

Desain *Korean Cultural Center* di Kota Kupang

Apolonia Maria Dwi Mahardika Jeharu¹⁾, Ariency K. A. Manu²⁾, Aplimon Jerobisonif³⁾

^{1, 2, 3)} Program Studi Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknik, Universitas Nusa Cendana, Kupang, NTT.

Abstrak

Salah satu pengaruh globalisasi dalam bidang kebudayaan adalah munculnya fenomena yang dikenal dengan istilah “*hallyu*” atau *Korean wave*. Produk *hallyu* berupa musik, film, drama, dan sebagainya selalu menghadirkan konten-konten kebudayaan Korea sebagai salah satu strategi pemerintah Korea dalam mempromosikan kebudayaannya. Fenomena yang disebarkan melalui televisi nasional dan internet tersebut telah menarik minat masyarakat umum Indonesia termasuk Nusa Tenggara Timur mulai dari kalangan anak-anak, remaja, maupun dewasa. Ketertarikan ini menimbulkan keinginan untuk dapat mengunjungi negeri ginseng dan merasakan suasana di sana. Namun jarak dan keterbatasan sumber daya menjadi penghalang terwujudnya keinginan tersebut. Korea Selatan sebagai negara asal *hallyu* telah menjalin kerjasama dengan Indonesia sejak tahun 1966. Kerja sama tersebut juga terjalin dengan provinsi NTT dalam berbagai bidang, diantaranya bidang pendidikan, keagamaan, bisnis, dan lain-lain. Pengadaan sebuah wadah untuk memperkenalkan kebudayaan Korea dirasa perlu bukan hanya sebagai respon terhadap pengaruh *Korean wave* (*hallyu*) tetapi juga sebagai respon terhadap hubungan kerja sama yang sudah dibangun antara Korea Selatan dengan Nusa Tenggara Timur. Tujuan utama *Korean Cultural Center* adalah memperkenalkan budaya Korea melalui pendidikan, informasi, dan hiburan. Fasilitas utama dalam desain ini adalah untuk menampung aktivitas dari tujuan utama tersebut. Sementara itu untuk menghadirkan suasana Korea, diterapkan perancangan yang tematik Korea yaitu desain yang secara visual menghadirkan karakteristik, baik pada eksterior maupun interior bangunan serta meliputi unsur tradisional dan modern dari Korea Selatan. Ciri dari Tematik Korea tersebut dituangkan dalam bentuk bangunan dengan proses transformasi desain.

Kata-kunci : *Hallyu* atau *Korean Wave*, *Korean Cultural Center*, tematik Korea

Abstract

One of the influences from globalization in the culture sector is the appearance of a phenomenon that known as "hallyu" or the Korean wave. The products of hallyu consist of music, film, drama, and others always present Korean cultural content as one of the strategies of the Korean government in promoting its cultures. The phenomenon spread through national television and the internet has attracted the fascinated of the people in Indonesia, including East Nusa Tenggara, ranging from children, teenager, and adult. This fascinate raises the desire to be able to visit the land of ginseng and feel the atmosphere there. However, the distance and the limited resources are obstacles to make it real. South Korea as the country of Hallyu has cooperated with Indonesia since 1966. The cooperation also intertwined with East Nusa Tenggara in various sectors, including the sectors of education, religion, business, and others. The creation of a place to introduce Korean culture is deemed necessary not only as a response to the Korean wave (hallyu) but also as a response to the cooperation relations that have been established between South Korea and East Nusa Tenggara. The main purpose of the Korean Cultural Center is to introduce Korean culture through education, information and entertainment. Therefore, the main facilities created so those that can accommodate the activities of it. Meanwhile to present the Korean atmosphere, the applies of Korean thematic theme is a design that visually the presents of Korean characteristics, both on the exterior and interior of the building and includes traditional and modern elements from South Korea. The characteristics of the Korean thematic building concepts processed by a transformation process.

