

MAL KREATIF TANAH ABANG: PERANCANGAN, PENCIPTAAN, DAN PEMASARAN DALAM SATU BANGUNAN

William Jaya Saputra¹⁾

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, william.315150147@stu.untar.ac.id

Abstrak

Dunia berkembang pesat memengaruhi kultur budaya masyarakat. Di dekade ini, motor penggerak peradaban didominasi oleh kaum milenial yang terkenal akan kebebasan, kemudahan, inovasi, dan digitalisasinya. Terlepas dari profesi-profesi lawas yang umum, milenial memiliki kebebasan untuk menjalankan profesi yang sesuai dengan *passion* mereka. Fesyen dan kriya merupakan salah dua bidang yang paling diminati kaum milenial. Banyak dari mereka yang berwirausaha dini dengan memanfaatkan hobi dan *passion* mereka seperti menjadi *influencer* dan mendesain dan menjualnya sendiri atau berkelompok mengikuti tren *outfit of the day* dan sebagainya melalui dunia digital. Tujuannya adalah untuk memunculkan rasa bangga ketika hasil ide, karya, dan inovasi yang dimiliki diakui dan dinikmati orang lain. Keinginan wirausahawan milenial adalah kemudahan dan kenyamanan dalam bekerja, seperti merancang, menciptakan, dan memasarkan hasil karya mereka dalam satu tempat terpadu. Oleh karena itu, dibutuhkan wadah bagi kaum milenial & lainnya untuk menuangkan ide-ide inovatif, menghasilkan karya, dan sekaligus dapat memamerkan dan menjual karya mereka.

Kata kunci: inovasi; kemudahan; milenial; terpadu; wirausaha

Abstract

The world is developing rapidly influencing the culture of society. In this decade, the driving force of civilization was dominated by millennials who were known for their freedom, convenience, innovation and digitalization. Apart from the common old professions, millennials have the freedom to do professions that are in accordance with their passion. Fashion and craft are the most interested one by millennials. Many of them are fresh entrepreneurs that use their hobbies and passions such as becoming influencers and designing, and selling it by themselves or in groups following the trends of outfit of the day and so on through the digital world. The purpose is to bring pride when the results of ideas, works, and innovations that are owned and recognized by others. The desire of millennial entrepreneurs is the convenience and comfort of work, such as designing, creating, and marketing their work in one integrated place. Therefore, a forum for millennials & others is needed to express innovative ideas, produce works, and at the same time be able to showcase and sell their works.

Keywords: convenience; entrepreneurship; innovation; integrated; millennials

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Wirausahawan muda yang didominasi oleh generasi milenial sedang berkembang pesat. Banyak toko-toko daring bermunculan beberapa tahun terakhir di berbagai pertokoan daring seperti Tokopedia, Bukalapak, dan juga di beberapa media sosial seperti Instagram dan Facebook. Kebanyakan yang dijual adalah salah satunya busana-busana berupa pakaian yang sedang tren. Untuk toko pakaian ini beberapa merupakan seorang *reseller* dan beberapa lagi menjual hasil karyanya sendiri.

Hal tersebut dipengaruhi oleh tren generasi milenial masa kini yang menyukai hal-hal yang dapat menunjukkan diri mereka untuk pengakuan sosial maupun kepuasan pribadi. Minat akan pakaian dengan model yang sedang tren sangat tinggi seperti keberadaan tagar *outfit of the day*, *lookbook*, *fashion blogger*, dan sebagainya. Setelah memiliki pakaian tersebut, mereka akan memfoto dirinya laksana model dan dikirim ke media sosial.

Selain busana, para kaum milenial juga gemar membuat barang-barang yang dapat digunakan sendiri tanpa harus membelinya. Pikiran mereka otomatis *tersetting* untuk menjadi inovatif. Contoh seperti video-video *DIY* yang sering diunggah ke media sosial dan situs internet lainnya. Semua hal tersebut akhirnya menjerumuskan mereka ke dalam dunia desain busana dan desain produk, sehingga melahirkan potensi kewirausahaan yang besar. Beberapa dari mereka mencoba berwirausaha dengan mendesain pakaian dan *stuffs* lalu menjualnya. Potensi ini harus dapat dimaksimalkan, sehingga dibutuhkan wadah untuk dapat merancang, membuat, dan menjual produk-produk inovatif.

