

## PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP DESAIN KORIDOR JALAN PEMBENTUK CITRA KOTA (STUDI KASUS: KOTA BANDUNG)

Kusriantari Fenny<sup>1)</sup>, Estuti Rochimah<sup>1)</sup>

1) Program Studi Arsitektur Institut Teknologi Indonesia

E-mail: [fenny.aprillia@iti.ac.id](mailto:fenny.aprillia@iti.ac.id)

### Abstrak

*Slogan Paris Van Java telah melekat pada Kota Bandung sejak dahulu kala. Hal ini dikarenakan terdapat bangunan-bangunan Kolonial Belanda yang masih dilestarikan hingga saat ini. Dalam membentuk citra kota yang baik, Kota Bandung mulai melakukan pembangunan dan pembenahan di koridor-koridor jalan, hal ini dikarenakan koridor jalan merupakan salah satu elemen pembentuk kota yang paling penting untuk merepresentasikan identitas serta karakter kota. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan persepsi masyarakat terhadap desain koridor-koridor jalan di Kota Bandung terhadap citra kota yang telah terbentuk yaitu Paris Van Java. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif serta metode pengambilan data menggunakan teknik survei lapangan dan kuisioner. Hasil yang didapatkan yaitu koridor Jl. Braga merupakan koridor jalan yang paling merepresentasikan slogan Paris Van Java, disusul koridor Jl. Asia Afrika di posisi kedua, dan Dago di posisi ketiga. Elemen streetscape yang paling berkontribusi dalam mewujudkan slogan ini di koridor Jl. Braga dan Asia Afrika adalah elemen fasad bangunan selanjutnya terdapat elemen street furniture menduduki posisi kedua. Berbeda dengan koridor jalan lain, Dago yang menempati posisi ketiga dalam merepresentasikan slogan ini, elemen streetscape yang paling berkontribusi adalah elemen street furniture lalu elemen fasad menduduki posisi kedua.*

**Kata kunci:** citra kota, streetscape, koridor jalan, Paris Van Java

### Pendahuluan

Elemen pembentuk citra kota yaitu terdiri atas jalur (*path*), simpul (*node*), kawasan (*district*), tngaran (*landmark*), dan tepian (*edge*) [1]. Koridor jalan masuk kepada elemen jalur dan merupakan elemen kota yang peting dalam pembentukan karakter serta identitas kota [2]. Oleh karena itu dalam membangun kota sebaiknya memperhatikan sepanjang jalur kota [3] salah satunya adalah koridor jalan. Setiap orang melalui suatu kota dengan cara bergerak melalui jalan. Dalam proses tersebut secara berulang-ulang, orang melihat, merasakan, dan menyerap informasi di sepanjang jalan yang dilalui maka lama kelamaan akan membentuk persepsi tentang lingkungan jalan tersebut [2]. Dari situlah muncul suatu citra kota didalam benak masyarakat.

Kota Bandung yang mulai banyak melakukan pembangunan dan pembenahan koridor jalannya memiliki dampak positif terhadap citra kotanya. Hingga saat ini banyak sekali slogan yang melekat di Kota Bandung, beberapa diantaranya sengaja dibangun untuk menciptakan citra kota yang baik, namun terdapat pula slogan yang melekat dikarenakan keunikan dari karakter asli kotanya. Slogan yang telah lama dikenal adalah *Paris Van Java* serta Bandung Kota Kembang, hingga saat ini muncul slogan-slogan baru seperti Kota Kuliner, Kota Kreatif, Kota Layak Anak, Kota Wisata Religius, Kota Seribu Taman, Kota Ramah Perempuan dan Penyandang Disabilitas, dan *Smart City* [4]. Slogan-slogan tersebut dibangun dengan harapan dapat memberikan kesan positif terhadap kota.

*Paris Van Java* merupakan slogan yang telah lama dikenal melekat di Kota Bandung, berasal dari kawasan elit pada masa kolonial Belanda yaitu Jl. Braga [5]. Suasana koridor Jl. Braga yang bercitarasa Eropa, khususnya Kota Paris merupakan awal dari munculnya *Paris Van Java*. Hingga saat ini suasana citarasa Eropa masih dipertahankan dan telah membentuk citra kota yang baik.

