

KRITIK TERHADAP PENYEDIAAN RUANG BAGI WANITA DALAM PERUMAHAN *REAL-ESTATE*

Bharoto *)

Abstract

One of gender issues in architecture is domesticity, space in a home. According to feminist perspective home spatial design must be consider women's spatial use for housework activities. Preliminary research shows that mothers of a household tend to use kitchen, living room, and master bedroom in their everyday activities so there must be connectedness appearance among those spaces. In fact, home design in Indonesia pays less attention to it. This research aimed to find out how far real-estate developer accommodates the women's spatial use for housework activities on their products. Data is obtained from 81 real estate advertisements on newspaper. The data is treated by content analysis to find the offering items on the advertisement. The result show that 19% real- estate developers use facility of housing and environment as superiority on their products and only 3.5% of them use household spatial needs. It can be concluded that home design in Indonesia pay less attention to women's spatial use for housework activities

Keywords: *women, women's spatial use, real-estate developer*

Pendahuluan

Pada umumnya permasalahan perumahan di Indonesia adalah belum sebandingnya pemenuhan dengan tuntutan penyediaannya di tingkat kota, walaupun ditengarai bahwa laju penyediaan perumahan di Indonesia mengalami kenaikan seiring dengan laju pertumbuhan penduduk yang cukup pesat. Melalui data statistik yang ada diketahui bahwa pertumbuhan penduduk mengalami penurunan dari 1.98% pertahun (1980-1990) menjadi 1.4% pertahun (1990-2000), akan tetapi pertumbuhan penduduk perkotaan masih cukup tinggi yaitu sekitar 3.5% (1990-2000). Dengan tingkat pertumbuhan penduduk kota yang sedemikian tinggi tersebut maka kebutuhan rumah baru pun diperkirakan meningkat pertahunnya menjadi sekitar 800.000 unit rumah. Bahkan prediksi pemenuhan kebutuhan rumah memperlihatkan sampai dengan tahun 2020 jumlah unit rumah tinggal yang harus disediakan mencapai sekitar 1,2 juta unit pertahunnya (sumber: Renstra dan Kebijakan Kemenpera R.I., 2008), yang tentunya jumlah tersebut berkaitan erat dengan laju pertumbuhan dan mobilitas penduduk dari desa ke kota.

Salah satu contoh permasalahan perumahan di Indonesia dapat dilihat perkembangannya di Provinsi Jawa Barat. Mengutip penuturan pengamat properti Panangian Simanungkalit (2008) mengenai pemenuhan kebutuhan rumah di Provinsi Jawa Barat, maka terungkap bahwa kebutuhan perumahan terjadi akibat pertumbuhan penduduk dan pemenuhan *backlog* tahun 2008 di Jawa Barat sebesar 222.102 unit. Dari jumlah tersebut kebutuhan rumah di wilayah perkotaan mencapai 88.841 unit atau 40% dari kebutuhan rumah pertahunnya di Jawa Barat.

Pemenuhan kebutuhan perumahan, terutama kota-kota di Indonesia, diharapkan tidak hanya bersumber dari upaya pemerintah saja. Namun diharapkan pula penyediaan perumahan tersebut juga dilakukan oleh pihak-pihak lain, terutama pihak swasta. Perumahan yang disediakan oleh pihak swasta tersebut sering pula dikenal dengan perumahan *real-estate*. Namun muncul suatu pertanyaan terhadap fenomena tersebut, tentunya yang berkenaan dengan rancangan rumah yang ditawarkan oleh pengembang. Apakah rancangan rumah tinggal yang ditawarkan secara luas kepada masyarakat akan memperhatikan nilai hakikinya sebagai sebuah hunian? Beranjak dari pemikiran pakar arsitektur fenomenologis Christian Norberg Schultz, yang berkeyakinan bahwa dalam setiap rancangan lingkungan binaan perlu mempertimbangkan manusia sebagai bagian dari seluruh kehidupan di dunia guna menghindari peng-isolasiannya terhadap realitas. Schultz (1984: 7) mengungkapkannya sebagai berikut:

"The word 'dwelling' here means something more than having a roof over our heads and a certain number of square meters at our disposal."

Kemudian seperti yang diketahui bahwa sebuah rumah tinggal adalah wadah bagi kehidupan manusia dalam kesehariannya. Namun perlu pula dipahami juga bilamana rumah tinggal bukanlah tujuan manusia hidup di dunia, akan tetapi lebih jauh lagi adalah wadah terselenggaranya sistem interaksi yang melibatkan manusia-manusia sebagai penghuninya dengan berbagai peran untuk saling berbagi nilai-nilai kehidupan (Schultz, 1984: 89).

