

STUDIO AKHIR DESAIN ARSITEKTUR

Final Architectural Design Studio

R3 REKA
RUPA
RUANG

REVITALISASI KAWASAN CITRA NIAGA SAMARINDA DENGAN PENDEKATAN **URBAN TOURISM**

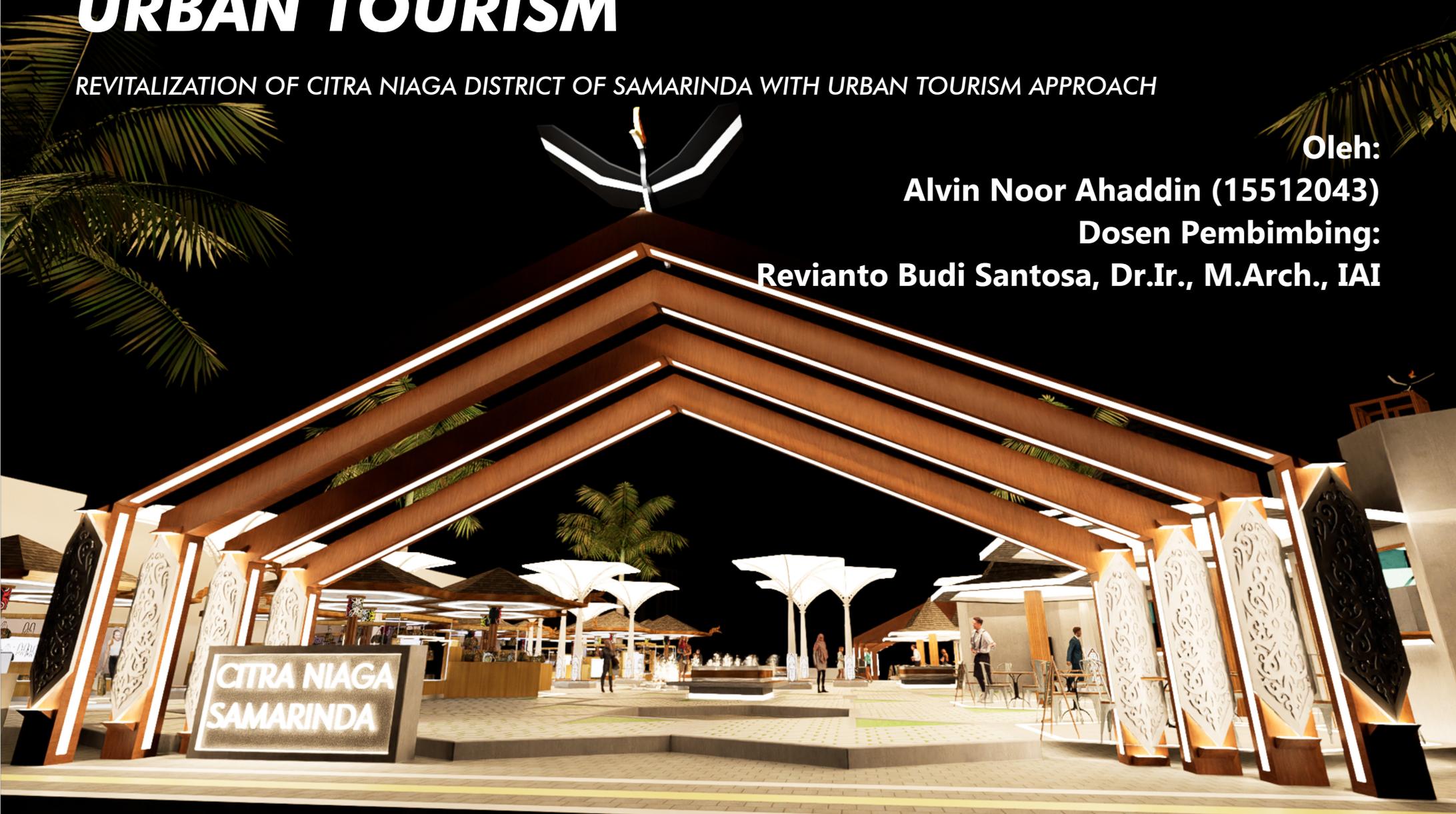
REVITALIZATION OF CITRA NIAGA DISTRICT OF SAMARINDA WITH URBAN TOURISM APPROACH

Oleh:

Alvin Noor Ahaddin (15512043)

Dosen Pembimbing:

Revianto Budi Santosa, Dr.Ir., M.Arch., IAI



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PROGRAM STUDI SARJANA ARSITEKTUR



DEPARTMENT of
ARCHITECTURE



한국건축대학교육인증원
Korea Architectural Accrediting Board



CANBERRA
ACCORD

LEMBAR PENGESAHAN

Studio Akhir Desain Arsitektur yang Berjudul:

Final Architecture Design Studio Title

Revitalisasi Kawasan Citra Niaga Samarinda dengan Pendekatan *Urban Tourism*

Revitalization of Citra Niaga District of Samarinda with Urban Tourism Approach

Nama Lengkap Mahasiswa : *Alvin Noor Ahaddin*

Students Full Name

Nomor Mahasiswa : *15512043*

Students ID

Telah Diuji dan Disetujui Pada : *Yogyakarta, 9 September 2022*

Has been evaluated and agreed on

Pembimbing,

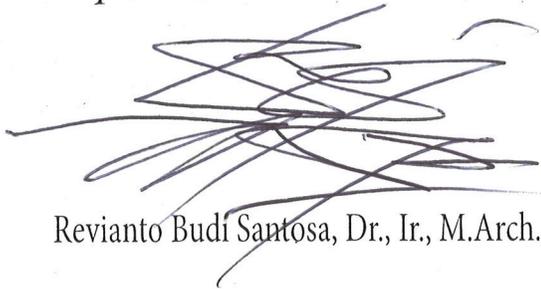
Supervisor

Penguji 1,

Jury 1

Penguji 2,

Jury 2



Revianto Budi Santosa, Dr., Ir., M.Arch., IAI



M. Galieh Gunagama. S.T., M.Sc.

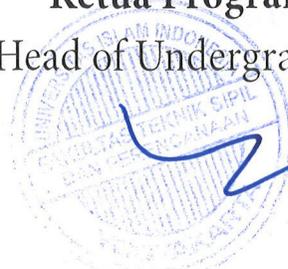


Yulianto Purwono Prihatmaji, Dr., Ar., IPM., IAI

Mengetahui / Acknowledged by

Ketua Program Studi Sarjana Arsitektur

Head of Undergraduate Program in Architecture



Hanif Budiman, Ir., M.T., Ph.D.

CATATAN DOSEN PEMBIMBING

Penilaian Buku Studio Akhir Desain Arsitektur:

Final Architecture Design Studio Assessment

Revitalisasi Kawasan Citra Niaga Samarinda dengan Pendekatan *Urban Tourism*

Revitalization of Citra Niaga District of Samarinda with Urban Tourism Approach

Nama Lengkap Mahasiswa : *Alvin Noor Ahaddin*

Student's Full Name

Nomor Mahasiswa : *15512043*

Student's ID

Kualitas pada Buku Studio Akhir Desain Arsitektur (SADA)

Sedang *) Baik *) Sangat Baik *) mohon dilingkari

Sehingga

Direkomendasikan / tidak direkomendasikan *)

Untuk menjadi acuan produk Studio Akhir Desain Arsitektur

Pembimbing,

Supervisor



Revianto Budi Santosa, Dr.Ir., M.Arch, IAI

Pernyataan Keaslian Karya

Dengan ini saya yang menyatakan bahwa:

Produk Studio Akhir Desain Arsitektur (SADA) ini merupakan hasil karya penulisan yang telah dibuat melalui gagasan, ide, observasi dan dokumentasi pribadi yang berjudul Revitalisasi Kawasan Citra Niaga Samarinda dengan Pendekatan *Urban Tourism*, terkecuali tulisan yang telah dikutip dari berbagai sumber di dalam buku ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Oleh karena itu saya sebagai penulis menyatakan tidak ada konflik hak kepemilikan intelektual atas karya ini dan adanya bagian kutipan dari berbagai sumber yang tertulis dengan kaidah, norma dan etika dalam penulisan sehingga mempersilahkan pada Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia untuk digunakan dalam kepentingan pendidikan dan publikasi.

Yogyakarta, 16 September 2022

Penulis,



Alvin Noor Ahaddin



Abstrak

Citra Niaga Samarinda sebagai salah satu kawasan yang memiliki nilai sejarah Kota Samarinda kini mulai kehilangan daya tariknya seiring berkembangnya zaman. Pada tahun 1987 kawasan ini meraih berbagai penghargaan sebagai upaya pemerintah dalam merevitalisasi kawasan kumuh akibat pertumbuhan penduduk kota yang meningkat pesat. Namun setelah beberapa dekade kemudian, tumbuh pesatnya pusat perbelanjaan modern yang ada di daerah perkotaan Samarinda membuat Citra Niaga Samarinda semakin kesulitan untuk beradaptasi dalam bersaing untuk menarik pengunjung. Selain faktor persaingan, permasalahan lain juga timbul seperti perubahan iklim perkotaan, kenyamanan, hingga atraktivitas kawasan Citra Niaga Samarinda. Dari permasalahan tersebut perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan rancangan desain pusat perbelanjaan dan rekreasi kawasan perkotaan Samarinda dengan konsep Urban Tourism untuk mengembalikan peran kawasan yang berjaya seperti dahulu kala.

Kata kunci: kawasan, revitalisasi, atraktivitas

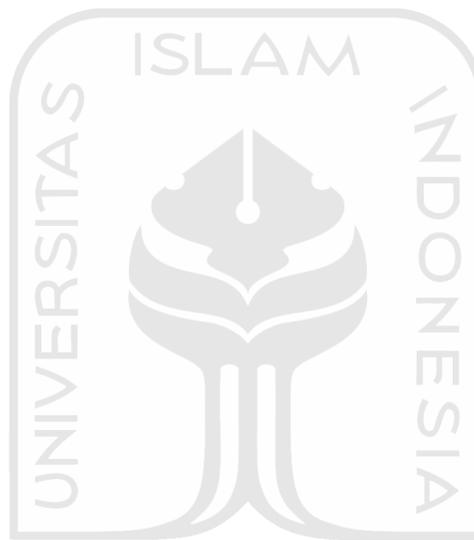
Abstract

Citra Niaga Samarinda as one of the historical districts in Samarinda City is gradually losing its attractiveness by the rapid changes of modern age era. This district won various awards as government's effort to revitalize urban slums area made by the rapid growth of the urban population in Samarinda City back in 1987. Decades later, the growth of the new shopping centres in the urban area of Samarinda making it harder for Citra Niaga Samarinda to adapt towards these new competitors. Climate changes, comfort, and attractiveness of the Citra Niaga District of Samarinda also become problems. Because of those issues, this research plan is trying to create a revitalization design of Citra Niaga District of Samarinda to bring back the golden age of this district by using the concept of Urban Tourism as its main approach.

Keywords: district, revitalization, attractiveness

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PENGESAHAN	2
CATATAN DOSEN PEMBIMBING	3
Pernyataan Keaslian Karya	4
Abstrak	6
DAFTAR ISI	8
DAFTAR GAMBAR	10
PENDAHULUAN	15
Profil Kota Samarinda	16
Latar Belakang	23
Profil Citra Niaga Samarinda	23
Peta Persoalan	37
Isu Non Arsitektural	38
Isu Arsitektural	38
Tujuan & Sasaran	38
Lingkup Penelitian	39
Lingkup Kajian	40
Konektivitas Destinasi <i>Urban Tourism</i> di Sekitar Site	42
Prinsip-prinsip Perancangan Kawasan Citra Niaga Samarinda	45
Pendekatan Perancangan	46
Kajian Preseden	48
Originalitas & Kebaruan	52
KAJIAN PUSTAKA	53
Revitalisasi	54
Kegiatan Rekreatif	54
Perilaku Wisatawan	54
Kebutuhan Terhadap Fasilitas Perbelanjaan & Rekreasi	55
Daya Tarik Pariwisata	56
Tinjauan Pusat Perbelanjaan	56



Tinjauan Perdagangan Formal dan Informal	57
Tinjauan Komoditas Dagangan di Citra Niaga	59
Kajian Perancangan Pencahayaan Buatan	60
METODE DAN ANALISIS	62
Metode Awal Perancangan	63
Analisis <i>Drop-off Area</i>	64
Analisis Titik <i>Entrance Site</i>	64
Analisis Sirkulasi Site	64
Analisis <i>Ground Cover Site</i>	65
Analisis Ruang Terbuka Hijau Site	65
Analisis Penerangan Site	66
Identifikasi Tipologi Bangunan Eksisting	67
Identifikasi Fasad Bangunan Eksisting	68
Aspek Revitalisasi Citra Niaga Samarinda	72
HASIL PERANCANGAN	74
New Citra Niaga Samarinda	75
Solusi Permasalahan Arsitektural	76
Komparasi Desain Eksisting - Revitalisasi	78
Hasil Dokumentasi Perancangan	88
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	111
Surat Keterangan Cek Plagiasi	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 View Kota Samarinda

Gambar 1.2 Monumen Pesut Mahakam Kota Samarinda

Gambar 1.3 Taman Hiburan Gelora (THG) Samarinda pada tahun 1970-an sebelum di-revitalisasi menjadi kawasan Citra Niaga Samarinda.

Gambar 1.4 Salah Satu Tokoh Adat Suku Dayak di Desa Wisata Budaya Pampang Kota Samarinda

Gambar 1.5 View Kawasan & Gambar Rencana Pembangunan Citra Niaga

Gambar 1.6 Antonio Ismael Risianto

Gambar 1.7 Skema Kajian RPJMD Kota Samarinda 2021-2025 dalam Perancangan Penulis

Gambar 1.8 Pembagian wilayah tahapan revitalisasi Kawasan Citra Niaga

Gambar 1.9 Portret Soewandi Roestam

Gambar 1.10 Gambar Rencana Proyek Citra Niaga

Gambar 1.11 Gambar Tampak Selatan Proyek Citra Niaga dan Suasana Pengunjung Citra Niaga

Gambar 1.12 Monumen Penghargaan *Aga Khan Award for Architecture* 1989 di Citra Niaga Samarinda

Gambar 1.13 *Aga Khan Award for Architecture*

Gambar 1.14 Suasana Keramaian Pengunjung Citra Niaga pada Tahun 1987

Gambar 1.15 Perkembangan Kawasan Sekitar Citra Niaga Samarinda Tahun 2002 dan 2016

Gambar 1.16 Pertumbuhan Pusat Perbelanjaan Modern di Sekitar Kawasan Citra Niaga

Gambar 1.17 Diagram *Wind Rose* Site Eksisting

Gambar 1.18 *Sun Path* Site Eksisting

Gambar 1.19 Lokasi dan Batas Perancangan Site Eksisting

Gambar 1.20 Zoning Perencanaan Revitalisasi Citra Niaga Samarinda

Gambar 1.21 Pembagian Sub Ruang Aktivitas Perdagangan di Citra Niaga

Gambar 1.22 Peta konektivitas destinasi wisata perkotaan Kota Samarinda

Gambar 1.23 Gedung Pengelola UPTD Citra Niaga Samarinda (1)

Gambar 1.24 Gedung Pengelola UPTD Citra Niaga Samarinda (2)

Gambar 1.25 Visit Kaltim merupakan sebuah rangkaian acara yang mampu mendorong kualitas pariwisata pada Provinsi Kalimantan Timur

Gambar 1.26 Pasar Beringharjo Yogyakarta

Gambar 1.27 Kawasan Malioboro Yogyakarta

Gambar 1.28 Clarke Quay Singapura

Gambar 1.29 Gardens by the Bay Singapura

Gambar 2.1 Sarung Samarinda dan Pakaian adat Suku Dayak

Gambar 2.2 Tas Anjat hasil kerajinan tangan yang terbuat dari anyaman rotan

Gambar 2.3 Perisai dan Taplak Meja yang Dijual di Citra Niaga Samarinda

Gambar 2.4 Amplang Oleh-oleh Khas Kota Samarinda

Gambar 2.5 Kue Ilat Sapi

Gambar 2.6 Kue Keminting

Gambar 2.7 Soto Banjar dan Coto Makassar

Gambar 2.8 *Nightscape* Singapura yang berkembang melalui pencahayaan buatan guna menarik minat wisatawan

Gambar 3.1 Titik-titik area *drop-off* di site eksisting

Gambar 3.2 Titik *entrance* di site eksisting

Gambar 3.3 Skema sirkulasi pengguna site eksisting

Gambar 3.4 Kondisi *Ground Cover* di Citra Niaga

Gambar 3.5 Alternatif material *ground cover grass block* dan tanah

Gambar 3.6 Kondisi vegetasi Citra Niaga

Gambar 3.7 Titik penanaman vegetasi pohon di site eksisting

Gambar 3.8 Kondisi pencahayaan Citra Niaga Samarinda di malam hari

Gambar 3.9 Area eksisting yang masih belum memiliki penerangan yang baik

Gambar 3.10 Bangunan Joglo di Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.11 Bangunan dengan prinsip panggung pada kantor pengelola Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.12 Kios perbelanjaan Citra Niaga Samarinda yang mengadaptasi bentuk Rumah Adat Lamin Dayak

