

SENSE OF PLACE IN THE ATMOSPHERE RESORT CAFÉ AS OASE IN CITY CENTER OF BANDUNG JL. LENGKONG BESAR

¹Janice. ²Ir. Tito Gunawan W., MSA.

*¹ Student in the Bachelor's (S-1) Study Program in Architecture
at Parahyangan Catholic University*

*² Senior lecturer in the Bachelor's (S-1) Study Program in Architecture
at Parahyangan Catholic University*

Abstract- *Restaurants and cafes as the recreation, relaxation and entertainment facilities forms have grown continuously with its endless innovation. This aspect of continuous growth is to respond to consumptive society's demand as the result of the continuous development of the modern era. This globalization era leads society to know the information and communication technology that affects their social life. Lifestyle and become an individual's identity and has been considered as the key to their social life through social media. Thus the architecture in the culinary world can be post it up in their social media.*

The innovation found in Atmosphere Resort Café is the ambience of a resort in this city that is located in the city center area of Bandung city, Lengkong Besar Street. This area is the area of trading and housing, and is the one way to play street at the area. Atmosphere Resort Café wishes to present a different ambience at this city center through the concept of a resort café, also to be different from other cafés.

To be located in the city center is a challenge to be able to present the resort ambience which is commonly found in suburban areas, away from the city center itself. Thus, how can a sense of place with the resort be presented at Bandung city center to be an oasis is an interesting topic to be discussed. Atmosphere Resort Cafe has a characteristic sense of place, and its impact to the guests and users.

The method used is a qualitative approach by explaining its regional context and resort characteristics, and to explain the sense of place components that are setting in physical systems and users to understand the psychological reaction. The setting in its physical system includes identity and physical elements, while the user includes the quality they feel toward the setting. The datas are obtained through field observation, literature studies, interviews, questionnaires as responders, and documentation.

It is concluded that the resort characteristic in this city center has a strong landscape of architecture as one of the main elements in the Atmosphere Resort Café. Besides that, the existing massing and space, strengthened the reflection of nature, has created a stronger characteristic and the city center resort, full of hustle and bustle, is a shut down through the created control of space. The settings also passed in stimulating user awareness and perception. Users feel relax and happy when they are in At the atmosphere Resort Café with its ambience. Accordingly Atmosphere Resort Café has these places as a resort, a café that strengthens its identity in Bandung city center.

Key Words: *Sense of place, resort, oasis, Bandung city center*

SENSE OF PLACE PADA ATMOSPHERE RESORT CAFÉ SEBAGAI OASE DI PUSAT KOTA BANDUNG, JL. LENGKONG BESAR

¹Janice. ² Ir. Tito Gunawan W., MSA.

¹ Mahasiswi S1 Program Studi Arsitektur Universitas Katolik Parahyangan

² Dosen Pembimbing S1 Program Studi Arsitektur Universitas Katolik Parahyangan

¹ *Corresponding author: janicehalim2307@gmail.com*

Abstrak- Bentuk fasilitas rekreasi, relaksasi dan hiburan berupa restoran dan *café* terus berkembang pesat dengan inovasi tanpa henti. Aspek ini terus berkembang untuk memenuhi permintaan gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif sebagai akibat dari perkembangan zaman tanpa henti ke arah yang semakin modern. Era globalisasi ini pun menggiring masyarakat pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berdampak pada kehidupan sosial masyarakat. Gaya hidup kemudian menjadi identitas dari masing-masing individu yang dianggap sebagai kunci dari kehidupan sosial mereka melalui media sosial. Maka dari itu arsitektur didalam dunia kuliner diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung agar kemudian dapat diunggah dalam media sosial mereka.

Inovasi yang dihadirkan oleh *Atmosphere Resort Café* adalah adanya pensuasanaan *resort* pada *café*-nya yang berlokasi di kawasan pusat Kota Bandung, Jalan Lengkong Besar. Kawasan ini merupakan kawasan perdagangan dan perumahan padat, dan merupakan jalan utama dengan satu arah pada kawasan setempat. Pihak *Atmosphere Resort Café* berharap dapat menghadirkan pensuasanaan yang berbeda di kawasan pusat kota ini melalui konsep *resort café*-nya, juga untuk menjadi berbeda dari *café-café* lain.

Lokasinya yang berada di pusat kota menjadi sebuah tantangan tersendiri untuk dapat menghadirkan pensuasanaan *resort* yang pada umumnya ditemukan di kawasan pinggiran kota, jauh dari pusat kota itu sendiri. Maka bagaimana *sense of place* dengan karakter *resort* dapat diterapkan di kawasan pusat Kota Bandung sehingga menjadi sebuah oase menjadi menarik untuk dibahas. Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui karakter tempat seperti apakah yang dimiliki *Atmosphere Resort Café* melalui analisis *sense of place* dengan karakter *resort*, serta dampaknya bagi para pengunjung atau pengguna.

Metode yang digunakan berupa pendekatan kualitatif dengan cara menguraikan konteks kawasan dan karakter resor, serta menguraikan komponen *sense of place* yaitu *setting* pada tatanan fisiknya dan pengguna untuk memahami reaksi psikologis yang terjadi. *Setting* pada tatanan fisiknya mencakup identitas dan faktor fisik, sedangkan pengguna mencakup kualitas yang dirasakan terhadap *setting* yang ada. Pengambilan data dilakukan melalui peninjauan lapangan, studi pustaka, wawancara, pengumpulan kuesioner sebagai respon pengunjung dan dokumentasi.

Diperoleh kesimpulan bahwa karakter *resort* pada kawasan pusat kota ini diperkuat dengan adanya arsitektur lanskap sebagai salah satu elemen utama *Atmosphere Resort Café*. Selain itu tatanan massa dan spasialitas ruang yang ada, ditunjang dengan penggunaan materialnya yang memperkuat cerminan alam, membuat pensuasanaan *resort* semakin terasa dan pensuasanaan pusat kota yang hiruk pikuk dimatikan melalui kontrol ruang yang diciptakan. *Setting* yang ada pun berhasil merangsang kesadaran dan persepsi pengunjung. Pengunjung pun merasa senang dan relaks saat berada di *Atmosphere Resort Café* dengan adanya pensuasanaan yang demikian. Maka didapati karakter tempat *Atmosphere Resort Café* sebagai sebuah *resort café* yang memperkuat identitasnya sebagai oase di pusat kota Bandung.

