

## **PENERAPAN *GENIUS LOCI* PADA PERANCANGAN PASAR SENI SEBAGAI RUANG PUBLIK KREATIF DI SURAKARTA**

**Radiva Nida Nabila, Titis Srimuda Pitana, Ummul Mustaqimah**  
Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret Surakarta  
Email: radivann@student.ac.id

### **Abstrak**

*Ruang publik merupakan suatu ruang yang dapat didatangi oleh berbagai lapisan masyarakat dan dapat merepresentasikan masyarakatnya. Namun, kondisi yang terjadi saat ini justru kontradiktif dengan definisi dari ruang publik itu sendiri. Ruang-ruang publik tidak lagi merepresentasikan masyarakatnya sehingga banyaknya ruang-ruang publik yang kehilangan identitas dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Identitas menjadi penting karena merupakan suatu aspek yang menjadikan ruang (space) menjadi suatu tempat (place) dan menjadi suatu ciri pembeda antara suatu tempat dengan tempat lain. Identitas suatu tempat dapat dikenali melalui genius locinya. Genius loci memahami bahwa setiap tempat memiliki jiwa (spirit of place). Jiwa tersebut dapat terlihat, terasa, dan dapat dipahami melalui aspek spasial dan non-spasial dengan objek man-made place dan natural place. Pada perencanaan dan perancangan Pasar Seni sebagai Ruang Publik Kreatif di Surakarta, penerapan genius loci dilakukan pada tahap: pengumpulan data; analisis; penentuan lokasi; pemilihan jenis ruang publik; penentuan kegiatan dan prasyarat rancangan; dan desain dalam bentuk: tapak; bangunan utama; bangunan servis; kios; open space dan area kuliner; bangunan utilitas dan parkir; serta street furniture dan vegetasi. Sedangkan metode yang digunakan terdiri dari empat tahap yaitu: perumusan masalah, pengumpulan data, analisis-sintesis, dan desain.*

**Kata kunci:** *Genius loci, Pasar Seni, Ruang Publik, Industri Kreatif*

### **1. PENDAHULUAN**

Ruang publik dapat didefinisikan sebagai suatu ruang yang terbuka untuk semua orang, tidak memandang suku, umur, maupun gender. Keberadaannya sendiri dapat menjadi wadah yang mempersatukan komunitas, merepresentasikan masyarakatnya, dan membentuk identitas dari suatu tempat (Walljasper, 2012). Namun, ruang-ruang publik yang berkembang saat ini, justru tidak merepresentasikan masyarakatnya baik secara fungsi, aspek spasial, maupun aspek non-spasial. Hal ini tentu merupakan hal yang kontradiktif dengan pengertian ruang publik itu sendiri. Kondisi ini dapat terjadi akibat dari perancangan yang dikuasai oleh pemegang kebijakan (kapitalis) yang cenderung hanya mementingkan aspek spasialnya saja dan meninggalkan aspek non-spasialnya. Akibatnya banyaknya ruang-ruang publik yang kehilangan identitas dan tidak berfungsi sebagaimana mestinya, bahkan terbelenggu (Jacobs, 1961). Hal serupa juga dipaparkan oleh Lefebvre melalui Pamungkas (2016), bahwa ruang hasil dari produksi pemegang kebijakan (kapitalis) justru melahirkan ruang-ruang yang homogen di berbagai belahan dunia. Lefebvre percaya bahwa akar permasalahan dari ruang yang homogen merupakan akibat dari adanya hegemoni kapitalisme modern.

Sebelum memahami tentang pentingnya identitas suatu tempat, perlu adanya pemahaman terlebih dahulu tentang pengertian dari tempat (*place*). Norberg-Schulz (1980) memaparkan bahwa tempat (*place*) merupakan suatu ruang (*space*) yang menunjukkan sebuah lokasi dan juga

sebagai suatu konklusi pengalaman total yang terdiri dari sebuah ruang (*space*) dan identitas. Melalui pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa untuk membentuk suatu tempat (*place*), tidak hanya terbatas hanya dengan bentuk spasial berupa ruang (*space*), namun juga terdiri suatu identitas yang terbentuk melalui aspek spasial dan non-spasial. Hal yang serupa juga dipaparkan oleh Lefebvre melalui Pamungkas (2016) dalam teori produksi ruang. Lefebvre memaparkan produksi ruang sosial mengacu kepada relasi yang bersifat dialektis antara ruang (spasial dan sosial) yang hidup, ruang yang dipersepsikan, dan ruang yang dikonsepsikan, atau apa yang disebut sebagai “tiga rangkaian konseptual atas ruang” (*a conceptual triad of social space production*). Hal tersebut mengacu kepada pembentukan ruang itu sendiri yang seharusnya bersifat dialektis antar ruang dalam bentuk spasial dan sosial (non-spasial). Berdasarkan pemaparan diatas, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa, identitas suatu ruang menjadi penting karena identitas merupakan suatu hal yang menjadikan ruang (*space*) menjadi suatu tempat (*place*) dan juga sebagai suatu ciri khas yang menjadi pembeda antara suatu tempat dengan tempat lainnya.