Gambar 3.13 Ornamen ukiran kayu berbentuk Naga Erau dalam Kepercayaan Suku Dayak

Gambar 3.14 Ornamen perisai bermotif Batik Dayak yang terdapat di bangunan eksisting

Gambar 3.15 Totem dengan patung Burung Enggang yang terdapat di Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.16 Atap bangunan Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.17 View Plaza Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.18 Contoh Ilustrasi *Frontage* sebuah Kawasan

Gambar 3.19 Letak Cafe yang Bersebelahan Langsung dengan Kios Toko Souvenir di Citra Niaga Samarinda terlihat belum terintegrasi dengan baik

Gambar 3.20 Salah satu fasilitas bangku umum di Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.21 Perbandingan material tutupan lahan pada desain eksisting dan desain revitalisasi Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.22 Perbandingan pencahayaan pada desain eksisting dan desain revitalisasi Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.23 Penambahan wahana ferris wheel pada desain revitalisasi Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.24 Programming simulasi View Rose di Rhinoceros 5 dengan Plugin Ladybug Tools

Gambar 3.25 Perbandingan Visibilitas Titik Selatan Site

Gambar 3.26 Perbandingan Visibilitas Titik Timur Site

Gambar 3.27 Perbandingan Visibilitas Main Entrance Selatan Site

Gambar 3.28 Perbandingan Visibilitas Main Entrance Utara Site

Gambar 3.29 Perbandingan Main Entrance Site

Gambar 3.30 Perbandingan Rekayasa Pencahayaan Buatan

Gambar 3.31 Perbandingan Desain Kios Penjual Souvenir

Gambar 3.32 Perbandingan Rekayasa Sirkulasi Pengguna Site

Gambar 3.33 Perbandingan Desain Street Furnishing Site

Gambar 3.34 Gambar Site Plan New Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.35 Gambar Axonometri New Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.36 Gambar Tampak Barat New Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.37 Gambar Tampak Timur New Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.38 Gambar Tampak Selatan New Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.39 Gambar Tampak Utara New Citra Niaga Samarinda

Gambar 3.40 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Ferris Wheel dan Night Shopping District

Gambar 3.41 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Night Shopping District

Gambar 3.42 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Kios Souvenir (1)

Gambar 3.43 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Kios Souvenir (2)

Gambar 3.44 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Mini-amphitheater

Gambar 3.45 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Plaza

Gambar 3.46 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Main Entrance Selatan

Gambar 3.47 Visualisasi Desain Revitalisasi New Citra Niaga Samarinda di Malam Hari - Public Bench

Gambar 3.48 Poster Hasil Perancangan (1)

Gambar 3.49 Poster Hasil Perancangan (2)

Gambar 3.50 Poster Hasil Perancangan (3)

Gambar 3.51 Poster Hasil Perancangan (4)

Gambar 3.52 Poster Hasil Perancangan (5)

Gambar 3.52 Maket Perancangan New Citra Niaga Samarinda (1)

Gambar 3.53 Maket Perancangan New Citra Niaga Samarinda (2)





PENDAHULUAN

Luas Wilayah

718 KM²

Jumlah Penduduk

812.597 Jiwa

Pertumbuhan Penduduk

1,93%

Pertumbuhan Ekonomi

0,23%

Inflasi

3,69%

Indeks Pembangunan Manusia

78,95

Kemiskinan

4,77%

Pengangguran

4,86%

SAMARINDA DALAM ANGKA

Ibukota Provinsi Kalimantan Timur dengan
12 Fungsi Pusat Kegiatan Nasional dan 7
Kawasan Strategis Kota

Letak Geografi Kota Samarinda yang
strategis di wilayah Kalimantan Timur
menjadi penghubung aktif bagi kota dan
kabupaten sekitar

Telah beroperasinya Bandar Udara APT
Pranoto Kota Samarinda pada tahun 2018

POTENSI PARIWISATA KOTA

Terdapat Terminal Peti Kemas Palaran
dengan visi menjadi Terminal Peti Kemas
terbaik di Kawasan Timur Indonesia dengan
sistem operasi setara standar pelabuhan
Internasional

Adanya Sungai Terpanjang kedua di
Indonesiadengan anak-anak sungainya
yang berpotensi dikembangkan sebagai
waterfront city

Potensi yang tinggi dalam pengembangan
Pusat Kota Industri, Perdagangan dan Jasa
seperti Pendidikan, Pariwisata, Kesehatan
dan lain-lain

Jumlah Penduduk Kota yang
diproyeksikan akan menjadi lebih dari 1
juta jiwa di tahun 2021 dan 2,7 juta jiwa di
tahun 2033

LATAR BELAKANG



Gambar 1.1 View Kota Samarinda
Sumber : getborneo.com

Sejarah Umum Kota Samarinda

Kota Samarinda adalah ibu kota Provinsi Kalimantan Timur, yang termasuk dalam kawasan dataran rendah di pesisir timur Pulau Kalimantan. Daratan geografi Samarinda dibelah oleh Sungai Mahakam selebar kurang lebih 400 meter dan diiris oleh sekitar 34 anak dan cabang Sungai Mahakam.

Perkembangan permukiman kota ini berawal dari 5 kampung di sisi utara Sungai Mahakam yaitu Pulau Atas, Sambutan, Karang Mumus, Karang Asam, dan Loa Bakung serta satu kampung yang terletak di selatan Sungai Mahakam yaitu Mangkupalas. Keenam kampung tersebut adalah komunitas kuno penduduk Samarinda yang ada sejak tahun 1200-an sebelum kerajaan Kutai Kartanegara yang berdiri di Kutai Lama pada tahun 1300.

Adanya perkampungan kuno tersebut menjadi cikal bakal perkembangan administratif wilayah ini hingga menjadi

sebuah kota. Sistem pemerintahan yang pernah berlaku di kota ini antara lain; pemerintahan Kerajaan Kutai Kartanegara (1300-1844), Kerajaan Banjar (1526-1700), Pemerintah Hindia Belanda (1844-1942), Pemerintahan Militer Jepang (1942-1945), dan Pemerintah Republik Indonesia (1950-sekarang). Peran Kota Samarinda sebagai bandar pelabuhan Kerajaan Kutai Kartanegara sejak abad ke-18 mendorong pesat perekonomian kota ini. Ramainya aktivitas perdagangan dan transit para pedagang antar pulau menjadikan Sungai Mahakam sebagai sumber ekonomi masyarakat sebagai penduduk pesisir sungai.

Mayoritas penduduk kota ini berasal dari etnis Banjar, Kutai, Tionghoa, Jawa, dan Bugis. Masuknya suku Banjar di daerah Kalimantan Timur dimulai sejak Kerajaan Kutai Kartanegara berada dalam kekuasaan Kerajaan Banjar setelah runtuhnya Kesultanan Demak pada tahun 1564 Masehi. Kemudian datangnya orang-orang Bugis Wajo mulai menetap di wilayah Samarinda Seberang atas izin Kerajaan Kutai Kartanegara yang

berpusat di Jembayan pada abad ke-18.

Awal mula pembentukkan Samarinda sebagai sebuah kota diawali dengan Surat Keputusan Gubernur Hindia Belanda No.75 pada tanggal 16 Agustus 1896. Penetapan tersebut ditandatangani oleh Sultan Kutai Kertanegara, Aji Muhammad Salehuddin yang ditaklukkan oleh Pemerintah Hindia Belanda pada 11 Oktober 1844.

Setelah berakhir masa Perang Dunia II yang kemudian diikuti oleh peristiwa Proklamasi Kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1945, Kalimantan Timur resmi menjadi bagian dari Republik Indonesia pada tahun 1950 dengan Kota Samarinda ditetapkan sebagai ibu kotanya.

Pengaruh modernisasi yang terjadi pada dekade 1970-an terhadap bisnis kayu bulat/gelondongan, membuat berdirinya banyak perusahaan industri kayu lapis di pesisir Sungai Mahakam menjelang tahun 1980 yang melatarbelakangi ledakan angka penduduk Samarinda. sekitar 75.000 orang yang berasal dari Sulawesi, Jawa, dan regional Kalimantan bermigrasi ke Samarinda untuk bekerja di perusahaan kayu. pada tahun 1998 kejayaan ekonomi tersebut berakhir dengan terjadinya krisis ekonomi nasional.

Sektor Pariwisata Samarinda



Gambar 1.2 Monumen Pesut Mahakam Kota Samarinda

Sumber : Google Image

Pengaruh pentingnya perhatian khusus terhadap sektor pariwisata Indonesia sangat berdampak bagi neraca finansial negara. *Gross Domestic Product* (GDP) atau dalam Bahasa Indonesia disebut Produk Domestik Bruto (PDB) yang tercatat pada tahun 2015 dengan jumlah sekitar 461,36 triliun rupiah, atau setara dengan 4,23% PDB nasional (Mardiany, 2017). Salah satu faktor penting yang berperan dalam angka tersebut terletak pada sektor pariwisata yang berkontribusi besar terhadap pendapatan nasional serta menciptakan lapangan kerja di seluruh penjuru Indonesia. Pada tahun 2015 tercatat bahwa sektor pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja bagi 12 juta orang. Dampak utama dari sektor pariwisata tersebut memberikan peluang untuk meningkatkan kemampuan finansial masyarakat sekaligus menurunkan angka kemiskinan.

Ragam budaya yang tersebar diseluruh Indonesia menjadi daya tarik khas tersendiri dalam pariwisata. Banyaknya budaya dan tradisi yang masih terjaga menjadi kebanggaan yang

menghasilkan prestasi dunia internasional. Salah satu contohnya di Pulau Kalimantan atau biasa dikenal sebagai Borneo memiliki beragam suku yang memiliki keunikan yang berbeda satu sama lain. Dari keanekaragaman budaya tersebut perlu pemanfaatan peluang yang baik dalam mendorong sektor pariwisata negeri. Selain keanekaragaman budaya, Kalimantan juga memiliki keanekaragaman hayati seperti hutan tropis yang berperan sebagai paru-paru dunia dengan ekosistem yang beragam pula.

Samarinda sebagai salah satu ibu kota di pulau Kalimantan memiliki potensi sangat besar dalam mengembangkan sektor pariwisatanya. Kota Samarinda yang memiliki luas wilayah terbesar diseluruh pulau Kalimantan membuat kota ini cocok untuk dikembangkan sebagai kawasan pariwisata. Lokasi Kota Samarinda yang dianggap sebagai kota transit bagi kota lainnya seperti Bontang, Sangatta, Tenggarong, dan Kutai Timur menjadikan kota ini berperan vital dalam menyambut wisatawan yang datang. Dalam kegiatan pariwisata tersebut biasanya wisatawan yang datang berkunjung ke kawasan Citra Niaga yang merupakan pusat perbelanjaan dan rekreasi kota, terutama untuk membeli oleh-oleh dan souvenir.

Penduduk Kota Samarinda yang memiliki heterogenitas etnis dari berbagai kalangan suku dan budaya yang ada seperti suku Dayak, Kutai, Banjar, Bugis, Jawa dan suku-suku lainnya turut menambah keanekaragaman budaya yang sudah ada. Keanekaragaman budaya tersebut menjadi peluang sebagai sarana edukasi dan rekreasi bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke kota ini. Keberagaman budaya tersebut biasanya dapat dijumpai melalui kerajinan tangan dan cinderamata

masyarakat lokal yang dijual sebagai oleh-oleh dan souvenir di Pusat perbelanjaan Citra Niaga Samarinda. Selain oleh-oleh dan souvenir, berbagai acara sosial budaya yang pernah dihadirkan di Citra Niaga juga menjadi sarana atraktif dalam mempromosikan keragaman budaya dan suku di kota ini melalui pentas seni seperti tarian adat, pertunjukkan musik, hingga seni rupa.



Gambar 1.3 Taman Hiburan Gelora (THG) Samarinda pada tahun 1970-an sebelum di-revitalisasi menjadi kawasan Citra Niaga Samarinda.

Sumber: Er Riyadi, idonesia.co

Kini, Citra Niaga menjadi kawasan penting dalam mempromosikan pariwisata Kota Samarinda. Interaksi wisatawan dengan tempat bersejarah ini juga berperan dalam memberikan kesan baik terhadap ikon kota. Pemerintah juga berusaha untuk melakukan kerjasama dengan pihak swasta dan asing untuk meningkatkan mutu dan mempercepat perkembangan pariwisata lokalnya.

Statistik Kunjungan Pariwisata di Kota Samarinda

Tahun	2016	2017	2018	2019	2020
Wisatawan Nusantara	423.340	864.549	2.036.236	1.643.536	617.762
Wisatawan Mancanegara	2.487	3.069	4.835	2.735	1.999
Total	425.827	867.618	2.041.071	1.646.271	619.761

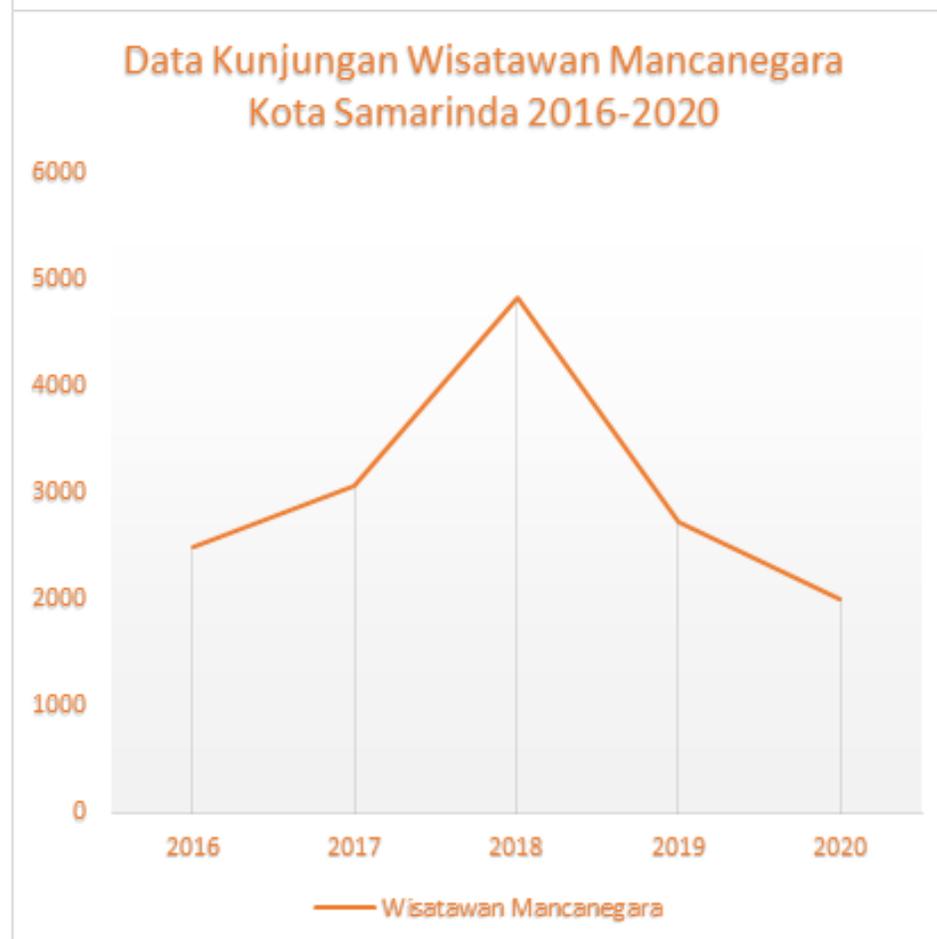
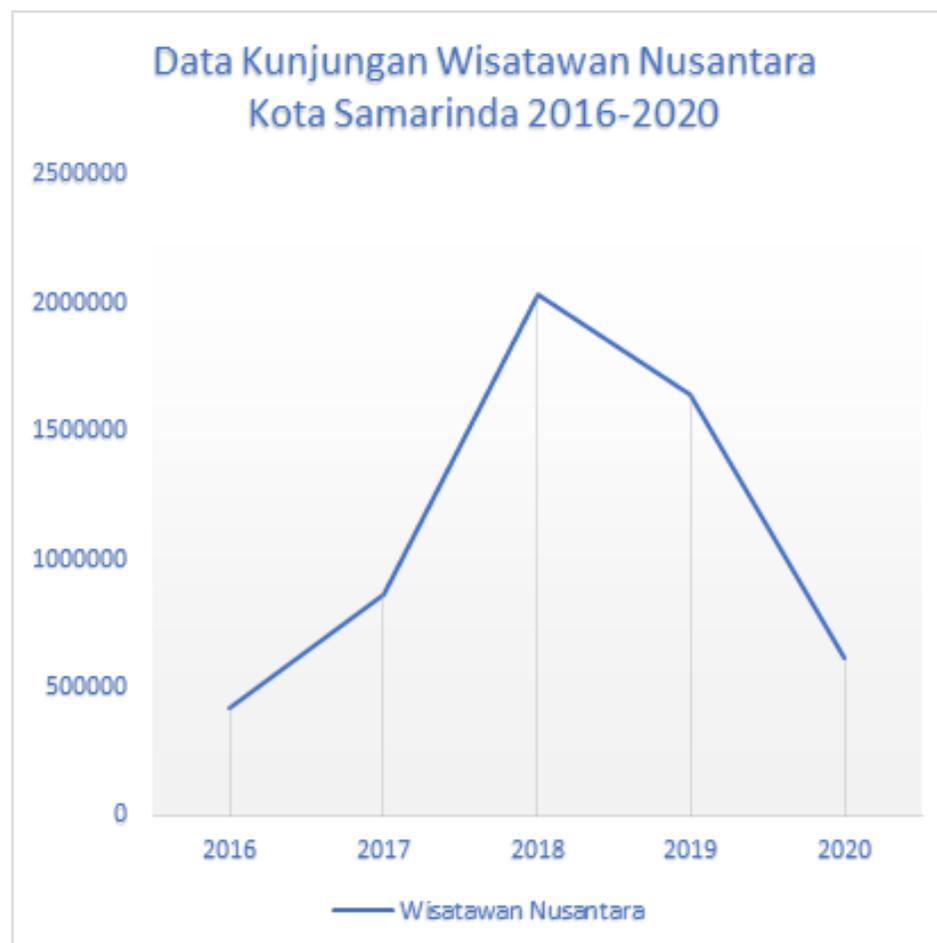
Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Samarinda Tahun 2016-2020

Sumber: Dinas Pariwisata Samarinda, 2021

Kota Samarinda yang merupakan ibu kota Provinsi Kalimantan Timur memiliki berbagai sektor usaha, industri, perdagangan, dan sosial budaya sebagai faktor penunjang perkembangan kotanya. Ciri keragaman & khas Kota Samarinda memiliki potensi untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata mulai dari kekayaan alam hingga ragam sosial budaya masyarakat lokal. Kota Samarinda berperan sebagai kontributor kunjungan wisatawan tertinggi kedua setelah Kota Balikpapan di Kalimantan Timur (Dinas Pariwisata Kalimantan Timur, 2021).

