

IDENTITAS KOTA, FENOMENA DAN PERMASALAHANNYA

A m a r

Jurusan Arsitektur FT - Untad

amarakbarali@gmail.com

Abstrak

Perkembangan kota-kota di Indonesia mempunyai kecenderungan kehilangan identitasnya. Hal ini lebih disebabkan oleh beberapa fenomena, antara lain: terjadinya peningkatan percepatan perubahan ruang-ruang kota secara sistematis dan sangat pragmatis mengakibatkan menurunnya kualitas lingkungan kota; terjadinya generalisasi dan keseragaman bentuk perkembangan dan visual kota, sehingga kota tersebut semakin asing bagi masyarakat, terutama dalam mengenali dan menggali potensi jati diri untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya; dan pembangunan kota lebih dititiberatkan pada pertimbangan aspek fisik dan ekonomi, serta cenderung mengabaikan nilai-nilai sosial budaya lokal dan historis kota. Untuk mengantisipasi agar kecenderungan pengungkapan fenomena identitas kota seperti itu tidak berlanjut, perlu kiranya dipelajari dan ditelusuri identitas suatu kota berdasarkan tatanan dan fungsi kehidupan kota secara lebih terintegrasi yang di dalamnya merupakan akumulasi dari nilai-nilai sosio-kultural warga kota sebagai ruh dan jati diri kota, serta elemen-elemen fisik lingkungan sebagai wadahnya.

Keywords : Identitas Kota

PENDAHULUAN

Ungkapan “tak kenal maka tak sayang” dapat menginspirasi bahwa sesuatu yang tidak dikenal dengan baik maka cenderung untuk tidak akan memberikan perhatian dan kasih sayang dalam memelihara, merawat dan menjaganya. Tanpa mengenalnya, tidak akan diketahui apa tuntutan dan kebutuhannya. Untuk mengenal sesuatu maka harus diketahui identitasnya terlebih dahulu. Mengetahui identitas akan memahami siapa dan apa kebutuhannya, berapa besar dan bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut, serta berusaha menjaga dan memeliharanya secara baik dan berkesinambungan sesuai ciri-ciri atau jati diri yang dimilikinya.

Demikian pula halnya dengan sebuah kota, untuk dapat memelihara dan memahami kebutuhan warga dan lingkungannya maka kota tersebut harus dapat dikenal dengan baik dan menyeluruh (*comprehensive*), sehingga kebutuhan warga kota dan kelestarian lingkungannya dapat dipenuhi dan dipelihara secara berkelanjutan (*sustainable*). Suatu kota dapat dikenal bila identitas kota tersebut diketahui dan dipahami secara baik

dan menyeluruh melalui penelusuran ciri-ciri, tanda-tanda atau jati diri, baik elemen fisik (*tangible*) maupun psikis (*intangible*), dengan senantiasa memperhatikan kondisi faktual tatanan dan fungsi kehidupan kota, nilai-nilai historis serta nilai-nilai lokal setempat sebagai keunikan dan karakteristik tersendiri, tanpa mengabaikan apresiasi masyarakat dan lingkungannya.

Setiap kota memiliki jati diri atau cirinya masing-masing antara masyarakat dan lingkungan (fisik) kotanya. Kebudayaan masyarakatnya yang menjadi jiwa dan karakter kota itu, serta aspek lingkungan (fisik) akan menjadi raganya. Keduanya bagaikan sekeping mata uang dengan dua sisinya. Apabila karakter sebuah kota kuat, maka masyarakat pendatang biasanya akan lebur dalam jati diri kota yang dituju. Pengaruh dari luar akan sulit masuk, bahkan kota akan mempengaruhi daerah sekitarnya. Kemampuan kota mempertahankan karakter dan identitasnya, bahkan mempengaruhi daerah dan kota sekitarnya disebut memiliki *local genius*. Oleh karena itu, membangun kota (*city*) pada dasarnya membangun (jiwa) masyarakatnya. Apabila jiwa masyarakatnya rapuh maka kota itu lambat laun akan rapuh

pula dan demikian pula sebaliknya (Hariyono, 2007).

