

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan telah memberikan pengaruh besar terhadap peran dan keberlangsungan pusat perbelanjaan (*shopping mall*). Saat ini *shopping mall* tidak lagi sekadar menjadi tempat untuk berbelanja, tetapi juga berfungsi sebagai ruang interaksi, rekreasi, dan kegiatan kuliner. Area di dalam *mall* memainkan peran penting dalam menarik minat pengunjung serta mendorong peningkatan frekuensi jumlah kunjungan dan durasi tinggal pengunjung. Namun seiring berjalannya waktu, *shopping mall* mulai kehilangan daya saing karena minimnya inovasi dalam desain dan fasilitas. Kondisi ini semakin diperparah oleh munculnya tren gaya hidup baru yang menekankan pada *shopping experience*, kenyamanan, dan estetika yang mendukung aktivitas sosial maupun digital. Oleh sebab itu, peremajaan *mall* menjadi langkah strategis untuk menjaga eksistensi serta menjangkau pasar yang lebih luas. Pengadaan area atau fasilitas pendukung yang ada di dalam *shopping mall* juga sangatlah penting sebagai daya tarik bagi pengunjung. Adanya *food court* dengan desain menarik dapat menjadi daya tarik dan dapat mendorong pengalaman estetika dari *shopping mall*.

*Shopping Mall Depok* merupakan *mall* yang dikenal sebagai salah satu *mall* tertua di Kota Depok dan berlokasi di jalan pusat aktivitas dan berdekatan dengan *shopping mall* lainnya yang lebih modern. Dorongan dari pesaing dan pasar membuat *Shopping Mall Depok* untuk mengikuti perkembangan zaman dan tren masa kini agar dapat bertahan dan bersaing dengan *shopping mall* lainnya di Kota Depok. Mark Associates selaku konsultan desain, menjembatani *Shopping Mall Depok* untuk mencapai keinginannya yaitu peremajaan *shopping mall* agar menjadi pusat perbelanjaan yang lebih modern, mengikuti tren, dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat Kota Depok untuk berbelanja dan berekreasi. Perancangan ulang dari *Shopping Mall Depok* ini didorong melalui pembaharuan desain serta penataan ulang layout.

### **1.2 IDENTIFIKASI DAN RUMUSAN PERMASALAHAN**

Salah satu fasilitas publik dari *shopping mall* yang dapat mendorong minat pengunjung adalah *food court*. *Food court* di *Shopping Mall Depok* belum tertata dengan baik dari segi layout, karena *tenant* makanan masih tergabung dalam satu area tanpa adanya pembeda

khusus antara *tenant* makanan berat dan makanan ringan. Tidak adanya pembeda zonasi ini menyebabkan alur pengunjung menjadi kurang terarah dan pengalaman memilih makanan menjadi kurang nyaman. Selain itu, *seating* area yang tersedia hanya menggunakan satu jenis, yaitu *loose furniture* tanpa adanya variasi desain yang mendukung jenis makanan yang ditawarkan. Area duduk yang ada pun belum optimal baik dari segi kenyamanan, kapasitas, maupun sirkulasi. Kondisi ini menunjukkan perlunya perancangan ulang layout yang lebih terstruktur, dengan zonasi *tenant* yang jelas serta penataan *seating* yang lebih variatif dan ergonomis demi meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung. Adapun keinginan dari klien untuk dapat meningkatkan kelas *Shopping Mall* Depok dengan menambah target pasar dari semula hanya pengunjung kelas menengah bawah (*lower middle*) menjadi kelas menengah bawah dan kelas menengah atas (*upper middle*).

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, didapat beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang layout *food court* di *Shopping Mall* Depok agar memiliki zonasi yang jelas antara *tenant* makanan berat dan makanan ringan?
2. Bagaimana menciptakan variasi desain *seating* area yang sesuai dengan kebutuhan fungsi dan meningkatkan kenyamanan pengunjung?
3. Bagaimana mengoptimalkan kapasitas area duduk serta memperbaiki alur sirkulasi yang baik?
4. Bagaimana menciptakan desain visual *food court* yang lebih menarik dan mendukung identitas *shopping mall* sebagai destinasi kuliner?
5. Bagaimana strategi desain *food court* yang dapat meningkatkan daya tarik *food court* bagi pengunjung dari kelas menengah bawah (*lower middle*) hingga kelas menengah atas (*upper middle*)?