Penelitian ini ingin mengungkap persepsi masyarakat terhadap desain koridor-koridor jalan di Kota Bandung terhadap citra kota yang telah terbentuk yaitu *Paris Van Java*. Meskipun *Paris Van Java* lahir dari koridor Jl. Braga, penulis ingin mengungkapkan seberapa melekat slogan tersebut pada koridor-koridor jalan lain di Kota Bandung. Hal ini dikarenakan beberapa tahun terakhir telah banyak dilakukan pembangunan pada koridor-koridor jalan di Kota Bandung.

## Studi Pustaka

### Citra Kota

Suatu kota perlu memiliki karakter dan identitas yang melekat dibenak masyarakat. Kevin Lynch [6] mendefinisikan identitas suatu kota sebagai sejauh mana tempat tersebut dapat dikenali dan diingat yang berbeda dengan tempat lainnya karena memiliki karakter yang jelas dan unik. Sama halnya dengan pendapat dari Jamaluddin, Sardjono, & Murtini [7] bahwa kota yang baik dapat memberikan suatu gambaran ciri khas yang jelas dan kuat bagi masyarakatnya, karena gambaran tersebut membantu masyarakat dalam berorientasi untuk memberikan informasi tentang identitas suatu kota tersebut.

*Path* atau jalur merupakan salah satu elemen pembentuk kota. Sejak tahun 80an jalur pedestrian telah menjadi simbol yang representatif bagi citra kota [8]. Dengan mengkomposisikan desain yang spesifik kedalam lanskap jalan, hal tersebut merupakan strategi yang baik dalam memamerkan identitas kota [3]. Oleh karena itu koridor jalan yang terdiri atas jalur pedestrian, jalur kendaraan, median jalan, perlu didesain dengan baik untuk memunculkan karakter dan identitas kota. Koridor jalan atau bisa disebut sebagai *streetscape* terbentuk dari batas-batas antara fasad-fasad bangunan [9] yang dapat digunakan oleh pejalan kaki maupun kendaraan [10]. *Streetscape* yang berkelanjutan memainkan peranan penting dalam membentuk citra kota yang berkelanjutan pula [11].

*Streetscape* mencakup berbagai elemen seperti jalur kendaraan, jalur parkir, jalur sepeda, trotoar dan jalur kereta, perabotan jalan, halte bus, tiang listrik, pepohonan, penanaman aksens, dan papan nama [11]. Sedangkan komponen pada perabot jalan dapat berupa lampu, tempat sampah, pohon, drainase, signage, dan sejenisnya [12]. Pada akhirnya Rehan [13] mengelompokkan elemen-elemen *streetscape* menjadi: Trotoar, pohon dan tepi lanskap, perabot jalan, persimpangan, sudut jalan, median jalan, fasilitas sepeda, halte bis, seni public, dan ruang kafe atau ruang toko.

### Paris Van Java

Kota Bandung memiliki daya tarik dengan slogannya “*Paris Van Java*” yang telah melekat akibat arsitektur bangunan peninggalan Belanda [14]. Dua identitas kota yang sangat kuat dalam mendukung slogan ini adalah Kawaasan Braga dan Gedung Sate [15]. Artinya dalam slogan ini, desain arsitektur banyak memberi sumbangsih dalam membentuk identitas kota. Slogan ini tetap melekat dari dahulu hingga sekarang dalam benak masyarakat dikarenakan kawasan *heritage* pada kawasan Braga yang mendasari munculnya slogan ini tetap dilestarikan dan direvitalisasi ruas jalannya. Peran desain arsitektur dan lanskap berpengaruh kuat dalam mewujudkan Kota Bandung yang berslogan *Paris Van Java*.

## Metodologi Penelitian

Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif. Penelitian ini akan mengamati desain dari koridor-koridor jalan terpilih di Kota Bandung. Pemilihan koridor jalan didasarkan kepada tingkat aktifitas didalamnya, yaitu memiliki tingkat aktifitas yang tinggi/ padat. Koridor jalan terpilih yaitu Jl. Braga, Jl. Asia Afrika, Jl. Ir. H. Juanda (Dago), Jl. Cihampelas, Jl. Pajajaran, Jl. R. E. Martadinata (Riau), dan Jl. Dr. Djunjunan (Pasteur). Beberapa koridor tersebut sangat sering dikunjungi oleh wisatawan karena terdapat destinasi wisata didalamnya yaitu Jl. Braga, Jl. Asia Afrika, Dago, Jl. Cihampelas, dan Riau. Sedangkan untuk Pasteur merupakan jalan yang dilalui saat keluar masuk Kota Bandung, Jl. Pajajaran dilalui saat akan menuju stasiun dan sebaliknya.