Untuk mengembalikan identitas dari suatu tempat, mulanya perlu adanya pemahaman akan identitas dari suatu tempat itu sendiri. Untuk memahami identitas suatu tempat, maka fenomenologi digunakan sebagai dasar pemahaman. Dalam pandangan Husserl fenomenologi merupakan paham yang mempertimbangkan kesadaran manusia baik secara fisik maupun non-fisik sebagai suatu aspek yang vital (Asih, 2005). Dalam bidang arsitektur, paham fenomenologi diterapkan kedalam paham *Genius loci*. *Genius loci* merupakan suatu pemahaman yang mempercayai bahwa setiap tempat memiliki jiwa (*spirit of place*). Jiwa dari tempat tersebut terbentuk dari identitas spasial maupun non-spasial. Aspek spasial dapat berupa apa yang terlihat dengan mata, sedangkan non-spasial dapat berupa pemaknaan, budaya, sosial, serta nilai historis. Objek yang diamati merupakan objek berupa *man-made place* dan *natural-place*. *Man-made place* merupakan objek yang dibuat oleh manusia untuk kepentingan keberlangsungan hidup bertempat tinggal (*dwelling*). Sedangkan *natural place* berkaitan dengan benda-benda yang telah “ada” pada ruang tersebut (berkaitan dengan alam) (Norberg-Schulz, 1980). Maka dari itu untuk menerapkan *genius loci* mulanya perlu dilakukan pemahaman akan jiwa dari suatu tempat yang dikaji melalui objek *man-made place* dan *natural place* dengan aspek spasial dan non-spasial. Kajian ini dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Kajian tersebut nantinya akan membentuk suatu kriteria rancangan yang sesuai dengan identitas tempat.

Indonesia dikenal sebagai negara dengan kekayaan budaya yang berlimpah. Namun, adanya hal tersebut tidak membuat ruang-ruang publik di kota-kota Indonesia menjadi sebuah pengecualian akan dampak dari arus problematika hilangnya identitas suatu tempat. Ruang-ruang publik di Kota Surakarta salah satunya. Surakarta merupakan salah satu kota di Jawa Tengah, Indonesia yang memiliki nilai seni dan budaya yang tinggi, namun kekayaan tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Terlepas dari itu semua, Surakarta merupakan sebuah Kota yang memiliki potensi yang besar dalam bidang kesenian. Hal ini dibuktikan dengan adanya Kraton Surakarta dan Pura Mangkunegaran yang menyisakan kota yang kaya akan seni dan budaya. Baik dalam bentuk spasial maupun non-spasial. Beragam tarian, bangunan, musik, karya literasi, telah diwariskan sampai saat ini. Selain itu, berdasarkan data yang dihimpun oleh Bangsawan (2017), menunjukkan adanya 495 Industri kreatif yang aktif di Kota Surakarta. Throsby (2012) mendefinisikan Industri Kreatif sebagai industri yang mengedepankan kreatifitas sebagai input yang dapat teridentifikasi dan digunakan secara signifikan. Sedangkan berdasarkan data yang dihimpun oleh Bekraf dalam program BISMA (*Bekraf Information System in Mobile Application*), yaitu sebuah aplikasi yang memungkinkan terjadinya pencatatan kegiatan serta pelaku usaha kreatif, Kota Surakarta tercatat memiliki 34,697 unit usaha (Bekraf, 2018). Adanya perbedaan pendataan ini menunjukkan adanya beribu-ribu potensi kreatif yang masih belum tercatat maupun dikembangkan di Kota Surakarta. Pada 2019 lalu, Kota Surakarta telah dinobatkan menjadi salah satu kota kreatif dengan seni pertunjukan sebagai sub sektor unggul (Zulfikar, 2019).

Dari pemaparan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Kota Surakarta merupakan kota yang memiliki potensi kesenian yang tinggi, namun dengan sejuta potensi tersebut, apabila kota

beserta ruang-ruangnya tidak diolah dengan benar, maka tentu tidak luput dengan problematika hilangnya identitas suatu tempat. Maka dari itu, untuk memunculkan kembali identitas ruang-ruang publik di Kota Surakarta, dibutuhkan pemahaman terlebih dahulu akan identitasnya yang di analisis melalui pemahaman *genius loci* untuk kemudian di terapkan dalam desain. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan paham *genius loci* pada perencanaan dan perancangan Pasar Seni sebagai Ruang Publik Kreatif di Surakarta.