Mal Kreatif Tanah Abang merupakan sebuah proyek dengan fungsi pusat kreativitas (*creative hub*) dan pusat komersial (*commercial space*) yang akan difokuskan pada desain busana dan produk. Terdapat apartemen (tidak dirancang seluruhnya, dibatasi pada ruang perantara saja) dan ruang publik (*plaza*) untuk memenuhi ketentuan zonasi (KB dan KDH) serta penyikapian terhadap konsep *mixed-use* dan *transit oriented development*.

Proyek yang direncanakan mempertimbangkan beberapa aspek-aspek *Sustainable Development Goals* (Tujuan Pembangunan Berkelanjutan) dan dampak positif yang disumbangkan untuk kota. Proyek ini akan menjadi wadah yang memberdayakan potensi generasi milenial dengan konsep *all in one* dalam memfasilitasi kegiatan wirausaha, sehingga akan menciptakan kemudahan dalam berwirausaha akibat dari kompaksitas bangunan.

2. KAJIAN LITERATUR

Milenial

Dari seminar *Millennial's Lifestyle Design* (2018), penulis meringkas garis besar mengenai generasi milenial, dari perilaku hingga pengaruh terhadap dunia arsitektur. Ringkasan tersebut menjadi acuan dalam kajian tentang milenial ini.

Milenial merupakan masyarakat yang lahir dari tahun 1989-2000. Kaum milenial lahir di zaman di mana demokrasi dan ekualitas menjadi doktrin umum yang melekat sejak kelahirannya, sehingga kaum ini menjadi kaum yang menyukai kebebasan, tidak terikat pada satu aturan, cepat bosan, dan selalu ingin hal baru. Kaum milenial tidak terpisahkan dari urusan campur tangan dalam perkembangan zaman. Pemikiran-pemikiran kaum milenial yang terbuka dan bebas membuat segala sesuatu dapat dilakukan secara fleksibel dan tak terbatas, mengutamakan kebebasan dan eksistensi dari tiap-tiap orang.

Ketergantungan kaum milenial dan generasi selanjutnya pada teknologi tak dapat dipungkiri. Teknologi yang kemajuannya sangat signifikan dan semakin cepat dari waktu ke waktu akibat pemikiran terbuka dan inovatif, membuat segala hal akan dipautkan dengan teknologi. Mereka muak dan 'membangkang' terhadap langkah-langkah melakukan suatu hal yang menurut mereka menyusahkan, seperti berjalan kaki untuk membeli makanan. Teknologi merupakan sesuatu yang memudahkan, seperti yang selalu diharapkan manusia bahkan sedari zaman prasejarah di mana mereka menemukan roda yang mengubah segalanya.

Kaum Milenial dalam Arsitektur

Arsitektur sejatinya merupakan wadah fisik yang dibangun dengan tujuan menjadi tempat dilakukannya suatu kegiatan masyarakat. Maka arsitektur dirancang harus sesuai dengan konsep fungsional, kekokohan, dan estetika. Selain ketiga hal tersebut, psikologi masyarakat yang akan memanfaatkannya (*target*) harus diperhatikan dan disematkan ke dalam desain. Hal ini untuk menciptakan karya arsitektur yang nyaman dan menarik. Arsitektur memiliki banyak tipe dan model dalam bentuk aturan-aturan dalam setiap langgamnya masing-masing, di mana sebuah bangunan harus dibangun sesuai dengan kaidah-kaidah yang ada dalam tipe atau model yang sama sesuai dengan apa yang diatur. Hal ini menciptakan kemonotonan dalam model bangunan.

Arsitektur pada masa ini difokuskan pada target milenial, karena pada dekade ini, milenial lah yang mendominasi penggunaan karya arsitektur untuk merintis karir, kegiatan sehari-hari. Kaum milenial lah yang menciptakan budaya baru yang mau tidak mau diikuti khalayak ramai. Dengan inovasi dan pemikiran yang kreatif, serta pengembangan teknologi, kegiatan yang dilakukan milenial dan masyarakat lainnya terkait dengan teknologi, seperti berbelanja, mengurus tagihan, berkomunikasi, mendesain dan menciptakan karya, serta kegiatan sehari-hari lainnya.

