

PERANCANGAN KEMBALI PADA MAL PLAZA SEMANGGI DENGAN PENDEKATAN RE-ARCHITECTURE GUNA PEREMAJAAN FUNGSI

Rafael Limima¹⁾, Sidhi Wiguna Teh^{2)*}

¹⁾Program Studi S1 Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Tarumanagara,
rafael.315200084@stu.untar.ac.id

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

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

Masuk: 02-12-2024, revisi: 13-01-2025, diterima untuk diterbitkan: 13-03-2025

Abstrak

Mal merupakan sebuah tempat di mana orang-orang dapat memenuhi kebutuhan mereka, mulai dari sandang, pangan, hingga kebutuhan papan. Terlebih Jakarta menempati kota dengan jumlah mal terbanyak di Indonesia. Seiring berkembangnya zaman, kebiasaan pergi ke mal ini sudah membudaya sehingga tidak heran jika kita melihat selalu ada mal baru yang bermunculan. Plaza Semanggi adalah pusat perbelanjaan yang mulai beroperasi di tahun 2004 silam. Jika dibandingkan dengan mal di sekitarnya, Plaza Semanggi adalah mal dengan kelas sasaran menengah ke bawah dan banyak menjual produk-produk lokal. Seiring waktu berjalan Plaza Semanggi mengalami kenaikan sampai akhirnya terus menurun dan sampai di titik terendahnya di rentang tahun 2019-2024. Banyak faktor yang menyebabkan Plaza Semanggi menjadi mati. Sedangkan mal di sekitarnya bisa tetap hidup dan bertahan sampai saat ini, mulai dari kalah bersaingnya dengan mal lain di sekitarnya hingga permasalahan manajemen pengembang daripada Plaza Semanggi itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengembalikan dan menghidupkan kembali pusat perbelanjaan yang berada tepat di samping simpang susun Semanggi dengan cara melakukan peremajaan fungsi yang sebelumnya sudah ditinggalkan menjadi fungsi baru yang sebelumnya belum ada di Plaza Semanggi tersebut. Area Plaza Semanggi ini adalah area yang sangat strategis dan berada di pusat kota Jakarta, dipenuhi perkantoran, area bisnis, dan pemukiman sehingga sangat berpotensi untuk menjadi magnet bagi area di sekelilingnya.

Kata kunci: penurunan; peremajaan; strategis

Abstract

A mall is a place where people can fulfill their needs, from clothing, food, to a daily needs. Moreover, Jakarta is the city with the largest number of malls in Indonesia. As time goes by, the habit of going to the mall has become a culture so it is not surprising that we see new malls always come up. Plaza Semanggi is a shopping center that began operating in 2004. When we compared to surrounding malls, Plaza Semanggi is a mall that targeting the lower middle class and sells many local products. As time went by, Plaza Semanggi increasing until finally it continued to decline and reached its lowest point in the 2019-2024 range. Many factors caused Plaza Semanggi to die. Meanwhile, the surrounding malls have survived and survived to this day, starting from their lack of competition with other malls around them to developer management problems rather than Plaza Semanggi itself. This research aims to restore and revive the shopping center which is right next to the Semanggi interchange by rejuvenating functions that had previously been abandoned into new functions that previously did not exist in the Semanggi Plaza. The Semanggi Plaza area is a very strategic area and is located in the center of Jakarta, filled with offices, business areas and residential areas so it has the potential to become a magnet for the surrounding area.

Keywords: decline; rejuvenation; strategic

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Plaza Semanggi merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang berada di Jalan Jend. Sudirman. Tempat ini mulai beroperasi pada tahun 2004 yang diresmikan oleh Megawati Soekarnoputri. Pada era 2000-an Plaza Semanggi termasuk salah satu pusat perbelanjaan yang memiliki daya tarik yang tinggi, terlebih lokasinya yang strategis di segitiga emas pusat bisnis Thamrin-Sudirman-Gatot Subroto. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan yang cukup populer pada masa itu, Plaza Semanggi menjadi pintu bagi produk-produk lokal maupun produk luar yang masuk ke Indonesia. Pada peresmian awal pada tahun 1973, proyek Plaza Semanggi terdiri dari dua bangunan terpisah, yaitu Gedung Veteran Republik Indonesia dan Balai Sarbini, lalu semenjak tahun 2004, diadakanlah perombakan total yaitu penambahan pusat perbelanjaan 8 lantai yang kita kenal sebagai Plaza Semanggi sampai saat ini (Cerita, 2022).