Kata Kunci: *Sense of place*, resor, oase, pusat Kota Bandung

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada hari ini dengan gaya hidup masyarakat yang semakin modern dan konsumtif, muncul permintaan akan fasilitas rekreasi, relaksasi, dan hiburan secara terus menerus, seperti *mall*, restoran, dan *café*. Dalam era globalisasi yang membawa pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini pastilah memiliki dampak bagi kehidupan sosial masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, juga berdampak pada permintaan akan arsitektur yang terus berinovasi. Inovasi arsitektur ini didapati juga dalam dunia kuliner guna menarik pelanggan. Gaya hidup masyarakat kemudian dijadikan ajang unjuk gigi dalam media sosial mereka, dimana sebuah tempat menjadi elemen penting untuk difoto dan kemudian diunggah kedalam media sosial mereka.

Atmosphere Resort Cafe yang berlokasi di Kota Bandung menawarkan sebuah inovasi baru, yaitu menghadirkan pensuasanaan sebuah resor di kawasan pusat kota Bandung, di Jalan Lengkong Besar. Kawasan tersebut merupakan kawasan perdagangan dan perumahan padat, juga cukup dekat dengan area wisata kota Bandung, yaitu Jalan Asia Afrika dan Jalan Braga, juga komplek Alun-alun.

1.2 PERUMUSAN MASALAH DAN PERTANYAAN PENELITIAN

Dengan *resort* yang pada umumnya berada jauh dari pusat kota, *Atmosphere Resort Café* berhasil memanipulasi ruang sehingga tercipta suasana yang membuat para pengunjung merasakan suasana *resort* itu sendiri. Hal ini menjadi menarik mengingat lokasinya berada di pusat kota, pada kawasan perdagangan dan perumahan. Maka *sense of place* dengan karakter *resort* seperti apakah yang diterapkan pada tempat yang berlokasi di pusat kota Bandung sehingga menjadi sebuah oase?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakter tempat seperti apakah yang dimiliki *Atmosphere Resort Cafe* sehingga menunjang terciptanya pemsuasanaan *resort* di pusat kota Bandung, ditinjau dari teori *sense of place*. Lalu dampak seperti apakah yang terjadi pada pengunjungnya melalui pemsuasanaan yang demikian. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan perkembangan arsitektur kawasan pusat kota, serta bagaimana implementasi karakter sebuah tempat pada pemsuasanaannya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperdalam cara pandang arsitektural dari sudut pandang teori *sense of place*.

1.4 METODOLOGI PENELITIAN

Peneilitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih untuk dapat memahami *sense of place* dari segi psikologis pengguna. Maka akan diuraikan komponen *sense of place* yang terdiri dari *setting* dan pengguna dalam konteks kawasan pusat kota dengan karakter resor untuk menemukan karakter tempat seperti apakah yang dimiliki *Atmosphere Resort Cafe*. Data yang digunakan diperoleh melalui peninjauan lapangan, studi literatur, wawancara, pengumpulan kuesioner serta dokumentasi, mencakup data primer, data khusus dan data sekunder. Analisis data dilakukan dengan pendekatan kualitatif dalam pengolahan data kualitatif maupun data kuantitatif yang didapat.

2. ULASAN PUSTAKA

Pustaka yang digunakan terdiri dari literatur penunjang yang terdiri dari fungsi *café*, aritektur kawasan pusat kota dan arsitektur resor, arsitektur lanskap dan pengertian oase. Setelah itu diuraikan mengenai teori *place* dan *sense of place*.

2.1 LITERATUR PENUNJANG

Dari segi fungsi, *café* merupakan salah satu tipe restoran yang memiliki area *outdoor* atau ruang terbuka (Between, 2012). Untuk sebuah fungsi restoran atau *café*, reaksi psikologis dan atribut fisik merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah restoran. Hal-hal ini akan menentukan bagaimana para pengguna berperilaku (Baraban & Durocher, 2001). Elemen desain lain yg berpengaruh pada perasaan pengguna dan perilakunya antara lain adalah pencahayaan, warna, tekstur, temperatur, dll.

Kawasan pusat kota identik sebagai *Central Business District (CBD)*, yaitu kawasan perdagangan yang juga identik dengan kemacetan tinggi karena kawasan tersebut merupakan akses utama sebagian besar orang. Pada umumnya sebagai kawasan tertua sebuah kota, kawasan ini sangat kaya dengan bangunan konservasi dan preservasi karena nilai sejarahnya yang tinggi (Suriansyah, 2017). Pada umumnya alun-alun kota juga didapati pada kawasan tersebut.

Di sisi lain, pada umumnya sebuah resor berlokasi di kawasan suburban, di daerah yang jauh dari kawasan pusat kota dimana kedekatan dengan alam menjadi sangat penting. Resor juga sangat identik dengan adanya fasilitas relaksasi dan rekreasi, dimana hal ini akan

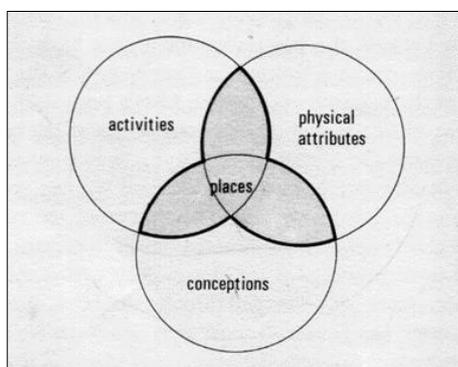
ditentukan melalui lokasi resor. Maka arsitektur yang tercipta akan mendekatkan pengunjung dengan fasilitas rekreasi dan relaksasi yang tersedia, serta merespon lokasi yang ada.

