

## **URBAN SCREEN PADA RUANG PUBLIK: MEDIA INTERAKSI KREATIF DALAM MENINGKATKAN MAKNA TEMPAT**

Litta Primasari, Setiawan Sabana

Insitut Teknologi Bandung

### **ABSTRACT**

*Urban screen is a new media screen that performs on the public space. Its existence is not only enriches the visual landscape of public space, it also indirectly creating public participation both passive and active. If properly created, urban screens can produce relational space that useful to increase the meaning of place. The emergence of relation between physical space and virtual space, material and immaterial, dynamic and static, and between public and private interests will produce the augmented place. The Augmented place will continually create a new different place from we have known. The existences of new media screen may inspire the public to interact among people and people with the place and in the end creates engagement with the place. This paper contributes to inspire the urban planners to increase the meaning of the place in the city of space which have decreased in space quality and provide motivation for the artists to build interaction between art work and public sphere. This paper will focuses on the emergence of relational space in the form of public response to the urban screen.*

**Keywords:** *urban screen, public space, place vaurban screene.*

## 1. Pendahuluan

*Urban screen* adalah media baru layar dengan teknologi LED (*Light Emitting Dioda*) yang menayangkan imaji bergerak (*imaji bergerak*). Media *urban screen* berada pada ruang terbuka publik (koridor jalan, plaza, bangunan) dan dimaksudkan untuk menarik perhatian. Teknologi *urban screen* sebenarnya tidak terlepas dari perkembangan seni media baru yang sudah muncul sejak tahun 1970-an.

Pada awalnya, istilah media baru adalah sebuah alternatif praktis berupa dematerialisasi media yang berdasarkan pada ukuran waktu (*time-based forms*), meliputi seni pertunjukan, seni konseptual, film, video, dan seni komputer, baik dalam bentuk digital maupun jaringan (Rush, 2003). Seperti halnya karya seni video, *urban screen* juga menampilkan seni sintetik yang berasal dari montage-montage imaji dan suara, irama pergerakan, warna, dan bentuk manifestasi dari pengalaman-pengalaman temporal.

Menurut Manovich (2001), media baru tidak hanya aspek digital saja melainkan sudah ditandai dengan karakteristik-karakteristik representasi numerik, modularitas, automasi, variabilitas, dan perpindahan kode (*transcoding*) yang sangat kompleks yang merupakan perpaduan antara komputer dan layar budaya.

Sifat *urban screen* yang memiliki kemampuan untuk memindahkan kode-kode menjadikannya sebagai media yang berpotensi untuk melakukan interaksi dengan lingkungan di mana berada. Interaksi tidak hanya dilihat secara fisik, seperti perpaduan struktur *urban screen* dengan fisik arsitektural, melainkan pengaruh-pengaruh non fisik yang ditimbulkannya, misalnya sebagai media

informasi seperti halnya televisi, sebagai objek yang menayangkan imaji bergerak pada ruang kota seperti halnya cinematik, dan sebagai penerangan malam hari seperti halnya *street lighting*.

Interaksi *urban screen* dengan publik secara tidak langsung memunculkan embrio-embrio keberadaan tempat pada kondisi masyarakat saat ini. Keterhubungan seseorang dengan orang lain di lokasi lain melalui layar telepon selular adalah contoh riil adanya interaksi yang lama-kelamaan menjadi 'place'. Bahkan ketiadaan media telepon tersebut berdampak pada ketiadaan eksistensi diri, yaitu hilangnya identitas diri pada jejaring sosial.

Kemunculan *urban screen* sejak tahun 1990-an di hampir seluruh kota di dunia menandai kemunculan ruang-ruang baru publik yang berpotensi memperkaya, menggeser, merubah, atau menggantikan konsepsi tentang tempat dalam ruang publik. Hal ini disebabkan karena relasi antara manusia dengan objek-objek statik yang berada di lingkungan sekitarnya kini ditambah dengan relasi terhadap tayangan bergerak yang memiliki kecepatan bergerak yang berbeda dengan aktivitas publik di sekitarnya.

