

JNM BLOC YOGYAKARTA SEBAGAI PLACEMAKING RUANG PUBLIK KREATIF

Farandhita Frisila Mardase¹, Hastuti Saptorini², dan Nur Afifah Rahmah³

¹Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia

¹Surel: 21512079@students.uii.ac.id

ABSTRAK: JNM Bloc merupakan Ruang Publik yang muncul atas inisiasi Yayasan Yogyakarta Seni Nusantara (YYSN) dan Radar Ruang Riang (M Bloc Group Jakarta) sebagai wadah Industri kreatif dengan penerapan konsep Placemaking. Ruang Publik ini hadir guna mengembangkan ekosistem kreatif dari berbagai bidang. Saat ini JNM Bloc telah menjadi wadah bagi para pelaku industri kreatif dan menjadi tempat yang populer bagi masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakter ruang kreatif yang membentuk JNM Bloc sebagai Placemaking. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif, teknik pengumpulan dan analisis data dalam penelitian ini didasarkan pada sejumlah indikator konsep creative placemaking dan perspektif pengunjung yang bekerja di industri kreatif serta pengunjung umum di JNM Bloc. Melalui Identifikasi karakter ruang kreatif yang membentuk JNM Bloc sebagai Placemaking Ruang Kreatif menunjukkan bahwa JNM Bloc berhasil mengadaptasi kriteria pembentuk tempat yang baik menurut Project for Public Space di dalam lingkup aktivitas dan pemanfaatan ruang bangunan Jogja National Museum atau yang sekarang lebih dikenal sebagai JNM Bloc.

Kata kunci: JNM bloc, kreatif, placemaking, ruang publik

PENDAHULUAN

JNM Bloc merupakan wadah kreatif baru di Yogyakarta yang menawarkan ruang bagi seniman Musisi, dan profesional kreatif lainnya untuk bekerja dalam bentuk kolaborasi. Tempat tersebut muncul atas inisiasi Yayasan Yogyakarta Seni Nusantara (YYSN) yang menaungi Jogja National Museum dan Radar Ruang Riang (M Bloc Group Jakarta). JNM Bloc terletak di Wirobrajan, pusat kota yang memiliki kemudahan akses dari segala penjuru. Area JNM Bloc dulunya terkesan kurang terawat. Namun, sekarang menjadi wadah bagi industri kreatif. Mengusung konsep *Art, Culture, and Entertainment in Historical Site*, JNM Bloc dikembangkan sebagai ekosistem kreatif dari berbagai bidang yang dileburkan dalam satu ruang, mulai dari seni, budaya, hiburan, komunitas, hingga pemberdayaan bisnis UMKM.

Dalam penelitian ini mengangkat teori *The Place Diagram* oleh *Project for Public Space (PPS)*. Penggunaan teori akan berfokus pada variabel *Activity & Use*, yaitu sebuah alasan mengapa tempat tersebut dikunjungi khalayak umum serta alasan mereka kembali ke tempat tersebut, serta *Comfort Image*, yaitu representasi baik yang dimiliki sehingga membentuk kenyamanan dalam beraktivitas.

Inisiasi area JNM sebagai *placemaking* bukanlah sesuatu yang asal-asalan, melalui kolaborasi JNM dan Radar Ruang Riang, dengan sentuhan ala M Bloc Space dan Pos Bloc yang mengedepankan nilai tambah tersendiri bagi pengembangan JNM Bloc. Keseimbangan antara fungsi dan estetika menciptakan suasana yang tenang. Ruangnya didesain sedemikian rupa namun mengundang masyarakat dan kaum milenial untuk menikmati ruang yang ada dan menuangkan ide-ide kreatifnya. Contohnya ide kreatif yang dituangkan dalam berbagai kegiatan di bidang seni, yaitu seni visual, menulis, desain grafis, music, seni tari, *workshop* dan lain-lain.