Keberadaan lanskap yang baik merupakan salah satu kunci kesuksesan sebuah resor (Architecture Student Chronicles, n.d.). Lanskap menggambarkan kedinamisan, natural dan sistem sosial. Pada kawasan urban, keberadaan lanskap ditekankan untuk menawarkan kenyamanan, kemudahan and kesehatan karena pengguna berada jauh dari kawasan rural atau pinggiran kota. Garrett Eckbbo (Laurie, 1975) mengatakan bahwa arsitektur lanskap ada untuk memperkuat hubungan antara manusia dengan lanskap, manusia dengan ruang luar baik secara kualitatif maupun kuantitatif dalam konteks tertentu.

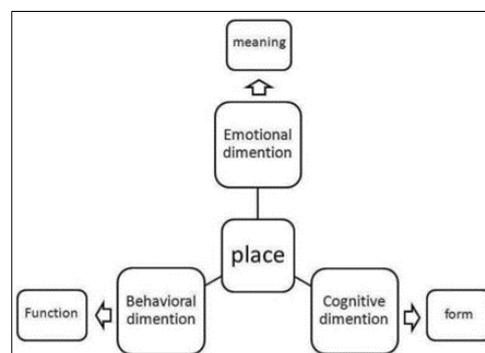
Oase merupakan sebuah kawasan atau area yang terdapat ditengah-tengah padang atau gurun pasir dan memiliki sumber air seperti kolam serta tumbuh-tumbuhan. Oasis digambarkan sebagai area yang memberikan kenyamanan dan ketenangan ditengah kesulitan atau hiruk pikuk (Press, 2018). Boarke (Boarke, 1999) mengatakan bahwa keberadaan air dan peneduhan yang didapat pada oase merupakan simbol kehidupan dan kenyamanan, sangat kontras dengan kondisi sekitarnya. Faktor-faktor yang berdampak pada kenyamanan ini adalah kenyamanan termal, angin segar, peneduhan dari sinar matahari, dll, baik sebagai hasil dari ciptaan arsitektur maupun lanskap buatan dan alami. Maka pengalaman ini sangat erat kaitannya dengan pengalaman panca indera.

2.2 PLACE DAN SENSE OF PLACE

Place ada sebagai hasil dari hubungan antara *setting* (lingkungan sekitar tempat seseorang berada, mencakup elemen fisik dan konteks sosialnya pada lokasi dan waktu tertentu) yang ada dengan penggunanya. Pada saat sebuah *setting* dialami oleh pengguna dan pengguna tersebut mulai mendefinisikan dan memaknainya, *space* yang ada akan berubah menjadi *place*. Namun terdapat *placelessness* yang terjadi sebagai akibat dari terciptanya homogenitas sehingga heterogenitas menjadi hilang. Oleh karena itu diperlukan identitas atau *spirit of place* pada suatu tempat agar tempat tersebut dapat didefinisikan dan tercipta pengalaman ruang yang tidak mencapai kondisi *placelessness*. Maka *place* adalah (1) bersifat khusus dan memiliki ciri khas tertentu, berbeda satu dengan lainnya, (2) terdiri dari elemen-elemen atau atribut fisik, dan (3) merupakan wadah sekaligus penggerak aktivitas dan perilaku manusia, dengan segala perasaan dan emosi yang dimiliki penggunanya.



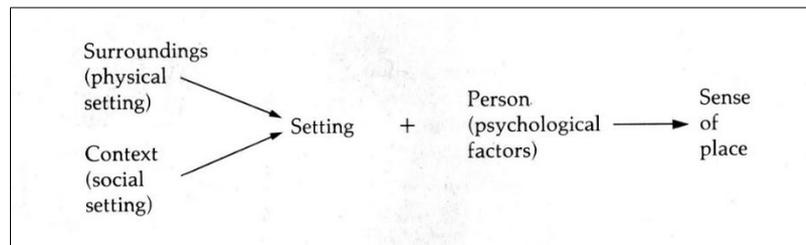
Figur 1. A Visual Metaphor for The Nature Of Places
Sumber: (Canter, 1977)



Figur 2. Dimensions Of Creating Places Sumber: (Jorgensen, 2001)

Sense of place merupakan konsep interaksi juga psikologis, dimana pertemuan antara sebuah *setting* dengan pengguna menghasilkan sebuah reaksi dalam bentuk perasaan, persepsi, perilaku, dll, sebagai hasil dari hubungan timbal balik antara *setting* dengan penggunanya.

Pendefinisian pengguna terhadap sebuah tempat akan berbeda-beda satu dengan lainnya, tergantung pada kondisi masing-masing pengguna pada saat itu dan akan terus berkembang seiring dengan berubahnya cara pikir dan merasa seseorang. Di sisi lain, tempat atau *place* yang ada akan turut berpengaruh pada bagaimana penggunanya berperilaku dan menginterpretasikan tempat tersebut (Canter, 1977). Maka dari itu sebuah tempat sudah seharusnya dikonsepsikan terlebih dahulu untuk mewartakan perilaku atau pengguna-pengguna tertentu. Maka akan tercipta identitas (*spirit of place*) dan *sense of place* seperti yang diharapkan. Adanya identitas akan menggiring para pengguna pada suatu pemahaman atau pendefinisian ruang tertentu, bersifat sama bagi semua pengguna.



Figur 3. *The Sense of Place*

Sumber: (Steele, 1981)