Keywords : *Hallyu* or *Korean Wave*, *Korean Cultural Center*, thematic of Korea

Kontak Penulis

Apolonia Maria Dwi Mahardika Jeharu
Program Studi Arsitektur, Fakultas Sains dan Teknik
Universitas Nusa Cendana
Jalan Adisucipto, Kota Kupang, NTT, 85001

Pendahuluan

Kebudayaan Korea telah muncul sebagai sebuah pusat baru dari produksi budaya pop nasional selama satu dekade yang dikenal sebagai “*hallyu*” atau *Korean wave*. Sejak akhir tahun 1990-an, budaya pop Korea tersebar di negara-negara timur dan tenggara Asia. Budaya ini juga sampai di Eropa dan mencapai Paris yang merupakan inti dari kebudayaan Eropa (Kim dan Lee, 2014). Fenomena “*hallyu*” atau *Korean wave* adalah istilah yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global diberbagai negara di dunia, termasuk Indonesia (Doobo, 2006). *Hallyu* terdiri dari drama Korea, musik K-Pop, *reality show*, film, animasi dan *games* yang dengan bantuan media berupa televisi dan internet telah tersebar secara mengglobal. Produk *hallyu* tersebut selalu menghadirkan konten-konten kebudayaan Korea sebagai salah satu strategi pemerintah Korea dalam mempromosikan kebudayaannya.

Salah satu dampak *hallyu* adalah meningkatnya kunjungan wisatawan Indonesia ke Korea Selatan. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Korea meningkat secara signifikan dengan tingkat pertumbuhan paling tinggi di wilayah Asia Tenggara, yakni 52.6% dari jumlah 193.590 wisatawan pada tahun 2015 mejadi 295.461 wisatawan pada tahun 2016 (KTO, 2017). Pada tahun 2017 diketahui bahwa jumlah wisatawan Indonesia yang mengunjungi Korea adalah 230.837 orang dan target wisatawan Indonesia hingga akhir tahun 2018 adalah 265.500 wisatawan (Kompas, 2018b). Berdasarkan data dari *Korea Tourism Organization* (KTO), jumlah wisatawan Indonesia ke Korea naik 12 % per Juli 2018 dibandingkan tahun sebelumnya dengan jumlah kunjungan dari Januari-Juli mencapai 139.839 orang (Kompas, 2018c). Penyebab kenaikan jumlah kunjungan disebabkan pasar anak muda yang menyukai K-Pop (Kompas, 2018a). Hal tersebut menunjukkan tingginya minat masyarakat untuk mengunjungi negeri Ginseng yang memiliki tempat-tempat wisata menarik dengan beragam kuliner khasnya. Meskipun demikian, tidak semua masyarakat dapat mengunjungi negara tersebut karena jarak yang jauh dan keterbatasan sumber daya.

Nusa Tenggara Timur sebagai salah satu provinsi di Indonesia tidak luput dari pengaruh *hallyu*. Fenomena yang disebarkan melalui televisi nasional dan internet ini telah memikat banyak pihak, sehingga bukan hanya kalangan muda, masyarakat NTT secara umum dan masyarakat kota Kupang secara khusus mulai mengenal Korea baik melalui drama, film, musik pop Korea, produk-produk, maupun keberadaan penggemar Korea di Kota Kupang. Secara tidak sadar masyarakat pun telah merasakan fenomena *hallyu*. Ketersediaan menu makanan Korea pada restoran lokal juga menandai pengaruh Korea yang telah menyentuh kehidupan masyarakat.

Korean wave berpengaruh besar dalam penyebaran produk budaya Korea Selatan di Indonesia termasuk Nusa Tenggara Timur baik dalam bidang teknologi, Bahasa, kesenian, maupun pengetahuan. Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan terbentuk sejak terjalannya pembukaan diplomatik kedua negara pada tahun 1966 dan terus mengalami perkembangan dan peningkatan dalam berbagai bidang. Nusa Tenggara Timur sebagai salah satu provinsi di Indonesia juga telah menjalin hubungan dengan Korea Selatan dalam bidang pendidikan, keagamaan, ketenagakerjaan, bisnis, dan lain-lain.

Kota Kupang sebagai ibu kota provinsi yang menjadi pusat pemerintahan dan pusat aktivitas provinsi Nusa Tenggara Timur merupakan kota yang tepat sebagai tempat didirikannya *Korean Cultural Center*. Hal ini didukung dengan keberadaan komunitas penikmat budaya Korea yang muncul akibat fenomena *hallyu* serta akibat fenomena ini melanda sebagian besar remaja Kota Kupang yang berstatus pelajar, khususnya remaja perempuan. Hal tersebut, menjadi dasar pembentukan komunitas penikmat budaya Korea di Kota Kupang yang disebut sebagai KKNe (K-Pop Kupang NTT *eternally*).