## 2. METODE PENELITIAN

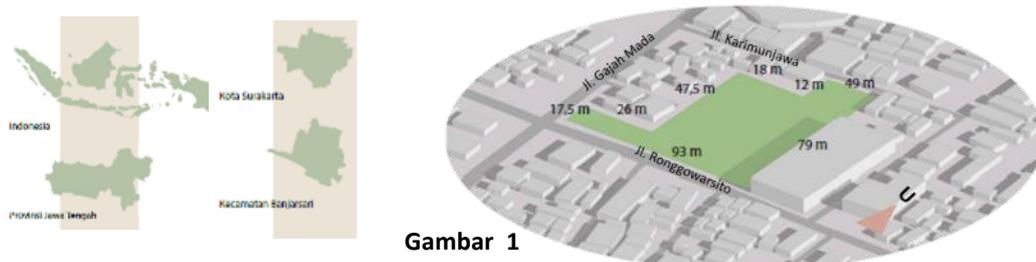
Penelitian dimulai pada tahap perumusan masalah. Tahap ini dimulai dengan perumusan tema awal yang dibahas berdasarkan fenomena yang terjadi. Kemudian berdasarkan fenomena tersebut dirumuskan dalam bentuk pertanyaan besar dan tujuan akhir dari dilakukannya perencanaan dan perancangan tersebut. Tahap selanjutnya yaitu tahap pengumpulan data. Dalam melakukan pengumpulan data, terdapat empat cara yang dilakukan untuk memperoleh data, yaitu: studi literasi, observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Tahapan dilanjutkan dengan analisis dan sintesis. Tahap ini dilakukan terhadap data yang telah dihimpun sebelumnya dengan menginput paham *genius loci*. Selanjutnya hasil analisis tersebut dikonversikan kedalam suatu bentuk yang lebih konkrit berupa keputusan konsep deskriptif rancangan maupun skematik yang nantinya akan ditransformasikan kedalam bentuk arsitektural maupun dalam bentuk programatik. Hasil yang didapatkan dari proses analisis ialah: konsep dasar berupa kriteria program ruang, kondisi tapak, sirkulasi, olah massa, struktur, dan utilitas bangunan. (Ikatan Arsitek Indonesia, 2017) Tahap selanjutnya adalah tahap desain. Berdasarkan hasil keputusan konsep desain, dalam tahap ini akan dilakukan transformasi konsep deskriptif dan skematik kedalam bentuk arsitektural.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada paham *genius loci* yang dipopulerkan oleh Norberg-Schulz (1980), *genius loci* suatu tempat dapat diamati dari dua jenis objek, yaitu *man-made place* dan *natural place* yang dapat dibagi menjadi dua aspek, yaitu aspek spasial dan non-spasial. Penerapan *genius loci* pada perencanaan dan perancangan Pasar Seni sebagai Ruang Publik Kreatif di Surakarta dilakukan dengan melakukan observasi, studi literasi, studi dokumentasi, dan wawancara. Sehingga nantinya menghasilkan kriteria ruang publik yang representatif dengan identitas tempat.

### a. Penerapan *Genius loci* pada Pemilihan Lokasi Tapak

Dalam melakukan pemilihan tapak penerapan *genius loci* dilakukan dengan melakukan observasi. Terdapat tiga kriteria yang menjadi acuan: Adanya potensi industri kreatif, adanya 'rasa' *genius loci* yang kuat, terletak ditengah kota. Tapak yang terpilih merupakan tapak yang terletak dekat dengan kawasan Gatsu-Ngarsopuro, tepatnya di Jalan Ronggowarsito no. 137, Kelurahan Timuran, Kecamatan Banjarsari Surakarta. Tapak memiliki luas sebesar 5.496 m<sup>2</sup> dengan KDB 60% dan KLB 240% dengan maksimal ketinggian 20 meter (4 lantai). Pada bagaian utara tapak berbatasan dengan Jalan Karimunjawa dan Pemukiman Warga. Pada bagian selatan tapak berbatasan dengan Jalan Ronggowarsito dan area pertokoan. Pada bagian barat tapak berbatasan dengan Jalan Gajah Mada dan Pertokoan. Sedangkan pada bagian timur, tapak berbatasan dengan sekolah.



Gambar 1

**Lokasi Tapak**

Berdasarkan hasil pengamatan, *genius loci* yang diperoleh dari kawasan tersebut ialah: adanya narasi kontras suasana antara jalan Gatot Subroto dengan Kawasan Ngarsopuro. Jalan Gatot Subroto memiliki suasana yang menampilkan nuansa *pop-culture*, hal ini dibuktikan dengan adanya aspek spasial berupa mural, bentuk bangunan, serta kegiatan yang mendukung adanya suasana tersebut (non-spasial). sedangkan pada Kawasan Ngarsopuro suasana yang terbentuk adalah suasana Etnik Jawa. Hal ini dibuktikan dalam bentuk berupa bangunan-bangunan pada kawasan tersebut serta suasana yang dirasakan. Selain itu aspek historis juga memegang peran penting dalam pembentuk suasana pada kawasan Ngarsopuro.

**b. Penerapan *Genius loci* pada Penentuan Jenis Ruang Publik**

Penerapan *genius loci* pada penentuan jenis ruang publik dilakukan melalui studi dokumentasi dan observasi. Jenis ruang publik berupa “Pasar Seni”, merupakan hasil dari pertimbangan beberapa poin, antara lain: Surakarta memiliki hubungan yang erat dengan pasar (Kusumawijaya, 2009), peran peletakan pasar yang spesial dalam tatanan kota Surakarta (Aliyah, Setioko, & Prado, 2015), pasar merupakan salah satu tujuan pariwisata di Surakarta.

**c. Penerapan *Genius loci* pada Penentuan Kegiatan dan Prasyarat Rancangan**

Penerapan *genius loci* juga dilakukan mulai dari penentuan jenis kegiatan, kebiasaan, cara, dan suasana yang sesuai dengan kegiatan kreatif yang berlangsung di Kota Surakarta. Penerapan tersebut dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi.

