

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah kamus yang berjudul *The American Heritage*, urban legend adalah kisah dimana kebenarannya diragukan yang melibatkan kejadian- kejadian di masa lalu, sering kali bertopik horor dan humor, yang dapat menyebar dengan cepat namun dapat diyakini kebenarannya oleh sebagian masyarakat. Menurut KBBI Legenda urban adalah sebuah mite ataupun legenda yang beredar dan dipercaya oleh sebagian besar masyarakat secara luas, yang biasanya berupa cerita misteri. Cerita *urban legend* sebagai bagian dari folklor merupakan cerita yang dipercaya nyata dan benar-benar terjadi. Cerita ini populer pada masyarakat perkotaan dan menggambarkan peristiwa yang aneh serta misterius yang disebarkan dari mulut ke mulut (Dorson & Richard M. 1968).

Di Indonesia, adat istiadat dari zaman nenek moyang masih dilestarikan dan dipercaya, kentalnya kebudayaan yang ada di Indonesia tersebut membuat sebagian besar masyarakat Indonesia percaya bahwa adanya makhluk lain selain manusia yang hidup di dunia, sehingga beberapa tempat yang ada di Indonesia dipercaya ditinggali oleh makhluk lain selain manusia. Menurut sosiologi masyarakat Indonesia menyukai dan penasaran hal-hal yang bersifat gaib dan mistis, tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap hal-hal yang berbau mistis sangat tinggi, terutama di pedesaan. Dalam berita harian online Kompas.com, Psikolog Klinis Veronica Adesla menyampaikan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia masih mempercayai cerita-cerita mistis karena mempunyai latar belakang budaya yang sesuai, selain itu adanya sensasi-sensasi yang muncul seperti perasaan tegang, penasaran dan rasa ingin tahu menjadi daya tarik dari kisah-kisah horor, hal ini dibuktikan dari larisnya film horor di bioskop Indonesia, berdasarkan data dari Filmindonesia.or.id, ada 5 film horor dari 10 film Indonesia yang tembus lebih dari 1 juta penonton tahun 2022 (per 18 September 2022).

Di Indonesia terdapat banyak urband legend, bebeapa urband legend paling populer seperti Kolor Ijo, urband legend yang terkenal di tahun 2003, awal mula kisahnya adakah dari kasus gadis yang di perkosa sesosok makhluk berbulu dan bertubuh besar memakai celana pendek berwarna hijau di daerah Bekasi. Kemudian ada Wewe Gombel, cerita Wewe Gombel telah ada sejak turun temurun, biasanya Wewe Gombol muncul menjelang magrib. Anak kecil dilarang keluar rumah setelah magrib, konon, kalua mereka keluar rumah setelah magrib, anak kecil tersebut akan diculik, untuk mentelamatkan anak kecil, warga biasanya beramai-ramai berkeliling desa dan memuluki pentungan atau beberapa perabotan rumah.

Dalam setiap kota pada umumnya memiliki urband legend tersendiri, termasuk di Kota Bandung. Kota Bandung adalah salahsatu kota besar di Indonesia yang memiliki banyak urband legend yang ceritanya diwariskan dan dipelihara dari generasi ke generasi berikutnya. Biasanya Urban legend berlokasi di tempat yang mempunyai sejarah atau peristiwa-peristiwa tertentu, seperti di SMA 3 dan SMA 5 Bandung berletaknya di bangunan kuno yang sudah ada sejak jaman penjajahan Belanda atau hantu boneka di Jalan Siliwangi yang awal kisahnya karena seorang anak kecil ditabrak hingga tewas di tempat.

Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) berkata, bahwa media sosial merupakan sebuah media internet yang membuat penggunanya mempunyai kesempatan untuk saling berinteraksi, baik dengan waktu bersamaan maupun tidak, dengan khalayak luas maupun seorangan. Sementara menurut P.N. Howard dan M.R Parks pada tahun 2012, Media sosial merupakan sebuah media yang memiliki tiga bagian, bagian oertama adalah alat yang digunakan untuk informasi dan infrastruktur informasi serta pendistribusian isi . Isi media sendiri mencangkup pesan pribadi, gagasan atau berita maupun produk budaya digital, lalu produksi dan konsumsi isi media bentuk digital ialah industry, individu maupun organisasi.

