PLACEMAKING PADA *STREET COFFEE* DI KOTABARU, YOGYAKARTA DALAM MENGHIDUPKAN RUANG PUBLIK

Adinda Murnisa Parwati[1], Handoyotomo[2], dan Adrienne Arsya Haryadi[3]
[1,2,3]Jurusan Arsitektur, Universitas Islam Indonesia
[1]Surel: 22512035@students.uii.ac.id

ABSTRAK*: Street coffee di Kotabaru, Yogyakarta merupakan bentuk penghidupan ruang publik di lingkungan perkotaan. Aktivitas ini memanfaatkan trotoar dan area pinggir jalan sebagai tempat nongkrong berbagai kalangan, terutama anak muda. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi langsung dan wawancara terhadap penjual dan pengunjung street coffee. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi aktivitas placemaking street coffee dalam menghidupkan ruang publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan street coffee di Kotabaru mampu menghidupkan ruang publik melalui elemen placemaking, yaitu aksesibilitas yang mudah, kenyamanan yang mendukung aktivitas nongkrong, serta interaksi sosial pengunjung. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kawasan ini mengalami transformasi dari area yang relatif sepi menjadi pusat aktivitas sosial pada malam hari, didukung oleh faktor digitalisasi dan promosi melalui media sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa street coffee berkontribusi dalam menghidupkan ruang publik secara adaptif, melalui kemampuan penjual menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan, serta secara partisipatif, melalui keterlibatan pengunjung dalam menciptakan suasana ruang publik. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam perencanaan kota dengan mengakomodasi fenomena street coffee sebagai bagian dari penghidupan ruang publik.*

Kata kunci: *aktivitas, placemaking, ruang publik, street coffee*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu bagian penting dalam penciptaan tempat atau *placemaking* adalah penataan ruang publik (Wardhani, 2023). *Placemaking* di wilayah perkotaan merupakan pendekatan holistik yang mendorong transformasi kolaboratif ruang publik menjadi tempat yang semarak, inklusif, dan menarik (Pappa, 2023). *Placemaking* merupakan konsep menyeluruh sekaligus pendekatan praktis untuk memperbaiki lingkungan, kota, atau kawasan, yang mendorong masyarakat untuk bersama-sama menata ulang dan menghidupkan kembali ruang publik sebagai inti dari setiap komunitas (pps.org, 2023).

Sebagai kota pelajar yang kaya akan budaya, Yogyakarta menawarkan lebih dari sekedar keindahan alam dan warisan sejarahnya (Pratama, 2019). Kota ini juga terkenal sebagai surga bagi para penggemar kopi, dengan kafe dan kedai kopi yang tersebar hampir di setiap sudut. Salah satu tren yang kian digemari adalah *street coffee bar*, yaitu konsep kedai kopi di pinggir jalan yang menghadirkan suasana santai sambil menikmati pemandangan lalu lintas. Hal ini menjadi cara tersendiri bagi anak muda, khususnya Gen-Z, untuk melepas penat (Lika, 2024). Hal ini menjadi contoh nyata dari konsep *placemaking*, di mana tempat tersebut kini menjadi ramai dengan banyak orang yang nongkrong atau berkumpul.

Salah satu Lokasi yang menarik perhatian adalah Jalan I Dewa Nyoman Oka, Kotabaru, Yogyakarta. Jalan ini merupakan ruang jalan yang relatif sepi, namun jalan ini telah berkembang menjadi tempat nongkrong bagi anak muda dengan adanya aktivitas *street coffee*. Penggunaan ruang jalan ini sebagai tempat nongkrong dan bersosialisasi mencerminkan keberhasilan *placemaking* dalam menciptakan ruang publik.



Gambar 19 Lokasi Penelitian Jl. I Dewa Nyoman Oka
Sumber: Peta diolah oleh Penulis, 2024

Penelitian ini merupakan studi pertama yang mengeksplorasi *street coffee* di Kotabaru, Yogyakarta, dalam kerangka *placemaking* untuk menghidupkan ruang publik. Perspektif yang ditawarkan pada penelitian ini terletak pada analisis elemen-elemen *placemaking* seperti aksesibilitas, kenyamanan, aktivitas pengguna dan interaksi sosial. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur *placemaking* dan membuka jalan bagi studi lanjutan tentang pengaruh praktik serupa di kota-kota lain.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep *placemaking street coffee* di Kotabaru, Yogyakarta?
2. Bagaimana aktivitas *street coffee* di Kotabaru, Yogyakarta dalam menghidupkan ruang publik?

Tujuan Penelitian

Dari permasalahan di atas maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Memahami bagaimana konsep *placemaking street coffee* di Kotabaru, Yogyakarta.
2. Memahami bagaimana aktivitas *street coffee* mampu menghidupkan ruang publik.

Batasan

Batasan area penelitian difokuskan pada Jl. I Dewa Nyoman Oka di Kotabaru, Yogyakarta, sebagai objek kajian. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Oktober hingga November 2024, dengan fokus pada aktivitas yang berlangsung pada malam hari untuk menangkap suasana dan interaksi sosial pada jam-jam puncak kegiatan *street coffee*. Subjek penelitian mencakup pelaku *street coffee* yaitu penjual dan pengunjung, dengan pengalaman dan interaksi sosial mereka dalam menganalisis peran *street coffee* dalam menghidupkan ruang publik.

KAJIAN PUSTAKA

Placemaking

Placemaking merupakan langkah awal dalam pengembangan ruang yang tidak digunakan secara aktif atau belum dimanfaatkan secara maksimal, sehingga dapat digunakan kembali oleh masyarakat umum. Perencanaan kawasan harus mampu menciptakan rasa sejahtera dan pemahaman yang lebih baik terhadap lingkungan, yang tanpa disadari dapat memengaruhi kesejahteraan fisik, mental, dan sosial individu maupun Masyarakat (Nugroho, 2022). *Placemaking* berkaitan dengan pengembangan ruang publik sebagai aspek perilaku fisik, estetika, dan lingkungan. Gagasan ini berfokus pada proses penciptaan ruang yang relevan dan inspiratif bagi masyarakat umum (Alzahrani, 2017).