Berdasarkan hasil dari pengumpulan data dan analisis yang dilakukan, Pasar Seni sebagai Ruang Publik Kreatif di Surakarta, memiliki kegiatan utama berupa: Kegiatan Seni Pertunjukkan, Kegiatan Kuliner, Kegiatan Seni Kriya, Kegiatan Pameran Seni, Kegiatan Pertunjukkan Film, dan Kegiatan Literasi. Dengan pengguna. Penentuan kegiatan tersebut, merupakan hasil yang diperoleh berdasarkan data potensi Kota Surakarta terkait Industri Kreatif dan studi Literasi terkait pengelompokan sub-sektor Industri Kreatif oleh David Thorsby (2010). Sedangkan pengguna yang diperkirakan akan menggunakan Pasar Seni ialah: Pengunjung/Wisatawan, Seniman/Pedagang, Pengelola, Petugas Keamanan, dan Petugas Kebersihan.

Selain itu terdapat prasyarat rancangan, antara lain: Kursi yang nyaman dan fleksibel, keramaian yang mengundang, penghijauan yang menggambarkan suasana tempat, Integrasi dengan Ngarsopuro-Gatsu, Atraksi Visual, dan Memperhatikan pengalaman individu secara detail dengan memberikan perpaduan suasana etnik jawa dan *pop-culture*. Prasyarat tersebut merupakan hasil analisis dari data yang telah diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi literasi.



**Gambar 2**

Pengguna, Kegiatan, dan Prasyarat Rancangan

d. Penerapan *Genius loci* pada Tapak



1. Bangunan Utama
2. Kios
3. Open Space
4. Bangunan Servis
5. Bangunan Utilitas
6. Area Parkir
7. Area Parkir Pengelola

Gambar 3  
Tapak

Berdasarkan prasyarat rancangan yang telah dibahas pada poin sebelumnya, tata letak bangunan pada Pasar Seni sebagai Ruang Publik Kreatif di Surakarta tersusun berdasarkan beberapa aspek, yaitu respon terhadap alam dan kawasan sekitar, kosmologi Jawa, serta cerminan narasi Gatsu-Ngarsopuro. Respon terhadap alam dan kawasan sekitar diwujudkan dalam peletakan lahan parkir yang berada pada bagian barat kawasan. Hal ini merupakan respon atas matahari sore yang cenderung memberikan suhu yang tinggi. Sehingga pada bagian barat difungsikan sebagai ruang-ruang yang tidak banyak terjadi kegiatan manusia. Selain itu, untuk mengurangi suhu panas dari matahari sore, maka pada bagian barat ditanami pepohonan dan dilakukan meminimalisir bukaan pada bagian barat. Pada bagian timur, tapak berbatasan dengan sekolah, sehingga ruang-ruang yang diletakan pada bagian timur merupakan ruang dengan tingkat kebisingan rendah.



Bagian barat difungsikan untuk parkir sebagai respon matahari barat yang tidak mendapat penghalang

Vegetasi pada sisi barat untuk mengurangi sinar matahari sore yang masuk

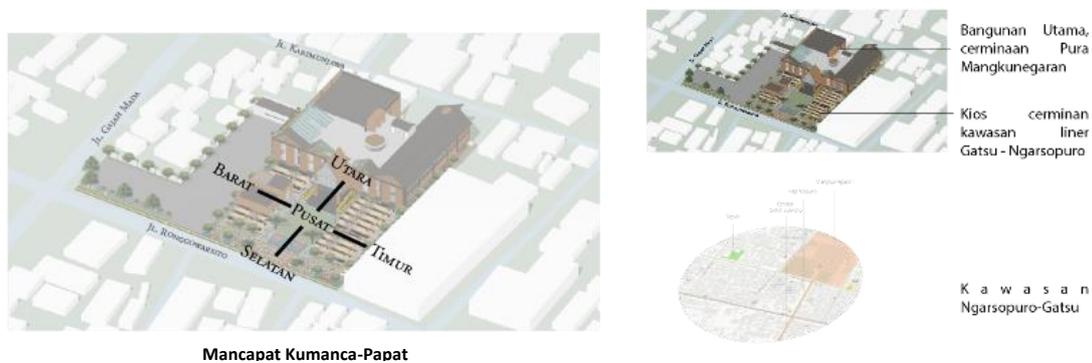
Vegetasi pada sisi selatan untuk mengurangi polusi dan meminimalisir penebangan pohon eksisting

Ruang pada sisi timur memiliki tingkat kebisingan rendah karena pada sisi timur, tapak bersebrangan dengan sekolah

Gambar 4

**Penerapan *Genius Loci* pada Tapak Berdasarkan Analisis Tapak**

Manifestasi kosmologi Jawa pada tapak merupakan perwujudan dari hasil observasi dan studi dokumentasi objek *man-made place* pada aspek non-spasial. Hal ini diwujudkan dalam tata bangunan dan zonasi bangunan yang disusun berdasarkan sumbu imajiner horizontal. Pada kepercayaan kosmologi Jawa terdapat istilah “Mancapat Kumanca-Papat” yang artinya tiap wujud realitas memiliki empat kawan yang mengirinya. Hal ini dapat diwujudkan dalam penataan massa bangunan pada empat arah mata angin dengan pusat pada bagian tengahnya. Pada bagian pusat, terdapat area *open space* dan empat area lainnya berada pada sisi utara, selatan, barat, dan timur. Sedangkan secara fungsi, tata letak kawasan mengacu kepada tata letak susunan kraton. Bagian timur difungsikan area perekonomian yang ditandai dengan kios. Bagian barat, tempat peribadatan yang ditandai dengan bangunan servis. Sedangkan bagian selatan terdapat kolam yang merupakan perlambangan dari pantai selatan. Selain berdasarkan kosmologi Jawa, tata letak kawasan juga mencoba mewujudkan narasi Gatsu-Ngarsopuro sebagai manifestasi hasil observasi yang dilakukan di kawasan Gatsu-Ngarsopuro. Area kios menjadi perwujudan dari kawasan linier Gatsu-Ngarsopuro. Sedangkan bangunan utama merepresentasikan Pura Mangkunegaran.