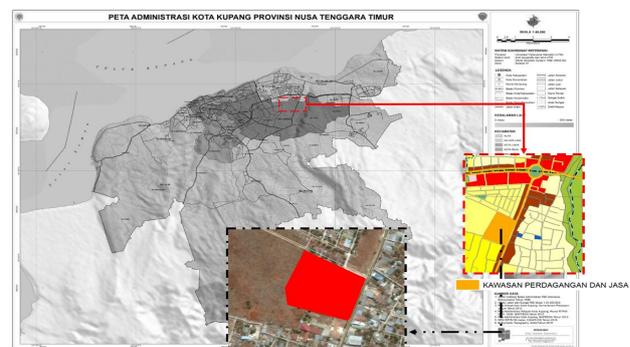
Penjabaran diatas menunjukkan bahwa diperlukan sebuah wadah untuk memperkenalkan kebudayaan Korea bukan hanya sebagai respon terhadap pengaruh *Korean wave* (*hallyu*) serta menciptakan wadah positif yang rekreatif dan edukatif bagi masyarakat Kota Kupang dan masyarakat NTT umumnya serta masyarakat luar yang mengunjungi Kota Kupang dan juga sebagai respon terhadap hubungan kerja sama yang sudah dibangun antara Korea Selatan dengan Nusa Tenggara Timur.

Hasil dan Pembahasan

(1) Lokasi

Lokasi desain terletak pada Jalan Bundaran PU, Kecamatan Oebobo, Kota Kupang.

Luas lahan	: 27659.42 m ²
KDB	: paling tinggi sebesar 60%
KLB	: 1,2
KDH	: 40 %



Gambar 1. Lokasi perancangan

Peruntukan : kawasan perdagangan dan jasa berdasarkan peta rencana pola ruang Kota Kupang.

(2) Tematik Korea

Pengolahan tata massa dan penampilan fisik bangunan yang mencirikan tematik Korea dijabarkan sebagai berikut.

- (a) Bangunan mempertegas identitas Korea secara visual;
- (b) Harmoni, dimana arsitektur Korea dibangun menyesuaikan dengan lingkungan sekitar agar tetap menyatu dengan alam;
- (c) Terbuka, dimana sebuah *hanok* pada dasarnya merupakan area terbuka. Keterbukaan ini melandasi prinsip dari komunikasi dan sirkulasi terhadap orang dan lingkungan sekitarnya. Terbuka juga menunjukkan bahwa semua ruang saling terkait dan dapat terjadi interaksi satu dengan yang lain dengan membentuk sebuah ruangan besar tersendiri;
- (d) Asimetri;
- (e) Adanya elemen-elemen dekoratif yang khas Korea;
- (f) Warna yang digunakan adalah warna coklat sebagai warna asli kayu, warna putih (kertas atau hanji), dan juga abu-abu dan hitam pada atap; dan
- (g) Menghadirkan suasana dari tempat-tempat menarik di Korea selatan. Suasana yang akan dihadirkan adalah yang secara visual dapat dirasakan. Sementara untuk penyesuaian kondisi iklimnya diabaikan dikarenakan perbedaan iklim antara Kota Kupang dengan Korea Selatan.

1. Bentuk bangunan

Bangunan yang didesain diharapkan dapat menghadirkan suasana Korea. Oleh karena itu bentuk yang diambil adalah yang mencerminkan identitas dari negeri ginseng tersebut. Identitas yang digunakan dalam desain ini adalah atap *hanok* dan simbol *yin yang* pada bendera *Taegukgi*.