JNM Bloc menjadi subjek penelitian karena memiliki alasan yang signifikan, yaitu pengaruh terhadap kehidupan, ruang public kreatif dapat memengaruhi tampilan, fungsi, dan identitas suatu kota, peran ekonomi, ruang publik kreatif dapat menciptakan peluang bisnis baru, mendukung industri kreatif dan mendorong pariwisata, sehingga JNM Bloc dapat

menjadi tempat pertukaran ide, acara seni dan budaya, dan kegiatan kreatif lainnya.

Dalam jurnal kajian *Placemaking* pada Ruang Publik Kreatif M Bloc Space (Nurazizah & Mildawani, 2021) tujuannya adalah untuk menggambarkan elemen *Placemaking* yang diterapkan pada tempat tersebut. Studi ini menemukan bahwa konsep *Placemaking* yang diterapkan pada M Bloc space dapat merevitalisasi ruang-ruang yang sebelumnya terabaikan menjadi tepat yang bernilai dan bermanfaat. Kemudian dalam jurnal penelitian *Creative Placemaking* Pada Ruang Terbuka Publik Wisata Bangunan Cagar Budaya, Untuk Memperkuat Karakter dan Identitas Tempat (studi kasus: Gedung Cagar Budaya Sobokartti, Semarang) (Ayu et al., n.d.) diketahui bahwa penelitian ini bertujuan untuk mendorong pengunjung mencoba pengalaman baru di ruang terbuka publik Sobokartti, untuk menonjolkan karakter dan identitas. Salahsatunya dengan menciptakan desain yang memadukan unsur citra, kreativitas, serta makna. Kemudian, dalam jurnal penelitian Pembentukan identitas Ruang oleh Suatu Komunitas Kreatif di Ruang Publik (*AREA car free day*) Dago, Bandung (Anggita et al., 2017) diketahui bahwa komunitas kreatif Hobi Foto Bandung merupakan suatu kegiatan yang menonjol/mencolok. Sehingga komunitas tersebut menetap di venue CFD dan menjadi satu-satunya komunitas yang mempresentasikan karyanya di tengah keramaian, guna menghidupkan suasana dengan sebuah kreativitas.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, rumusan masalah pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut, yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang dimiliki JNM Bloc sebagai Ruang Kreatif untuk menjadi *Placemaking*. Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakter ruang kreatif pembentuk JNM Bloc sebagai *Placemaking* Ruang Kreatif. Penelitian ini dibatasi pada Kawasan JNM Bloc, Batasan waktu penelitian tersebut yaitu pada sore hari pukul 15.00-18.00WIB dan malam hari pada pukul 19.00-22.00 saat hari biasa dan hari libur, pada waktu tersebut banyak aktivitas dan interaksi dari para pengunjung yang datang.

STUDI PUSTAKA

Placemaking

Placemaking merupakan sebuah teori yang memberi sebuah hubungan yang maksimal antara kualitas manusia dan kualitas ruang (Faiqotul Muna & Nursanty, 2021) sedangkan Menurut (Project for Public Space, n.d.) *placemaking* merupakan sebuah ruang berproses menjadi tempat sehingga dapat menarik masyarakat karena sifatnya yang menyenangkan dan memiliki peluang untuk bertemu satu sama lain. Teori *Placemaking* dari *Project for Public Space* (2022) sebagai pedoman analisis penelitian ini memiliki empat elemen yaitu:

1. *Acess and Linkages*

Aksesibilitas merupakan hal yang dilihat dari interaksi sebuah tempat dengan lingkungan sekitar secara fisik maupun visual dan tempat parkir serta kemudahan akses transportasi umum menuju lokasi.

2. *Comfort and Image*

Representasi yang baik dapat menghasilkan kenyamanan dalam beraktivitas. Suatu tempat dikatakan nyaman dapat dilihat dari keamanan, kebersihan, dan fasilitas yang memadai.

3. *Uses and Activities*

Fungsi sebuah tempat merupakan sebuah alasan tempat tersebut dikunjungi oleh masyarakat umum serta alasan mengapa kembali ke tempat tersebut. Aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut juga menjadikan alasan tempat tersebut memiliki nilai khusus atau spesial.