Seiring berkembangnya zaman, berbagai tren modern yang lahir membuat kesempatan bagi perkembangan pariwisata. Adanya kerja sama pemerintah dengan pihak lain menjadi faktor mendukung pariwisata di Kota Samarinda. Tujuan dari kerja sama tersebut ialah untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pariwisata yang ada di kota ini.

Dari data statistik yang telah diperoleh, penulis menggunakan data tersebut untuk mengidentifikasi potensi pariwisata Kota Samarinda khususnya Kawasan Citra Niaga.



Grafik 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Kota Samarinda sumber: Dinas Pariwisata Samarinda 2021

Demografi Suku Bangsa Kota Samarinda



Gambar 1.4 Salah satu tokoh Suku Dayak Kenyah di Kelurahan Pampang, Kecamatan Samarinda Utara

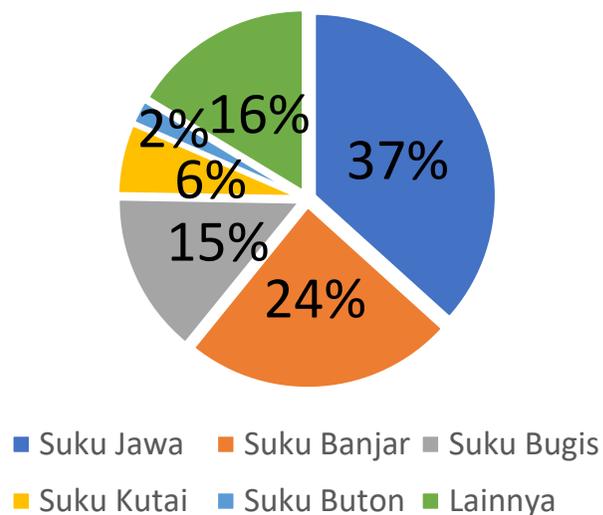
sumber: *kompasmedia.kompas.id*

Berdasarkan Sensus Penduduk Tahun 2020, Provinsi Kaltim memiliki jumlah populasi penduduk sebanyak 3.766.039 jiwa. Dengan angka pertumbuhan sebesar 73.755 jiwa setiap tahunnya sejak tahun 2010. Dari data tersebut laju pertumbuhan penduduk Kaltim pada periode 2010-2020 berada di angka 2,13%.

Persebaran penduduk di Provinsi Kalimantan Timur tergolong tidak merata. Kota Samarinda sebagai kota dengan jumlah penduduk terbanyak di Kalimantan Timur. Dengan persentase sebesar 21,99% dari jumlah penduduk Kalimantan Timur tinggal di Samarinda. Wilayah dengan jumlah penduduk terbesar kedua berada di Kabupaten Kutai Kartanegara (19,37%), dan diikuti oleh Kota Balikpapan (18,28%) dan sisanya tersebar di tujuh kabupaten/kota lain di Provinsi Kalimantan Timur.

Kota Samarinda yang memiliki jumlah penduduk tersebar se-Kaltim tersebut dihuni oleh berbagai macam suku bangsa seperti suku Jawa, Banjar, Bugis, Kutai, Buton, dan suku bangsa lainnya.

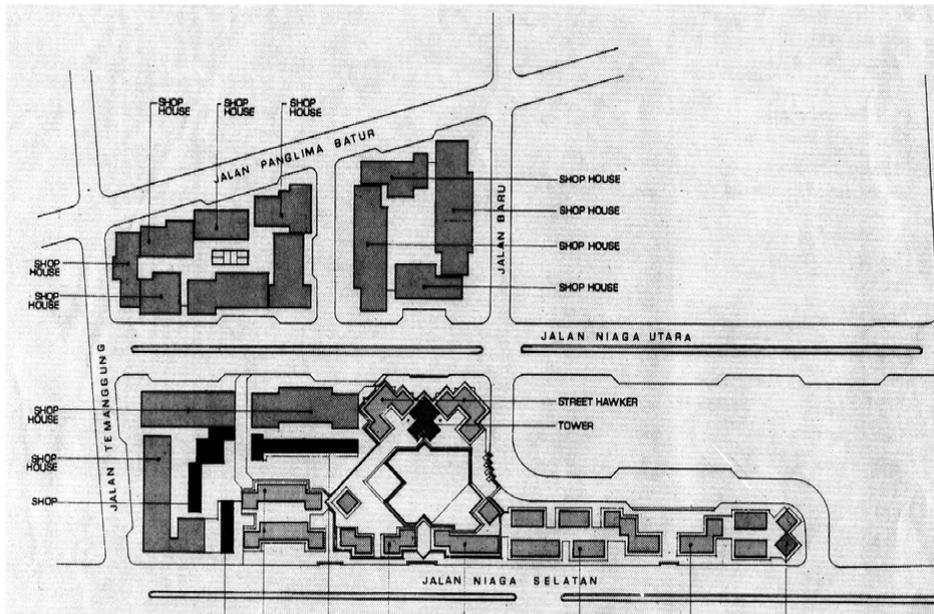
Demografi Suku Bangsa Samarinda



Grafik 1.2 Demografi Suku Bangsa Penduduk Kota Samarinda

sumber: *Dinas Pariwisata Samarinda 2021*

PROFIL CITRA NIAGA SAMARINDA



Gambar 1.5 View Kawasan & Gambar Rencana Pembangunan Citra Niaga
Sumber : Citra Niaga Urban Development

- Arsitek** :PT Grivantara Architects,
PT Triaco Widya Cipta,
Antonio Ismael Risianto
- Klien** :PT Pandurata Indah &
Pemerintah Kota Samarinda
- Konsultan** :Lamda Citra Karya
Engineering (struktural),
Elmes Epsilon (mekanikal &
elektrikal)
- Tahun** : 1986
- Luas Lahan** : 2,7 Hektar
- Anggaran** : 7,5 Milliar Rupiah (1992)



Gambar 1.6 Antonio Ismael Risianto
Sumber : Google Image

Antonio Ismael Risianto, seorang tokoh kelahiran Amsterdam, dan terkenal sebagai arsitek yang mendesain Citra Niaga Samarinda. Pria kelulusan UC Berkeley pada tahun 1976 dengan gelar Master Arch ini memiliki berbagai prestasi di Indonesia seperti IAI Best Architect Award, Aga Khan Architecture Award dan masih banyak lagi. Selain prestasinya yang terkenal di Indonesia, Antonio juga memiliki popularitas dimata dunia internasional atas berbagai karya arsitekturalnya.

RPJMD Kota Samarinda 2021-2025
Samarinda Smart City
Quick Win 2017-2018

Revitalisasi
Kawasan
Citra Niaga

Output
Penelitian & Perancangan
oleh Penulis

Gambar 1.7 Skema Kajian RPJMD Kota Samarinda 2021-2025 dalam Perancangan Penulis
Sumber : Penulis

Quick Win 2017-2018

4 Tahap Revitalisasi Kawasan Citra Niaga



Gambar 1.8 Pembagian wilayah tahapan revitalisasi Kawasan Citra Niaga
Sumber : RPJMD Kota Samarinda

Sejarah Pembangunan Citra Niaga Samarinda



Soewandi Roestam, Gubernur Kalimantan Timur ke-6 sekaligus tokoh penggagas konsep Citra Niaga yang terinspirasi dari keprihatinannya terhadap kondisi kumuh di Taman Hiburan Gelora pada tahun 1968. Pada saat itu ia ingin mengintegrasikan seluruh lapisan kalangan pedagang ke dalam suatu pusat perbelanjaan serta melakukan revitalisasi kawasan tanpa penggusuran.

Gambar 1.9 Portret Soewandi Roestam
Sumber : Google Image

Pada tahun 1983 Gubernur Provinsi Kalimantan Timur Soewandi

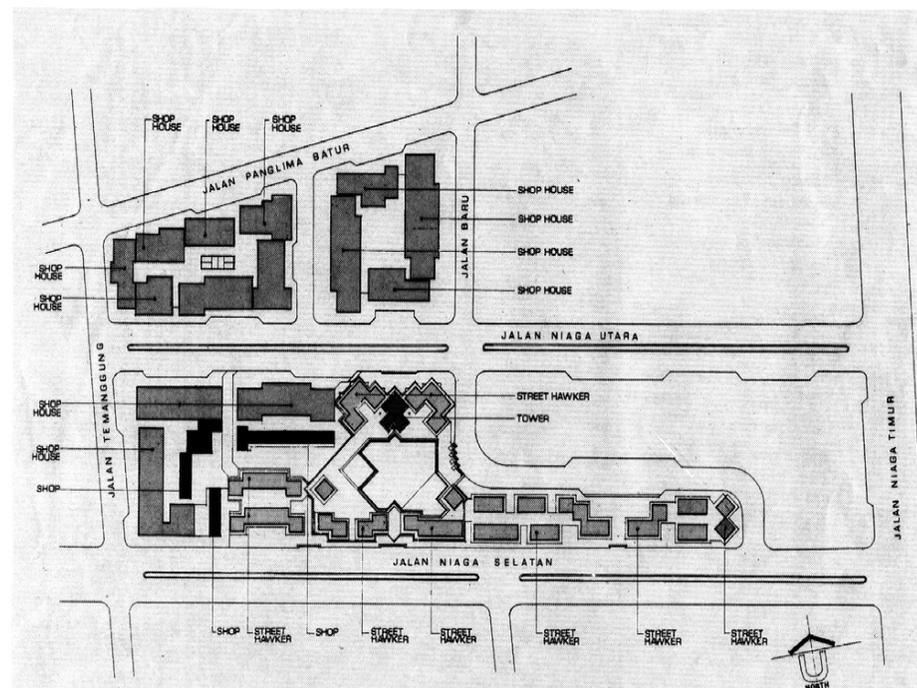
Roestam merasa gelisah terhadap

kondisi kota Samarinda yang kumuh yang dilatar belakangi dengan industri kayu yang pesat mengundang pendatang dalam jumlah besar. Pertumbuhan penduduk yang pesat di Kota Samarinda berawal pada tahun 1980 yang diduduki oleh 264.012 jiwa hingga pada tahun 1987 menjadi 343.197 jiwa. Pertumbuhan penduduk yang hampir 80 ribu jiwa tersebut menjadikan beberapa kawasan di Kota Samarinda menjadi kumuh dan meningkatkan angka kriminalitas dan perjudian. Dari peristiwa tersebut Soewandi ingin menciptakan sebuah pusat bisnis sekaligus menyelesaikan masalah permukiman kumuh di Kota Samarinda. Gagasan tersebut kemudian dikembangkan oleh 2 arsitek muda Didik Soewandi, anak dari Soewandi Roestam dan Antonio Ismael Risianto. Kedua arsitek tersebut kemudian menghubungi Adi Sasono yang bekerja di Lembaga Studi Pembangunan yang pada saat itu sedang memiliki aktivitas di Kota Samarinda pada tahun 1983 hingga 1985.

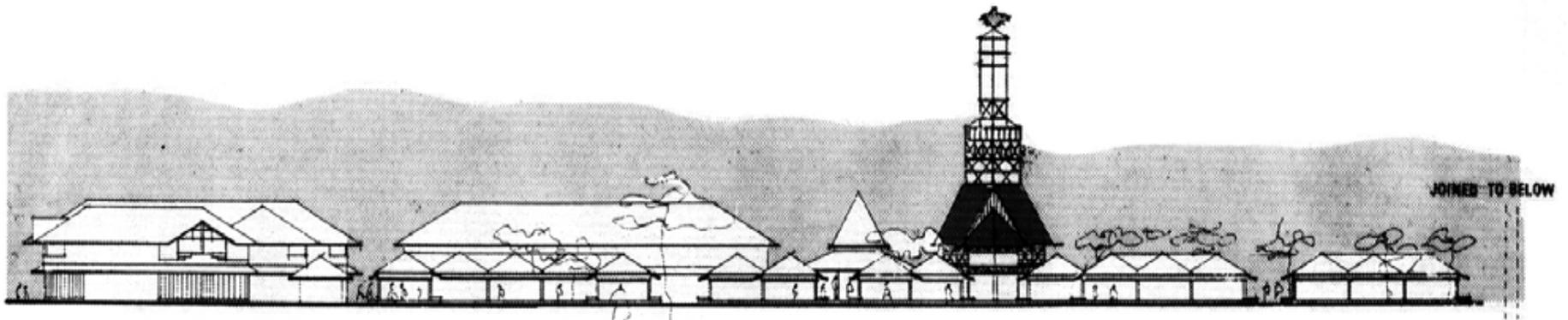
Ketiga tokoh tersebut merancang desain Citra Niaga yang mengintegrasikan pedagang besar dan kecil sebagai pusat

bisnis dan alun-alun kota. Konsep tersebut realisasikan oleh pengembang PT Pandurata Indah dengan estimasi 3 tahap pembangunan Citra Niaga yang menghabiskan 6,18 Juta USD atau sekitar Rp. 3,9 miliar saat itu. Setelah pembangunan ruko, kios, dan petak yang sebagian besar laku dalam waktu satu tahun, Citra Niaga mulai beroperasi pada 27 Agustus 1987 yang diresmikan oleh Menteri Tenaga Kerja saat itu, Sudomo dan turut dihadiri oleh Wali Kota Samarinda Abdul Waris Husain yang juga berperan besar dalam pembangunannya.

Citra Niaga merupakan salah satu proyek pengembangan kembali di daerah perkotaan Samarinda yang dilaksanakan pada tahun 1983. Kerja sama dari pemerintah pusat dan masyarakat lokal ini menciptakan sebuah kawasan perkotaan yang berawal dari kawasan kumuh menjadi kawasan zona perdagangan yang terencana. Tujuannya adalah untuk menciptakan keseimbangan antara sektor perdagangan informal dan perdagangan formal.



