

MENGUJI IDEALITAS KAMPUNG TEMATIK SEBAGAI RUANG PUBLIK DI KOTA TANGERANG

Khikmawanto

STISIP Yuppentek Tangerang
khikmawanto6@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas ruang publik di Kota Tangerang, dengan fokus pada idealitas kampung tematik menjadi ruang publik. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif eksplanatif. Secara teoritis, ruang publik memiliki tiga fungsi, yaitu rekreasi, interaksi social, dan aspek politik. Menggunakan teori Habermas tentang ruang publik, artikel ini menemukan idealitas Kampung tematik di kota Tangerang masuk dalam kategori tiga fungsi ruang publik. Namun, karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman kepada masyarakat akhirnya masyarakat memahami ruang publik lebih berfungsi untuk kegiatan ekonomi. Untuk itu, agar Kampung tematik di kota tangerang bisa kembali kepada fungsi dasarnya membiasakan masyarakat hidup bersih dan peduli lingkungan juga bisa di jadikan untuk rekreasi serta interaksi social agar diperbanyak lagi dengan fasilitas yang mendukung terutama fasilitas ramah anak. Mereka juga percaya keberadaan Kampung tematik di kota Tangerang bisa membuat roda ekonomi masyarakat berputar terutama pelaku UKM dan pedagang kecil.

Kata Kunci : Kampung Tematik, Ruang Publik, Perputaran Ekonomi

PENDAHULUAN

Ruang publik sama dengan kebanyakan kota-kota di Indonesia mempunyai fungsi untuk berkumpulnya masyarakat dimana aktifitas luar rumah bias di llukan di tempat tersebut. Baik itu diskusi maupun perputaran ekonomi, bahkan hanya sekedar menghabiskan waktu akibat rutinitas kerja yang padat.

Secara defenitif, menurut Habermas dalam (Prasetyo, 2012), ruang publik dapat di defenisikan sebagai ruang yang berada diantara komunitas ekonomi dan negara, yang mana publik dapat melakukan diskusi yang bersifat rasional, sehingga membentuk opini mereka, dan dapat menjalankan pengawasan terhadap pemerintah.

Berbeda dengan zaman modern seperti sekarang dalam masyarakat tradisional misalkan, bentuk-bentuk ruang publik yang sangat spesifik seperti balai desa, pendopo, atau teras rumah kepala desa berfungsi sebagai tempat menghelat diskusi guna memecahkan berbagai persoalan yang ada, atau sekedar menjadi tempat bertegur sapa dan saling beramah-tamah antarwarga. Dalam pengertian yang lebih luas ruang publik dengan banyak bentuk sebagai tempat ritual masyarakat dari nuansa agama, budaya, politik hingga pagelaran kesenian.

Dari sini Nampak bahwa perputaran perekonomian masyarakat akan berlangsung apabila optimalisasi ruang publik semakin nyata. Banyaknya pengunjung yang hadir akan menjadikan ruang publik

menarik, bukan sekedar menghabiskan waktu bersama keluarga semata namun lebih dari itu yakni silaturahmi, diskusi dan tempat mencurahkan kekreatifan masyarakat kedalam banyak bentuk. Selain itu tentunya idealitas ruang publik harus mewakili kepedulian pemerintah terhadap masyarakatnya dengan menghadirkan ruang-ruang publik yang representative. Sarana prasarana, aman, nyaman dan yang paling penting untuk kalangan anak milenial adalah adanya *spot* foto menarik.

Terlebih era pandemi seperti sekarang yang mengharuskan masyarakat tidak bebas beraktifitas tentunya peran pemerintah membuat aturan agar ruang-rung publik bisa tetap ada aktifitas, tentunya dengan melakukan pengawasan ketat. Hal ini lebih kepada menjaga nalar masyarakat tetap terjaga dan yang paling penting ekonomi masih tetap bisa berjalan. Namun dengan pembatasan pengunjung, missal kampung tematik hanya boleh di kunjungi warga setempat dengan menunjukan kartu vaksin.