Pada masanya, Plaza Semanggi dikenal sebagai pusat perbelanjaan yang sangat populer dan selalu ramai. Namun hal tersebut tidak bertahan lama dan jumlah pengunjung menurun seiring berjalannya waktu. Berdasarkan penuturan seorang penjaga toko di Plaza Semanggi, jumlah pengunjung mulai berkurang sejak tahun 2018, dan keadaan semakin sepi pada tahun 2019. Hal ini semakin diperparah dengan adanya pandemi Covid-19 yang membatasi aktivitas dan mobilitas masyarakat (Apriliani, 2024).

Sampai sekitar tahun 2015, Plaza Semanggi berada di masa kejayaannya. Mulai dari toko pakaian, pusat makanan, sampai bioskop pun ada. Tidak heran kalau tempat ini sangat diminati. Terlebih terdapat perguruan tinggi ternama yaitu Universitas Atmajaya yang berada sangat dekat dari Plaza Semanggi. Pada 1 Januari 2019, salah satu jantung dari Mal ini, yaitu Centro mengalami penutupan karena dilanda pandemi Covid-19. Dari sinilah awal mula kematian Plaza Semanggi dari tahun ke tahun semakin sepi.

Rumusan Permasalahan

Plaza Semanggi selama lima tahun ke belakang mengalami penurunan sampai akhirnya Plaza Semanggi tutup dan hanya beberapa fungsi yang tetap beroperasi seperti bioskop dan beberapa tenan makanan. Sebuah pusat perbelanjaan akan sulit untuk pulih dan mempertahankan kejayaannya jika tidak ada pembaruan konsep, meskipun pandemi telah usai. Pasalnya, sudah banyak mal yang mulai mengalami pemulihan dan kembali hidup (Huda, 2022).

Berdasarkan penjelasan yang telah dibahas di atas, didapatkanlah beberapa rumusan masalah yaitu: bagaimana cara menghidupkan kembali pusat perbelanjaan Plaza Semanggi?; apa program dan fungsi baru yang dapat dimasukkan sebagai bentuk peremajaan terhadap mal Plaza Semanggi?; dan bagaimana mengubah wajah Plaza Semanggi dengan tetap mempertahankan bangunan yang sudah ada yaitu Balai Sarbini dan Gedung Veteran RI?

Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memulihkan kembali kondisi Plaza Semanggi yang pada masanya sangat populer dan ramai dikunjungi dengan pemberian fungsi-fungsi baru yang sebelumnya tidak ada dapat tanpa menghilangkan fungsi dari Balai Sarbini dan Gedung Veteran RI.

2. KAJIAN LITERATUR

Place

Tempat itu sangat bervariasi, dan setiap lokasi memiliki arti atau kesan tertentu bagi individu, baik dari segi emosional, kultural, maupun nilai sejarah yang terkandung di dalamnya. Setiap tempat dapat membangkitkan perasaan yang berbeda, yang dipengaruhi oleh pengalaman

pribadi dan konteks budaya masing-masing orang. Keterikatan ini penting dalam membentuk identitas individu dan kolektif terhadap suatu tempat (Arefi, 2019).

Selain sebuah tempat diartikan sebagai sesuatu yang memiliki posisi dan dapat divisualisasikan melalui bentuk fisik, tempat harus memiliki relasi tersendiri kepada setiap individu yang berbeda melalui kemampuan manusia untuk merasakan dan memproduksi makna tersendiri terhadap tempat tersebut (Cresswell, 2015).