Pengamatan pada koridor-koridor jalan dilihat dari segi elemen pembentuk lanskap koridor jalan (*streetscape*). Data yang didapat dari hasil pengamatan berupa deskripsi-deskripsi unsur pembentuk lanskap koridor jalan digunakan dalam penyusunan kuisisioner. Hasil dari data kuisisioner akan dianalisis secara kuantitatif dengan menghasilkan grafik atau diagram.

Pengumpulan data pertama dilakukan dengan cara survey lapangan. Survey dilakukan dengan cara mengamati, mensketsa, memotret desain lanskap koridor jalan mulai dari unsur *streetscape* hingga desain suasana utuh. Pengamatan dikaitkan dengan citra *Paris Van Java*.

Pengumpulan data kedua menggunakan metode kuisioner, metode ini dipilih untuk mengungkap persepsi masyarakat terhadap koridor koridor jalan di Kota Bandung kaitannya dengan citra *Paris Van Java*. Teknik pemilihan responden menggunakan *purposive sampling* dengan terlebih dahulu menentukan kriteria yaitu seperti, latar belakang responden, serta lama waktu tinggal responden di Kota Bandung. Alat dan bahan yang diperlukan yaitu, kamera, kertas sketsa, pensil, spidol/ pulpen warna, papan alas, software *Google form* dan Microsoft Excel.

### Hasil dan Pembahasan

Koridor jalan yang diamati yaitu Jl. Braga, Jl. Asia Afrika, Jl. Ir. H. Juanda (Dago), Jl. Cihampelas, Jl. Pajajaran, Jl. R. E. Martadinata (Riau), dan Jl. Dr. Djunjunan (Pasteur). Berikut suasana koridor-koridor jalan tersebut diambil dari Google Maps tahun 2019:



Gambar 1. Jl. Braga  
Sumber: Google Maps, 2019



Gambar 2. Jl. Asia Afrika  
Sumber: Google Maps, 2019



Gambar 3. Jl. Ir. Juanda  
Sumber: Google Maps, 2019



Gambar 4. Jl. Cihampelas  
Sumber: Google Maps, 2019



Gambar 5. Jl. Pajajaran  
Sumber: Google Maps, 2019

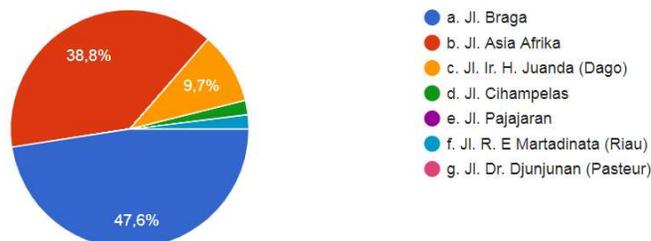


Gambar 6. Jl. RE. Martadinata (Riau)  
Sumber: Google Maps, 2019



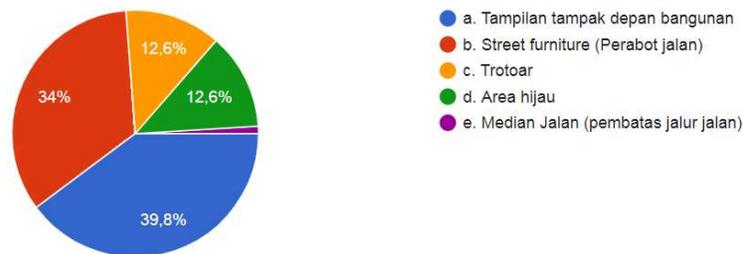
Gambar 7. Jl. Dr. Djunjunan (Pasteur)  
Sumber: Google Maps, 2019

