

REDESAIN PUSAT KEBUDAYAAN KOREA SELATAN INDONESIA DI JAKARTA

REDESIGN KOREAN CULTURAL CENTER INDONESIA IN JAKARTA

Feny Fauziah Astuti¹, Ratri Wulandari S.T., M.Sc.², Mahendra Nur Hadiansyah S.T., M.Ds.³

^{1,2,3}Prodi S1 Desain Interior, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹fenyfauziah.3@gmail.com, ²wulandarir@telkomuniversity.ac.id, ³hadiansyah.mahendra@gmail.com

Abstrak

Hallyu merupakan fenomena menyebarnya budaya Korea Selatan ke seluruh dunia. *Korean Cultural Indonesia* dibawah naungan KOCIS (*Korean Culture and Information Service*) berdiri di Jakarta dengan tujuan untuk mengedukasi masyarakat Indonesia mengenai budaya Korea melalui pertukaran budaya guna meningkatkan branding negara Korea yang sesuai dengan visi-misi KOCIS. KCCI memiliki banyak program edukasi budaya yang dilaksanakan di KCCI ataupun diluar KCCI, program yang dilaksanakan di luar KCCI dikarenakan penyediaan fasilitas belum maksimal dan belum mencerminkan negara Korea, fasilitas yang tersedia memiliki kekurangan dari segi organisasi dan sirkulasi ruangnya. Dan juga, fenomena yang terjadi di dalam KCCI yaitu pola perilaku pengunjung yang datang ke area tertentu saja. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode campuran, dengan menggunakan observasi, dokumentasi, wawancara, pengukuran, dan studi pustaka pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan di dapat melalui hasil analisis terhadap fenomena dan masalah eksisting KCCI dan tahap pembuatan konsep serta pengembangan desain untu output desainnya. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan informasi kepada KCCI dalam memaksimalkan penyediaan fasilitasnya yang dapat meningkatkan branding negara Korea sesuai dengan visi-misi KOCIS melalui visualisasi budaya dalam ruang interior.

Kata Kunci: *Hallyu*, program, fasilitas eksisting, tujuan berdiri KCCI, visi-misi KOCIS

Abstract

Hallyu is a term for the increase in global popularity of South Korean culture across the world. *Korean Culture Indonesia* under *Korean Culture and Information Service (KOCIS)* was established in Jakarta to educate Indonesian people concerning Korean culture through culture exchange in order to increase South Korea branding in accordance with vision and mission of KOCIS. KCCI has some culture education programs held in or outside KCCI area. Such programs held outside KCCI area because the insufficiency of program facilities availability and lack of South Korea branding reflection. In addition, the available facilities are lack of spatial organization and circulation, and the visitor behavior that only visited certain areas also becomes a problem. This research conducted uses mixed method by observing, documenting, interviewing, measuring and conducting the literature review in data collecting phase. The conclusion is found by analyzing the existing phenomena and problems in KCCI area, creating concept and design improvement for design output. The aim of this research is informing KCCI to maximize in providing facilities which will increase South Korea branding in accordance with vision and mission of KOCIS through culture visualization in their design interior.

Keywords: *Hallyu*, program, existing facilities, establishment purpose of KCCI, vision and mission of KOCIS

