadi aspek yang dapat mengintegrasikan antara ruang terbuka publik dengan pusat perbelanjaan. Kedua, ruang publik dan ruang khusus, dimana dalam elemen ini dapat memberikan sebuah zoning-zoning bagi pengunjung dalam beraktivitas, sehingga aspek zoning aktivitas ini dapat mengintegrasikan aktivitas dalam suatu zoning ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan. Ketiga, visual yang menarik, dimana aspek visual ini dapat memberikan kesatuan antara ruang terbuka publik dengan pusat perbelanjaan. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji tentang “**Integrasi Ruang Terbuka Publik Terhadap Pusat Perbelanjaan**” dengan studi kasus Cihampelas *Walk* Bandung, Surabaya *Town Square*, dan *The Park Solo*.

1.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan ini adalah:

1. Berkurangnya ruang terbuka publik di perkotaan akibat persaingan lahan sehingga aktivitas bersama dan interaksi antar masyarakat semakin terkikis.
2. Gencarnya pembangunan taman kota sebagai ruang terbuka publik di kota-kota besar Indonesia yang dapat menampung aktivitas masyarakat kota.
3. Bergesernya gaya hidup masyarakat yang lebih memilih berekreasi ke pusat perbelanjaan modern daripada di ruang terbuka publik (taman kota)
4. Terdapat kecenderungan perkembangan pusat perbelanjaan yang menggabungkan dengan ruang terbuka publik di Jawa

1.3. Rumusan Masalah

Bagaimana bentuk integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan, khususnya pada aspek sirkulasi, zoning aktivitas, dan visual ruang?

1.4. Batasan Masalah

Pembatasan masalah pada integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan bertujuan untuk memfokuskan penelitian yang dilakukan. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek amatan dipilih pada ruang terbuka publik yang di integrasikan dengan pusat perbelanjaan
2. Topik pembahasan difokuskan pada aspek sirkulasi, zoning aktivitas, dan visual ruang terbuka publik yang terintegrasi dalam pusat perbelanjaan
3. Topik pembahasan tidak mengkaji tentang kultur atau budaya pada masing-masing lokasi studi kasus
4. Studi kasus yang diambil yaitu Cihampelas *Walk* Bandung, Surabaya *Town Square*, dan *The Park* Solo.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan kajian ini adalah menemukan bentuk integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan, khususnya pada aspek sirkulasi, zoning aktivitas, dan visual ruang.

1.6. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pihak pengelola pusat perbelanjaan

Sebagai masukan dan bahan evaluasi bagi pengelola pusat perbelanjaan yang bersangkutan terhadap pengembangan desain ruang terbuka publik yang terintegrasi pada pusat perbelanjaan, khususnya pada aspek sirkulasi, zoning aktivitas, dan visual

2. Bagi keilmuan arsitektur

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang bentuk integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan khususnya pada aspek sirkulasi, zoning aktivitas, dan visual

3. Bagi praktisi di bidang arsitektur

Diharapkan menjadi acuan dalam perancangan ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan, khususnya pada aspek sirkulasi, zoning aktivitas, dan visual ruang.

4. Bagi masyarakat

Memberikan wawasan, gambaran, penjelasan, dan informasi mengenai ruang terbuka publik dalam pusat perbelanjaan yang mampu memberikan wadah saling berinteraksi antar masyarakat, sebagai tempat untuk melakukan aktivitas rekreasi bagi pengunjung, serta dapat mewadahi sarana berkumpul bagi komunitas-komunitas.

1.7. Sistematika Pembahasan

Secara sistematika pembahasan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan, identifikasi masalah integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKAN

Bab ini membahas tentang teori dari pusat perbelanjaan dan ruang terbuka publik, serta membahas tentang teori pada aspek sirkulasi, zoning aktivitas, dan visual ruang pada ruang terbuka publik yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode umum dan tahapan operasional penelitian mengenai integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan, lokasi studi, jenis data dan metode pengumpulan data, variabel penelitian, metode analisis data, dan metode sintesis data.