PPS adalah organisasi yang didirikan oleh Fred Kent pada tahun 1975 di New York, dengan fokus utama pada pengembangan *placemaking* di seluruh dunia. Selama lebih dari tiga dekade, organisasi ini telah mempromosikan konsep *placemaking* dan mendukung

komunitas di berbagai negara dalam penerapannya. Situs web PPS (www.pps.org) menjadi sumber informasi yang terbuka bagi siapa saja yang tertarik dengan proses pembuatan dan pengembangan "tempat." PPS bekerja sama dengan komunitas yang membutuhkan, menyediakan pengetahuan, keterampilan, dan strategi untuk mendorong perubahan berkelanjutan. Misi mereka dirangkum dalam motto: "Bersama-sama, kami menciptakan ruang publik berbasis komunitas di seluruh dunia" (Wyckoff, 2014).

Dalam *Project for Public Spaces* (PPS), terdapat empat aspek utama yang perlu diperhatikan untuk mencapai keberhasilan suatu tempat:

1. *Access & Linkage*: Mengacu pada karakteristik atau kemudahan akses yang menghubungkan lokasi dengan lingkungan sekitarnya, baik secara fisik maupun visual. Ini termasuk area seperti parkir yang memudahkan akses ke transportasi umum.
2. *Comfort & Image*: Berkaitan dengan kenyamanan beraktivitas dan pembentukan karakter atau citra positif suatu tempat. Faktor-faktor seperti keamanan, kebersihan, serta keberadaan fasilitas istirahat seperti tempat duduk yang mendukung kenyamanan menjadi aspek penting dalam menciptakan lingkungan yang menarik.
3. *Uses & Activities*: Menekankan pada berbagai aktivitas yang dapat dilakukan oleh pengunjung di tempat tersebut. Keberagaman kegiatan inilah yang menjadikan sebuah tempat istimewa, menciptakan ruang terbuka yang menarik untuk pengguna, dan mendorong mereka untuk kembali, sehingga meningkatkan nilai kawasan tersebut.
4. *Sociability*: Merujuk pada kemampuan suatu tempat untuk memfasilitasi interaksi sosial. Tempat yang hidup, ramai, dan aman untuk berkumpul dengan orang-orang terdekat dianggap sebagai pilihan yang ideal. Aktivitas yang berkelanjutan di tempat tersebut dapat meningkatkan rasa aman dan menciptakan suasana yang hidup.

Ruang Publik

Stephen Carr et al. (1992) mendefinisikan ruang terbuka publik sebagai ruang bersama yang diperuntukkan bagi masyarakat secara umum, di mana orang-orang dapat terlibat dalam berbagai ritual dan aktivitas fungsional dalam ikatan komunal, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam acara-acara berkala. Beberapa pernyataan dari para ahli mengenai ruang public, yaitu:

1. Ruang publik terletak di suatu kawasan kota yang belum berkembang dan mempunyai fungsi tertentu. Menurut Rapuano (1994), pengertian awal ruang terbuka kota merujuk pada area lahan yang dianggap tidak cocok untuk didirikan bangunan, sering kali berupa pagar keliling sehingga dapat diketahui keberadaannya. Selanjutnya ruang ini diartikan sebagai ruang yang mempunyai fungsi tertentu yang kualitasnya dapat dilihat dari komposisinya.
2. Ruang terbuka publik juga dilihat sebagai kegiatan sosial yang meningkatkan dan mempengaruhi kualitas hidup penduduk setempat. Menurut Carr (1992), kawasan ini berfungsi sebagai tempat berlangsungnya kegiatan fungsional dan seremonial, yang memungkinkan terjadinya interaksi antar individu atau kelompok dalam kegiatan sehari-hari atau kegiatan berkala.
3. Ruang publik merupakan komponen penting tata ruang kota, terutama di kawasan dengan tingkat aktivitas yang tinggi. Menurut Nazarudin (1994), ruang publik biasanya berupa lahan yang tidak dibangun dan terletak di lokasi yang strategis dengan arus lalu lintas yang tinggi, sehingga sering dimanfaatkan oleh masyarakat umum (Qausharina, 2022).

Aktivitas dan perilaku manusia dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia muncul karena setiap orang memiliki kebutuhan untuk memanfaatkan sumber daya tersebut. Menurut psikologi, manusia membutuhkan tempat untuk beraktivitas dan berinteraksi satu sama lain. Berbagai aktivitas, seperti berolahraga, berjalan-jalan, duduk santai, atau berkumpul bersama teman dan keluarga, dapat dilakukan di ruang publik (Ika, 2018).

Street Coffee

Kopi sudah menjadi minuman yang akrab bagi masyarakat Indonesia dan telah dikenal sejak lama. Sejak 1969, Belanda membawa bibit kopi dari Arab dan Afrika ke Indonesia untuk mulai dibudidayakan (Samsura, 2012). Tidak mengherankan jika masyarakat Indonesia begitu menyukai kopi. Minuman ini memiliki manfaat, seperti mengurangi rasa kantuk dan menjaga stamina. Selain itu, kopi juga memiliki aroma yang sangat harum dan khas. Berdasarkan data dari ICO (*International Coffee Organization*), Indonesia berada di peringkat keempat terbesar di dunia dalam hal produksi kopi, setelah Brazil dan Kolombia, dengan ekspor mencapai 0,38 juta ton. Sebagai komoditas yang menjanjikan, industri kopi di Indonesia terus berkembang dalam sepuluh tahun terakhir, dengan peningkatan produksi kopi olahan yang mendorong pesatnya pertumbuhan kedai kopi di seluruh negeri (Rahma, 2019).

Street coffee adalah kedai kopi yang berlokasi di pinggir jalan (Daulay, 2023). *Street coffee* biasanya menawarkan berbagai jenis kopi dengan harga yang terjangkau. Keunikan *street coffee* tidak memiliki bangunan secara permanen tetapi dengan gerobak yang ada untuk menjual kopinya. Meski fasilitas kurang memadai *street coffee* tetap ramai konsumen meskipun dengan konsep sederhana.

Aktivitas

Aktivitas merujuk pada kegiatan yang dilakukan oleh seseorang di berbagai bidang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "Aktivitas adalah kegiatan, usaha, pekerjaan, atau kekuatan dan ketangkasan serta kegairahan". Aktivitas merupakan bentuk kegiatan atau keaktifan, yang mencakup segala sesuatu yang dilakukan, baik itu kegiatan fisik maupun non-fisik. Dalam kehidupan sehari-hari, terdapat berbagai macam aktivitas, peristiwa, atau kesibukan yang dilakukan manusia. Dengan kata lain, aktivitas seseorang bergantung pada individu yang bersangkutan. Menurut Samuel Soeitoe dalam bukunya *Psikologi Pendidikan II*, kegiatan bukan sekadar rutinitas, tetapi juga dipandang sebagai sarana untuk mencapai atau melampaui tujuan (Kurniawan, 2018).