1. Pendahuluan

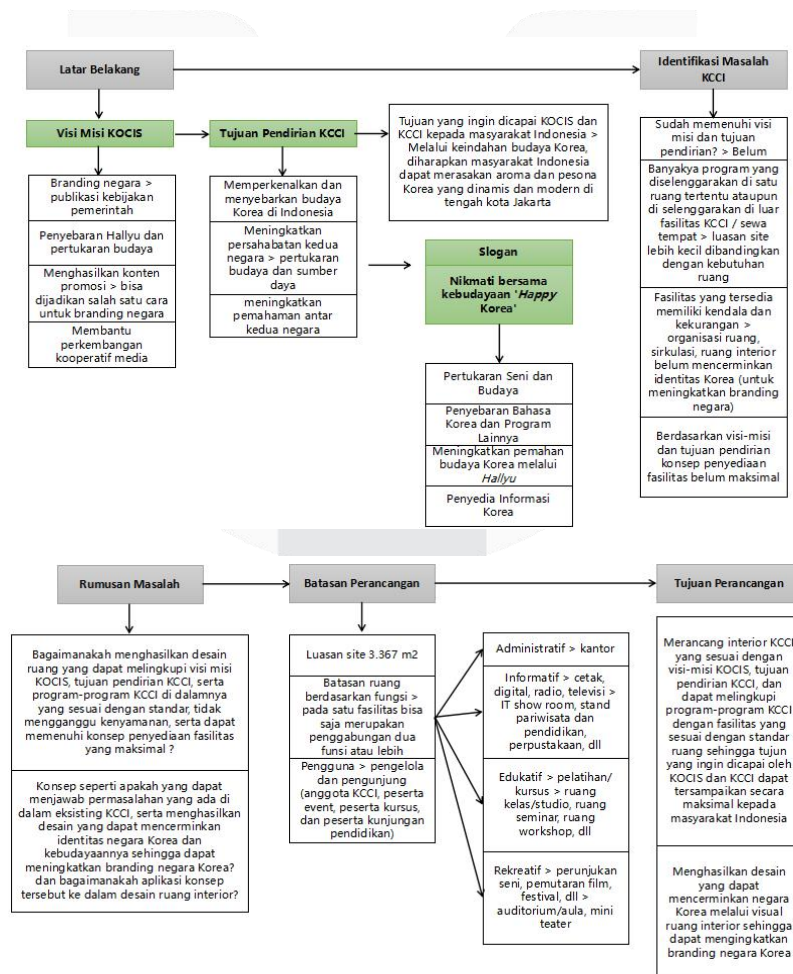
Hallyu, korean wave, atau kpop merupakan istilah yang diberikan untuk tersebarnya budaya modern/pop korea secara global ke seluruh negara di dunia yang dimulai pada tahun 1990-an. Kebudayaan modern korea menawarkan banyak jenis karya seni, yaitu ; musik, drama, film, dan variety show. Berawal dari kesuksesan produksi drama dan film hingga diekspor ke berbagai negara termasuk Indonesia, pengenalan hallyu merambah ke bidang musik yang hingga kini sangat berkembang pesat dan menjadikannya banyak digemari di Indonesia. Masuknya dan banyak di gemarinya budaya korea selatan di Indonesia menaikkan minat orang Indonesia untuk mempelajari budaya korea, tidak hanya karya-karya seni modern kontemporeranya saja, namun bahasa, seni tradisional, makanan, fashion, trend perawatan wajah dan *makeup*, pariwisata, olahraga, dan bahkan

pendidikannya. Saat ini sudah banyak didirikan pusat bahasa korea ataupun tempat kursus bahasa korea bagi yang ingin mempelajarinya, juga disamping kursus bahasa Korea, sudah banyak pembukaan kursus di bidang seni lainnya, seperti kursus tari modern dan tradisional, musik, kuliner, kerajinan tangan, dsb.

Pusat kebudayaan Korea Selatan Indonesia telah berdiri di Jakarta, lebih tepatnya di gedung equity tower lot 9 lantai 17, jalan Jendral Sudirman kav. 52-53, Jakarta. *Korean Cultural Center* berada dibawah naungan KOCIS (pelayanan informasi dan kebudayaan Korea : *Korean Culture and Information Service*) yang dibentuk oleh kementerian kebudayaan, olahraga, dan pariwisata Korea dan berafiliasi dengan Kedutaan Besar Republik Korea untuk Indonesia. Berdirinya KCCI ditujukan untuk menyebarluaskan kebudayaan Korea guna meningkatkan branding negara Korea yang sesuai dengan visi-misi KOCIS melalui *Hallyu* , dapat dijadikan wadah pertukaran budaya agar meningkatkan persahabatan antar negara dan juga pemahaman mengenai kedua negara, dan melalui keindahan budaya Korea, diharapkan masyarakat Indonesia dapat merasakan aroma dan pesona Korea yang dinamis dan modern di tengah kota Jakarta.

