

MENINGKATKAN CITRA DAERAH LITTLE TOKYO-BLOK M UNTUK MASA DEPAN

Hoky Kristian August¹⁾, Tony Winata^{2)*}

¹⁾ Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta
kristianhokyaugust@gmail.com

^{2)*} Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara, Jakarta
tonywinata@ft.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi: tonywinata@ft.untar.ac.id

Masuk: 28-06-2024, revisi: 05-10-2024, diterima untuk diterbitkan: 10-10-2024

Abstrak

Ditulis Blok M merupakan salah satu kawasan komersil pada daerah Jakarta Selatan yang cukup berpengaruh besar pada daerah tersebut. Salah satu tempat yang terkenal pada Kawasan Blok M adalah Little Tokyo Blok M. Kawasan ini dulu merupakan kawasan yang di bangun untuk orang-orang Jepang yang bekerja pada daerah Sudirman. Dengan ciri khas kawasan yang memiliki konsep kebudayaan Jepang yang diharapkan dapat memberi kenyamanan bagi para orang-orang Jepang tersebut. Namun kawasan ini sekarang mulai ditinggalkan oleh orang-orang Jepang hal ini dapat terjadi karena, orang-orang Jepang yang merupakan *user* utama kawasan ini mulai berpindah dari Blok M ke tempat lain seperti Karawaci. Hal ini menyebabkan kawasan Little Tokyo Blok M mulai sepi pengunjung. Sedangkan kawasan lain pada daerah Blok M masih ramai dikunjungi namun dengan mayoritas pengunjung adalah remaja. Oleh karena itu agar kawasan Little Tokyo Blok M juga dapat tetap ramai dikunjungi diperlukan perubahan pada kawasan ini. Menerapkan konsep baru dengan tidak berpatokan pada *user* orang-orang Jepang lagi sebagai target utama namun mulai berganti menjadi anak-anak muda. Peneliti meyakini dengan merombak ulang kawasan ini adalah salah satu metode yang tepat. Dengan memberikan fungsi baru pada kawasan seperti *shopping center*, *cafe*, *Club*, Karaoke dan area olahraga untuk menarik minat kaum muda seperti Gen Z yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012. Dengan demikian diharapkan fungsi baru ini dapat menciptakan kehidupan baru yang dapat mengembalikan Little Tokyo Blok M kembali ramai dikunjungi.

Kata kunci: Anak Muda; Little Tokyo Blok M; Place ; Placeless

Abstract

Blok Blok M is one of the commercial areas in the South Jakarta area which has quite a big influence on the area. One of the famous places in the Blok M area is Little Tokyo Blok M. This area was previously an area built for Japanese people who worked in the Sudirman area. With regional characteristics that have a Japanese cultural concept which is expected to provide comfort for the Japanese people. However, this area is now starting to be abandoned by Japanese people. This can happen because the Japanese people, who are the main users of this area, are starting to move from Blok M to other places such as Karawaci. This has caused the Little Tokyo Blok M area to begin to lack visitors. Meanwhile, other areas in the Blok M area are still busy with visitors, but the majority of visitors are teenagers. Therefore, so that the Little Tokyo Blok M area can remain busy with visitors, changes are needed in this area. Implementing a new concept by no longer relying on Japanese users as the main target but starting to change to young people. Researchers believe that remodeling this area is one of the right methods. By providing new functions to areas such as shopping centers, cafes, clubs, karaoke and sports areas to attract the interest of young people such as Gen Z who were born from 1997 to 2012. In this way, it is hoped that this new function can create a new life that can return Little Tokyo Blok M to being busy with visitors again.