Tidak hanya itu, makna ruang publik pun mengalami pergeseran. Ruang publik yang awalnya dimaknai sebagai tempat interaksi antara manusia dan interaksi manusia dengan objek, kini bertambah menjadi interaksi manusia dengan ruang-ruang virtual, yaitu sebuah ruang yang berada di luar ruang publik.

Kemajuan teknologi *screen* yang berlipat-lipat tidak dapat dibendung, sehingga pengendalian hanya terletak pada bagaimana membentuk sebuah interaksi antara teknologi dengan penggunanya.



Gambar 1. Lanskap visual yang didominasi oleh imaji bergerak.

Paper ini akan membahas eksplorasi kemungkinan bentuk interaksi antara *urban screen* dan ruang publik yang memiliki potensi untuk menghasilkan tempat. Eksplorasi ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kemungkinan penerapan teknologi *urban screen* pada skala ruang kota atau bangunan arsitektural yang sesuai dengan lokasi di mana berada.

## 2. Interaksi dan Komunikasi Publik menandai Lokalitas *Urban Screen*

*Urban screen* adalah *ruang publik*. Hal ini dapat dijelaskan karena keduanya memiliki kesamaan peran sebagai media

interaksi publik. Interaksi pada ruang publik nampak jelas melalui aktivitas publik yang melibatkan lingkungan fisik di sekitarnya. Relasi- relasi seseorang dengan orang lain ataupun dengan objek di sekelilingnya memperlihatkan intensitas keberadaan seseorang dengan tempat.

Begitu pula yang terjadi ketika seseorang berinteraksi dengan *urban screen*, walaupun tidak memperlihatkan hubungan yang cukup jelas, namun secara tidak langsung berpengaruh terhadap pola aktivitas publik, seperti pola pergerakan dan pola melihat.

Kajian *urban screen* adalah spatialitas



Gambar 2. Fasade sebagai media informasi dan bisnis pada bangunan Nasdaq, Manhattan.  
Sumber: [www.vidriver.com](http://www.vidriver.com)



Gambar 3. Seni kontemporer pada *urban screen* Casz Zuidas, Amsterdam.

Sumber : [www.designboom.com](http://www.designboom.com)

dan tidak menitikberatkan pada struktur fisiknya. Hal ini berarti bahwa keberadaan *urban screen* lebih kepada aktualisasi tayangan yang disampaikan, bukan pada struktur objeknya. Ketika tayangan terlepas dari struktur objeknya, maka *urban screen* masuk pada wilayah eksistensi.

Eksistensi imaji bergerak salah satunya dapat diukur berdasarkan kemampuannya untuk menghasilkan interaksi dengan objek-objek lain yang berujung pada bentuk komunikasi. Komunikasi terjadi pada saat terdapat interaksi dua arah yang meningkatkan, menambah, memperdalam, dan menghasilkan pemahaman bagi masing-masing eksistensi unsurnya. Hal ini dapat dijelaskan karena interaksi ini merupakan medan pengaruh dari sebuah objek terhadap lingkungan di sekitar objek tersebut.

*Urban screen* yang terletak pada sebuah lokasi tertentu merupakan dialog antara ruang kota dan partisipan. Lokasi *urban screen* pada lingkungan urban menghasilkan konteks tersendiri di mana teknologi tersebut digunakan dan pada siapa keterikatan itu terjadi. Begitu pula komposisi dan aktualisasi tayangan secara

tidak langsung adalah melayani konteks lokal.

Sehingga pada dasarnya keberadaan *urban screen* adalah cerminan dari kondisi lingkungan sekitarnya dan penghuninya. Berkaitan dengan hal ini, Struppek (2006) mengistilahkan *urban screen* sebagai *a self-reflective organism*.