Korean Cultural Center Indonesia yang mengusung slogan '*Happy Korea*' memiliki banyak program untuk mengenalkan budaya Korea, serta sebagai tempat pertukaran budaya Korea-Indonesia dengan memadukan persamaan budaya kedua negara. Pada eksisting *Korean Cultural Center* ditemukan beberapa kekurangan dan kendala utama yang diantaranya yaitu : banyaknya program yang diselenggarakan di satu ruang tertentu ataupun di selenggarakan di luar fasilitas *Korean Cultural Center* / sewa tempat yang berarti luasan site lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhan ruang, fasilitas yang tersedia memiliki kendala dan kekurangan yang meliputi organisasi ruang, sirkulasi, ruang interior belum mencerminkan identitas Korea (untuk meningkatkan branding negara), berdasarkan visi-misi dan tujuan pendirian konsep penyediaan fasilitas belum maksimal, dan pola perilaku pengunjung KCCI yang hanya mengunjungi area tertentu saja.

Redesain *Korean Cultural Center* bertujuan untuk menciptakan desain ruang pusat budaya Korea yang dapat melingkupi program-programnya sesuai dengan tujuan berdirinya dan visi-misi pusatnya yang mencerminkan identitas negara Korea guna mempermudah kegiatan budaya atau aktivitas yang terjadi di dalamnya.



2. Kajian Literatur

A. Definisi

Pusat kebudayaan : Tempat membina dan mengembangkan kebudayaan. bertanggungjawab untuk mengendalikan dan merancang kegiatan kebudayaan dan kesenian.

B. Klasifikasi

Terdapat klasifikasi pusat budaya yaitu pusat budaya lokal dan pusat budaya asing. Persamaan dari pusat budaya lokal dan pusat budaya asing yaitu berada dibawah naungan instansi pemerintah. Perbedaannya pada klasifikasi ini ialah yang pertama pusat budaya lokal merupakan pusat budaya lokal sarana pengenalan dan edukasi budaya sampai dengan tahap penciptaan karya, sedangkan pada pusat kebudayaan asing hanya pengenalan dan edukasi budaya saja.

C. Standarisasi

Standar Fungsi Pusat Kebudayaan : Administratif, rekreatif / hiburan : Pertunjukan seni, pemutaran film, festival, pameran, dll, informatif : Media cetak, digital, radio, televisi, dll, edukatif / Pendidikan : Formal : Kursus, seminar, workshop, Informal : Performing art

Fasilitas Standar Pusat Budaya

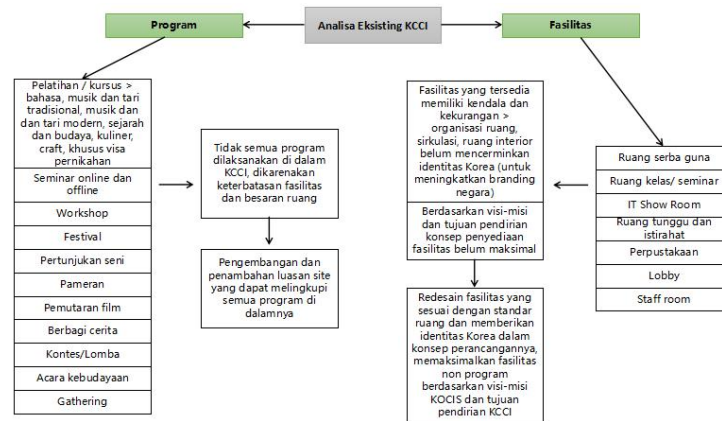
1. Kantor > fungsi administratif
2. Perpustakaan > berisi buku dan majalah terbitan negara asal, dvd film, dll
3. Kelas kursus atau pelatihan > fungsi edukatif
4. Galeri seni > sebagai area pamer karya populer
5. Auditorium / Ruang pertunjukan

Aspek dan Pertimbangan Perancangan Pusat Kebudayaan Asing di Suatu Negara

1. Visi misi mengenai pendirian pusat budaya dari negara asal budaya tersebut
2. Visi misi kedutaan besar > pusat budaya di negara lain
3. Budaya, seni, dan tradisi apa yang ingin dikenalkan kepada publik
4. Aktivitas secara rinci > Aktivitas harian, mingguan, bulanan, dan tahunan (jika memiliki kerjasama di bagian apa saja dan menghasilkan aktivitas apa), lihat kapasitas orang per aktivitas
5. *Chart Organization* > Struktur organisasi pusat budaya asing di negara lain
6. Pertimbangan site/ lokasi pusat budaya : terletak di pusat kota, aksesibilitas mudah, lingkungan mendukung/sesuai dengan karakter bangunan dan isi bangunan (tidak ditengah-tengah pemukiman)

