

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Kota Jakarta yang pesat telah mendorong perubahan signifikan dalam dinamika ruang perkotaan. Modernisasi, urbanisasi, serta pertumbuhan pusat-pusat komersial dan destinasi baru telah meningkatkan persaingan antar kawasan dalam menarik masyarakat, investasi, dan aktivitas ekonomi. Dalam kondisi tersebut, kawasan tidak lagi dinilai semata-mata berdasarkan lokasi atau fungsinya, tetapi juga berdasarkan citra, identitas, dan pengalaman yang mampu ditawarkan kepada penggunanya. Akibatnya, banyak kawasan bersejarah dituntut untuk beradaptasi agar tetap relevan tanpa kehilangan nilai sejarah dan karakter yang dimilikinya (Timmerman, 2022; Nguyen, 2024).

Seiring dengan perubahan tersebut, preferensi masyarakat urban terhadap suatu tempat juga mengalami pergeseran. Pengguna ruang kota tidak lagi hanya mencari kemudahan akses dan fungsi, tetapi juga kualitas lingkungan, kenyamanan, pengalaman ruang, serta aktivitas yang mampu memberikan nilai budaya dan sosial. Kawasan yang memiliki citra yang kuat, identitas yang jelas, dan pengalaman ruang yang berkesan cenderung lebih mampu menarik pengunjung serta mempertahankan keberlanjutan aktivitasnya dibandingkan kawasan yang hanya mengandalkan fungsi ekonomi. Oleh karena itu, pembentukan citra kawasan menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing kawasan perkotaan di tengah berkembangnya berbagai destinasi urban yang menawarkan pengalaman ruang yang lebih beragam (Gehl, 2010; Florida, 2014).

Fenomena tersebut menjadi tantangan bagi banyak kawasan bersejarah dalam mempertahankan relevansi dan daya tariknya di tengah perkembangan kota. Meskipun memiliki nilai sejarah, budaya, dan identitas yang kuat, banyak kawasan heritage belum mampu membangun citra yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Persepsi masyarakat terhadap kawasan sering kali masih terbatas pada fungsi historis atau aktivitas tertentu, sehingga potensi kawasan sebagai destinasi budaya, sosial, dan ekonomi belum berkembang secara optimal. Akibatnya, kawasan bersejarah cenderung kalah bersaing dengan destinasi perkotaan baru yang menawarkan kualitas ruang, aktivitas, dan pengalaman yang lebih beragam (Pendlebury, 2013; Jones & Evans, 2013).

Dalam konteks tersebut, pelestarian kawasan tidak lagi cukup hanya berfokus pada perlindungan bangunan dan warisan fisik, tetapi juga perlu disertai upaya membangun citra kawasan yang relevan dengan perkembangan zaman. Pembentukan citra yang kuat memungkinkan nilai sejarah dan budaya suatu kawasan diterjemahkan menjadi identitas yang mudah dikenali, pengalaman yang bermakna, serta daya tarik yang mampu meningkatkan kunjungan dan aktivitas masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan *place branding* menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan untuk memperkuat posisi kawasan bersejarah tanpa menghilangkan karakter dan nilai historis yang dimilikinya.

Kawasan Pintu Kecil di Pecinan Glodok merupakan salah satu ruang kota yang memiliki nilai ekonomi, dan budaya yang kuat. Sejak abad ke-18, kawasan ini berkembang sebagai bagian penting dari kehidupan masyarakat Tionghoa di Batavia, di mana aktivitas perdagangan, hunian, ritual keagamaan, dan interaksi sosial berlangsung secara berkelanjutan dalam satu kesatuan ruang (Lombard, 2005; Oktarina & Kurniawan, 2021). Kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai jalur penghubung aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang

mengikat komunitas melalui relasi antar pedagang, praktik budaya, serta memori kolektif yang diwariskan lintas generasi (Komala et al., 2017).

Kawasan Glodok merupakan kawasan Pecinan terbesar dan tertua di Jakarta yang memiliki peran penting sebagai pusat perdagangan, budaya, dan kehidupan masyarakat Tionghoa sejak masa kolonial. Hingga saat ini, kawasan ini masih menjadi destinasi ekonomi dan wisata budaya yang aktif melalui keberadaan pasar, pusat kuliner tradisional, klenteng bersejarah, serta deretan pertokoan yang melayani berbagai kebutuhan masyarakat. Aktivitas perdagangan yang berlangsung sepanjang hari menjadikan Glodok sebagai salah satu kawasan dengan identitas budaya yang masih kuat dan mampu mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan kota Jakarta.

Di dalam kawasan Glodok terdapat beberapa koridor dengan karakter yang berbeda, salah satunya adalah Pintu Kecil. Berbeda dengan kawasan Pancoran yang masih dipenuhi aktivitas perdagangan, kuliner, dan wisata budaya, kawasan Pintu Kecil mengalami penurunan aktivitas yang cukup signifikan. Pada masa lalu, Pintu Kecil merupakan salah satu koridor perdagangan utama yang menghubungkan aktivitas ekonomi masyarakat Tionghoa di Glodok dengan kawasan niaga lainnya di Batavia. Namun seiring berjalannya waktu, pusat keramaian kawasan bergeser menuju koridor-koridor yang menawarkan aktivitas yang lebih beragam dan mampu menarik lebih banyak pengunjung.

Saat ini, citra Kawasan Pintu Kecil belum terbentuk secara kuat sebagai destinasi yang memiliki identitas tersendiri di kawasan Pecinan Glodok. Meskipun memiliki nilai sejarah sebagai koridor perdagangan masyarakat Tionghoa dan berada pada lokasi strategis yang menghubungkan Glodok dengan Kota Tua Jakarta, persepsi masyarakat terhadap kawasan ini masih melekat sebagai bagian dari Glodok secara umum. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh belum adanya fungsi utama,

landmark, maupun aktivitas yang mampu menjadi pembeda dan membangun identitas kawasan secara jelas di benak pengunjung. Akibatnya, Pintu Kecil lebih sering dipahami sebagai koridor penghubung dibandingkan sebagai destinasi yang memiliki pengalaman ruang tersendiri.

Sebaliknya, beberapa koridor lain di kawasan Pecinan telah memiliki citra yang lebih kuat karena menawarkan karakter dan aktivitas yang lebih spesifik. Kawasan Pancoran, misalnya, dikenal sebagai pusat kuliner, kegiatan budaya, dan penyelenggaraan berbagai festival yang secara konsisten menarik kunjungan masyarakat. Sementara itu, Petak Sembilan memiliki citra sebagai destinasi wisata kuliner dan pasar tradisional yang menjadi salah satu tujuan utama wisatawan ketika mengunjungi Glodok. Keberadaan aktivitas yang khas, fungsi yang jelas, serta pengalaman ruang yang konsisten menjadikan kedua kawasan tersebut lebih mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat. Di sisi lain, meskipun Pintu Kecil memiliki potensi sejarah, budaya, dan perdagangan yang besar, potensi tersebut belum terintegrasi secara optimal sehingga belum mampu membentuk citra kawasan yang kuat dan berbeda dari kawasan lain di Pecinan Glodok.

Lemahnya citra kawasan dipengaruhi oleh menurunnya kualitas lingkungan dan aktivitas kawasan. Banyak bangunan dan ruko yang tidak lagi dimanfaatkan secara optimal sehingga mengurangi intensitas aktivitas ekonomi maupun sosial. Selain itu, belum terdapat fungsi maupun daya tarik yang mampu mendorong masyarakat untuk datang, berinteraksi, dan mengeksplorasi kawasan dalam durasi yang lebih lama. Akibatnya, Pintu Kecil lebih sering dipersepsikan sebagai koridor penghubung menuju kawasan lain dibandingkan sebagai destinasi yang memiliki pengalaman ruang tersendiri.

Di sisi lain, perkembangan berbagai destinasi perkotaan yang menawarkan kualitas ruang, aktivitas, dan pengalaman yang lebih beragam semakin meningkatkan persaingan antarkawasan. Kondisi tersebut menuntut kawasan bersejarah tidak hanya mempertahankan nilai historisnya, tetapi juga membangun citra yang lebih relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini. Oleh karena itu, diperlukan upaya pembentukan kembali citra Kawasan Pintu Kecil melalui pendekatan *place branding* agar identitas sejarah, budaya, dan perdagangan yang dimiliki dapat diterjemahkan menjadi pengalaman kawasan yang lebih kuat, menarik, dan mudah dikenali oleh masyarakat (Kavaratzis, 2004; Evans, 2005).

Oleh karena itu, diperlukan strategi *place branding* yang mampu memperkuat citra Kawasan Pintu Kecil melalui peningkatan kualitas lingkungan, pengembangan aktivitas, dan penciptaan pengalaman ruang tanpa menghilangkan nilai sejarah yang dimiliki kawasan. Strategi ini diwujudkan melalui transformasi fisik kawasan serta pengembangan program yang mendukung terbentuknya citra baru Pintu Kecil sebagai destinasi budaya dan perdagangan.

Citra tersebut dibangun dengan mengintegrasikan fungsi komersial, budaya, dan ruang publik sehingga mampu menghadirkan kawasan yang lebih aktif, nyaman, dan menarik bagi berbagai kelompok pengguna. Melalui pendekatan ini, potensi sejarah, budaya, dan perdagangan yang dimiliki Pintu Kecil diharapkan dapat diterjemahkan menjadi pengalaman kawasan yang khas, memperkuat identitas kawasan, serta meningkatkan daya tarik Pintu Kecil sebagai salah satu destinasi utama di kawasan Pecinan Glodok.

Sebagai landasan teoritis, perancangan ini menggunakan teori *place branding* yang dikemukakan oleh Mihalís Kavaratzis. Dalam konteks kawasan perkotaan, citra kawasan merupakan persepsi, kesan, dan

asosiasi yang terbentuk di benak masyarakat terhadap suatu tempat berdasarkan karakter fisik, aktivitas, sejarah, budaya, serta pengalaman yang diperoleh ketika berinteraksi dengan kawasan tersebut. Citra tidak hanya mencerminkan kondisi fisik suatu tempat, tetapi juga bagaimana tempat tersebut dipahami, dirasakan, dan diingat oleh masyarakat. Oleh karena itu, citra menjadi salah satu faktor yang menentukan identitas, daya tarik, dan posisi suatu kawasan di mata penggunanya (Kotler, Haider, & Rein, 1993; Kavaratzis, 2004).

Untuk membentuk citra tersebut diperlukan suatu proses *branding*. Menurut Kotler dan Keller (2016), *branding* merupakan proses membangun identitas dan persepsi yang membedakan suatu produk, jasa, organisasi, maupun tempat dari yang lain sehingga memiliki nilai dan karakter yang mudah dikenali oleh masyarakat. Ketika konsep *branding* diterapkan pada suatu kawasan, pendekatan tersebut dikenal sebagai *place branding*, yaitu strategi yang bertujuan membangun, memperkuat, atau mengubah citra suatu tempat melalui pengelolaan lingkungan fisik, aktivitas, dan pengalaman yang ditawarkan kepada penggunanya.

Menurut Kavaratzis (2004), *place branding* tidak hanya dilakukan melalui promosi atau pemasaran, tetapi melalui transformasi kawasan yang mampu menciptakan persepsi dan pengalaman baru bagi masyarakat. Dalam konteks perkotaan, keberhasilan *place branding* ditentukan oleh kualitas lingkungan fisik, aktivitas yang berlangsung, serta pengalaman yang dirasakan pengguna ketika berinteraksi dengan kawasan. Oleh karena itu, *place branding* menjadi pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada pembentukan identitas visual, tetapi juga pada penciptaan citra kawasan yang relevan, berkarakter, dan mampu meningkatkan daya tarik suatu tempat (Kavaratzis, 2004; Kavaratzis & Ashworth, 2005).

Pada Kawasan Pintu Kecil, teori *place branding* digunakan sebagai landasan dalam proses *branding* kawasan yang bertujuan meningkatkan

kembali daya tarik dan vitalitas kawasan. Menurut Kavaratzis (2004), citra suatu tempat dibentuk oleh tiga aspek utama, yaitu lingkungan fisik (*physical environment*), aktivitas (*activities*), dan pengalaman pengguna (*experience*). Oleh karena itu, strategi perancangan Kawasan Pintu Kecil dikembangkan melalui tiga pendekatan utama, yaitu *physical branding*, *activity branding*, dan *experience branding*.

Activity branding berfokus pada penguatan citra Kawasan Pintu Kecil sebagai destinasi budaya dan perdagangan melalui pengembangan aktivitas yang saling terintegrasi. Aktivitas budaya diwujudkan melalui Glodok *Art and History Museum* sebagai pusat edukasi, pelestarian, dan interpretasi sejarah masyarakat Tionghoa di Glodok. Sementara itu, aktivitas perdagangan dipertahankan melalui pasar grosir yang menjadi representasi identitas ekonomi kawasan sejak dahulu.

Kedua fungsi utama tersebut didukung oleh klaster ruko yang menghadirkan berbagai aktivitas berbasis budaya dan ekonomi kreatif, seperti kuliner, pengobatan tradisional Tionghoa, seni, dan kaligrafi, sehingga mampu memperpanjang pengalaman pengunjung setelah mengunjungi museum maupun pasar. Selain itu, ada *community park* berperan sebagai ruang publik yang mewadahi interaksi sosial, kegiatan komunitas, rekreasi, serta penyelenggaraan berbagai acara budaya. Integrasi fungsi utama dan fungsi pendukung tersebut diharapkan mampu menciptakan aktivitas yang berlangsung sepanjang hari, meningkatkan intensitas kunjungan, serta memperkuat citra Pintu Kecil sebagai destinasi budaya dan perdagangan di kawasan Pecinan Glodok.

Physical branding berfokus pada transformasi citra visual kawasan melalui pengembangan bentuk arsitektur yang lebih kontemporer dengan tetap berangkat dari konteks historis Pecinan Glodok. Pendekatan ini dilakukan melalui interpretasi tipologi ruko, pola koridor perdagangan, serta karakter arsitektur Tionghoa ke dalam bahasa desain yang lebih

modern. Transformasi tersebut bertujuan menghadirkan wajah baru kawasan yang lebih menarik dan relevan bagi masyarakat masa kini tanpa menghilangkan keterkaitannya dengan sejarah dan perkembangan kawasan.

Sementara itu, *experience branding* berfokus pada peningkatan kualitas pengalaman pengguna melalui pengembangan lingkungan kawasan yang lebih nyaman, aktif, dan mudah diakses. Strategi ini diwujudkan melalui peningkatan kualitas *pedestrian*, penyediaan ruang publik dan ruang komunal, penguatan konektivitas kawasan, serta penciptaan pengalaman ruang yang lebih interaktif dan berkesan. Melalui pendekatan ini, pengunjung tidak hanya datang untuk melakukan aktivitas ekonomi, tetapi juga untuk menikmati kawasan, berinteraksi, serta memperoleh pengalaman yang memperkuat citra Pintu Kecil sebagai destinasi perkotaan.

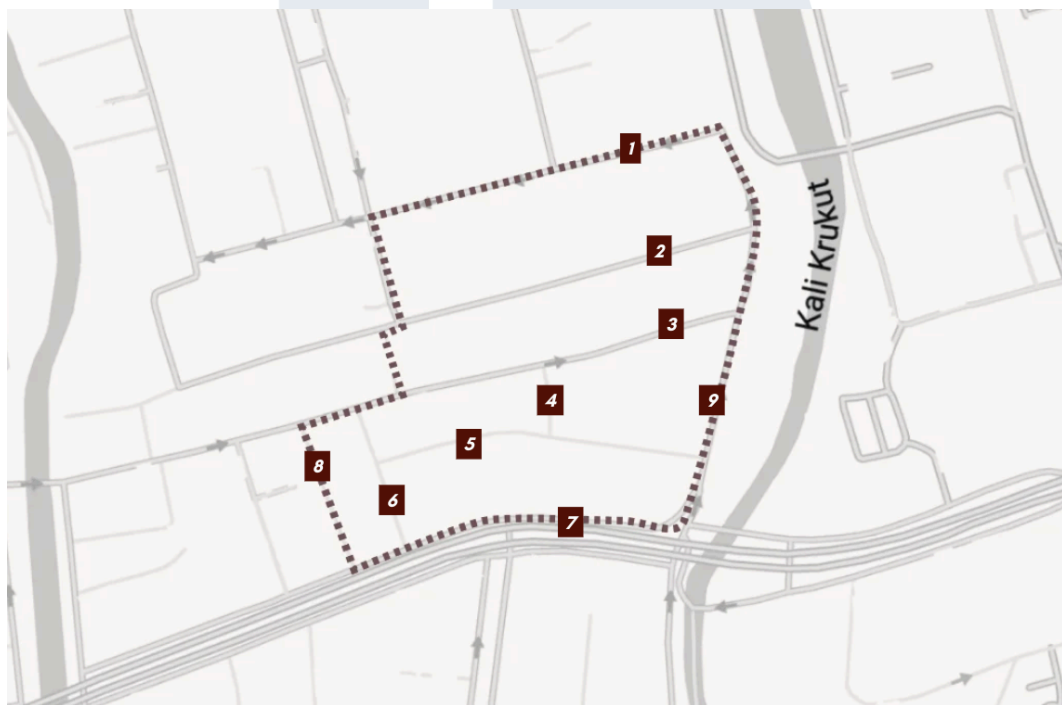
Ketiga strategi tersebut saling melengkapi dalam proses branding Kawasan Pintu Kecil. Apabila *physical branding* berperan dalam membentuk citra visual kawasan, *activity branding* berperan dalam menghidupkan aktivitas kawasan, sedangkan *experience branding* berperan dalam menciptakan pengalaman ruang yang berkesinambungan. Melalui integrasi ketiganya, *branding* tidak hanya menghasilkan transformasi fisik kawasan, tetapi juga menghidupkan kembali vitalitas Pintu Kecil dengan memanfaatkan potensi historis dan ekonominya sebagai daya tarik utama kawasan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan Kawasan Pintu Kecil melalui pendekatan *place branding* dapat membangun citra baru kawasan yang lebih menarik dan relevan bagi masyarakat masa kini?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan ini dibatasi pada kawasan Pintu Kecil, Glodok, Jakarta Barat, sebagai kawasan yang mengalami penurunan vitalitas dan daya tarik dibandingkan koridor-koridor lain di kawasan Pecinan Glodok. Fokus perancangan diarahkan pada upaya *branding* kawasan melalui peningkatan kualitas lingkungan, pengembangan aktivitas kawasan, serta transformasi fisik yang bertujuan membangun citra baru kawasan yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.



Gambar 1.1 Batasan Wilayah Perancangan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2026)

Lingkup perancangan mencakup pengembangan ruang publik dan semi-publik, peningkatan kualitas *pedestrian*, penguatan aktivitas ekonomi dan budaya, serta perancangan bangunan yang berperan sebagai generator aktivitas kawasan. Program yang dikembangkan meliputi fungsi museum, pasar grosir, klaster ruko, dan *community park* yang dirancang untuk mendukung peningkatan aktivitas, pengalaman ruang, and daya tarik

kawasan secara keseluruhan. Pembahasan dilakukan pada skala kawasan dan bangunan yang memiliki pengaruh langsung terhadap proses *branding* Pintu Kecil.

Perancangan ini berangkat dari kondisi eksisting kawasan yang didominasi oleh bangunan ruko dengan kepemilikan pribadi. Meskipun keberadaan bangunan-bangunan tersebut memengaruhi kualitas lingkungan kawasan, intervensi terhadap properti milik pribadi tidak dibahas secara rinci dalam tugas akhir ini karena berada di luar lingkup implementasi perancangan. Oleh karena itu, perancangan difokuskan pada strategi spasial kawasan, pengembangan program, peningkatan kualitas lingkungan, serta perancangan tapak terpilih yang diharapkan mampu menjadi katalis bagi pengembangan kawasan Pintu Kecil secara lebih luas.

Pembahasan tidak mencakup aspek manajemen operasional kawasan, studi kelayakan ekonomi, mekanisme pembebasan lahan, aspek hukum kepemilikan bangunan, maupun kebijakan tata kota pada skala makro yang berada di luar lingkup perancangan arsitektur.

Perancangan ini tidak bertujuan merekonstruksi atau mereplikasi bentuk arsitektur historis yang ada di kawasan. Pendekatan desain diarahkan pada proses branding melalui reinterpretasi karakter arsitektur Pecinan dan tipologi perdagangan yang berkembang di kawasan Glodok ke dalam bentuk arsitektur yang lebih kontemporer. Dengan demikian, perancangan difokuskan pada transformasi citra kawasan melalui pengolahan massa bangunan, fasad, ruang publik, serta kualitas pengalaman ruang yang mampu meningkatkan kembali daya tarik Pintu Kecil sebagai destinasi perkotaan.

1.4 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan ini adalah menghasilkan rancangan branding Kawasan Pintu Kecil yang mampu menghidupkan kembali vitalitas

kawasan melalui peningkatan kualitas lingkungan, pengembangan aktivitas kawasan, serta transformasi fisik yang membangun citra baru kawasan sebagai destinasi perkotaan yang menarik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.

Secara khusus, tujuan perancangan meliputi:

1. Meningkatkan daya tarik Kawasan Pintu Kecil melalui transformasi bentuk arsitektur dan kualitas lingkungan kawasan.
2. Mengembangkan ruang publik dan semi-publik yang mampu mendukung aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi secara berkelanjutan.
3. Mengintegrasikan fungsi museum, pasar grosir, kluster ruko, dan community park sebagai generator aktivitas yang mampu menghidupkan kembali kawasan.
4. Memanfaatkan potensi historis dan ekonomi Pintu Kecil sebagai dasar pembentukan citra baru kawasan melalui pendekatan *place branding*.
5. Meningkatkan kualitas pengalaman ruang melalui penyediaan lingkungan yang lebih nyaman, aktif, dan mudah diakses bagi berbagai kelompok pengguna.

1.5 Manfaat Perancangan

Perancangan ini diharapkan memberikan manfaat baik secara akademis, kontekstual, maupun sosial. Secara akademis, perancangan ini menunjukkan penerapan teori *place branding* dalam proses perancangan arsitektur dan kawasan melalui transformasi lingkungan fisik, pengembangan aktivitas, serta penciptaan pengalaman ruang yang mampu membangun citra baru suatu kawasan. Perancangan ini juga dapat menjadi referensi dalam pengembangan strategi branding kawasan bersejarah yang mengalami penurunan daya tarik dan vitalitas.

Secara kontekstual, perancangan ini menawarkan strategi *branding* kawasan Pintu Kecil melalui transformasi bentuk arsitektur dan peningkatan kualitas lingkungan kawasan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghidupkan kembali vitalitas kawasan dengan memanfaatkan potensi historis dan ekonomi yang telah lama berkembang di Pintu Kecil. Selain itu, perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik kawasan sehingga mampu berfungsi kembali sebagai salah satu destinasi penting di kawasan Pecinan Glodok.

Secara sosial dan ekonomi, perancangan ini diharapkan mampu menghadirkan lingkungan yang lebih aktif, nyaman, dan inklusif melalui integrasi fungsi museum, pasar grosir, klaster ruko, dan *community park*. Kehadiran program-program tersebut diharapkan dapat mendorong interaksi sosial, memperkuat aktivitas ekonomi lokal, serta menciptakan pengalaman kawasan yang lebih menarik bagi masyarakat dan pengunjung. Dengan demikian, Pintu Kecil tidak hanya berfungsi sebagai area perlintasan, tetapi juga sebagai destinasi perkotaan yang mampu mendukung aktivitas budaya, sosial, dan ekonomi secara berkelanjutan.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir ini disusun dalam lima bab yang saling berkaitan dan tersusun secara sistematis. Bab 1 memaparkan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan perancangan, serta manfaat perancangan sebagai dasar dan arah dari keseluruhan proses perancangan. Selanjutnya, bab 2 menguraikan kajian objek perancangan, teori atau pendekatan yang digunakan, serta studi preseden sebagai landasan konseptual dan referensi desain. Berdasarkan landasan tersebut, Bab 3 menjelaskan metode yang digunakan serta proses analisis yang meliputi analisis tapak, program ruang, SWOT, dan strategi penerapan konsep ke dalam desain. Kemudian, Bab 4 menyajikan sintesis desain dan hasil akhir perancangan yang mencakup gubahan massa, pengolahan

tapak, tata ruang, serta penerapan struktur, utilitas, dan konsep keberlanjutan. Sebagai penutup, bab 5 memuat simpulan yang menjawab rumusan masalah serta saran untuk pengembangan perancangan lebih lanjut.