Place & Placeless

Identitas sebuah tempat didefinisikan melalui kedalaman tingkat keterikatan, keterlibatan, dan kepedulian yang dimiliki seseorang terhadap tempat tersebut. Konsep "*sense of place*" menunjukkan bahwa keterhubungan ini menciptakan makna dan identitas. Sebaliknya, sebuah tempat dikatakan "*placeless*" ketika tidak ada makna yang melekat padanya. Ini berarti tempat tersebut tidak memiliki identitas yang jelas, dan karakteristik yang membuatnya unik telah hilang. Faktor-faktor seperti perubahan zaman dan perubahan sosial berkontribusi terhadap fenomena *placelessness* ini. Dalam konteks perkotaan, identitas tempat sering mengalami penurunan, terutama karena dinamika budaya manusia yang terus berubah, perkembangan bisnis, dan pariwisata. Keseragaman dan standarisasi bentuk yang terjadi seiring waktu menjadikan banyak tempat kehilangan karakteristik dan ciri khasnya, sehingga menjadi "*placeless*" (Relph, 1976).

Rasa dari sebuah tempat dapat memudar dan hilang, salah satunya karena adanya modifikasi yang mengarah kepada penyeragaman model dan pola untuk kepentingan tertentu yang semakin lama dan berkelanjutan akan mengakibatkan rasa dari tempat yang seharusnya memiliki karakteristik tersendiri, menjadi hilang. Setiap perubahan yang serupa dapat menjadi awal dari "*placeless*" nya sebuah tempat (Vanclay, 2008).

Re-Architecture

Re-architecture merujuk pada proses perancangan ulang sebuah bangunan secara komprehensif, mencakup elemen struktural dan fungsional, biasanya sebagai respons terhadap perubahan signifikan dalam kebutuhan atau penggunaan bangunan tersebut. Dalam kerangka *re-architecture*, Friedman menyoroti pentingnya menghasilkan desain yang memungkinkan untuk penyesuaian dan modifikasi dengan mudah seiring berjalannya waktu, agar dapat memenuhi tuntutan yang terus berkembang (Friedman, 2008).

Art & Sport

Dilihat dari interaksi budaya, penelitian mengenai bagaimana berbagai bentuk seni, seperti musik, tari, dan seni visual, dapat meningkatkan pengalaman olahraga bagi baik atlet maupun penonton. Lalu jika dilihat dari pemasaran dan *branding*, analisis tentang bagaimana pengintegrasian elemen seni dalam strategi pemasaran olahraga dapat menarik lebih banyak perhatian dan membentuk identitas merek yang kuat.

Bagaimana seni dapat memengaruhi cara masyarakat memandang olahraga, serta sebaliknya, bagaimana olahraga dapat memengaruhi persepsi terhadap seni. Contoh-contoh acara olahraga yang menggabungkan seni, seperti upacara pembukaan dan penutupan Olimpiade, yang memberikan pengalaman yang lebih kaya dan menarik bagi penonton. Penyelidikan tentang bagaimana kolaborasi antara seni dan olahraga dapat mendorong nilai-nilai sosial dan memperkuat komunitas (Wenner, 2015).

3. METODE

Studi ini menggunakan metode kualitatif, di mana metode ini memberikan hasil analisis deskriptif dari data-data yang diambil dengan cara mengumpulkan data yang nantinya data tersebut dapat digunakan langsung untuk perancangan, seperti misalnya pengambilan data mengenai *user* dan fungsi sekitar tapak, lalu pengambilan dan analisis data tapak eksisting untuk mengetahui metode perancangan dan fungsi apa yang tepat untuk pembaruan fungsi terhadap Plaza Semanggi. Untuk sampai ke tahap perancangan, sebelumnya dilakukan observasi langsung ke lokasi untuk melihat kondisi eksisting, apa saja fungsi yang masih bertahan, apa saja tenan-tenan yang masih ada dan beroperasi sampai saat ini, lalu setelah itu melakukan observasi terhadap fungsi apa saja yang ada di sekitar area Plaza Semanggi untuk mengetahui apa fungsi yang bisa ditawarkan untuk mengakomodir fungsi di sekitarnya dan menarik pengunjung untuk kembali menghidupkan Plaza Semanggi. Selain itu, dilakukan juga pengambilan preseden-preseden tentang proyek serupa untuk dijadikan sebagai referensi agar nantinya studi ini tepat sasaran dan tidak menyimpang terlalu jauh.

