

ASPEK SENSORIK PEMBENTUK *TASTE OF PLACE* *Kasus Studi: Sababay Winery di Bali*

Catherine Eunike Halim¹⁾, Adli Nadia¹⁾*, Doni Fireza¹⁾

¹⁾Program Studi Arsitektur, Universitas Agung Podomoro

*E-mail korespondensi: adlinadia@gmail.com

ABSTRAK

Anggur Sababay merupakan salah satu komoditas bernilai tinggi yang berasal dari Bali dan berperan signifikan pada kegiatan ekspor impor Indonesia. Anggur tidak lagi dinilai sebagai minuman beralkohol yang dikonsumsi oleh masyarakat terbatas, namun sudah menjadi minuman yang memberikan sensasi fisiologis dan pembelajaran melalui pengalaman mengonsumsi yang melibatkan berbagai aspek sensorik. Kajian pada *terroir* atau *taste of place* merupakan irisan dari perancangan arsitektur dan keilmuan gastronomi yang membahas hubungan antara manusia dengan konteks geografis serta lokalitas kulturalnya sehingga menjadi penting diterapkan sebagai upaya menghadirkan pengalaman ruang dan konsumsi yang utuh. Meskipun pendekatan *terroir* atau *taste of place* ini sudah umum dilakukan di berbagai kawasan penghasil anggur mancanegara, namun kajian pada pembudidaya anggur Sababay Bali belum pernah dilakukan. Dengan demikian dibutuhkan penelitian yang dapat mengukur seberapa jauh penerapan konsepsi *terroir* pada fasilitas tersebut sehingga dapat bermanfaat bagi stakeholder Sababay Winery untuk meningkatkan kualitas pengalaman mengonsumsi anggurnya dimasa yang akan datang. Penelitian ini akan menggunakan metode observasi in-situ dan wawancara pada para pemangku kepentingan serta dianalisis secara sistematis dengan menggunakan parameter sesuai dengan teori *terroir* dan *taste of place*. Hasil penelitian ini berupa sintesis antara ruang yang dihadirkan oleh Sababay Winery dengan intensitas stimulasi pada indra manusia sebagai media berdialog antara manusia dengan dengan wadahnya.

Kata kunci: *Terroir, Taste of Place, Panca Indra, Anggur, Arsitektur.*

ABSTRACT

Title: *Sensoric Aspect for the Taste of Place (Case Study: Sababay Winery in Bali)*

Sababay wine is one of the high-value commodities originating from Bali and plays a significant role in Indonesia's import-export activities. Wine is no longer considered an alcoholic beverage consumed by a limited number of people, but has become a drink that provides physiological sensations and learning through consuming experiences that involve various sensory aspects. The study of terroir or taste of place is part of architectural design that discusses the relationship between humans and their geographical context and cultural locality, so it is important to apply them as an effort to present a complete experience of space and consumption. Although this terroir approach is common in many foreign wine-producing regions, studies on Sababay Bali grape cultivators have never been conducted. Thus, research is needed that can measure how far the terroir concept is applied to the facility so that it can be useful for Sababay Winery stakeholders to improve the quality of their wine consuming experience in the future. This study will use the method of in-situ observation and interviews with stakeholders and analyzed systematically using parameters in accordance with the theory of terroir and taste of place. The results of this study are in the form of a synthesis between the space presented by Sababay Winery with the intensity of stimulation on the human senses as a medium for dialogue between humans and their container.

Keywords: *Terroir, Taste of Place, Senses, Wine, Architecture.*

Article History
Received : 2022-11-09
Revised : 2023-01-11
Accepted : 2023-01-13



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

A. PENDAHULUAN

Anggur yang diolah sebagai minuman atau *wine* merupakan salah satu komoditas bernilai tinggi di dunia. Minuman ini dianggap lebih spesial dibandingkan minuman beralkohol lain sebab hampir selalu disajikan dengan cara dan saat yang unik. Di berbagai negara, pembudidaya anggur selalu menghadirkan kebun anggur dan fasilitas pembuatannya berdampingan dengan wadah untuk pembelian dan mengonsumsi secara utuh. Hal ini bertujuan untuk menghadirkan cita rasa yang utuh dengan melibatkan aspek-aspek emosional pada proses pembuatannya. Strategi ini juga bertujuan untuk menunjukkan rasa bangga pembudidaya anggur sehingga masing-masing dari mereka ingin menunjukkan keunikan hasil olahannya.

Pemrosesan dari anggur menjadi *wine* memiliki rangkaian panjang dan rumit. Sejak proses penanaman, pemetikan, pengolahan, fermentasi hingga akhirnya tahapan pengemasan merupakan kegiatan unik yang perlu dipahami dan dirasakan oleh konsumennya. Empati para penikmat lalu di kuatkan melalui pengalaman ruang-ruang arsitektural yang menstimulasi indra pengunjunnya. Pengalaman ini lalu disebut dengan sensasi fisiologi dan sensorik.