### 3. Kemunculan Konsep Tempat Baru

Komponen fisik dan virtual mulai memperlihatkan keintegritasannya dalam berbagai macam bentuk narasi ruang urban pada abad 21 ini.

Seperti dialektikal ruang dinamik dan statik (McCarthy, 2001), paradok ganda (*twin paradox*) yang terdiri dari paradok mobilitas/non-mobilitas dan materialitas/non-materialitas Anne Friedberg (2006), mendeskripsikan *screen* sebagai sebuah konsep representasi non-visual Roland Barthes (1973), auratik dan non-auratik (Benjamin), pergeseran ruang publik menjadi imaji publik (Virilio, 1994), dan *Site-specificity* *screen* yang

berhubungan dengan *content-specificity* (McCarthy, 2001).

Berdasarkan berbagai macam narasi yang muncul akibat keberadaan urban screen, dapat dikatakan bahwa visualisasi *urban screen* pada ruang kota tidak hanya merefleksikan pola-pola sosial, akan tetapi berperan penting dalam menciptakan pola pergerakan dan kehadiran hubungan baru antara manusia. Hubungan baru tersebut pada dasarnya adalah sebuah tataran yang memperkaya interaksi sosial yang bermacam-macam.

Berikut ini adalah beberapa aplikasi *urban screen* pada ruang publik yang menjelaskan hubungan-hubungan sosial tersebut, di antaranya:

a. Entertainment

Media *screen* yang menutupi hampir seluruh permukaan bangunan membentuk lansekap *advertising image*, seperti pada ruang kota di Las Vegas, Times Square, dan Shinjuku.

b. Informasi dan bisnis

Fasade bangunan sebagai media informasi dalam konteks ruang kota dengan kepadatan tinggi, seperti kantor *stock market* NASDAQ di Manhattan.

c. Seni Visual

Tampilan *urban screen* dengan kualitas resolusi film dan seni visual (*art screen* CASZ di the Zuidas, Amsterdam). *Screen* ini menampilkan 80% seni dan 20 % seni yang berhubungan dengan program-program dan iklan.

d. Rekreasi

Proyeksi video yang berhubungan dengan

konteks sosial sebagai galeri pada ruang terbuka (*The Crown Fountain* di Millenium Park, Chicago). Atraksi ini banyak menarik perhatian publik dan menimbulkan keterikatan dengan tempat.

e. Strategi untuk menunjang regenerasi tempat

Aktivitas kultural setempat yang ditayangkan pada *urban screen*, seperti pada Federation Square - Melbourne.

Proyeksi imaji bergerak pada fasade bangunan. Teknologi media baru tidak hanya menghasilkan dan memperkuat ruang eksisting, namun juga memiliki prospek untuk menghasilkan bentuk sosial baru. Lozano-Hemmer dalam *Body Movies* adalah salah satu karya seni yang mencoba memperkuat lingkungan urban melalui interaksi sosial.

Apabila fenomena visualisasi urban screen dilihat lebih tajam, maka sebenarnya apa yang terjadi dengan ruang publik ketika sebuah media teknologi *urban screen* yang menayangkan imaji bergerak berada pada ruang kota? Pertama, imaji bergerak berperan penting terhadap persepsi dan pemahaman seseorang tentang ruang publik yang berada di sekitarnya. Menurut Ponty (2003), proses melihat bukanlah semata-mata urusan optikal. Melihat 'sesuatu' itu melibatkan kesadaran seseorang di mana dia berada dalam hubungannya dengan tubuh dan bagaimana seseorang bergerak dan berinteraksi di dalamnya.