Dengan di tutupnya Kampung tematik sebagai ruang publik maka akan mematikan kekretaitan masyarakat pun juga mematikan ekonomi sekitar Kampung tematik. Dengan kata lain, ruang publik yang muncul lebih disebabkan oleh nilai-nilai *immaterial* yang kemudian termanifestasikan secara material lewat bentuk-bentuk arsitektur atau bangunan. Sebaliknya dalam masyarakat modern perkotaan, ruang-ruang publik yang lahir lebih disebabkan oleh “respon” atas produksi ruang sosial yang begitu mendewakan efisiensi dan efektivitas—sebagaimana karakter utama yang dibawa modernisasi (Lafebvre, 1991)

Kampung tematik hampir sebagian besar di kota Tangerang lahir atas inisiatif masyarakat sendiri, hal ini berarti masyarakat sudah sadar akan tanggung jawabnya terutama kesadaran memperbaiki kampung yang tadinya kurang menarik, kumuh bahkan tidak di kenal oleh masyarakat luas. Namun, dengan adanya kampung tematik secara ekonomi bisa menambah sedikit penghasilan dengan menjual cinderamata maupun oleh-oleh khas kampung tersebut.

Lebih jauh, ruang publik atau *publik sphere* memiliki berbagai fungsi, dari fungsi yang bersifat remeh-temeh yakni hiburan, fungsi interaktif sebagai sarana komunikasi antarwarga, hingga fungsi yang sangat urgen dan politis, yakni tempat mewujudkan lahirnya “masyarakat sipil” sebagai pengawas pemerintah baik di tingkat pusat maupun local (Goode, 2005).

Karakter daerah perkotaan tentunya berbeda dengan pedesaan berkaitan dengan ruang publik. Karakteristik ruang publik pedesaan lebih banyak terbentuk secara alamiah dari pada pengkhususan suatu tempat di gunakan menjadi ruang publik (Nugroho & Kamajaya, 2019). Kebalikanya, daerah Perkotaan lebih mengandalkan efektif dan efisien dalam pemanfaatan ruang dan bangunan untuk dijadikan ruang publik. Untuk itu daerah perkotaan produksi ruang social untuk msyarakat menjadi penting mengingat kondisi poliik dan perhatian akan hak-hak soal mulai di perhatikan. Hal yang tak kalah penting adalah mulai diperhitungkannya pembuatan ruang publik seperti taman kota, daerah hijau, lapangan, atau alun-alun sehingga masyarakat kota “dapat bernafas”(Johnson, 2006)

Akan tetapi, upaya perkotaan menjadikan ruang publik menjadi ideal terkendala oleh beberapa persoalan diantaranya ruang yang terbatas, banyaknya kepentingan yang menunggangi ruang publik, kebiasaan masyarakat. Lebih jauh penelitian ini berupaya menakar kembali idealitas Kampung tematik di kota tangerang sebagai area publik yang ideal berdasarkan prinsip-prinsip hiburan, interaksi, politik dan upayanya meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian tentang ruang publik sebelumnya pernah dilakukan oleh Wahyu Budi Nugroho & Gede Kamajaya di tahun 2019 dengan judul, Menakar Idealitas Lapangan Puputan sebagai Ruang Publik Masyarakat Kota Denpasar, Eva Etiningsih di tahun 2016 dengan judul, Fungsi Taman Kota sebagai Ruang Publik: Studi di Taman Merdeka Kota Metro. Kemudian, Zuhdan Ari Sandi di tahun 2015 melakukan penelitian dengan judul, Evaluasi Kesesuaian Pemanfaatan Area Ruang Publik RT/RW di Kota Tegal. Selanjutnya, penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Achmad Mukafi tahun 2013 berjudul, Tingkat Ketersediaan Ruang Terbuka Hijau Publik di Kota Kudus.

Terdapat beberapa persamaan dan perbedaan antara penelitian yang penulis lakukan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Persamaan penelitian penulis dengan berbagai penelitian sebelumnya adalah sama-sama menjadikan ruang publik sebagai fokus penelitian. Sementara perbedaan penelitian penulis dengan beberapa penelitian sebelumnya, antara lain; perbedaan jenis ruang publik yang dijadikan fokus penelitian, Wahyu Budi Nugroho & Gede Kamajaya (2019) misalnya, lapangan puputan Denpasar sebagai objek penelitian, kemudian Eva Etiningsih (2016) yakni, menjadikan ruang publik taman kota sebagai obyek penelitian, kemudian Hanik Mardhiyah (2011) menjadikan Ngarsopuro, yakni daerah kota tua di Solo sebagai fokus penelitian.