Peynoud, mengungkapkan hubungan yang erat antara peradaban manusia dengan kualitas anggur yang dihasilkannya. Menurutnya, semakin tinggi peradaban manusia maka semakin tinggi apresiasi masyarakatnya terhadap proses pengolahan anggur (peynoud dan Blouin. 2013). *Wine* dianggap sebagai karya seni yang membutuhkan kecerdasan dan kompetensi khusus sehingga tidak hanya menghasilkan keunikan rasa semata. Kegiatan mencicipi *wine* yang dianggap sakral tidak sama

dengan sekedar meminum untuk merasakan rasanya, namun segelas anggur perlu untuk dihirup, dinikmati dan ditelan lalu diapresiasi. Walaupun *wine* secara fisik hanya merupakan cairan hasil fermentasi buah anggur, segelas *wine* yang disertai dengan pengalaman sensorik dapat bercerita banyak. Setiap tetesnya mengandung geografi, muatan sejarah, pertanian, dan kebudayaan pembudidaya *wine* tersebut. (Bruce, 1999)

Wine berkomunikasi secara utuh. Mereka berkomunikasi menggunakan “*Terroir*”, atau *the taste of place*, dengan pengertian harfiah; tanah, lokalitas, dan bagian dari negara (Trubek, 2008; Hermansen, 2012). *Terroir* adalah sebuah kategori untuk membingkai dan menjelaskan hubungan manusia dengan tanah dan topografinya. Ini artinya, ketika seorang pakar *wine* mencicipi anggur tertentu, maka dia dapat merasakan tempat dimana anggur tersebut dibudidayakan dan diproduksi. Bagi beberapa negara pengonsumsi anggur misalnya Perancis, *terroir* tidak berhenti hanya pada lokasi dan topografinya namun melibatkan hubungan sensual, praktis, dan kebiasaan atau budaya. *Terroir* juga tidak berhenti pada indera pengecap, tetapi terkait dengan aspek sensorik secara keseluruhan yang menciptakan hubungan dan pengalaman (Ma, 2018).

Pentingnya kehadiran *terroir* pada proses budidaya anggur lalu diintegrasikan secara utuh sejak tahapan pembudidayaan, produksi hingga aspek komersialisasinya. Petani secara sadar dilibatkan keberperannya. Mereka dijadikan aktor utama yang berperan penting dalam menghadirkan keunikan rasa anggur. Para pengolah dan produsen juga dilibatkan secara aktif untuk menjelaskan tahapan dan proses fermentasi yang dihadirkan untuk

menghasilkan produk anggur yang berkualitas tinggi. Sedangkan para pemasar juga memahami pentingnya menceritakan kembali sejarah yang ada dibalik segelas anggur yang dicicipi oleh pembeli.

Di Indonesia, kebun anggur tersebar tidak merata dan hanya terdapat tiga sentra anggur yang memiliki kualitas ekspor, antara lain Jawa Timur, Bali dan Kupang. Apabila dipandang dari sudut pandang *terroir* tersebut, integrasi antara tahapan pembudidayaan, produksi dan aspek komersialisasinya belum terjalin baik. Hampir seluruh sentra budidaya tersebut belum melibatkan para petani anggur sehingga mereka terisolasi dari konsumen dan penikmat anggur. Besar dugaan dari peneliti, belum terintegrasinya hulu dan hilir dari pembudidayaan anggur di Indonesia mengakibatkan pertumbuhan penjualan yang lambat. Sehingga para pembeli anggur tidak memiliki keamatan emosional dengan produksi anggur lokal.

Secara psikologis, hilangnya *terroir* pada produksi anggur lokal berdampak pada gagalnya penciptaan keamatan emosional. Seperti yang diungkap oleh Seremetakis (1994), hubungan emosional dalam mengonsumsi makanan dibangun melalui ingatan seseorang mengenai tempat dan inderanya, sehingga interaksi langsung dengan konsumen *wine* membangkitkan, diantara masyarakat lokal pengolah *wine*, rasa bangga atas tanah dan wilayah mereka. Sedangkan tempat yang dimaksud adalah konteks yang beragam, spasial, sosial, dan historis berkontribusi pada produksi lokalitas.

Hubungan yang terbentuk antara indera dan sebuah tempat tidak muncul secara langsung, tetapi itu merupakan proses yang harus dibangun secara kontekstual (Tomasi et al., 2013). Untuk membangun

hubungan tersebut, maka ruang menjadi sebuah wadah yang memicu aspek sensorik dan berperan untuk memberikan pengalaman bagi manusia serta menciptakan *terroir* dalam prosesnya. Sesuai dengan latar belakang di atas, maka penelitian ini disusun untuk mengidentifikasi aspek sensorik pada sebuah *winery* untuk menciptakan *sense of place* dan *sense of taste* di dalam ruang-ruang yang dihadirkan oleh para pembudidaya anggur.

Rumusan Permasalahan

Latar belakang di atas, menjelaskan hadirnya beberapa permasalahan yang berkaitan dengan hilangnya integrasi antara konsumen *wine* dengan masyarakat lokal pembudidaya anggur yang tersolasi secara geografis dan komersial, sehingga konsepsi *terroir* dari konsumsi *wine* gagal tercipta secara utuh. Keberperanan ranah arsitektur melalui pengolahan ruang, skala, material dan tekstur yang berinteraksi dengan indra manusia menjadi signifikan untuk mengeratkan hubungan emosional diantara konsumen dan pembudidaya anggur. Dengan demikian dapat tercipta dialog antara kedua pihak dan di jembatani oleh arsitektur sebagai media penghubung.

Pertanyaan penelitian

1. Bagaimana pembudidaya anggur dan ruang-ruang yang mereka bentuk dapat berperan pada penciptaan *sense of place*?
2. Bagaimana arsitektur dengan pendekatan sensorial placemaking dapat menciptakan pengalaman lokalitas dari *wine* dengan melibatkan masyarakat pembudidaya sehingga membangun identitas anggur yang utuh.