Interaksi Sosial

Interaksi sosial dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang harmonis. Ikatan sosial yang tercipta dapat terjadi antara individu dengan individu lainnya, antara satu kelompok dengan kelompok lainnya, atau antara kelompok dan individu. Selain itu, dalam interaksi ini terdapat simbol-simbol yang memiliki makna tertentu, yaitu sesuatu yang diberikan, diterima, dan digunakan oleh para pelaku interaksi tersebut (Dereifel, Florence, & Very, 2019). Interaksi sosial menjadi indikator utama dalam aktivitas sosial, di mana pada dasarnya kita saling bergantung satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan dasar. Kondisi ini mendorong terjadinya interaksi sosial dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, yang muncul melalui hubungan komunikasi, baik yang dilakukan secara sadar maupun tidak sadar, antara dua orang atau lebih. Tujuan dari interaksi ini adalah untuk saling mempengaruhi secara bertahap demi mencapai tujuan tertentu, baik dalam hubungan individu dengan individu maupun kelompok dengan kelompok (Rian & Nabila , 2022)

Pemetaan Perilaku (Behavioral Mapping)

Studi perilaku-lingkungan melibatkan empat dimensi utama, yaitu waktu, tempat (ruang), aktivitas, dan pelaku. Untuk menganalisis elemen-elemen tersebut, penelitian ini menggunakan metode pemetaan perilaku (*behavioral mapping*). Metode ini merupakan teknik observasi sistematis yang digunakan untuk merekam aktivitas individu atau kelompok di suatu ruang tertentu dalam jangka waktu tertentu (Prawesthi, 2020).

Dalam penelitian ini, menggunakan dua pendekatan pemetaan perilaku, yaitu:

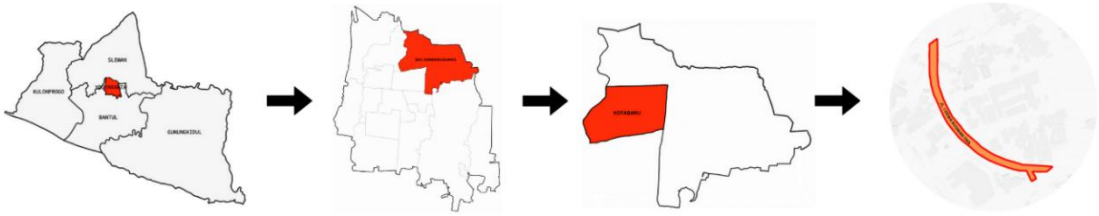
1. *Place-centered mapping* merupakan teknik yang bertujuan untuk memahami cara individu atau kelompok memanfaatkan, menggunakan, atau menyesuaikan diri dengan

aktivitas mereka pada lokasi dan waktu tertentu. Dalam penerapannya, peneliti perlu menggunakan peta dasar yang akurat sesuai dengan situasi atau area yang sedang diteliti. Proses ini dilakukan dengan menggambarkan simbol-simbol pada peta dasar tersebut.

2. *Person-centered mapping* merupakan teknik yang berfokus pada perjalanan individu dalam kurun waktu tertentu. Proses yang dilakukan adalah dengan berpartisipasi dalam kegiatan dan peristiwa yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang sedang diteliti. Pengamatan dilakukan dengan membuat sketsa dan gambar pada dasar peta.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian berada di Jl. I Dewa Nyoman Oka, Kotabaru, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek penelitian berfokus pada area di sepanjang Jalan I Dewa Nyoman Oka sebagai lokasi aktivitas yang melibatkan penjual dan pengunjung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober hingga November 2024 dan difokuskan pada aktivitas di malam hari. Untuk penjelasan lebih lanjut mengenai lokasi objek penelitian, dapat dilihat pada **Gambar 2**.

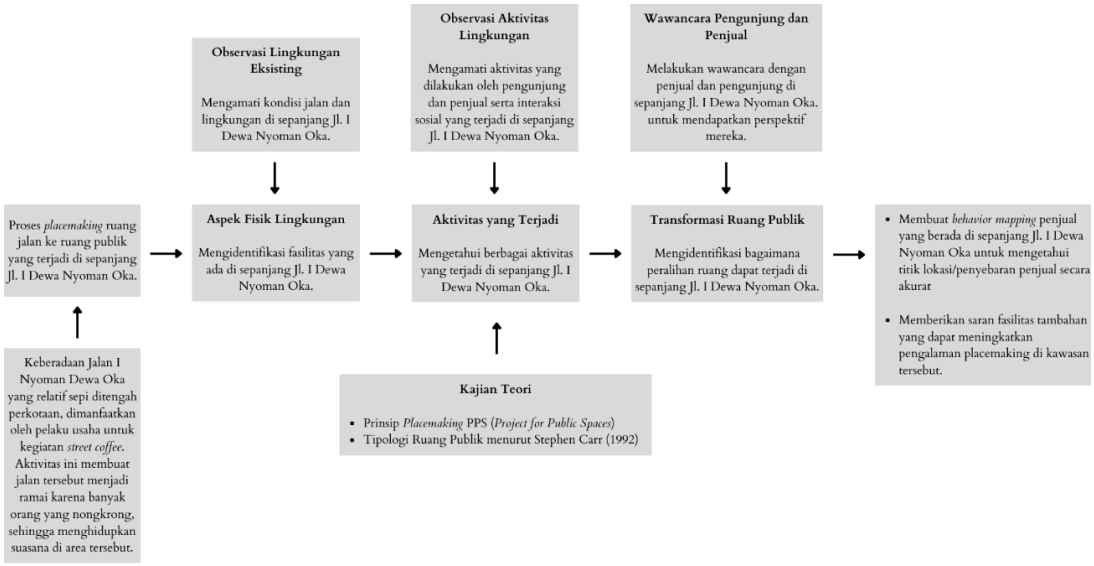


Gambar 20 Peta dan Lokasi Penelitian
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis, 2024

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap berbagai aktivitas, pelaku aktivitas, lokasi aktivitas, dan waktu terjadinya aktivitas di area sepanjang Jalan I Nyoman Dewa Oka. Metode analisis dilakukan dengan menggunakan *behavioral mapping*, yang bertujuan untuk mengetahui titik lokasi penjual secara akurat, sehingga dapat dipahami distribusi dan pola penyebarannya di sepanjang area tersebut. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai kontribusi *street coffee* dalam menghidupkan ruang publik, dengan melibatkan penjual dan pengunjung sebagai responden utama.