4. DISKUSI DAN HASIL

Plaza Semanggi terletak di Jl. Sudirman, tepatnya berada tepat di sisi lingkaran Semanggi. Area ini merupakan area yang sangat strategis dan sangat memiliki potensi yang sangat besar, salah satunya karena mobilitas manusia yang cukup tinggi. Plaza Semanggi dilalui oleh dua jalur krusial yang berada di Jakarta, yaitu jalur Sudirman yang mengarah ke M.H. Thamrin, dan jalur S. Parman menuju Gatot Subroto.

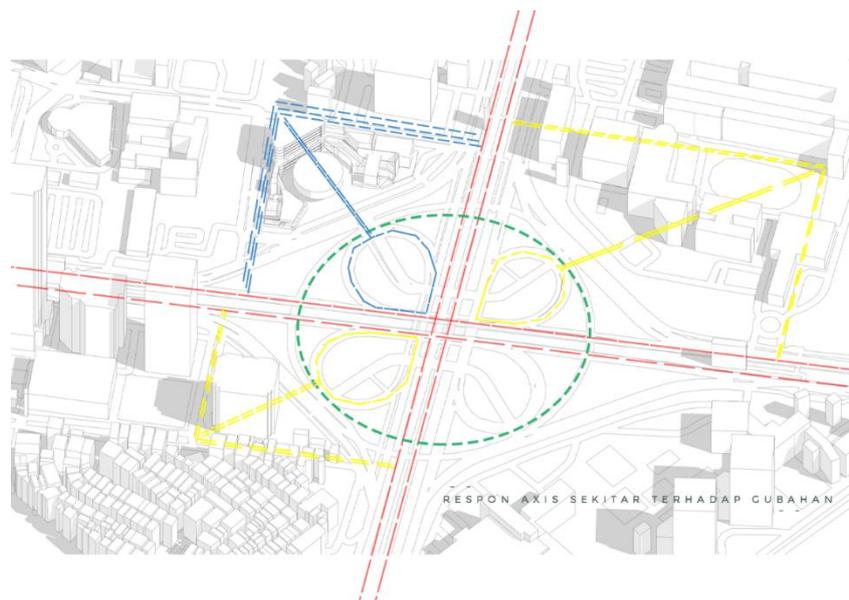


Diagram 1. Peta Lokasi Plaza Semanggi
Sumber: Pribadi, 2024

Kondisi Saat Ini

Pada awalnya Plaza Semanggi adalah sebuah pusat perbelanjaan yang menyuguhkan berbagai macam brand lokal dan produk produk nasional. Meskipun di samping itu tidak jarang juga *brand-brand* luar yang dianggap menengah ke-atas. Dari mulai pakaian, perkakas, hingga alat musik pun ada di Plaza Semanggi. Tidak lupa juga bioskop yang selalu ramai apalagi di saat akhir pekan.



Diagram 2. Kondisi saat ini
Sumber: Pribadi, 2024

Seiring sudah tidak banyak lagi toko-toko yang ingin menyewa dan buka di Plaza Semanggi, pertokoan pun menjadi terbengkalai dan kurangnya perawatan pada bangunan. Plafon-plafon yang sudah berjatuhan, kusen jendela dan jendela yang terlepas membuat mal terasa benar terbengkalai. Adanya Covid-19 memperburuk suasana dan memberikan perubahan dan penurunan yang signifikan pada Plaza Semanggi. Yang tersisa sekarang hanyalah beberapa tempat makan cepat saji yang masih bertahan, lalu toko-toko kecil yang sangat sepi dan jarang terlihat pembeli yang menghampiri toko-toko tersebut. Di lantai atas digunakan untuk unit pelayanan paspor untuk mengurus data-data yang berhubungan dengan perjalanan luar negeri.