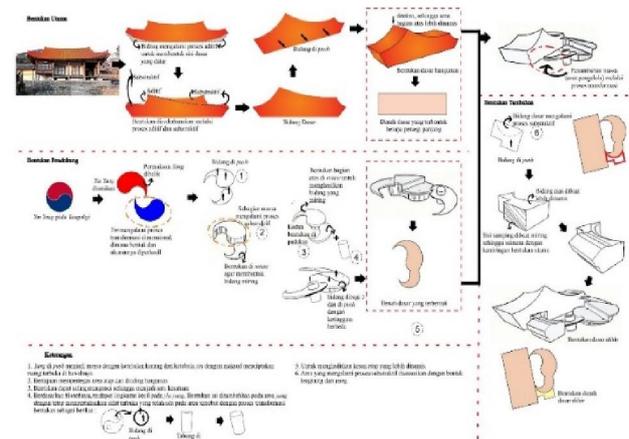
Gambar 2. Lokasi perancangan (Sumber : yting.com, 2018)

Atap merupakan klimaks dari sebuah hanok, sementara *yin yang* merupakan pusat dari keempat trigram di sekelilingnya. Hal tersebut menjadi dasar penentuan bentuk yang akan digunakan dalam desain.

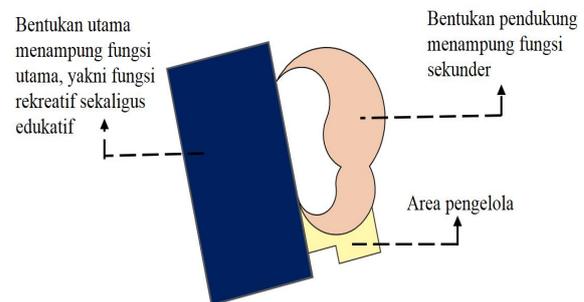
Bentuk tersebut dihubungkan dengan fungsi yang akan dihadirkan dalam desain dengan penjabaran sebagai berikut:

- a. Bentuk atap *hanok* merupakan karakter utama, dominan, dan menjadi identitas utama bangunan. Identitas utama ini disesuaikan dengan tujuan utama KCC, yakni memperkenalkan kebudayaan Korea melalui hiburan, informasi, dan pendidikan bagi masyarakat. Oleh karena itu pada bentuk ini fungsi dominan yang akan ditampung adalah fungsi utama, yakni fungsi rekreatif sekaligus edukatif. Pada bentuk ini juga akan ditempatkan fasilitas penunjang seperti mushola, ruang CCTV, studio foto, dan ruang *cleaning service*.
- b. Bentuk *yin yang* merupakan bentuk pendukung yang dipadukan pada bentuk utama. Pada bentuk ini akan ditampung fungsi sekunder seperti restoran, *caffe*, retail-retail, dan ATM.
- c. Bentuk tambahan khusus untuk area pengelola. Bentuk untuk area ini akan ditambahkan melalui proses transformasi aditif pada kedua bentuk lainnya.

Bentuk yang dihadirkan tersebut akan diolah melalui proses transformasi yang dijabarkan sebagai berikut.



Gambar 3. Proses gubahan massa

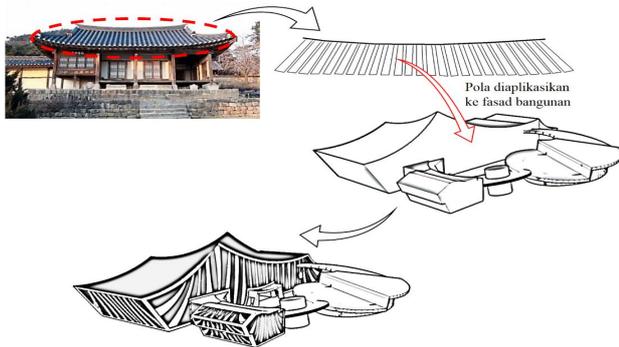


Gambar 4. Hubungan bentuk dan fungsi

2. Harmoni

Arsitektur Korea dibangun menyesuaikan dengan lingkungan sekitar agar tetap menyatu dengan alam. Hal yang akan ditekankan adalah unsur ‘kesatuan’ mengingat bentuk bangunan yang diambil lebih dari 1 karakter.

Unsur kesatuan antara karakter dapat dihadirkan melalui pengolahan fasad baik bentuk, material maupun warna yang digunakan pada bangunan.