Teknik pemilihan responden menggunakan *purposive sampling*, di mana subjek penelitian ditentukan berdasarkan keterlibatan langsung mereka dalam aktivitas *street coffee*. Responden terdiri dari penjual yang telah beroperasi di area tersebut dan pengunjung yang sering atau pernah mengunjungi *street coffee*. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi panduan wawancara semi-terstruktur dan lembar observasi. Panduan wawancara berisi pertanyaan mengenai pengalaman, motivasi, serta persepsi penjual dan pengunjung terhadap keberadaan *street coffee*, sedangkan lembar observasi digunakan untuk mencatat pola penyebaran kedai penjual, distribusi pengunjung, serta interaksi yang terjadi di lokasi.

Aktivitas yang dilakukan dianalisis berdasarkan kriteria yang mendefinisikan konsep *placemaking* menurut *The Place Diagram* yang dikembangkan oleh PPS. Kriteria tersebut adalah: *access & linkage, comfort & image, user & activities,* dan *sociability*. Namun, fokus penelitian secara khusus adalah *variabel user & activities*, khususnya pada poin *property values* yang mencakup parameter *special, real, dan useful*, yaitu nilai-nilai yang membuat suatu tempat dikunjungi atau dianggap berharga oleh penggunanya. Selanjutnya, metode penelitian dan kajian isi mencakup elemen-elemen yang ditunjukkan pada **Diagram 1**.



Gambar 3 Diagram Alur Penelitian
Sumber: Analisis Penulis, 2024

Seperti yang ditunjukkan dalam Diagram 1, penelitian ini membahas proses *placemaking* di Jalan I Nyoman Dewa Oka, Kotabaru, Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan mengacu pada Prinsip *Placemaking* PPS (*Project for Public Spaces*) serta Tipologi Ruang Publik menurut Stephen Carr (1992). Tahapan penelitian diawali dengan observasi lingkungan eksisting untuk memahami kondisi fisik jalan dan lingkungan sekitarnya. Selanjutnya, dilakukan observasi aktivitas lingkungan guna mengidentifikasi kegiatan pengunjung dan penjual, serta interaksi sosial yang terjadi di lokasi. Penelitian juga melibatkan wawancara dengan pengunjung dan penjual untuk memperoleh perspektif mereka terkait aktivitas *street coffee*. Data yang terkumpul dianalisis berdasarkan dua aspek utama, yaitu aspek fisik lingkungan dan aktivitas yang terjadi. Aspek fisik mencakup fasilitas yang tersedia di sepanjang Jalan I Nyoman Dewa Oka, seperti trotoar dan area nongkrong. Sementara itu, aktivitas yang terjadi mencakup kegiatan seperti nongkrong, berdiskusi, atau menjual produk. Proses ini akhirnya mengarah pada transformasi ruang publik, di mana jalan berubah fungsi menjadi ruang yang melibatkan aktivitas sosial dan interaksi antarindividu. Sebagai hasil, penelitian ini menghasilkan *behavior mapping*, yaitu peta perilaku penjual untuk mengetahui distribusi lokasi dan penyebaran aktivitas. Selain itu, diberikan rekomendasi untuk menambahkan fasilitas tambahan, seperti tempat duduk, tempat sampah atau elemen pencahayaan guna meningkatkan pengalaman *placemaking* di kawasan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Area Pengamatan *Street Coffee*

Area pengamatan yang terletak di Jl. I Dewa Nyoman Oka, Kotabaru, Yogyakarta menjadi lokasi aktivitas *street coffee* yang berlangsung pada malam hari. Penelitian ini difokuskan pada malam hari karena pada waktu tersebut jalan ini ramai dengan keberadaan penjual *street coffee* dan banyaknya pengunjung yang nongkrong. Luasan area pengamatan mencakup seluruh ruas jalan yang digunakan oleh pelaku *street coffee* tanpa adanya perubahan fisik pada jalan tersebut.



Gambar 4 Area Amatan
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis, 2024

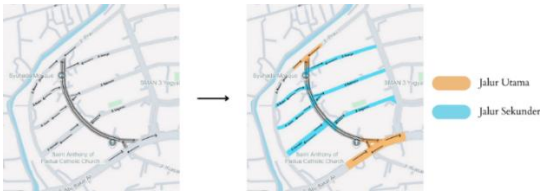
Jl. I Dewa Nyoman Oka terletak di kawasan perkotaan yaitu di Kotabaru, yang dikenal sebagai salah satu area dengan karakteristik bangunan berarsitektur kolonial (Aufelisa, 2024). Jalan ini memiliki lebar yang cukup untuk mendukung aktivitas *street coffee*, dengan trotoar yang digunakan sebagai tempat nongkrong bagi pengunjung. Lokasi ini tetap mempertahankan fungsinya sebagai jalan kendaraan, tetapi pada malam hari juga digunakan sebagai ruang publik yang hidup tanpa memerlukan perubahan fisik permanen.

Zonasi Aktivitas *Street Coffee*

Berdasarkan pengamatan di lokasi, *zoning* area *street coffee* ini dapat dibagi menjadi beberapa zona, yaitu:

1. Pola Sirkulasi

Pola sirkulasi di sekitar *area street* coffee di Jl. I Dewa Nyoman Oka menjadi salah satu faktor dalam mendukung keberlanjutan aktivitas di lokasi ini. Pola jalur utama dan sekunder memberikan aksesibilitas yang memadai bagi pelaku *street coffee*, mempermudah pengunjung untuk mengakses area tersebut.



Gambar 5 Pola Sirkulasi
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis, 2024

Berdasarkan **Gambar 4** yang menunjukkan pola sirkulasi di sekitar Jalan I Dewa Nyoman Oka, area ini memiliki pola jalur utama yang menghubungkan beberapa persimpangan. Akses utama berasal dari arah Jl. Abu Bakar Ali dan Jl. Prau menuju Jl. I Dewa Nyoman Oka. Selain itu, terdapat Akses sekunder yang berasal dari berbagai jalan kecil di sekitar area, seperti Jl. Merbabu, Jl. Ungaran, Jl. Lawu, Jl. Pattimura, Jl. Perahu, dan Jl. Sunaryo. Jalan-jalan kecil ini berfungsi sebagai penghubung antara jalur utama dengan kawasan perumahan, sekaligus memberikan akses tambahan bagi pengunjung yang datang ke area *street coffee*.