D. Aturan Pendukung

1. Perpustakaan > UUD No. 43 tahun 2007
2. Visi-misi KOCIS
3. Ruang Administrasi > Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 33 Tahun 2008
4. Persyaratan Ruang Interior Gedung Equity Tower > *Fit Out Guideline Equity Tower, Cushman and Wakefield*



3. Konsep Perancangan Desain Interior

Hallyu

Melihat dari tujuan berdirinya KCCI yaitu untuk mengenalkan dan menyebarkan seni dan budaya Korea, berdasarkan fenomena yang ada, masyarakat Indonesia mulai mengenal seni dan budaya Korea melalui *hallyu*, atau yang disebut juga gelombang Korea, di dalamnya terdapat dua produk utama, yaitu : K-drama dan K-pop

K-drama ialah istilah drama televisi Korea dalam format miniseri yang di produksi dalam bahasa Korea. Drama Korea memiliki dua genre utama yaitu yang pertama seperti opera sabun barat dengan plot pendek yang biasanya melibatkan konflik hubungan percintaan, bisnis, keluarga, dsb. Biasanya memiliki 16-100 episode tidak lebih dari 200 episode. Genre yang kedua ialah mengenai drama sejarah Korea atau yang disebut dengan *Sageuk*, drama *sageuk* sendiri dibagi menjadi dua yaitu *pure sageuk* dan *fusion sageuk*.

Indonesian Culture

Untuk mengaplikasikan pertukaran budaya ke dalam ruang interior KCCI, maka harus terdapat unsur budaya Indonesia yang dimasukkan ke dalamnya. Indonesia merupakan negara yang kaya akan kebudayaannya, ada budaya yang ingin Indonesia kenalkan secara lebih luas kepada masyarakat luar negeri, dan juga ada budaya Indonesia yang sudah populer dikalangan masyarakat luar negeri. Salah satu budaya Indonesia yang merupakan warisan budaya dunia tak benda yaitu batik, batik merupakan warisan budaya Indonesia yang ingin Indonesia kenalkan secara lebih luas kepada masyarakat luar negeri dan juga merupakan warisan budaya Indonesia yang cukup populer di Korea Selatan.

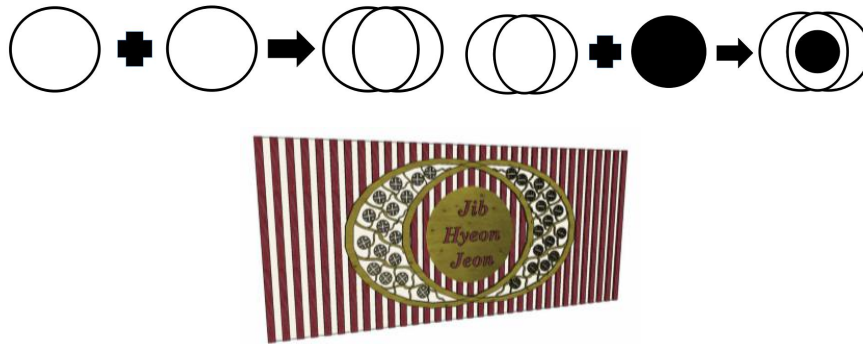
Budaya Indonesia yang dikenal di Korea salah satunya ialah batik, selain itu batik juga merupakan aset budaya Indonesia yang ingin teruskan Indonesia kenalkan kepada masyarakat luar negeri. Ada beberapa motif batik Indonesia yang terkenal di luar negeri, seperti batik mega mendung, batik sogan, batik tujuh rupa, batik kawung, batik parang, batik sekar jagad, batik priyangan, batik madura, dll.

Alasan Pemilihan Motif Batik

Batik sekar jagad merupakan salah satu batik Indonesia yang populer tidak hanya di Indonesia tetapi juga di luar negeri. Batik sekar jagad memiliki makna berasal dari kata *sekar* (bahasa Jawa) yang artinya bunga, dan *jagad* adalah dunia, alam semesta, sehingga motif sekar jagad ini menggambarkan keanekaragaman dunia bunga dan tumbuhan (Nian S. Djoemena: 15)

Inti dari makna yang disampaikan corak sekar jagad adalah keanekaragaman, baik yang terdapat di Indonesia maupun seluruh dunia. Batik sekar jagad juga menampilkan makna kecantikan serta keindahan sehingga memesonakan siapapun yang melihatnya.