Adapun perbedaan dengan penelitian lainnya ditemui dalam fokus penelitian penulis yang mengangkat dimensi hiburan, interaksi, dan politik dari ruang publik. Hal ini berbeda dengan penelitian Zuhdan Ari Sandi (2015) yang berfokus pada kesesuaian alokasi ruang publik di kota Tegal dengan mengacu pada *blueprint* perencanaan pembangunan ruang publik sebelumnya. Perbedaan penelitian selanjutnya ditemui pada penelitian Achmad Mukafi (2013) yang berfokus pada pengadaan ruang terbuka hijau di kota Kudus.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep dari salah seorang tokoh pemikir kritis yakni Jürgen Habermas. Menurut teori ini dalam *The Structural Transformation of Public Sphere* (1991) Sejarah ruang publik sudah di mulai sejak abad 17-18 di Inggris, Jerman, dan Prancis. Kala itu, ruang publik masih dalam wujud kafe, salon di daerah perkotaan. Tempat-tempat tersebut di jadikan warga untuk berkumpul sekedar menghabiskan waktu luang, canda gurau hingga perbincangan dalam persoalan politik.

Lebih lanjut, Habermas mendefinisikan ruang publik sebagai ruang yang bersifat egaliter, berbagai kelas sosial melebur di dalamnya, tidak terdapat pihak dominan maupun *dormant* di dalamnya:

semuanya hadir sebagai ‘publik’. Prinsip egaliter ruang publik ini dijelaskan melalui paradigma komunikasi Habermas, yakni sebetulnya interaksi yang bersifat dua arah dan dialogis, bukannya interaksi berparadigma kerja yang mengandaikan adanya subyek dan obyek di dalamnya (Johnson, 2006). Secara tegas ruang publik ini di fungsikan sebagai ruang yang di peruntukan untuk publik tanpa terkecuali.

Seiring dengan perkembangan zaman ruang publik sedikit banyak mulai terdistorsi. Bagi Habermas (1991) hal ini disebabkan oleh kian menguatnya kontrol negara dan korporasi bisnis. Kontrol negara yang kuat menyebabkan masyarakat sekadar menjadi penonton “pertunjukan politik” atau “administrasi politik”, sedangkan cengkaman dunia bisnis yang kuat kerap kali menjadikan ruang publik sebagai media pemasaran beragam komoditas yang diproduksinya, terutama produk-produk konsumtif (Johnson, 2006). Bagi Habermas (dalam Goode, 2005), hal ini dapat diatasi dengan *rational communicative action* atau “tindakan rasional komunikatif”, yakni suatu perluasan komunikasi yang bebas dari tekanan, kepentingan pihak ketiga, serta distorsi. Melalui hal tersebutlah ruang publik yang ideal bagi warga kota dapat tercipta.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena penelitian ini bermaksud memperoleh gambaran sejauh mana kampung tematik di Kota Tangerang berfungsi sebagai Ruang Publik. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan mencoba menggambarkan secara mendalam objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang terlihat sebagaimana adanya. Selanjutnya agar penelitian mempunyai kualitas yang tinggi, maka penelitian ini dilakukan dengan jalan mengidentifikasi dimensi-dimensi yang cukup berpengaruh dan bersangkutan untuk diperhatikan.

Penelitian ini penulis bagi menjadi beberapa tahap diantaranya. Tahap Pertama, melakukan observasi dan dokumentasi terhadap Kampung tematik di kota Tangerang. Tahap kedua, dilakukan wawancara terhadap lima pengunjung yang tengah beraktivitas di kampung Tematik dan juga wawancara dengan penggiat Kampung Tematik. Tahap ketiga, setelah mengumpulkan persepsi dan penilaian warga terhadap Kampung tematik, langkah selanjutnya adalah menganalisa apakah Kampung tematik di Kota Tangerang telah memenuhi prinsip-prinsip ruang publik apa belum. Tahap keempat (terakhir) dilakukan penarikan kesimpulan dan rekomendasi terhadap keberadaan Kampung tematik di kota Tangerang.