Perkembangan suatu kota tidak akan pernah lepas dari identitasnya, untuk itu amatlah penting sebagai paradigma kota itu sendiri. Tentunya jika berkunjung kesuatu tempat atau kota pastinya akan mencari apa yang menjadi ciri khas dari tempat yang dikunjungi. Kota harus bisa memberikan kenyamanan bagi yang ingin tinggal ataupun yang datang dengan tujuan mencari nafkah atau sekedar berwisata. Kota harus bisa memberikan apa yang dibutuhkan oleh warganya (*citizen*) dan juga dapat memberikan keramahan bagi siapapun, termasuk lingkungannya (Dany, 2007).

FENOMENA IDENTITAS KOTA

Kota bukanlah lingkungan binaan yang dibangun dalam waktu singkat, tetapi dibentuk dalam waktu yang panjang dan merupakan akumulasi setiap tahap perkembangan sebelumnya. Setiap lapis tahapan tersebut merupakan keputusan banyak pihak dan dipengaruhi oleh berbagai macam faktor (Alvares, 2002). Seperti yang dikatakan oleh Rossi (1982), bahwa kota adalah bentukan fisik buatan manusia (*urban artefact*) yang kolektif dan dibangun dalam waktu lama dan melalui prosesnya yang mengakar dalam budaya masyarakatnya.

Kota-kota pada dasarnya mampu menciptakan keunikan atau ciri khas seperti pusat bisnis, budaya, seni, ataupun ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek), yang diolah berdasar karakter atau identitas menonjol yang sejak semula telah dimiliki. Banyak kota akhirnya menjadi masyhur, karena memang memiliki jati diri dan identitas khusus yang dimilikinya, yang dibangun dari rangkaian sejarah yang lama, dan bukan karena sekedar akibat merek tempelan yang asal dilekatkan saja di belakang nama kota sebagai semacam

sebuah slogan kosong belaka, dimana bahkan untuk itu tak terdapat partisipasi warga kotanya (Abiyoso, 2007).

Beberapa kota terbesar dunia seperti New York, Tokyo, Paris, London dapat dikatakan telah menikmati hasil ketenaran nama mereka berkat karakter spesifik yang dimiliki sebagai identitas kotanya, serta kemampuan untuk terus memelihara dan membangunnya. Lebih lanjut Julia Winfield-Pfefferkorn (2005) dalam studinya *The Branding of Cities*, menyebutkan bahwa keberhasilan kota-kota dunia seperti New York, Paris, Rotterdam, dan San Francisco dalam menjual kotanya disebabkan karena mereka memiliki keunikan dalam salah sebuah fungsi kehidupan kota, seperti sejarah, kualitas ruang (termasuk infrastruktur), gaya hidup, dan budaya, dengan landasan program kerjasama yang mantap antar masyarakat dan pemerintah kotanya.

Semua kota mempunyai identitas yang berbeda, baik yang positif maupun negatif. Identitas sebuah kota adalah keunikan kondisi dan karakteristik yang membedakannya dengan kota lainnya. Identitas kota adalah sebuah konsep yang kuat terhadap penciptaan citra (*image*) dalam pikiran seseorang yang sebelumnya tidak pernah dipahami (Fasli, 2003).

Identitas kota sebenarnya tidak dapat dibangun tetapi terbentuk dengan sendirinya. Identitas kota terbentuk dari pemahaman dan pemaknaan “*image*” tentang sesuatu yang ada atau pernah ada/melekat pada kota atau pengenalan obyek-obyek fisik (bangunan dan elemen fisik lain) maupun obyek non fisik (aktifitas sosial) yang terbentuk dari waktu ke waktu. Aspek historis dan pengenalan “*image*” yang diitangkap oleh warga kotamenjadi penting dalam pemaknaan identitas kota atau citra kawasan (Wikantiyoso, 2006).

PERMASALAHAN IDENTITAS KOTA

Perkembangan kota-kota di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir justru mempunyai kecenderungan menghilangkan ciri “identitas”-nya, sehingga kota-kota tersebut kehilangan karakter spesifiknya yang memunculkan “ketunggalrupan” bentuk dan arsitektur kota (Budiarjo, 1997). Senada dengan pendapat Budiarjo, Wikantioyoso (2007) juga menyatakan bahwa kota-kota di Indonesia saat ini telah kehilangan jatidiri atau identitas aslinya dikarenakan semakin menjamurnya design instan sebagai dampak globalisasi, sehingga bentuk arsitektur bangunan atau tata kawasan terasa ada kemiripan antara kota yang satu dan lainnya. Akibatnya masyarakat kehilangan pegangan untuk mengenali lingkungannya (Raksadjaja, 1999).