Keywords: Little Tokyo Blok M; Place; Placeless; Teenager

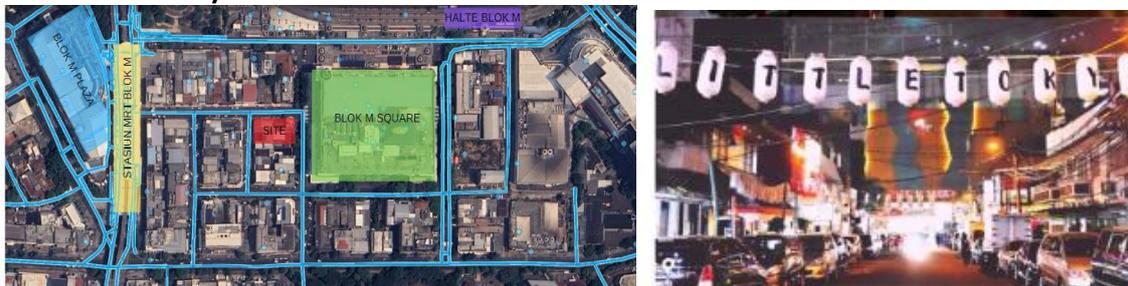
1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Blok M merupakan daerah komersial pada daerah Jakarta Selatan. Daerah ini dapat disebut sebagai jantung pada daerah Jakarta Selatan dengan banyaknya kawasan komersial, fasilitas transportasi, dan kebudayaan. Pada awal Blok M masuk dalam perencanaan tata kota pada tahun 1940-an yang di bangun oleh Belanda. Yang kemudian dilanjutkan setelah kemerdekaan oleh Presiden Soekarno. Blok M di tunjukkan sebagai sentra bisnis, perbelanjaan, dan transportasi dalam kota. Dari mulai tahun 80-an sampai 90-an, Blok M menjadi tempat yang ramai dikunjungi oleh banyak orang terutama pada tahun 90-an mulai dari wisata kuliner, perbelanjaan, dan tempat berkumpul. Salah satu Kawasan populer Blok M adalah Little Tokyo Blok M yang dimana tempat ini telah menjadi tempat berkumpulnya para pekerja Jepang di Jakarta sejak tahun 1990-an. Dan seiring berjalannya waktu, jumlah pekerja Jepang pun makin meningkat. Begitupun kebutuhan hidup sehari-hari masyarakat-Nya. Rata-rata masyarakat Jepang ini berasal dari orang Jepang yang berkerja di Duta besar Jepang di daerah Jakarta pusat.

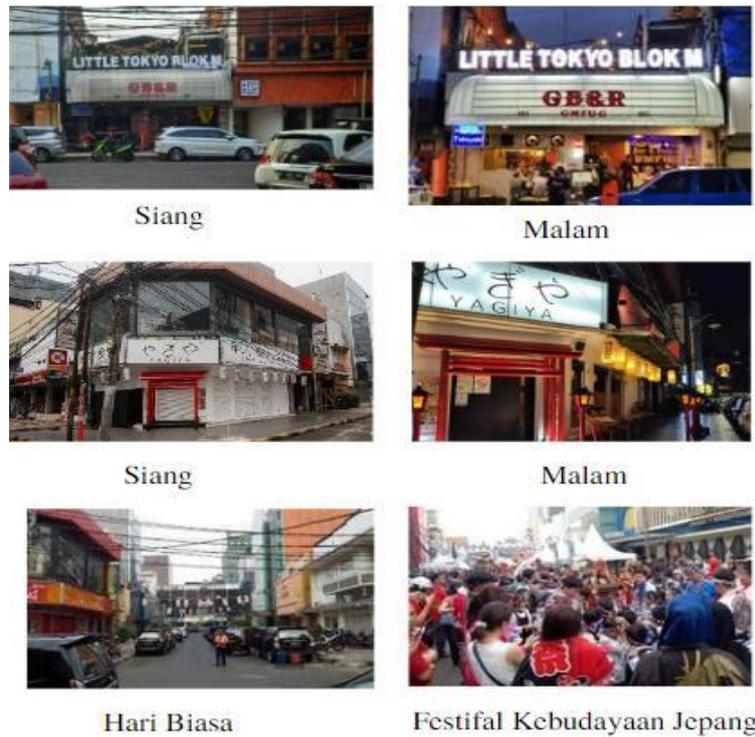
Little Tokyo Blok M sendiri semakin terkenal setelah menjadi lokasi perayaan *Ennichisai Festival*, yakni festival seni dan kuliner Jepang yang rutin diadakan sejak tahun 2010. Namun, *Ennichisai* 2020-2021 ditiadakan karena pemerintah Jepang ingin fokus pada Olimpiade Tokyo (Kompasiana). Hal ini menyebabkan lokasi ini mulai tidak lagi dapat menarik masyarakat untuk datang berkunjung. Selain sepinya pengunjung karena tidak ada lagi hal yang menarik pada kawasan ini, hal ini juga disebabkan oleh orang-orang Jepang yang tidak lagi datang berkunjung di karenakan tempat tinggal dan tempat kerja mereka yang sudah pindah jauh dari Blok M ke daerah karawaci yang cukup jauh dari Blok M. Hal ini menyebabkan orang Jepang enggan untuk datang kembali ke kawasan Little Tokyo Blok M.