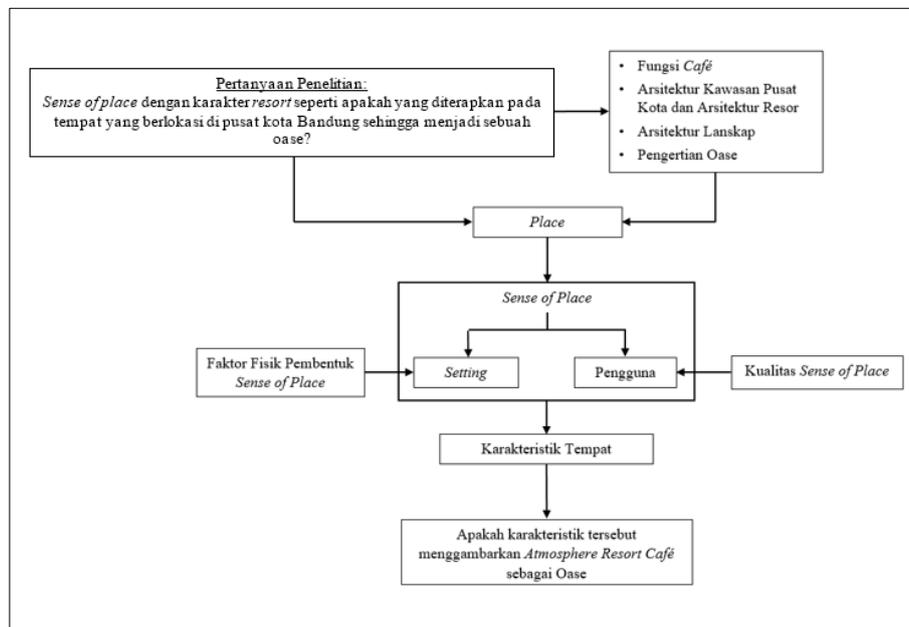
Sense of place terdiri dari dua komponen, yaitu (1) *setting* yang terdiri dari atribut fisik dan atribut sosial, dan (2) pengguna. Keberadaan atribut fisik yang terdiri dari pola tata letak untuk mewartakan suatu kegiatan akan mempengaruhi perasaan dan aktivitas penggunanya. Atribut sosial juga turut menentukan dampak dari atribut fisik, berupa hubungan dengan orang lain maupun institusi tertentu. Maka keberadaan atribut fisik dan sosial haruslah dikondisikan sedemikian rupa agar tercipta sebuah *setting* yang baik. Setiap pengguna datang dari latar belakang konsepsi, pola perilaku dan aktivitas yang berbeda-beda. Maka pendefinisian ruang pun akan selalu berbeda-beda bagi pengguna yang berbeda. Namun kehadiran pengguna merupakan kunci bagi terciptanya sebuah tempat, oleh karena itu identifikasi pengguna menjadi penting. Fritz Steele (Steele, 1981) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mengambil bagian dalam proses pengguna mengalami *setting* adalah persepsi dan kesadaran, ekspektasi, intensi dan suasana hati, dan preferensi personal.

Setting yang baik akan menciptakan *sense of place* yang kuat. *Setting* ini dipengaruhi oleh identitas tempat tersebut juga keberadaan elemen-elemen fisik tertentu. Berikut adalah beberapa aspek yang memunculkan identitas sebuah tempat (*spirit of place*) (Steele, 1981), (1) lokasi yang kuat, (2) pembatas, (3) kekhasan kawasan, (4) skala dan proporsi, dan (5) kekayaan gambar. Sedangkan elemen fisik yang secara langsung berkontribusi pada *sense of place* antara lain adalah (1) ukuran, (2) skala, (3) komponen, (4) keberagaman, (5) tekstur, (6) dekorasi, (7) warna, (8) bau, (10) suara dan (11) temperatur. *Setting* yang tidak memadai dapat berakibat pada rendahnya kualitas ruang yang dialami oleh pengguna.

Agar pengguna mengalami pengalaman ruang berkualitas tinggi, Fritz Steele mengatakan bahwa pengalaman ruang tersebut dapat dialami apabila penggunanya menunjukkan kualitas tertentu pada *setting* yang ada. Namun pada saat seseorang tidak menggunakan inderanya secara utuh, hal ini dapat berdampak pada rendahnya kualitas ruang yang dialami. Kondisi dimana tidak tercipta *sense of place* disebut *placelessness*, yang dapat terjadi karena adanya karakteristik fisik yang tidak dapat diidentifikasi.

Keberadaan karakteristik *sense of place* pada sebuah tempat akan menambah kekayaan hubungan antara pengguna dengan *setting* yang ada. Karakter-karakter tersebut antara lain adalah (1) identitas, (2) sejarah, (3) fantasi, (4) misteri, (5) kegembiraan, (6) kejutan, (7)

keamanan, (8) daya hidup, dan (9) memori. Dirasakan atau tidaknya karakter-karakter ini pun bergantung pada keadaan pengguna. Namun kehadiran sebagian atau seluruh karakter ini akan memperkuat *setting* yang ada dan menyediakan pengalaman tertentu atau *sense of place* tertentu bagi penggunanya. Karakteristik *sense of place* ini kemudian diharapkan dapat mencerminkan karakteristik *sense of place* sebuah *resort*.



Figur 4. Skema Metoda Penelitian

3. OBYEK DAN METODE

3.1 LATAR BELAKANG DAN KONSEP RANCANGAN *ATMOSPHERE RESORT CAFÉ*

Pengambilan data dilakukan melalui observasi lapangan serta dokumentasi. *Atmosphere Resort Cafe* berdiri diatas lahan seluas 3.000 meter persegi pada Jalan Lengkong Besar 97, Bandung. Pada mulanya *resort café* ini berlokasi di Bali dan kemudian berpindah ke kota Bandung. Konsep yang diangkat adalah pensusanaan Bali itu sendiri, sesuai dengan konsep yang dahulu ada. Dengan konsep *semi fine dining*, nuansa Bali diekspresikan melalui kehadiran elemen-elemennya, antara lain penggunaan material dan bentukan arsitektur tradisionalnya, termasuk adanya arsitektur lanskap pada area pondoknya. *Resort café* ini diharapkan dapat menghadirkan pensusanaan yang berbeda dari pusat kota itu sendiri dan menjadi berbeda dengan *café-café* lainnya. Penggunaan kata *resort café* juga dipilih untuk menunjukkan perbedaan yang diciptakan.

3.2 TAPAK, SIRKULASI, DAN AKSES

Atmosphere Resort Café terletak pada Jalan Lengkong Besar, pada jalan utama satu arah sebelum sebuah pertigaan, dengan satu pintu akses. Letaknya tidak lebih dari satu kilometer dari Jalan Asia Afrika dan Jalan Simpang Lima yang merupakan jalur sirkulasi primer kota Bandung.