Kaum milenial lahir di zaman saintik, di mana terjadi perkembangan pesat dalam hal budaya, teknologi, ekonomi, dan sebagainya, serta mulai meninggalkan doktrin-doktrin lama yang menurut mereka tidak masuk akal. Sehingga, dunia di zaman ini berubah sangat cepat. Dalam membangun suatu karya arsitektur kini, kaum milenial tidak lagi menyukai model-model lama yang dibangun sesuai doktrin yang ada. Kaum milenial bergerak, mengambil nilai kebenaran (ilmiah) dari aturan-aturan lama yang dianggap takhayul (seperti hongsui), dan menciptakan sesuatu yang berbeda dalam segi fisik maupun non fisik dengan menjaga manfaat dari aturan-aturan lama tetap tercapai.



Gambar 1. Perkembangan teknologi akan mengubah tipologi desain toko
Sumber: Akun "Teknologi Terbaru", youtube.com

Pemikiran milenial dan generasi selanjutnya membuat kebudayaan bangunan maupun teknologi selalu berbeda-beda dalam hitungan tahun karena terus munculnya hal-hal baru secara cepat. Sehingga, dalam menciptakan suatu karya arsitektur, milenial harus memprediksi apa yang akan terjadi ke depannya untuk dapat menciptakan bentuk yang fleksibel digunakan pada masa kini dan beberapa masa ke depannya. Seperti membludaknya kendaraan-kendaraan pribadi menuntut suatu kota untuk menyediakan transportasi publik yang saling berkesinambungan antar titik, ataupun polutan dan menyempitnya kawasan hijau di dalam maupun sekitar kota yang mendukung perusakan iklim global menuntut bangunan harus dibangun hemat energi dan lahan. Hal ini berpengaruh pada perancangan kota dan arsitektur bangunan, seperti lahirnya konsep *transit oriented development* dan *green building*.

Segala hal yang ada, seperti akomodasi, perdagangan, transaksi, jasa dan pelayanan, edukasi, dan sebagainya akan diteknologikan, seperti perkembangan desain toko yang selama ini sebagian besar digunakan untuk ruang pajang dan transaksi. Hal ini akan berpengaruh pada dunia arsitektur. Ke depannya, desain toko akan berubah di mana sebagian besar akan digunakan untuk gudang, dengan ruang pajang dan transaksi yang sudah berpindah ke layar digital, dikarenakan cepatnya proses jual-beli yang membutuhkan ruang untuk menaruh pasokan yang banyak dan distribusi yang cepat.

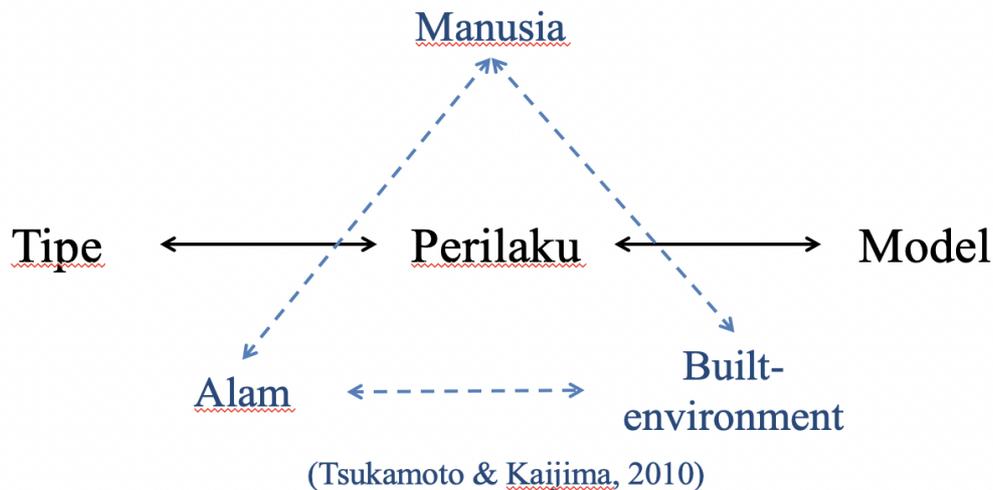
Tipe dan Perilaku

-Tipe dan Model

Dalam Arsitektur, kita mengenal adanya tipe dan model. Di mana tipe ini adalah suatu ide yang memiliki nilai dan diolah membentuk suatu model, begitu sebaliknya, dari berbagai model yang beragam, model yang sama dan mirip akan membentuk suatu tipe baru. Tipe adalah suatu ide yang muncul akibat ataupun berakibat pada suatu perilaku manusia dan memiliki nilai tersendiri untuk membedakan suatu model obyek satu dengan yang lainnya. Sementara model adalah suatu wujud nyata yang tercipta dari aturan-aturan standar dan dibangun secara berulang.