Gambar 1.10 Gambar Rencana Proyek Citra Niaga
Sumber : Citra Niaga Urban Development



1968

- berawal dari dibangunnya Taman Hiburan Gelora (THG)

1970-an

- THG menjadi tempat yang ramai dikunjungi

Awal 1980-an

- Adanya ledakan jumlah populasi penduduk
- THG menjadi kawasan Kumuh dan tidak terawat
- Timbul kesenjangan ekonomi di kalangan Pedagang Kaki Lima (PKL) dan masyarakat miskin

1985

- Gubernur Kaltim menggagas konsep Koperasi Citra Niaga sebagai upaya revitalisasi kawasan THG
- Tahap Perencanaan Kawasan Citra Niaga
- Mulainya konstruksi Citra Niaga Tahap I dan Tahap II

1987

- Citra Niaga terbangun dan diresmikan oleh Menteri Tenaga Kerja Republik Indonesia pada tanggal 27 Agustus
- Pelaksanaan konstruksi Citra Niaga Tahap III

1989

- Titik akhir pembangunan Citra Niaga
- Pada tanggal 18 Agustus Citra Niaga meraih penghargaan prestisius *Aga Khan Award for Architecture*

1990-an

- Keberhasilan Citra Niaga termasuk ke dalam zona ekonomi paling masif di Samarinda dengan menggabungkan tenaga usaha PKL, pedagang menengah kebawah, dan kalangan ekonomi elit
- Pada tahun 1991 Citra Niaga mendapat penghargaan *IAI Award* dari Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI)

1998-kini

- Maraknya kriminalitas yang merajarela, kurangnya perhatian pemerintah terhadap kawasan, serta tumbuhnya pusat-pusat perbelanjaan baru modern, serta krisis ekonomi nasional membuat merosotnya popularitas Citra Niaga hingga menjadi terbengkalai



Gambar 1.11 Gambar Tampak Selatan Proyek Citra Niaga dan Suasana Pengunjung Citra Niaga
Sumber : Citra Niaga Urban Developmen

Proyek ini berlokasi di pusat Ibu Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur. Penduduk yang berawal tinggal dilokasi tersebut terdiri dari golongan masyarakat pendatang asing berpenghasilan rendah yang bekerja di sektor informal. Dari kondisi masyarakat tersebut membuat kawasan ini menjadi sebuah bagian Kota Samarinda yang menghasilkan citra yang buruk.

Perencanaan proyek ini menciptakan 141 unit toko, 79 kios dagang untuk kelompok berpenghasilan tinggi dan menengah, 24 kios dagang gratis tanpa biaya sewa untuk pedagang kaki lima dan pedagang kelontong atau kelompok berpenghasilan rendah, serta adanya fasilitas umum bagi masyarakat berupa infrastruktur dan fasilitas rekreasi.

Dampak perubahan yang signifikan dari perwujudan proyek ini dianggap sebagai proyek nasional yang patut dicontoh, terutama dari ide untuk mengintegrasikan kios-kios perbelanjaan untuk pedagang kaki lima dan vendor-vendor lain yang biasanya diabaikan dalam proyek pengembangan kembali kawasan perkotaan. Proyek ini juga menjadi sebuah contoh dalam membenahi kawasan kumuh tanpa menghabiskan banyak dana pemerintah.

Masa Kejayaan Citra Niaga Samarinda



Gambar 1.12

Monumen Penghargaan Aga Khan Award for Architecture 1989 di Citra Niaga Samarinda

Sumber: brisik.id

Suksesnya pembangunan proyek Kawasan Citra Niaga sebagai pusat perbelanjaan di Kota Samarinda menjadi sebuah contoh baik dalam proyek pembangunan nasional sektor informal. Pada tahun 1989 kesuksesan pembangunan tersebut meraih penghargaan internasional *Aga Khan Award for Architecture (AKAA)* yang diberikan setiap 3 tahun sekali. Pembangunan yang berlokasi dari bekas Taman Hiburan Gelora yang terbakar ini dirancang untuk menyediakan tempat usaha bagi pedagang kecil dan pedagang besar hingga menengah dengan perbandingan 6:4 yang pada saat itu masyarakat Kota Samarinda hanya sekitar 300.000 jiwa dan memerlukan pusat perbelanjaan dan rekreasi.

Sebelum menjadi adanya proyek pembangunan Citra Niaga, lokasi yang dahulunya diperuntukkan sebagai taman rekreasi umum yang terlantar tersebut didominasi oleh pemukiman liar hingga menjadi salah satu kawasan terkumuh di Kota Samarinda. Kondisi yang sulit pada saat itu terjadi ketika

pemerintah sebagai pemilik lahan tersebut tidak mempunyai dana untuk membenahi kawasan tersebut hingga investor swasta yang tidak berani mencampurtangani kawasan tersebut. Keinginan penduduk pemukiman kumuh yang enggan untuk meningkatkan mutu lingkungan hidup lokasi ini menjadikan kondisi yang semakin memburuk setiap tahunnya.

Setelah kawasan kumuh tersebut diubah menjadi sarana dengan daya tarik baru dan pusat kota multifungsi atau *mixed-use*, kawasan Citra Niaga kemudian memfasilitasi berbagai kegiatan seperti pameran jalanan, pertunjukkan publik, perbelanjaan oleh-oleh dan souvenir hingga, berbagai kegiatan rekreasi lainnya. Pembangunan tahap satu hingga tahap tiga telah menyelesaikan 141 rumah toko untuk masyarakat berpenghasilan menengah pemerintah sebagai pemilik lahan tersebut tidak mempunyai dana untuk membenahi kawasan tersebut hingga investor swasta yang tidak berani mencampurtangani kawasan tersebut. Keinginan penduduk pemukiman kumuh yang enggan untuk meningkatkan mutu lingkungan hidup lokasi ini menjadikan kondisi yang semakin memburuk setiap tahunnya.

Setelah kawasan kumuh tersebut diubah menjadi sarana dengan daya tarik baru dan pusat kota multifungsi atau *mixed-use*, kawasan Citra Niaga kemudian memfasilitasi berbagai kegiatan seperti pameran jalanan, pertunjukkan publik, perbelanjaan oleh-oleh dan souvenir hingga, berbagai kegiatan rekreasi lainnya. Pembangunan tahap satu hingga tahap tiga telah menyelesaikan 141 rumah toko untuk masyarakat berpenghasilan menengah keatas, 79 kios atau toko kecil yang dikembangkan oleh masyarakat berpenghasilan menengah kebawah, dan 224 kios

informal bagi pedagang kaki lima yang bebas biaya sewa untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Fasilitas lainnya terdiri dari kantor manajemen, menara, dan toilet umum yang dapat meraih pendapatan hingga Rp. 2.000.000 perbulan. Kejayaan tersebut membuat Citra Niaga meraih penghargaan Adipura pada tahun 1989 dan penghargaan dari Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI) sebagai perencanaan kawasan terbaik pada tahun 1991.



Gambar 1.13 Aga Khan Award for Architecture Sumber: Google image

Citra Niaga telah dianggap sebagai monumen yang menunjukkan upaya pemerintah untuk mengembangkan kembali kawasan tanpa penggusuran. Selain itu Citra Niaga menjadi sarana publik yang mampu menarik pengunjung dari semua kalangan masyarakat. Citra Niaga yang dinilai dibangun dengan demokratis menjadring seluruh kepentingan pedagang, pemilik toko, pemerintah daerah, konsultan dan masyarakat lokal yang diwujudkan dalam badan pengelola berupa Koperasi Pasar Citra Niaga. Pedagang yang mengalami kesulitan modal hingga distribusi barang menjadi sangat terbantu melalui subsidi silang di antara anggota koperasi. Dampak yang ditimbulkan dari peran tersebut membuat koperasi berkembang pesat dengan bertambahnya penghasilan yang signifikan. Kesuksesan tersebut mendorong Koperasi bekerja sama dengan PT Pandurata Indah

dalam mendirikan perumahan bagi para anggotanya yang dinamakan Citra Griya yang berada di Jalan Abdul Malik, Karang Asam, Kota Samarinda. Hingga pada akhirnya Koperasi Pasar Citra Niaga menerima penghargaan sebagai koperasi terbaik se-Indonesia.



Gambar 1.14 Suasana Keramaian Pengunjung Citra Niaga pada Tahun 1987

Sumber: *intuisi.co*

Pada tahun 1986, A. Waris Husain sebagai Wali Kota Samarinda keenam mencatat jumlah Pedagang Kaki Lima (PKL) sebanyak 6.336 orang atau sekitar 5% dari jumlah populasi penduduk Kota Samarinda pada saat itu. Kelompok PKL tersebut biasanya beroperasi di daerah-daerah pusat kota seperti Tepian Mahakam, Kelurahan Pasar Pagi, dan Kelurahan Pelabuhan yang meliputi THG, Pasar Pagi, dan Pinang Babaris. Seperti pada kota-kota umumnya PKL menjadi sebuah titik target penegak keamanan dan ketertiban kota. Upaya mempertahankan eksistensi mereka adalah dengan membentuk Persatuan Pedagang Kaki Lima sehingga mereka dapat berharap menjadi bagian dalam pembangunan Kota Samarinda mendatang. Pada tahun 1985 sebagian kelompok PKL tersebut mendapat perhatian dari

Soewandi yang menjabat sebagai Gubernur Kalimantan Timur pada saat itu. Berawal dari sebuah asumsinya mengenai PKL dapat diajak dalam pembangunan kota menjadi terbukti. Kerja sama antara pemerintah dengan Persatuan PKL ini menghasilkan suatu konsep yang menciptakan Koperasi Citra Niaga.

Dibentuknya Koperasi Citra Niaga bertujuan untuk memberi kenyamanan bagi PKL dalam berusaha dan mempermudah pemerintah untuk mengelolanya. Status ilegal mereka yang mengganggu ketertiban membuat mereka khawatir akan digusur secara paksa oleh pemerintah. Namun dalam menyikapi kekhawatiran tersebut, Waris mengatur kota dengan jalur kekerabatan. Soewandi juga menyadari adanya kompleksitas masalah yang melekat. PKL menjadi masalah sosial dan juga masalah ekonomi yang tidak bisa diabaikan dalam kebijaksanaan pembangunan.

Nilai-nilai Revolusioner dalam Pembangunan Citra Niaga Samarinda

Terbangunnya Kawasan Objek Wisata Belanja Citra Niaga Samarinda menjadi terobosan revolusioner dalam memajukan perekonomian masyarakat Kota Samarinda pada saat itu. Kualitas hidup yang dahulunya merupakan pemukiman kumuh telah menjadi kawasan hidup yang lebih sehat dan mampu menjadi wadah produktif masyarakat sekitarnya dalam mencari sumber pendapatan. Nilai-nilai tersebut diwujudkan ke dalam filosofi bangunannya yang memiliki konsep diantara lain:

1. Tidak mengorbankan masyarakat berpenghasilan rendah namun menjadikan mereka sebagai bagian yang tak terpisahkan dari proses *Urban development*;

2. Tidak memberatkan anggaran pemerintah dan sumber daya manusia lokal;
3. Mementingkan organisasi berbasis masyarakat sebagai lembaga sosial-ekonomi yang layak untuk mensejahterakan kelompok berpenghasilan rendah;
4. Menghilangkan *barrier* antara sistem ekonomi formal dan informal;
5. Pengelolaan yang memberikan kontrol dan kepemilikan kepada pengguna (masyarakat) sesuai batas pengembangan kawasan.

Kemunduran Popularitas Citra Niaga Samarinda

Kesuksesan proyek pembangunan Citra Niaga sebagai pusat perbelanjaan yang mendunia mendorong pengusaha swasta turut serta dalam membangun pusat perbelanjaan yang lebih modern seperti Mesra Indah dan Mal Lembuswana. Masa kejayaan yang berlangsung di era akhir 1980-an hingga pertengahan 1990 mulai menghadapi kesulitan. Bertambahnya persaingan ekonomi pasar modern dari pengusaha baru yang terjun ke dalam pasar perdagangan menyebabkan pedagang kelas menengah kebawah menjadi tersingkir dalam persaingan pasar di Kota Samarinda.

Persaingan pasar modern mendorong pembangunan mal-mal baru di Kota Samarinda dengan fasilitas yang lebih mewah dan sarana atraktif baru menarik perhatian bagi masyarakat lokal. Tanpa disadari gaya hidup tersebut mendorong masyarakat Samarinda untuk hidup bergaya barat dengan pola hidup konsumtif. Akhirnya, minat ketertarikan pengunjung yang

dulunya berpusat di Citra Niaga mulai berpindah ke tempat pusat perbelanjaan lain. Hal tersebut membuat daya tarik Citra Niaga mulai berkurang hingga akhirnya terpuruk di akhir dekade 1990.

Pada awal milenium baru di tahun 2000, mal *Samarinda Centra Plaza* (SCP) yang berfungsi pusat perbelanjaan baru juga mulai tumbuh di zona strategis perdangan Kota Samarinda. Lokasi mal tersebut yang berjarak sekitar 900 meter dan dapat dijangkau selama 3 menit dari kawasan Citra Niaga. Faktor modernisasi dan investor yang mulai berdatangan mengakibatkan pergeseran pola kunjungan wisatawan di kawasan ini. Perkembangan persaingan pasar dagang modern terus menyudutkan kalangan pedagang kelas menengah kebawah menjadi kesulitan hingga sebagian besar diantara pedagang kelas menengah yang berdagang di Citra Niaga terpaksa gulung tikar dikarenakan sedikitnya konsumen yang ada di Citra Niaga. Selain itu musibah kebakaran yang terjadi pada tahun 2006 di Citra Niaga membuat beberapa bangunan di kawasan ini habis terbakar hingga akhirnya dibangun kembali dengan material bangunan baru. Berbagai peristiwa yang telah melanda di Kawasan Citra Niaga berujung mengakibatkan banyak kios, toko, dan ruko di Citra Niaga menjadi bangkrut sehingga citra dari kawasan tersebut menjadi terbengkalai tidak seperti pada masa kejayaannya.



Gambar 1.15 Perkembangan Kawasan Sekitar Citra Niaga Samarinda Tahun 2002 (atas) dan 2016 (bawah)
Sumber: Google Earth



Mall Mesra Indah
Berdiri Tahun 1980
Jarak dari site ~450m



Mall City Centrum
Berdiri Tahun 2020
Jarak dari site ~200m



Citra Niaga
Berdiri Tahun 1984
Site Perencanaan



Mall SCP
Berdiri Tahun 2001
Jarak dari site ~550m

Gambar 1.16 Pertumbuhan Pusat Perbelanjaan Modern di Sekitar Kawasan Citra Niaga
Sumber: Google Image yang Diolah oleh Penulis

Pusat Perbelanjaan Lain di Sekitar Kawasan Citra Niaga Samarinda

Kawasan Citra Niaga berada dalam kawasan strategis perdagangan di Kota Samarinda. Seiring berkembangnya zaman, pusat perbelanjaan juga berdiri disekitar kawasan Citra Niaga. Perkembangan kawasan zona perdagangan tersebut dapat menyebabkan perpindahan minat pengunjung sekitar ke pusat perbelanjaan yang lebih modern di kawasan tersebut. Hal ini

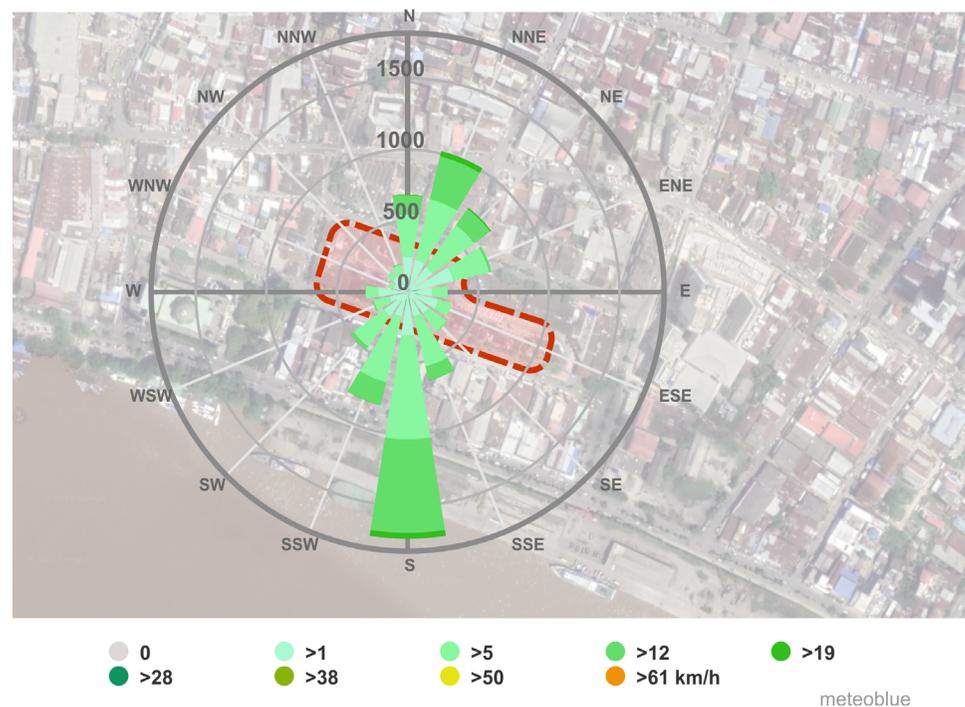
didorong dengan kemampuan pusat perbelanjaan modern lain yang dilengkapi penghawaan mekanis yang mampu memwadhahi kegiatan transaksi pengguna bangunan dengan nyaman.