Figur 5. Peta Umum Atmosphere Resort Café
Sumber: <https://www.google.com/maps>



Figur 6. Lokasi Atmosphere Resort Café
Sumber: <https://www.google.com/maps>

3.3 TATA MASSA, BENTUK MASSA DAN RUANG TERBUKA

Massa terdiri dari satu buah bangunan utama dan 12 buah gazebo pada area pondok. Selain itu terdapat massa penunjang yang berhubungan langsung dengan massa utama. Bangunan utama *Atmsophere Resort Café* dengan jumlah dua lantai secara menyeluruh memanfaatkan penghawaan atau sirkulasi udara alami dengan meletakkan bukaan di sekeliling bangunan. Pada area pondok, delapan gazebo diantaranya merupakan rumah panggung dengan pondasi umpak. Seluruh massa ini menggunakan rangka kayu dengan penutup atap alang-alang. Secara menyeluruh *Atmosphere Resort Café* memiliki akses menuju ruang terbuka hampir pada seluruh sisi bangunannya. Pada area pondok sendiri didominasi oleh adanya fitur air berupa kolam ikan dan tanaman hijau dengan ragam ukuran dan jenis.



Figur 7. Tata Massa Bangunan Utama dan Gazebo Pada Area Pondok dan Aksesnya
Sumber: <https://www.google.com/maps>



Figur 8. Tampak Depan Bangunan
Sumber: <http://photos.wikimapia.org/>



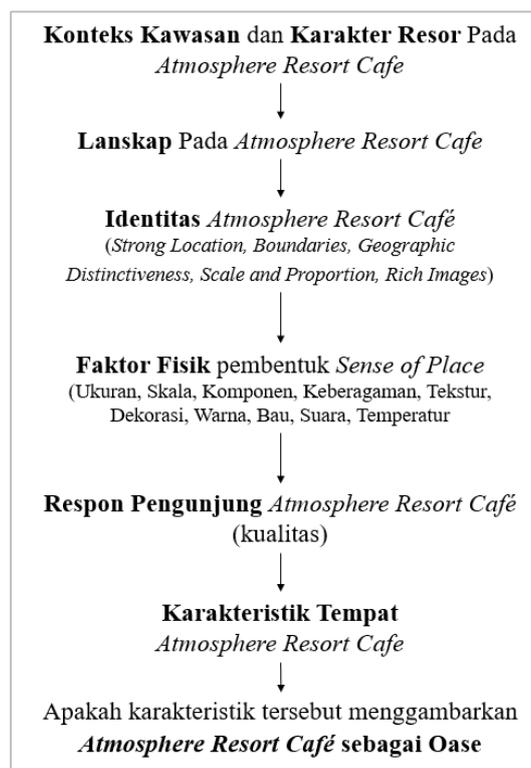
Figur 9. Gazebo Di Area Pondok

3.4 MATERIAL, TEKSTUR, ORNAMEN DAN WARNA

Penggunaan material *Atmosphere Resort Café* berkiblat pada penggunaan material arsitektur tradisional, maka dari itu didominasi oleh kayu-kayuan dan bebatuan, dengan ragamnya yang sudah disesuaikan dengan ketersediaan material di kota Bandung. Dengan demikian didapati ragam tekstur yang sangat tinggi. Maka tercipta nuansa warna monokrom cokelat dan monokrom abu. Selain itu *Atmosphere Resort Café* tidak memiliki elemen dekorasi maupun ornamen permanen.

4. PEMBAHASAN

Berikut adalah alur pembahasan yang akan dilakukan untuk menguraikan *sense of place* seperti apakah yang tercipta juga bagaimana *resort café* itu sendiri memiliki karakter resor mengingat lokasinya yang berada di pusat kota.



Figur 10. Skema Pembahasan

4.1 KONTEKS KAWASAN PUSAT KOTA DAN KARAKTER RESOR PADA *ATMOSPHERE RESORT CAFÉ*

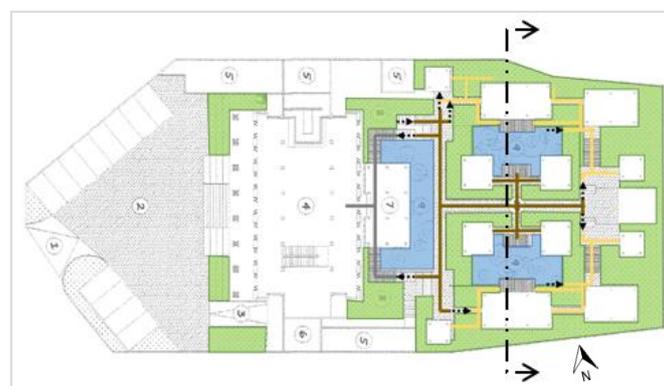
Berdasarkan uraian berikut didapati bahwa pada dasarnya *Atmosphere Resort Café* sangatlah berbeda dengan karakteristik resor yang seharusnya atau ada pada umumnya, namun memiliki nilai tambah pada pengolahan lanskap yang memperkuat identitas *Atmosphere Resort Café* dengan karakter resornya di pusat kota. Selain itu dari segi konteks kawasan, kedekatannya dengan kawasan wisata dapat menjadi salah satu kunci bagi penamaan *resort café* ini. Arsitektur yang kontras dengan bangunan-bangunan di lingkungan sekitarnya serta tingkat aksesibilitas tinggi pun menjadi nilai tambah.