Menilik pernyataan tersebut maka amatlah penting dalam ranah arsitektur untuk lebih memperhatikan rancangan rumah tinggal sebagai satuan unit terkecil 'tempat' kehadiran manusia di dunia. Selaras dengan pandangan tersebut maka sebuah rumah tinggal ten-

*) Staf Pengajar Jurusan Teknik Arsitektur Fakultas Teknik Undip

tunya memiliki nilai-nilai penting yang terkandung di dalamnya. Nilai-nilai penting tersebut antara lain adalah sebagai 'tempat' kehidupan lembaga perkawinan antara laki-laki dan wanita dan 'tempat' bagi berkembangnya suatu kehidupan baru di dunia yaitu anak sebagai buah hasil perkawinan. Singkatnya rumah tinggal tidak hanya bermakna lahiriah sebagai sebuah obyek bersifat materialistik anorganik tetapi rumah tinggal lebih merupakan makna wadah bagi lembaga keluarga dan wadah bagi lembaga perkawinan, yaitu suami dan istri (Kennedy, 1959; Wigley, 1992).

Pandangan Feminis dalam Ranah Arsitektur

Kajian Wanita atau *Women Studies* merupakan istilah yang digunakan dalam lingkungan akademik untuk membahas wanita dari sudut pandang feminisme, gender, dan politik. Dalam istilah ini terkandung pula pemahaman terhadap Teori Feminis, sejarah peranan wanita, fiksi tentang wanita, dan kesehatan wanita. Menurut Do Thi Binh (1999), Kajian Wanita juga dapat dipahami sebagai pengetahuan yang sasaran penelitiannya adalah wanita dari pelbagai sudut pandang, baik dari sisi ilmu sosial maupun ilmu alam. Kajian Wanita menggarisbawahi kondisi nyata yang dihadapi wanita sehubungan dengan peranan sosial yang dimiliki wanita, kesehatan fisik dan reproduksi, pekerjaan, kehidupan, serta statusnya di dalam dan di luar keluarga. Kajian Wanita juga membahas kelemahan-kelemahan yang dimiliki wanita, faktor penyebabnya dan bagaimana upaya meningkatkan persamaan antara laki-laki dan wanita, atau emansipasi, yang seluruhnya bertujuan mendukung kemajuan mental dan emosi wanita. Fokus utama kerangka Kajian Wanita pada dasarnya adalah penelitian yang berkaitan dengan isu-isu yang dihadapi wanita.

Dewasa ini dalam ranah arsitektur pembahasan isu gender berkembang dalam dua arah yang berbeda, yaitu: wanita dalam rancang arsitektur dan wanita dalam dunia kepraktisan arsitektur. Permasalahan wanita dalam rancang arsitektur kerap kali mengimplikasikan isu segregasi ruang dan ruang domestik. Segregasi ruang terjadi karena adanya keterkaitan penciptaan ruang dengan sistem stratifikasi gender. Kondisi ini sering kali terjadi akibat nilai-nilai tradisi atau subordinasi wanita yang dianut oleh komunitas masyarakat tertentu. Kaum feminis beranggapan bahwa ruang kehidupan sehari-hari yang tersegregasi berdasarkan gender berfungsi untuk melanggengkan paradigma perbedaan status serta ketidakseimbangan dan ketidakadilan yang terkait dengan gender. Sedangkan ruang domestik lebih menekankan permasalahan rancangan ruang dalam rumah tinggal. Nilai-nilai budaya tradisional di beberapa negara menganggap wanita memiliki koneksi erat dengan pelaksanaan pekerjaan rumah tangga. Demikian pula rancangan ruang domestik yang belum melepas paradigma berikut ini (Sudrajat, 2008), yaitu:

Pertama, pekerjaan domestik berada di luar ekonomi pasar, karena itu tidak dianggap sebagai pekerjaan yang nyata atau sungguh-sungguh. Karena rumah tidak dapat dipandang sebagai tempat kerja. Sedikit sekali perhatian tercurah pada kebutuhan peningkatan efisiensi dan penghematan waktu bagi pekerjaan domestik melalui desain tata ruang yang lebih baik, identifikasi kebutuhan penghuni, atau reorganisasi pekerjaan untuk mengurangi pengisolasian pekerjaan rumah tangga. **Kedua**, desain rumah dan pengaruhnya terhadap beban pekerjaan wanita telah lama diabaikan, sehingga sedikit sekali waktu dan kesempatan dapat dialokasikan wanita untuk mengembangkan diri dan karier. **Ketiga**, penghancuran batas-batas antara dunia publik dan dunia privat harus menjadi prioritas utama. Rumah harus menjadi tempat di mana terdapat tanggung jawab kolektif di antara anggota keluarga.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Sadikin dkk. (2008) tentang "Peran Ibu dan Penggunaan Ruang dalam Rumah Tinggal" dengan studi kasus Ibu Golongan Menengah di Lingkungan Perumahan Antapani, Kota Bandung menunjukkan bahwa :