Transformasi dan Makna Bentuk



Makna dari motif baku yang dibuat ialah:

1. Dua buah lingkaran berisian mewakili dua buah negara yaitu Indonesia dan Korea Selatan, berisian berarti adanya hubungan atau pertemuan dua buah negara
2. Lingkaran di tengah memiliki makna pertukaran budaya Indonesia dengan Korea Selatan, melambangkan bersatunya atau saling memahami/ sama-sama belajar mengenai budaya satu sama lainnya. (dikembalikan pada tujuan berdirinya KCCI yaitu agar terjadinya pertukaran budaya di KCCI)

Makna dari isen-isen/ elemen pengisi motif baku yang dibuat ialah:

1. Bentuk bundar dengan bentuk pengulangan siku di dalamnya mewakili bentuk motif khas Korea Selatan
2. Garis-garis penghubung dikembalikan ke bentuk asal motif sekar jagad

Capaian Suasana

Korean Cultural Indonesia berada di dalam bangunan tinggi yaitu gedung Equity Tower. Gedung equity Tower merupakan bangunan tinggi yang merupakan area kantor sewa dengan berbagai macam fasilitas modern yang juga mengedepankan akses teknologi di dalam bangunannya. Sehubungan dengan adanya keterikatan bangunan eksisting dan ruang interior, maka capaian suasana pada desain akan berorientasi pada bangunan eksisting dan tema konsep yang diangkat untuk menciptakan keterikatan visual.

Penerapan Suasana

Penerapan suasana dibagi menjadi dua, yang pertama yaitu penerapan budaya K-pop dan K-drama yang dibagi menjadi Korea tradisional dan Korea masa kini. di lantai 17, dan yang kedua penerapan budaya yang ada di K-drama di lantai 18. Dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Korea Tradisional

Terinspirasi dari drama Korea yang mengangkat kisah dari kehidupan masa lampau, di dalamnya dibuat setting suasana masa lampau, salah satu tempat bersejarah yang sering dijadikan tempat shooting untuk drama sejarah Korea ialah salah satunya Gyeongbokgung Palace. Selain sering dijadikan untuk tempat shooting drama sejarah, Gyeongbokgung Palace juga merupakan tempat wisata yang menjadi tempat wajib untuk dikunjungi oleh wisatawan luar negeri. Dengan begitu, dapat ditarik kesimpulan Gyeongbokgung Palace merupakan salah satu tempat yang menarik. Aplikasi dalam desain KCCI sebagian besar terinspirasi oleh Gyeongbokgung Palace. Perpaduan antara warna merah dan hijau, detail bangunan, serta elemen dekoratif di dalamnya dapat menghadirkan suasana Korea tradisional yang dapat menarik pengunjung untuk masuk ke dalamnya.

Tidak lupa memasukkan unsur budaya Indonesia di dalamnya, pada lantai 18 diaplikasikan transformasi bentuk motif sekar jagad yang telah dibuat. Pengaplikasiannya terdapat pada backdrop perpustakaan dan stand pariwisata, bentuk area baca lesehan, serta elemen dekoratif pada bagian kantor.

2. Korea Masa Kini

Terinspirasi dari K-Pop yang digandrungi oleh kalangan muda saat ini, dalam music video K-pop yang populer saat ini ialah setting suasana dalam ruang yang dapat menonjolkan pengguna yang ada di dalamnya, dan juga mendukung konsep yang diusungnya. Aplikasi pada desain interior KCCI yaitu penggunaan warna yang kontras, bentuk simple berulang, motif batik sebagai aksesoris, dan juga dipadukan dengan suasana interior yang modern dan hi-tech. Bertujuan untuk dapat menarik pengunjung agar masuk ke dalamnya.