4. *Sociability*

Sociability merupakan kunci dalam menciptakan ruang publik yang hidup. Ruang yang bersih, aman, dan terawat dapat meningkatkan daya tarik dan mengundang orang untuk kembali mengunjungi tempat tersebut sehingga dapat mendorong interaksi sosial.

Salah satu tujuan dari *placemaking* bagi masyarakat dalam dan luar negeri adalah untuk menciptakan ruang yang menarik perhatian (Lew, 2017). Selain itu, dalam strategi pembangunan ekonomi regional ditanggapi dengan cara menciptakan fasilitas yang dapat memadai berbagai aktivitas yang bisa dilakukan pengunjung seperti bermain, belajar, dan bekerja (Wyckoff Mark A., n.d.)

Ruang Publik

Menurut (Carr & Francis, 1991) ruang publik menawarkan berbagai kegiatan komunitas untuk individu dan kelompok, sedangkan menurut (Mulyandari Hestin, 2011) Ruang Publik memiliki dua fungsi utama: sosial dan ekologis. Sebagai fungsi sosial, ruang publik menjadi tempat yang mampu menampung berbagai aktivitas, antara lain olah raga, komunikasi, rekreasi, taman bermain, serta elemen pemisah antar bangunan, dan lain-lain. Selain memiliki fungsi tempat terjadinya berbagai kegiatan sosial, Ruang Publik mempunyai fungsi lain yang sering terabaikan. Padahal, manfaat tersebut dapat berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat. Salah satunya adalah ruang publik yang jika dikelola dengan baik dan kreatif dapat memberikan manfaat yang baik. Pada saat merancang Ruang Publik yang kreatif, terdapat beberapa faktor perlu dipertimbangkan, misalnya Ruang Publik yang kurang menarik perhatian masyarakat. Hal ini dipengaruhi banyak faktor, antara lain faktor internal seperti kurangnya aktivitas di ruang publik, sedangkan faktor eksternal antara lain sulitnya mengakses Kawasan karena padatnya dan kurangnya angkutan umum.

Kreatif

Kreativitas merupakan aktivitas dinamis, yang melibatkan proses sadar dan tidak sadar. Ketika secara tidak sadar menyatakan bahwa tidak mampu melakukannya, maka secara sadar kita menjadi tidak mampu untuk melakukan hal tersebut. Sebaliknya, jika kita secara sadar menunjukkan kemampuan kita dalam melakukan sesuatu, maka secara tidak sadar kemampuan meningkat kemudian Kembali terwujud dalam sikap percaya diri. Kreativitas melibatkan seluruh otak. Seseorang akan melakukan hal kreatif bila ia memanfaatkan potensi otaknya secara optimal Selain itu, kreativitas menunjukkan kualitas pemecahan masalah. Kunci kreativitas terletak pada kemampuan mengevaluasi masalah dari berbagai sudut pandang untuk menciptakan solusi yang lebih baik. Perspektif yang berbeda merangsang beragam ide dan rangkaian pengetahuan seseorang terhadap materi baru yang diperoleh. (Lumsdaine, n.d.)

Komunitas

Komunitas merupakan suatu kumpulan organisme (manusia dan sebagainya) yang hidup dan berinteraksi satu sama lain dalam suatu wilayah tertentu (KBBI). Menurut (Soerjono soekanto., n.d.) istilah komunitas dapat diartikan sebagai "komunitas lokal", tetapi istilah lain merujuk pada penduduk suatu kota, suku, atau bangsa. Sedangkan menurut Kertajaya Hermawan (2008), adalah sekelompok orang yang peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya, dan dalam sebuah komunitas terjadi hubungan pribadi yang erat antar anggota komunitas karena adanya kesamaan minat.

Menurut Crow dan Allan (Wenger, 2002: 4), pusat komunitas dibagi menjadi tiga yang pertama tergantung pada lokasi situs, dalam bagian ini, sebuah komunitas terbentuk melalui interaksi antara beberapa individu yang berada di lingkungan yang sama, ke dua berdasarkan kepentingan, komunitas terbentuk karena adanya interaksi antar individu yang memiliki selera yang sama dalam suatu bidang, yang ke tiga komunitas, komunitas ini berdiri atas dasar pemikiran yang menjadi asas terbentuknya komunitas itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Teknik pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dengan penelitian survey dan kepustakaan. Hasil yang dibahas penelitian deskriptif diterapkan

untuk mengumpulkan data terkait teori dan informasi terkait lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan tinjauan penelitian, tinjauan literatur, dan informasi dari jejaring sosial yang ada, yang didasarkan pada sejumlah indikator tentang konsep *Creative Placemaking*.