Melihat bukanlah sekedar proses yang dilakukan secara berurut yang statik, seperti imaji yang ditangkap oleh mata yang jatuh ke retina, melainkan sebagai sebuah perubahan konstan kesadaran terhadap benda-benda dalam bentangan waktu yang dibentuk oleh pergerakan tubuh atau benda



Gambar 4. Atraksi *screen* pada ruang publik Millenium Park, Chicago. Sumber: [www. Screen.ru](http://www.Screen.ru)



Gambar 5. Federation square, Melbourne. Sumber: [www.fedsquare.com.au](http://www.fedsquare.com.au)



Gambar 6. *Body Movies* adalah bentuk interaksi sosial baru melalui proyeksi imaji bergerak pada dinding vertikal. Sumber: [www.installationart.net](http://www.installationart.net)

bergerak. Kedua, tayangan representasi pada bidang vertikal, baik melekat atau tidak pada fasade arsitektural, menciptakan sebuah kombinasi antara fisik arsitektural dengan informasi virtual yang saling melekat dan menciptakan interaksi sosial yang beragam, baik berupa partisipasi aktif maupun pasif. Walaupun saat ini, sebagian besar *urban screen* melayani tujuan-tujuan komersial melalui penayangan objek-objek dengan skala dan proporsi yang berbeda, namun secara tidak langsung berhubungan dengan lingkungan sekitarnya. Ketiga, imaji bergerak yang berada pada ruang publik yang dihuni oleh orang yang senantiasa bergerak, menghasilkan ruang perspektif yang selalu bergerak (*lived space*) relatif antara ruang fisik dan virtual.

Situasi ini berperan penting menimbulkan rasa 'haptic'. Bruno (2002) mengatakan

bahwa rasa haptic ini dihasilkan oleh pergerakan cinematik, yaitu emosi yang dibawa seseorang ketika bergerak melalui ruang-ruang. Sama halnya seperti ketika seseorang menonton bioskop yang menampilkan montage ruang yang membentuk *moving picture*. *Urban screen* pada ruang publik akan mewarnai emosi keseharian masyarakat urban. Keterikatan emosional terhadap sebuah ruang adalah pertanda munculnya tempat.

#### 4. Kesimpulan

*Urban screen* adalah media baru *screen* pada ruang publik. Baik direspon secara aktif maupun pasif, keberadaan imaji bergerak yang ditampilkan mampu mempengaruhi ruang di sekitarnya. Melalui interaksi kreatif dengan ruang fisik arsitektural dan aktivitas publik, *urban screen* ini mampu memposisikan diri terhadap lingkungan di

mana berada seperti layaknya organisma. Interaksi yang menguntungkan dapat mempertinggi nilai tempat, sebaliknya apabila terjadi ketidakcocokan dengan lokasi di mana *urban screen* berada, maka lingkungan sekitarnya akan mengalami penurunan nilai tempat. Berikut ini adalah point yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perencanaan ruang kota yang melibatkan teknologi media baru *screen*, yaitu:

- Struktur dan tayangan *urban screen* menentukan bentuk interaksi publik yang terjadi dan sekaligus sebagai cermin dari pola interaksi di dalam ruang publik.
- Bentuk interaksi publik akibat adanya *urban screen* menghasilkan sebuah keterikatan dengan tempat di mana teknologi tersebut berada.
- Dimensi keterikatan dengan tempat dipengaruhi oleh posisi dan tayangan *urban screen*.

## Daftar Pustaka

1. Aurigi A and Fiorella De Cindio (Eds) (2008), *Augmented Ruang publik*, Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
2. Bruno, Giuliana (2002). *Atlas of Emotion: Journey in Art, Architecture and Film*. New York: Verso.
3. Hall, Edward T (1966). *The Hidden Dimension*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
4. McQuire S, M. Martin, S.Niederer (2009), *Urban Screens Reader*, Amsterdam: Institute of Network Cultures.
5. Rapoport, Amos (1976). *The Mutual Interaction of People and Their Built Environment: A Cross-Cultural Perspective*. Paris: Mouton & Co.
6. Relph, Edward (1976). *Place and Placelessness*. Britain: Pion Limited