Mancapat Kumanca-Papat

**Gambar 5**

**Penerapan *Genius Loci* pada Zonasi Berdasarkan Kosmologi Jawa (kiri), Penerapan *Genius Loci* pada Narasi yang Diadopsi dari Kawasan Gatsu-Ngarsopuro (kanan)**

**e. Penerapan *Genius loci* pada Bangunan Utama**

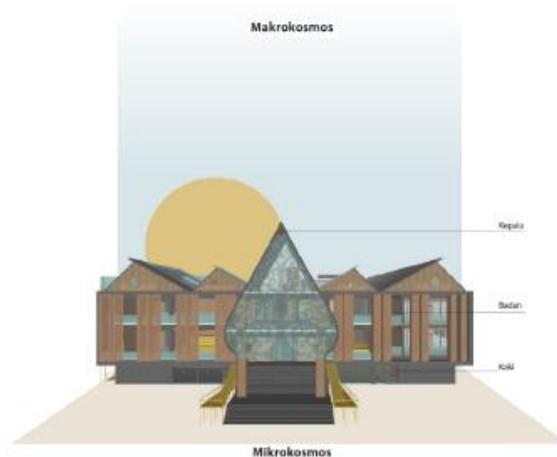
Penerapan *Genius loci* pada Bangunan Utama terletak pada suasana, bentuk, tampilan, serta pemaknaan terhadap tata bangunan yang berpegang pada kosmologi Jawa pada sumbu vertikal. Suasana yang coba ditampilkan pada bangunan utama ialah perpaduan antara suasana pop-culture dan etnik Jawa. Pemilihan suasana tersebut merupakan manifestasi dari hasil observasi suasana yang telah dilakukan pada kawasan Gatsu-Ngarsopuro. Hal tersebut diwujudkan dengan cara menggunakan material dan bentuk-bentuk yang khas dengan etnik Jawa yang dipadukan dengan bentuk-bentuk yang lebih berkesan modern.



**Gambar 6**

**Penerapan *Genius loci* pada Tampilan dan Bentuk Bangunan Utama, yang Memadukan Nuansa Modern dan Etnik Jawa pada Area Eksterior (kiri) dan Interior (kanan) Bangunan Utama.**

Penggunaan bentuk kayon pada bagian kanopi bangunan utama yang dipadukan dengan kaca, sehingga membentuk kesan yang lebih modern. Kayon sendiri merupakan suatu bentuk yang memiliki makna kehidupan. Bentuk kayon ini sendiri dipilih sebagai simbolisasi Pasar Seni yang mencoba merepresentasikan kehidupan masyarakat sekitar. Apabila dilihat secara satu kesatuan, motif kayon yang dipilih merupakan kayon gapuran. Motif tersebut baru dapat terlihat ketika melihat bangunan secara keseluruhan. Karena, motif kayon gapuran tersebut, tersambung dengan pintu utama bangunan utama. Selain itu, bentuk dan susunan bangunan utama juga berpegang dengan kosmologi Jawa pada sumbu imajiner vertikal. Pada bangunan rumah Jawa, susunan vertikal bangunan rumah ditandai dengan kepala, badan, dan kaki. Sehingga pada bangunan utama, susunan bangunan juga mencoba menampilkan hal tersebut. Pada bagian lantai satu merepresentasikan kaki, di mana bangunan juga di desain seakan seperti memiliki panggung. Layaknya rumah joglo. Lantai dua dan tiga merupakan bagian badan. Sedangkan puncak kayon melambungkan kepala.



**Gambar 7**

**Penerapan *Genius loci* pada Bangunan Utama Berdasarkan Kosmologi Jawa dalam Sumbu Vertikal**

**f. Penerapan *Genius loci* pada Bangunan Servis**

Pada bangunan servis, *genius loci* diterapkan pada kontras tampilan suasana pada bagian *interior* dan *eksterior*. Tampilan ini juga merupakan manifestasi hasil dari observasi yang dilakukan pada kawasan Gatsu-Ngarsopuro. Pada bagian eksterior, suasana yang ditampilkan ialah suasana etnik Jawa yang kental, sedangkan pada interior suasana yang ditampilkan ialah suasana *pop-culture*. Hal ini mengacu kepada *genius loci* yang dipahami pada area Gatsu-Ngarsopuro.