Gambar 1. Peta Zona JNM Bloc

Sumber: Survey Penulis 2023

Tabel 1. Parameter, Indikator, dan Data.

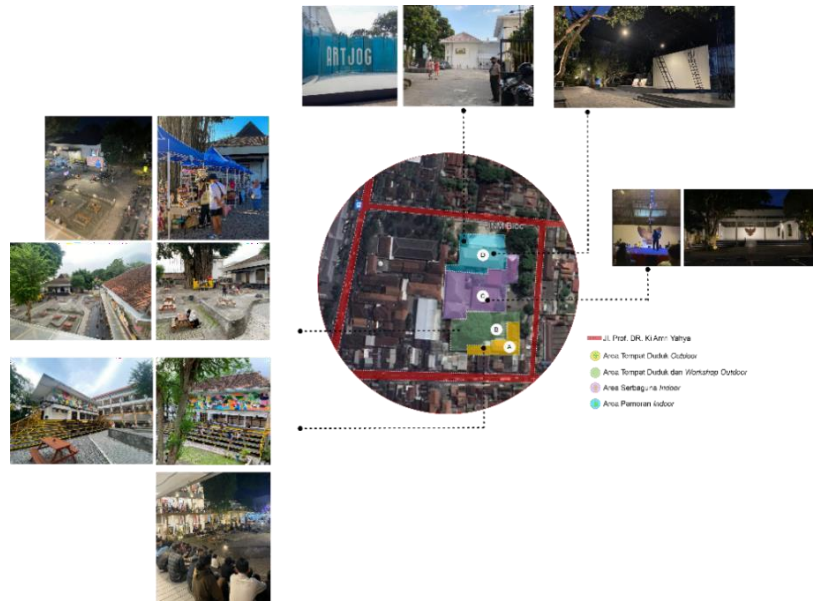
Variabe	Sub-Variable	Parameter	Pengumpulan Data	Cara Analisis
<i>Acitivity & Use</i>	Jenis Aktivitas Kreatif	Seni visual, grafiti, desain grafis, musik, seni tari, workshop	Observasi, dokumentasi	Menggunakan mapping berdasarkan sebaran dan Survey pengamatan di lokasi
	Jenis Komunitas	Seniman, akademisi, masyarakat umum	Observasi, dokumentasi	Menggunakan mapping berdasarkan sebaran dan Survey pengamatan di lokasi
<i>Comfort Image</i>	Sifat Ruang	<i>Outdoor: attractive, charming</i> <i>Indoor: clean, safe, charming, private</i>	Observasi, dokumentasi	Menggunakan mapping berdasarkan sebaran dan Survey pengamatan di lokasi
	Jenis Ruang Kreatif	<i>Outdoor: panggung, tempat duduk</i> <i>Indoor: kios UMKM, ruang pameran</i>	Dokumentasi	

Sumber: Hasil Analisis Penulis 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