PEMBAHASAN

Antusiasme masyarakat terhadap kampung tematik

Kampung Tematik merupakan salah satu inovasi Pemerintah Kota Tangerang untuk mengatasi permasalahan - permasalahan perkotaan diantaranya kumuh, tidak tertata dengan rapi, bahkan kepedulian antar warga yang rendah. Dengan adanya Kampung tematik ini, wajah Kampung yang

tadinya ber *Image* negative menjadi Kampung yang bisa di andalkan dalam kebersihan, kepedulian dan tanggung jawab. Pengentasan kemiskinan dan penataan permukiman juga bisa di rasakan ketika terbentuknya Kampung tematik ini. Bahkan menjadi Kampung percontohan dalam kualitas lingkungan dan peningkatan perekonomian warga setempat.

Berawal dari munculnya Kampung Bekelir di Buaran, Kampung Green Village di Grendeng Pulo), Kampung Markisa di Kelurahan Pasar Baru, Pemkot Tangerang bergerak terus mengajak masyarakat aktif dalam Pembangunan. Perlibatan partisipasi masyarakat beserta lembaga-lembaga yang ada bertujuan untuk membangun trademark, karakteristik lingkungan melalui peningkatan atau pengembangan potensi - potensi lokal yang dimiliki di wilayah tersebut.

Selain itu, kampung tematik juga menarik pengunjung dari warga lain hanya sekedar menghabiskan waktu setelah bekerja juga warga lain yang datang hanya sekedar foto bersama mengingat kampung-kampung tematik menyediakan spot foto menarik. Bahkan ada juga pengunjung yang menjadikan Kampung tematik untuk silaturahmi dan diskusi dengan kelompok komunitas.

Seperti pernyataan yang disampaikan oleh Korry (34) salah satu penggiat pariwisata komunitas Generasi Pesona Indonesia (GENPI) “selama ini banyak perubahan di Kampung tematik tadinya sebagai Kampung kumuh, kotor menjadi Kampung layak huni dan dikunjungi bahkan banyak aktifitas yang di lakukan baik oleh warga setempat dan pengunjung” masih menurut korry : “GENPI selaku komunitas anak muda juga sering kali mengadakan acara di Kampung tematik karena memang layak dan bias di jadikan untuk berkumpul, apalagi banyak spot foto menarik yang bisa di angkat ke media social”

Dari informasi yang disampaikan, dari berbagai aktifitas yang di lakukan pengunjung bisa menghabiskan waktu di kampung tematik. Terutama pengunjung yang melakukan foto baik di tempat spot foto yang disediakan juga gambaran kampung secara umum di *upload* ke media social akan menambah daya tarik pengunjung lain. Dan ini menguntungkan baik dari segi keberadaan Kampung itu sendiri juga menambah semangat warga Kampung tematik untuk memberikan yang terbaik lagi.

Berbeda dengan kyang di sampaikan oleh heru (38) mengatakan bahwa dia sesekali berkunjung kekampung temati bersama keluarga hanya karena ber biaya murah selain itu fasilitas lumayan mendukung. Selain itu, dia juga memberikan saran agar Kampung tematik di lengkapi dengan permainan anak agar bias semakin nyaman. Hal lain yang bias dia lakukan adalah foto ke;luarga karena Kampung tematik menyediakan spot foto menarik.

Informan selanjutnya yang tidak berkenan di sebutkan namanya, mengatakan bahwa tidak terlalu mengetahui fasilitas yang di tawarkan di Kampung tematik. Dia berkunjung “karena melihat foto-foto yang beredar di media social. Dan itu menjadi alasan untuk melihat secara langsung. Karena dahulunya Kampung yang saat ini *tranding* merupakan Kampung yang sebelumnya dia ketahui sebagai kampung tidak terawat” pungkasnya. Klarisa (20) mengatakan jika Kampung tematik selain

aman dan nyaman bagi pengunjung secara umum cukup baik, hanya saja perlu juga di perhatikan fasilitas untuk penyandang disabilitas agar keindahan Kampung tematik juga bias di rasakan oleh semua kalangan.