1. Terdapat keterkaitan antara ruang-ruang yang berbeda fungsinya dalam sebuah rumah tinggal. Seperti dapur, ruang keluarga, dan ruang tidur utama, yang memiliki tingkat hubungan ketereratan tinggi. Ketiga ruang tersebut menunjukkan frekuensi penggunaan yang cukup tinggi dalam mengakomodasi kegiatan keseharian Ibu dalam melaksanakan pekerjaan rumah tangganya.
2. Ruang keluarga merupakan pengikat bagi ruang-ruang lainnya, terutama dapur dan kamar tidur. Ruang keluarga mengisyaratkan dibutuhkannya matras yang besar namun untuk kondisi kavling yang terbatas hal ini tidak dimungkinkan. Satu-satunya cara adalah dengan meminimalkan penyekatan antar ruang lain atau dapat pula menggunakan sekat yang bersifat non permanen.
3. Pola tatanan dapur diharapkan tidak terlalu formal tetapi dimungkinkan untuk mengakomodasi kegiatan lainnya seperti bersosialisasi dengan anggota keluarga. Dapur pun tidak perlu tersekat, dijauhkan, dan terisolasi dari ruang-ruang lainnya tetapi lebih berpedoman pada keterdekatan dengan ruang lainnya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa jauh pihak swasta sebagai pengembang perumahan *real-estate* memperhatikan permasalahan penggunaan ruang untuk kegiatan wanita (ibu) yang diakomodasikan dalam rancangannya.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini diawali melalui tahapan pengumpulan data pada media cetak yang terpublikasi secara luas, yaitu pariwisata dalam surat kabar. Data perumahan yang dikumpulkan mencakup informasi tentang ungkapan atau kalimat yang terdapat dalam pariwisata penawaran perumahan *real - estate*. Informasi yang

dikumpulkan terdiri dari 81 keluarga perumahan *real-estate*. Lokasi perumahan *real-estate* yang terdapat dalam keluarga dalam penelitian berada di Provinsi DKI Jakarta (50,6%) dan Jawa Barat (49,4%). Untuk lebih memperjelas kondisi persebaran lokasi perumahan *real-estate* tersebut maka dapat dilihat pada tabel berikut ini:

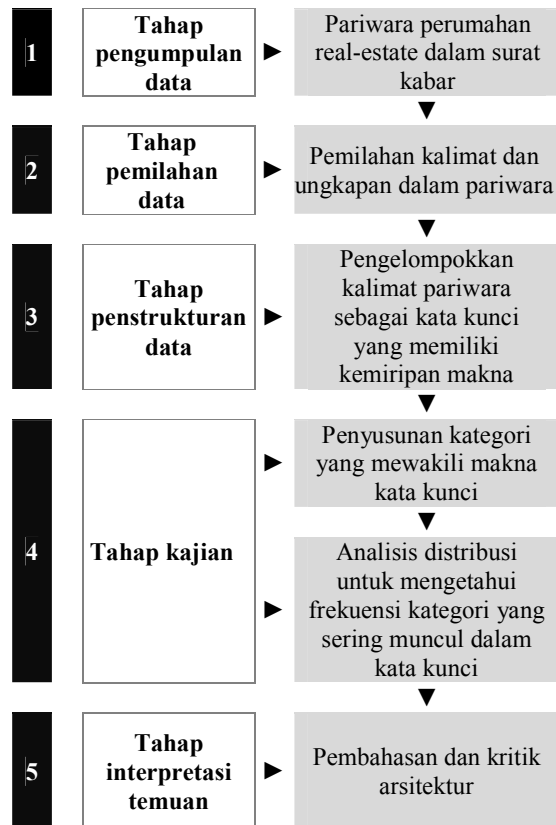
Tabel 1. Lokasi perumahan *real-estate* dalam keluarga

No	Lokasi	Jumlah	Prosentase(%)
1	Bandung	10	12.3
2	Bekasi	9	11.1
3	Bogor	7	8.64
4	Cibinong	1	1.23
5	Cibubur	3	3.70
6	Depok	2	2.47
7	Jakarta	41	50.6
8	Purwakarta	1	1.23
9	Serpong	3	3.70
10	Tangerang	4	4.94
Total		81	100.00

Penggunaan yang digunakan sebagai bahan kajian tidak terbatas pada rentang periode waktu tertentu, yang dimaksudkan di sini adalah saat suatu tren arsitektur tertentu sedang berkembang. Namun lebih membatasi pada kondisi terakhir yang terjadi, yaitu keluarga yang menawarkan lingkungan perumahan yang sedang dan akan dibangun. Rentang waktu yang digunakan sekitar dua bulan terakhir (April-Mei 2008). Hal ini dimaksudkan agar temuan penelitian tidak ambigu, karena membandingkan temuan penelitian awal yang terjadi saat ini dengan kenyataan kondisi perumahan *real-estate* dimasa lain. Melalui rentang waktu yang sedemikian pendek dan terjadi pada waktu yang bersamaan dengan kondisi temuan penelitian awal maka diharapkan bahasan menjadi lebih sinkron dengan konteks yang sedang berlangsung dalam masyarakat.