-Relasi antara Tipe dengan Perilaku

Perilaku manusia merupakan salah satu hal terpenting dalam sebuah karya arsitektur karena manusia adalah pencipta sekaligus pengguna dari karya arsitektur itu sendiri. Dalam tipologi arsitektur, dikenal adanya beberapa bentuk hubungan arsitektur dengan perilaku, yaitu tercipta atau menciptakan.



Gambar 2. Bagan antara tipe, perilaku, dan model

Sumber: Tsukamoto & Kajijima, 2010

Perilaku > Tipe

Arsitektur dianggap tercipta dari sebuah perilaku ketika perancangan arsitektur itu berjalan secara alami/organik dengan perkembangan yang dilakukan oleh masing-masing individu sesuai dengan perilakunya—berhubungan dengan ergonomi dan psikologis manusia—, sehingga menciptakan suatu tipe dan model. Perancangan suatu bangunan akan dirancang mengikuti perilaku sehari-hari orang yang akan menggunakan bangunan tersebut.

Tipe > Perilaku

Sementara, arsitektur dianggap menciptakan suatu perilaku jika tipe dan model dari wujud arsitektur tersebut dirancang di awal secara massal ataupun satu namun dengan fungsi publik, baru kemudian digunakan oleh masyarakat. Keadaan Zaman dan kondisi tertentu dapat mempengaruhi hubungan antara tipe dan perilaku tersebut, khususnya dalam bidang arsitektur. Dalam arsitektur sebuah tipe dalam desain dapat mempengaruhi seluruh bentuk bangunan pada jaman tersebut dan pada akhirnya membentuk perilaku masyarakatnya.

Seperti langkah mengubah pola hidup masyarakat agar lebih sehat dengan membangun perumahan atau pembuatan standar yang penuh dengan penghijauan. Dalam pembangunan kota baru, hal ini terjadi untuk menciptakan kota yang tertata baik dalam rangka penciptaan titik-titik keramaian dan pusat-pusat baru, pengolahan sirkulasi dan mobilitas, tipe infrastruktur baru, serta langkah untuk memperkenalkan dan menciptakan budaya modern pada masyarakat.

Tipologi Bangunan -Fungsi Utama: Pusat Kreativitas



Gambar 3. Creative Hub Exhibition

Pusat kreativitas/*Creative hub* juga merupakan suatu bangunan atau kawasan yang mewadahi seniman, mahasiswa, masyarakat untuk mengembangkan atau menghasilkan kreativitas dalam daerah suatu lokasi yang memungkinkan perkembangan suatu kreativitas dan perekonomian berkembang secara efisien. Pusat kreativitas bertujuan untuk menuangkan pemikiran-pemikiran kreatif kaum milenial dan generasi lainnya untuk menciptakan karya-karya sebagai ide pengembangan desain busana, desain produk, kesenian, dan bentuk karya lainnya untuk diproduksi. Ruang-ruang yang ada merupakan studio, kelas, ruang rapat, *workshop*, laboratorium fabrikasi, ruang seminar/serbaguna, dan audiovisual.

Fungsi Utama: Pusat Perbelanjaan

Pusat perbelanjaan merupakan kompleks toko ritel dan fasilitas yang direncanakan sebagai kelompok terpadu untuk memberikan kenyamanan berbelanja yang maksimal kepada pelanggan dan pentaan barang dagangan yang terekspose secara maksimal (Chiara, J. D. & Crosbie, M. J., 2001). Pusat perbelanjaan dalam fungsi ekonomi merupakan pendukung pendinamisan perekonomian kota dan wadah penampungan dan penyaluran produksi dari produsen untuk kebutuhan masyarakat (konsumen)

Konsep Bangunan: Bangunan Campur-Guna

Dinamika masyarakat generasi baru seperti kaum milenial dan generasi Z yang menyukai hal-hal instan dan tidak merepotkan membuat bangunan campur-guna/*mixed-use* sangat dibutuhkan pada saat ini. *Mixed-use* merupakan penggunaan campuran berbagai tata guna lahan atau fungsi dalam bangunan (Dimitri Procos, 1976). *Mixed-use* dapat dilakukan dalam skala kawasan, kompleks (lahan), blok bangunan maupun di dalam bangunan itu sendiri, bisa fungsi yang sama (hunian) dengan beda kelas ataupun campuran dengan fungsi lain (non hunian).