B. KAJIAN LITERATUR

Terroir

Istilah *terroir* berasal dari kata latin *Terra* dan menjadi istilah di Perancis yang mengandung makna permukaan atau tanah. Istilah ini sering digunakan pada ranah keilmuan agrikultur yang membahas kemampuan tanah di suatu wilayah. *Terroir* juga seringkali diasosiasikan dengan *origin*, atau asal usul, yang membangkitkan rasa *sense of place* dan merujuk kepada atribut-atribut lokalitas dan tanah. *Terroir* menonjolkan karakteristik yang beragam dari penduduk lokal, bahasa, budaya setempat, sampai aksan bahasa (Skinner, 2015). Interaksi alam seperti antara topografi dan lansekap (gunung, sungai), dapat terjadi di level yang berbeda, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada sifat bawaan *terroir*. (Brillante et al., 2020). Sehingga dapat disimpulkan, dalam konteks pembuatan *wine*, *terroir* dihasilkan dari penggabungan antara elemen ekologi, geografi, dan sejarah.

Terroir menggambarkan “rasa dari tanah” atau *the taste of soil* pada tingkat material, sehingga menunjukkan lokasi, kemiringan tanah, kelembapan, keasaman tanah, tingkat paparan sinar matahari, dan kehadiran aroma pada tanah (Marechal, 2010). Setiap dari elemen atau faktor tersebut masing-masing membangun cerita yang berbeda dan menimbulkan perbedaan rasa dari *wine*. Karakteristik bawaan tersebutlah yang membentuk sebuah identitas anggur yang utuh, beragam, dan memiliki nilai tinggi (Maltman, 2018). Segelas *wine* kemudian menjadi sebuah cerita yang mengungkap identitas wilayah dan masyarakat pembudidayanya. Hal yang memicu munculnya karakteristik dan elemen

yang terkandung dalam *wine* saat dikonsumsi adalah keberadaan konsumennya, ruang yang ia tempati, indera yang ia gunakan, dan bagaimana indera tersebut digunakan untuk berdialog dengan ruang.

Identitas Lokal

Pada pembahasan komoditas, identitas lokal merupakan komponen vital dalam membangun daya tarik konsumen. Identitas lokal dapat merekayasa transformasi sosial dan ekonomi dari konteks tertentu. (Shao, Lange, & Thwaites, 2017). Dalam membangun daya tarik tersebut, identitas adalah kunci dari realitas subyektif dan hampir keseluruhan realitas tersebut berada dalam hubungan dialektika dengan masyarakat (Christmann, 2003).

Menghadirkan kekhasan dari sebuah daerah atau kota perlu penanganan secara utuh dari hulu hingga hilir. Mulai dari identitas kultural masyarakat pembudidaya anggur hingga identitas produk *wine* yang dihasilkan oleh wilayah tertentu. Semakin mahal dan unik komoditas yang disajikan, maka semakin tinggi kebutuhan narasi yang utuh bagi pembeli produk tersebut. Ini artinya, konsumen membutuhkan sejarah yang menarik di balik komoditas yang dikonsumsinya. Keutuhan kultural perlu disadari sepenuhnya oleh pembudidaya atau pembuat anggur tersebut. Mereka perlu menjelaskan perjalanan anggur dan *wine* tersebut dari awal hingga akhir dan seluruh proses tersebut lalu dijadikan budaya mencipta dan budaya membuat.

Dialog antara indera manusia dan elemen arsitektur

Setiap pengalaman yang ditawarkan oleh arsitektur adalah pengalaman multi-

sensori (Pallasmaa, 2019). Elemen – elemen pembentuk ruang seperti dinding, lantai, plafond, material, skala, dan lain-lain lalu diukur oleh mata, telinga, hidung, kulit, mulut dan tubuh. Menurut Pallasmaa, indera manusia menelusuri ruang secara naluriah dan berinteraksi secara bersamaan meskipun fungsi masing-masing indera tersebut berbeda-beda.

1. Penglihatan

Indera penglihatan menggabungkan dan memperkuat indera lainnya. Penglihatan berperan sebagai pengantar, dimana indera lain di stimulasi oleh adanya penglihatan oleh sesuatu. Dalam membentuk ruang arsitektur, indera penglihatan memperlihatkan sudut pandang yang berbeda, pengenalan akan material, dan ingatan akan periode waktu tertentu. Pandangan menyiratkan identifikasi dan sentuhan tiruan dari tubuh.

2. Pendengaran

Ruang yang dilacak oleh telinga menciptakan ingatan baru di bagian dalam dari pikiran. Pendengaran menciptakan rasa terhubung dan solidaritas. Setiap bangunan atau ruang arsitektur memiliki ciri khas suara, suara yang mengundang, menunjukkan penolakan, memberi kesan ramah, atau lebih cenderung agresif. Bahkan dalam ketenangan, ruang arsitektur dapat berdialog dengan pengamatnya.

3. Penciuman

Ingatan terkuat yang seseorang miliki, seringkali adalah dari aromanya. Aroma tertentu dapat membawa seseorang ke sebuah ingatan akan tempat yang telah lama dilupakan oleh indera

penglihatannya. Aroma pada bangunan atau ruang tertentu, akan membentuk ingatan kuat akan ruang tersebut.

4. Peraba

Permukaan kulit mengenali dan membaca tekstur, berat, massa, dan suhu dari sebuah material. Indera peraba merupakan indera yang penuh kedekatan, erat, dan penuh perhatian. Sebuah sentuhan dapat merasakan kehangatan dari sebuah ruangan, dan menentukan suasana yang apa yang ingin dicapai dalam ruang itu. Keamanan dan kesenangan dapat dicapai saat seseorang menemukan resonansi yang tepat dalam suatu ruang.

