

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Anggur merupakan komoditi yang bernilai tinggi dalam kegiatan ekspor impor dan memiliki nilai tambah terkait cara pengolahannya di Indonesia. Cara pengolahan anggur serta pola konsumsinya telah mengalami perkembangan di Indonesia. Di Indonesia sendiri, tanaman anggur mulai ditanam pada tahun 1800 dan jenis anggur yang dikenal oleh masyarakat adalah; *Vitis vinifera* dan *Vitis labrusca* yang juga memiliki citra rasa yang unik. Sentra anggur di Indonesia terdapat di Jawa Timur, Bali, dan Kupang (NTT). Sentra anggur terbesar di Indonesia terletak di pulau Bali dan tergolong memiliki kawasan produksi anggur di tingkat tertinggi. Hal ini dikarenakan tanaman anggur yang cocok dan kompatibel dengan ketinggian lahan serta suhu rata-rata di Kota Buleleng, Bali. Faktor topografi lainnya meliputi kelembaban udara, curah hujan, dan pH tanah berpasir, yang sesuai dengan penanaman tanaman anggur.

Pemanfaatan fungsional yang diinjeksi pada komoditi pertanian, menghasilkan pertambahan nilai dari komoditi tersebut. Pada pertanian anggur, pengolahan yang memiliki nilai tambah paling besar adalah *wine*. Pengolahan anggur menjadi *wine* tidak hanya sebatas menawarkan minuman beralkohol, namun menawarkan sensasi fisiologi dan pembelajaran melalui pengalaman. Pengalaman yang dirasakan melalui *wine* secara murni merupakan pengalaman sensorik, seperti yang sering digambarkan Hemingway, seorang novelis Amerika. Hemingway menggunakan kebun anggur sebagai latar dari cerita yang ia tulis, karena *wine* menawarkan jangkauan pengalaman yang lebih besar untuk mencapai sebuah sensasi yang berbeda dari hal lainnya. Konteks pada *wine* bergantung pada *human experience* atau pengalaman manusia, serta visi dari *wine* itu sendiri adalah untuk menyelidiki pengalaman sensorik.

Kualitas dari peradaban anggur memperlihatkan perbandingan secara nyata pada tingkat apresiasi terhadap anggur. Peynaud, seorang *oenologist* membahas mengenai tingkat apresiasi tersebut, ia membedakan *wine* sebagai minuman yang hanya membawa sebuah “kesenangan fisik” semata atau sebagai sesuatu yang membutuhkan “kecerdasan dan kompetensi” untuk menghargainya, dan apakah itu “tindakan mencicipi yang dianggap penting” atau “tindakan refleks sederhana untuk minum” semata. Polaritas tersebut dirangkum dengan meminta pembaca awam untuk memutuskan apakah ia minum anggur yang merupakan “pemborosan tradisional” atau sebagai “penikmat”, jika segelas anggur harus “ditelan” saja atau “dihirup dan dinikmati” (Bruce & Nigel, 1999). Walaupun *wine* secara fisik hanya merupakan cairan hasil fermentasi buah anggur, segelas *wine* yang disertai dengan pengalaman sensorik dapat bercerita banyak. Setiap tetesnya mengandung geografi, muatan sejarah, pertanian, dan kebudayaan pembudidaya *wine* tersebut. *Wine* merupakan sebuah fenomena yang terus menerus mencari kejelasan dan presisi dari apa yang terkandung di dalamnya. Terdapat penekanan dan keselarasan pendapat bahwa manusia mungkin tidak sependapat mengenai bau dan rasa, namun kualitas atau cerita asli dari *wine* akan tetap ada untuk ditemukan dengan sarana yang tepat (Skinner, 2015).