Berkegiatan dalam satu bangunan atau kompleks yang berdekatan akan memudahkan aktivitas sehari-hari masyarakat dan mereduksi kepadatan jalan yang diakibatkan oleh kendaraan-kendaraan yang digunakan untuk berpindah dari titik A menuju titik B dan sebagainya. Mobilitas akan tetap berjalan bahkan bertambah cepat meski tidak membutuhkan ruang yang banyak sehingga akan mendukung perkembangan ekonomi suatu kota.

Bangunan campur-guna memiliki karakteristik sebagai berikut (Arsitag.com):

- a. Mewadahi 3 fungsi urban atau lebih, misalnya terdiri dari retail, perkantoran, hunian hotel dan hiburan.
- b. Terjadinya integrasi dan sinergi fungsional.

- c. Terdapat ketergantungan kebutuhan dari masing-masing fungsi di dalamnya.
- d. Kelengkapan fasilitas yang tinggi, memberikan kemudahan bagi pengunjungnya.
- e. Peningkatan kualitas fisik lingkungan.
- f. Efisiensi pergerakan karena adanya pengelompokan dari berbagai fungsi.

Konsep Bangunan: Transit Oriented Development

Transit oriented development atau pengembangan berorientasi transit adalah suatu tipe pengembangan komunitas yang pencampuran berbagai fungsi hunian, perkantoran, retail atau komersial lainnya, dan fasilitas-fasilitas yang terintegrasi ke dalam lingkungan yang *walkable* dan berlokasi dekat dengan akses transportasi publik yang berkualitas (Danburry, 2010).

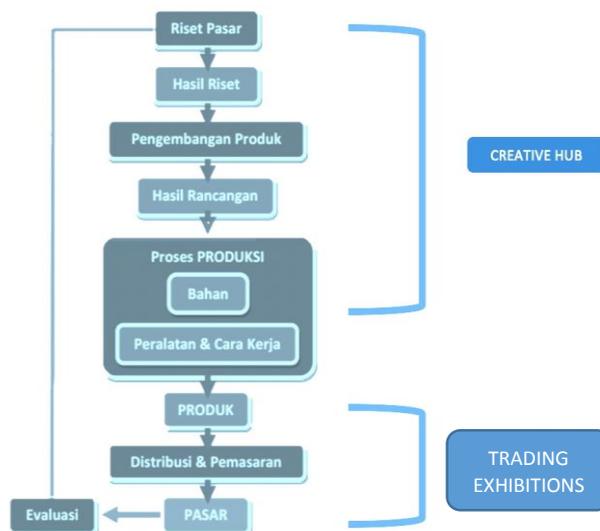
3. METODE

Metode yang dipakai adalah metode etnografi. Penemuan informasi didapat dari pengamatan dan survei lapangan beserta pembelajaran terhadap situasi sebelum, terkini, dan yang akan datang. Informasi-informasi tersebut dianalisis dan dibandingkan dengan kajian literatur yang ada sehingga menemukan titik temu sebagai acuan untuk mendiskusikan pengamatan terhadap kegiatan wirausaha. Pengamatan difokuskan pada kegiatan perbelanjaan di Tanah Abang, di beberapa pusat perbelanjaan. Kondisi umum seperti keramaian tercipta karena Tanah Abang merupakan suatu pusat perbelanjaan busana yang terjangkau dan murah. Kegiatan grosir memungkinkan kawasan ini sebagai distributor utama dalam menyalurkan barang-barang ke daerah lain. Desain-desain baju yang umum dipakai juga menjadi acuan model tersendiri; beberapa juga merupakan tiruan *brand-brand* ternama. Selain itu, Tanah Abang juga merupakan pusat perbelanjaan bahan-bahan tekstil dan pola kain dengan bentuk lain, di luar busana.

Tanah Abang diminati oleh kaum milenial setempat untuk mendapatkan barang-barang branded tiruan untuk gengsi dan ketenarannya. Namun, usaha meniru ini tidak dapat dibudayakan karena melanggar hak cipta. Sehingga milenial perlu diberikan baju “keren” tanpa harus dengan meniru brand lain. Perlunya model-model baju kekinian yang dirancang oleh milenial itu sendiri dan dijual dengan brand sendiri, namun tidak mengurangi nilai jualnya. Maka dari itu, potensi dari kawasan Tanah Abang dapat dijadikan peluang untuk menjadi ladang wirausaha bagi kaum milenial di bidang fesyen.