Peristiwa tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi Citra Niaga agar terus mampu bertahan dalam persaingan ekonomi kawasan sekitar. terutama dalam menarik kembali minat

pengunjung untuk datang ke Citra Niaga. Salah satu tantangan tersebut berupa rekayasa bangunan yang tepat. Bangunan-bangunan Citra Niaga yang dirancang secara *outdoor* menjadi kendala dalam instalasi sistem penghawaan mekanis sehingga perlu diutamakan pemanfaatan penghawaan alami yang baik. Tentu pertimbangan-pertimbangan tersebut bertujuan merevitalisasi kawasan Citra Niaga agar dapat menjadi kawasan yang lebih nyaman dan kembali ramai dikunjungi seperti di masa lalu.

DATA IKLIM TAPAK

Wind Rose

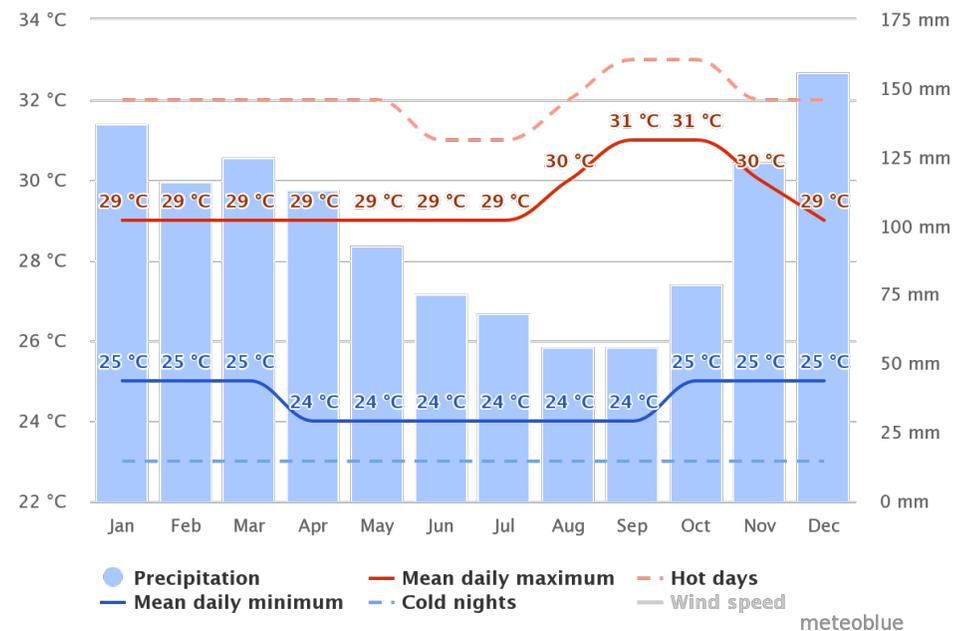


Gambar 1.17 Diagram Wind Rose Site Eksisting
Sumber: meteoblue

Berdasarkan data yang didapat dari website *meteoblue*, pergerakan angin terbesar pada site di dominasi pada arah selatan dan utara, sedangkan pergerakan angin dari arah barat dan timur sangat minimum. Data tersebut dapat menjadi pertimbangan dalam perencanaan desain bangunan agar dapat merespon pergerakan angin dengan baik. Respon yang dapat

diaplikasikan kedalam desain dapat berupa rancangan tipologi bangunan yang mampu menangkap atau meneruskan kembali angin yang datang dari arah utara dan selatan site. Selain itu perencanaan site dapat mempertimbangkan tambahan elemen *barrier* yang mampu membantu mengarahkan aliran udara agar selalu lancar bersirkulasi pada tapak.

Suhu Udara Rata-rata Tahunan

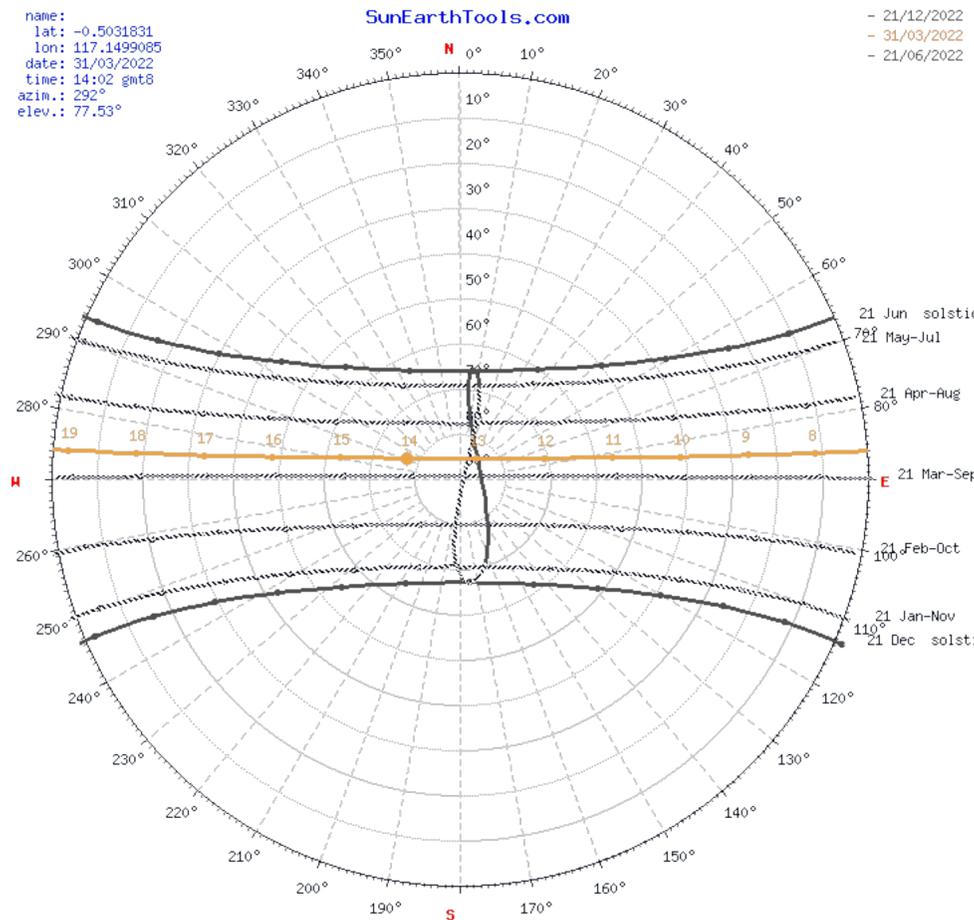


Grafik 1.2 Suhu Udara Rata-rata Tahunan di Site

Sumber: meteoblue

Suhu udara rata-rata maximum di Kota Samarinda terjadi pada bulan September-Oktober dengan rata-rata 32C dan suhu udara rata-rata bulanan minimum terendah terjadi pada bulan April-September. Data ini menunjukkan suhu udara pada site tergolong ke dalam kategori relatif panas. Suhu udara rata-rata yang tergolong relatif panas tersebut menjadi pertimbangan penting dalam merespon tapak agar dapat menciptakan kondisi tapak yang mampu memberi kenyamanan termal bagi pengguna yang ada di dalam site.

Sun Path



Gambar 1.18 Sun Path di Site

Sumber: meteoblue

Berdasarkan data diatas, pergerakan arah datangnya sinar matahari pada tapak didominasi dari arah barat ketika matahari terbit dan tenggelam ke arah timur. Hal ini menunjukkan arah jatuhnya cahaya matahari paling sedikit berada di sisi utara dan selatan tapak. Dasar pertimbangan data tersebut dapat menjadi acuan untuk merespon pencahayaan alami yang jatuh pada lokasi tapak untuk dimanfaatkan sedemikian rupa agar dapat memenuhi kenyamanan visual pengguna tapak. Salah satu contohnya seperti menambahkan bukaan yang optimal pada sisi bangunan yang menghadap ke arah barat dan timur.

Faktor Perubahan Iklim Tahunan

Terjadinya perubahan iklim tahunan di Kota Samarinda mengancam kemampuan bangunan dalam merespon iklim tapak. Hal ini ditandai dengan berbagai parameter iklim tapak semakin meningkat dari tahun ke tahun serta kemampuan respon iklim tapak bangunan menjadi semakin sulit untuk menciptakan kenyamanan termal penggunaannya. Hal-hal ini ditandai dengan mulai berkurangnya pengunjung yang datang ke Citra Niaga dikarenakan kondisi site yang mulai tidak mampu memberikan kenyamanan termal penggunaannya seperti dahulu kala.

a. Peningkatan Suhu Udara Rata-rata Tahunan

Menurut data Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) stasiun kota Balikpapan (2020) menyebutkan bahwa Kalimantan Timur (Kaltim) mengalami perubahan iklim. Dalam kurun waktu 30 terakhir **mulai dari 1990-2020 suhu di Kaltim meningkat 1 derajat Celcius**. Kawasan Citra Niaga yang dibangun pada tahun akhir dekade 1980-an tentunya telah dirancang sesuai respon iklim tapak yang berlaku pada masa perencanaan di masa lampau, namun 30 tahun kemudian iklim tapak yang berubah menyebabkan bangunan eksisting tidak mampu beradaptasi dengan baik untuk menyediakan kenyamanan termal akibat perubahan iklim 30 tahun di masa yang akan datang pada masa itu.

b. Pola Musim Kemarau dan Musim Hujan yang Berubah

Perubahan pola musim kemarau dan musim hujan ini diprediksi akan berdampak pada kemarau yang semakin kering dan musim hujan dengan curah hujan yang lebih tinggi.

c. Peningkatan Jumlah Rata-rata Hari Hujan Bulanan

Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir dari 2015-2020, jumlah hari hujan rata-rata perbulannya mengalami peningkatan dari 16 hari menjadi 20 hari, dengan peningkatan rata-rata hari hujan perbulannya sebesar 4 hari.

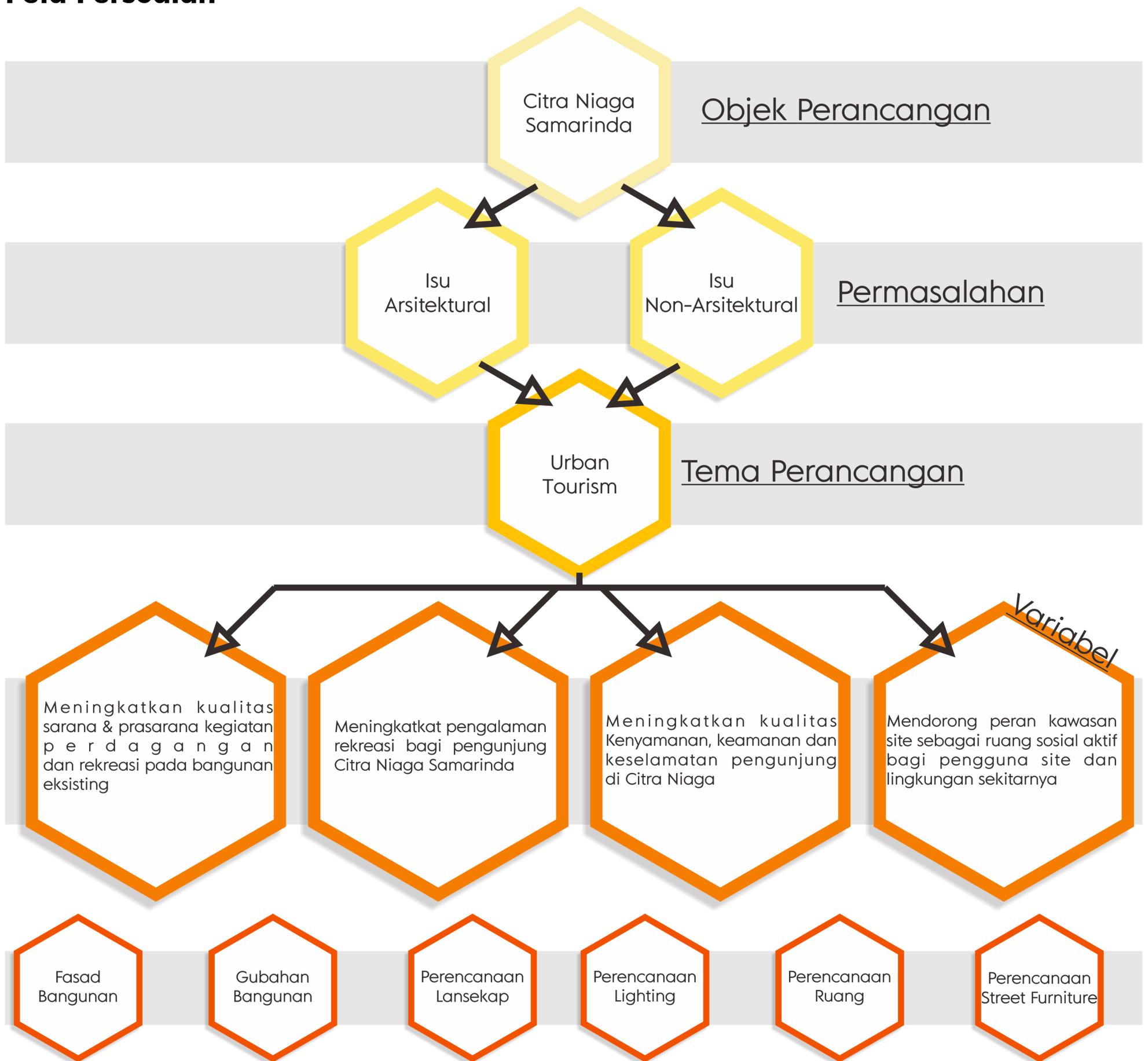
d. Persentase Penyinaran Matahari Rata-rata Tahunan yang meningkat

Persentase penyinaran matahari tahunan Kota Samarinda pada tahun 2015-2020 sebesar 46% menjadi 49%. Hal ini menjadi data penting dalam pertimbangan revitalisasi kawasan Citra Niaga Samarinda karena sangat mempengaruhi kegiatan aktivitas perdagangan di site serta dapat mengurangi kualitas kenyamanan termal pengguna bangunannya. Oleh karena itu diperlukan respon klimatik yang mampu menanggulangi persentase penyinaran matahari yang semakin meningkat.

Parameter Perubahan Iklim Kota Samarinda	Indikator	Dampak Terhadap Bangunan
Suhu udara rata-rata tahunan	Meningkat 1 derajat Celcius dalam waktu 30 tahun (1990-2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Standar kenyamanan termal pengguna bangunan akan menjadi lebih kompleks dalam merespons iklim tapak yang baru berubah; 2.
Jumlah hari hujan rata-rata perbulan	Peningkatan jumlah hari hujan rata-rata perbulan dari 16 hari menjadi 20 hari (2015-2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas perdagangan sehari-hari akan terganggu dalam bertransaksi; 2. Diperlukan lahan resapan atau Ruang Terbuka Hijau (RTH) dalam merespon curah hujan yang meningkat agar dapat melancarkan proses infiltrasi air ke dalam tanah di site; 3. Perlu elemen peneduh tambahan yang baik untuk menaungi pengguna bangunan agar tetap nyaman ketika kondisi hujan.
Persentase penyinaran matahari	Peningkatan jumlah penyinaran matahari tahunan dari 46% menjadi 49% (2015-2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenyamanan termal akan terganggu karena jumlah penyinaran matahari yang meningkat dapat menyebabkan panas; 2. Diperlukan unsur naungan yang baik agar mampu menanggulangi penyinaran matahari berlebih ke dalam site.

Tabel 1.2 Perubahan Iklim Kota Samarinda
Sumber: BMKG Balikpapan

Peta Persoalan



Lingkup Perencanaan

Bagan 1.1 Peta Persoalan, Sumber: Penulis

ISU NON-ARSITEKTURAL

Rumusan Permasalahan Umum

1. Semakin berkurangnya minat pengunjung yang ingin datang ke Citra Niaga;
2. Tingkat kunjungan Citra Niaga semakin menurun pada waktu pagi hingga sore hari akibat iklim yang semakin tidak nyaman.

ISU ARSITEKTURAL

1. Adanya faktor iklim yang berubah dalam kurun waktu 30 tahun terakhir mengubah pola kunjungan wisatawan pada waktu malam hari;

Dasar Pemecahan Masalah Arsitektural:

a. Peningkatan suhu udara rata-rata sebesar 1 derajat Celsius akan berdampak pada kenyamanan termal pengguna site. Sehingga penambahan jumlah vegetasi dan area ruang terbuka hijau akan membantu mengurangi suhu udara site sekaligus menambah nilai estetika kawasan.

b. Jumlah peningkatan penyinaran matahari sebesar 3% akan mengakibatkan suhu permukaan site menjadi semakin meningkat sehingga penggunaan material tutupan lahan seperti *grass-block* dan tanah berumput yang memiliki nilai albedo yang lebih rendah dibandingkan *paving block* yang mendominasi lahan site eksisting. Dengan menurunnya nilai albedo material *ground cover* yang lebih rendah akan berdampak pada tingkat pemantulan panas (*radiant temperature*) site yang lebih sedikit sehingga dapat mengurangi pantulan panas pada permukaan site eksisting di siang hari.

c. Pola pengunjung yang mulai gemar untuk mencari

hiburan di malam hari perlu dilengkapi dengan penambahan pencahayaan buatan untuk memenuhi kebutuhan visual serta meningkatkan atraktivitas kawasan Citra Niaga Samarinda.