Ungkapan dan kalimat yang ditonjolkan pengembang dalam keluarganya merupakan data yang digunakan dalam penelitian. Penetapan ini diambil dengan asumsi bahwa pengembang perumahan *real-estate* akan lebih menekankan rancangan fisiknya pada aspek-aspek yang diungkapkan tersebut. Tahap awal penelitian melakukan pemilahan (*sorting*) ungkapan dan kalimat yang terdapat dalam 81 keluarga. Kalimat-kalimat hasil pemilahan tersebut digunakan sebagai kata kunci untuk mengindikasikan tiap keunggulan perumahan yang berbeda-beda. Tahapan berikutnya adalah kajian dengan metoda analisis isi (*content analysis*), yaitu melakukan interpretasi terhadap kata kunci yang ada. Penginterpretasian kata kunci tersebut dilakukan melalui pengelompokan tiap kata kunci yang memiliki kemiripan makna. Kemudian disusun kategori-kategori yang dianggap dapat mewakili makna yang terkandung di dalam kelompok-kelompok kata kunci. Hasil kajian kemudian diulas dengan temuan penelitian sebelumnya,

yaitu: "Peran Ibu dan Penggunaan Ruang dalam Rumah Tinggal" (Sadikin dkk., 2008) sebagai permasalahan dalam arsitektur. Hal ini merujuk pada Metoda Deskriptif dalam Kritik Arsitektur yang bersifat apresiatif (Wayne Attoe, 1978). Mengungkap fenomena yang terjadi pada perumahan *real-estate* saat ini kemudian melakukan bahasan kritik berdasarkan konteks yang terjadi dalam masyarakat, yaitu penggunaan ruang dalam rumah tinggal berdasarkan peran ibu. Gambar berikut akan mengilustrasikan alur kegiatan penelitian yang dilakukan.



Gambar 1. Alur kegiatan penelitian

Hasil

Berdasarkan pengumpulan data dan penstrukturan yang telah dilakukan maka tahapan selanjutnya adalah analisis isi terhadap 81 keluarga perumahan *real-estate*. Kemudian disusun kategori untuk mewakili ungkapan dan kalimat keunggulan perumahan *real-estate* yang ditawarkan pengembang. Melalui tahapan tersebut maka tersusunlah 10 kategori yang mewakili nilai unggulan pengembang pada 81 perumahan *real-estate*. Kategori tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan pembayaran

Kategori ini mewakili ungkapan dan kalimat yang bersifat menawarkan kemudahan membeli unit rumah. Walaupun segmen pasar yang dibidik adalah masyarakat golongan menengah, namun kemudahan pembayaran merupakan nilai unggulan yang memperlihatkan ambisi pengembang untuk segera mendapatkan transaksi. Intinya kemudahan pembayaran di sini bukan

sekadar mempermudah calon pembelinya saja akan tetapi lebih jauh lagi merupakan salah satu upaya meningkatkan penjualan produknya. Beberapa contoh kalimat unggulan yang terdapat dalam pariwara adalah sebagai berikut: “Miliki hunian di ... dengan bunga KPR terendah 7,99%”; “Uang muka 2,9 juta, cicilan 190 rb/bulan”; “Uang muka mulai Rp 3,9 juta, angsuran mulai Rp 276rb/bulan”; “DPdapat diangsur 4 kali, angsuran super ringan Rp 200 ribuan”.

2. Terdukung oleh lokasi dan sarana kota
Kategori ini berkaitan dengan kepraktisan. Kepraktisan yang dimaksud adalah keterdekatan dan keterjangkauan sarana atau fasilitas yang telah ada di sekitarnya, terutama jika lingkungan perumahan hanya menyediakan unit perumahan saja. Tersedianya sarana atau fasilitas dikaitkan keberadaan lokasi lingkungan perumahan dengan wilayah atau bagian kota yang telah memiliki kelengkapan jaringan infrastrukturnya. Beberapa kalimat yang diwakili oleh kategori ini antara lain: “Angkot no.34 jurusan Terminal Radar-Rawa Kalong”, kalimat ini menyiratkan ketersediaan sarana angkutan kota yang telah ada sebelumnya untuk menghubungkan lingkungan perumahan dengan fasilitas lain dalam sebuah kota. “Lokasi menyatu dengan BSD City”, kalimat ini digunakan pengembang untuk memperlihatkan ketergantungan lingkungan perumahannya dengan lingkungan perumahan lain yang telah terlengkapi sarana-sarananya.
3. Kemudahan akses
Kategori ini memberi pemahaman hanya dibutuhkan waktu yang relatif pendek dari lokasi perumahan menuju lokasi lain di suatu wilayah kota. Kemudahan akses yang ditawarkan pengembang cenderung mengakomodasi kebebasan penghuni ke luar lingkungan perumahannya. Kembali pada ungkapan pengembang dalam pariwara yang digunakan, beberapa contoh yang ada adalah sebagai berikut: “15 menit dari Pondok Indah dan 2 menit dari pintu tol Bambu Apus”; “4 km dari pintu tol Bekasi Timur”; “akses mudah ke SCBD, Pondok Indah”. Namun ada pula ungkapan kemudahan akses dengan kemudahan mencapai tempat bekerja. Berikut kalimat dalam pariwara yang dimaksud: “10 menit ke 1350 perusahaan multinasional”. Ungkapan ini cenderung menggeneralisasi kebutuhan pasangan suami istri atau salah satu darinya untuk bekerja.
4. Harga yang menarik
Harga yang menarik merupakan hasil interpretasi dari kata kunci yang berkaitan dengan nilai unit rumah yang ditawarkan. Akan tetapi harga yang menarik tidak identik dengan harga yang murah atau terjangkau. Kemenarikan suatu harga, seperti yang telah diungkapkan sebelumnya, tergantung dengan cara pembayaran, proses kepemilikan, dan keberbandingannya dengan produk rancangan fisik yang ditawarkan pengembang.