Kondisi Little Tokyo Blok M



Gambar 1. Lokasi Tapak dan Little Tokyo Blok M
Sumber: Olahan Penulis dan *Google maps*, 2024

Pada tapak terdapat deretan ruko-ruko yang sudah mulai terbengkalai ruko-ruko ini dulu adalah ruko berkonsep jepang.dengan ketinggian 2-4 lantai.Tapak berada di Kawasan Blok M tepatnya berada di depan Blok M Square dengan luas jalan 10 m dan juga memiliki pedestrian yang cukup luas sekitar 2 m. Pada pinggir jalan sering di jadikan area parkir kendaraan terutama mobil. Kawasan ini cenderung padat pada malam hari.



Gambar 2. Kondisi Site dan Hasil Analisis site

Sumber: Olahan Penulis, 2024

Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat dijabarkan seperti; Program apa yang cocok untuk dapat menjadi daya Tarik baru pada kawasan Little Tokyo Blok M?; Bagaimana peran arsitektur dapat menambahkan visualisasi yang baru pada kawasan Little Tokyo Blok M?; Bagaiman agar Little Tokyo Blok M yang dulu sebagai kawasan orang-orang Jepang dapat mengikuti perkembangan zaman?

Tujuan

Mencari program/aktifitas yang tepat untuk pengembangan Kawasan Little Tokyo Blok M, serta membentuk atau menciptakan suasana yang baru dan menarik sehingga orang-orang ingin kembali datang ke Little Tokyo Blok M.

1. KAJIAN LITERATUR

Placeless Place

Sebuah tempat dapat di sebut "*Placeless Place*" apa bila tempat tersebut dulu atau pernah memiliki kekuatan makna atau ciri khas, namun sempat mengalami penurunan sehingga pernah dilakukan desain atau di relokasi ulang namun tidak memberikan dampak yang spesifik, sehingga tempat tersebut memiliki kondisi yang cenderung diabaikan dan kurang bermakna. Disampaikan dalam karya Edward Relph (1976) dalam ulasan Seamon, David dan Sowers, Jacob (2008) menjelaskan terjadinya penghapusan tempat-tempat khusus dan pembuatan lanskap standar yang dihasilkan dari ketidakpekaan terhadap pentingnya suatu tempat. Dimana dengan kata lain, *placeless* merupakan sebuah fenomena yang di mana sebuah tempat yang secara tidak sengaja kehilangan makna '*place*'-nya sehingga dirasa tidak sesuai dengan identitas sesungguhnya bahkan sudah tidak layak untuk dihuni.

Para ahli geografi mengatakan bahwa *place* memiliki peran penting sebagai pembeda antara ilmu geografi dari ilmu lain. Ilmu astronomi punya langit, Ilmu sejarah punya waktu, dan ilmu geografi mempunyai tempat. Dalam (Casey 1993, Malpas 1999) mengatakan bahwa *place and*

placeless adalah demonstrasi dari potensi konseptual yang bersifat praktis dan merupakan kekuatan dari suatu tempat.

Rebranding

Rebranding adalah proses pemberian nama atau identitas baru pada perusahaan yang sudah ada tanpa perubahan keuntungan yang didapatkan. *Rebranding* dimaksudkan untuk meningkatkan nilai perusahaan atau produk yang dilakukan dengan merombak desain, nama, fungsi, dan simbol suatu perusahaan atau barang. Menurut Kapferer (2009) mengatakan bahwa jika melakukan *Rebranding* pada suatu perusahaan atau produk maka resiko yang diterima juga besar. Dalam melakukan *rebranding* seperti kemungkinan kehilangan ciri khas, pelanggan setia, dan pengurangan pemasukan itu dapat terjadi. Namun, *rebranding* sering digunakan oleh perusahaan mencapai perubahan yang lebih baik.