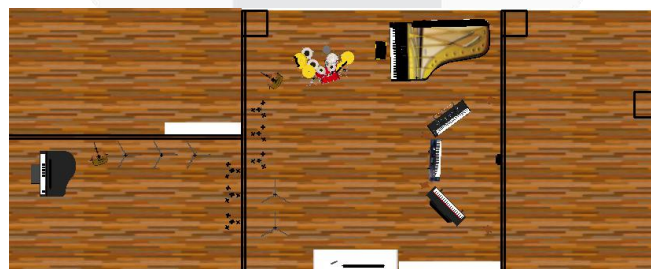


4. Konsep Perancangan Denah Khusus

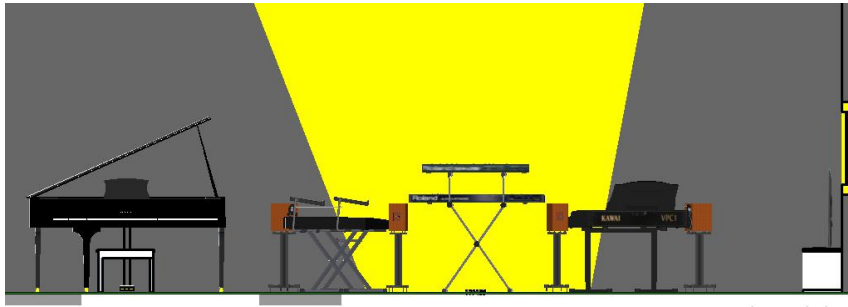
Dalam perancangan KCCI dipilih denah khusus yang dapat menggambarkan aktivitas utama di dalam KCCI, area yang dapat mewakili identitas Korea dan apa yang ingin dikenalkan oleh KCCI kepada masyarakat Indonesia, serta area baru yang menjadi saran perencanaan interior KCCI.

Denah khusus tersebut ialah sebagai berikut :

1. Yang pertama seluruh kelas (kelas bahasa, kelas tari, kelas musik tradisional, kelas vokal, kelas craft, dan rehearsal studio), dan perpustakaan sebagai gambaran aktivitas utama KCCI yaitu edukasi budaya Korea. Pada eksisting ruang kelas yang ada hanyalah kelas bahasa saja, namun untuk penyesuaian dengan program-program yang ada, sehingga ada penambahan ruang kelas yang disesuaikan dengan program. Area perpustakaan pada eksisting memiliki sedikit ruang untuk area baca, sehingga pada perancangan banyak penambahan area baca lesehan yang disesuaikan dengan tema Korea tradisional. Peletakan kelas dan perpustakaan / area edukasi dibedakan berdasarkan aktivitas, untuk aktivitas yang membutuhkan ketenangan dan konsentrasi ditempatkan di lantai 18 , seperti kelas bahasa dan seluruh area perpustakaan. Sedangkan aktivitas yang mengeluarkan suara di tempatkan di lantai 17.



Gambar Tampak Atas Area Kelas Lantai 17



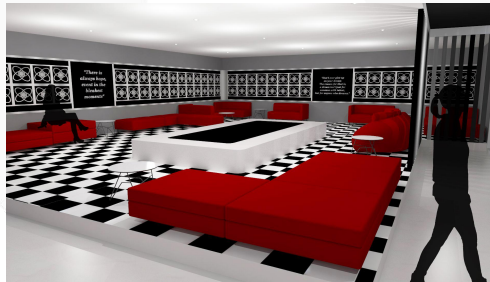
Gambar Tampak Rehearsal Studio

- Yang kedua ialah IT show room yang berada di lantai 17 mencakup tiga area yaitu area menonton TV, area game, dan music lounge. IT show room merupakan area yang dapat mewakili apa yang ingin Korea kenalkan kepada masyarakat Indonesia. Pada eksistingnya tiga aktivitas tersebut (main game, menonton tv, dan mendengarkan musik) tidak terdapat adanya pemisahan, sehingga disesuaikan kembali dengan fungsi dan juga untuk kenyamanan melakukan aktivitas dilakukan pemisahan area untuk yang masih satu lingkup.



Gambar IT Show Room Area TV

- Music Lounge yang merupakan bagian dari IT show room merupakan gagasan perencanaan baru (pada eksisting KCCI tidak ada pemisahan aktivitas yang berbeda/ aktivitas berbeda dalam satu ruang). Kelas-kelas selain kelas bahasa juga merupakan area penambahan, karena pada eksisting program-program yang berkaitan dilakukan di ruang serba guna ataupun diluar KCCI.