4. DISKUSI DAN HASIL

Ide Program



Gambar 4. Bagan program dalam proyek

Tanah Abang Creative Mall bertujuan menjadi obyek arsitektur yang multiguna untuk dunia wirausaha. Targetnya tentu saja kaum milenial yang pada zaman ini berinovasi dan berdikari di bidang passionnya. Sesuai letak kawasannya, Tanah Abang, mal kreatif ini mengutamakan wirausaha di bidang fesyen dan kriya. Mal kreatif itu sendiri adalah perpaduan antara ruang merancang, menciptakan, memamerkan, dan memperjualbelikan hasil karya atau rancangan satu atau banyak individu dalam bentuk kerja sama. Konsep ini adalah konsep all in one yang merupakan perwujudan dari nilai budaya kaum milenial yang mencintai kemudahan, keefisienan, dan digitalisasi. Maka dari itu, mal kreatif ini tersusun atas 2 fungsi utama, yaitu creative hub dan trading exhibitions.

Creative hub pada proyek ini memiliki beberapa fungsi dan fasilitas. Terdapat 4 buah ruang workshop, 1 buah ruang workshop serbaguna, 2 buah ruang workshop fesyen, dan 1 buah ruang workshop 3D. Juga terdapat 2 buah ruang kelas reguler dan 2 buah ruang kelas multimedia yang dapat digunakan untuk acara seminar dan kelas-kelas sosial. Selain itu, juga terdapat 7 ruang rapat.



Gambar 5. *Co-working space pada Creative Hub*

Creative hub ini juga menyewakan ruang kerja berupa co-working space. Ada 3 jenis co-working space untuk disewakan, co-working space terbuka dengan tiket masuk perorangan, office slot (ukuran lebih kecil) dan private office (ukuran lebih besar) dengan ruang privat bagi perusahaan atau kelompok. Selain itu, juga terdapat ruang auditorium, galeri, dan ruang ekshibisi. Fasilitas yang terdapat pada creative hub ini yaitu toilet, pantri, musala (yang dapat digunakan juga oleh penghuni mal), dan drop off langsung ke lantai 4 di mana creative hub berada.

Trading exhibition di sini bukanlah sebuah pertokoan, namun sebuah ruang pajang di mana barang yang dipajang hanya sebuah sampel. Konsep ini menggabungkan fungsi antara galeri dan pertokoan. Trading exhibition ini memiliki dua jenis ruang pajang, yaitu berupa lapak konvensional dan lapak dalam layar (sebuah monitor berukuran besar yang berisi barang-barang yang dijual). Alasan proyek ini tidak menggunakan kios atau tenant permanen adalah sebagai bentuk antisipasi ketika budaya berbelanja berubah. Lapak konvensional bisa dialihfungsikan menjadi lapak dalam layar ketika peminatnya berangsur-angsur pindah dan luasan ruang yang tersisa dapat dijadikan untuk perluasan dari gudang ekstensi.



Gambar 6. Trading exhibition

Trading exhibition ini juga memiliki konsep digital mall atau mal yang terdigitalisasi. Di masa depan, transaksi jual beli didominasi dilakukan di internet. Mal digital menyesuaikan dengan menggabungkan sistem perbelanjaan konvensional dengan digital. Barang-barang yang dijual di internet sejatinya tidak dapat dicoba, dirasakan, dan dilihat secara langsung. Banyak pembeli yang masih menerima barang tidak sesuai dengan ekspektasinya. Di lain sisi, penjual juga harus meyakinkan kepada pembeli tentang kualitas barang mereka. Maka dari itu, trading exhibition ini memiliki sistem transaksi daring. Mereka tetap diarahkan ke jejaring internet setelah melihat-lihat trading exhibition, pembayaran melalui uang elektronik, dan mengambil barang secara langsung di konter. Stok barang untuk diperjualbelikan disimpan di dalam gudang sehingga tidak memakan banyak ruang dan menciptakan sirkulasi ruang yang lebih lebar. Selain itu, trading exhibition lebih diutamakan menampilkan pajangan berupa produk-produk baru dan proyektor 3D atau layar proyeksi yang dapat mencocokkan produk dengan tubuh pembeli.

Skema Desain

Dimulai dari proses penggubahan massa. Gubahan massa diawali dengan pemaksimalan ruang tapak karena akan menjadi suatu ruang komersial yang bermanfaat sebagai ruang jual.