Beberapa ungkapan dalam pariwara yang menggambarkan kategori ini adalah sebagai berikut: “Tipe baru harga Rp 70 jutaan, dapat 2 kamar tidur”; “Discount 15% unit terbatas, harga 170 juta”; “Mulai Rp 200 jutaan”; “Harga mulai Rp 175 jutaan”. Apabila ditelusuri lebih jauh maka tidak banyak pariwara yang mengaitkan antara matra serta ketersediaan ruang dalam unit rumah tinggal dengan harga yang ditawarkan.

5. Kesan lingkungan yang menarik
Lingkungan yang menarik adalah pola tatanan fisik antara blok massa bangunan dengan ruang luar. Termasuk kondisi topografi dalam lokasi perumahan. Bahkan ancaman terhadap bencana alam digunakan pula oleh pengembang sebagai ilustrasi lingkungan perumahan yang ditawarkan. Beberapa contoh ungkapan pengembang dalam pariwara, adalah sebagai berikut: “Spectacular mountain view”; “Sudah terbukti bebas banjir”; “850 meter di atas permukaan laut”; “Dalam cluster eksklusif”; “Modern living in harmony”.
6. Kemudahan pemilikan
Kemudahan kepemilikan merupakan salah satu kategori nilai jual pengembang untuk menarik perhatian pembelinya. Pengertian kategori ini adalah kemudahan administrasi bagi pemilik rumah untuk segera memperoleh sertifikat. Hal ini juga memperlihatkan keinginan pengembang agar para pembeli produknya memperoleh kepastian hukum atas kewajiban yang telah mereka penuhi. Selain itu pengembang juga mengungkapkan hal-hal yang berkaitan dengan keberadaan bangunan yang disediakan melalui ungkapan: “Siap huni” atau “Dijual kavling siap bangun”.
7. Fasilitas lingkungan dan perumahan
Kategori ini banyak tercermin pada kalimat berikut ini: “Hunian asri dan nyaman dekat pusat Kota Bandung”; “Fasilitas sekitar lengkap”; “Disaat dunia sedang sibuk mencegah proses pemanasan global di ... sudah ada pohon mahoni untuk memberikan kesejukan bagi penghuni”; “The home owner's convenience and precious quality time”. Dari kalimat yang dijadikan pengembang sebagai nilai unggulan produk perumahannya, teridentifikasi bahwa fasilitas lingkungan dan perumahan yang ditawarkan lebih menekankan sifat tematik. Tema-tema tersebut merujuk pada tingkat kenyamanan yang tinggi serta memaknai rumah tinggal sebagai tempat beristirahat setelah menjalankan seluruh aktivitas keseharian.
8. Perhatian akan kebutuhan keluarga
Beberapa kalimat yang digunakan oleh pengembang dalam pariwarannya sebenarnya ingin menunjukkan kepada pembeli kelengkapan fasilitas perumahan yang ditawarkan. Berikut ini beberapa contoh ungkapan dalam pariwara yang menekankan perhatian pada keluarga: “Hunian asri, nyaman, dan aman - Kebahagiaan keluarga

bukan lagi impian”; “*Kesibukan tidak lagi menjauhkan anda dari buah hati*”; “*4 bedrooms and 1 servant room*”; “*Dengan mempertimbangkan setiap detailnya, kami mengembalikan makna sebuah rumah yang sesungguhnya*”; “*Kualitas hidup anda dan keluarga* “. Dari kalimat tersebut, tercermin harapan pengembang agar penghuninya menyukai atau dapat menyesuaikan dirinya dengan kondisi rancangan perumahan yang ditawarkan. Atau pengembang memahami bahwa setiap keluarga pasti memiliki pramuwisma sebagaimana yang terungkap melalui salah satu pariwara di atas.