Gambar IT Show Room Music Lounge

- Perpustakaan, pertimbangan pemilihan perpustakaan sebagai denah khusus ialah dilihat dari hasil wawancara minat pengunjung terhadap perpustakaan KCCI ialah yang paling besar dibandingkan dengan fasilitas lainnya, serta pengembangan area perpustakaan yang menonjolkan Korea Tradisional.





5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Redesain Korean Cultural Center Indonesia di Jakarta bertujuan untuk mewujudkan tujuan berdirinya KCCI di Indonesia serta merepresentasikan visi dan misi KOCIS dengan konsep penambahan fasilitas yang disesuaikan dengan kebutuhan program-program yang ada, dan juga dengan konsep ruang terbuka agar pengunjung yang datang ke KCCI dapat merasakan suasana yang *welcome* yang diwujudkan dengan tema ruang Korea tradisional dan masa kini yang diakulturisasikan dengan warisan budaya Indonesia yaitu batik.

Sebagai wujud dari pertukaran budaya Indonesia-Korea tema yang diaplikasikan dalam redesain KCCI sebagai bentuk desain visualnya ialah akulturasi budaya. Disesuaikan dengan fenomena dan pengunjung yang merupakan kalangan muda, aplikasi tema pada konsep berkaitan dengan budaya populer atau *hallyu* yang memiliki dua produk utama yaitu K-pop dan K-drama menghasilkan kesimpulan yaitu Korea tradisional dan masa kini. Sedangkan sebagai salah satu budaya Indonesia yang populer di dalam dan luar negeri, batik yang merupakan warisan budaya Indonesia menjadi pertimbangan sebagai perwakilan salah satu budaya Indonesia yang dapat diakulturisasikan dengan budaya Korea.

Konsep penambahan fasilitas diwujudkan melalui penambahan luasan menjadi dua lantai. Konsep ruang terbuka diwujudkan melalui aplikasi organisasi ruang dan sirkulasi, pemakaian material transparan untuk menciptakan ruang namun terkesan terbuka, serta pemilihan warna pada visual ruang. Dengan bergitu, diharapkan redesain KCCI ini dapat mewujudkan tujuan KCCI dan visi misi KOCIS, memenuhi kebutuhan fasilitas dan program, serta menarik minat pengunjung untuk datang ke KCCI.

Saran

1. Saran penulis untuk Korean Cultural Center Indonesia ialah baik dalam perancangan interior pusat budaya asing, untuk lebih memunculkan identitas negara Korea di dalam ruang interior, dan juga dapat dipertimbangkan tujuan berdiri KCCI, misalnya salah satu tujuan berdirinya KCCI ialah untuk pertukaran budaya, pertukaran budaya dapat diaplikasikan ke dalam ruang interior, sehingga ketika melakukan kegiatan di dalamnya selain dapat merasakan interior ala Korea, juga bisa merasakan pertukaran budaya melalui akulturasi budaya Indonesia-Korea yang diwujudkan dalam ruang interior.
2. Hasil redesain ini diharapkan semoga perancangan ini dapat bermanfaat bagi Korean Cultural Center Indonesia dari hal desain maupun fungsi untuk menjawab permasalahan terkait belum maksimalnya ketersediaan fasilitas dan memunculkan identitas Korea dalam desain ruang interior KCCI.

Daftar Pustaka

1. Ministry of Culture, Sports and Tourism. 2011. *K-Pop: A New Force in Pop Music*. Seoul: Korean Culture and Information Service
2. Tower, Equity. 2018. "Rules and Regulation Equity Tower", <http://www.equitytower.co.id/house-rules.php>, diakses pada 06 Maret 2018 pukul 15.23.
3. Seoul, KBRI. 2017. "Korea Selatan", <https://www.kemlu.go.id/seoul/lc/Pages/Korea-Selatan.aspx>, diakses pada 06 Juni 2018 pukul 20.13.
4. Admin, RBI. 2013. "Rumah Budaya Indonesia Angkat Kekayaan Lokal ke Dunia Internasional", <https://rumahbudayaindonesia.sg/rumah-budaya-indonesia-angkat-kekayaan-lokal-ke-dunia-internasional/>, diakses pada 7 Mei 2018 pukul 19.13.