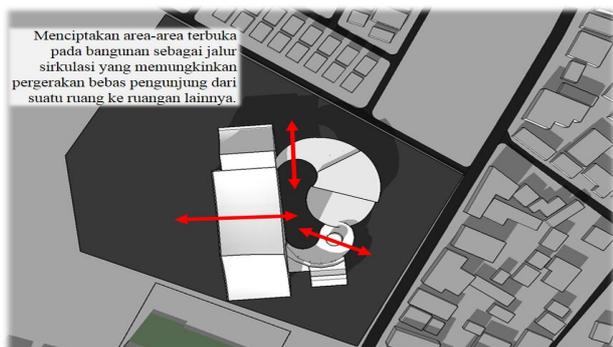


Gambar 5. Aplikasi pola pada fasad bangunan

Pengolahan fasad bangunan menggunakan strategi transformasi meminjaman (*borrowing*), yakni dengan meminjam bentukan dasar dari ruas-ruas atap *hanok* yang kemudian akan ditransformasikan kembali untuk memperoleh bentukan yang lebih dinamis dengan tetap mempertahankan kesan atap *hanok*.

3. Terbuka

Terbuka, dimana sebuah hanok pada dasarnya merupakan area terbuka. Keterbukaan ini melandasi prinsip dari komunikasi dan sirkulasi terhadap orang dan lingkungan sekitarnya. Terbuka juga menunjukkan bahwa semua ruang saling terkait dan dapat terjadi interaksi satu dengan yang lain dengan membentuk sebuah ruangan besar tersendiri.



Gambar 6. Penempatan area terbuka pada bangunan

4. Asimetri

Asimetri, yakni penataan bangunan dan *landscape* yang asimetri. Sebuah ruang menjadi simetri jika distribusi dan tatanan seimbang antara bentuk dan ruang yang setara pada sisi-sisi berlawanan di suatu garis atau bidang pembagi, atau terhadap sebuah sumbu atau titik pusat (Ching, 2008). Bangunan yang telah terbentuk sudah menunjukkan kondisi yang tidak simetri (asimetri) dimana

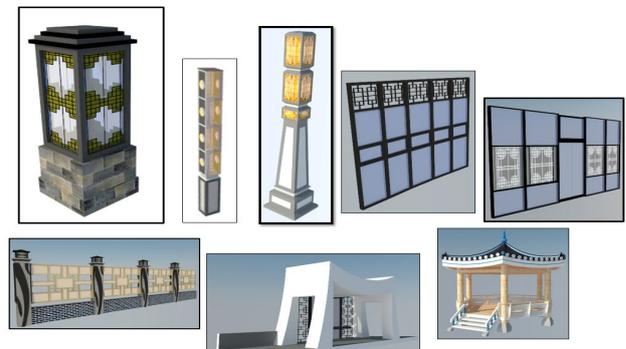
ruang yang terbentuk setelah ditarik sumbu tidak menunjukkan tatanan yang seimbang. Kondisi bangunan yang asmetri tersebut berdampak pada *landscape*, dimana *landscape* juga menjadi asimetri.



Gambar 7. Bangunan asimetri

5. Elemen-elemen dekoratif

Elemen-elemen dekoratif yang khas Korea akan dihadirkan pada bukaan bangunan, lampu, pagar, dan juga melalui pengadaan paviliun Korea.



Gambar 8. Elemen dekoratif

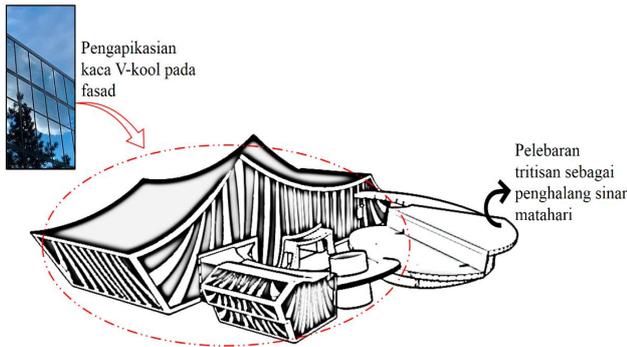
6. Warna

Warna yang digunakan adalah warna coklat sebagai warna asli kayu, warna putih (kertas atau hanji), dan juga abu-abu dan hitam pada atap. Untuk eksterior bangunan akan digunakan warna abu-abu dan hitam untuk mewakili warna asli hanok dan dipadukan juga dengan warna putih. Untuk interior bangunan warna yang akan mendominasi adalah warna coklat.