2. Zona Parkir

Adanya zona parkir memberikan kemudahan bagi pengunjung yang datang menggunakan kendaraan. Untuk memahami distribusi dan kondisi parkir di area ini, dilakukan pengamatan terhadap lokasi parkir, pola penggunaannya, dan dampaknya terhadap aktivitas di sekitar jalan.





a b c

Gambar 6: (a) Zona Parkir; **(b)** Situasi Parkir; **(c)** Situasi Parkir
Sumber: Google earth diolah oleh penulis; dokumentasi penulis, 2024

Berdasarkan **Gambar 6 (a)** menunjukkan zona parkir di sekitar Jalan I Dewa Nyoman Oka, parkir kendaraan mayoritas terletak di sepanjang sisi jalan utama. Kendaraan roda dua, seperti motor, umumnya di parkir di bahu jalan yang sudah diatur oleh petugas parkir, sementara mobil diparkir secara paralel di kedua sisi jalan dengan pengaturan yang juga dilakukan oleh petugas parkir. Namun, distribusi zona parkir yang tersebar ini menunjukkan bahwa parkir masih terorganisasi secara tidak resmi, bergantung pada inisiatif pengunjung dan penjual. Tidak ada area khusus yang ditetapkan untuk parkir, sehingga sewaktu-waktu terjadi penumpukan kendaraan di beberapa titik yang dapat mengganggu kelancaran aktivitas di jalan tersebut.

Zona parkir ini menunjukan aksesibilitas dalam mendukung keberhasilan ruang publik. Kehadiran parkir di sepanjang jalan utama memudahkan pengunjung menemukan tempat parkir. Namun, pengelolaan parkir yang kurang terorganisasi mencerminkan kurangnya optimalisasi prinsip pengelolaan ruang dalam teori PPS, yang juga menggarisbawahi pentingnya perencanaan dan pengelolaan ruang untuk menjaga kenyamanan dan keteraturan aktivitas publik.

3. Zona Penjual

Penempatan para penjual menjadi indikator bagaimana interaksi sosial dan ekonomi berlangsung di kawasan ini. Untuk itu, pengamatan dilakukan untuk memahami pola penyebaran penjual dan pengaruhnya terhadap ruang publik di lokasi tersebut. Berikut ini adalah distribusi zona penjual yang menunjukkan titik lokasi aktivitas jual beli berlangsung.



(a) (b)

Gambar 7: (a) Zona Penjual; **(b)** Zona Ramai Penjual
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis, 2024

Berdasarkan **Gambar 7 (a)** menunjukkan zona penjual di Jalan I Dewa Nyoman Oka, terlihat bahwa para penjual tersebar di sepanjang tepi jalan, dengan penumpukan yang lebih tinggi yang ditunjukan pada **Gambar 7 (b)**. Zona ini menjadi pusat aktivitas karena cenderung ramai pengunjung, menjadikannya lokasi strategis untuk para penjual *street coffee* dan jajanan lainnya. Ruang publik yang baik harus mampu mendukung berbagai aktivitas dan menarik perhatian orang untuk berkumpul. Kehadiran penjual yang tersebar di sepanjang jalan menciptakan daya tarik visual dan mendorong interaksi sosial karena adanya aktivitas yang berlangsung. Selain itu, keramaian yang terbentuk menjadikan area ini berfungsi sebagai tempat berkumpul yang hidup.

4. Zona Tempat Duduk Pengunjung

Keberadaan tempat duduk tidak hanya memberikan kenyamanan fisik bagi pengunjung, tetapi juga menjadi sarana untuk menikmati suasana. Tempat duduk ini menjadi ruang bagi pengunjung untuk berkumpul atau nongkrong sambil menikmati makanan atau minuman yang dipesan. Kehadirannya menciptakan suasana ramai yang mendukung kehidupan di lokasi *street coffee*.



(a) (b) (c) (d)

Gambar 8: (a) Zona Penjual; **(b)(c)(d)** Situasi Pengunjung
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis; Dokumentasi Penulis, 2024

Berdasarkan **Gambar 8 (a)**, zona tempat duduk pengunjung di Jalan I Dewa Nyoman Oka terdistribusi di sepanjang jalan, khususnya di area dekat lokasi penjual. Tempat duduk yang disediakan berupa bangku kecil atau tempat duduk sederhana, seperti tikar untuk lesehan, kursi plastik, atau kursi besi, yang memungkinkan pengunjung untuk duduk. Sesuai dengan teori PPS (*Project for Public Spaces*), elemen ini mencerminkan prinsip sociability, di mana ruang publik dirancang untuk mendorong interaksi sosial. Dengan adanya tempat duduk, area ini berhasil mengakomodasi kebutuhan pengunjung untuk bersantai sambil menikmati suasana *street coffee*, sehingga mendukung fungsi jalan ini sebagai ruang publik yang hidup.

Macam-macam Penjual di *Street Coffee*

Berdasarkan pengamatan, terdapat berbagai kedai penjual yang menyediakan beragam pilihan minuman dan makanan. Penjual di area ini terdiri dari mereka yang menetap di bangunan permanen, serta yang menggunakan mobil, bajaj, atau gerobak sebagai tempat berjualan. Para penjual juga menyediakan kursi kecil-kecil di area tempat mereka berjualan untuk tempat duduk para pembeli. Di Lokasi ini terdapat berbagai jenis penjual mulai dari pedagang kaki lima, angkringan, gultik, dan didominasi oleh penjual kopi. Penyebaran berbagai kedai penjual dapat dilihat pada **Gambar 8**.



Gambar 9 Pemetaan Lokasi Kedai Penjual
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis, 2024

Para penjual berada di tepi jalan, memanfaatkan trotoar sebagai area berjualan, sehingga membuat sepanjang jalan ini ramai dengan pengunjung yang datang untuk menikmati berbagai pilihan kopi dan makanan ringan. Peta ini memberikan gambaran mengenai distribusi aktivitas street coffee di lokasi tersebut, yang membantu memahami pola pemanfaatan ruang jalan di area ini. Berikut adalah daftar kedai penjual berdasarkan nomor yang ditampilkan pada **Gambar 10**.