Tidak semua orang suka tertarik dengan urband legend. Namun, orang yang menyukai urband legend bisa menikmatinya dari berbagai media, mulai dari film horor, buku horor, kisah nyata, hingga berbagai media sosial. Saking sukanya,

mengonsumsi konten yang berhubungan dengan urban legend bisa jadi bagian keseharian. Kesukaan orang pada konten horor yang mengangkat urban legend membantu industrinya tumbuh. Contohnya film horor 2022 yang berjudul KKN di Desa Penari. Film tersebut ditonton 9,2 juta orang di bioskop. Lalu ada juga, film Pengabdian Setan di tahun 2017 yang ditonton sebanyak 4,2 juta orang di bioskop. Beberapa cerita horor yang pada akhirnya dijadikan film awal mulanya merupakan cerita naskah dari beberapa orang di berbagai media sosial, seperti Twitter maupun forum Kaskus, bahkan di Twitter mampu mendapatkan puluhan ribu likes dan retweet. Selain forum media sosial tersebut, ada juga di Youtube maupun Spotify yang mampu meraih puluhan bahkan jutaan penonton. Besarnya minat masyarakat terhadap urban legend menciptakan lahirnya komunitas. Menurut McMillan dan Chavis (1986) mengatakan bahwa komunitas merupakan kumpulan dari para anggotanya yang memiliki rasa saling memiliki, terikat diantara satu dan lainnya dan percaya bahwa kebutuhan para anggota akan terpenuhi selama para anggota berkomitmen untuk terus bersama-sama. Munculnya interaksi antar kesatuan berbagai orang ini terbentuk karena adanya kesamaan minat atau ketertarikan para anggota.

Berdasarkan data We Are Social & Hootsuite, dari 274,9 juta penduduk Indonesia, sebanyak 170 juta-nya merupakan pengguna aktif media sosial. *Content Creator* adalah orang yang membuat konten edukatif atau menghibur sesuai keinginan audiens. Konten yang dibuat oleh *Content Creator* bisa bermacam-macam, bisa foto, video, podcast, tulisan, digital art, dan lainnya. Konten-nya bisa dibagikan melalui media sosial yang sesuai. Bisa YouTube, Twitter, TikTok, Instagram, Facebook, atau blog. Salah satu media sosial yang memiliki banyak konten yang mengangkat urban legend adalah Youtube, saat ini youtube tidak hanya berisi video keseharian seseorang, tutorial masak dan lain-lain. Tetapi juga banyak terdapat konten horor. Konten video horor di Youtube selalu mendapat perhatian banyak orang. Terlebih apabila cerita horor berkaitan dengan urban legend. Karena itu, konten horor tergolong laku dan mendatangkan banyak views. Berbagai *content creator* yang mengangkat kisah urban legend bermunculan, mereka bisa digolongkan kedalam 2 golongan, yaitu *content creator* yang hanya bercerita dan duduk di sebuah studio atau

tempat rekaman serta adapula *conten creator* yang langsung mendatangi tempat yang diyakini sebagai tempat asal mula *urband legend* yang sedang mereka bahas. Beberapa nama *conten creator* terkenal seperti Nessi Judge, Nessi Judge adalah Youtuber atau *conten creator*, seseorang yang rajin mengunggah video bertopik horror, teori konspirasi maupun misteri. Nessi Judge setiap minggu membuat video tidak hanya bertopik misteri yang sering kali trending di Youtube, cerita horror dan kisah misteri serta teori konspirasinya tidak hanya dalam negeri tetapi juga luar negeri, ia narasikan langsung kepada penontonnya dengan menarik. Sementara Risa Saraswati merupakan orang yang mempunyai channel Youtube JurnalRisa, Channel Youtube ini seringkali membahas cerita bertema horror dan urband legend. Videonya berdurasi Panjang tetapi memiliki jutaan penonton. Untuk membuat video horornya menarik, Risa seringkali mendatangi bangunan horror yang terbengkalai. Risa sering melakukan “komunikasi” dengan sosok hantu yang ada di bangunan tersebut. Namun ia tidak sendirian dan melakukannya bersama para saudaranya. Selain menjadi Youtuber bertema horror, Risa juga merupakan penyanyi dan penulis buku horror, hal ini membuat channel Youtubanya makin dikenal.

