

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Visibilitas di Ruang Publik (*Frames of visibility in Public Places*)

Kerangka visibilitas ini lebih membahas tentang sebuah bangunan dapat terlihat dengan adanya cahaya. *Frames of visibility* membahas hubungan antara cahaya dengan bangunan. Semua benda dapat terlihat karena adanya cahaya. Menurut Thibaud, visibilitas memiliki 5 kerangka utama, yaitu *overexposure, enclosure, filtering, blurring, dan silhouetting* (Thibaud, 2001, pp. 43-47).

“*Exposure* adalah salah satu kategori dasar untuk mencirikan pengalaman visual dari setiap individu di ruang publik. Namun, *exposure* adalah istilah generik yang gagal dalam memperhitungkan berbagai kondisi keadaan cahaya yang dapat terjadi di lingkungan. *Frames of visibility* dapat membantu membedakan berbagai jenis pencahayaan yang terjadi pada bangunan sehingga dapat memengaruhi pemandangan suatu kawasan,” (Thibaud, 2001, p. 43).

Gambar 2.2.1 Perbedaan pencahayaan antara objek dengan lingkungan



Sumber : Thibaud dan Jean Paul, *Frames of visibility in Public Places*, 2001

Gambar 2.2.2 Penawaran *top view*



Sumber : Thibaud dan Jean Paul, *Frames of visibility in Public Places*, 2001

Kerangka yang pertama visibilitas adalah *overexposure*. *Overexposure* melibatkan menciptakan diferensiasi antara dan hirarki antara objek di dunia visual (Thibaud, 2001, p. 44). *Overexposure* membuat objek utama menjadi lebih jelas dibanding dengan lingkungannya. Terdapat dua cara untuk menciptakan fenomena untuk menghasilkan *overexposure*, yaitu memanfaatkan kontras antara ruang yang terang dengan yang kurang jelas dan menawarkan view dari atas untuk melihat objek yang ada dibawahnya (Thibaud, 2001, p. 44).

Gambar 2.2.3 Mengarahkan gerak dan pandang dengan batasan ruang



Sumber : Thibaud dan Jean Paul, *Frames of visibility in Public Places*, 2001

Gambar 2.2.4 Mengarahkan titik pandang



Sumber : Thibaud dan Jean Paul, *Frames of visibility in Public Places*, 2001

Kerangka kedua visibilitas adalah *enclosure*. *Enclosure* memiliki fungsi untuk mengarahkan bidang visual orang yang lewat untuk menyelubungi sebagian tempat sambil memperlihatkan objek lain dan menyatukan hal yang dilihat (Thibaud, 2001, p. 45). Dalam visibilitas, *enclosure* berperan untuk mengarahkan orang baik dari pergerakan hingga ke penglihatan menuju suatu objek.

Gambar 2.2.5 *Filtering*



Sumber : Thibaud dan Jean Paul, *Frames of visibility in Public Places*, 2001

Kerangka ketiga dari visibilitas adalah *filtering*. *Filtering* melibatkan kualitas dan penyebaran cahaya dalam lingkungan (Thibaud, 2001, p. 45). *Filtering* dapat menyaring atau mengatur cahaya yang masuk ke dalam

sebuah ruang dan memberikan perbedaan antara ruang luar dengan ruang dalam (Thibaud, 2001, p. 45). *Filtering* dapat memperjelas identitas sebuah ruang untuk menentukan ruang dalam dan ruang luar.

Gambar 2.2.6 *Blurring*



Sumber : Thibaud dan Jean Paul, *Frames of visibility in Public Places*, 2001

Gambar 2.2.7 *Silhouetting*



Sumber : Thibaud dan Jean Paul, *Frames of visibility in Public Places*, 2001

Kerangka keempat adalah *blurring*. *Blurring* berfungsi untuk mengurangi visibilitas sehingga membuat orang-orang sulit dalam menangkap bentuk dari sebuah objek (Thibaud, 2001, p. 46). Kerangka kelima adalah *silhouetting*. *Silhouetting* menekankan kontur objek atau individu, bukan detail permukaannya (Thibaud, 2001, p. 47). Dari kelima kerangka ini, penulis

memilih untuk mengaplikasikan *overexposure* dan *enclosure* yang dapat diaplikasikan ke dalam bentuk bangunan.