2. Mulai hilangnya daya tarik kawasan eksisting sehingga perlu dibuat daya tarik baru untuk menarik wisatawan.

Dasar Pemecahan Masalah Arsitektural:

a. Seiring berkembangnya tren yang selalu berubah maka minat pengunjung juga turut berubah. Setelah 30 tahun berdirinya Citra Niaga Samarinda, daya tarik yang ada di kawasan ini relatif tidak ada perubahan sehingga perlu dibuatnya daya tarik baru berupa wahana *Ferris Wheel* untuk menarik wisatawan agar ingin kembali berkunjung ke Citra Niaga Samarinda.

TUJUAN & SASARAN

Tujuan

Perancangan desain kawasan Revitalisasi Citra Niaga Samarinda ini ditujukan sebagai fasilitas penunjang sarana perdagangan dan pariwisata di Kota Samarinda yang ditujukan ke masyarakat lokal dan turis. Adapun perancangan ini bertujuan sebagai fasilitas publik bagi masyarakat lokal dan wisatawan dalam berperan sebagai sektor perdagangan formal dan informal.

Sasaran

Sasaran dari perancangan Revitalisasi Citra Niaga Samarinda antara lain:

- a. Peningkatan atraktivitas kawasan Citra Niaga Samarinda
- b. Integrasi antar unit komersial dengan lansekap yang memungkinkan ekstensi fungsi dan estetika lingkungan

Lingkup Perancangan

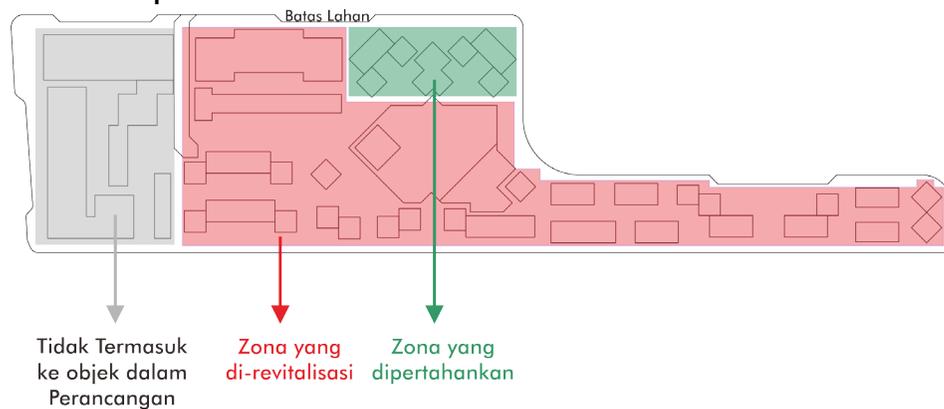


Gambar 1.19 Lokasi dan Batas Perancangan Site Eksisting

sumber: Google Earth yang diolah penulis

Terdapat beberapa lingkup perancangan dalam Citra Niaga di Samarinda, batasan tersebut yaitu :

A. Objek



Gambar 1.20 Zoning Perencanaan Revitalisasi Citra Niaga Samarinda

sumber: Dokumentasi penulis

Objek perancangan adalah sebuah bangunan komersial berupa pusat perbelanjaan yang berfungsi untuk meningkatkan daya tarik pariwisata di Kota Samarinda.

B. Lokasi

Lokasi perancangan berada di Jl. Citra Niaga Kota

Samarinda, Kalimantan Timur dengan titik koordinat:

0°30'11.0"S 117°08'57.8"E.

C. Pengguna

Wujud baru Citra Niaga tersebut ditujukan untuk kalangan masyarakat Kota Samarinda dan turis nusantara maupun mancanegara seperti:

- Pedagang kaki lima (informal);
- Pedagang kelas menengah (formal);
- Pedagang kelas atas (formal);
- Turis;
- Masyarakat lokal;
- Pengelola & staff.

D. Jenis Kegiatan

Bangunan ini mewadahi kegiatan berupa perdagangan dan rekreasi untuk meningkatkan perkembangan pariwisata di Kota Samarinda.

Peraturan Pembangunan di Site

Berdasarkan peraturan perundang-undangan pembangunan yang diatur dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Samarinda Tahun 2014-2034, maka pedoman perancangan site akan berpedoman pada kriteria desain sebagai berikut:

1. Koefisien Dasar Bangunan (**KDB**) maksimal sebesar **50%**;
2. Koefisien Dasar Hijau (**KDH**) minimal sebesar **30%**;
3. Koefisien Lantai Bangunan (**KLB**) senilai **3**.

Temuan Studi Prinsip Revitalisasi

Sesuai Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia

No.3 Tahun 2018, Dalam upaya mewujudkan revitalisasi kawasan Citra Niaga Samarinda menjadi fasilitas pariwisata yang dapat menciptakan kenyamanan, kemudahan, keamanan, dan keselamatan wisatawan maka kualitas daya tarik wisata dapat didukung melalui:

1. Pembangunan pusat informasi wisata/TIC (*Tourism Information Center*) dan perlengkapannya;
2. Pembuatan ruang ganti dan/atau toilet;
3. Pembuatan pergola;
4. Pembuatan gazebo;
5. Pemasangan lampu taman;
6. Pembuatan pagar pembatas;
7. Pembangunan panggung kesenian / pertunjukkan;
8. Pembangunan kios cinderamata;
9. Pembangunan plaza / pusat jajanan kuliner;
10. Pembangunan tempat ibadah;
11. Pembangunan menara pandang (*viewing deck*);
12. Pembangunan gapura identitas;
13. Pembuatan jalur pejalan kaki (*pedestrian*)/jalan setapak/ jalan dalam kawasan, *boardwalk*, dan tempat parkir; dan
14. Pembuatan rambu-rambu petunjuk arah.

Lingkup Kajian

Studi Aktivitas Ruang di Site



Gambar 1.21 Pembagian Sub Ruang Aktivitas Perdagangan di Citra Niaga

Sumber: Irsan Gazali, 2017

Menurut Gazali (2017), dalam penelitiannya mengenai sub ruang aktivitas di Citra Niaga terbagi menjadi menjadi 3 bagian yaitu zona aktif (merah), zona aktif pasif (kuning), dan zona pasif (biru). Hasil pengatamannya menyimpulkan bahwa pada zona aktif merupakan zona yang dianggap area yang lebih ramai dikunjungi dibandingkan zona aktif pasif dan zona pasif menjadi area yang paling sedikit dikunjungi. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka penulis ingin berupaya untuk menciptakan kembali keseimbangan antar zona agar mampu menarik pengunjung dengan lebih baik.

Analisa Penggabungan Sektor Formal dan Informal dalam Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi

Citra Niaga merupakan Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi yang dibangun dengan konsep yang menggabungkan sektor

perdagangan formal dan informal di dalam lahan yang sama. Konsep ini membuat pedagang kecil mampu ikut serta dalam persaingan pasar informal bersama pedagang kelas menengah keatas lain. Dampaknya bagi kalangan pedagang kecil memiliki penghasilan yang meningkat dan berkesempatan untuk berjualan secara resmi di pasar yang disediakan.

Konsep penggabungan pedagang formal dan informal ke dalam suatu rancangan Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi tersebut tentu harus memiliki berbagai pertimbangan agar mampu menghasilkan keseimbangan bagi kedua belah pihak agar tidak terjadinya konflik.

Konektivitas Destinasi Urban Tourism di Sekitar Kawasan Site



Gambar 1.22 Peta konektivitas destinasi wisata perkotaan Kota Samarinda

Sumber: Penulis

Destinasi Wisata Perkotaan dalam Radius 1600m dari Site:

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. Citra Niaga; | 8. Museum Samarinda; |
| 2. Mall Mesra Indah; | 9. Plaza Mulia; |
| 3. Gajah Mada Department Store; | 10. Taman Makam Pahlawan Kusuma Bangsa; |
| 4. City Centrum Mall; | 11. GOR Segiri; |
| 5. Pesut Etam Mahakam Cruise; | 12. Mall SCP; |
| 6. Taman Tepian Mahakam; | 13. Thien le Kong; |
| 7. Taman Samarendah; | |

Architectural
Planning Process
**NEW CITRA
NIAGA
SAMARINDA**



Gambar 1.23 Gedung Pengelola UPTD Citra Niaga Samarinda (1)
Sumber: Google Images



**Increasing
Attractiveness**



**Improving
Land Value**



**Creating
Urban Nightlife
Tourism Trend**



**Small Retail
Support**



**Local Culture
Heritage**



**Urban
Landmark**



CITRA NIAGA PLANNING PRINCIPLES:

Gambar 1.24 Gedung Pengelola UPTD Citra Niaga Samarinda (2)
Sumber: Google Images

Prinsip-prinsip Perancangan Kawasan Citra Niaga Samarinda

Increasing Attractiveness

Dilatarbelakangi dengan berdirinya Citra Niaga setelah 30 tahun lebih, adanya tren perkembangan zaman modern membuat Citra Niaga harus mampu beradaptasi agar dapat terus berfungsi dengan optimal. Perubahan tren seiring berjalan waktu ini juga mengubah pola minat ketertarikan wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata perkotaan. Apabila Citra Niaga tidak dapat beradaptasi dengan adanya perkembangan zaman dan tren kunjungan yang terus berubah dapat beresiko membuat Citra Niaga menjadi terbengkalai dan kurang diminati wisatawan.

Adapun salah satu upaya revitalisasi arsitektur rancangan ini salah satunya bertujuan untuk meningkatkan daya tarik kawasan Citra Niaga kembali menjadi ikon daya tarik wisata perkotaan Samarinda. Salah satu strategi rancangan revitalisasi site ini ialah dengan meningkatkan nilai estetika site guna menarik perhatian pengunjung dan masyarakat sekitarnya dan memperindah tampilan wajah perkotaan Samarinda.

Improving Land Value

Rancangan revitalisasi Citra Niaga ini dapat meningkatkan nilai lahan dan properti kawasan Citra Niaga bila dirancang dengan baik dan benar. Adanya angka kunjungan yang meningkat setelah revitalisasi site akan berdampak pada nilai ekonomi lahan, properti dan hingga daya saing perdagangan yang akan meningkatkan kualitas sosial-ekonomi masyarakat sekitarnya.

Creating Urban Nightlife Tourism Trend

Berdasarkan data iklim dan faktor perubahan iklim kota Samarinda, pola kunjungan rekreasi Citra Niaga cenderung mulai berubah dari siang hari menjadi malam hari. Hal ini menjadi potensi strategi pengembangan rancangan revitalisasi Citra Niaga sebagai pendorong tren wisata malam dalam kawasan Kota Samarinda. Oleh karena itu strategi pendekatan desain sebaiknya direncanakan dengan pertimbangan waktu malam sebagai waktu rekreasi aktif utama di kawasan Citra Niaga.

Mengembalikan Peran Bangunan sebagai Wadah Pendukung Pedagang Kecil Menengah

Dalam kurun waktu 5 tahun terakhir, beberapa kios pedagang kecil di Citra Niaga telah beralih fungsi yang semula berperan sebagai toko souvenir, oleh-oleh dan kerajinan tangan khas lokal berubah menjadi cafe modern. Hal ini dilatarbelakangi dengan adanya pola perilaku pengunjung yang didominasi oleh kalangan muda yang gemar untuk aktif berekreasi di malam hari.

Perkembangan ini dapat berdampak negatif apabila tidak dikendalikan dengan benar. Semakin banyak kaum pemuda yang gemar untuk berekreasi di malam hari disekitar kawasan Citra Niaga maka akan mendorong pembangunan cafe modern lebih pesat lagi. Hal ini secara perlahan akan merubah fungsi kawasan Citra Niaga sebagai area perdagangan ekonomi kreatif menjadi area perdagangan kuliner. Perubahan tersebut tentunya akan bertolak belakang dengan visi pemerintah setempat yang ingin mengembangkan kawasan Citra Niaga dalam Program *Quick Win 2017-2018* dalam RJPMD 2021-2025 Kota Samarinda *Smart City*.

Meningkatkan Budaya Khas Lokal melalui Rancangan Arsitektural

Adanya nilai-nilai budaya lokal yang dapat dijumpai pada beberapa titik rancangan eksisting Citra Niaga dapat berperan dalam menyampaikan budaya adat istiadat Kota Samarinda yang memiliki identitas suku budaya yang bersifat heterogen. Potensi ini akan sangat mendukung nilai pengalaman pengunjung jika diiringi dengan rancangan baik dan benar. Adanya ragam keunikan budaya khas lokal akan menjadi nilai tambahan dalam pengalaman berkunjung bila dapat disampaikan dengan baik melalui rancangan arsitektur bangunannya.

Urban Landmark

Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan Citra Niaga Samarinda menjadi sebuah ikon *landmark* dalam wilayah perkotaan Samarinda. Hal ini ditujukan agar Citra Niaga Samarinda memiliki sebuah identitas wilayah yang khas dan mudah dibedakan dari wilayah lain di sekitarnya.

PENDEKATAN PERANCANGAN

Urban Tourism



Gambar 1.25 *Visit Kaltim* merupakan sebuah rangkaian acara yang mampu mendorong kualitas pariwisata pada Provinsi Kalimantan Timur

sumber: Google Images

Dalam beberapa wilayah kini sektor pariwisata menjadi salah satu industri terbaik dalam mendorong pengembangan suatu wilayah tertentu. Segala upaya selalu dilakukan bagi setiap wilayah untuk bersaing menarik perhatian kunjungan wisata bagi turis. Adanya kegiatan sebuah aktivitas pariwisata dapat meningkatkan daya ekonomi regional suatu wilayah. Akan tetapi untuk mendapatkan manfaat tersebut tidak hanya diperlukan dari sarana dan pra sarana saja, melainkan konsep pariwisata yang sesuai dengan karakteristik wilayah masing-masing. Contohnya pada wilayah perkotaan menggunakan konsep *Urban Tourism* yang menitikberatkan kegiatan pariwisatanya dalam lingkungan kota.

Urban Tourism merupakan sebuah istilah yang digunakan dalam kegiatan pariwisata dalam wilayah perkotaan atau kota. Istilah tersebut juga diartikan sebagai adanya tingkat rekreasi yang tinggi pada suatu destinasi pariwisata yang terdapat di suatu wilayah perkotaan. *Urban Tourism* adalah sebuah wilayah atau kawasan yang layak untuk menjadi sebuah destinasi wisata untuk wisatawan lokal, domestik, dan internasional. Aspek-aspek kebutuhan wisatawan dalam perencanaan *Urban Tourism* menjadi sangat penting. Peranan sebuah kota juga menjadi penting dalam mewujudkan suatu pariwisata lokalnya. Hal ini dikarenakan kota tersebut menjadi sebuah tempat yang menyediakan berbagai kebutuhan dan sarana wisata mulai dari datangnya wisatawan hingga keberangkatan pulang. Oleh karena itu sebuah kota seharusnya mampu memberikan berbagai daya tarik bagi pengunjungnya. Contoh fasilitas pariwisata tersebut dapat berupa

pusat perbelanjaan, museum dan galeri, taman hiburan, dsb.

Menurut Karskl (1990) dan *Global Report* (2012), datangnya wisatawan ke kota-kota besar dikarenakan adanya sebuah keinginan untuk menikmati keragaman yang ada di kota tersebut. Karena kota menjadi tempat percampuran berbagai budaya nasional, seni, musik, sastra, arsitektur, hingga desain perkotaan. Hal-hal tersebut menjadi penentu konsentrasi, variasi, dan kualitas kegiatan serta atribut *Urban Tourism* yang menciptakan daya tarik kota masing-masing. Tujuan konsep ini ialah menarik minat pengunjung baik yang berasal dari nusantara maupun mancanegara. Dengan adanya popularitas yang tercipta dari sebuah kota wisata maka berbagai investor menjadi tertarik untuk membuat kota tersebut menjadi ladang investasi. Hal ini buktikan dengan semakin banyak pengunjung yang datang maka semakin besar pula kepercayaan investornya. Semakin banyaknya investor yang turut serta dalam membangun perekonomian kota maka kesejahteraan ekonomi dapat meningkat.

Menurut Kurtzman (1997) dalam studi kasus di Singapura yang berjudul "*Lighting the Ultimate Tourism Experience*" oleh Potvin (2014), penyebab kegiatan pariwisata perkotaan dapat dibagi menjadi dua aspek yaitu, aspek pertama adalah bahwa wisatawan tidak sepenuhnya menyadari pengaruh mereka untuk melakukan perjalanan demi atraksi perkotaan tertentu; atau dikenal sebagai "*pseudo-choice*". *pseudo-choice* merupakan hasil dorongan tertentu dari teman, keluarga, kelompok, atau media yang mempengaruhi pengalaman berpergian. Aspek kedua adalah kegiatan wisata yang dipilih secara sengaja dan sadar ketika seorang wisatawan memiliki semangat pribadi terhadap suatu elemen tertentu dalam

sebuah atraksi wisata.