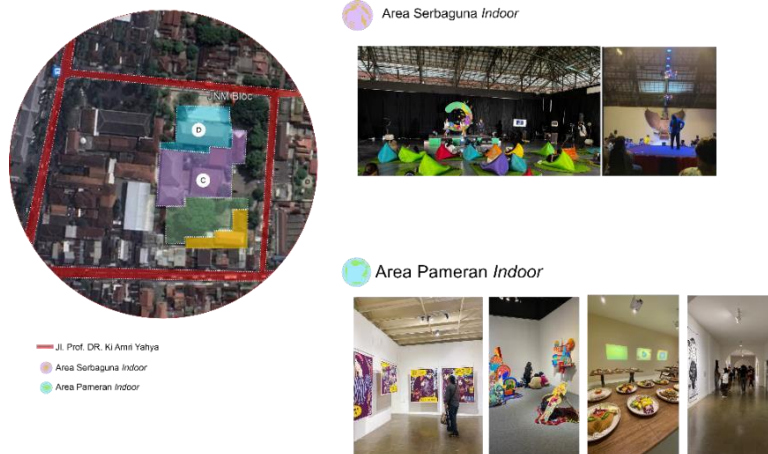
Activity and Use

Berdasarkan hasil observasi dan studi literatur JNM Bloc menjadi wadah untuk menjalani berbagai aktivitas kreatif. Berbagai kalangan mulai dari seniman akademisi, Masyarakat umum, beraktivitas pada JNM Bloc. Aktivitas yang terjadi pada tempat ini dapat terpenuhi dengan baik, seperti Seni Visual, Grafiti, Desain Grafis, Musik, Seni Tari, *Workshop*. Selain sebagai wadah untuk kegiatan kreatif bagi berbagai kalangan, JNM Bloc juga menjadi wadah ekonomi kreatif bagi masyarakat sekitar dalam bentuk UMKM. Berdasarkan hasil observasi aktivitas dalam JNM Bloc terbagi berdasarkan fasilitas yang disediakan. Area tempat duduk *Outdoor* digunakan untuk aktivitas pertunjukkan seni tradisional, maupun modern (*Live Music*), *Workshop*, makan, minum, berkumpul, berdiskusi, berjualan (pada kios UMKM).

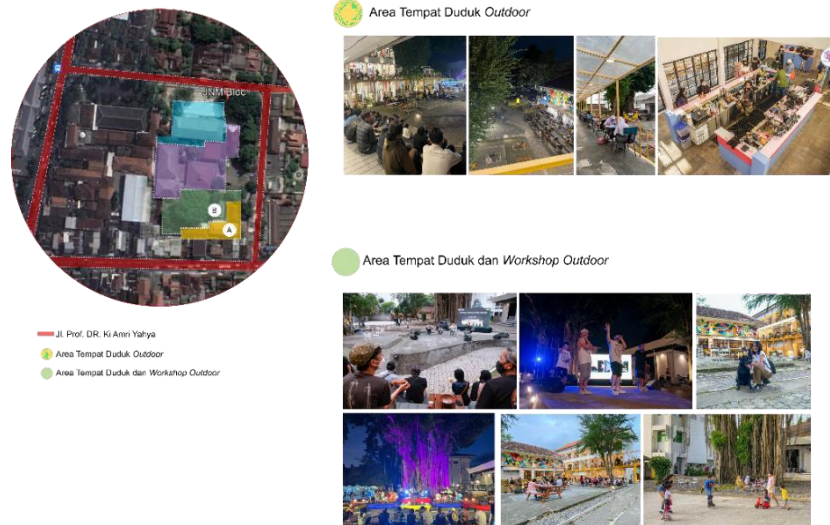


Gambar 2. Peta Sebaran Ruang dan Aktivitas
 Sumber: Survey Penulis 2023

Area serbaguna indoor digunakan untuk aktivitas, pameran, event, seni pertunjukan teater, mini konser. Area pameran indoor digunakan untuk display karya seni, pagelaran fashion. Pengguna fasilitas yang tersedia pada JNM Bloc, terdiri dari berbagai komunitas. Seniman, terdiri dari beberapa jenis seni, pemilik karya seni yang di pameran pada ruang ruang pameran, Ketersediaan fasilitas yang baik menjadi faktor utama dalam menarik berbagai individu untuk Bersatu dan menghargai keanekaragaman ekspresi kreatif.