Lalu, konsep taman kota yang ditambahkan di antara kedua massa sebagai ruang komunal dan paru-paru lingkungan sekitar. Desain yang diwujudkan untuk ruang penanaman tanaman merambat sebagai pembuat rindang dan penghalang hujan menuju ke dalam bangunan. Bangunan yang terbuka untuk memaksimalkan potensi pengudaraan dan pencahayaan alami. Lalu, jembatan penghubung dibuat untuk sirkulasi antar massa yang fungsinya masih berkesinambungan.



Gambar 7. Gubahan massa

Penerapan SDGs

Proyek ini didesain sesuai dengan budaya keberlanjutan dan menanggapi SDGs. Maka dari itu, proyek ini mengutamakan pejalan kaki. Selain karena letaknya yang hanya 90 meter dari halte Jl. Jati Bunder, proyek ini juga untuk mendukung pengembangan kawasan Tanah Abang yang berorientasi kepada pejalan kaki dan kawasan yang *compact*.

Pada proyek ini dibangun plaza dan pedestrian avenue yang menyatu langsung dengan pedestrian way di sisi jalan umum dengan permainan lanskap yang menambah kesan pengalaman ruang. Selain menyatu dengan pedestrian way pada sisi jalan umum, plaza dan pedestrian avenue ini juga terhubung langsung dengan taman kota di sisi utara tapak. Hal ini akan menciptakan kawasan yang tidak saling membatasi antar bangunan satu sama lain.



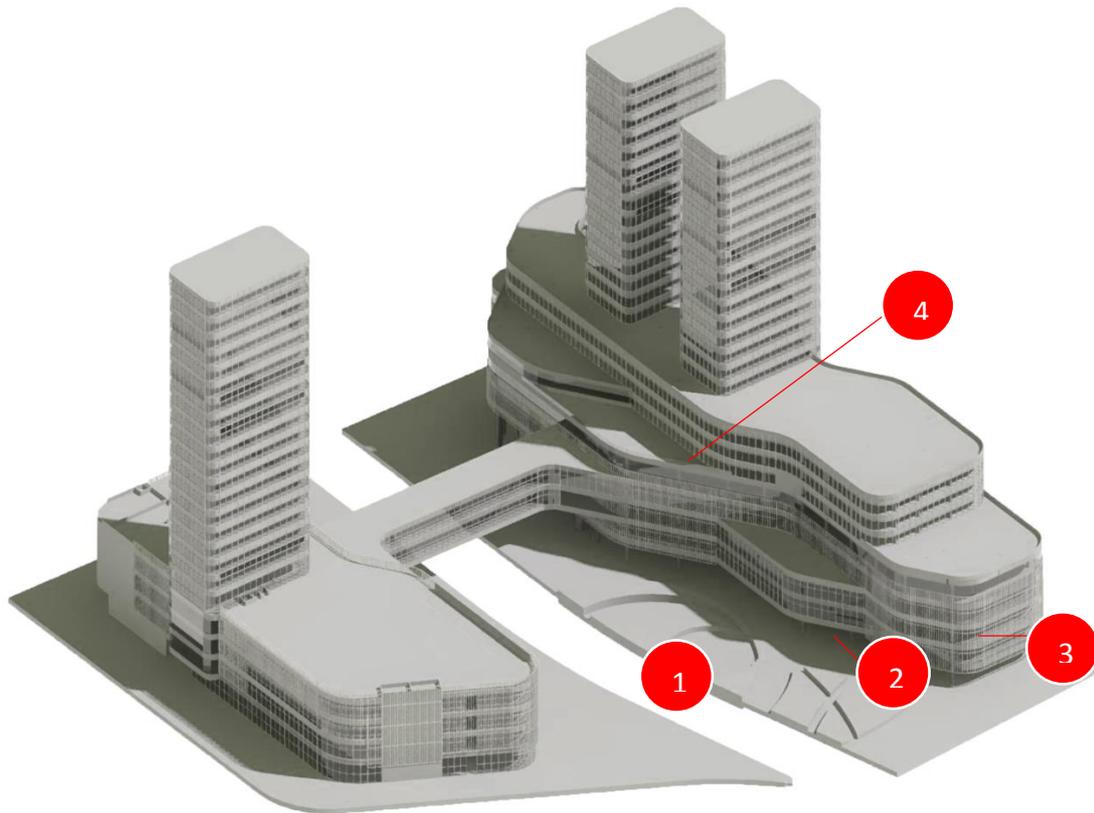
Gambar 8. *Pedestrian avenue*

Keterbukaan juga menjadi konsep dari bangunan ini, di mana pada trading exhibition, tidak terdapat dinding pembatas antara ruang luar dan ruang dalam. Hal ini untuk memanfaatkan pencahayaan dan pengudaraan alami semaksimal mungkin. Hanya dibatasi *secondary skin* berupa *railing* vertikal yang dapat disematkan dengan tanaman merambat untuk menangkal panas dan air hujan.