Keberadaan kota-kota di Indonesia yang seharusnya mendukung pertumbuhan nilai-nilai budaya lokal justru terjebak dalam budaya massal. Karena diakui atau tidak nilai-nilai budaya itulah yang pada akhirnya akan membentuk karakter dan identitas sebagai sebuah bangsa. Hal ini disebabkan oleh diabaikannya aspek kesejarahan pembentukan kota sehingga kesinambungan sejarah kawasan kota seolah terputus sebagai akibat pengendalian perkembangan yang kurang memperhatikan tatanan kehidupan dan aspek fungsi kawasan (Wikantioyoso, 2000).

Selanjutnya, terdapat suatu kecenderungan terjadinya perubahan ruang-ruang kota sebagai akibat dari pesatnya pembangunan fisik kota. Kondisi ini diperkuat oleh pernyataan Trancik (1986), bahwa pada kota-kota besar atau modern telah banyak terjadi “ruang-ruang yang hilang” (*lost-space*). Hal ini dikarenakan kota-kota tersebut dalam memproduksi ruang-ruangnya hanya dengan cara menghubungkan elemen-elemen fisik kota secara sistematis dan memfungsikannya sebagai sebuah mesin. Setiap elemen kota

dianggap sebagai fungsi-fungsi yang diprediksikan secara jelas dan merupakan sebuah bentuk akhir yang ditentukan hanya oleh fungsi tersebut, sehingga tidak ada ruang untuk pertumbuhan dan perubahan, ambiguitas dan keberagaman arti.

Kekhawatiran Trancik terhadap kecenderungan yang telah terjadi di atas, ternyata sudah dialami pula oleh kota di Indonesia, terutama dalam proses perkembangan dan kehidupan kotanya, dimana telah terjadi generalisasi atau keseragaman bentuk dan penampilan kota, serta peningkatan percepatan perubahan ruang-ruang kota secara sistematis, sangat pragmatis, dan lebih banyak berdasarkan pada pertimbangan ekonomi yang seolah telah menjadi satu-satunya paradigma dalam pengembangan kota. Apabila kecenderungan itu terus terjadi dan mencakup wilayah perkotaan yang luas, kondisi ini bukan saja akan mengubah bentuk dan wajah kota (*city form and town space*) dalam waktu singkat, tetapi juga mengakibatkan menurunnya kualitas lingkungan kota dan terjadinya proses dehumanisasi kota. Lebih lanjut dikhawatirkan pula bahwa kota itu mulai kehilangan identitasnya dan semakin asing bagi kehidupan warganya.

Untuk menghindari agar kecenderungan pembangunan kota seperti itu tidak berlanjut, perlu dipahami dan dijelaskan kondisi faktual proses perkembangan kota melalui penelusuran tatanan kehidupan kota berdasarkan apresiasi, aspirasi, kebijakan, nilai-nilai historis dan sosial budaya masyarakat sebagai pemaknaan identitas kota, sehingga penemuan kembali jati diri kota sebagai bagian hidup masyarakat dalam upaya pemenuhan kebutuhan warga kota dan peningkatan kualitas lingkungannya dapat dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*) atas dasar kearifan-kearifan tradisional (*indigenous knowledge*). Dengan demikian pembangunan kota yang diharapkan

bukanlah pembangunan yang sia-sia, melainkan pembangunan kota yang dapat memenuhi kriteria pengembangan kota yang digambarkan oleh Bob Cowherd dalam Pekik (2003) sebagai *Does The Form, Function and Meaning of the City Foster Greater Social Division or a Greater Common Good*.