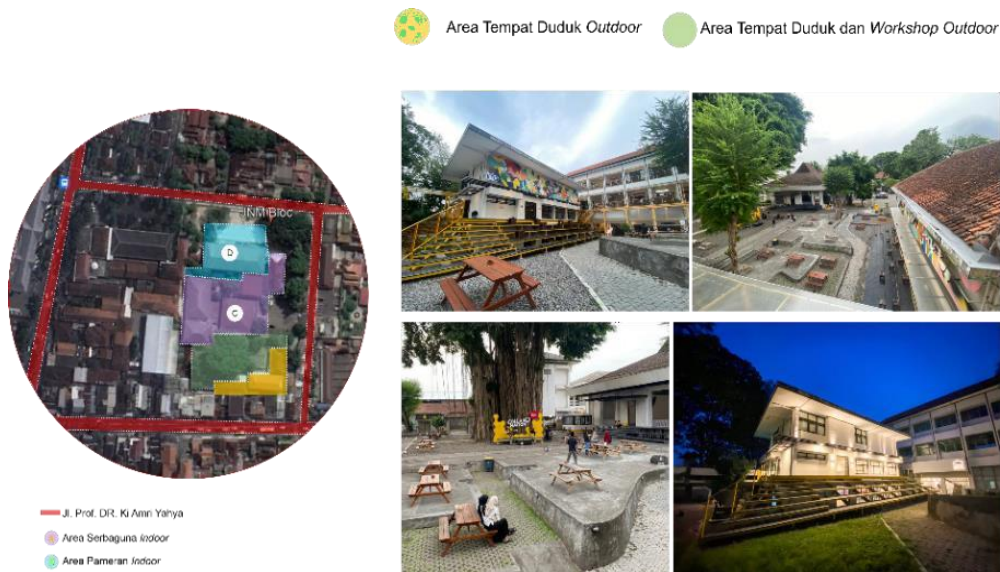
Gambar 3. Peta Sebaran Aktivitas
 Sumber: Survey Penulis 2023



Gambar 4. Peta Sebaran Aktivitas
Sumber: Survey Penulis 2023

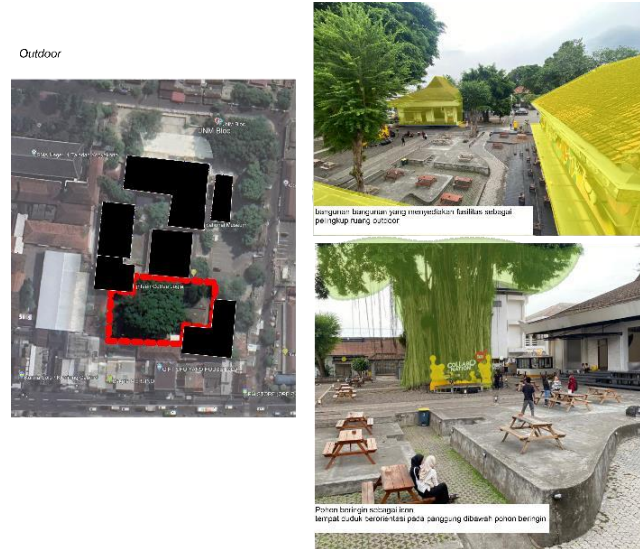
Comfort Image

Berdasarkan hasil observasi terlihat bahwa JNM Bloc memiliki representasi baik yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pengunjung dalam berbagai aktivitas. Baik di area *Outdoor* maupun *Indoor*. Representasi tempat ini mencerminkan perhatian serius terhadap desain, kebersihan, kenyamanan, yang berkontribusi pada pengalaman positif pengguna.



Gambar 5. Peta Indoor dan Outdoor
Sumber: Survey Penulis 2023

Pada bagian *Outdoor*, tempat ini didesain dengan memperhatikan penataan lansekap, penataan tanaman hijau, dan area duduk yang nyaman, pohon beringin yang besar menjadi ikon di JNM Bloc sekaligus menjadi pendukung aktivitas sebagai peneduh, sebagai penghawaan dan juga sebagai orientasi dari tempat duduk.