Indonesia memiliki beragam tempat wisata, selain wisata kuliner, sejarah dan alam, di Indonesia juga terdapat banyak wisata horor, wisata horor di Indonesia seperti Taman Nasional Alas Purwo, Taman Nasional Alas Purwo adalah kawasan hutan hujan dataran rendah, yang memiliki curah hujan rata-rata 1.000-1.500 ml per tahun. Pada awalnya, Alas Purwo dikenal karena keindahan pantainya dan ombaknya yang bersahabat bagi para peselancar. Tetapi paranormal setempat mengatakan terdapat kerajaan jin di sana. Seringkali penduduk maupun turis melihat penampakan seperti kuntilanak sampai genderwo. Karena pohon-pohon yang tumbuh rapat, komom katanya menimbulkan masalah, seperti tersesat atau diculik jin. Selain itu, banyak juga tempat wisata urband legend yang terdapat di dalam bangunan seperti Lawang Sewu, Lawang Sewu adalah tempat yang memiliki sejarah peninggalan zaman Belanda. Bangunan Lawang Sewu memiliki usia 115 tahun. Meskipun bangunan tua, Lawang Sewu yang memiliki 1000 pintu ini tetap kokoh berdiri. Tempat ini

memiliki urband legend terkenal yaitu hantu Belanda berdarah yang sering berjalan mengintari bangunan.

Bandung yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia juga memiliki bberbagai tempat wisata urband legend, seperti Museum Pos Indonesia di Jalan Cilaki, Bandung. Konon pengunjung akan merasakan di perhatikan oleh patung koleksi museum tersebut. Lalu ada Museum Konferensi Asia-Afrika (KAA) yang menyimpan cerita seram di ruang bawah tanahnya. Pengunjung dan pegawai dikabarkan kerap melihat penampakan hantu perempuan.

Dengan besarnya minat masyarakat akan urband legend maka perlu menciptakan sebuah fasilitas untuk komunitas urband legend baik itu yang tergabung kedalam komunitas urband legend ataupun yang hanya tertarik untuk berkunjung dan melihat-lihat. Fasilitas komunitas urband legend ini dapat menjalin hubungan, saling mendukung dan sarana informasi bagi para pengunjung. Alur cerita merupakan sistematika pameran yang terdiri dari kumpulan-kumpulan dokumen mengenai koleksi yang akan dipamerkan, alur cerita disusun sebagai kerangka kerja untuk menyampaikan hasil interpretasi mengenai suatu topik yang akan disampaikan pameran (Wahyudin, Yusep. 2013). Dalam sebuah fasilitas komunitas alur cerita dapat menjadi penerapan teknik dan metode penyampaian pesan.

Selain itu, citra ruang memiliki peranan penting dalam membentuk pengalaman, hubungan manusia dan ruang dapat dicapai dengan baik apabila citra ruang yang dihadirkan memberi pengalaman ruang terhadap penggunanya, dalam hal ini berarti pengunjung fasilitas penggemar urband legend. Penerapan pengayaan dan tema ruang yang sesuai dengan topik perancangan ini yaitu urband legend, dapat mendukung fasilitas.

Pada umumnya urband legend yang berlatar tempat di area indoor seringkali berada dalam, sebuah bangunan tua yang terbengkalai sehingga menjadi haunted house atau rumah hantu. Rumah hantu ini mempunyai suasana yang khas seperti ruangan yang gelap, dingin, furnitur-furnitur tua sampai adanya lorong penghubung antar ruangan di dalam rumah. Hal-hal seperti itu dapat menciptakan kesan seram dalam sebuah bangunan

1.2 Fokus Permasalahan

1. Fasilitas ini memenuhi kegiatan komunitas urband legend
2. Fasilitas ini memisahkan area untuk publik dan area khusus komunitas
3. Mengimplementasikan urband legend Kota Bandung pada ruangan dan dapat menarik perhatian kalangan masyarakat

1.3 Permasalahan Perancangan

1. Bagaimana menciptakan fasilitas yang dapat memenuhi kegiatan komunitas urband legend?
2. Bagaimana menciptakan area untuk publik dan area khusus komunitas?
4. Bagaimana mengimplementasikan urband legend Kota Bandung pada ruangan yang dapat menarik perhatian kalangan masyarakat?