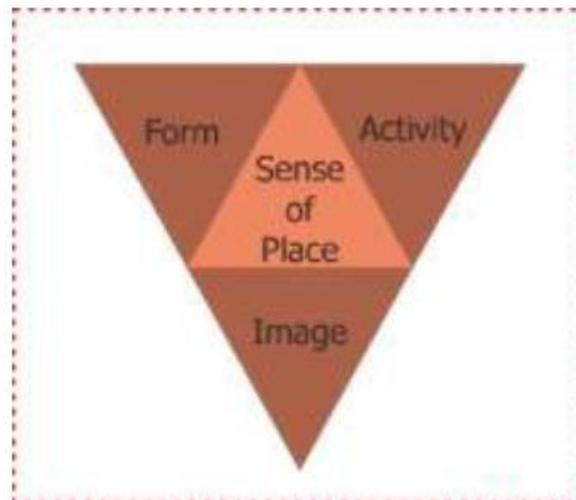


Gambar 3. Konsep *Rebranding*
Sumber: Iqbal ramadhan, 2021

Rebranding dalam arsitektur sendiri dapat diartikan mendesain/merombak secara keseluruhan hasil arsitektur untuk dapat membantu sebuah hasil proyek arsitektur yang sudah ada sehingga dapat memberikan dampak yang lebih positif bagi proyek arsitektur tersebut.

Sense of Place

Sense of Place adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan perasaan emosional atau psikologis yang seseorang rasakan saat berada di suatu tempat tertentu. *Sense of Place* didefinisikan sebagai hubungan emosional antara manusia dan tempat. Contoh ruang terbuka publik seperti taman yang berada di pusat kota menjadikan ruang terbuka sebagai daya tarik aktivitas yang sangat kuat pada kota tersebut. *Sense of Place* sendiri adalah salah satu faktor yang dapat merubah sebuah *space* menjadi *place*. Perubahan yang terjadi biasanya berupa perilaku spesial dan karakteristik emosi sebuah *space*. *Sense of place* sangat erat kaitannya dengan kata *place*. Begitu juga dengan *place* memiliki kaitan yang erat dengan *Placeless*. Ada tiga unsur pembentuk *place*, yaitu aktivitas, bentuk, dan citra. *Place* terbentuk melalui hubungan antara tampilan lingkungan, aktivitas masyarakat, dan makna yang terbentuk (Carmona et al. 2003).



Gambar 4. Teori Pembentukan *Sense of Place*
Sumber: Carmona , 2013

Gen Z

Gen Z adalah kaum muda yang dimana mereka lahir setelah tahun 1995 (Brown, 2020; Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017), atau dapat disebut dengan generasi pasca-milenial. Deloitte (tahun 2017) pernah mengungkapkan bahwa dalam kurun waktu empat tahun yang akan datang, Gen Z akan mendominasi lebih dari 20% tenaga kerja. Meski begitu, Gen Z di dalam dunia kerja tidak mendapat respon positif dikarenakan dunia kerja sekarang masih di dominasi oleh Generasi Y atau yang dikenal dengan generasi milenial. Gen Z sendiri sekarang dapat di katakn sebagai kaum muda zaman Sekaran yang dimana Menurut sejumlah penelitian terdahulu. Pada masa muda keinginan untuk berharap, bermimpi, bercita-cita sangat lah besar. Masa muda adalah masa mencari arti hidup dan masa untuk mengambil keputusan yang menentukan masa depan. Dapat diartikan pada masa muda masa penentuan seseorang berhasil atau gagal. Masa muda diisi dengan masa remaja. Remaja sendiri dapat di kelompok masyarakat pada usia 11–24 tahun. Mereka tidak dapat disebut sudah dewasa tetapi juga tidak dapat pula disebut anak-anak. Masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa.

Remaja sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *adolescere* yang berarti *to grow* atau *to grow maturity* (Golinko, 1984 dalam Rice, 1990). Banyak tokoh yang memberikan definisi tentang remaja, seperti DeBrun (dalam Rice, 1990) mendefinisikan remaja sebagai periode pertumbuhan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa. Papalia dan Olds (2001) tidak memberikan pengertian remaja (*adolescent*) secara eksplisit melainkan secara implisit melalui pengertian masa remaja (*adolescence*)

Menurut Kemenkes remaja adalah suatu periode kehidupan manusia yang meliputi pada pertumbuhan fisik, psikologis, dan intelektual manusia secara pesat. Salah satu ciri khas remaja adalah rasa ingin tahu yang tinggi, cenderung berani mengambil risiko tanpa pertimbangan yang matang, dan menyukai hal-hal berbau petualangan yang dapat memacu adrenalin.