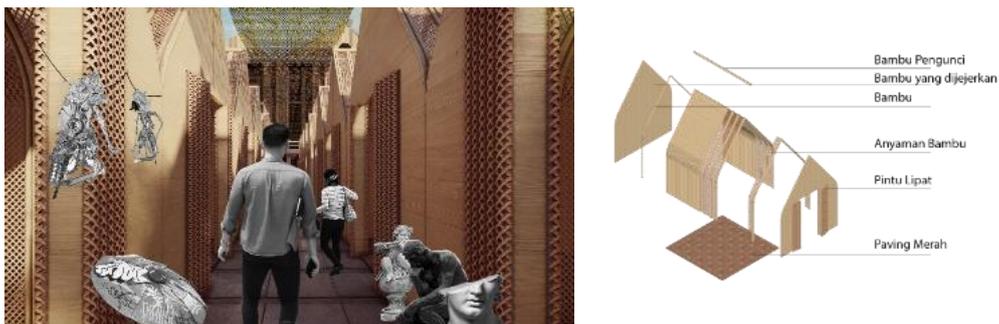


**Gambar 8**

Penerapan *Genius loci* pada Bangunan Servis yang Memberikan Kekontrasan Nuansa Antara Area Interior (kiri) dan Eksterior (kanan) Bangunan Servis.

**g. Penerapan *genius loci* pada Area Kios**

Area kios diperuntukkan bagi para seniman yang menjual barang-barang seni (kriya, lukisan, dan sebagainya). Bentuk kios yang digunakan merupakan bentuk yang diadopsi dari bentuk kayon. Sedangkan material yang digunakan merupakan bamboo. Berdasarkan hasil pengamatan pada kegiatan SAM (Solo Art Market), material bambu merupakan material yang seringkali digunakan oleh para pedagang yang menjajakan barang-barang seni. Selain itu pedagang yang berdagang pada kios tersebut, bebas untuk menggunakan media disekitar mereka seperti pohon atau lampu sebagai media tambahan dalam memamerkan karyanya. Selain itu, untuk memberikan suasana pasar yang familiar, kios disusun secara rapat dan sempit.



**Gambar 8**  
Penerapan *Genius loci* pada Suasana kios (kiri) dan Bentuk serta Material Kios (kanan)

**h. Penerapan *Genius loci* pada Area Open Space dan Kuliner**

Berdasarkan hasil observasi dan studi dokumentasi, untuk melakukan pertunjukkan seni di area Surakarta terdapat tiga *venue* yang dapat digunakan, yaitu: Ruang terbuka, tertutup, dan semi terbuka. Pertunjukkan seni pada area terbuka diwujudkan dengan memberikan area *open space* berupa lapangan rumput pada pusat kawasan, yang ditujukan untuk mewadahi kegiatan seni pertunjukkan yang dilakukan di area terbuka. Pada malam hari, area kanopi bangunan utama dapat digunakan sebagai area panggung. Sedangkan area *open space* dapat digunakan sebagai tempat duduk penonton.



**Gambar 9**  
Penerapan *Genius loci* pada Suasana Area *Open Space* di Siang Hari (kiri) dan di Malam Hari (kanan)

Area kuliner terletak pada bagian selatan kawasan. Berdasarkan hasil observasi, industri kuliner di Surakarta khususnya pada industri kuliner *street food*, memiliki suasana dan jenis makanan yang berbeda saat siang dan malam hari. Ruang-ruang publik di Surakarta pada malam hari

umumnya dimanfaatkan oleh para pedagang HIK menjadi tempat berjualan. Sedangkan para pengunjung biasanya duduk di tikar yang sudah disediakan oleh para pedagang HIK. Suasana yang khas tersebut, memberikan suasana yang hangat dan ramah untuk bercengkrama dengan teman atau orang lain hingga larut pagi. Sedangkan pada siang hari, pedagang *street food* seringkali memanfaatkan ruang-ruang dibawah naungan pohon. Maka dari itu, pada area kuliner, aspek yang coba ditampilkan ialah suasana kuliner pada siang hari dan malam hari yang berbeda. Hal itu diwujudkan dengan memberikan ruang-ruang terbuka dengan pohon-pohon disekitarnya. Pada area kuliner, tidak ada penataan pedagang secara khusus. Pedagang *street food* justru diharapkan bisa dengan sendirinya menempatkan diri untuk berjualan pada ruang yang tersedia.



Gambar 10

Penerapan *Genius loci* pada Suasana Area Area Kuliner di Siang Hari (kiri) dan di Malam Hari (kanan)

#### **i. Penerapan *Genius loci* pada Area Parkir dan Bangunan Utilitas**

Pada area parkir dan bangunan utilitas, tembok-tembok dibiarkan kosong. Hal ini bertujuan untuk memberikan media atau wadah yang dapat digunakan untuk para seniman untuk kegiatan mural. Penyediaan wadah mural ini, merupakan perwujudan hasil observasi dan studi dokumentasi yang dilakukan mengenai kegiatan industri kreatif yang terjadi di Surakarta.