Lebih jauh, pengalaman yang di sampaikan oleh handini (30) dia mengatakan sangat puas terhadap keindahan maupun kebersihan Kampung tematik. Anton (18) mengatakan jika berkunjung ke Kampung tematik seolah di berikan banyak pelajaran terutama soal perawatan kebersihan dan keindahan termasuk juga bagaimana merawat bunga dan tanaman lainnya. Di Kampung tematik kita banyak belajar tentang perawatan tanaman terutama tanaman hias. Selain itu ada juga tanaman yang mengasilakn keuntungan secara ekonomi.

Dari sisi kenyamanan, mayoritas informan mengatakan kepuasannya karena suasana yang tenang dan asri, tidak terlalu ramai. Secara tidak langsung pernyataan ini menunjukkan betapa kehadiran orang lain, terlebih keramaian, masih menjadi ihwal yang dipermasalahkan. Meskipun sebetulnya, keramaian adalah hal yang biasa bagi ruang publik. Sebagaimana diungkapkan Habermas (1991), “Ruang publik adalah ruang dimana setiap warga dapat hadir membawa keprivatannya masing-masing untuk bersinggungan dengan warga lain sehingga menciptakan apa yang disebut sebagai publik.” Dalam hal ini istilah “masyarakat” sesungguhnya dapat dibedakan dari istilah “publik”. Istilah masyarakat menunjuk pada kumpulan manusia yang tinggal di suatu wilayah dalam jangka waktu minimal tertentu, serta memiliki nilai, norma, dan budayanya sendiri untuk mengatur kehidupan sehari-hari. Sementara, publik adalah bagian dari masyarakat yang memiliki perhatian pada suatu isu yang sama.

Lebih jauh, kita turut mengenal istilah kelompok, organisasi, serta kerumunan. Adapun proses sosial yang terjadi di kampung tematik lebih sesuai disebut sebagai “publik” dan kerumunan. Disebut sebagai publik karena mereka membawa atau memiliki isu berikut kepentingan yang sama: yakni sama-sama memanfaatkan ruang publik perkotaan bagi tujuan- tujuan pribadi. Adapun sebagai kerumunan dikarenakan relasi sosial yang bersifat temporer antar sesama, tidak tatap muka, juga tidak saling kenal. Lebih jauh, terdapat beberapa tipe kerumunan, antara lain; khalayak penonton, kelompok ekspresif, kumpulan orang yang kurang menyenangkan, kumpulan orang-orang panik, serta kerumunan yang berlawanan dengan hukum (Walgito, 2009).

Apabila dianalisis, maka kerumunan yang terdapat di kampung tematik dapat terkategori sebagai kerumunan khalayak penonton, khalayak ekspresif, serta bagi mereka yang terganggu oleh keramaian orang lain, kerumunan tersebut dianggap sebagai “kerumunan yang kurang menyenangkan”. *Pertama*, kerumunan penonton; dikarenakan satu sama lain antar sesama pengunjung sesungguhnya saling menonton (menyaksikan) aktivitas masing-masing, baik itu mereka yang sedang duduk-duduk, berolahraga, berdiskusi, dan lain sebagainya. Hal ini agakny sedikit bersinggungan dengan pemikiran Baudrillard (1988, 1998) mengenai *spectacle society* ‘masyarakat tontonan’ di mana relasi yang terbangun antarmasyarakat sekarang adalah saling menonton satu sama lain, hanya saja apa yang

ditonton adalah simbol-simbol yang melekat pada masing-masing individu. *Kedua*, sebagai kerumunan ekspresif, yakni ketika terdapat perhelatan-perhelatan seni atau semacamnya di Lapangan Puputan. *Ketiga*, sebagai kerumunan yang tak menyenangkan; sesungguhnya fenomena ini lebih tepat dijelaskan melalui pendekatan eksistensial, yakni bagaimana kehadiran individu lain dapat membuat diri kita merasa tak nyaman. Kehadiran tersebut salah satunya dikarenakan orang lain layaknya diri kita yang memiliki “kesadaran” sehingga lewat kesadaran tersebut ia dapat menilai, atau bahkan lebih jauh: mengkerangka diri kita (Nugroho, 2013).