5. Pengecap

Terdapat perpindahan halus dari pengalaman sentuhan dan pengecap. Indera penglihatan juga mempengaruhi dan membangkitkan rasa. Bagi ruang yang difungsikan untuk tujuan kuliner, pangan, dan minuman, indera pengecap adalah indera yang dianggap paling penting. Namun, tanpa ditemani atau diperlengkapi oleh indera lainnya, rasa yang dikecap menjadi tidak utuh (Wankhede & Wahurwagh, 2016).

Indera manusia untuk dalam perancangan *place making* (Sensorial Placemaking)

Arsitektur mencerminkan ide dan gambaran ideal kehidupan. Arsitektur merupakan sebuah pengalaman yang merujuk pada perilaku ingatan, mengingat kembali, dan membandingkan. Menciptakan pengalaman arsitektur yang mengesankan berarti menggabungkan ruang, waktu, dan

material dalam sebuah dimensi (Pallasmaa, 2015).

Dalam “*The Sensory Experience and Perception of Urban Spaces*”, menyebutkan elemen dan properti dari pengalaman sensorik, yaitu;

1. *Viewscape*
Memperhatikan elemen seperti; ukuran, susunan, keberagaman, warna, bentuk, pola, alur, volume, landmark, pembatas, dan elemen lainnya.
2. *Touchscape*
Meliputi elemen yang dirasakan dalam jangkauan sentuhan; kekerasan, kelembutan, kering, lembap, dingin, dan hangat.
3. *Soundscape*
Berkontribusi pada elemen suara; nada, suara lalu lintas, keheningan, gema, dan dimensi suara lainnya.
4. *Smellscape*
Terdiri dari serangkaian klasifikasi dari aroma, wangi-wangian, dan bau.
5. *Tastescape*
Berkontribusi pada indera pengecap, elemen dari segi rasa asam, manis, dan pengalaman yang ditawarkan dari rasa itu.

Pengalaman sensorik dari ruang arsitektur membentuk identitas bangunan yang memiliki makna dan ingatan tertentu (Navickienė, 2015). Strategi dalam arsitektur *sensorial placemaking* adalah dengan mengenali kegiatan yang berputar di tempat tertentu dan melibatkannya menjadi sebuah pengalaman sensorik.

Implementasi *sensorial placemaking* dalam perancangan fasilitas *winery*

Penerapan *sensorial placemaking* berfokus pada aspek estetika, karakter fisik dan aspek fungsional. Penggalan

identifikasi aspek *sense of place* melalui aspek sensorik mengacu pada perpaduan aspek kognitif, juga emosional dari interaksi antara manusia dan lingkungan binaan, dimana pemahaman *sense of place* dalam arsitektur diperluas dengan menggunakan indera. Dari sudut pandang geografis, sebuah tempat hanya dapat dirasakan secara utuh melalui indera, ingatan, kecerdasan dan imajinasi. Maka, perancangan *winery* merupakan perancangan yang mengandung perpaduan elemen *terroir*, indera, dan ingatan, melalui material dan ruang-ruang yang membangkitkan aspek sensorik dan membentuk *sense of place*.

Menurut Eglė Navickienė (2015) dalam penelitiannya mengenai *sense of place in architectural design*, beragam komposisi dari *sense of place* adalah sebagai berikut;

1. Tempat dan *sense of place* adalah komposisi kompleks yang memadukan permainan material, aspek sosial, dan makna interpretatif yang bertindak secara mandiri namun saling bergantung. Komposisi ini menyentuh pengaturan fisik dari sebuah tempat, dimana lingkungan alam yang ditentukan oleh wilayah origin atau asal dan agrikultur, dipengaruhi oleh kondisi iklim dan kondisi antropogenik, atau elemen-elemen buatan manusia seperti lanskap, infrastruktur, bangunan, dan objek lainnya. Bentuk fisik dalam bidang desain arsitektur dianggap paling banyak diwujudkan berdasarkan nilai-nilai estetika, artistik, tektonik, kontekstual, struktural, dan lingkungan.
2. *Domain of Human Activities*, dimana arsitektur menggambarkan berbagai kegiatan atau proses sosial yang terjadi di tempat tersebut. Hubungan sosial yang terbentuk, digambarkan melalui

gambar dan narasi dan dalam bentuk, alur dan dimensi arsitektur.

3. *Symbolic Meaning*, dikaitkan dengan suatu tempat sebagai penanda, yang maknanya melibatkan hubungan individu, komunitas, dan lokalitas. Makna berhubungan dengan persepsi dari pengalaman yang diterima dari lingkungan sekitar. Interaksi antara manusia, ruang, dan lingkungan yang memberi makna dirasakan melalui indera (melihat, mendengar, mencium, menyentuh), dan diinterpretasikan dan dirasakan secara emosional. Nilai-nilai yang diberikan orang pada tempat, dan kualitas yang diinvestasikan orang pada tempat tersebut berkontribusi pada kekayaan, nilai, dan keragaman makna. Adapun Interpretasi komunikatif dan interaksi reflektif dalam desain arsitektur bergantung pada penggunaan asosiasi, inspirasi, dan peningkatan kualitas yang membuat sebuah tempat dapat dirasakan secara utuh.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini secara umum akan dilaksanakan secara kualitatif dengan tahapan sebagai berikut: studi literatur, observasi, dan wawancara. Studi literatur dilakukan di tahapan awal dengan tujuan membangun argumen dan merumuskan permasalahan. Studi literatur diakhiri dengan membandingkan beberapa kasus studi agar implementasi sensorial placemaking pada beberapa fasilitas *winery* dapat dipetakan. Langkah berikutnya adalah studi lapangan di Sababay *Winery* Bali yang bertujuan untuk mengungkap bagaimana penerapan sensorial placemaking yang kemudian disertai dengan wawancara pada

pengelola untuk memverifikasi hasil temuan observasi.