Kegiatan yang mayoritas dilakukan Gen Z:

- Teknologi: bermain media sosial.
- Media hiburan: seperti menonton film.
- Kesehatan dan Fashion: seperti membentuk tubuh dan Fashion baju atau make up.
- Perjalanan dan eksplorasi : seperti jalan-jalan ke tempat baru.
- Berkumpul bersama Teman.



Gambar 5. Kegiatan yang Disukai Anak Muda
Sumber: Google ,10 April 2024

Dari beberapa kegiatan yang sering dilakukan oleh kaum Gen Z maka dapat disimpulkan konsep yang sangat cocok adalah *communal space* dimana konsep ini dapat merangkul seluruh hal yang disukai anak muda yang suka berinteraksi dengan teman-temannya.

2. METODE

Metode yang digunakan adalah metode pengumpulan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang sudah ada. Metode pengumpulan data sekunder dengan melakukan analisis dan observasi secara langsung pada kawasan Little Tokyo Blok M sehingga dapat langsung melihat situasi, target pasar dan permasalahan yang sedang terjadi tidak hanya dari data saja. Dari analisis dihasilkan data kuantitatif yang dapat digunakan dalam menganalisis dan diinterpretasi sehingga dapat menemukan permasalahan yang terjadi. Hasil output yang telah diperoleh dapat disusun sehingga mendapatkan rencana dan strategi yang tepat untuk menghadapi permasalahan pada kawasan Little Tokyo Blok M.

3. DISKUSI DAN HASIL

Little Tokyo Blok M

Little Tokyo Blok M merupakan kawasan yang dipadati oleh zona perdagangan dan jasa serta dengan ketinggian bangunan 1-4 lantai. Pada masa sekarang, kondisi kawasan ini mengalami penurunan dengan berpindahnya tempat kerja para orang-orang Jepang ke daerah lain sehingga menyebabkan berkurangnya orang-orang Jepang yang datang berkunjung. Beberapa ruko di kawasan ini mulai tutup dan tidak beroperasi karena sepi pengunjung.



Gambar 6. Restoran Yagiya Blok M
Sumber: Dewi Mayang Sari, 2024

Kawasan ini sendiri mulai kalah saing dengan kawasan lain di sekitar-nya hal ini di karenakan tidak ada lagi hal menarik yang terdapat pada kawasan tersebut sehingga kawasan ini mulai jarang di kunjungi.

Situasi Tapak



Gambar 7. Situasi Little Tokyo Blok M Pada Berbagai Situasi
Sumber: Olahan Penulis, 2024

Analisis site

KEBISINGAN

KEBISINGAN TINGGI
KEBISINGAN RENDAH

RESPON :
Menggoptimalkan desain pada area kebisingan tinggi agar dapat sedikit meredakan kebisingan dari luar

VIEW

VIEW TIMUR **VIEW UTAR** **VIEW BARAT**

RESPON :
Memberikan bukaan pada arah timur, utara, dan barat agar dapat melihat view sedangkan pada arah selatan dibuat view sendiri agar tidak polos tembok bangunan

CAHAYA MATAHARI

Pada area timur cahaya matahari terhalang oleh pohon dan bangunan Blok M squer yang cukup tinggi

RESPON :
Memaksimalkan cahaya dari utara dan barat yang masih terkena sinar matahari

TITIK KERAMAIAAN

TITIK KERAMAIN
TITIK TIDAK RAMAI

RESPON :
Pada titik-titik keramaian tinggi di beri space lumayan luas untuk org berkumpul dan beraktifitas

SIRKULASI KENDARAAN

JALAN 2 JALUR **JALAN 1 JALUR**

Jalan pada area timur, barat, dan utara adalah jalan 1 jalur dengan luas 10 m

RESPON :
Mendesain dengan memberikan daya tarik bada jalur datangnya kendaraan

KEDAN BANGUNAN SEKITAR

Bangunan saat ini adalah ruko-ruko beton lama dengan tinggi 2-3 lantai yang sudah sebagian tidak berfungsi

Terdapat pedestrian yang cukup luas di sekeliling bangunan namun terapat tiang-tiang listrik

Beberapa desain bangunan menggunakan desain berkonsep kan Jepang

Gambar 9. Hasil Analisis Site dan Kawasan
Sumber: Olahan Penulis, 2024

Dari hasil analisis dapat muncul respon untuk di gunakan sebagai tahapan dalam mendesain dengan menentukan arah bukaan arah sirkulasi dan juga bentuk bangunan. Selain analisis site juga di tentukap program yang cocok dan dapat mengundang orang terutama Gen Z untuk datang.