Pada lantai GF yang sebelumnya merupakan area fashion kini kondisinya sangat sunyi dan hampir semua toko tutup, hanya beberapa saja yang buka. Di lantai 2, yang sebelumnya merupakan pusat elektronik, kini terlihat sepi dan banyak pemilik toko yang memasang papan disewakan untuk toko yang mereka sewa (Afriyadi, 2022).

Wilayahnya yang cukup strategis membuat Plaza Semanggi sangat mudah diakses. Setelah berakhirnya Covid-19, banyak perkembangan yang terjadi, salah satunya adalah transportasi umum di Jakarta yang semakin mumpuni seperti adanya MRT dan LRT. Untuk menuju ke Plaza Semanggi sekarang sangat banyak pilihan transportasi yang dapat digunakan. Jarak pemberhentian pun dekat dan dapat ditempuh pejalan kaki.

Segmen Pengguna

Jika dilihat dari segi pengguna, area ini cukup memiliki beragam segmentasi untuk ditargetkan sebagai pengunjung. Untuk dapat menarik pengunjung, sebuah tempat harus memberi fungsi yang tepat bagi segmen manusia yang ada di sekitarnya. Sebelum menempatkan fungsi apa yang akan di dapatkan, terlebih dahulu melihat target user yang akan dicapai melalui analisis lokasi sekitar.