9. Bentuk rancangan

Kategori bentuk rancangan diberikan untuk mewakili kalimat yang merujuk salah satu sifat visual bentuk. Seperti yang telah diketahui bahwa bentuk memiliki 7 kriteria visual, yaitu: wujud, permukaan, dimensi atau matra, posisi, inersia visual, warna, posisi, dan tekstur (Ching, 1992: 36). Ungkapan-ungkapan berikut merupakan penanda dari kategori ini: “*Tersedia: tipe 22, 26, 36, 43, 51, 52, 90*”; “*Perumahan dengan design backyard pertama di Indonesia*”; “*Interior design yang minimalis dan modern*”; “*Tipe minimalis*”; “*Valuable minimalist styled house*”

10. Daya tarik di luar fisik rancangan

Merupakan kategori dari kalimat dalam pariwara yang ingin lebih menarik perhatian pembeli di luar fisik rancangan yang ditawarkan. Terutama yang berkaitan dengan hadiah bagi para pembeli. Daya tarik di luar fisik rancangan merupakan “strategi penjualan” yang dilakukan oleh pengembang dan sama sekali tidak berkorelasi apa pun dengan produk yang hendak dijual. Hal ini terungkap melalui ungkapan-ungkapan berikut ini: “*Get free SLA tickets to Singapore for 2+branded LCD TV+ branded refrigerator*”; “*Hadiah langsung HP*”; “*Hadiah langsung TV LCD 32" dan teak dining set*”.

Pembahasan

Melalui kegiatan kajian maka terungkap permasalahan yang berkenaan dengan penelitian awal. Salah satunya adalah kategori “Kesan lingkungan yang menarik”. Tertengarai bahwa kondisi fisik merupakan tumpuan utama pengembang untuk menjual lingkungan perumahannya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hanson Endra Kusuma (2005) tentang kebetahan terhadap perumahan di Kota Bandung. Diketahui bahwa kebetahan masyarakat lebih ditentukan oleh lingkungan perumahan yang memiliki hubungan antar tetangga yang cukup baik. Kondisi fisik lingkungan perumahan hanyalah salah satu faktor pendukung terciptanya suasana tersebut. Walaupun penelitian tersebut dilakukan terhadap masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah, namun untuk kondisi di Indonesia hal ini nampaknya masih berlaku pula pada masyarakat golongan ekonomi menengah. Kondisi tersebut terbukti melalui temuan penelitian awal yang menyatakan bahwa kegiatan yang sering dilakukan para ibu adalah penga-

jian, baik di masjid maupun di rumah tetangga sekitar. Ditengarai pula bahwa sebanyak 61% ibu sumber informasi aktif melakukannya. Rata-rata alokasi waktu yang mereka gunakan untuk kegiatan pengajian adalah 2,5 jam. Kegiatan pengajian ini pun dilakukan secara rutin sebanyak dua kali dalam seminggu.

Berikutnya adalah bahasan kategori “Fasilitas lingkungan dan perumahan”. Hasil temuan penelitian awal menengarai bahwa ibu sebagai salah satu penghuni rumah tidak terlalu memperhatikan fasilitas perumahan dan lingkungannya. Penggunaan fasilitas di lingkungan perumahannya hanya sebatas tempat ibadah (masjid) sebagai tempat melakukan kegiatan ibadah dan melaksanakan kegiatan pribadinya yaitu mengaji. Dalam penelitian yang dilakukan Sadikin dkk. (2008: 109) ditengarai bahwa sebenarnya terdapat pula ibu-ibu yang menyukai kegiatan olah raga *out-door*, seperti yang dikutip berikut ini: “*Saya sebenarnya suka berolah raga, saya pernah coba bikin ruang khusus buat olah raga, pake sepeda statis dan tread-mill, tapi lama-lama ya bosan karena suasananya gitu-gitu aja. Terus berusaha pakai wallpaper, tapi tetep aja bosan. Sekarang ya keluar aja langsung naik sepeda*”; “*Olah raga yang saya sukai sebenarnya badminton, tapi sekarang nggak. Udah nggak ada lagi lapangannya*”.

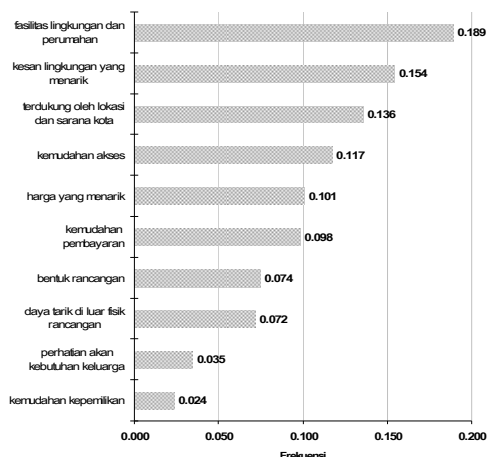
Dari kutipan penuturan pertama terlihat bahwa seorang ibu tetap melakukan aktivitasnya di luar rumah walaupun kondisi lingkungannya tidak mengakomodasi kegiatan bersepeda. Beliau sama sekali tidak menghiraukan lingkungan yang tidak mendukung hobinya tersebut. Walaupun kutipan kalimat berikutnya memperlihatkan bahwa hambatan dalam melakukan hobi berolah raga adalah ketiadaan fasilitas di sekitar lingkungan perumahannya.