1.4 Ide/Gagasan Perancangan

Untuk memenuhi kegiatan komunitas, dirancanglah ruangan yang sesuai dengan kegiatan yang dilakukan komunitas urband legend, berikut adalah deskripsi ruang kegiatan komunitas.

1. Fotografi hantu

Ruang fotografi hantu dirancang untuk menampilkan karya-karya komunitas fotografi hantu.

2. Koleksi benda mistis

Tak hanya fotografi hantu, kegiatan komunitas urband legend juga sering mengoleksi benda yang berhubungan dengan urband legend khususnya urband legend yang seram, benda tersebut seperti boneka, jenglot sampai jailangkung.

3. Studio shooting dan kantor konten kreator

Studio shooting adalah ruangan yang dikhususkan untuk ruang konten kreator urband legend, selain studio, dalam fasilitas ini juga terdapat kantor yang bisa disewa para konten kreator urband legend.

4. Bioskop

Ruangan ini dirancang untuk orang yang bergabung dalam komunitas maupun tidak dimana orang-orang tersebut bisa menonton film yang bertopik urband legend bersama.

Selain fasilitas yang dapat memenuhi kegiatan urband legend, dalam fasilitas ini juga terdapat pembagian area berupa area publik yang bisa diakses masyarakat umum, maupun area khusus yang bisa diakses untuk orang yang bergabung dalam suatu komunitas, berikut adalah deskripsinya.

1. Area umum

Area ini terdiri dari area lobby, café & restoran, area fotografi hantu, area pameran benda mistis dan area bioskop.

2. Area khusus

Yang dimaksud area khusus adalah ruang yang di sewakan khusus untuk suatu komunitas, dalam hal ini komunitas yang dimaksud adalah konten kreator, karena dewasa ini, urband legend seringkali menjadi lebih terkenal dan banyak yang menikmati lewat media sosial, area ini terdiri dari area studio shooting dan area kantor konten kreator.

Merancang interior fasilitas komunitas urband legend di Bandung sebagai tempat berkumpulnya orang-orang penyuka urband legend baik yang bergabung dalam komunitas maupun tidak, maka diperlukan pengayaan yang tepat. Konsep dan gaya pada interior ruangan adalah salah satu factor penting dalam merancang ruang karena mampu mempengaruhi pengguna di dalamnya. Konsep dan gaya interior yang diterapkan sesuai dengan citra ruang yang ingin ditampilkan. Pada perancangan ini citra ruang yang ingin ditampilkan diwujudkan melalui pengayaan ruang yang berbeda-beda sesuai dengan latar tempat yang ada pada urban legend. Berikut adalah deskripsi ruang dan pengayaan yang diaplikasikan.

1. Lobby dan café & restoran

Lobby dan café & restoran, lobby adalah ruang dimana para tamu atau pengunjung pertama kali datang, sementara restoran& café adalah tempat dimana pengunjung menghabiskan waktunya untuk makan ataupun sekedar meminum kopi. Dalam area ini pengayaan yang diterapkan adalah pedesaan, lengkap dengan sumur dan pohon kelapa yang identik dengan urband legend.

2. Fotografi hantu dan pameran benda mistis

Ruang fotografi hantu menerapkan pengayaan latar tempat urband legend Bandung yang terkenal, seperti Goa Belanda & Jepang dan SMAN 12 dan 15 Bandung.

3. Studio Shooting dan kantor konten kreator

Untuk ruangan ini pengayaan yang diterapkan adalah pengayaan khas zaman kolonial Belanda, alasan menerapkannya pengayaan ini adalah karena banyaknya urband legend Bandung yang memiliki latar tempat di bangunan khas peninggalan Belanda yang memiliki interior kolonial.

1.5 Maksud dan Tujuan Perancangan

Maksud dan tujuan dalam merancang interior fasilitas komunitas urband legend di Bandung adalah menciptakan sebuah fasilitas penggemar di Kota Bandung untuk orang-orang yang tertarik dan menyukai urband legend sehingga mereka dapat berkumpul untuk bertukar informasi, sebagai media untuk kegiatan saling bantu antar sesama anggota komunitas serta media untuk menjalin relasi/hubungan antar sesama anggota komunitas. Tujuan lain untuk orang yang tidak bergabung dalam komunitas adalah dapat mengenal lebih jauh urband legend dan sebagai sarana hiburan.