

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Stasiun kereta adalah sebuah “monumen” di mana kota-kota modern berkembang. Mengenai hal ini, Marcel Proust mengatakan bahwa pada kenyataannya, stasiun kereta api yang menjadi “monumen” adalah stasiun kereta yang mengandung ‘*spirit*’ kota tersebut, sama seperti ketika mengidentifikasi cerminan sebuah kota, banyak karakteristik keberadaan dan kehidupan dari kota tersebut (Ferrarini, 2005: 5). Tapi pada saat yang sama stasiun juga menjadi ekspresi tren arsitektur dan artistik dari sebuah periode zaman di mana mereka dibangun dan dapat menjadikan tren ekspresi paling signifikan dari periode itu.

Namun, stasiun yang dibangun sekarang ini hanya memiliki peran fungsional (Ferrarini, 2005: 5). Begitu pula dengan stasiun-stasiun yang baru dibangun di Indonesia. Stasiun-stasiun tersebut hanya melakukan pemenuhan standar dalam pelaksanaan pembangunannya. Sedangkan, penerapan identitas menjadi penting mengingat sekarang ini minimnya perancangan stasiun akan ekspresi budaya dalam kehidupan masyarakat setempat, karena stasiun dapat menjadi “monumen” akan berpengaruh kepada meningkatnya kehidupan sosial kota tersebut.

Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru adalah salah satu stasiun yang belum memiliki ‘*spirit*’ dari kota Jakarta. Meninjau bahwa Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru memiliki lokasi yang strategis karena dekat dengan pusat kota Ibukota Jakarta dan terintegrasi dengan moda transportasi lainnya; MRT, busway dan angkutan kota, maka pertimbangan perancangan tidak hanya dalam pemenuhan standar namun juga dapat mengembangkan bagaimana Stasiun KA Sudirman Baru dapat menjadi “monumen” bagi kota Jakarta.

Dalam memenuhi kebutuhan sebagai stasiun yang menjadi “monumen” di Jakarta, maka *place experience* sangat berpengaruh dalam pembentukannya. Di mana melalui *place experience* terbentuk sebuah *image* dari sebuah tempat. *Image*

ini yang dapat disebut juga dengan *place branding*. Dengan fungsi dan lokasi yang mendukung dari Stasiun Sudirman Baru, maka stasiun ini memiliki kesempatan sebagai “monumen” yang menggambarkan *spirit* kota Jakarta.

Dengan pertimbangan di atas, maka penulis memutuskan untuk menjadikan tema tersebut sebagai Tugas Akhir penulis. Maka, dalam rancangannya Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru tidak hanya memiliki rancangan yang memenuhi standar, namun juga dapat menjadi desain dengan identitas berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah Perancangan Interior

1. Bagaimana budaya kelokalan pada rancangan Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru dapat memiliki identitas yang menggambarkan ‘*spirit*’ kota?
2. Bagaimana desain etika dalam *branding* Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru?

1.3 Tujuan Perancangan Interior

1.3.1 Tujuan umum

Tujuan umum dari perancangan interior Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru adalah untuk memperkenalkan *brand/identitas* kelokalan terhadap pengunjung stasiun guna memberikan identitas berkelanjutan.

1.3.2 Tujuan khusus

Merancang desain interior yang bersifat publik dengan melibatkan unsur budaya lokal yaitu pada Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru yang dapat memberikan pengaruh *place experience* pada pengunjung.

1.4 Kontribusi Perancangan Interior

1.4.1 Kontribusi praktis

Hasil perancangan dapat dijadikan sebagai perancangan bagi Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru ke depannya.

1.4.2 Kontribusi teoritis

Hasil perancangan ini dapat dijadikan studi literatur dari pengembangan perancangan interior selanjutnya dalam Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru.

1.5 Batasan Perancangan Interior

Stasiun Kereta Api Bandara Sudirman Baru adalah stasiun yang baru beroperasi pada 2 Januari 2018 dan memiliki akses terintegrasi langsung dari bandara ke pusat kota menggunakan transportasi umum lainnya, seperti; *busway*, MRT dan angkutan umum lain di ibukota. Dengan semua akses tersebut, Stasiun Sudirman Baru memiliki akses strategis para wisatawan khususnya wisatawan mancanegara yang menuju Ibukota Jakarta dan masyarakat Indonesia sendiri sehingga memiliki kesempatan dalam memperkenalkan identitas. Terutama pada bagian area tunggu, dan peron. Area tunggu menjadi penting karena area tunggu akan selalu digunakan setiap saat, karena jarak antara jadwal kereta memiliki jangka waktu 30 menit. Sedangkan, peron sendiri adalah area utama dari Stasiun Sudirman Baru, di mana penumpang naik dan turun kereta. Dengan pertimbangan tersebut, kedua area tersebut menjadi batasan perancangan interior dalam Stasiun Sudirman Baru.