Tabel 1. Perbandingan karakteristik resor dengan *Atmosphere Resort Café*

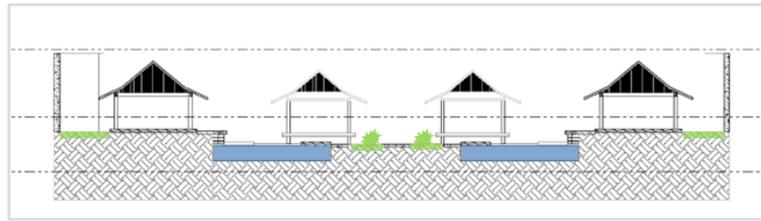
| Karakter Resor | <i>Atmosphere Resort Café</i> |
|--|---|
| Lokasi yang baik | Memiliki aksesibilitas tinggi karena berada pada kawasan pusat kota |
| Berdasarkan lokasinya, jauh dari pusat kota | Terletak di pusat kota, pada kawasan perdagangan dan perumahan padat |
| Terletak pada kawasan yang mendekatkan pengguna dengan alam dan memiliki potesnsi wisata | Terletak di pusat kota yang kaya akan wisata sejarah, seperti Jalan Asia Afrika, Jalan Braga, dan Kompleks Alun-Alun, juga kaya akan bangunan-bangunan korservasi |
| | Terletak di pusat Kota Bandung yang identik dengan kawasan perdagangan dan kemacetan tinggi (<i>Central Business District</i>) |
| Memiliki arsitektur yang menarik/atraktif dengan penuasanan yang khusus, sesuai dengan lingkungannya | Mengadaptasi arsitektur tradisional serta menghadirkan elemen air dan penghijauan yang cukup mendominasi |
| Memiliki lanskap yang baik | Kaya akan beragam jenis dan ukuran penghijauan serta memiliki kolam ikan. |
| Menyediakan fasilitas-fasilitas rekreasi dan relaksasi | Fasilitas hiburan yang tersedia berupa <i>live music</i> setiap harinya, terkecuali hari Senin |
| | Adanya fitur air dan penghijauan yang mendominasi dapat berlaku sebagai sumber relaksasi dan berlaku sebagai lokasi berfoto para pengunjung. |

4.2 LANSKAP PADA *ATMOSPHERE RESORT CAFÉ*

Keberadaan area pondok dengan fitur air dan penghijauannya menciptakan kedekatan dengan alam melalui kesan naturalnya. Area pondok yang memperlihatkan adanya keindahan, ketenangan, kenyamanan dan kesehatan, telah memperkuat karakteristik resor. Adanya kontras antara area pondok dengan kawasan disekitarnya membuat *Atmosphere Resort Café* seakan-akan memiliki alamnya tersendiri pada kawasan pusat Kota Bandung, seperti sebuah oase. Keberadaanya pun telah memberikan nyaman dan lingkungan yang lebih sehat bagi para pengunjungnya dan mendekatkan mereka dengan alam.



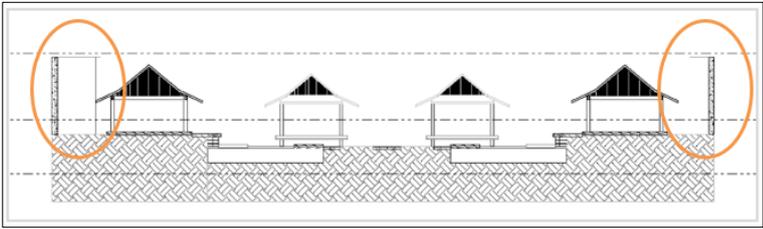
Figur 11. Pengolahan Alur Sirkulasi Area Pondok



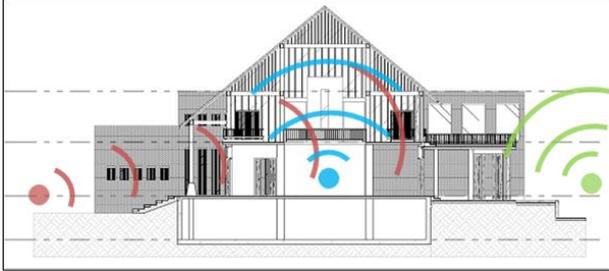
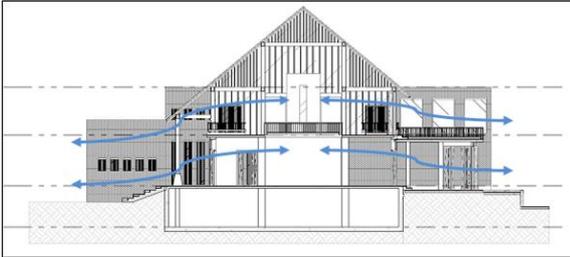
Figur 12. Perbedaan Ketinggian Pada Area Pondok Dengan Elemen Penghijauan dan Air

4.3 IDENTITAS DAN ELEMEN FISIK *ATMOSPHERE RESORT CAFE*

Tabel 2. Matriks elemen-elemen fisik

| Identitas | | |
|---------------------|---------------------|--|
| No. | Identitas | Uraian |
| 1. | Lokasi yang kuat | Aksesibilitas tinggi dan bentuk bangunan sangat berbeda dari bangunan sekitar, sehingga menciptakan kontras |
| 2. | Pembatas | Memiliki dinding pembatas tapak yang cukup tinggi <div style="text-align: center;">  <p>Figur 13. Dinding Pembatas Tapak <i>Atmosphere Resort Cafe</i></p> </div> |
| 3. | Kekhasan Kawasan | Identik sebagai kawasan perdagangan dan perumahan sehingga keberadaan <i>Atmosphere Resort Café</i> sangat mencolok |
| 4. | Skala & Proporsi | Bangunan utama memiliki skala yang tidak humanis dengan tampaknya yang didominasi oleh atap alang-alang. Pada bagian dalam bangunan terdapat skala humanis juga gigantis. Area pondok memiliki skala humanis. Perbedaan proporsi pada dua bagian bangunan yang berbeda dapat memperkaya pengalaman ruang pengguna. |
| 5. | Kekayaan Gambar | Kehadiran elemen-elemen seperti lanskap dan bentukan bangunan yang ada memungkinkan munculnya gambar-gambar dan fantasi dalam benak pengguna |
| Elemen Fisik | | |
| No. | Elemen Fisik | Uraian |
| 1. | Ukuran dan Skala | Terdapat skala humanis juga gigantis pada bangunan utama. Sedangkan area pondok didapati berada pada skala humanis. |