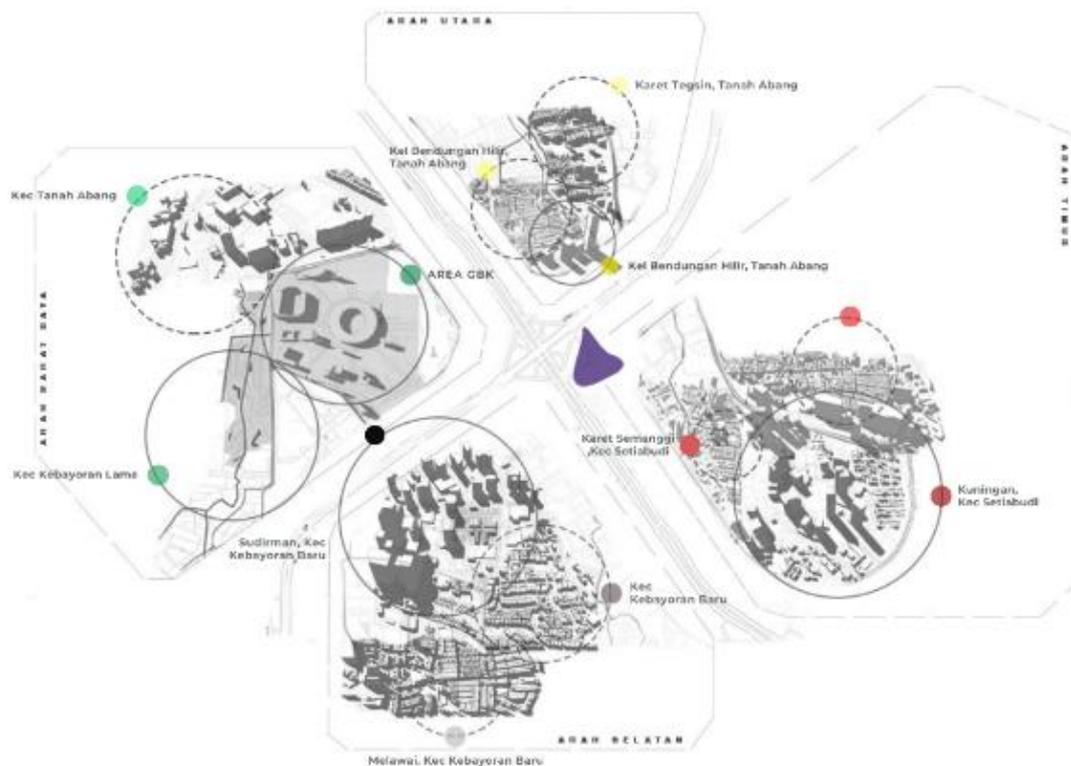


Diagram 3. Pemetaan Fungsi pada sekitar Tapak
Sumber: Pribadi, 2024

Area Plaza Semanggi didominasi oleh perkantoran dan bisnis, di samping itu terdapat juga Universitas dan hunian-hunian penduduk. Fungsi yang diberikan nantinya adalah harus fungsi-fungsi yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua segmen pengguna yang ada. Saat ini fungsi yang ditawarkan di Plaza Semanggi memang sudah sangat terbatas dan monoton, bahkan berujung pada kematian pada mal itu sendiri. Dibutuhkan peremajaan fungsi terhadap fungsi-fungsi yang ada sekarang untuk dapat kembali menarik minat pengunjung terhadap Plaza Semanggi. Melihat maraknya dunia olahraga saat ini, di mana para pekerja-pekerja mulai melakukan kegiatan berolahraga setelah mereka bekerja, yang mana semua itu bersifat penyegaran dan rekreatif terhadap mereka. Maka fungsi baru yang nantinya akan ditempatkan pada peremajaan fungsi ini mengarah pada hal-hal tersebut yang sifatnya rekreatif dan memberi penyegaran.

Potensi Peremajaan Fungsi Pada Plaza Semanggi

Dekatnya dengan area-area besar yang dikunjungi ramai pengunjung seperti stadion GBK, lalu dilewati jalur *Car Free Day* setiap hari Minggu, dapat menjadi potensi untuk menarik mereka-mereka datang kembali ke Plaza Semanggi. Setelah mengetahui segmen pengunjung yang ditargetkan kemudian setelah itu kita dapat menentukan fungsi apa yang diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi para calon pengunjung nantinya.



Diagram 4. Peta Tapak
Sumber: Pribadi, 2024

Stadion GBK yang kita tahu sekarang, bukan lagi seperti dulu, di mana saat ini GBK setiap harinya diramaikan oleh pengunjung yang ingin berolahraga di pagi dan malam hari, bahkan tidak jarang terlihat pengunjung yang datang membludak memenuhi area GBK. Penentuan fungsi pada peremajaan fungsi Plaza Semanggi ini salah satunya mengacu pada GBK. Nantinya fungsi baru yang ada dapat menjadi opsi rekreasional atau alternatif bagi para pengguna yang ada.

Konteks

Area Plaza Semanggi dapat berpotensi menjadi salah satu area *mixed-use* dengan fungsi-fungsi berbeda seperti perkantoran, *FnB*, olahraga, dan fungsi publik lainnya yang dapat menunjang area sekitarnya, terlebih area Plaza Semanggi yang sangat strategis dapat menjadi nilai tambah. Dengan melihat segmen pengguna yang ada, Plaza Semanggi dapat menjadi pusat aktivitas yang dapat dimanfaatkan, dengan menghadirkan beberapa fungsi yang belum banyak dihadirkan pada area tersebut.

Konsep

Pada area Plaza Semanggi terdapat dua bangunan eksisting yang masih beroperasi hingga saat ini, yaitu gedung Balai Sarbini dan Gedung Veteran RI. Upaya peremajaan fungsi dan perancangan kembali Plaza Semanggi ini harus tetap memperhatikan kondisi eksisting yang ada saat ini tanpa menghilangkan fungsi eksisting yang ada. Dengan konsep *mixed-use* dan fungsi yang beragam, diambil lah satu fungsi yang sejalan dengan fungsi Balai Sarbini yaitu dalam kategori seni berupa galeri, sehingga fungsi baru yang ada nanti tetap sejalan dan dapat saling terhubung dengan fungsi eksisting yang ada saat ini.