2.2 Konsep Visibilitas

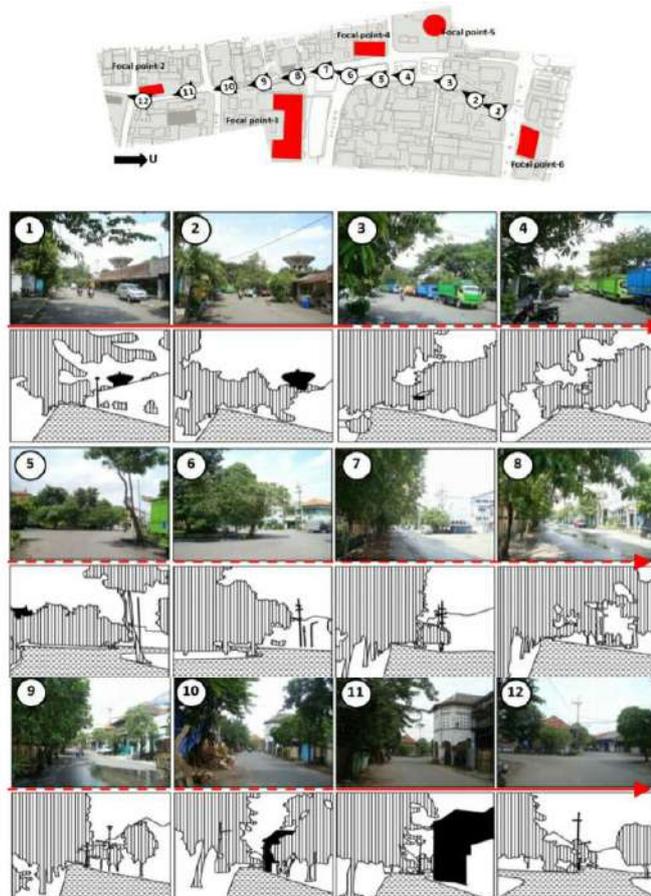
Visibilitas adalah kemampuan keterlihatan dari sebuah objek. Hal yang perlu dipertimbangkan saat meningkatkan visibilitas dan memberikan tema bangunan adalah *identity signage* dari fasilitas, batas ruang, dan bentuk bangunan. *Identity signage* jangan sampai terhalang atau tidak terlihat. *Identity signage* adalah sarana bangunan memperkenalkan dirinya kepada publik (Kim, 2009, p. 5). Terdapat beberapa cara dalam meningkatkan visibilitas sebuah kawasan melalui elemen-elemen pembentuk ruangnya. Batasan ruang dapat menuntun sudut pandang pengunjung terhadap suatu objek. Selain itu, bentuk bangunan dapat menegaskan keterlihatan dari *identity signage* atau sebuah bangunan. Menurut Bafna, visibilitas berhubungan dengan batas-batas ruang sehingga memungkinkan akses yang memicu pola pergerakan pengunjung muncul di antara ruang (Bafna, 2003, p. 18). Selain itu, posisi sudut pandang pengguna memengaruhi visibilitas (Bafna, 2003, p. 26). Batas ruang dapat mengarahkan pergerakan dari pengguna ruang sehingga dapat memengaruhi kegiatan pengguna. Selain itu batas-batas ruang juga dapat memengaruhi penglihatan pengguna. Menurut Nugroho, ada dua faktor yang memengaruhi visibilitas. Faktor pertama adalah posisi sebuah bangunan. Posisi bangunan berdampak pada tingkat kesulitan penangkapan visibilitas bangunan oleh pengamat (Nugroho, 2015, pp. 167-168). Faktor lainnya adalah elemen pembentuk ruang. Nugroho, menemukan bahwa elemen pembentuk lingkungan dapat memengaruhi visibilitas (Nugroho, 2015, p. 174).

2.3 Serial Vision

Saat pengunjung bergerak, hal yang dilihat oleh pengunjung juga ikut berubah. *Serial vision* adalah perubahan objek yang diamati akibat perpindahan posisi dari pengamat (Nugroho, 2015, p. 170). Teknik analisis *serial vision* gambar perspektif dari pandangan mata manusia. Dalam menganalisis keberhasilan rancangan, penulis menggunakan teknik serial vision.