Program yang dapat menarik Gen Z:

AREA KOMUNAL



Area Komunal di pilih untuk berfungsi sebagai area berkumpul anak-anak muda untuk yang memiliki kebiasaan nongkrong dan bertemu teman-teman lain

AREA SERBA GUNA



Minat olahraga anak muda yang cukup tinggi menjadi salah satu fungsi yang dapat di berikan. Program olahraga yang paling cocok bagi anak muda dan di lakukan di dalam ruangan adalah GYM

AREA HIBURAN BAR DAN KARAOKE



Area Hiburan Bar dan Krauke di pilih karena dapat menarik minat peangunjung yang mungkin penat bekerja untuk mencari hiburan

CAFE



Cafe di pilih ini di karenakan tidak hanya anak muda cafe sekarang juga sering di jadikan tempat berkumpul berbagai kalangan bisa sebagai tempat nongkrong, tempat untuk bekerja, maupun hanya sebagai tempat istirahat

SHOPPING CENTER



Shopping Center di pilih karena fungsi ini dapat menarik berbagai macam kalangan untuk datang dan juga fungsi ini dapat menghidupkan kawasan tersebut tidak hanya pada malam hari namun juga pagi ke malam

CLUB



Club di pilih karena pada jaman sekarang anak anak muda lebih memilih club sebagai hiburan mereka terutama pada daerah ibu kota

Gambar 8. Program yang Akan Digunakan
Sumber: Olahan Penulis, 2024

Dari program fungsi seperti *shopping center*, *cafe*, *foodcourt*, dan fasilitas hiburan yang telah di usulkan hal ini di harapkan dapat menarik kaum Gen Z untuk datang berkunjung. Juga diharapkan dapat menciptakan suasana baru pada kawasan Little Tokyo Blok M. Dimana program baru ini dapat menggantikan program lama seperti restoran Jepang dan juga dapat memberikan program baru kepada ruko-ruko kosong yang ada pada kawasan ini.