Representasi Lokal dalam Desain

Selain itu, proyek ini juga mengambil konsep budaya setempat sebagai bentuk semiotik untuk desain, yaitu:

- a. Plaza dan ruang terbuka yang berada di antara kedua massa merupakan representatif dari rumah tionghoa dengan taman di tengahnya.
- b. Lantai dasar setinggi 6 meter yang tidak disekat di bagian muka bangunan dan balkon akan terlihat seperti bangunan panggung yang merupakan representasi dari rumah melayu dan betawi.
- c. *Secondary skin* tadi meliliti bangunan merupakan representasi dari pakaian timur tengah yang berlapis-lapis.
- d. Lalu, balkon dan desain bangunan yang nampak berundak-undak merupakan representasi dari kontur alam Nusantara, bangunan punden berundak, pelaut Nusantara, dan anyaman kain.



Gambar 9. Massa bangunan



Gambar 10. Perspektif *human eye view*

5. KESIMPULAN

Proyek ini merupakan wadah milenial untuk berwirausaha dengan mudah, melakukan kegiatan wirausaha dari awal perancangan hingga penjualan, dan berdaur ulang terus. Diharapkan proyek ini juga dapat mengembangkan dunia wirausaha milenial semakin luas dan menambah pelaku wirausaha karena kini mereka tidak perlu lagi melakukan hal monoton yang tidak mereka sukai dan terus mengembangkan inovasi-inovasi dan karya-karya baru. Juga untuk menjadi percontohan desain pusat perbelanjaan dan creative hub baru yang mana nantinya tidak ada berbentuk kios konvensional seperti sekarang. Desain proyek ini sudah dirancang sefleksibel mungkin dan memungkinkan adanya perubahan ruang atau renovasi pada bangunan, mengantisipasi pada

pertumbuhan kebutuhan ruang gudang dan pengurangan kebutuhan ruang jual/pamer. Diharapkan proyek ini menjadi salah satu prototipe atau percontohan untuk proyek-proyek selanjutnya untuk menghadapi dunia yang berkembang pesat.

REFERENSI

- Alfira, S. (2016). *Kawasan Mix-Used*. Diakses 7 Januari 2019 dari <https://www.arsitag.com/article/kawasan-mix-used>.
- Broadbent, G. (1980). "Building as Symbols of Political Ideology" dalam *Semiotics 1980*. Boston: Springer.
- Calthorpe, P. dan William B. F. (2001). *The Regional City: Planning for The End of Sprawl*. Washington D.C.: Island Press.
- Carmona, et al. (2003). *Public Spaces – Urban Spaces, The Dimension of Urban Design*. Architectural Press.
- Chiara, J. D., Crosbie M. J. (2001). *Time Saver Standart for Building Types*. Edisi ke-4. Singapura: McGraw-Hill Book Co.
- Lang, J. (2005). *Urban Design*. Architectural Press.
- Neufert, E. (1995). *Data Arsitek Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Procos, D. (1978). *Mixed Land Use*. Hoboken: John Wiley & Sons Inc.
- Serupa.id. (2018). *Semiotika – Komunikasi Tanpa Kata, Pengertian Simbol dan Tanda-Tanda*. Diakses 29 Mei 2019 from <https://serupa.id/semiotika-pengertian-simbol-dan-tanda-tanda/>
- Sosiologis.com. (2018). *Etnografi: Pengertian, Contoh, dan Metode*. Diakses 29 Mei 2019 <http://sosiologis.com/etnografi>.
- Transit Oriented Development Institute. *Transit Oriented Development*. Diakses 4 Januari 2019 <http://www.tod.org/>.
- Tsukamoto, Y. dan Kajima, M. (2010). *The Architectures of Atelier Bow-Wow: Behaviorology*. New York: Rizzoli.
- United Nations. (2015). *Sustainable Development Goals*. Diakses 2 Januari 2019 dari <https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>
- Wahana, H. D. (2015). *Pengaruh Nilai-Nilai Budaya Generasi Millennial dan Budaya Sekolah Terhadap Ketahanan Individu* [Versi elektronik]. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