Melalui kategori “Perhatian akan kebutuhan keluarga” diketahui bahwa rumah *real-estate* yang ditawarkan berusaha mengakomodasi seluruh kebutuhan penghuninya. Namun belum menyentuh hal-hal rinci yang terdapat dalam temuan penelitian awal (Sadikin dkk., 2008). Seperti misalkan diketahui bahwa hanya 4 keluarga saja yang menggunakan jasa pramuwisma dan tinggal serumah. Terindikasikan pula dalam penelitian awal bahwa penggunaan ruang oleh ibu disebabkan banyak faktor yang mempengaruhi. Ruang-ruang yang ada sebagian besar telah diubah dari rancangan awalnya. Pengkondisian baru pada ruang-ruang dalam rumah tinggalnya menjadi alasan utama bagi para ibu untuk lebih menyukai kegiatan kesehariannya. Berikut merupakan penuturan seorang ibu yang membutuhkan pengkondisian tertentu pada dapurnya (Sadikin dkk., 2008: 109-110): “*Hobi saya bikin kue. Kondisi dapur pengennya lebih gede biar bikin kuenya enak. Pengennya di belakang (dapur) ada pemandangan kayak taman. Sama tanaman Cuma suka ngeliatinnya aja, ngurusnya nggak gitu hobi.*”; “*Ruangan yang paling disukai itu ruangan keluarga, karena ada tv*”.

terus bisa ngumpul-ngumpul sama keluarga, rame, becanda, biar nggak terlalu serius dan cepet tua”. Termasuk pula kebutuhan ruang untuk kegiatan pribadi beliau seperti terungkap melalui penuturan berikut ini: “Hobinya dulu suka jahit, tapi sekarang nggak, kalo untuk njahit sih pengennya ada ruang lagi...”.

Mengkaitkan antara temuan dalam kategori “Bentuk rancangan” dengan temuan penelitian awal diketahui bahwa sebagai ibu sumber informasi hanya memperhatikan bentuk dari sisi luasan matra ruangnya saja, seperti yang terlihat pada penuturan berikut ini (Sadikin dkk., 2008: 111):

“Ingin punya ruang yang luas dengan jumlah kamar yang cukup”; “Ruang tamu dan ruang makan dibuat blong, karena pengap dan untuk acara keluarga”; “Suami saya memahami kalo saya suka memasak, sehingga ada perubahan pada dapur”; “Kebutuhan ruang (jumlahnya) dan luas. Inginnya rumah ditambah lantai atas, untuk lantai dasar dari depan sampai belakang dibuka semua tanpa sekat, walaupun ruang tamu jarang dipakai tetap harus berkesan luas dan ada ruang tamu khusus untuk keluarga besar suami atau saya kalo datang berkunjung”. Kebutuhan luasan matra ruang sebenarnya tidak diperuntukkan bagi ruang yang mewadahi kegiatan pribadinya, namun lebih ditekankan untuk kebutuhan seluruh anggota keluarga lainnya. Tidak ada tendensi Ibu untuk mengutamakan kepentingan pribadinya. Kondisi ini menunjukkan kesesuaian dengan pendapat Binh (1999) yang telah diungkap sebelumnya. Begitu pula dengan bentuk bangunan yang mengikuti tren arsitektur yang sedang berlangsung pun tidak menjadi pedoman utama. Akan tetapi ada pula para Ibu yang memperhatikan gaya arsitektur tertentu sebagai pilihan rancangan rumah tinggalnya.



Gambar 2. Distribusi frekuensi kategori unggulan

Berdasarkan 10 kategori yang telah disusun tersebut maka dapat ditengarai fenomena yang diunggulkan pengembang dalam menawarkan perumahan *real-estate* dewasa ini. Dari kesepuluh kategori tersebut maka kategori “Fasilitas lingkungan dan perumahan” menduduki frekuensi terbesar yang diungkapkan dalam pariwisata perumahan *real-estate*, yaitu sekitar 19%. Namun apakah hal ini menandakan para pengembang sama sekali tidak memperhatikan kebutuhan penghuni rumah tinggal termasuk Ibu? Diketahui bahwa kategori yang berdekatan dengan topik bahasan adalah “Perhatian akan kebutuhan keluarga” yang hanya memiliki frekuensi 3.5%. Walaupun sebenarnya kategori ini tidak berkaitan erat dengan kebutuhan ruang dalam rumah tinggal oleh wanita (ibu) dalam kesehariannya. Seperti yang terungkap dalam bahasan temuan penelitian, bahwa kebutuhan ibu terhadap ruang-ruang dalam rumah tinggalnya adalah:

1. Kondisi lingkungan yang kondusif melalui hubungan keterdekatan dan ketersediaan fasilitas umum sebagai wadah interaksi sosial antar penghuni perumahan.
2. Keluasan matra ruang khususnya ruang keluarga.
3. Kenyamanan ruang-ruang untuk melaksanakan pekerjaan rumah tangga, melalui kelegaan visual dan kesinambungan dengan ruang-ruang lainnya.