Dimensi Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Politik Di Area Kampung Tematik

Bagi Habermas (1991), sebagaimana tujuan dan fungsi keberadaan ruang publik sejak awal kemunculannya, yakni sebagai sarana menghelat festival-festival sosial. Dalam pandangan sosiologis, semakin sering suatu kegiatan sosial dihelat, ini artinya semakin kuat ikatan sosial yang terdapat dalam masyarakat itu. Namun perlu dicatat, kegiatan sosial yang menunjukkan kuatnya ikatan sosial haruslah berbasis *voluntarism* atau kesukarelaan. Artinya, mereka yang terlibat langsung dalam kegiatan tersebut (pelaku) tidak mendasari motivasi tindakannya pada kalkulasi ekonomi. Begitu pula, siapa pun juga bisa menjadi *audiens* atau penonton pagelaran ini, atau dengan kata lain, gratis. Dalam masyarakat Barat yang individualis misalkan, kini ditemui fenomena *flashmob*. *Flashmob* adalah suatu kegiatan sosial yang telah direncanakan secara matang terlebih dahulu di mana orang-orang bersepakat untuk berkumpul di suatu tempat, kemudian melakukan aktivitas tertentu, entah menari, menirukan gaya *zombie*, dan lain sebagainya. Faktual, munculnya fenomena *flashmob* ini sesungguhnya diniatkan untuk menunjukkan bahwa dalam masyarakat Barat yang individualis sekalipun; kekuatan sosial tetap ditemui di dalamnya. individualis sekalipun; kekuatan sosial tetap ditemui di dalamnya. Lebih jauh, motivasi dari kegiatan sosial apabila hendak dipetakan melalui tipe-tipe rasionalitas yang antara lain: rasionalitas formal, rasionalitas instrumental, rasionalitas nilai, rasionalitas tradisional, serta rasionalitas afeksi; maka kegiatan sosial seyogianya dilandasi oleh rasionalitas nilai, rasionalitas tradisional, atau rasionalitas afeksi. Rasionalitas nilai adalah motif tindakan individu yang didasarkan pada sesuatu yang dianggap baik, benar, dan diharapkan keterwujudannya. Rasionalitas tradisional adalah motif tindakan individu yang didasarkan pada perilaku atau tindakan yang memang telah dilakukan secara turun-temurun. Adapun rasionalitas afeksi adalah motif tindakan individu yang didasarkan oleh perasaan atau emosi (Weber, 2009).

Paradigma komunikasi mengandaikan komunikasi yang bersifat egaliter; tidak terdapat pihak berkuasa dan dikuasi, dominan ataupun *dormant*, serta yang terpenting, komunikasi yang bersifat dua arah. Lebih jauh menurut Habermas, hanya dalam karakter interaksi seperti inilah ruang publik dapat tercipta, pun sebaliknya; ruang publik seharusnya menciptakan format komunikasi yang demikian. Habermas menggunakan istilah *rational communicative action* (tindakan rasional komunikatif) di mana perluasan rasionalitas atau “rasionalisasi” dalam komunikasi berarti komunikasi yang bebas dari tekanan, intimidasi, dan hal-hal bersifat rasional-instrumental (Habermas, 1989).

Dalam dimensi ekonomi, sebagian besar informan tidak mempersoalkan adanya kegiatan ekonomi di Kampung Tematik. Kegiatan ekonomi yang dimaksud adalah keberadaan para pedagang serta promosi-promosi dari produsen komoditas tertentu. baik yang berada di dalam kampung tematik maupun di sekitaran kampung tematik. Apalagi disaat pandemi seperti sekarang. Dari informan yang penulis wawancarai mayoritas menganggap hal yang wajar karena dengan keberadaan kampung tematik ini bisa sedikit membantu perekonomian keluarga. Terutama warga kampung tematik tetap bisa berjualan oleh-oleh khas kampung tematik juga bisa berjualan aneka produk UMKM warga kampung tematik.

Supardi (35) mengatakan bisa jadi ini solusi ekonomi warga dengan keberadaan kampung tematik. Ekonomi tetap jalan dan bisa membantu UMKM loka (warga kampung tematik) agar tetap hidup. Senada yang di sampaikan oleh Ratna (50) dengan berjualan di sekitar kampung tematik sangat membantu ekonomi keluarganya.