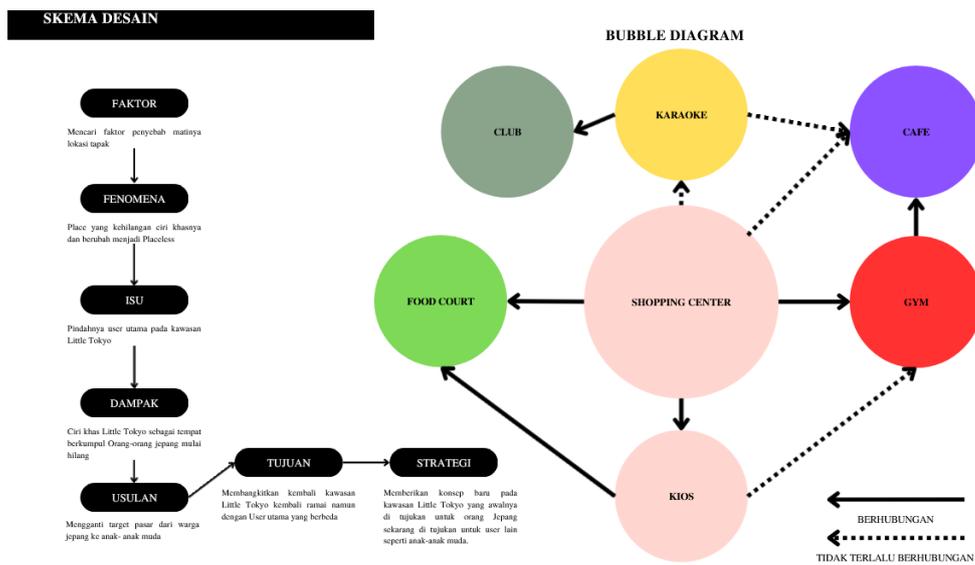
Strategi Desain

Strategi desain dengan merebranding atau merubah semua konsep awal kawasan tersebut yang awalnya di penuh bangunan komersial yang dikhususkan bagi orang-orang Jepang. Karena orang-orang Jepang mulai meninggalkan kawasan ini menyebabkan banyak bangunan yang sudah tidak memiliki fungsi lagi Maka, kawasan ini akan dirancang ulang menjadi kawasan dengan konsep baru yang memiliki target pasar baru berupa anak-anak muda yang banyak berdatangan pada kawasan Blok M. Setelah dilakukan pembongkaran pada kawasan tersebut, akan di berikan berbagai macam fungsi dan program pada kawasan. Program fungsi seperti *shopping center*, *cafe*, *foodcourt*, dan fasilitas hiburan menjadi program yang akan digunakan untuk mengoptimalkan fungsi bangunan dan di harapkan dapat menarik minat anak-anak muda untuk datang berkunjung . Desain arsitektur pada bangunan akan mengoptimalkan luas lahan dan fungsi-fungsi baru pada bangunan. Sehingga dapat menghasilkan suatu proyek arsitektur yang menjadi solusi bagi permasalahan *placeless place* di Little Tokyo Blok M.

Konsep

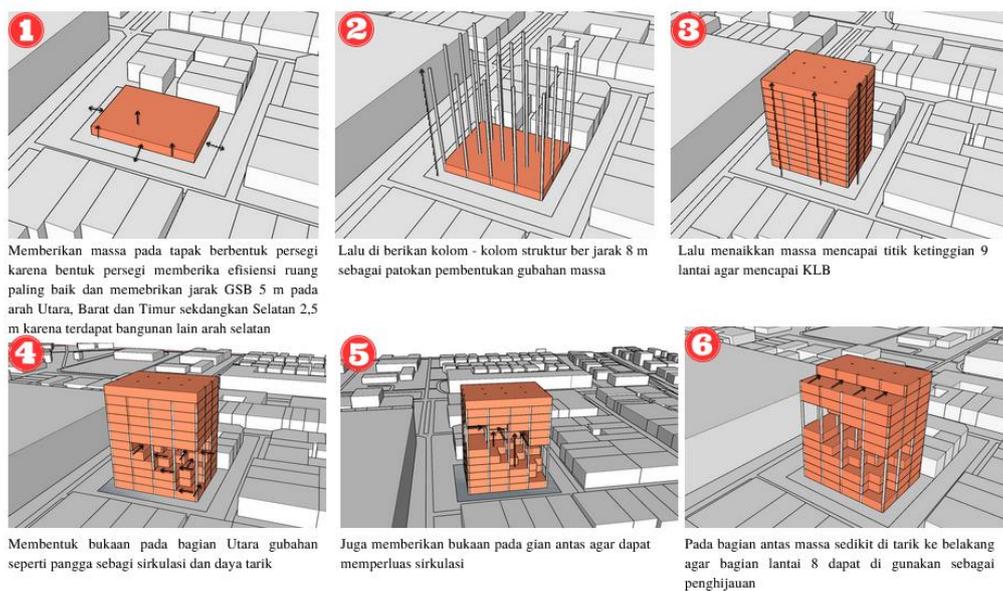
Merebranding kawasan Blok M adalah salah satu langka arsitektur yang di gunakan sehingga dapat memberikan suasana baru pada kawasan menjadi lebih baik. Dengan memberikan fungsi-fungsi yang di sukai kaum muda seperti berbelanja, olahraga, hiburan, dan berkumpul bersama teman. Tujuannya adalah memberikan suasana baru pada kawasan Little Tokyo Blok M sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman yang mulai di dominasi oleh kaum Gen Z yang lebih suka melakukan aktifitas yang membuat mereka Bahagia seperti berkumpul bersama teman.

Zoning Program:



Gambar 10. Proses Pembentukan Gubahan Massa
Sumber: Olahan Penulis, 2024

Proses Pembentukan Gubahan Massa



Gambar 11. Proses Pembentukan Gubahan Massa
Sumber: Olahan Penulis, 2024

Bangunan ini memiliki berbagai macam fungsi untuk memberikan warna baru pada kawasan. Dengan memberikan beberapa bukaan pada bangunan yang dapat di gunakan sebagai area *communal* bagi kaum muda untuk melakukan berbagai macam aktifitas hal ini di harapkan dapat menarik minat kaum muda untuk mulai datang berkunjung pada kawasan Little Tokyo Blok M.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kawasan Blok M merupakan kawasan komersil yang ramai di kunjungi namun ada kawasan di Blok M yang tidak ramai di kunjungi yaitu Little Tokyo di Blok M. Hal tersebut di karenakan kawasan ini yang di khususkan untuk orang-orang Jepang, namun sekarang orang Jepang yang

ada yang beralih dari Blok M ke kawasan lain. Hal ini sangat berdampak besar bagi Kawasan ini yang berdampak pada sepiunya pengunjung.