| | | |
|----|-------------|--|
| | |  <p>Figur 14. Skala dan Proporsi Bangunan Utama dan Gazebo Terhadap Manusia</p> |
| 2. | Komponen | <p>Pintu lipat geser dengan jalusi, kolom kayu dan beton, jendela bilah bambu, dan rangkaian kolom balok kayu pada bangunan utama.</p>  <p>Figur 15. Pengulangan Pintu Lipat Dan Kolom Serta Jendela Bilah Bambu Pada Tampak Depan <i>Atmosphere Resort Café</i></p> |
| 3. | Keberagaman | <p>Keberagaman didapat pada ragam dimensi jendela bilah bambu dan pola rangkaian elemen vertikal kayu pada bangunan utama. Diluar itu didominasi oleh adanya ritme dan repetisi, sehingga keberagaman menjadi minim pada bangunan utama.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>Figur 16. Keberagaman Pada Elemen Vertikal Kaca Lantai Atas</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Figur 17. Keberagaman Dimensi Bukan Jendela Bilah Bambu</p> </div> </div> |
| 4. | Tekstur | Didapat pada ragam penggunaan material bebatuan dan kayu-kayuan, serta tekstur halus pada dinding dengan cat. |
| 5. | Dekorasi | Tidak terdapat ornamen atau dekorasi permanen. Dekorasi yang ada bersifat sementara. |
| 6. | Warna | Didominasi monokrom abu dan monokrom coklat. |
| | |  <p>Figur 18. Warna Kayu dan Batu Pada <i>Atmosphere Resort Café</i></p> |
| 7. | Bau | Aroma air kolam dan penghijauan/tanaman, serta tanah basah pada saat-saat tertentu. |
| 8. | Suara | Suara aktivitas jalan utama (warna merah), suara musik (warna biru), dan suara air dan angin (warna hijau). |

| | | |
|----|------------|---|
| | |  <p>Gambar 19 Sumber Suara Pada <i>Atmosphere Resort Café</i></p> |
| 9. | Temperatur | <p>Adanya ventilasi silang menciptakan kondisi temperatur yang lebih rendah pada ruang dalam bangunan utama dibandingkan kondisi sekitarnya. Kekayaan vegetasi sebagai peneduh pada area pondok pun menciptakan temperatur yang lebih rendah dibandingkan dengan temperatur pada kawasan sekitar tapak.</p>  <p>Gambar 20 Ventilasi Silang Bangunan Utama <i>Atmosphere Resort Café</i></p> |

4.4 PENGGUNA

Untuk mendapatkan data dari para pengguna dilakukan melalui kuesioner. Kuesioner ini dipakai untuk pengumpulan data respon para pengguna mengenai dampak dari keberadaan elemen-elemen fisik yang ada terhadap aktivitas dan pemsuasanaan yang mereka rasakan saat berada di *Atmosphere Resort Cafe*. Pada penelitian ini didapat 30 responden. Pengambilan data untuk kuesioner menggunakan format dari buku karya John Zeisel dengan judul *Inquiry by Design; Tools For Environment-Behavior Research* (Zeisel, 1984). Pada pengambilan data melalui kuisioner ini digunakan matriks dengan topik lingkungan yang mencakup pembahasan fisik dan perilaku pada axis horizontal (warna biru), dan respon pengguna terhadap lingkungan tersebut pada axis vertikalnya (warna ungu). Berikut adalah hasilnya.

Tabel 3. Akumulasi data kuesioner pengguna

| | Physical (Objek, tempat, hubungan antar tempat, kualitas) | Behavioral (Karakteristik pengguna, aktivitas, hubungan antar pengguna) |
|---|--|---|
| Perception & Meaning (Apa yang pengguna lihat di lingkungan tersebut) | Sebagian besar pengguna merasakan pemsuasanaan <i>resort</i> pada <i>Atmosphere Resort Café</i> . Keberadaan elemen suara (80%) merupakan elemen yang paling menarik perhatian pengunjung dengan adanya suara musik dan air. Menurut pengunjung elemen tersebut memberi kenyamanan dan menarik, serta suara air menunjang suasana relaksasi. Selain itu keberagaman (63%) dan ukuran & skala (50%) adalah elemen yang juga banyak dipilih. | 83,25% pengunjung dapat beraktivitas dengan baik di <i>Atmosphere Resort Café</i> , dengan mayoritas diantaranya menyukai berada disana dan menikmati beraktivitas disana. Dengan demikian <i>Atmosphere Resort Café</i> telah berhasil menjadi sebuah <i>place</i> tanpa adanya <i>placelessness</i> . Perilaku pengguna di <i>Atmosphere Resort Café</i> menjadi positif karena berada di tempat yang tepat dimana pengunjung dapat relaks. |

| | | |
|---|---|--|
| Opinion (Apa yang pengguna rasakan tentang lingkungan tersebut) | 93,24% pengunjung menyukai pensuasanaan <i>Atmosphere Resort Café</i> . Mayoritas diantaranya menyukai berada disana (kualitas <i>sense of place</i>). Sebagai sebuah <i>setting Atmosphere Resort Café</i> telah berhasil merangsang indera pengunjung melalui elemen-elemen yang ada. | Pengunjung merasa senang dan relaks (mayoritas) saat berada di <i>Atmosphere Resort Café</i> karena adanya suasana alam terbuka dengan tanaman dan air serta bebatuan. <i>Atmosphere Resort Café</i> telah berhasil mempengaruhi suasana hati dan perasaan para pengunjung dengan ruang positifnya. |
| Place (Apa yang pengguna lakukan di lingkungan tersebut) | Sebagian besar pengunjung menyukai tempat duduknya di area pondok, dengan tanaman dan kolam sebagai daya tarik utamanya. Secara menyeluruh pengunjung menyukai adanya hubungan langsung antara ruang dalam dengan ruang luar, dan hal ini bisa didapat diseluruh bagian <i>Atmosphere Resort Cafe</i> . | Mayoritas pengunjung dapat berinteraksi dengan baik satu dengan yang lainnya. Maka <i>Atmosphere Resort Café</i> merupakan <i>setting</i> yang baik karena dapat mengakomodir aktivitas pengunjung juga mendekatkan pengunjung dengan alam. Selain karena menyukai berada disana, pengunjung juga tidak merasa terganggu dengan berada di tempat tersebut. |

4.5 KARAKTER TEMPAT *ATMOSPHERE RESORT CAFÉ*

Berdasarkan uraian yang telah dilakukan, mencakup pendalaman karakteristik resor pada kawasan pusat Kota Bandung, lanskap yang ada beserta elemen-elemen fisik dan pengguna, ditemukan bahwa *Atmosphere Resort Café* memiliki karakter tempat sebagai berikut.