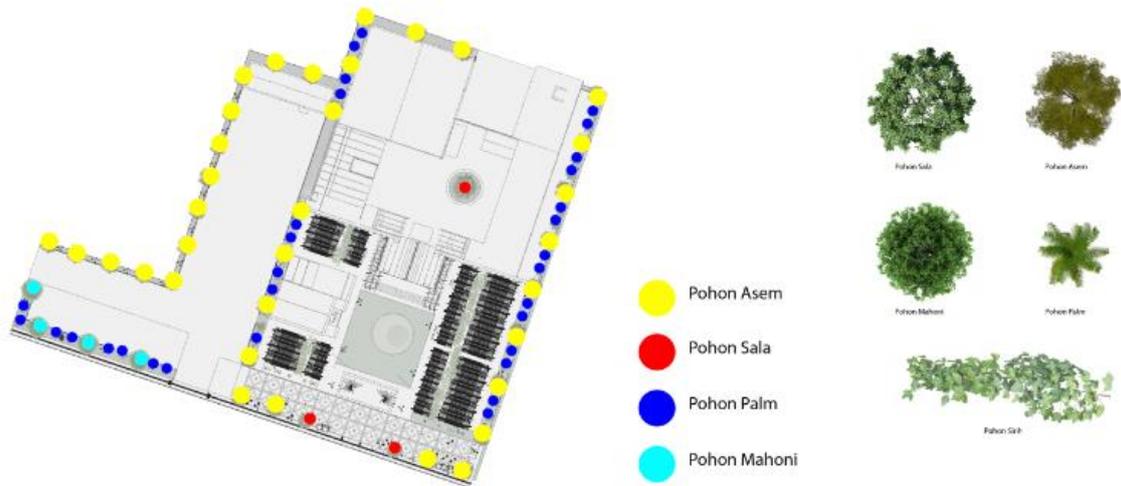


Gambar 11

Penerapan *Genius loci* pada Area Parkir (kiri) dan Bangunan Utilitas (kanan)

#### **j. Penerapan *Genius loci* pada Vegetasi dan Street Furniture**

Penerapan *genius loci* juga dilakukan pada pemilihan vegetasi dan bentuk-bentuk *street furniture*. Vegetasi dipilih berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dikawasan Gatsu-Ngarsopuro, Tapak, dan juga pemaknaan tertentu dari vegetasi tersebut. Observasi dilakukan terhadap objek *natural place* berupa pohon dan tumbuhan yang membentuk suasana serta memiliki makna tertentu yang berkaitan dengan Kota Surakarta. Pohon Palm dan mahoni dipilih atas pertimbangan pohon yang telah ada pada tapak. Pohon Sirih dipilih atas pertimbangan statusnya yang merupakan pohon khas Surakarta. Pohon Asem dipilih berdasarkan hasil pengamatan pada Kawasan Ngarsopuro. Sedangkan Pohon Sala dipilih karena pohon tersebut dipercaya sebagai cikal bakal nama Kota Solo.



**Gambar 12**  
**Penerapan *Genius loci* pada Mapping Penataan Vegetasi (kiri) dan Jenis Vegetasi (kanan)**

Sedangkan bentuk-bentuk street furniture diadopsi dari bentuk-bentuk yang khas dengan Kota Surakarta. Tempat sampah dipilih dengan bahan yang dapat dicat. Sehingga para seniman bebas untuk memberikan gambar atau mural di media tersebut. Bentuk lampu jalan mengadopsi bentuk lampu di area gatsu-ngarsopuro yang memberikan suasana etnik yang khas. Bentuk tempat cuci tangan mengadopsi bentuk padasan. Sedangkan kursi taman dibuat menggunakan batang pohon eksisting yang ditebang.



**Gambar 13**  
**Penerapan *Genius loci* pada Street Furniture**

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam proses perancangan dan perencanaan Pasar Seni sebagai Ruang Publik Kreatif di Surakarta penerapan *genius loci* dilakukan mulai dari tahap pengumpulan data, analisis, penentuan lokasi, pemilihan jenis ruang publik, penentuan kegiatan dan prasyarat rancangan, dan tahap desain. Pada tahap desain, paham *genius loci* diaplikasikan kepada:

##### a. Tapak

Pada perancangan tapak, penerapan *genius loci* dilakukan pada tata bangunan yang mengikuti aturan kosmologi jawa pada sumbu horizontal. Penerapan tersebut dilakukan dengan menetapkan massa bangunan berdasarkan empat mata angin dengan pusat ditengahnya. Zonasi tapak juga mengadopsi zonasi kraton jawa khususnya pada bagian barat, yang diperuntukkan untuk tempat peribadatan dan timur, yang diperuntukkan untuk perekonomian. Pada bagian selatan terdapat kolam yang merepresentasikan pantai selatan. Selain itu skenario perjalanan tapak juga di dasari oleh skenario perjalanan kawasan Gatsu-Ngarsopuro.

##### b. Bangunan Utama

Penerapan *genius loci* pada bangunan utama, dilakukan pada tata massa bangunan yang mengikuti aturan sumbu vertikal kosmologi jawa. Bangunan utama di bagi berdasarkan bagian kaki, badan, dan kepala. Pada bagian kepala, terdapat panggung semi terbuka yang bersifat sakral. Selain itu penerapan *genius loci* juga dilakukan pada bagian kanopi yang mengadopsi bentuk kayon gapuran. Selain itu terdapat pohon yang ditanam pada bagian tengah bangunan yang melambangkan pohon kehidupan.

##### c. Kios

Bentuk kios dirancang berdasarkan bentuk kayon. Selain itu material yang digunakan adalah material bambu yang merupakan material yang diadopsi berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan terhadap sub-sektor industri kreatif kriya. Pedagang pada kios tersebut, juga diperbolehkan untuk mempergunakan benda-benda disekitarnya (pohon, lampu taman, kursi) sebagai media pemajangan karyanya.