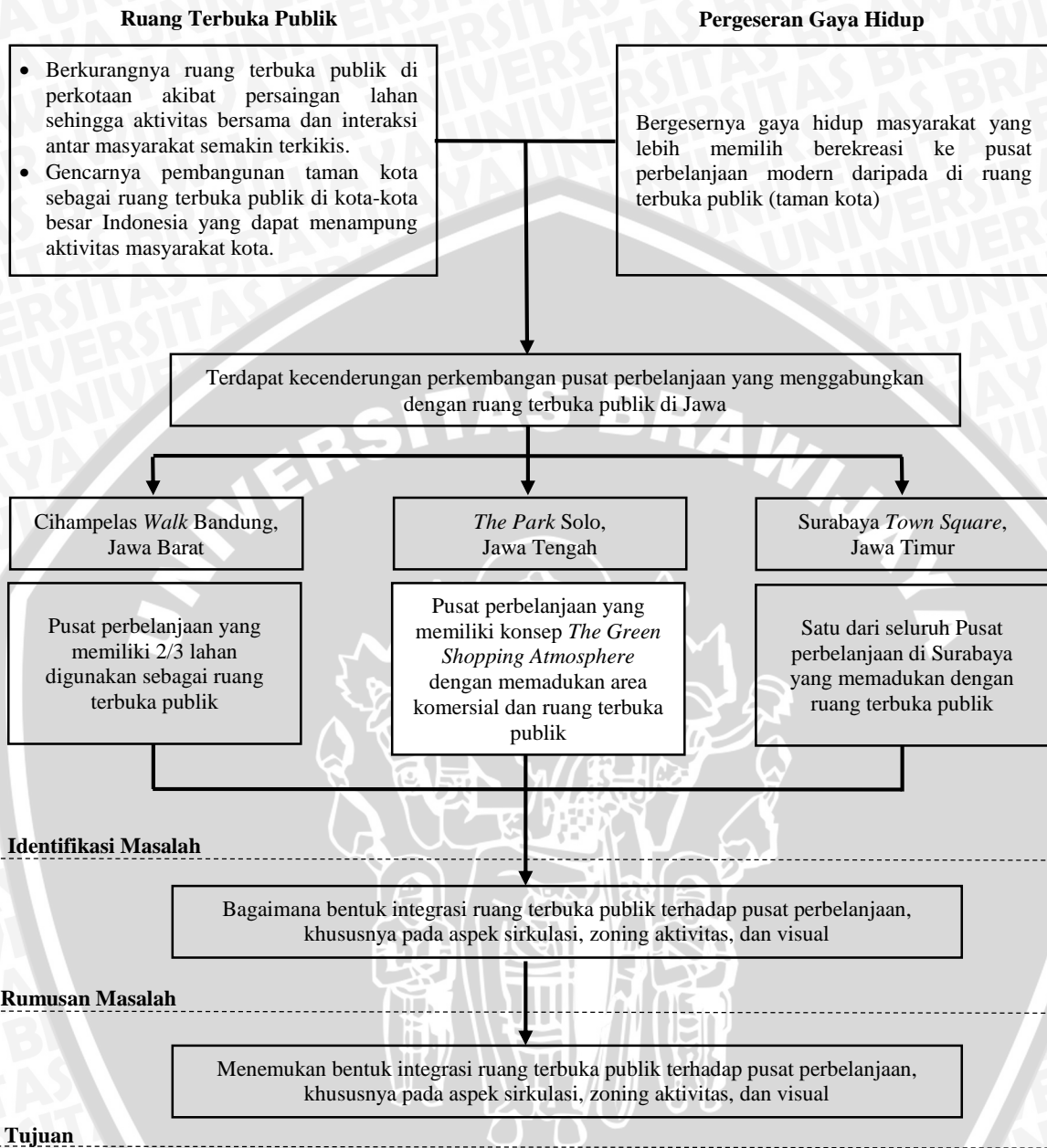
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil dari penelitian integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan pada Cihampelas *Walk* Bandung, Surabaya *Town Square*, dan *The Park* Solo, menganalisis hasil penelitian, dan mensintesis hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dari penelitian integrasi ruang terbuka publik terhadap pusat perbelanjaan dengan studi kasus Cihampelas *Walk* Bandung, Surabaya *Town Square*, dan *The Park* Solo, serta saran untuk pihak pengelola, bidang keilmuan arsitektur, bidang praktisi, dan masyarakat.

1.8. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran