

# REKINDLING THE SPIRIT OF PLACE OF PASAR BULU

FAIZ DHIA ADLIAN\*, WIJAYANTI, DJOKO INDROSAPTONO

Departemen Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

\*faizadlian@students.undip.ac.id

## Pendahuluan

Pasar Tradisional Bulu merupakan salah satu pasar yang diredesain ulang di bawah arahan Pemerintah Kota Semarang yang terletak di Jl. MGR Soegiyopranoto No.2, Kota Semarang, Jawa Tengah yang berada di kawasan historis dan bisnis Tugu Muda Semarang. Mulanya, Pasar Bulu memiliki latar belakang historis karena merupakan salah satu bangunan yang berdiri dengan ciri khas arsitek Belanda Thomas Karsten, yaitu kolom cendawan. Namun keberadaan bangunan dengan potensi cagar budaya itu sudah digantikan dengan bangunan baru.

Idealnya, pasar hasil redesain akan lebih kontekstual dan nyaman untuk ditempati serta meningkatkan daya minat penjual dan pembeli, namun kenyataannya tidak demikian. Pasar tiga lantai + basement dengan cladding kaca dan ACP itu justru terlihat lebih sepi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa desain Pasar Bulu saat ini masih belum tepat sasaran / tujuan.

Pasar Bulu memiliki potensi yang bisa dikembangkan dalam rangka menghidupkan kembali *spirit of place*-nya. Potensi cagar budaya sudah hilang, sehingga tidak mungkin lagi untuk mereplika bangunan seperti semula. Oleh karena itu galian potensi yang lain perlu dipertimbangkan. Peran Pasar Bulu dalam kawasan Tugu Muda bisa dimanfaatkan sebagai potensi yang mampu menghidupkan kembali *spirit of place* pasar, juga berkontribusi membawa manfaat bagi kawasan. Pasar Bulu memiliki potensi wisata yang sejalan dengan fungsi kawasan bisnis Tugu Muda. Sehingga nilai atraksi pasar selain membawa manfaat bagi pasar itu sendiri (menghidupkan *spirit of place*), juga membawa manfaat bagi kawasan.

## Konsep dan Teori Perancangan

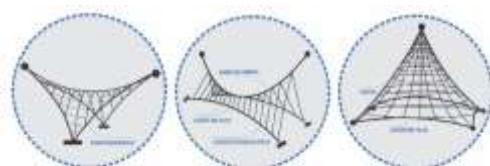


*Spirit of Place* adalah elemen *tangible* (bisa dipersepsikan dengan sentuhan) dan *intangible* (tidak bisa dipersepsikan dengan sentuhan, seperti kenangan, tekstur, aroma, warna, dll) yang menyusun sebuah tempat dan memberikannya jiwa. Namun unsur *intangible* memiliki makna dan arti yang lebih dalam.

*Spirit of Place* pasar yang dirasakan oleh desainer yaitu adalah ekspresi pasar. Dalam desainnya, Pasar Bulu dirancang untuk menjadi pasar yang mampu memperlihatkan keekspresifan kegiatan pasar di dalamnya dengan konsep *exposure*.



*Exposure* dicapai dengan aplikasi material yang memiliki nilai transparansi dan mampu memiliki bentang yang lebar serta memiliki nilai budaya yang melekat dengan kehidupan masyarakat, yaitu menggunakan struktur membrane. Struktur yang digunakan adalah *PVC-coated Polyester Fiber* dengan perkuatan kabel prategang yang dikaitkan dengan rangka baja.



## Kajian Perencanaan

Lokasi tapak berada di kawasan bisnis dan historis Tugu Muda Semarang. Sehingga pasar memiliki potensi dalam berkontribusi terhadap kawasan bisnis Tugu Muda.



Jl. Mgr. Sugiyopranoto, Barusari Kec. Semarang Selatan, Kota Semarang  
 - KDB paling tinggi 60%.  
 - KLB paling tinggi 1,8 (3 Lantai)

Batas-batas  
 - sisi utara : Jl.Mgr Sugiyopranoto  
 - sisi selatan : Jl.Jayengan  
 - sisi barat : Ruko  
 - sisi timur : Jl.HOS Cokroaminoto

Studi banding dilakukan dalam menentukan gambaran fasilitas dan tipikal bangunan. Studi banding dilakukan ke bangunan eksisting Pasar Bulu dan pasar-pasar di Kota Semarang.

## Penerapan Desain



Bangunan Pasar Bulu dirancang kembali menjadi bangunan bentang lebar dua lantai dengan struktur membrane transparan untuk meng-ekspos aktivitas di dalamnya. Hal ini bertujuan untuk menghidupkan kembali *Spirit of Place* Pasar Bulu sehingga orang-orang di sekitar pasar mengetahui kondisi aktivitas di dalam pasar dan tertarik untuk mengunjunginya.

## Eksterior Bangunan



## Interior Bangunan



## Kesimpulan

Perancangan Pasar Bulu ini bertujuan untuk menghidupkan kembali *Spirit of Place* dengan menerapkan konsep *exposure* sehingga kegiatan di dalam pasar dapat terlihat, sehingga masyarakat sekitar tertarik untuk mengunjungi pasar tersebut.

## Referensi

- \_ Hornbeck, J. S. (1962). Stores and Shopping Centers. USA: McGraw-Hill Book Company.
- \_ Quebec Declaration On The Preservation Of The Spirit Of Place, Kanada, 4 Oktober 2008
- \_ Joseph De Chiara, J. h. (1983). Time-Saver Standarts for Building Types. McGraw-Hill Book.