##### d. Bangunan Servis

Pada bangunan servis, penerapan *genius loci* dilakukan pada suasana yang kontras antara eksterior dan interior.

##### e. Area Open Space dan Kuliner

Area Open Space dan kuliner merupakan area yang diharapkan dapat memiliki suasana yang berbeda antara siang dan malam. Hal ini merupakan adopsi dari hasil pengamatan yang dilakukan pada *open space* dan sub sektor industri kreatif di bidang kuliner di Surakarta yang cenderung memiliki perbedaan suasana antara siang dan malam.

##### f. Bangunan Utilitas dan Parkir

Pada bangunan utilitas dan Area Parkir disediakan media untuk kegiatan mural.

##### g. Vegetasi dan *Street Furniture*

Perencanaan pemilihan vegetasi dilakukan dengan mempertimbangkan jenis vegetasi yang memiliki makna tertentu dan juga vegetasi yang berperan untuk membentuk suasana pada Gatsu-Ngarsopuro. Sedangkan *street furniture* yang dipilih memiliki bentuk diadopsi dari bentuk *street furniture* yang telah ada di Surakarta.

Untuk merancang suatu ruang publik yang representatif dengan masyarakatnya, dibutuhkan pemahaman akan identitas dari tepat itu sendiri. Terdapat berbagai cara untuk memahami identitas dari suatu tempat, salah satunya adalah dengan menjadikan paham *genius loci* sebagai dasar pemahaman dalam mendesain. *Genius loci* memaksa perancang untuk lebih memaknai suatu tempat secara lebih mendalam sehingga memberikan ruang yang tidak hanya indah secara visual namun juga sarat akan makna dan representatif terhadap masyarakatnya.

## REFERENSI

- Aliyah, I., Setioko, B., & Prado, W. (2015). EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DALAM KEARIFAN BUDAYA JAWA (Obyek Studi: Pasar Gede Kota Surakarta). Menuju Arsitektur dan Ruang Perkotaan yang Ber-kearifan Lokal, 93-109.
- Asih, I. D. (2005). Fenomenologi Husserl: Sebuah cara “kembali ke fenomena”. Jurnal Keperawatan Indonesia, 75-80.
- Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik. (2018, Juli 31). Data Statistik dan Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif. Disadur dari bekraf: <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/data-statistik-dan-hasil-survei-khusus-ekonomi-kreatif>
- Bangsawan, M. I. (2017). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif di Kota Surakarta Melalui Instrumen Hukum Perizinan Industri Kreatif. Prosiding Seminar Nasional 2017 (Kerjasama Pusat Studi Perizinan UMS), (pp. 318-334).
- Burden, A. (2014, April 7). Amanda Burden: How public spaces make cities work. Ted Talks.
- Djono, Utomo, T. P., & Subiyantoro, S. (2012). Nilai Kearifan Lokal Rumah Tradisional Jawa. Humaniora, 269-278.
- Galus, B. S. (2015). Hermenautika Jawa da Kosmologi Jawa. Yogyakarta: Penerbit Beta.
- G-News. (2020, Maret 8). G-News. Disadur dari Launching SAM (Solo Art Market) di Pedestarian Omah Sinten Ngarsopuro Solo: <https://www.g-news.id/2020/03/08/launching-sam-solo-art-market-di-pedestarian-omah-sinten-ngarsopuro-solo/>
- Jacobs, J. (1961). The Death and Life of Great American Cities. New York : Random House.
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. New York:: Rizzoli.
- Ikatan Arsitek Indonesia. (2017). Lingkup Pekerja Arsitek. Disadur dari Undang Undang Arsitek no. 6 Tahun 2017 Pasal 1: from <https://iai-jakarta.org/informasi/lingkup-pekerjaan-arsitek>
- Pamungkas, A. S. (2016, Januari 11). Produksi Ruang dan Revolusi Kaum Urban Menurut Henri Lefebvre. Disadur dari Indo Progress: <https://indoprogress.com/2016/01/produksi-ruang-dan-revolusi-kaum-urban-menurut-henri-lefebvre/>
- Rutherford, L. (2014, Mei 12). Why Public Places are the Key to Transforming our Communities. Disadur dari Project For Public Spaces: <https://www.pps.org/article/why-public-places-are-the-key-to-transforming-our-communities>
- Thorsby, D. (2010). The Economics of Cultural Policy. New York: Cambridge University Press.
- Walljasper, J. (2012). Public Space Make the World Go Roun. Disadur dari Sharable: <https://www.shareable.net/public-spaces-make-the-world-go-round/>
- Walljasper, J. (2012). Public Space Make the World Go Roun. Disadur dari Sharable: <https://www.shareable.net/public-spaces-make-the-world-go-round/>
- Kreatif Indonesia Tahun 2019. Disadur dari Bekraf: <https://www.bekraf.go.id/berita/page/8/bekraf-telah-mengumumkan-10-kabupatenkota-kreatif-indonesia-tahun-2019>
- Kusumawijaya, Marko (30 Mei ,2009). Arsitektur Pasar, Dulu..... Disadur dari kotarumahkita: <https://mkusumawijaya.wordpress.com/2009/05/30/arsitektur-pasar-dulu%E2%80%A6/>