7. Suasana dari tempat menarik di Korea Selatan

Suasana yang akan dihadirkan dalam desain ini adalah sebagai berikut:

- a. *Namsan Tower*: hal yang akan dihadirkan dalam perancangan adalah *love lock*
- b. Pulau Nami: suasana pepohonan berjejer, khususnya pada musim semi akan dihadirkan dalam perancangan.
- c. Sungai Cheonggyecheon: menghadirkan kesan sungai dan kondisinya disesuaikan seperti kondisi pada sungai tersebut. Area ini dapat dijadikan juga sebagai area untuk pameran *outdoor* pada hari peringatan tertentu.



Gambar 9. Konsep orientasi terhadap matahari

1) Orientasi terhadap matahari

Perancangan yang diterapkan pada bangunan sebagai respon terhadap orientasi matahari.



Gambar 10. Konsep sirkulasi

2) Sirkulasi

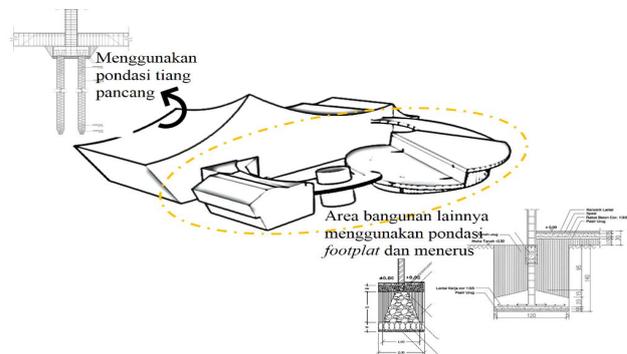
Pola sirkulasi yang diterapkan pada tapak adalah menyesuaikan dengan 'madang' pada arsitektur tradisional Korea yang merupakan titik hubung antar bangunan. Pola radial menjadi pola yang sesuai dengan konsep tersebut dimana pola ini membentuk orientasi ke segala arah dari sebuah titik pusat yang menciptakan keterhubungan antara ruang disekitarnya.

3) Vegetasi

Vegetasi yang akan diadakan pada perancangan adalah sebagai berikut:

- a) Kiara payung, ditempatkan pada area parkir mobil sebagai peneduh;
- b) Rumput jepang, ditempatkan pada area taman;
- c) Palem, ditempatkan pada area parkir motor;
- d) Bugenfil, ditempatkan pada area pinggiran *site* yang berbatasan dengan jalan dan berfungsi sebagai vegetasi hias;
- e) Tabebuia pink, ditempatkan secara acak pada beberapa area dan berfungsi sebagai vegetasi pembentuk suasana; dan
- f) Tabebuia Kuning, ditempatkan pada taman tematik sebagai pembentuk suasana pepohonan pada pulau Nami.

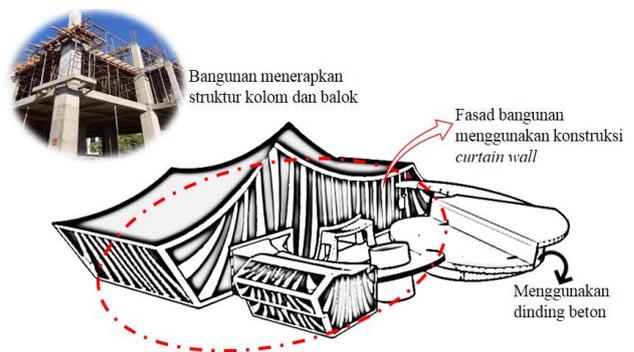
4) Struktur



Gambar 11. Konsep sub structure

a) Sub structure

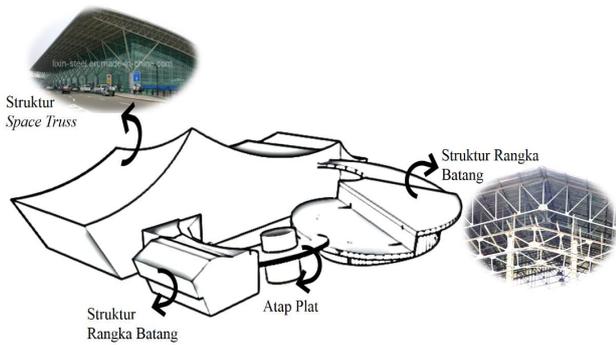
Bangunan yang dirancang akan menggunakan pondasi tiang pancang, pondasi *footplat*, dan pondasi menerus. Pondasi tiang pancang akan digunakan pada bangunan utama, sementara area lain pada bangunan akan menggunakan kedua pondasi lainnya.