Langkah akhir dari penelitian ini adalah analisis dan diskusi yang bertujuan untuk menghasilkan kesimpulan penerapan *sensorial place making* di Sababay *Winery* Bali. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran pada pengelola Sababay *Winery* atas potensi pengembangan yang dapat dilakukan secara arsitektural. Sudut pandang peneliti dalam menilai dan mengukur fasilitas *winery* tersebut akan didasarkan pada ruang-ruang utama yang dapat dieksplorasi oleh konsumen.

Kasus Studi 1 – Taboadella *Winery* – Portugal

Taboadella merupakan *winery* yang didirikan dari latar belakang tokoh sejarah yang mencari anggur terbaik dari yang terbaik, dan kemudian menemukan gudang yang diubah menjadi tempat penyimpanan dan pengolahan anggur. Taboadella didominasi penggunaan material kayu yang melambangkan pelestarian dan pengolahan lingkungan. Fasilitas utama yang tersedia pada *winery* ini antara lain; *winery*, galeri, ruang mesin, lobby, *wine cellar*, *office*, dapur, laboratorium, dan area *wine tasting*.

Perancang fasilitas ini adalah Carlos Castanheira. Fasilitas ini berdiri di kota Satao, Portugal dan selesai renovasi pada tahun 2020. Fasilitas ini didirikan di atas lahan anggur seluas 40 ha., dan luas bangunan ini adalah 3.728m².

Kasus Studi 2 – Lahofer *Winery* – Czech Republic

Lahofer *Winery* memadukan tradisi anggur historis dengan desain arsitektur kontemporer dan menyampaikannya dengan

membangun sebuah dialog antara ruang indoor dan outdoor. Lahofer menanggapi topografi dan tradisi arsitektur yang berakar pada budaya anggur, dan menyusun desain yang bersimbiosis dengan lanskap kawasan. Fasilitas yang tersedia pada *winery* ini antara lain; *showroom*, gudang *wine*, *office*, ruang mesin, area produksi, kebun anggur dan area distribusi.

Perancang fasilitas *winery* ini adalah CHYBIK + KRISTOF yang merupakan arsitek kenamaan di kawasan tersebut. Fasilitas ini berdiri di Kota Dobsice, Czech Republic. Fasilitas ini didirikan di atas lahan perkebunan anggur seluas 430 ha., dan luas bangunan ini adalah 3.842m².

Kasus Studi 3 – Sababay Winery

Sababay Winery didirikan di Pulau Bali, Indonesia. Pada awal berdirinya, Sababay didirikan untuk membantu para petani anggur yang miskin. Sababay *winery* hingga saat ini tidak memiliki kebun anggurnya sendiri, mereka sepenuhnya bertumpu pada hasil perkebunan masyarakat sehingga untuk Sababay Winery yang terletak di Gianyar, sehingga diupayakan sebuah lansekap buatan yang menyerupai kebun anggur asli untuk mendapatkan kesan *sense of place*.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ruang penerima atau lobby

Pada Taboadella Winery, ruang penerima didominasi oleh stimulan indra pengelihatan dan penciuman dengan menghadirkan material beton yang dikombinasikan dengan kayu yang memiliki kesan hangat. Begitu juga pada ruang penerima Lahofer Winery yang

menstimulasi indra yang sama melalui langit-langit kurva dan rustic serta berbentuk lorong. Meskipun *winery* ini menstimulasi indera yang sama, namun kesan yang dihasilkan pada masing-masing ruang penerima, Taboadella menghadirkan ruang yang hangat dan homy, sedangkan Lahofer menghadirkan kemegahan dan ikonik.

Lain halnya pada Sababay Winery yang menstimulasi indera penciuman di ruang penerimanya. Aroma anggur dirasakan sangat kuat pada beberapa langkah sebelum pintu masuk hingga ke dalam ruang penerima. Selain indera penciuman, Sababay Winery juga menstimulasi indera pengelihatan dengan menggunakan material-material hangat misalnya batuan dan kayu yang disusun secara sederhana dengan skala ruang mirip rumah tinggal.

Ruang mencicipi anggur

Pada Taboadella dan Lahofer, ruang untuk mencicipi anggur dilakukan di dalam ruang tertutup yang dilengkapi dengan jendela besar menghadap ke kebun anggur. Ruang mencicipi ini dirancang sedemikian rupa agar aroma anggur dapat dirasakan secara maksimal tanpa ada gangguan dari lingkungan sekitarnya. Namun demikian, jendela besar yang menghadap ke arah kebun anggur dan memperlihatkan petani tetap diperlukan untuk menghadirkan empati konsumen sehingga terbentuk terroir. Secara garis besar, indera yang distimulasi adalah penciuman, pengecap lalu dilengkapi oleh pengelihatan.