No	Nama Kedai	Gambar Media Berjualan	No	Nama Kedai	Gambar Media Berjualan
1	Gultik 33		7	Happy Kopi	
2	SKW on Street		8	31 Bloc Coffee Street	
3	Wuzz coffee		9	Wilodi Coffee	
4	Angkringan Kobar		10	Fuze Klub	
5	Kopi Multatuli		11	Personaa Kopi	
6	Gultik Tengah Kota		12	Metropolitan Coffee	

Gambar 10 Daftar Kedai Penjual
Sumber: Analisis Penulis, 2024

Dari tabel tersebut, terlihat variasi yang mencerminkan keberagaman konsep yang diusung oleh setiap penjual, mulai dari gerobak sederhana, tenda, hingga kendaraan dengan desain unik. Keberagaman ini tidak hanya memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung, tetapi juga menunjukkan kreativitas para penjual dalam menyiapkan media berjualan yang menarik.

Aktivitas Penjual dan Pengunjung di *Street Coffee*

1. Aktivitas Penjual di *Street Coffee*

Berdasarkan hasil wawancara para penjual, mereka berdatangan dan menyiapkan tempat berjualan dengan waktu yang bervariasi tergantung pada hari dan lokasinya. Umumnya, para penjual mulai membuka lapak pada pukul 19.00 dan pada malam Minggu, penjual yang berada di dekat gereja cenderung mulai beraktivitas lebih malam, sekitar pukul 21.00 setelah kegiatan di gereja selesai, mengingat area yang mereka gunakan untuk berjualan dipakai sebagai tempat parkir pengunjung gereja. Aktivitas berjualan berlangsung hingga dini hari, dengan rata-rata penjual menutup lapaknya sekitar pukul 02.00. Area tersebut dapat dilihat pada **Gambar 11**.


(a)


(b)


(c)


(d)

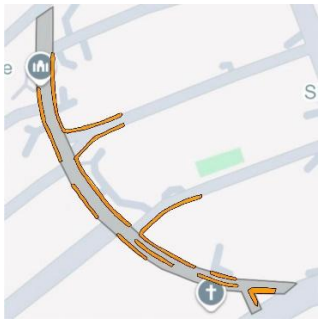
Gambar 11: (a) Penjual yang berada di Area Gereja, **(b) (c) (d)** Suasana Penjual
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis, Dokumentasi Penulis, 2024

Gambar 11 menunjukkan aktivitas penjual *street coffee* yang berlangsung pada malam hari. Aktivitas penjual yang melayani pengunjung, sementara pengunjung terlihat menikmati

suasana santai sambil berbincang atau menikmati hidangan. Berdasarkan *teori Project for Public Spaces* (PPS), Aktivitas ini menciptakan interaksi sosial. Area ini mencerminkan ruang publik yang hidup, yaitu keberadaan aktivitas yang beragam, suasana yang mendukung interaksi sosial, dan fleksibilitas dalam pemanfaatan ruang.

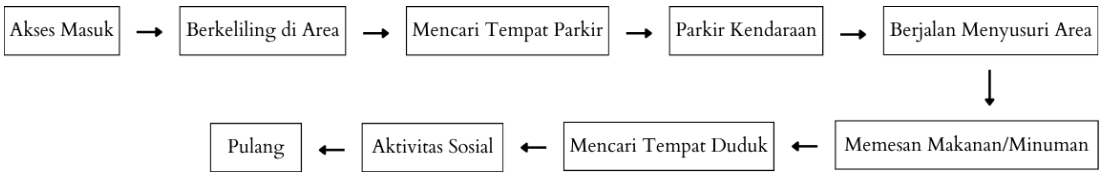
2. Aktivitas Pengunjung di *Street Coffee*

Berdasarkan hasil wawancara penjual, pengunjung mulai berdatangan pada pukul 19.00, bertepatan dengan mayoritas penjual mulai membuka lapaknya. Puncak keramaian yang terjadi mulai pukul 20.00 hingga tengah malam. Kepadatan pengunjung tergolong ramai setiap harinya, tetapi puncak keramaian terjadi pada malam Minggu. Setelah itu, jumlah pengunjung mulai berkurang sekitar pukul 01.00 hingga area tersebut menjadi sepi sekitar pukul 02.00. Kondisi yang sepi setelah pukul 02.00 ini sering dimanfaatkan oleh beberapa kelompok untuk mengonsumsi minuman keras.



Gambar 12 Titik Keramaian Pengunjung
Sumber: Google Earth diolah oleh Penulis, 2024

Alur aktivitas pengunjung di kawasan *street coffee* Jalan I Dewa Nyoman Oka ini dimulai dari akses masuk yang umumnya berasal dari jalan utama, seperti Jalan Abu Bakar Ali, atau Jalan Prau. Sesampainya di area ini, sebagian besar pengunjung cenderung berkeliling terlebih dahulu menggunakan kendaraan mereka untuk melihat suasana, mencari lokasi kedai yang menarik, dan mengamati ketersediaan tempat parkir di sekitar kawasan tersebut.



Gambar 13 Diagram Alur Aktivitas yang Terjadi
Sumber: Analisis Penulis, 2024

Setelah berkeliling dan menemukan lokasi yang diinginkan, pengunjung akan memarkir kendaraan mereka, biasanya di bahu jalan atau area parkir yang diatur oleh petugas. Setelah parkir, melanjutkan aktivitas dengan berjalan menyusuri area *street coffee*, baik untuk melihat-lihat, memilih kedai, atau langsung memesan makanan dan minuman. Pengunjung yang sudah memesan biasanya akan mencari tempat duduk yang nyaman di sekitar area kedai atau di trotoar, tergantung pada preferensi mereka. Aktivitas lain seperti mengobrol, membuat konten foto atau video, atau sekadar menikmati suasana malam juga dilakukan di sini. Menjelang tengah malam, pengunjung mulai meninggalkan lokasi secara bertahap, tetapi beberapa kelompok kecil biasanya tetap bertahan hingga dini hari untuk menikmati suasana yang lebih tenang.

Berdasarkan pengamatan, aktivitas pengunjung di lokasi ini meliputi kelompok orang yang asyik mengobrol sambil duduk, pengunjung yang berjalan untuk melihat-lihat kedai, pengunjung yang sedang membuat konten atau berfoto, serta mereka yang mengantri untuk membeli makanan atau minuman. Pengunjung tertarik datang karena variasi jajanan

yang ditawarkan dan lokasi yang berada di tengah kota, namun tetap memberikan pengalaman nongkrong di pinggir jalan yang tidak ramai. Dengan suasana seperti itu, lokasi ini menawarkan kenyamanan bagi pengunjung yang ingin bersantai sambil menikmati pemandangan orang dan kendaraan yang berlalu-lalang.