Wine juga berkomunikasi menggunakan “Terroir”, atau *the taste of place*, dengan pengertian harfiah; tanah, lokalitas, dan bagian dari negara (Trubek, 2008; Hermansen, 2012). Ketika seseorang mencicipi anggur tertentu, ia merasakan tempat dimana anggur itu dibudidayakan dan diproduksi. Bagi negara Perancis, *terroir* adalah sebuah kategori untuk membingkai dan menjelaskan hubungan manusia dengan tanah atau topografi, baik itu hubungan sensual, praktis, atau kebiasaan. *Terroir* tidak berhenti pada indera pengecap, tetapi terkait dengan aspek sensorik secara keseluruhan yang menciptakan hubungan dan pengalaman (Ma, 2018). Proses pengolahan anggur di Perancis mengintegrasikan pembudidaya anggur, produksi anggur, dan aspek komersial dari anggur. Di Indonesia, petani dan masyarakat lokal pembudidaya anggur sebagian besar terisolasi tidak hanya pada aspek geografi, tetapi juga secara komersial.

Gangguan rantai hubungan antara *wine* dan *terroir* tersebut menyebabkan hilangnya pengalaman dan identitas secara utuh.

Dalam dekade terakhir, beberapa antropolog telah mengeksplorasi relevansi makanan dengan tempat proses pembuatannya, dan aspek sensorik dari makanan dianggap sebagai bagian penting untuk membangun sebuah tempat. Seremetakis (1994) menunjukkan bagaimana ingatan seseorang mengenai tempat tertentu berkaitan dengan inderanya, sehingga interaksi langsung dengan konsumen *wine* membangkitkan, diantara masyarakat lokal pengolah *wine*, rasa bangga atas tanah dan wilayah mereka. Konteks yang beragam, spasial, sosial, dan historis berkontribusi pada produksi lokalitas. Studi mengenai pergerakan kota yang lambat memberikan kontribusi berupa argumen metodologis yang menyatakan bahwa indera sangat penting bagi masyarakat lokal dalam menentukan tempat mereka (Pink, 2008).

Hubungan yang terbentuk antara indera dan sebuah tempat tidak muncul secara langsung, tetapi itu merupakan proses yang harus dibangun secara konteks. Untuk membangun hubungan tersebut, maka sarana tempat menjadi sebuah wadah yang memicu aspek sensorik dan berperan untuk memberikan pengalaman bagi manusia serta menciptakan *terroir* dalam prosesnya. Sesuai dengan konteks tersebut, maka penelitian ini disusun untuk mengidentifikasi aspek sensorik pada sebuah *winery* serta menerapkannya melalui arsitektur *sensorial* placemaking untuk menciptakan *sense of place*.

1.2 Identifikasi Masalah

Menurut uraian latar belakang, maka permasalahan yang ditemukan dalam penelitian ini, antara lain;

1. Hilangnya integrasi antara konsumen *wine* dengan masyarakat lokal pembudidayanya yang terisolasi secara geografi dan komersial, sehingga

identitas *terroir* dari *wine* tidak dikenali dan identitas *wine* tidak terbangun secara utuh.

2. Perlunya intervensi arsitektur melalui pengolahan ruang, skala, material, dan tekstur yang berinteraksi dengan indera manusia untuk mengeratkan konsumen dan masyarakat pembudidaya, sehingga indera sebagai sarana dialog antara kedua pihak tersebut dibutuhkan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana petani pembudidaya anggur dan ruang-ruang yang mereka bentuk dapat berperan pada penciptaan *sense of place*?
2. Bagaimana arsitektur dengan pendekatan sensorial *placemaking* dapat menciptakan pengalaman lokalitas dari *wine* dengan melibatkan masyarakat pembudidaya sehingga membangun identitas anggur yang utuh?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat, maka penelitian ini bertujuan untuk Mengidentifikasi dan membangun aspek *sense of place* dalam perancangan *winery* di Bali menggunakan aspek sensorik dengan melibatkan masyarakat pembudidaya anggur sehingga dapat membentuk identitas anggur dan memunculkan lokalitas secara utuh. Secara Praktis, dapat membantu memberikan wawasan lebih mengenai solusi untuk menemukan dan mencapai identitas lokal secara insitu.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang merupakan bentuk pemenuhan dari tujuan pada penelitian ini, antara lain;

1. Secara Teoritis, dapat menambah pengetahuan mengenai arsitektur *winery*, dan memperkuat teori-teori yang sudah ada mengenai indera, sebagai sarana untuk membangun *sense of place* dari sebuah ruang atau bangunan arsitektur.
2. Secara Praktis, dapat membantu memberikan wawasan lebih mengenai solusi untuk menemukan dan mencapai identitas lokal secara insitu.