Pada Sababay Winery, ruang mencicipi justru dirancang berbeda dengan Taboadella dan Lahofer. Sababay memiliki dua ruang untuk mencicipi yaitu pada area restoran dan di taman yang menduplikasi

nuansa perkebunan anggur. Indera penciuman dan pengecap yang relatif dominan secara intens digabungkan dengan peraba dan pengelihatannya sehingga konsumen menjadi tidak terlalu fokus pada rasa dan aroma anggur. Dugaan dari peneliti, kualitas anggur Sababay memang belum setara dengan anggur mancanegara, sehingga aroma dan rasa dirasakan lebih tipis. Bisa jadi penyebabnya adalah faktor iklim yang mempengaruhi kualitas buah anggur atau teknologi pemrosesan anggur yang belum mumpuni.

Strategi yang dilakukan Sababay merupakan cara yang unik. Perancangan arsitektural digunakan untuk mengatasi kelemahan anggur Sababay sehingga konsumen tetap dapat merasakan terroir-nya melalui rangsangan indra yang lain. Strategi ini bisa jadi sifatnya temporer, sebab apabila kualitas anggur yang diinginkan telah tercapai, maka stimulasi pada indra penciuman tetap harus diprioritaskan sebagai identitas lokal Sababay *Winery*.

Ruang pengolahan anggur

Ruang ini pada umumnya berisikan mesin fermentasi dan mesin ekstraksi yang berfungsi mengubah buah anggur menjadi minuman anggur. Baik Taboadella dan Lehofer menghadirkan nuansa gelap dan dingin. Langit-langit ditinggikan dan pengunjung seperti dinihalkan. Hampir tidak ada pencahayaan alami di ruang ini sehingga identik dengan ruang penyimpanan bawah tanah yang populer pada tempat penyimpanan anggur di masa lampau, hal ini disebabkan oleh sinar matahari yang dapat mengganggu proses fermentasi dan berdampak besar pada rasa minuman anggur tersebut. Sedangkan pencahayaan buatan di ruangan ini juga memiliki kesan minim

cenderung gelap. Lampu – lampu yang digunakan biasanya lampu spot dan hanya menerangi koridor maupun jalan.

Pada Sababay *Winery*, ruang pengolahan tidak dihadirkan menyerupai ruang bawah tanah melainkan berupa hangar yang terbuka dan diberikan atap. Sababay menggunakan penutup lokal untuk melindungi proses fermentasinya. Ruang ini dirancang untuk merespon kebutuhan pengunjung untuk mengeksplorasi dan mengamati proses pembuatan secara jelas dan memudahkan untuk pengambilan foto. Aroma anggur dan bunyi-bunyian mesin pengolah juga mendominasi suasana ruang ini sehingga cukup berbeda dengan Taboadella dan Lehofer yang lebih sunyi dan gelap.

Kantor Pengelola

Kantor pengelola di Taboadella terletak cukup tersembunyi dan berukuran kecil. Tujuannya untuk menjauhkan dari ruang publik yang relatif ramai. Sedangkan pada Lehofer *Winery*, justru diletakkan berdekatan dengan ruang publik atau area pengunjung. Aksesibilitas yang baik ini memiliki kesan terbuka dan memancarkan keramahan.

Sababay *Winery* memiliki konsep yang mirip dengan Lehofer *Winery*. Keramahtamahan sangat dibutuhkan pada konteks pulau Bali yang hangat. Baik Sababay dan Lehofer panca indra yang mendapatkan stimulasi adalah pengelihatannya dan penciuman.

Amphitheater dan ruang terbuka

Taboadella *Winery* tidak memiliki ruang *amphitheater* dan digantikan oleh

ruang terbuka yang dapat mengamati kebun anggur disekitarnya. Sedangkan Lahofer Winery memiliki amphiteater yang diletakkan di atas ruang pameran sebagai wadah untuk acara-acara keramaian di fasilitas tersebut. Amphiteater ini memiliki pemandangan yang sangat indah menghadap perkebunan anggur. Panca indra yang distimulasi di fasilitas ini adalah pengelihatannya, pendengaran dan penciuman.

Sababay Winery tidak memiliki amphiteater namun memiliki taman yang dapat digunakan untuk menyelenggarakan berbagai acara penjamuan. Taman ini mampu menstimulasi hampir seluruh panca indra manusia. Ketika sajian anggur hadir, konsumen dapat melihat berbagai kegiatan yang dilakukan oleh para petani anggur dan dapat mengapresiasi lebih baik anggur Sababay. Di ruangan ini, terroir dapat tercipta dengan baik dan ikatan antara penikmat anggur dengan konteksnya tercipta dialog yang kuat.

Wawancara

Tahap wawancara dilakukan setelah melakukan observasi, untuk lebih dalam mencari pembentuk *sense of place* dan menggali pembentuk ruang-ruang yang memicu aspek sensorik. Wawancara dilakukan bersama Bapak Kadek, seorang petani anggur di Singaraja, Buleleng. Berikut merupakan poin-poin hasil wawancara:

1. Petani anggur bekerja dari hari senin sampai sabtu, dan bertugas memupuk dan menyirami kebun anggur secara berkala. Saat memasuki kebun anggur, salah satu hal pertama yang terlihat adalah gambaran petani di ladang kebun.
2. Menurut Bapak Kadek, banyak wisatawan dan pecinta *wine* yang datang ke kebun anggur tempat ia bekerja pada saat musim panen anggur, sehingga pengunjung tersebut dapat ikut serta dalam proses panen dan merasakan secara langsung anggur yang nantinya akan diolah menjadi *wine*. Wisatawan yang datang berkunjung ke kebun anggur tidak lain adalah wisatawan yang rela berkendara jauh (kurang lebih tiga jam perjalanan) dari kota.
3. Letak kebun anggur dekat dengan pemukiman namun meluas ke belakang dengan luas sekitar 12 hektar, sehingga pengunjung tidak hanya bisa berinteraksi dengan petani, namun juga masyarakat lokal. Kebun anggur tempat Bapak Kadek bekerja juga terletak pada pinggir pantai, dan secara bersamaan dekat dengan daerah pegunungan. Scenery kebun anggur yang dilengkapi oleh lanskap alami menjadi focal point dan kekuatan dari kebun anggur.
4. Ruang yang terbentuk, merupakan hasil penyesuaian dari letak kebun anggur, sehingga ruang yang disediakan berupa ruang-ruang kecil terkluster yang sederhana tetapi berkesan modern. Penggunaan material pada ruang-ruang di sekitar kebun anggur (ruang *wine tasting*, penyimpanan *wine*) menggunakan material ekspos seperti beton dan kayu.
5. Menurut Bapak Kadek, perimeter kebun anggur yang berhasil adalah kebun anggur yang memiliki ciri khas berupa rasa anggur tertentu (manis, kaya, kulit tidak kecut dan kering), dan banyaknya suasana alam yang mengelilingi kebun anggur. Bapak Kadek kemudian memberi pernyataan bahwa kelima aspek sensorik (penglihatan, penciuman, peraba, pengecap, dan pendengaran) sama pentingnya dalam membangun

sebuah *sense of place* pada kebun anggur.

6. Menurut Bapak Kadek, ada suasana tertentu yang hanya bisa dirasakan atau dicapai melalui adanya kebun anggur tergantung dari letak kebun anggur dan apa yang kebun anggur tersebut ingin tonjolkan. Pada kebun anggur tempat Bapak Kadek bekerja, terlihat sekilas garis pantai dan pemandangan menjadi semakin “eksotik” ketika di padukan dengan panorama pegunungan, sehingga memperlihatkan kedudukan kebun anggur khas dari negara tropis.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kebun anggur tidak berdiri sendiri, namun diperlengkapi dengan elemen-elemen lanskap dan melalui elemen tersebut, membentuk focal point yang membuat wisatawan atau pengunjung rela berkendara jauh untuk merasakan *sense* serta pengalaman tersebut. Perimeter kebun anggur yang berhasil melibatkan indera dan interaksi antar pengunjung dan petani pembudidaya anggur.

Dialog antara indra manusia dan ruang sebagai pembentuk terroir

Pemicu aspek sensorik penglihatan adalah melalui material, bentuk, alur, susunan, pembatas, dan pola. Aspek penglihatan berperan sebagai pengantar indera lainnya. Untuk memicu aspek penglihatan maka ruang yang dibentuk harus memiliki alur, bentuk, dan pembatas yang jelas, serta memiliki elemen material yang dapat merepresentasikan konsep atau fungsi bangunan.

Indera pendengaran cenderung tidak dominan, namun suara dapat memperkuat hubungan antara indera lainnya. Aspek

sensorik ini dapat dipicu dengan menggunakan atau menyuarakan ekosistem di sekitarnya, seperti kicauan burung, tiupan angin, bunyi aliran air, hingga dengungan mesin untuk membangun suasana ruang.

Indera penciuman berperan penting dalam perpaduan indera lainnya, jika indera penglihatan merupakan sebuah pengantar, maka indera penciuman merupakan penghubung dan identitas. Penghubung tersebut dapat berupa; aroma kuat di bagian *entrance*, aroma material alami dalam maupun diluar bangunan, dan aroma tanah serta pegunungan.

Indera peraba menghantarkan kesan tekstur atau elemen fisik, seperti suasana alam dan topografi yang mengitari bangunan, yang kemudian di terjemahkan ke dalam ruang, seperti; tekstur batang pohon kayu yang dijadikan elemen fasad, atau jenis topografi yang membukit sehingga elemen ruang terdiri dari elemen-elemen lengkung. Indera peraba tidak terpaku pada material bangunan, namun mengarah ke konsep dan kesan tertentu yang ingin ditinggalkan.

Indera pengecap hadir sebagai simbol dari pengalaman, yang tidak bisa hadir tanpa indera penciuman, sehingga apa yang dirasakan atau dialami melalui indera pengecap, memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Indera pengecap merupakan bagian dari pengalaman lokal, yang menerjemahkan topografi dan tanah menjadi sebuah rasa.

Dialog antara indra manusia dan fungsi sebagai pembentuk Terroir

Fasilitas dari *winery* berupa; lobby atau area penerima, *showroom* dan ruang *wine tasting*, *wine cellar*, *amphitheater*, tempat pengolahan anggur dan ruang mesin, gudang, dapur, dan ruang-ruang komunal

atau tempat untuk berkumpul. Fasilitas tersebut harus dibangun berdasarkan perhitungan kapasitas anggur, pengunjung, dan mesin-mesin menurut pola fasilitas *winery* yang ada di Indonesia.

Walaupun memiliki bentuk bangunan yang kaku, alur sirkulasi pada ruang terbangun merupakan alur yang *fluid* dan fleksibel. Berdasarkan observasi dan studi kasus, alur sirkulasi *winery* berupa; kebun anggur - *amphitheater* - ruang penerima atau *lobby* - *showroom* dan ruang *wine tasting* - *wine cellar* - tempat pengolahan anggur - lalu ruang-ruang-komunal. Dari alur tersebut terdapat potensi untuk menaruh titik-titik interaksi di sepanjang rangkaian ruang, yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman, sehingga dari durasi kunjungan, pengunjung dapat membangun keterikatan terhadap bangunan dan tempat.