Secara faktual keberadaan kegiatan ekonomi di ruang publik sesungguhnya adalah hal yang “tabu”. Sebagaimana diungkapkan Habermas (dalam Nugroho, 2011a) ruang publik sebagai ruang yang bebas dominasi; keberadaan kegiatan ekonomi dalam ruang publik dapat disebut sebagai distorsi atasnya. Lebih jauh, keberadaan promosi-promosi komoditas tertentu yang mewakili suatu korporasi ataupun perorangan dapat dianggap sebagai infiltrasi atau invasi modal terhadap ruang publik (kapitalisasi ruang publik). Bahkan menurutnya, keberadaan *brandings* ‘merk-merk’ di ruang publik pun tak bisa dibenarkan, meskipun itu merupakan hasil dari kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*). Sebuah ilustrasi sederhana, apabila sebuah tembok yang terdapat di pinggir jalan (ruang sosial) telah dijadikan media promosi korporasi tertentu, maka tembok tersebut tak lagi menjadi milik masyarakat atau ruang publik, melainkan telah menjadi ruang kapitalis yang menunjukkan invasi modal pada ruang publik (Nugroho, 2011b).

KESIMPULAN

Melalui observasi dan wawancara yang dilakukan dengan berbagai informan, kiranya dapat dipetakan beberapa persoalan krusial yang masih terdapat di Kampung Tematik sebagai ruang publik masyarakat kota Tangerang. *Pertama*, fasilitas publik sudah cukup lumayan tinggal di tambah fasilitas ramah anak. *Kedua*, perlu di buat aturan agar kampung tematik tetap di buka disaat pandemi dengan pembatasan mengingat ada perputaran ekonomi baik dari pedagang kecil di sekitar kampung tematik juga UMKM warga kampung tematik.

Lemahnya sosialisasi kepada masyarakat luas mengenai ruang publik perkotaan yang ideal sampai saat ini masih menjadi pekerjaan rumah. Perlu di giatkan kembali dan di gencarkan lagi sosialisasi dan pendampingan kepada warga agar selain peduli dengan lingkungan juga sadaran wisata agar roda ekonomi tetap berputar, terutama mengangkat pelaku ekonomi loka (warga kampung). Karena masih minimnya pemahaman masyarakat mengenai karakter ruang publik yang ideal akhirnya bagi sebagian

besar masyarakat, ruang publik seolah sekadar menjadi tempat untuk rekreasi dan melepas penat baik bagi perseorangan maupun kolektif. Tak hanya itu saja, ruang publik pun seyogyanya menjadi tempat yang ramah bagi aktivitas sosial, ekonomi, dan politik. Tegas dan jelasnya, hanya paradigma komunikasi yang dapat menciptakan lahirnya ruang publik, pun sebaliknya, hanya lewat ruang publiklah interaksi antar individu yang bersifat emansipatoris dapat tercipt terutama saat pandemi seperti sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Publik Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press.
- Weber, M. (2009). *Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baudrillard, J. (1988). *The Ectasy of Communication*. Cambridge: MIT Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publikation.
- Goode, L. (2005). *Jurgen Habermas: Democracy and Publik Sphere*. London: Pluto Press
- Johnson, P. (2006). *Habermas: Rescuing the Publik Sphere*. New York: Routledge.
- Lafebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Nugroho, W. B. (2011a). Angkringan sebagai Ruang Publik. Diakses pada tanggal 11/10/21 link <https://www.viva.co.id/arsip/261347-angkringan-sebagai-ruang-publik>
- Creswel, John W. (2016). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Jurnal

- Nugroho, W. B., & Kamajaya, G. (2019). Menakar idealitas lapangan puputan sebagai ruang publik masyarakat kota denpasar. *Politika, Jurnal Ilmu Politik*, 10, 78-92.
- Prasetyo, A. G. (2012). Menuju demokrasi rasional: melacak pemikiran jürgen habermas tentang ruang publik. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 169-185.
- Valentina, Tengku Rika, Aidinil Zetra, Lusi Puspika Sari, 2020, Pemanfaatan Ruang Publik Sebagai Peningkatan Partisipasi Politik di Nagari Talang Anau, Kabupaten Lima Puluh Kota, Publik jurnal ilmu adminstrasi, 9, 66-79