Dalam kaitannya dengan pemaknaan identitas kota, nilai-nilai historis dan sosial budaya lokal akan tampak dari proses perkembangan fungsi kehidupan suatu kota. Atau dengan kata lain, proses perkembangan fungsi kehidupan suatu kota dapat dipandang sebagai sekumpulan data yang dapat dimanfaatkan sebagai titik awal dari setiap langkah pemaknaan identitas kota. Gambaran proses perkembangan fungsi kehidupan kota yang tepat akan membawa kepada konsep pemaknaan identitas kota yang dapat diterima masyarakat, sementara dalam penyusunan konsep pengembangan tersebut partisipasi masyarakat akan lebih intensif.

KESIMPULAN

Setelah memahami beberapa permasalahan di atas, kiranya menjadi sangat penting untuk memaknai identitas sebuah kota, karena dengan semakin dikenalnya identitas suatu kota diharapkan tatanan kebutuhan hidup warganya akan semakin jelas dan terarah, serta kualitas lingkungan kotanya juga dapat terpelihara dengan baik dan berkelanjutan, demikian pula sebaliknya, dengan dipahaminya tingkat kebutuhan warga dan kondisi kualitas lingkungannya akan lebih mudah memaknai identitas kota tersebut. Dengan kata lain, bila identitas dari suatu kota yang akan dikembangkan tidak dipahami secara komprehensif, sudah tentu proses pembangunan dan kehidupan warga kota akan semakin tidak menentu, serta kondisi fisik kota akan semrawut yang mengakibatkan terjadinya degradasi kualitas lingkungannya.

Oleh karena itu, pemaknaan identitas sebuah kota penting untuk dipahami dengan baik dan benar, agar hal-hal yang mengakibatkan ketidakjelasan orientasi fungsi kehidupan kota dalam memenuhi kebutuhan warga dan penurunan kualitas lingkungan kota tersebut akan dapat diantisipasi.

DAFTAR ACUAN

Books :

- Alvares, Eko., *Morfologi Kota Padang*, Disertasi Doktor Program Studi Ilmu Teknik pada Program Pascasarjana Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, tidak diterbitkan, 2002.
- Budiardjo, Eko., *Jatidiri Arsitektur Indonesia*, Penerbit Alumni, Bandung, 1997.
- Fasli, Mukaddes, *A Model for Sustaining City Identity, Case Study: Lefkoşa (Nicosia) in North Cyprus*, Ph.D. Dissertation in Architecture, Institute of Graduate Studies and Reserch. <http://grad.emu.edu.tr>, 2003.
- Hariyono, Paulus., *Sosioologi Kota Untuk Arsitek*, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2007.
- Julia Winfield-Pfefferkorn, *The Branding of Cities : Exploring CityBranding and Importance of Brandi Image*, Master Thesis, The Graduate School of Syracuse University, 2005.
- Raksadjaja, Rini., *Konsep Bentuk Kota Dalam Kognisi Spasial Masyarakat Kota Bandung*, Disertasi Doktor Program Studi Ilmu Teknik Planologi pada Program Pascasarjana Institut Teknologi Bandung (ITB), Bandung, tidak diterbitkan, 1999.
- Rossi, Aldo., *The Architecture of The City*, The MIT Press, Cambridge, 1982.
- Trancik, Roger., *Finding Lost Space, Theories of Urban Design*, Van Nostrand Reinhold Co, New York, 1986.

Journals :

- Abiyoso, Hengky., *Seni Menjual Kota dan Wilayah*, <http://www.mail-archive.com/kebudayaan@yahoogroups.com/msg00044.html>, diakses Juni 2008.
- Dany, *Kota dan Identitas*, <http://www.kotakita.net/2007/09/12/kota-dan-identitas/>, diakses Juni 2008.
- Wikantiyoso, Respati., *Perencanaan dan Perancangan Kota Malang : Kajian Historis Kota Malang*, Arsitektur Indis, Sumber : http://www.mintakat.unmer.ac.id/edisi/4/4_1.html, 2000, diakses Pebruari 2008.
- Wikantiyoso, Respati, *Citra Kajoetangan Doeloe dan Sekarang*, Sumber : http://respati.blogspot.com/2006_08_01_archive.html, 2006, diakses Mei 2008.
- Wikantiyoso, Respati, *Kota-Kota di Indonesia Kehilangan Jatidiri*, Antara News, Sumber : <http://www.antaranews.com>, 2007, diakses Juni 2008.