1.6 Lingkup Penelitian

Penelitian ini akan melakukan pengumpulan data secara primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan observasi lapangan dan wawancara. Sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan perbandingan analisa studi kasus *winery* di Bali, Indonesia. Penelitian ini berfokus pada;

1. Kriteria perancangan *winery* dengan pendekatan arsitektur *sensorial placemaking* untuk membangun *sense of place*
2. Implementasi elemen fisik seperti; topografi, ekosistem, lingkungan sekitar, dan karakteristik anggur, yang diterjemahkan menjadi sebuah elemen desain arsitektur.

1.7 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif etnografi untuk mengungkap pengalaman pribadi dan makna yang terkandung dari tangkapan persoalan yang ada secara sosial. Strategi metode kualitatif etnografi pada penelitian ini adalah mempelajari bagaimana pembudidaya anggur berdialog dengan wadah dan konteksnya pada suatu rentang waktu dan spektrum sosial budaya tertentu. Melalui metode ini, penulis mengidentifikasi *sense of place* berdasarkan aspek sensorik dari ruang-ruang yang terbentuk, agar dapat membangun sebuah identitas yang utuh.

Penelitian dilakukan dengan cara melakukan studi literatur, observasi, dan wawancara. Studi literatur dilakukan dengan membandingkan studi kasus, mencari teori-teori mengenai perancangan *winery*, *sense of place*, aspek sensorik, dan *terroir*. Studi literatur pada penelitian ini juga bertujuan untuk membuktikan relevansi permasalahan penelitian dengan perancangan sebagai solusi. Observasi dan wawancara penelitian bertujuan untuk mengoleksi data yang kemudian akan menjadi objek yang akan dikaji. Adapun tahapan dalam penelitian ini, antara lain;

1. Studi Kasus

Tahapan ini menggunakan perancangan *winery* di luar Indonesia untuk melihat standar strategi perancangan dan apa yang dihasilkan dari integrasi antara topografi, masyarakat lokal, serta bangunan.

2. Observasi dan Wawancara

Melakukan observasi pada *winery* dan kebun anggur yang akan menjadi hasil capaian dari penelitian. Wawancara juga dilakukan dengan pihak berkaitan, terkait dengan perancangan *winery*.

3. Analisis dan Identifikasi

Mengidentifikasi aspek sensorik dan aspek lain yang didapatkan melalui penelitian, lalu menganalisis hasil tersebut menjadi objek yang dapat digunakan dalam penelitian.

4. Rekomendasi Desain Berdasarkan Indera Sebagai Media Dialog antara Manusia dengan Wadahnya

Uraian mengenai indera yang diterjemahkan menjadi sebuah implementasi desain yang dapat dilihat, disentuh, dirasakan, dan diinterpretasikan oleh manusia.