Usulan untuk merubah keseluruhan kawasan Little Tokyo Blok M yang awalnya dikhususkan bagi orang-orang Jepang menjadi kaum muda (Gen Z). Dengan merombak keseluruhan bangunan dan memberikan program/aktifitas baru yang di sukai oleh kaum Gen Z pada kawasan ini. Diharapkan dapat mengembalikan Kawasan Little Tokyo Blok M kembali menjadi place yang ramai di kunjungi walaupun dengan merubah keseluruhan kawasan, dengan memberikan berbagai macam program yang di sukai kaum Gen Z seperti olahraga dan tempat berkumpul. Dengan mendesain ulang bangunan yang berkonsep Jepang berubah menjadi mengikuti perkembangan zaman yang di dominasi oleh kaum Gen Z sehingga dapat benar-benar merubah kondisi dari Little Tokyo Blok M.

Saran

Penelitian terkait strategi untuk menghidupkan kembali Little Tokyo Blok M dengan cara merubah keseluruhan kawasan dapat berkembang menjadi proyek yang dapat mengikuti perkembangan zaman. Sehingga dapat menjadi salah satu Langkah menghadapi masalah placeless place pada kawasan little Tokyo Blok M.

REFERENSI

- Agmasari Silvita, Prodio Adityo Wahyu. (2018, Jani). Sejarah Blok M, Dulunya Tempat Nongkrong Anak Muda Era 80-an.
 Diakses dari <https://travel.kompas.com/read/2018/06/18/120500427/sejarah-blok-m-dulunya-tempat-nongkrong-anak-muda-era-80-an>
- Dewi, Sukma. (2024, Januari). Stasiun Kebayoran Lama: Sejarah Singkat, Lokasi, dan Fasilitas di Dalamnya. Diakses dari <https://blog.cove.id/stasiun-kebayoran-lama/>
- Mirsa, R., & Yati, Z. F. (2020). Kajian Sense of Place Pada Koridor Pasar Tomok Kabupaten Samosir. *Senthong*, 3(1).
- Narulita, A. (2020). Upaya Rebranding Komunitas Kantong Pintar Melalui Perancangan Desain Website. *AUTOMATA*, 1(2).
- Relph, E. (1976). Place and placelessness. *Pion Limited*.
- Rumijati, A., Asfiah, N., & Fuadiputra, I. R. (2021). Rebranding untuk Meningkatkan Nilai Tambah Produk di Kelompok Usaha Mikro Olahan Susu pada Ikatan Pengusaha 'Aisyiyah (IPAS). *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 54-61.
- Seamon, D., & Sowers, J. (2008). Place and Placelessness, Edward Relph. *Key texts in human geography*, 43, 51.
- Susanto, V., Amir, M. A. M., Haqqi, M. A., Ekomadyo, A. S., & Riska, A. S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Milenial Terhadap Desain Arsitektur Kafe. *Jurnal Arsitektur, Bangunan, & Lingkungan*, 9(2), 69-80.
- Sakitri, G. (2021, July). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!. In *Forum Manajemen* (Vol. 35, No. 2, pp. 1-10).
- Widhyarto, D. S. (2014). Kebangkitan Kaum Muda dan Media Baru. *Jurnal Studi Pemuda*, 3(2), 141-146.
- Zebua, K. (2021). Tinjauan Teologis Mengenai Problematik Kaum Muda Masa Kini.
- Zenitha Najma Cita. (2023, Januari). Sejarah dan Asal Usul Blok M, Tempat Nongkrong Rancangan Belanda Tahun 1980. Diakses dari <https://nasional.okezone.com/read/2023/12/06/337/2933575/sejarah-dan-asal-usul-blok-m-tempat-nongkrong-rancangan-belanda-tahun-1980?page=1>