Perancangan ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan budaya lokal kepada pariwisata, sehingga konsep budaya lokal adalah konsep yang cocok digunakan untuk aplikasi pada interiornya. Budaya Jakarta sendiri sangat luas dan tidak memiliki batasan yang signifikan, karena sudah adanya akulturasi dengan budaya pendatang, maka budaya betawi sendiri sudah tidak dapat dibilang budaya Jakarta secara keseluruhan. Pariwisata budaya sendiri merupakan upaya sumberdaya budaya yang bertujuan untuk pelestarian budaya dan lingkungannya. Pengertian budaya sendiri adalah kekayaan masyarakat mala lalu atau suatu kawasan yang memiliki perlindungan yang memiliki monumen, situs bersejarah, arsitek atau artefak (Ardiwidjaja. 2020: 52-53), karena budaya Jakarta sendiri tidak menentu dan selalu berubah-ubah secara dinamis, maka batasan penelitian budaya pada

penelitian ini adalah monumen-monumen yang menjadi ikon dan memiliki sejarah atau berperan penting bagi Jakarta.

Dalam batasan penelitian ini juga branding adalah sebuah nama atau organisasi atau tempat yang saling terhubung melalui sebuah identitas (Grover; Go, 2009: 12), sehingga banyaknya faktor yang terdapat pada *branding* dan disatukan oleh identitas. Dalam penelitian ini tidak akan membahas semua faktor *branding* melainkan akan berfokus pada pengenalan dan pembenahan identitas dari Stasiun Sudirman Baru sendiri.

1.6 Teknik pengumpulan data

Dalam perancangan interior Stasiun Sudirman Baru teknik pengumpulan data adalah pengamatan yang menggunakan kesamarataan kasus sehingga kasus menjadi tipikal dan dianggap dapat mewakili dan dipandang mampu untuk menjadi representatif dari kasus lainnya. Ada pula pemilihan teknik pengumpulan data ini adalah karena adanya akses bagi peneliti untuk melakukan kesempatan khusus untuk melakukan pengumpulan data. Teknik pengumpulan data akan dibagi menjadi dua yaitu;

1.6.1 Data primer

Data Primer adalah data yang diambil oleh peneliti secara langsung, yaitu dapat diperoleh dengan cara observasi dan wawancara;

1.6.1.1 Observasi

perancangan interior pada Stasiun Sudirman Baru akan menggunakan pengambilan data dengan observasi langsung. Pada observasi langsung peneliti hanya akan mengamati secara pasif dengan mencatat aktivitas pengunjung pada kurun waktu yang akan ditentukan.

1.6.1.2 Wawancara

Wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara terstruktur. Wawancara akan dilakukan terhadap pengelola stasiun dan pengunjung yang sudah menggunakan fasilitas Stasiun Sudirman Baru.

1.6.2 Data sekunder

Data sekunder akan didapatkan dari literatur yang berhubungan dengan kepentingan perancangan. Buku literatur yang berhubungan dengan tema *branding*, stasiun dan perancangan interior.

1.7 Pendekatan dalam Perancangan Interior

Menurut hasil wawancara dengan Bodas Waras Tewanyusri adanya perubahan nama sementara dari Stasiun Sudirman Baru menjadi Stasiun BNI City karena adanya kepentingan komersialisasi, yaitu berusaha mendapatkan keuntungan dengan bekerjasama menggunakan *naming right (vice president corporate secretary HRD and requierment, 1 Agustus 2019)*.

Stasiun Sudirman Baru sendiri, bukannya tidak memiliki kebudayaan lokal sama sekali, banyak lukisan-lukisan yang menggambarkan kehidupan lokal. Namun, lukisan-lukisan tersebut tidak dapat memenuhi identitas berkelanjutan dari Stasiun Sudirman Baru. Jumlah intensitas dari lukisan yang ada tidak membuat dapat dirasakannya *sense of place* dari *spirit* kota tersebut.

Kedua faktor tersebut menunjukkan bahwa stasiun ini memiliki kesadaran akan pentingnya *branding*, hanya saja upaya *place brand* stasiun ini belum tepat.

1.8 Pendekatan dalam Perancangan Interior