Konten

Perancangan dan peremajaan pada Plaza Semanggi ini mengarah pada kehadiran fungsi-fungsi baru yang sifatnya campuran antara sektor formal dan rekreasional. Nantinya akan terdiri dari beberapa sektor atau bagian yang terbagi. Yang pertama adalah sektor perkantoran, di mana fungsi perkantoran ini dihadirkan mengacu pada area itu sendiri, yang mana area Plaza Semanggi ini merupakan area. Lalu terdapat juga sektor *FnB* dimana sektor ini untuk memenuhi kebutuhan pangan bagi fungsi-fungsi lain di sekitarnya, di dalam maupun diluar tapak, seperti perkantoran, penginapan, universitas, dan lainnya. Selain itu menghadirkan juga sektor yang sifatnya lebih rekreasional, yaitu *wall climb* dan Trampoline park. Yang terakhir adalah sektor olahraga yang menghadirkan *Virtual Golf*. Sektor ini bertujuan menunjang bagi kepentingan bisnis para pekerja kantor atau dapat dijadikan aktivitas bagi pengunjung umum lainnya. Pada

area *Virtual Golf*, terbagi menjadi tiga yaitu area driving, area putter, dan area toko peralatan golf itu sendiri. Selain sektor-sektor tersebut, terdapat pula sektor kesenian, melihat dari adanya gedung eksisting yaitu Balai Sarbini yang bersifat seni, hadir lah area galeri dengan tujuan menjadi penunjang bagi Balai Sarbini dan memiliki fungsi yang searah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Plaza Semanggi sebagai pusat perbelanjaan yang berada di titik yang strategis tentu sangat memiliki potensi besar untuk hidup kembali dan beroperasi kembali. Begitupun terhadap Balai Sarbini, nantinya bangunan ini dapat saling bermanfaat dan memiliki fungsi yang dapat saling menunjang. Perancangan kembali Plaza Semanggi, yang utama adalah penentuan kembali fungsi baru yang dapat berpotensi menghidupkan kembali Plaza Semanggi itu sendiri. Tentu fungsi yang ditentukan merupakan pemilihan fungsi sesuai analisis yang telah dilakukan, dilihat dari beberapa aspek, seperti aspek pengguna, aspek lokasi dan lain sebagainya. Selain pemilihan fungsi baru, dilakukan pula perubahan fisik bangunan tanpa menghilangkan bangunan eksisting yang sudah ada di dalamnya. Dengan menghadirkan fungsi *mixed-use* dengan fungsi yang berbeda-beda yang sifatnya lebih universal dan belum pernah ada di Plaza Semanggi sebelumnya, bukan pusat perbelanjaan tetapi campuran antara perkantoran, olahraga, dan fungsi yang bersifat lebih rekreasional.

Saran

Untuk perancangan Plaza Semanggi disarankan agar melihat zonasi pengguna yang ada di sekitarnya, karena bangunan ini nantinya akan hidup kembali jika sektor-sektor pengguna tersebut tertarik untuk berkunjung. Pemilihan fungsi baru menjadi sangat penting dalam perancangan Plaza Semanggi ini. Selain itu karena sudah terdapat bangunan eksisting di dalam tapak, maka perancangan harus memperhatikan bangunan tersebut secara koneksi dan fungsi agar tetap saling berhubungan.

REFERENSI

- Afriyadi, A. D. (2022). Satu Lagi Mal Korban Pandemi: Plaza Semanggi Kini Sunyi Sepi Sendiri.
- Apriliani, R. (2024). Sempat Sepi Bak Kuburan, Ini Pemilik dan Kabar Terbaru Mal Hits Plaza Semanggi. *BEAUTYNESIA*.
- Arefi, M. (2019). Place and placelessness: A review of concepts and perspectives. *Journal of Urban Design*, 24(1), 1-18.
- Cerita, S. G. (2022). Plaza Semanggi. *Blog Sejarah Gedung-Gedung Indonesia*.
- Cresswell, T. (2015). *Place: An Introduction*. Chichester, West Sussex: Wiley Blackwell.
- Friedman, A. (2008). *Re-architecture: Designing for change*. New York: Routledge.
- Huda, L. (2022). Plaza Semanggi Semakin Sepi Pengunjung, Pengamat: Mal Tak Lagi Jadi Sentra Barang Mewah.
- Relph, E. (1976). *Place and placelessness*. London: Pion.
- Vanclay, F. (2008). Making Sense Of Place.
- Wenner, L. A. (2015). Art and sport: The interplay of two cultures in the context of event promotion. *International Journal of Event and Festival Management*, 6(1), 37-50.