Gambar 12. Konsep super structure

b) Super structure

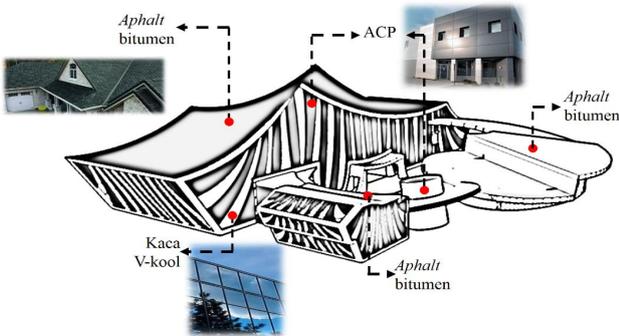
Bangunan akan menerapkan sistem struktur kolom dan balok serta menggunakan konstruksi *curtain wall*.



Gambar 13. Konsep upper structure

c) Upper structure

Struktur atap yang akan diterapkan pada bangunan adalah struktur *space truss*, struktur rangka batang, dan atap plat.



Gambar 14. Konsep material eksterior

5) Material dan bahan

Material eksterior bangunan yang digunakan pada dilihat pada gambar.

Hasil Desain



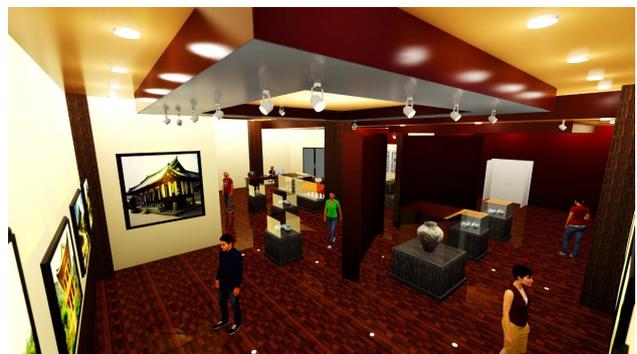
Gambar 15. Site plan



Gambar 16. Perspektif depan bangunan



Gambar 17. Tampilan eksterior



Gambar 18. Tampilan interior (galeri)

Daftar Pustaka

Ching, F. (2008). *Arsitektur Bentuk, Ruang, dan Tatanan*. Jakarta : Erlangga.

Doobo, S. (2006). *Hibridity and The Rise of Korean Popular Culture in Asia*, dalam *Media, Culture, and Society*, 28(1).

Kim, J. Y., dan Lee, J. O. (2014). *Korean Pop Culture: A Decade of Ups And Down*. *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, 9(1), 1-6.

Kompas. (2018a). *Drama Korea Picu Kenaikan Kunjungan Wisatawan Indonesia*. Tersedia di <https://regional.kompas.com/read/2018/11/30/15553391/drama-korea-picu-kenaikan-kunjungan-wisatawan-indonesia>. Diakses pada 2 Desember 2018 pukul 09.25 WITA.

Kompas. (2018b). *Gencar Promosi, Seberapa Pentingkah Wisatawan Indonesia untuk Korea*. Tersedia di <https://travel.kompas.com/read/2018/08/28/101500627/genc>

[ar-promosi-seberapa-pentingkah-wisatawan-indonesia-untuk-korea-](#). Diakses pada 2 Desember 2018 pukul 09.40 WITA.

Kompas. (2018c). *Pariwisata Korea “Booming”, Indonesia Perlu Tiru 7 Hal Ini*. Tersedia di <https://travel.kompas.com/read/2018/10/16/083451727/pariwisata-korea-booming-indonesia-perlu-tiru-7-hal-ini?page=all>. Diakses pada 2 Desember 2018 pukul 09.30 WITA.

KTO. (2017). *Dari Negara-Negara yang Berkunjung ke Korea tahun 2016, ada di Posisi Berapakah Indonesia*. Tersedia di <https://www.visitkorea.or.id/article/dari-negara-negara-yang-berkunjung-ke-korea-tahun-2016-ada-di-posisi-berapakah-indonesia>. Diakses pada 2 Desember 2018 pukul 09.35 WITA.