### **1.3 TUJUAN DAN SASARAN PERANCANGAN**

Tujuan dan sasaran dari perancangan *Shopping Mall* Depok ini dapat dibagi sebagai berikut:

#### **1.3.1 TUJUAN PERANCANGAN**

Tujuan dari proyek perancangan ulang *Culinary Hub Shopping Mall* Depok dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Membuat layout *food court* yang lebih terstruktur melalui pembagian zonasi *tenant* berdasarkan kategori makanan.
2. Mendesain area *seating* dengan variasi *furniture* dan konsep yang ergonomis, estetik, serta disesuaikan dengan jenis makanan untuk meningkatkan kenyamanan dan kapasitas duduk.
3. Mengoptimalkan alur sirkulasi pengunjung untuk mengurangi potensi kemacetan dan menciptakan ruang gerak yang lebih lapang dan efisien.
4. Merancang tampilan visual *food court* yang modern dan menarik sehingga dapat memenuhi ekspektasi pengunjung dari kalangan *lower middle* hingga *upper middle*.
5. Mendukung strategi peningkatan kualitas fasilitas *food court* agar mampu bersaing dengan pusat perbelanjaan lainnya yang membidik pasar kelas menengah atas.

### **1.3.2 SASARAN PERANCANGAN**

Sasaran perancangan ini adalah untuk menciptakan area kuliner yang mampu meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung melalui layout yang lebih terstruktur dengan zonasi *tenant* yang jelas antara makanan berat dan makanan ringan. Perancangan ini juga bertujuan untuk menghadirkan area duduk yang lebih nyaman, fungsional, dan variatif, dengan memperhatikan aspek ergonomi serta kapasitas pengunjung yang memadai. Secara desain dan visual, *food court* akan dirancang dengan konsep yang lebih modern, elegan, dan menarik, sehingga tidak hanya meningkatkan daya saing *shopping mall*, tetapi juga mampu menarik segmen pasar baru yang diharapkan dapat meningkatkan citranya sebagai pusat perbelanjaan dan kuliner yang berkualitas pada perkembangan kebutuhan pasar serta tren masa kini.

### **1.4 BATASAN PERANCANGAN**

Batasan perancangan dari proyek Perancangan Ulang *Culinary Hub Shopping Mall* Depok adalah sebagai berikut:

- Klien dari *Shopping Mall* Depok merupakan *brand department store* kelas menengah yang memiliki banyak cabang di Indonesia
- Berlokasi di Jl. Margonda Raya, Kota Depok, Jawa Barat
- Memiliki luasan bangunan  $\pm 22,000$  m<sup>2</sup> dengan 3 lantai yaitu *lower ground floor*, *ground floor*, dan *1<sup>st</sup> floor*

- Area *Culinary Hub* berada di 1<sup>st</sup> floor dan bersinggungan langsung dengan XXI
- Luas area *Culinary Hub* adalah 715 m<sup>2</sup>
- Permintaan klien untuk mendesain area interior dengan konsep *modern timeless*

Berdasarkan brief dari *principal designer* kepada penulis, penulis ikut serta dalam perancangan beberapa area interior secara major seperti area *food court* dan *entrance*, dan minor berupa revisi desain pada area *atrium* dan *exhibition*. Secara umumnya dari keseluruhan area yang dikerjakan oleh penulis, area *food court* merupakan area dimana penulis paling banyak terlibat dalam proses desainnya mulai dari *concept exploration*, *design ideation*, *design revision*, hingga ke *schematic design*. Pada pengerjaan proyek *Shopping Mall* Depok ini, penulis terlibat pada hal-hal sebagai berikut:

a. *3D Modeling*

Proses pembuatan konsep dalam proyek di MARK Associates dilakukan dalam bentuk 3D model untuk mempermudah klien membayangkan bagaimana desain, suasana, dimensi, dan *mood* dalam proyek nantinya akan terbangun. Aplikasi yang digunakan dalam pembuatan *3D modeling* ini adalah aplikasi SketchUp.

b. *Rendering*

Proses *3D modeling* selalu diakhiri dengan proses rendering. Rendering adalah proses membuat 3D model menjadi gambar fotorealistik. Rendering ini akan semakin mempermudah klien untuk membayangkan desain yang nantinya akan terbangun karena rendering akan membuat hasil 3D model yang sebelumnya dibuat menjadi realistik. Aplikasi rendering yang digunakan oleh praktikan selama melaksanakan kegiatan *internship* di MARK Associates adalah Enscape.

c. *PowerPoint Presentation*

MARK Associates memberikan kesempatan kepada para *intern* untuk mempelajari dan mengetahui proses pembuatan desain hingga presentasi kepada klien. Maka dari itu, praktikan juga mendapatkan pengalaman membuat PPT yang umumnya berisikan layout, ide konsep, dan foto rendering dari 3D model yang sebelumnya sudah dibuat. PPT ini harus dibuat sesuai dengan format yang sistematis dan tertata agar mempermudah klien memahami pesan dari desain yang ingin disampaikan. Pembuatan PPT ini sangatlah krusial karena merupakan tahapan yang secara langsung akan berkaitan dengan klien. PPT ini juga dibuat setiap harinya sebagai bentuk laporan progress kerja harian.