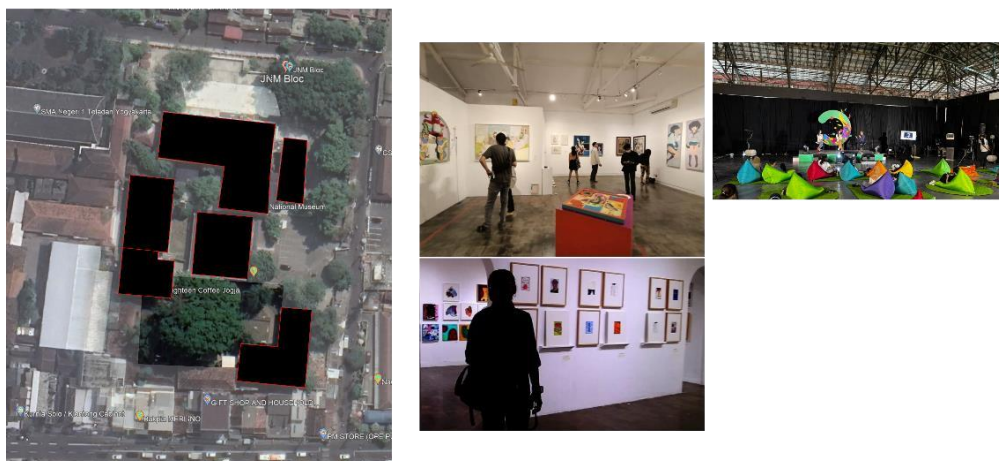


Gambar 6. Area Outdoor
Sumber: Survey Penulis 2023

Sementara itu di Ruang *Indoor*, representasi JNM terlihat melalui pencahayaan yang baik, penggunaan warna, dan penataan ruang yang efisien menciptakan atmosfer yang menyenangkan dan menenangkan. Ruang *Indoor* memiliki tiga tipe yaitu sebagai ruang pameran, ruang serba guna, dan Kios. Ruang pameran memiliki setting ruang dengan dinding-dinding yang membatasi antar instalasi seni, dinding-dinding difungsikan juga untuk *display* karya. sedangkan Ruang serba guna memiliki setting ruang *open layout* yang dapat diatur sesuai kebutuhan aktivitas, misalnya, setting ruang *workshop*, setting *talkshow*, setting ruang pertunjukan. Kios merupakan ruang yang difungsikan sebagai ruang untuk kegiatan ekonomi.

Kenyamanan yang dihasilkan dari representasi baik ini tidak hanya terkait dengan aspek fisik, tetapi juga memberikan dampak positif pada kesejahteraan psikologis pengunjung. Dengan demikian, tempat ini tidak hanya menjadi tempat untuk melakukan aktivitas, tetapi juga menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung.

Indoor



Gambar 7. Ruang *Indoor*
Sumber: Survey Penulis 2023

KESIMPULAN

Placemaking yang baik melibatkan proses dalam menciptakan lingkungan yang mengundang, beragam, dan dapat dinikmati oleh Masyarakat. Produk dan aktivitas yang

disediakan oleh suatu tempat menjadi kunci dalam membentuk daya tarik, serta koneksi emosional yang baik dengan pengunjung.

Melalui identifikasi karakter ruang kreatif yang membentuk JNM Bloc sebagai *Placemaking* Ruang Kreatif menunjukkan bahwa JNM Bloc berhasil mengadaptasi kriteria pembentuk tempat yang baik menurut *Project for Public Space* di dalam lingkup aktivitas dan pemanfaatan ruang bangunan Jogja National Museum atau yang sekarang lebih dikenal sebagai JNM Bloc. Kriteria tersebut yaitu *Activities and Use* di mana terdapat banyak aktivitas kreatif yang dilakukan termasuk kegiatan ekonomi, hal tersebut berhasil membuat orang yang datang akan kembali lagi ke tempat tersebut, yang kedua yaitu *Comfort & Images*, JNM Bloc sebagai tujuan baru di pusat kota melalui representasi yang baik dalam kombinasi latar *Outdoor* dan *Indoor* dengan desain yang memperhatikan ergonomi dan keindahan menghasilkan kenyamanan dalam beraktivitas, nilai kenyamanan suatu tempat dilihat dari keamanan, kebersihan, dan ketersediaan fasilitas.