Kemudian pemilihan destinasi wisata ditentukan oleh dua faktor, yang pertama ialah destinasi yang diminati secara kemauan pribadi dan yang kedua karena adanya sebuah tema tertentu dalam destinasi yang memberikan pengalaman dan fasilitas yang dipasarkan ke wisatawan.

Sehingga dalam persepsi suatu kegiatan pariwisata terbagi menjadi lima proses, sebagaimana yang dikemukakan oleh Hall (2011) antara lain:

1. Keputusan untuk berkunjung;
2. Membandingkan pengalaman wisata langsung dengan perspektif awal;
3. Membandingkan perilaku di tempat wisata dengan perilaku di luar tempat wisata;
4. Kembali dari wisata;
5. Terbentuknya pengalaman.

KAJIAN PRESEDEN

1. Pasar Beringharjo



Gambar 1.26 Pasar Beringharjo Yogyakarta

sumber: alodiatour.com

Pasar Beringharjo yang merupakan bagian dari Malioboro Yogyakarta menjadi salah satu destinasi wisata perbelanjaan dan oleh-oleh bagi wisatawan. Berbagai ragam komoditas barang yang disediakan menjadi salah satu ciri khas pasar ini ramai dikunjungi. Pusat ekonomi yang telah berdiri sejak tahun 1925 ini terdiri dari kios-kios untuk pedagang kecil guna memudah kegiatan transaksi. Bangunan yang memiliki perpaduan gaya arsitektur khas kolonial dan tradisional Jawa ini terdiri dari 2 bangunan terpisah yaitu bagian barat dan timur.

Pasar Beringharjo berperan penting dalam memudah perekonomian masyarakat menengah kebawah. Objek wisata perbelanjaan ini tidak pernah lepas dari destinasi wisatawan nusantara hingga mancanegara. Umumnya barang-barang yang dapat dibeli di pasar ini berupa pakaian adat batik, cemilan khas, bahan pangan, hingga kebutuhan lainnya.

Pasar tertua di Yogyakarta ini juga memiliki nilai historis dalam mencapai kesejahteraan masyarakat kota Yogyakarta. Pasar ini menjadi objek historis karena nilai sejarahnya yang didirikan mulai dari fase berdirinya Keraton, Kolonialisme, hingga kemerdekaan Indonesia. Walaupun kini beberapa bangunan pusat perbelanjaan yang lebih modern mulai tumbuh berkembang di kawasan Malioboro Yogyakarta, Pasar ini masih mampu bertahan dalam persaingan ekonomi modern.

Poin Pembelajaran:

a. Konfigurasi kios komersial

Pembagian kios dagangan pada Pasar Beringharjo yang bersifat modular persegi empat ini akan membuat ruang interior pasar menjadi lebih rapi dan tertata. Pembagian ruang yang modular itu juga akan mempermudah pengunjung untuk mengetahui batas lahan antar kios penjual dalam kegiatan berbelanja di pasar ini.

b. Pembagian area pasar berdasarkan komoditas barang

Area pasar yang dibagi berdasarkan barang dagangan akan mempermudah pengunjung dalam berbelanja sesuai kebutuhannya. Contohnya seperti bagian barat pasar yang ditujukan sebagai area yang memperjualbelikan batik dan busana adat lokal, bagian timur di lantai dua yang menjadi tempat penjualan aneka rempah-rempah, dan di lantai tiga pasar sebelah timur yang terdapat area berjualan barang-barang antik. Dengan adanya pembagian area berdasarkan komoditas jenis barang akan mempermudah pengunjung untuk menavigasi pergerakannya dalam pasar ini.

2. Kawasan Jalan Malioboro Yogyakarta



Gambar 1.27 Kawasan Malioboro Yogyakarta

sumber: alodiatour.com

Jalan Malioboro merupakan kawasan yang berperan vital dalam pariwisata dan perdagangan Yogyakarta. Pada tahun 2016 upaya revitalisasi diwujudkan ke dalam kawasan ini dengan ide konsep Teras Budaya untuk menciptakan ruang-ruang bagi berbagai macam kalangan komunitas. Desain revitalisasi tersebut berperan untuk menghubungkan sinergi antara pedagang kaki lima, sarana transportasi, toko, dan budaya lokal. Konsep yang mengutamakan *civic space* tersebut bertujuan agar semua ruang yang ada dapat dinikmati bagi seluruh kalangan masyarakat lokal maupun turis nusantara dan mancanegara.

Jalan Malioboro yang dikenal sebagai tempat berkumpulnya para seniman menjadi wadah yang digemari untuk mengekspresikan aspirasi seni. Selain nilai kesenian yang sudah melekat kuat di kawasan ini, Malioboro juga memiliki nilai sejarah penting dalam pemerintahannya dalam era kolonial hingga peristiwa penting dalam perjuangan kemerdekaan Indonesia.

Kawasan yang dipadati dengan pedagang kaki lima serta kios toko perbelanjaan ini menjadi ikon khas Yogyakarta sebagai pusat perbelanjaan dan rekreasi. Berbagai macam cinderamata seperti kain batik, kuliner, hingga kerajinan tangan menjadi daya tarik pengunjung pariwisata kota ini untuk singgah dan berbelanja.

Poin Pembelajaran:

a. Desain fasad dan ornamen bangunan area kawasan yang mencerminkan nilai budaya dan sejarah kota

Fasad bangunan yang bergaya khas kolonial pada kawasan ini menjadi daya tarik keunikan kawasan wisata ini. Nilai budaya dan sejarah yang.

b. Visibilitas aktivitas pengunjung yang sangat tinggi

Kawasan yang memiliki visibilitas tinggi ini ditandai dengan kawasan terbuka yang tidak tertutupi oleh struktur bangunan sehingga jangkauan jarak pandang pengguna jalan menjadi sangat baik. Hal ini akan membuat *frontage* kawasan menjadi sangat mudah dipantau dan terlihat aktif dengan kegiatan wisatawan yang ada di kawasan ini. Sehingga semakin aktif kegiatan wisatawan yang terlihat maka akan semakin tinggi nilai atraktivitas kawasannya.

c. Street furnishing yang baik akan menambah pengalaman berwisata

Fasilitas *street furniture* seperti bangku umum, tempat sampah, *signage*, lampu penerangan, dan lain sebagainya akan mempermudah aktivitas rekreasi. Selain itu, penambahan fasilitas-fasilitas tersebut akan memberikan rasa aman dan nyaman bagi pengunjung serta membuat suasana kawasan terlihat lebih indah, bersih dan rapi.

3. Clarke Quay District



Gambar 1.28 Suasana malam kawasan rekreasi Clarke Quay Singapura

sumber: Visit Singapore

Clarke Quay merupakan salah satu proyek revitalisasi pemerintah Singapura yang berlatar belakang kawasan tepi sungai yang kumuh dan penuh sampah. Langkah revitalisasi kawasan tersebut mengubah kawasan kumuh menjadi kawasan destinasi wisata yang khas di wilayah sungai Singapura dan Boat Quay. Perpaduan unsur pencahayaan di malam hari ini membuat kesan khas yang menambah pengalaman wisata di kawasan ini. Kawasan yang terdiri dari beberapa ruko, kios, dan fasilitas perdagangan ini menjadi salah satu destinasi terpopuler di Singapura pada waktu menjelang malam.

Sarana penunjang wisata berupa *river cruising*, tempat berbelanja, penginapan, hingga wahana atraksi hiburan yang ada di dalam site memadukan unsur modern dan sejarah tradisi setempat. Selain berbagai sarana buatan yang ada, rancangan kawasan ini juga mampu memberikan view perkotaan yang di kelilingi oleh perairan sungai.

Poin Pembelajaran:

a. Upaya revitalisasi kawasan perkotaan

Clarke Quay merupakan salah satu upaya revitalisasi kawasan *riverfront* di Singapura untuk menarik kembali minat wisatawan dan masyarakat lokal. Kawasan yang dahulu dipadati oleh rumah, pertokoan, dan dermaga kapal dan perahu ini berhasil direvitalisasi menjadi ikon destinasi wisata perkotaan Singapura. Dengan memanfaatkan lahan yang dikelilingi oleh *Singapura River* ini dimanfaatkan sebagai sarana tur menggunakan perahu untuk menikmati pemandangan area perkotaan yang diperindah oleh gemerlap lampu-lampu di malam hari.

Kawasan yang berfungsi *mixed-use* ini didesain untuk meningkatkan daya komersial dan kegiatan rekreasi, serta memberi area *riverfront* sebuah identitas baru dalam destinasi wisata perkotaan Singapura.

b. Kawasan rekreasi yang aktif di malam hari

Distrik hiburan yang aktif dikunjungi di malam hari ini dilengkapi dengan *bar*, *pub*, dan restoran sebagai sarana bersantai. Adanya *live music & arts performance* yang mengiringi suasana hiburan malam juga akan menambah kesan pengalaman rekreasi yang unik pada kawasan ini. Selain itu permainan pencahayaan yang khas juga menjadi daya tarik kawasan sebagai tempat untuk berfoto.

4. Gardens by the Bay



Gambar 1.29 Gardens by the Bay Singapura

sumber: Google Images

Gardens by the Bay adalah sebuah taman nasional dan bagian dari atraksi hortikultural dalam pariwisata Singapura sekaligus sarana edukasi bagi pengunjung. Beragam flora yang dihadirkan dalam kawasan ini dikembangkan oleh perpaduan ahli perencanaan, insinyur, lansekapis, hingga ilmuwan biologi untuk menciptakan taman botani di daerah perkotaan Singapura. Kesuksesan taman botani yang dimulai dari kompetisi internasional di tahun 2006 ini meraih berbagai penghargaan prestisius seperti *World Building of the Year 2012*, *Rekor Rumah Kaca terbesar di dunia*, *President's Design Award* dan masih banyak lagi.

Upaya keberlanjutan yang dicapai dari teknologi efisiensi energi diwujudkan kedalam desain dua rancangan rumah kaca masif. Teknologi canggih yang digunakan itu mampu mengurangi konsumsi energi hingga 20% dibandingkan bangunan yang menggunakan teknologi pendinginan konvensional. Kedua bangunan rumah kaca tersebut berperan memwadahi berbagai ragam koleksi tumbuhan dari segala penjuru dunia yang memiliki nilai-nilai konservasi flora.

Wahana atraksi *Supertrees* yang terdiri dari taman vertikal setinggi 25 hingga 50 meter menambah kesan pengalaman pengunjung untuk menikmati panorama indah disekitar kawasan Marina Bay melalui jembatan gantung yang terbentang antar *Supertree*. Pada malam hari pohon mekanis tersebut akan menghiasi site dengan penerangan yang mempesona melalui pencahayaan buatan. Energi penerangan tersebut juga diperoleh melalui tenaga matahari dan memanfaatkan tampungan air hujan untuk diolah dalam penghawaan dan irigasi di lingkungan tapak.

Poin Pembelajaran

a. Konfigurasi pencahayaan arsitektural yang spektakuler di malam hari

Selain berperan sebagai taman kota, area ini juga menjadi sebuah sarana pertunjukkan dengan menampilkan teknologi pencahayaan arsitektur setiap malamnya. Pencahayaan yang meng-highlight menara *Supertree* dapat dinikmati baik secara jarak dekat maupun jarak jauh. Pertunjukkan pencahayaan ini menjadi daya tarik khas kawasan ini dalam memperindah tampilan kawasan perkotaan Singapura di malam harinya.

b. Gubahan massa bangunan tinggi dapat meningkatkan estetika skyline perkotaan

Adanya bangunan *Supertree* yang menjulang tinggi ini akan memberi kesan kawasan perkotaan yang indah dari jarak jauh. Selain itu wahana *Supertree Observatory* juga memberikan fasilitas wisata untuk menikmati pemandangan panorama yang menghadap langsung ke arah kawasan perkotaan Singapura dengan gemerlap lampu dari titik tertinggi di *Gardens by the Bay*. Selain itu, kegiatan lain yang dapat dilakukan pada wahana ini berupa duduk bersantai menikmati angin segar dan tempat untuk berfoto-foto untuk mengabadikan momen rekreasi.

Originalitas & Kebaruan

Redesain Pusat Cindera Mata di Kawasan Wisata Budaya Citra Niaga Samarinda dengan Pendekatan Regionalisme

- Oleh : Ananda Hari Sulistiawan
- Pendekatan : Regionalisme
- Konsep : Redesain kawasan eksisting dengan gaya arsitektur untuk menunjukkan identitas lokal
- Kesamaan : Pemilihan lokasi site yang sama
- Perbedaan : Pendekatan redesain yang menggunakan konsep regionalisme

Re-desain Hero dan Empire sebagai Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi di Yogyakarta

- Oleh : Yuhri Musthofa
- Pendekatan : Rekreatif
- Konsep : Redesain bangunan eksisting yang berfungsi sebagai pusat perbelanjaan
- Kesamaan : Objek perencanaan yang merupakan pusat perbelanjaan dan rekreasi menggabungkan perdagangan formal dan informal
- Perbedaan : Lokasi dan objek perencanaan

Perancangan Ulang Taman Budaya Yogyakarta dengan Pendekatan Fleksibilitas Ruang

- Oleh : Reza Najamudin Ahmad
- Pendekatan : Fleksibilitas Ruang
- Konsep : Merancang ulang bangunan Taman Budaya Yogyakarta
- Kesamaan : Objek perencanaan yang berfungsi sebagai sarana rekreasi
- Perbedaan : Pendekatan redesain yang mengutamakan fleksibilitas ruang bagi pengguna bangunan.

KAJIAN PUSTAKA

Revitalisasi

Menurut Gazali (2017), revitalisasi merupakan upaya untuk meningkatkan vitalitas (kehidupan) kawasan kota melalui peningkatan dan pembaharuan kualitas lingkungan dengan mempertimbangkan aspek sosial budaya dan karakteristik suatu lingkungan. Dalam arti lain revitalisasi menjadi sebuah upaya peremajaan. Tujuan dari upaya tersebut ialah menciptakan kualitas lingkungan yang lebih baik dan berdampak positif dari situasi sebelumnya.

Kegiatan Kreatif

Kegiatan kreatif yang umumnya dilakukan oleh wisatawan dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Mushtofa, 2000):

A. Berdasarkan sifat kegiatannya

1. Gelar pertunjukkan seperti pentas seni, konser musik, dsb.
2. Kuliner, seperti restoran dan rumah makan khas lokal.
3. Hiburan, seperti berselancar, berenang dsb.
4. Relaksasi, seperti terapi spiritual, senam, yoga, dsb.
5. Edukasi, seperti kebun binatang, museum, situs sejarah dsb.

B. Berdasarkan jenis kegiatannya

1. Aktif, yaitu kegiatan yang mendorong wisatawan untuk membuat gerakan fisik, seperti mendaki gunung, menyelam, dsb.
2. Pasif, yaitu kegiatan yang tidak atau kurang mendorong wisatawan melakukan gerakan fisik seperti menonton dan bersantai.

C. Berdasarkan pola kegiatannya

1. Massal, seperti pertunjukkan adat, drama, dsb.
2. Kelompok kecil atau perorangan, seperti berfoto, belanja, dsb.

D. Berdasarkan waktu kegiatan

1. Pagi, seperti menikmati pemandangan
2. Siang, seperti memancing, berlayar, dsb.
3. Sore, seperti bersepeda, bersantai, dsb.
4. Malam, seperti pub, diskotik, dsb.

Perilaku Wisatawan

Wisatawan termasuk sebagai konsumen dalam suatu atraksi pariwisata (Morrison, 2010). Perilaku wisatawan tersebut berupa cara seorang wisatawan dalam memilih, menggunakan, dan bersikap sebelum dan sesudah membeli layanan wisata. Faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan tersebut terbagi menjadi dua yaitu faktor personal dan faktor interpersonal.

1. Faktor Personal

a. Kebutuhan, kemauan, dan motivasi

Kebutuhan merujuk kedalam kebutuhan penunjang sebuah wisatawan seperti kenyamanan dan keamanan. Kemauan adalah cara unik seorang wisatawan untuk merasakan sesuatu untuk memuaskan kebutuhannya. Sedangkan motivasi adalah hal-hal yang perlu diketahui sebagai dasar bagi wisatawan untuk sadar terhadap kebutuhannya.

b. Persepsi

Penggunaan kelima indera wisatawan menjadi kesan kognitif dalam merasakan kegiatan wisatanya.

c. Pembelajaran

Wisatawan cenderung belajar mulai dari hal-hal kecil disekitarnya, kemudian pembelajaran dari pengalaman tersebut menjadi faktor pengatur pola perilaku suatu individu.

d. Kepribadian

Kepribadian seorang wisatawan adalah kombinasi dari ketiga faktor sebelumnya.

e. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan kebiasaan atau cara seorang individu dalam menjalani hidupnya.

f. Konsep diri

Konsep diri adalah gambaran mental yang terdiri dari empat elemen yang berbeda yang termasuk diri asli, diri ideal, kelompok referensi, dan cerminan diri. Konsep diri memiliki hubungan dengan bagaimana cara konsumen memilih sebuah produk terkait kepribadiannya.