d. *Design Report*

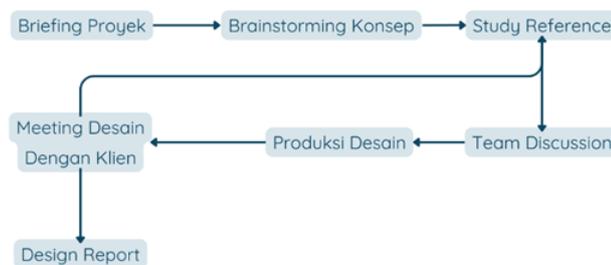
Design Report merupakan output akhir yang disusun dan diserahkan oleh konsultan kepada klien sebagai output akhir dari proyek. Laporan ini diberikan bersamaan dengan file 3D model dari SketchUp untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai hasil perancangan. Design Report berfungsi sebagai *schematic report* yang merangkum berbagai elemen penting dari desain, termasuk gambar-gambar hasil ekspor dari SketchUp. Gambar-gambar ini disajikan secara mendetail, mencakup informasi dimensi, material, dan elemen arsitektural lainnya yang relevan.

Berikut adalah tim yang terlibat dalam proyek *Shopping Mall Depok*:

- Ar. Grady Halim, S.T., IAI, sebagai *head designer & principal architect*
- Ar. Anthony Senjaya, S.T., IAI, sebagai *head designer & principal architect*
- Zidny Zidan, sebagai PIC proyek
- Mutiara Kesya, sebagai *interior design assistant* (intern)
- Zalfa Humaira, sebagai *interior design assistant* (intern)
- M. Rajiansyah, membantu pembuatan Design Report
- Ailsa Syafika, membantu pembuatan Design Report (*intern*)
- Luthfiah Azzahrah, membantu dalam pembuatan Design Report (*intern*)

### 1.5 SKEMATIK FLOW PERANCANGAN

Tahapan perancangan dari *Shopping Mall Depok* dimulai dari pemberian layout zonasi dari klien yang dilanjutkan ke tahapan rancangan desain dari konsultan. Flow perancangan yang dilakukan oleh konsultan atau MARK Associates untuk proyek ini dapat dijelaskan dari bagan berikut:



**Bagan 1. 1** Tahap perancangan *Shopping Mall Depok* oleh MARK Associates

**Sumber:** Dokumen pribadi

Proses perancangan desain dari proyek perancangan ulang *Culinary Hub Shopping Mall* Depok ini diawali dengan **briefing proyek**, dimana tim desain mendapatkan informasi awal tentang kebutuhan, tujuan, keinginan konsep, dan ruang lingkup proyek dari klien. Setelah briefing, tim melanjutkan ke tahap **brainstorming konsep**, dimana berbagai ide kreatif dikumpulkan dan didiskusikan untuk menentukan arah desain. Ide-ide yang muncul kemudian diperdalam melalui studi referensi, yaitu pencarian inspirasi melalui foto, tren, atau pendekatan konsep desain yang relevan berdasarkan hasil *brainstorming*. Hasil studi referensi ini membantu memperkuat ide yang telah dibahas sebelumnya.

Selanjutnya, tim memasuki tahap **diskusi tim**, dimana ide-ide yang telah terkumpul dievaluasi dan disaring. Tujuannya adalah memastikan semua anggota tim memiliki pemahaman yang sama dan sepakat terhadap konsep desain yang akan dikerjakan. Setelah konsep disepakati, tim melanjutkan ke proses **produksi desain**, yaitu pengembangan konsep melalui gambar 3D menggunakan aplikasi software SketchUp. Hasil dari tahap ini kemudian dipresentasikan kepada klien melalui **meeting desain**. Dalam meeting ini, klien memberikan masukan atau revisi.

Jika terdapat *feedback* dari klien, tim akan melakukan revisi hingga desain memenuhi ekspektasi dan kebutuhan klien. Setelah desain final disetujui, proses dilanjutkan dengan penyusunan **design report**, yang mencakup detail dan spesifikasi desain seperti ukuran, warna, dan material. Pembuatan *design report* merupakan final output yang diberikan kepada klien.

Penulis terlibat dalam seluruh proses perancangan yang sudah dijelaskan sebelumnya tanpa terkecuali. Secara umumnya penulis paling banyak terlibat dan andil dalam tahap produksi 3D desain dengan SketchUp. Hingga penulisan dari laporan ini dibuat, status proyek dari perancangan ulang *Culinary Hub Shopping Mall* Depok ini sudah terbangun.