Menggunakan ekosistem anggur untuk menjembatani pengalaman ruang *outdoor* dan *indoor*. Ekosistem anggur dan elemen yang membangunnya akan menyampaikan identitas dari bangunan melalui bentuk, simbol, komposisi, material, dan tekstur ruang. Terdiri dari tempat penyimpanan anggur dan tempat fermentasi anggur, dan merupakan irisan antara ruang publik dan ruang *private*. Ruang penyimpanan dan ruang fermentasi walaupun tidak dapat diakses secara massal, merupakan bagian dari ruang publik yang dapat diakses pengunjung secara terbatas, sehingga proses produksi tidak terganggu dan sebaliknya. Ruang-ruang produksi berperan memperkenalkan anggur dan membantu pengunjung memahami nilai dari anggur tersebut.

Ruang pengelola dibangun menjadi ruang *private* bagi pekerja, yang memiliki suasana tenang dan bukaan-bukaan dalam

ruang yang tertuju pada *view outdoor*. Ruang pengelola tidak terisolasi dari ruang publik lainnya, sehingga pekerja dapat membaur dengan pengunjung pada waktu tertentu. Dengan aksesibilitas yang fleksibel bagi pekerja, tidak ada batas interaksi antar pengunjung dan pekerja. Menggunakan indikator sensorik untuk membentuk pengalaman atmosferik melalui alur ruang yang membangun cerita dan identitas anggur.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian melalui serangkaian tahap studi kasus, observasi, dan wawancara sampai dengan analisis menunjukkan rekomendasi pembentukan *sense of place* melalui indikator sensorik pada ruang-ruang yang terbentuk. Indikator tersebut digunakan sebagai sarana pembentukan ruang pada perancangan *winery* dengan strategi sensorial *placemaking* yang dalam prosesnya membentuk identitas anggur yang utuh.

Penerapan rekomendasi terhadap perancangan *winery* juga diharapkan dapat menghubungkan kembali masyarakat pembudidaya yang terisolasi secara geografi dan komersial, dengan konsumen anggur. Pengenalan akan asal usul dan masyarakat pembudidaya anggur dalam prosesnya, menciptakan identitas lokal yang akan timbul pada anggur itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Brillante, L., Bonfante, A., Bramley, R. G. V., Tardaguila, J., & Priori, S. (2020). Unbiased Scientific Approaches to the Study of Terroir Are Needed. *Frontiers in Earth Science*, 8.

- <https://doi.org/10.3389/feart.2020.539377>
- Bruce, N. (1999). Classification and hierarchy in the discourse of wine: Émile Peynaud's *The Taste of Wine*. *Open Edition Journal*, 23–26, 149–164. <https://doi.org/10.4000/ASP.2376>
- Christmann, G. B. (2003). *Städtische Identität als kommunikative Konstruktion*. Institute for Advanced Studies (Laporan Penelitian, Institute for Advanced Studies, Vienna, Austria). Retrieved from <https://www.ihs.ac.at/publications/soc/rs57.pdf>
- Ma, Z. (2018). Sensorial Place-Making in Ethnic Minority Areas: The Consumption of Forest Puer Tea in Contemporary China. *The Asia Pacific Journal of Anthropology*, 19(4), 316–332. <https://doi.org/10.1080/14442213.2018.1486453>
- Maltman, A. (2018). *Vineyards, rocks, and soils: The wine lover's guide to geology*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Marechal, G. (2010). Terroir. In A.J., Durepos, G., and Wiebe, E. [Eds.], *Encyclopedia of Case Study Research Volumes I and II* (pp. 921–923). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Navickienė, E. (2015). *Sense of place in Architectural Design: towards Healthy Places*. Proceedings of The International Conference Places and Technologies. Nova Gorica, Slovenia.
- Pallasmaa, J. (2015). *The thinking hand existential and embodied wisdom in architecture*. New York, United States: John Wiley & Sons Inc.
- Pallasmaa, J. (2019). *The eyes of the skin: Architecture and the Senses*. New York, United States: John Wiley & Sons Inc.
- Shao, Y., Lange, E., & Thwaites, K., (2017) Defining Local Identity. *Landscape Architecture Frontiers*, 5(2). <https://doi.org/10.15302/J-LAF-20170203>
- Peynaud, E. and Blouin, J. (2013). *Le gout du vin—Le grand livre de la dégustation*. 5e éd, Dunod, Paris, p. 3.
- Skinner, W. (2015). *Fermenting place: Wine production and terroir in McLaren Vale, South Australia* (Thesis for PhD, University of Adelaide, South Australia). Retrieved from: <https://digital.library.adelaide.edu.au/dspace/bitstream/2440/98153/2/02whole.pdf>
- Tomasi, D., Gaiotti, F., & Jones, G. v. (2013). Using Geospatial Technologies to Better Understand Terroir. In *The Power of the Terroir: the Case Study of Prosecco Wine* (pp. 215–234). Basel, Switzerland: Springer Basel. https://doi.org/10.1007/978-3-0348-0628-2_12
- Wankhede, K., & Wahurwagh, A. (2016). The Sensory Experience and Perception of Urban Spaces. *International Journal on Emerging Technologies*, 7(1), 741-744.