Penelitian dilakukan kepada 100 orang responden dengan hasil yaitu sebanyak 47,1% memilih Jl. Braga merupakan koridor jalan yang paling merepresentasikan Paris Van Java di Kota Bandung, disusul 39,4% responden memilih Jl. Asia Afrika, dan 9,6% memilih Dago. Sisanya sebesar 1,9% memilih Jl. Cihampelas dan Riau. Jl. Pajajaran dan Pasteur tidak ada yang memilih (Gambar 8). Hal ini sesuai dengan sejarah awal mula munculnya slogan *Paris Van Java*, yaitu berasal dari suasana ruas Jl. Braga. Jl. Asia Afrika yang letaknya tidak terlalu jauh dengan Jl. Braga menduduki posisi yang kedua dengan perbedaan hanya sekitar 8%, hal ini dikarenakan pada koridor Jl. Asia Afrika masih banyak bangunan-bangunan kolonial yang berdiri kokoh dan dilestarikan hingga saat ini. Beberapa bangunan tersebut diantaranya Gedung Merdeka, Museum KAA, dan hotel Savoy Homann. Posisi ketiga diduduki oleh Dago yang memiliki perbedaan prosentase yang jauh dengan Jl. Braga dan Jl. Asia Afrika.



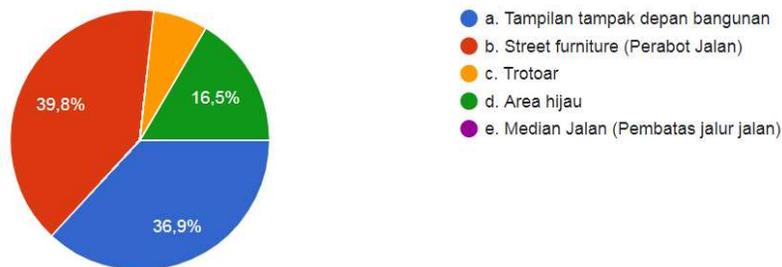
Gambar 8. Diagram 1

Masuk kedalam elemen *streetscape* pada Jl. Braga, sebanyak 39,8% responden memilih elemen tampilan tampak depan bangunan (fasad) yang paling merepresentasikan Paris Van Java, disusul elemen *street furniture* (perabot jalan) 34% responden, selanjutnya elemen trotoar dan elemen area hijau menduduki urutan ketiga yaitu sebesar 12,6% responden (gambar 9). Elemen fasad menjadi elemen yang paling kuat dalam mempresentasikan Paris Van Java dikarenakan disepanjang koridor jalan, bangunan Kolonial Belanda masih asli berdiri dilestarikan dan difungsikan hingga saat ini untuk pertokoan, hiburan, restoran, perkantoran, dan tempat perbelanjaan. Posisi kedua diduduki oleh elemen perabot jalan yang hanya memiliki perbedaan 6% dengan elemen fasad. Pada tahun 2015 dalam menyambut 60 th KAA, Jl. Asia Afrika dan Jl. Braga di revitalisasi dengan menerapkan konsep panca trotoar. Panca trotoar yang merupakan perabot jalan terdiri atas lampu PJU, kursi, bola batu, pot bunga, dan tempat sampah. Desain dari panca trotoar menggunakan gaya vintage disesuaikan dengan suasana Jl. Braga dan Jl. Asia Afrika.



Gambar 9. Diagram 2

Penelitian dilanjutkan terhadap elemen *streetscape* terhadap koridor jalan lain yaitu pada koridor yang menempati posisi ketiga dalam mempresentasikan Paris Van Java, yaitu koridor Dago. Hasil menunjukkan bahwa Sebanyak 40% responden menyatakan *street furniture* pada koridor Jl. Dago adalah elemen yang paling berpengaruh dalam kontribusinya mempresentasikan *Paris Van Java*. Disusul elemen fasad bangunan yaitu sebanyak 37% responden. Hal ini berkebalikan dengan ruas Jl. Braga dan Jl. Asia Afrika, dimana elemen fasad lebih banyak dipilih oleh responden disusul elemen *street furniture*. Hal ini dikarenakan kondisi beberapa bangunan di Dago telah mengalami perubahan, tidak seperti Jl. Braga dan Jl. Asia Afrika yang masih dilestarikan bentuk bangunannya. Selain itu desain *street furniture* yang digunakan di Dago dan koridor jalan lain yaitu Riau dan Jl. Pajajaran memiliki kesamaan dengan desain *street furniture* (lampu PJU, bola batu, kursi, tempat sampah, pot buga) di Jl. Braga dan Jl. Asia Afrika. Sehingga persepsi masyarakat terhadap ketiga jalan tersebut akan terbawa ingatannya pada *Paris Van Java* seperti saat berada di Jl. Braga atau Jl. Asia Afrika.