Placemaking yang berhasil melalui produk dan aktivitas yang tepat dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan ekonomi, sosial, dan budaya suatu tempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, M., Linggasani, W., Gede, I. B., & Putra, P. (2017). (online) Pembentukan Identitas Ruang Oleh Suatu Komunitas Kreatif Di Ruang Publik (Area Car Free Day) Dago. In Jurnal Ilmiah Arsitektur (Vol. 5, Issue 2).
- Ayu, F., Dosen, A., Arsitektur, J., Sipil, T., Perencanaan, D., & Poedjioetami, E. (n.d.). Creative Placemaking pada Ruang Terbuka Publik Wisata Bangunan Cagar Budaya, untuk Memperkuat Karakter dan Identitas Tempat CREATIVE PLACEMAKING PADA RUANG TERBUKA PUBLIK WISATA BANGUNAN CAGAR BUDAYA, UNTUK MEMPERKUAT KARAKTER DAN IDENTITAS TEMPAT (Studi Kasus : Gedung Cagar Budaya Sobokartti, Semarang).
- Badan Pusat Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). Komunitas. In Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka. <https://kbbi.web.id/komunitas>
- Bimantoro, D., Dewiyanti, D., Aditya, N. C., & Natalia, T. W. (2022). STUDI KONSEP PENDEKATAN PLACEMAKING PADA PERANCANGAN RUANG PUBLIK M BLOC SPACE, JAKARTA SELATAN.
- Carr, S., & Francis, M. (1991). Public Space. <https://www.researchgate.net/publication/283339373>
- Dananjaya, I. G. N. M., & Primadewi, S. P. N. (2019). Perancangan Creative Space Dengan Pendekatan Ekologis Di Canggau. *Jurnal Teknik Gradien*, 11(2), 125-135.
- Domanzsa, J. C., Winarto, Y., Sumadyo, A., & Arsitektur, P. (2021). IMPLEMENTASI TEORI ARSITEKTUR PERILAKU SEBAGAI PEMBENTUK SUASANA KREATIF PADA BANGUNAN CREATIVE HUB DI KOTA SURAKARTA. In Juli (Issue 2). <https://jurnal.ft.uns.ac.id/index.php/senthong/index>
- Faiqotul Muna, C., & Nursanty, E. (2021). "PLACEMAKING" & KEHIDUPAN DI RUANG TEPIAN DANAU: STUDI TENTANG "LAND-WATERSCAPE" (PLACEMAKING & LAKESIDE LIVING: LAND-WATERSCAPE STUDY). *Jurnal Arsitektur ALUR*, 4.
- Kertajaya, Hermawan. (2008). *Arti komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lew, A. A. (2017). Tourism planning and place making: place-making or placemaking? *Tourism Geographies*, 19(3), 448-466. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1282007>

- Lumsdaine, E. (n.d.). AC 2007-3093: CREATIVE PROBLEM SOLVING IN CAPSTONE DESIGN
Creative Problem Solving in Capstone Design. www.InnovationToday.biz.
- Mulyandari Hestin. (2011). Pengantar Arsitektur Kota (HS. Oktaviani, Ed.). Andi Offset.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=263847>
- Nurazizah, K., & Mildawani, I. (2021). Kajian Placemaking pada Ruang Publik Kreatif M Bloc
Space, Jakarta Selatan. Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2021: Strategi Pengembangan
Wilayah Perkotaan Dalam Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan, D181-D188.
<https://doi.org/10.32315/ti.9.d181>
- Project for Public Space. (n.d.). What if we built our cities around places? Retrieved
December 3, 2023, from [https://uploads-
ssl.webflow.com/5810e16fbe876ceec6bcbd86e/5a6a1c930a6e6500019faf5d_Oct-
2016-placemaking-booklet.pdf](https://uploads-ssl.webflow.com/5810e16fbe876ceec6bcbd86e/5a6a1c930a6e6500019faf5d_Oct-2016-placemaking-booklet.pdf)
- Soerjono soekanto. (n.d.). Sosiologi : suatu pengantar.
- Wenger, Etienne et al. (2002). *Cultivating Communities of Practice*. Harvard Business School
Press.
- Wyckoff Mark A. (n.d.). DEFINITION OF PLACEMAKING: Four Different Types.
www.miplace.org.