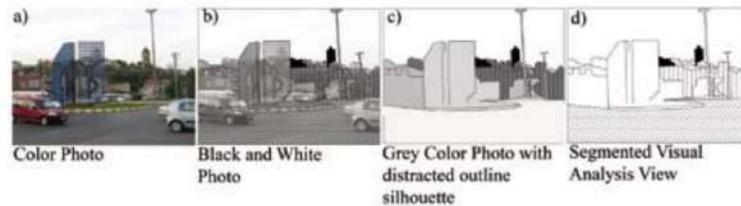
Serial vision menggunakan diagram segmentasi. Teknik segmentasi digunakan untuk memperjelas objek utama dalam sebuah sudut pandang. Sedangkan elemen lingkungan lainnya diubah sehingga tidak terlalu menonjol.

Gambar 2.3.1 *Serial vision*



Sumber : Setyo Nugroho, *Peningkatan Visibilitas Bangunan Lama (Studi Kasus Jalan Krembangan Barat Surabaya)*, 2015

Gambar 2.3.2 Teknik segmentasi



Sumber : Arzu Kalin dan Demet Yilmaz, *A Study on Visibility Analysis of Urban Landmarks: The Case of Hagia Sophia (Ayasofya) in Trabzon*, 2012

2.4 Analisis Preseden

2.4.1 Manifesto Market / CHYBIK + KRISTOF

Gambar 2.4.1.1 *Communal Room and Market*



Sumber : Archdaily, *Manifesto Market / CHYBIK + KRISTOF*, 2020

Manifesto market terletak di dekat gedung komunal yang mengadakan acara art-nouveau. Manifesto market tidak bersifat permanen dan memiliki area sebesar 835 m². “Manifesto Smichov dibuka pada Juli 2019 di bekas tempat parkir kosong yang berdekatan dengan gedung komunal acara art-nouveau yang baru direkonstruksi yang dikenal sebagai *National House*. Untuk membuat jenis tempat istirahat ini antara landmark Praha di Mala Strana dan dalam jarak berjalan kaki singkat dari *Dancing House*,

idinya adalah untuk menghidupkan kembali ruang publik hijau yang subur. Bagian tengah dari konsep desain adalah kolam air dangkal. Kolam ini berada tepat di bawah fasad bangunan bersejarah yang pada sebagian besar sudutnya tercermin di dalam kolam air yang menjadi daya tarik paling menarik bagi anak-anak maupun orang dewasa,” (Archdaily, 2020).

Gambar 2.4.1.2 Analisis Preseden Manifesto Market



Sumber : Penulis, 2021

Tempat tongkrong yang dapat yang dapat membuat masyarakat berkomunikasi dan bersantai. Tempat tongkrong dilengkapi oleh kolam air yang dapat memantulkan bayangan dari bangunan-bangunan disekitarnya yang memiliki makna tersendiri. Selain itu, Manifesto Market memiliki retail-retail temporer. Retail memiliki bukaan dari berbagai sisi yang berada di sirkulasi utama pengunjung. Hal yang penulis temukan dalam Manifesto Market adalah bukaan-bukaan yang terdapat pada retail dapat memperjelas identitas dari retail tersebut karena dapat

memperlihatkan aktivitas dan isi dari retail tersebut. Selain itu, pohon pada area ini memiliki bentangan di atas retail agar tidak menghalangi pandangan pengunjung terhadap retail.

2.4.2 Sarugaku / Akihisa Hirata

Gambar 2.4.2.1 Analisis Preseden Sarugaku



Sumber : Penulis, 2021

Sarugaku merupakan sebuah area perbelanjaan di Jepang yang memiliki luas area sebesar 538 m². Retail ini merupakan retail bertingkat. Semakin ke atas, semakin kecil ukuran retailnya. Jendela direncanakan dapat terkoneksi antara jendela yang satu dengan yang lain sehingga setiap volume berbentuk gunung terhubung dan orang dapat mengalami waktu misterius seolah-olah pengunjung berjalan di hutan ilusi (Archdaily, 2008). Pada retail Sarugaku, penulis menemukan bahwa dengan memberikan view dari atas dan konfigurasi ruang linear dapat mengarahkan sudut pandang pengunjung. Bukan pada bangunan dapat diatur dan diarahkan sesuai keinginan penulis agar pengunjung melihat apa yang ingin penulis tampilkan dalam desainnya.