Gambar 10. Diagram 3

### Kesimpulan

Persepsi masyarakat terhadap slogan yang melekat di Kota Bandung yaitu *Paris Van Java* terbentuk di koridor-koridor jalan kotanya. Koridor jalan yang paling kuat merepresentasikan slogan tersebut yaitu Jl. Braga disusul Jl. Asia Afrika yang mana menurut sejarah merupakan koridor jalan

tempat lahirnya slogan itu sendiri. Elemen *streetscape* yang paling berpengaruh dalam merepresentasikan slogan ini pada Jl. Braga dan Jl. Asia Afrika yaitu adalah elemen fasad bangunan. Kondisi bentuk bangunan yang masih asli dan dilestarikan memegang peranan penting dalam perwujudan slogan *Paris Van Java*. Koridor jalan lain yang juga dapat dikatakan merepresentasikan slogan ini adalah Dago, Riau, dan Jl. Pajajaran. Hal ini dikarenakan terdapat elemen *streetscape* yaitu *street furniture* yang memiliki kesamaan desain dengan yang ada di Jl. Braga maupun Jl. Asia Afrika. Elemen *street furniture tersebut* yaitu lampu PJU, bola batu, pot bunga, kursi, dan tempat sampah. Sehingga ketika masyarakat melintasi koridor jalan yang memiliki kesamaan desain *street furniture*nya dengan Jl. Braga dan Jl. Asia Afrika, ingatan mereka akan terbawa pada persepsi slogan *ParisVan Java*.

### Ucapan Terima kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Dikti yang telah mendanai penelitian ini dalam program Hibah Penelitian Dosen Pemula (PDP) tahun 2019.

### Daftar Pustaka

- [1] K. Lynch, *The Image of the City*, MIT Press, 1960.
- [2] N. B. Hartanti, "Karakter Streetscape sebagai Pembentuk Identitas Kota Bogor," dalam Seminar Nasional Riset Arsitektur dan Perencanaan, Yogyakarta, 2014.
- [3] P. I dan F. E, "Aesthetics Evaluation of Bandar Lampung Streetscapes," dalam IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2020.
- [4] B. Widodo dan M. Setiansah, "Strategi Pencitraan Kota (City Branding) Berbasis Kearifan Lokal (Studi Kasus di Kota Solo, Jawa Tengah dan Kabupaten Badung, Bali)," *Jurnal Komunikasi Profetik*, vol. 7, no. 2, pp. 33-34, 2014.
- [5] R. Kurnia, *Tempat dan Peristiwa Sejarah: di Jawa Barat*, Bandung: PT. Sarana Pancakarya Nusa, 2009.
- [6] K. Lynch, *Theory of Good City Form*, Cambridge: MIT Press, 1981.
- [7] R. Jamaluddin, A. B. Sardjono dan T. W. Murtini, "SERIAL VISION PADA KORIDOR JALAN MENARA KOTA KUDUS," *ARCADE*, pp. 197-202, 2019.
- [8] H. Junwei dan D. Liang, "Quantitive Indexes of Streetscape Visual Evaluation and Validity Analysis," *Journal of Landscape Research*, pp. 9-12, 2016.
- [9] C. Tucker, M. J. Ostwald dan C. Stephan, "A Method for the Visual Analysis of Streetscape Character Using Digital Image Processing," *Researchgate*, pp. 134-141, 2004.
- [10] H. P. Utomo dan F. Mutia, "Streetscape sebagai pembentuk karakter kawasan," *Atrium*, pp. 117-128, 2018.
- [11] T. Ramadhan, K. Wijaya, Z. R. Muttaqin dan A. Rahmat, "Sustainable Streetscape pada Koridor Kawasan Komersial," *Arcade*, pp. 24-32, 2018.
- [12] S. P. Ibrahim dan S. R. Sari, "HUBUNGAN SETING KORIDOR ANJASMORO RAYA DENGAN AKTIVITAS PEDAGANG KAKI LIMA," *ARCADE*, pp. 12-15, 2020.
- [13] R. M. Rehan, "Sustainable streetscape as an effective tool in sustainable urban design," *HBRC Journal*, pp. 173-186, 2012.
- [14] Y. Nugraha dan Koswara, "Branding Kota Bandung di Era Smartcity," *Ilmu Komunikasi*, vol. 8, no. 1, pp. 1-16, 2017.
- [15] M. Christin dan S. F. Fauzan, "City Branding Kota Bandung Melalui Bus Bandros," *Komunikator*, vol. 7, no. 2, pp. 87-92, 2015.