Tabel 4. Matriks Karakter Tempat

| No. | Karakter Tempat | Uraian |
|-----|-----------------|--|
| 1. | Identitas | <i>Atmosphere Resort Café</i> memiliki identitas yang kuat sebagai sebuah <i>resort café</i> , dengan dominannya elemen-elemen lanskap penghijauan, air dan bebatuan, serta pensuasanaannya yang nyaman dan relaks seperti halnya resor itu sendiri. |
| 2. | Fantasi | Dengan dapat relaksnya para pengunjung dan menikmati suasana relaks di tengah pusat kota, mereka telah masuk ke dalam fantasi yang diciptakan oleh <i>Atmosphere Resort Café</i> ini. |
| 3. | Kegembiraan | Pengunjung merasa senang saat berada di <i>Atmosphere Resort Café</i> , walaupun berlokasi di kawasan pusat kota. |
| 4. | Kejutan | Elemen kejutan didapatkan sejak memasuki bangunan utama hingga terlihat pemandangan area pondok. Area pondok ada sebagai elemen kejutan dengan kualitas ruangnya yang jauh berbeda dari kualitas kawasan pusat kota. |
| 5. | Keamanan | Pengunjung mendapatkan privasi saat beraktivitas di <i>Atmosphere Resort Café</i> sehingga mereka merasa aman dan nyaman. |
| 6. | Daya Hidup | Melalui <i>setting</i> yang ada pengunjung mendapatkan kesegaran dan relaksasi. Hal ini memberikan energi baru bagi para pengunjung. Berbagai aktivitas pun dapat dilakukan di <i>Atmosphere Resort Café</i> . |
| 7. | Memori | Dengan pensuasanaan yang ada memungkinkan pengunjung untuk mengambil waktu pribadi dan berpikir. <i>Setting</i> yang ada dapat memunculkan kembali memori pengunjung, sekaligus menciptakan memori baru. |

Karakteristik resor dengan sangat jelas tergambar pada karakteristik tempat *Atmosphere Resort Café*. *Setting* yang ada telah mampu mendekatkan pengguna dengan alam, serta menggiring pengguna pada perilaku serta reaksi psikologis tertentu. Sebagai *place* atau tempat, *Atmosphere Resort Café* juga telah berhasil menjadi sebuah wadah aktivitas melalui keberadaan atribut fisik dan konsepnya. Maka dengan demikian *Resort Café* ini telah berhasil

menjadi sebuah oase di pusat Kota Bandung melalui *sense of place* yang tercipta didalamnya sebagai bentuk interaksi antara pengunjung dengan *setting* yang ada.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Melalui pertanyaan penelitian *sense of place* dengan karakter *resort* seperti apakah yang diterapkan pada tempat yang berlokasi di pusat kota Bandung sehingga menjadi sebuah oase, telah didapat rangkaian kesimpulan sebagai berikut.

Karakter tempat *Atmosphere Resort Café* telah mengarah pada karakteristik sebuah resor, sehingga tercipta *sense of place* dengan karakter resor yang kuat di pusat Kota Bandung. Dengan demikian *Atmosphere Resort Café* telah menjadi sebuah oase. *Setting*-nya yang menarik telah berhasil menarik banyak pengunjung

Identitas *Atmosphere Resort Café* menjadi sedemikian kuat berdiri di pusat kota Bandung sebagai sebuah resor karena adanya elemen lanskap yang kaya akan penghijauan, air, tata massa dan spasialitas ruangnya yang ditunjang dengan penggunaan material yang mencerminkan alam itu sendiri. Maka terciptalah kontrol ruang pada oase ini yang mendekatkan pengguna dengan alam dan mereka mendapatkan kenyamanan, kemudahan serta kesehatan di kawasan pusat kota melalui pengalaman inderanya.

Elemen-elemen yang dihadirkan *Atmsophere Resort Café* telah berhasil merangsang kesadaran pengguna melalui indera penglihatan, penciuman dan pendengaran. Dengan demikian *setting* berhasil menjadi ruang positif yang dapat menggiring perasaan dan suasana hati para pengunjungnya juga persepsi dan kesadaran mereka. Para responden pun merasakan adanya pensusanaan resor yang menunjang suasana relaksasi melalui alam terbuka dan elemen-elemen yang ada. Maka dari itu para responden pun memberikan respon kualitas yang positif terhadap *Atmosphere Resort Café* dan tidak mencapai kondisi *placelessness*.

5.2 SARAN

Kebersihan pada area lesehan di lantai atas bangunan utama *Atmosphere Resort Café* perlu dipantau secara lebih, karena penggunaan atap alang-alang sering kali menjatuhkan serpihan-serpihan. Beberapa pengunjung juga berpendapat bahwa pada gazebo berkapasitas delapan orang di area pondok, meja didapati terlalu besar sehingga untuk dapat berinteraksi dengan baik agak sukar, walaupun hal ini terkadang tidak begitu terasa karena keberadaan suasana yang menunjang.

6. ACUAN

Buku

- BARABAN, R. S., & Durocher, J. F. (2001). *Successful Restaurant Design*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- CANTER, D. (1977). *The Psychology of Place*. London: The Architectural Press.
- LAURIE, M. (1975). *An Introduction to Landscape Architecture*. Victoria: Pitman Publishing Limited.
- STEELE, F. (1981). *The Sense of Place*. USA: CBI Publishing Company, Inc.
- ZEISEL, J. (1984). *Inquiry by Design, Tools For Environment Behavior Research*. USA: Cambridge University Press.

Jurnal

BOARKE, T. M. (1999). Oasis: The Experiential Dimension of Architecture. *ACSA Annual Meeting, Technology Conference*, 1-7.

SURIANSYAH, Y. (2017). Lingkungan Kota (2). *Matakuliah Arsitektru Kota*. Bandung: Yasmin Suriansyah.

Internet

Architecture Student Chronicles. (t.thn.). Diambil kembali dari Architecture Student Chronicles: <http://www.architecture-student.com/design-guide/designing-a-holiday-resort-architecture-and-design/>

Between, D. (2012, March 20). *DifferenceBetween.com*. Diambil kembali dari DifferenceBetween.com: <https://www.differencebetween.com/difference-between-cafe-and-vs-restaurant/>

Press, O. U. (2018). *Oxford University Press*. Diambil kembali dari English Oxford Living Dictionaries: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/oasis>