Awalnya, area ini hanya memiliki beberapa kedai kopi permanen yang menjadi tempat nongkrong bagi anak muda, terutama mereka yang suka berkumpul untuk memamerkan atau membuat konten dengan kendaraan motor dan mobil. Salah satu alasan mereka memilih lokasi ini adalah karena jalan raya tersebut relatif sepi, sehingga nyaman untuk berkumpul dan beraktivitas tanpa mengganggu lalu lintas. Aktivitas ini secara perlahan menarik lebih banyak pengunjung, yang pada akhirnya mendorong munculnya berbagai kedai tambahan yang berjualan menggunakan gerobak atau mobil, sehingga area ini berkembang menjadi pusat *street coffee* yang ramai.



Gambar 14 Suasana Pengunjung
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Keramaian pengunjung di area *street coffee* ini menciptakan suasana yang hidup, menggambarkan bagaimana ruang publik dapat dihidupkan melalui aktivitas jual beli yang kemudian mengundang banyak orang untuk nongkrong. Interaksi sosial yang terjadi di tempat ini tidak hanya memberikan kesenangan bagi pengunjung, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi para penjual. Kehadiran *street coffee* di Kotabaru menjadi bukti bagaimana ruang urban dapat dimanfaatkan secara kreatif untuk tempat berkumpul yang santai, terjangkau, dan mudah diakses. Namun, di balik keramaian tersebut, perlu perhatian terhadap pengelolaan kebersihan dan keamanan, terutama untuk mencegah penyalahgunaan area di luar jam operasional utama, seperti konsumsi minuman keras yang terjadi pada dini hari. Upaya ini penting untuk menjaga keberlanjutan dan fungsi lokasi sebagai ruang publik.

Tingkat Kepadatan Pengunjung di Area *Street Coffee*

Berdasarkan hasil wawancara dengan para penjual dan pengamatan langsung di lokasi, tingkat kepadatan pengunjung di area *street coffee* tergolong ramai setiap harinya. Meskipun demikian, puncak keramaian terjadi pada malam Minggu. Hal ini menunjukkan bahwa akhir pekan menjadi waktu favorit bagi pengunjung untuk menikmati suasana *street coffee*. Setiap kedai memiliki jumlah pengunjung yang bervariasi tergantung pada jenis makanan dan minuman yang mereka tawarkan. Beberapa penjual mengungkapkan bahwa mereka melayani sekitar 20 hingga 100 pengunjung setiap malam, sementara kedai yang menyediakan jajanan khas seperti gultik (gulai tikungan), dapat melayani hingga 80–100 porsi dalam satu malam. Penghitungan ini bahkan bisa melebihi angka tersebut jika dihitung per piring. Kepadatan ini tidak hanya mencerminkan tingginya minat pengunjung terhadap *street coffee* di Jalan I Dewa Nyoman Oka, tetapi juga menunjukkan adanya potensi ekonomi yang besar bagi para penjual.

Analisis Faktor Eksternal di Area *Street Coffee*

1. Perizinan Lokasi Penjual di Area *Street Coffee*

Berdasarkan wawancara, status legalitas penjual di area ini menunjukkan kompleksitas perizinan. Penjual legal yang memiliki izin beroperasi di kedai permanen dan mengikuti prosedur perizinan yang ditetapkan oleh pihak berwenang. Sementara itu, penjual ilegal tidak memiliki izin resmi, meskipun mereka tetap beroperasi meski pernah ditegur oleh Satpol PP. Penjual ilegal telah meminta izin kepada kelurahan dan gereja setempat, namun izin yang diberikan tidak jelas, tidak tegas, dan tidak berbentuk persetujuan maupun penolakan. Ketidakjelasan status penjual ilegal memberikan tantangan dalam tata kelola ruang publiK. Ketidakteraturan tersebut berpotensi menyebabkan masalah, seperti pelanggaran tata ruang dan potensi gangguan terhadap aktivitas legal di sekitarnya.

2. Dampak Hujan terhadap Aktivitas dan Operasional di Area *Street Coffee*

Saat hujan turun, pengunjung cenderung mencari tempat berteduh, baik di bawah tenda penjual atau area yang memiliki atap. Beberapa penjual tetap bertahan dengan menambahkan tenda tambahan untuk melindungi pengunjung dan barang dagangan mereka. Ada juga penjual yang sebelumnya hanya menggunakan tenda konvensional terlihat mulai beralih ke gerobak mobil. Pergantian ini dianggap lebih praktis karena gerobak mobil dapat melindungi dagangan dari hujan.

3. Peran Teknologi Digital dan Media Sosial dalam Meningkatkan Popularitas *Street Coffee*

Dalam era digital, media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube berperan dalam meningkatkan popularitas *street coffee* ini. Pengunjung kerap membagikan pengalaman mereka melalui foto dan video, yang menarik perhatian lebih banyak orang dan mendorong peningkatan jumlah pengunjung. Tren konten yang menampilkan suasana nongkrong, proses pembuatan kopi oleh barista, serta tampilan unik kedai semakin memperkenalkan kawasan ini. Digital *placemaking* turut memperluas jangkauan ruang publik ini secara virtual, mempercepat eksposur, dan membangun reputasi positif melalui ulasan pengguna. Selain itu, para pedagang juga memanfaatkan media sosial dan sistem pembayaran digital untuk mempromosikan usaha mereka, menjadikan *street coffee* tetap menarik dan relevan di era digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Konsep *placemaking* pada *street coffee* di Kotabaru, Yogyakarta, mencerminkan prinsip *Project for Public Spaces* (PPS) yang meliputi aspek aksesibilitas, kenyamanan, aktivitas, dan interaksi sosial. Berdasarkan hasil penelitian, area *street coffee* di Jalan I Dewa Nyoman Oka menunjukkan implementasi elemen-elemen ini secara nyata. Dari segi aksesibilitas, lokasi ini berada di kawasan strategis dengan akses utama dari Jalan Abu Bakar Ali dan Jalan Prau, serta akses sekunder melalui jalan-jalan kecil yang menghubungkan area ini ke perumahan warga di sekitarnya. Pola sirkulasi yang memadai memungkinkan pengunjung untuk berkeliling dengan mudah mencari kedai favorit dan tempat parkir. Sementara itu, zona parkir yang tersebar di sepanjang jalan utama memberikan kemudahan akses bagi pengunjung, meskipun pengelolaannya masih bersifat tidak resmi dan bergantung pada inisiatif individu. Selain itu, kenyamanan kawasan ini ditunjang oleh suasana malam, trotoar yang dimanfaatkan sebagai tempat nongkrong, serta fasilitas tempat duduk sederhana seperti kursi plastik, bangku kecil, dan tikar lesehan yang disediakan oleh penjual. Penggunaan ruang jalan tanpa perubahan fisik permanen menunjukkan adaptasi dalam menciptakan ruang publik. Aktivitas di kawasan ini sangat beragam, mulai dari nongkrong, berdiskusi, hingga membuat konten foto atau video, yang menjadi daya tarik tersendiri, terutama pada malam hari.