Perbedaan antara hasil temuan dengan penelitian awal menunjukkan industri perumahan di Indonesia tidak memperhatikan kehidupan keseharian masyarakat pada umumnya. Hal ini dapat diketahui melalui klasifikasi sifat dari 10 kategori tersebut, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Bobot frekuensi dan sifat kategori

Kategori	Bobot	Total	Sifat
Fasilitas lingkungan dan perumahan	0.189		
Bentuk rancangan	0.074	0.452	Rancangan fisik
Perhatian akan kebutuhan keluarga	0.035		
Kesan lingkungan yang menarik	0.154		
Terdukung oleh lokasi & sarana kota	0.136	0.253	Lokasi
Kemudahan akses	0.017		
Harga yang menarik	0.101		
Kemudahan pembayaran	0.098	0.295	Strategi penjualan
Daya tarik di luar rancangan fisik	0.072		
Kemudahan kepemilikan	0.024		

Melalui interpretasi selanjutnya diketahui bahwa 10 kategori tersebut dapat dikelompokkan kembali dalam 3 sifat, yaitu: berkaitan dengan rancangan fisik, lokasi, dan strategi penjualan. Dari ketiga kelompok sifat kategori tersebut diketahui bahwa kategori kata kunci yang bersifat rancangan fisik merupakan unggulan tiap pengembang dalam menawarkan produknya (45.2%). Dari sudut pandang arsitektur kelompok sifat inilah yang seharusnya dominan akan tetapi pada kenyataannya memiliki porsi lebih kecil dibanding dengan sifat kategori lokasi maupun strategi penjualan (total 54.8%). Kondisi tersebut dapat membiaskan pandangan calon pembeli terhadap nilai hakiki produk rumah yang ditawarkan. Serta mengindikasikan maraknya fenomena konsumerisme yang saat ini berkembang di Indonesia. Sesuai Baudrillard, naskah dalam pariwisata perumahan *real-estate* merupakan jaringan penanda yang membangkit hasrat pengkonsumsian. Keluar dari tujuan semula untuk memiliki rumah sebagai hunian, menggantikannya dengan citra lain yaitu lokasi dan terhipnotis melalui harga yang menarik. Fenomena yang disebut Baudrillard dengan *simulacrum*, tidak adanya kesesuaian dengan kenyataan yang terjadi dalam kesehariannya.

Kesimpulan

Menilik ungkapan dan kalimat yang terdapat dalam pariwisata perumahan *real-estate* maka pengembang belum memperhatikan secara mendalam penggunaan ruang untuk menunjang peran ibu dalam kesehariannya di rumah. Seperti pernyataan Sanoff yang dikutip oleh Toker (2004: 8-10) sebagai berikut: bahwa dengan memperhatikan kegiatan rumah tangga yang nyata dalam kajian organisasi spasial di dalam rumah tinggal maka secara otomatis akan memuat pula nilai-nilai yang diyakini penghuninya. Kesimpulan tersebut didasarkan pada kenyataan bahwa nilai-nilai yang diyakini manusia dan organisasi spasial akan membentuk perilaku penghuninya. Fenomena keunggulan perumahan *real-estate* yang ditawarkan pengembang lebih mendorong tindakan konsumerisme dan membiaskan nilai hakiki akan kebutuhan sebuah hunian. Pembacaan kembali seperti yang diungkapkan Derrida merupakan refleksi terhadap nilai keahlikaan tersebut. Generalisasi dan pendekatan rancangan arsitektur yang bersifat kausal merupakan dampak “narasi besar” dalam arsitektur

modern yang meniadakan kehidupan asli tiap individu. Rancangan yang lebih menekankan nilai manusia yang menghuninya dapat dilakukan melalui penelitian arsitektur yang berkonteks lokal dan mengindikasikan kehidupan keseharian yang nyata (*everyday life*). Isolasi beban ibu dalam keluarga yang bersifat non fisik tentunya dapat terjembatani melalui rancangan ruang-ruang dalam rumah tinggal yang tidak mengkungkannya secara fisik.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Ibu Ir. Wiwik Dwi Pratiwi, MES, PhD., Nur Alam Sadikin, dan Erwin Rizal Hamzah yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Attoe, W., (1978), *Architecture and Critical Imagination*, John Willey and Sons, New York
- Binh, D. T. (1999), *Evaluation on Gender Study and Training in Vietnam*, laporan bagi Department of Science and Education, The Vietnam National Committee for The Advancement of Women, National Center for Social Sciences and Humanities
- Kusuma, H. E., (2005), *Low-Medium Income High Density Residential Attachment*, makalah Seminar Senvar, Institut Teknologi Bandung
- Sadikin, N. dkk., (2008), Peran Ibu dan Penggunaan Ruang dalam Rumah Tinggal, studi kasus Ibu Golongan Menengah di Lingkungan Perumahan Antapani, Kota Bandung, penelitian, Institut Teknologi Bandung, Indonesia
- Sudrajat, I., (2008), Arsitektur dan Gender, substansi kuliah PPS SAPPK ITB
- Schulz, C. N. (1984), *The Concept Of Dwelling-On The Way to Figurative Architecture*, Rizzoli International Publications Inc., New York
- Toker, Z. (2004), *Women's Spatial Needs in Housing: Accommodating Gender Ideologies, Use Patterns, and Privacy*, Disertasi Doktor, North Carolina State University