2. Faktor Interpersonal

a. Kultur dan subkultur

Budaya adalah gabungan dari kepercayaan, nilai, sikap, kebiasaan, tradisi, dan pola perilaku yang diciptakan oleh individu atau kelompok tertentu.

b. Kelompok referensi

Tipe referensi terbagi menjadi dua yaitu, kelompok primer yang termasuk anggota keluarga dan kerabat yang dapat hidup tanpa larangan untuk berinteraksi dan kelompok sekunder yang termasuk golongan yang berada dalam aktivitas religi, pekerjaan, atau komunitas berbayar.

c. Saran pemimpin

Pemimpin berperan sebagai pusat informasi bagi anggotanya. pemimpin mengarahkan anggotanya dengan mencari informasi atau dengan menggunakan sebuah produk atau benda tertentu sebelum anggotanya.

d. Keluarga

Keluarga dianggap sebuah faktor yang kuat untuk mempengaruhi perilaku sebuah konsumen atau wisatawan dalam memilih sebuah objek.

Kebutuhan Terhadap Fasilitas Perbelanjaan dan Rekreasi

Seiring berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi, terus menciptakan berbagai kemudahan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan untuk berbelanja maupun mencari hiburan. Fasilitas perbelanjaan dan rekreasi seperti supermarket, bioskop, taman hiburan, dsb. semakin memiliki daya saing dalam menarik perhatian pengunjung guna mencari laba bagi kalangan pengusaha kecil hingga perusahaan tertentu. Minat masyarakat modern yang kian semakin meningkat tersebut mendorong suatu wilayah tertentu untuk dibangun berbagai fasilitas-fasilitas perbelanjaan dan rekreasi agar dapat memenuhi minat dan kebutuhan masyarakat sekitar. Fasilitas pusat perbelanjaan dan rekreasi tersebut bertujuan untuk memwadhahi para stakeholder untuk turut mengembangkan pasar lokal dan memajukan perekonomian rakyat setempat.

Tren zaman dan minat masyarakat yang terus berubah mengharuskan sebuah pusat perbelanjaan dan rekreasi mampu untuk mengikuti dan mengadaptasi perkembangan tren yang

berlangsung. Dahulu kegiatan transaksi jual-beli barang dan jasa hanya menggunakan uang tunai atau cek, di era modern ini transaksi jual-beli barang dan jasa dapat dilakukan menggunakan uang elektronik. Contoh lainnya seperti beberapa pasar modern saat ini memungkinkan untuk bertransaksi barang dan jasa bagi pembeli tanpa harus datang ke lokasi tersebut yang nantinya pihak penjual akan mendatangkan barang dan/atau jasa tersebut ke tempat pembeli berada.

Pergeseran tren perdagangan tradisional ke arah modernisasi tersebut membuat pusat perbelanjaan tradisional (seperti pasar loak, pasar grosir dsb.) perlahan semakin ditinggalkan. Hal tersebut tentu dapat merugikan pihak pedagang kecil yang kurang memiliki kemampuan untuk mengakses teknologi dan pengetahuan modern sehingga berpotensi untuk kehilangan daya saingnya dalam kegiatan ekonomi. Akhirnya pusat perbelanjaan dan rekreasi modern semakin bertambah karena kemampuannya untuk memberikan kenyamanan, kemudahan, dan efektivitas komersial yang lebih baik.

Daya Tarik Pariwisata

Daya tarik wisata menurut Ismayanti (2009) adalah fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Menurut Undang-undang No. 10 pasal 1 tentang Kepariwisata bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Dalam pengembangannya definisi daya tarik wisata tidak memiliki definisi tunggal, namun berikut ini adalah beberapa pengertian daya tarik wisata yang

cukup berpengaruh diantaranya:

Daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Menurut Spillane (1987) dalam Taskia dan Hayati (2012), Indikator-indikator daya tarik wisata dalam industri pariwisata yang sangat penting, yaitu: Keunikan cinderamata; keindahan komplek bangunan; dan keramahtamahan. Citra destinasi (*destination image*) menurut Hanif Dkk. (2016) merupakan keyakinan/pengetahuan mengenai suatu destinasi dan apa yang dirasakan oleh wisatawan selama berwisata. Faktor pendukung lain agar pengembangan destinasi pariwisata sesuai dengan apa saja yang dibutuhkan oleh wisatawan adalah dengan cara memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan.

Citra destinasi dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan serta loyalitas wisatawan (*tourism loyalty*). Menurut Coban (2012) dalam Hanif Dkk (2016) membuktikan bahwa dalam penelitiannya citra destinasi yang positif akan membuat wisatawan merasakan kepuasan yang lebih baik. Coban juga menerangkan bahwa wisatawan yang menilai positif terhadap citra suatu destinasi kemungkinan bersedia berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi terkait ke orang lain.

Tinjauan Perdagangan Formal dan Informal

Kegiatan jual beli baik berupa barang dan/atau jasa oleh pedagang atau penyewa pada ruang yang disediakan pada pusat perbelanjaan atas kesepakatan bersama pengelola dan bersifat profesional termasuk kedalam kegiatan perdagangan formal.

Berdasarkan definisi tersebut perdagangan formal memiliki ciri-ciri seperti:

1. Pola kegiatan yang teratur dan jelas mulai dari tempat, jadwal, dan aktivitas jual belinya.
2. Terikat kesepakatan atau peraturan yang disepakati.
3. Memerlukan keahlian atau keterampilan khusus dalam penyampaian layanannya ke konsumen.
4. Adanya modal, peralatan dan perlengkapan yang memadai untuk kegiatan layanan jual beli barang dan/atau jasa.

Konsep "sektor informal" mengacu pada kegiatan-kegiatan ekonomi berskala kecil dan tidak terdaftar. Sedangkan perdagangan informal berupa pelayanan barang dan/atau jasa yang diberikan yang tidak terikat dengan kesepakatan dan ketentuan yang berlaku. Contoh pelaku perdagangan informal tersebut umumnya kelompok pedagang kaki lima, pedagang asongan, toko kelontong yang belum terkontrol oleh peraturan otoriter.

Adapun ciri-ciri yang dimiliki dalam perdagangan informal antara lain:

1. Pola kegiatan yang tidak teratur dan tidak terikat waktu dan tempat;
2. Kurang atau tidak terikat oleh peraturan yang ditetapkan di lingkungan sekitarnya;
3. Modal, peralatan, dan perlengkapan yang minim;
4. Pendapatan atau laba yang relatif kecil;
5. Tidak membutuhkan keahlian dan keterampilan khusus;
6. Umumnya dilakukan oleh masyarakat miskin

Kajian Komoditas Dagangan di Citra Niaga Samarinda

1. Kerajinan Tangan & Cenderamata Khas Lokal

Adanya beragam budaya yang beradaptasi di Kota Samarinda melahirkan berbagai kerajinan khas lokal yang menjadi salah satu komoditas yang sering dijumpai di Citra Niaga. Kerajinan tangan yang sering dijual-belikan di Citra Niaga umumnya berupa busana adat lokal, hiasan interior rumah, alat musik, hingga replika senjata adat lokal. Dari awal berdirinya Citra Niaga hingga pada tahun 2022, beberapa pedagang asli yang ada masih tetap memperdagangkan beragam kerajinan dan cenderamata ke kalangan wisatawan yang berkunjung ke Kota Samarinda. Beberapa komoditas kerajinan tangan & cenderamata khas tersebut diantaranya adalah;

a. Busana adat lokal

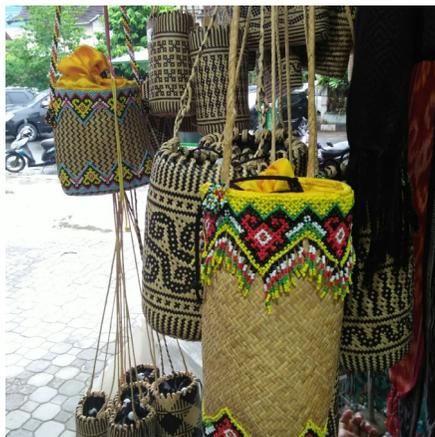


Gambar 2.1 (a) Sarung Samarinda; (b) Pakaian adat Suku Dayak.

Sumber: Google Images

Beberapa pakaian adat baik yang sudah jadi atau bahan mentah dapat ditemui di Citra Niaga seperti Sarung Tenun Samarinda, Batik Ampik, Topi Seraung, hingga pakaian adat tradisional khas suku Dayak dapat ditemukan pada beberapa kios penjual.

b. Hasil Kerajinan Tangan



Gambar 2.2 Tas Anjat yang hasil kerajinan tangan yang terbuat dari anyaman rotan.

Sumber: Google Images

Kerajinan masyarakat Kota Samarinda dalam memanfaatkan bahan mentah lokal seperti bambu, rotan, jangang, dan purun dapat diolah menjadi barang yang memiliki nilai ekonomis.

c. Hiasan Interior Rumah



Gambar 2.3 Perisai dan Taplak Meja yang dijual di Citra Niaga Samarinda

Sumber: Google Images

Umumnya hasil kerajinan pahat kayu masyarakat tradisional Kota Samarinda mampu membuat patung-patung hingga miniatur kecil yang berfungsi sebagai hiasan estetik untuk memperindah kesan ruang di dalam rumah. Hiasan tersebut dapat berupa kerajinan anyaman manik-manik bermotif khas Suku Dayak, Perisai, alat musik tradisional, hingga replika senjata tradisional.

2. Oleh-oleh Tradisional Khas Samarinda

a. Amplang



Gambar 2.4 Amplang oleh-oleh khas Kota Samarinda.

Sumber: Google Images

Makanan ringan ini berupa kerupuk yang terbuat dari bahan dasar Ikan Tenggiri atau Ikan Pipih Belida merupakan salah satu oleh-oleh yang paling terkenal di Kota Samarinda.

b. Kue Ilat Sapi



Gambar 2.5 Kue Ilat Sapi.

Sumber: Google Images

Kue yang memiliki tekstur seperti roti ini sering dijumpai sebagai snack khas Kota Samarinda. Kue ini dibuat dari adonan tepung terigu, gula, dan baking soda. Umumnya kue ini digemari sebagai konsumsi sarapan pagi oleh masyarakat setempat. Harga perbungkus kue ini biasanya berkisar antara 15 ribu hingga 35 ribu rupiah.

c. Kue Keminting



Gambar 2.6 Kue Keminting.

Sumber: Google Images

Berbeda dari Kue Ilat Sapi yang bertekstur seperti roti, Kue Keminting ini memiliki tekstur keras. Kue ini terbuat dari bahan dasar sagu, gula merah, dan kayu manis. Kue Keminting dibuat berbentuk menyerupai biji kemiri atau dalam bahasa setempat dikenal sebagai "Keminting".

3. Wisata Kuliner Khas Lokal



Gambar 2.7 (a) Soto Banjar; (b) Coto Makassar; (c) Nasi Kuning.

Sumber: Google Images

Kota Samarinda yang terdiri dipengaruhi oleh kebudayaan berbagai Suku Banjar, Dayak, Bugis, Jawa, dll; melahirkan beragam khas budaya kuliner yang dapat dijumpai seperti Soto Banjar, Coto Makassar, Nasi Kuning, dan lain-lain.

Kajian Perancangan Pencahayaan Buatan

Peran Pencahayaan dalam Menarik Minat Pengunjung

Unsur cahaya adalah merupakan kebutuhan penting bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan visual dalam beraktivitas di

suatu ruang indoor maupun outdoor. Adanya cahaya yang jatuh ke suatu ruang menjadi faktor penentu kualitas penglihatan visual yang dapat mempengaruhi kenyamanan penggunanya. Menurut Handayani, (2009) sumber cahaya terbagi menjadi dua, yaitu cahaya alami (*natural lighting*) dan pencahayaan buatan (*artificial lighting*).

Pencahayaan alami umumnya sangat berlimpah di pagi hingga sore hari yang berasal cahaya matahari. Sumber cahaya matahari ini merupakan objek yang sangat bermanfaat bagi keberlangsungan makhluk hidup. Bagi manusia cahaya matahari mengandung asupan Vitamin D untuk kebutuhan manusia, sumber penerangan yang didapat secara gratis, hingga sumber energi terbarukan yang berlimpah. Sedangkan bagi tumbuhan, cahaya matahari bermanfaat dalam proses fotosintesis untuk menghasilkan oksigen.

Pemanfaatan cahaya alami memiliki tantangan pada waktu senja ketika matahari terbenam hingga terbit kembali. Hal ini terjadi karena pergerakan rotasi bumi yang berputar pada porosnya menyebabkan terjadinya siang dan malam. Sehingga apabila suatu sisi belahan bumi wilayah mulai memasuki waktu senja maka pencahayaan matahari akan semakin berkurang akibat rotasi bumi. Oleh karena itu pada waktu senja wilayah tersebut akan perlahan menjadi gelap seiring terbenamnya matahari. Peristiwa terbenamnya matahari membuat sumber pencahayaan alami menjadi semakin sulit didapat sehingga manusia perlu pencahayaan alternatif guna memenuhi kebutuhan visual untuk dapat melihat objek-objek pada waktu senja hingga malam hari. Pencahayaan alternatif tersebut dapat berupa pencahayaan

buatan seperti lampu, lilin, obor, dsb.

Pencahayaan selain menjadi sumber penerangan, juga dapat menjadi elemen estetik dalam suatu perancangan arsitektur. Perencanaan desain pencahayaan yang optimal dapat menjadi sebuah ciri khas atau identitas tersendiri terhadap suatu rancangan arsitektur. Adanya faktor pencahayaan juga mampu menciptakan suasana rekreatif, memberikan rasa aman dan ketenangan bagi manusia di malam hari.

Faktor pencahayaan menjadi penting dalam perencanaan bangunan rekreasi. Persepsi individu dapat menjadi penentu dalam merasakan keindahan visual suatu ruang. Faktor pencahayaan tersebut dapat menjadi salah satu unsur daya tarik yang bertujuan untuk mengundang atau menarik perhatian pengunjung untuk datang ke suatu ruang. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat berbagai pertimbangan aspek kenyamanan, keselamatan, biaya, dan efisiensi energi yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, pemilihan pencahayaan buatan yang tepat didukung oleh pemilihan jenis dan kualitas sumber pencahayaan buatanya.

Hubungan Pencahayaan Buatan dalam Pariwisata Malam



Gambar 2.8 Nightscape Singapura yang berkembang melalui pencahayaan buatan guna menarik minat wisatawan.

sumber: Google Images

Sebagai contoh, upaya negara Singapura untuk menciptakan destinasi wisata global yang terletak di wilayah garis equator yang beriklim panas, dengan waktu "aktif" masyarakat di malam hari menjadi penting dalam beraktivitas. Dampaknya, peran masyarakat yang aktif di malam hari menjadi berpotensi untuk menunjang kegiatan ekonomi. Sehingga infrastruktur pencahayaan di Singapura menjadi poin penting dalam mempromosikan potensi *marketing* dan pengalaman malam hari atau *nightlife experience*.

Umumnya pencahayaan di daerah perkotaan menjadi sangat penting bagi sebagian besar kegiatan malam hari di seluruh destinasi wisata. Dalam menciptakan pengalaman malam hari, pencahayaan dapat menjadi sebuah identitas sebuah *nightscape* baik melalui kemampuan cahaya untuk penglihatan, keamanan, *highlight* atau untuk menarik perhatian ke suatu titik pertunjukkan.

Pengetahuan persepsi mengenai interaksi wisatawan terhadap rancangan pencahayaan menjadi penting dalam menentukan kesuksesan perancangan. Kini, implementasi pencahayaan menjadi kontributor penting dalam hal hiburan dan estetika. Semakin lama wisatawan yang singgah dalam suatu destinasi wisata maka, akan lebih banyak juga laba yang akan didapat dalam sektor ekonomi barang dan jasa.

Pengalaman wisata yang baik dapat dicapai melalui persepsi indera penglihatan manusia untuk direkam ke dalam ingatan yang tidak terlupakan. Sehingga dibutuhkan pemahaman yang baik terhadap persepsi pencahayaan terkait industri

pariwisata malam untuk menghasilkan rancangan pengalaman wisata terbaik. Memahami persepsi psikologis seorang wisatawan terhadap rancangan penchayaan tidak dapat disamakan secara global, karena setiap destinasi wisata pasti memiliki ciri khas dan cerita tersendiri.