Aktivitas *street coffee* di Kotabaru berkontribusi dalam menghidupkan ruang publik melalui berbagai elemen *placemaking*. Transformasi ruang jalan menjadi ruang publik terlihat jelas, di mana jalan yang sebelumnya relatif sepi kini berubah menjadi pusat aktivitas malam.

Penjual memanfaatkan trotoar dan bahu jalan untuk berjualan, sementara pengunjung menghidupkan suasana melalui kegiatan sosial. Transformasi ini dilakukan tanpa memerlukan perubahan fisik permanen, menjadikan area ini sebagai ruang publik yang adaptif, yaitu melalui kemampuan penjual menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan atau lokasi. Selain itu, daya tarik ekonomi kawasan ini dengan keberagaman jenis penjual, mulai dari pedagang kaki lima hingga kedai kopi dengan konsep unik, yang menciptakan variasi pilihan bagi pengunjung. Tingginya tingkat kepadatan, terutama pada malam Minggu, menunjukkan potensi ekonomi yang besar bagi para penjual dan memperkuat daya tarik kawasan ini sebagai ruang interaksi ekonomi.

Aktivitas dimulai sejak pukul 19.00 dan mencapai puncak keramaian antara pukul 20.00 hingga tengah malam. Suasana kawasan ini tetap hidup hingga dini hari, menjadikannya bentuk penghidupan. Namun, meskipun memberikan dampak positif, terdapat tantangan yang perlu diatasi, seperti pengelolaan zona parkir, kejelasan legalitas bagi penjual, dan aktivitas non-produktif pada dini hari. Hal ini menegaskan pentingnya pengelolaan kolaboratif antara pemerintah, penjual, dan pengunjung untuk menjaga keberlanjutan ruang publik ini sebagai tempat yang nyaman dan aman.

Saran untuk aktivitas *street coffee* di Kotabaru, Yogyakarta:
1. Pihak yang berwajib dapat bekerja sama dengan komunitas penjual untuk mengatur zonasi area *street coffee*, sehingga setiap area memiliki fungsi yang jelas, seperti area berjualan, tempat duduk, parkir, dan sirkulasi pengunjung.
2. Pihak yang berwenang dalam perizinan kegiatan berjualan di lokasi tersebut dapat memperjelas status izin bagi penjual yang belum memiliki legalitas dengan adil dan tidak merugikan.
3. Diperlukan kesadaran bersama antara penjual dan pengunjung untuk menjaga kebersihan dan ketertiban area, terutama pada jam-jam larut malam. Penyediaan fasilitas seperti tempat sampah dapat mendukung hal ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alzahrani, A. (2017). Place-Making and its Implication for Social Value: A Comparison Study of Two Urban Squares in London. International Journal of Sustainable Development and Planning, 3.

Aufelisa, N. (2024). Kontinuitas Arsitektur pada Bangunan Adaptive Reuse di Kotabaru. Jurnal Arsir Universitas Muhammadiyah Palembang, 240.

Daulay, F. A. (2023). Street Coffee, Empat Kopi. Retrieved from lpmdinamika.co: https://lpmdinamika.co/ruanglensa/street-coffee-empat-kopi (accessed November 27, 2024).

Dereifel, A., Florence, D. L., & Very, Y. L. (2019). Interaksi Sosial Anggota Dewan dalam Penyusunan Peraturan Daerah DPRD Kabupaten Halmahera Selatan Provinsi Maluku Utara. ejournal.unsrat.ac.id, 5.

Ika, M. C. (2018). Pemanfaatan Komponen Ruang Publik yang Efektif pada Jalan Veteran-Jalan Bandung Kota Malang "The Effective Utilization of Public Space Elements at Veteran-Bandung Street". Eprint ITN Repository, 2.

Kurniawan, S. H. (2018). Aktivitas Pers Relation sebagai Upaya Memperbaiki Citra pada Bulog Divisi Regional Jawa Timur. UBHARA Repository, 17.

Lika, K. (2024). Fenomena Street Coffee Kota Baru yang Semakin Menggeru. Retrieved from voksradiojogja: https://voksradiojogja.com/2024/09/03/fenomena-street-coffee-kota-baru-yang-semakin-menggeru (accessed November 27, 2024).

Nugroho, M. I. (2022). Placemaking pada Kawasan Cagar Budaya Perum Peruri dengan Merepon Transit Oriented Development. Agora, 3.

Pappa, A. (2023). Placemaking Definition. Retrieved from Re-Dwell: https://www.re-dwell.eu/concept-definition (accessed November 27, 2024).

pps.org. (2023). What is Placemaking? Retrieved from pps.org: https://www.pps.org/article (accessed November 27, 2024).

Pratama, D. (2019). Optimasi Penyelesaian Traveling Salesmen Problem with Time Windows (TSP-TW) pada Rute Obyek Wisata di Provinsi D.I. Yogyakarta Menggunakan Algoritma Genetika Berbasis Android. academia.edu, 1.

Prawesthi, A. (2020). Pemetaan Perilaku (Behavioral Mapping) Pejalan Kaki dan Pesepeda di Kawasan. Semrestek, 3.

Qausharina, Z. (2022). Pemanfaatan Ruang Terbuka Publik Terhadap Aktivitas dan Perilaku Pengguna dengan Pendekatan Teori Physical Traces (Studi Kasus: Lapangan Blang Padang). repository ar-raniry, 4-5.

Rahma, I. H. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran D'Sastro Coffee. Jurnal Kommas, 2.

Rian , A., & Nabila , R. A. (2022). Interaksi Sosial Masyarakat Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid 19. Jurnal Prosiding Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Dharmawangsa, 2.

Samsura, D. (2012). Ngopi Ala Barista. Jakarta: Penebar PLUS+.

Wardhani, W. C. (2023). Elemen Creative Placemaking Pada Desain Ruang Publik Untuk Memperkuat Karakter Suatu Tempat. e-journal.trisakti.ac.id, 86.

Wyckoff, M. A. (2014). Definition of Placemaking: Four Different Types. Planning & Zoning News, 1.