5. Sintesis antara Indera dan *Facility Programming*

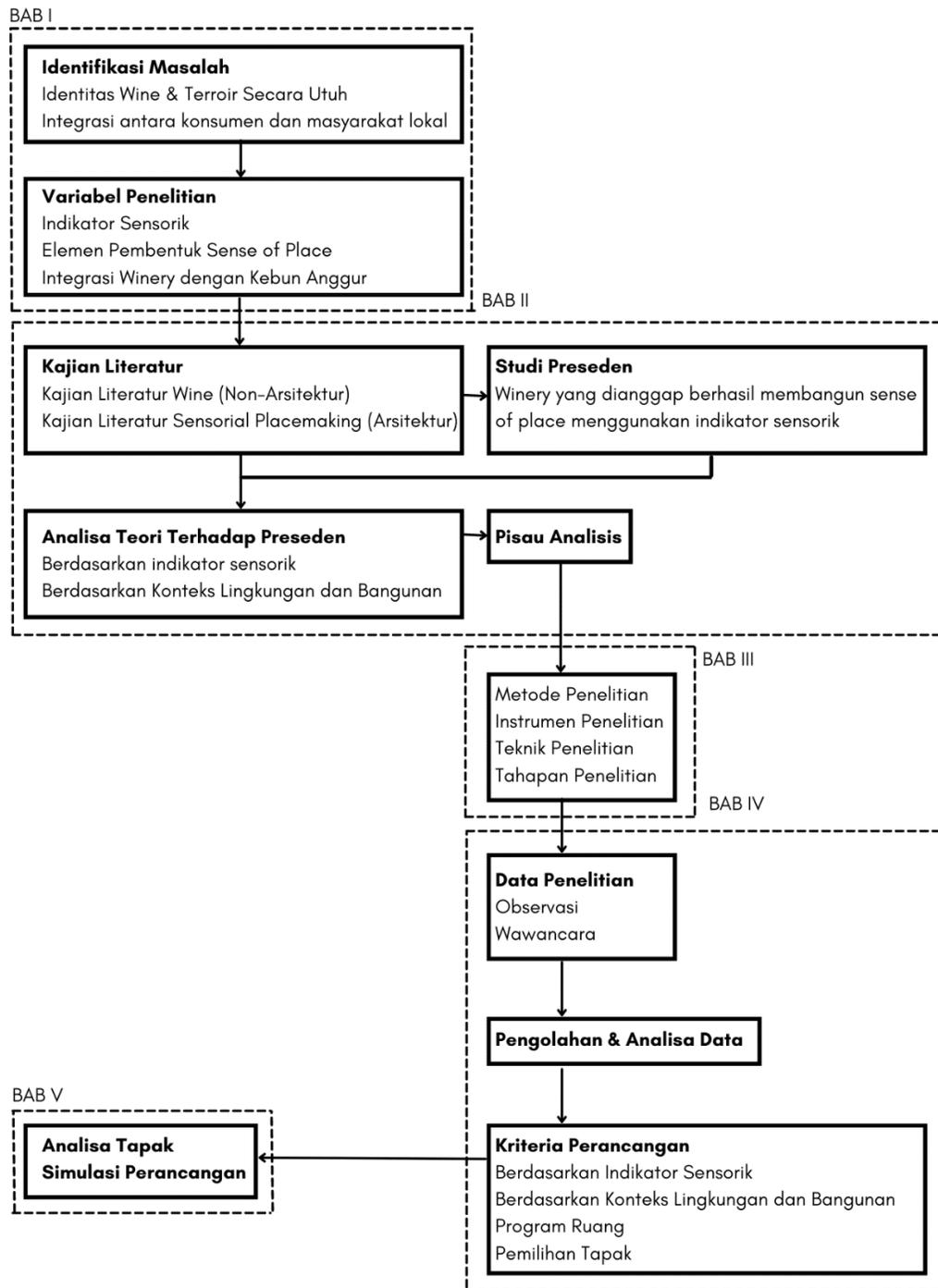
Upaya untuk membangun *sense of place* melalui fasilitas, alur sirkulasi, program ruang, tekstur, dan material yang melibatkan pengalaman sensorik.

1.8 Nilai Kebaruan

Nilai kebaruan dari penelitian ini berfokus kepada menciptakan sebuah ide dan kreasi desain arsitektur dalam bentuk *winery* dengan menyediakan program ruang yang erat dengan topografi, geografi, dan masyarakat lokal pembudidaya anggur, sehingga menimbulkan lokalitas dan identitas anggur secara utuh. Dalam proses mencapai tujuan tersebut, menerjemahkan elemen-elemen topografi dan ciri khas anggur menjadi suatu elemen desain yang membangun *sense of place* dan hanya dapat dirasakan melalui indera, sehingga meraih nilai kebaruan pada penelitian ini.

1.9 Kerangka Berpikir





Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Data Pribadi