

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN MAL DI KOTA SALATIGA, JAWA TENGAH
DENGAN PENDEKATAN PLACEMAKING



DISUSUN OLEH:
DEVINA ADYA PUTRI
61.17.0158

PROGRAM STUDI ARSITEKTUR
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devina Adya Putri
NIM : 61.17.0158
Program studi : Arsitektur
Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PERANCANGAN MAL DI KOTA SALATIGA, JAWA TENGAH DENGAN
PENDEKATAN PLACEMAKING”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 11 Juli 2020

Yang menyatakan


(Devina Adya Putri)

NIM.61.17.0158

**LEMBAR PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR**

Perancangan Mal di Kota Salatiga, Jawa Tengah dengan Pendekatan *Placemaking*

Diajukan kepada Program Studi Arsitektur,
Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana – Yogyakarta,
sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Arsitektur

Disusun oleh:
DEVINA ADYA PUTRI
61.17.0158

Diperiksa di : Yogyakarta
Tanggal : 4 Juli 2022

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



**Dr.-Ing. Gregorius Sri Wuryanto P. U.,
S.T., M.Arch.**



Adimas Kristiadi, S.T., M.Sc.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Arsitektur



Dr.-Ing. Sita Yulastuti Amijaya, S.T., M.Eng.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Perancangan Mal di Kota Salatiga, Jawa Tengah dengan Pendekatan *Placemaking*

Nama Mahasiswa : **DEVINA ADYA PUTRI**

NIM : **61.17.0158**

Matakuliah : Tugas Akhir Kode : DA8888

Semester : GENAP Tahun Akademik : 2021/2022

Fakultas : Fakultas Arsitektur dan Desain Prodi : Arsitektur

Universitas : Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana – Yogyakarta
dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Arsitektur pada tanggal : 4 Juli 2022

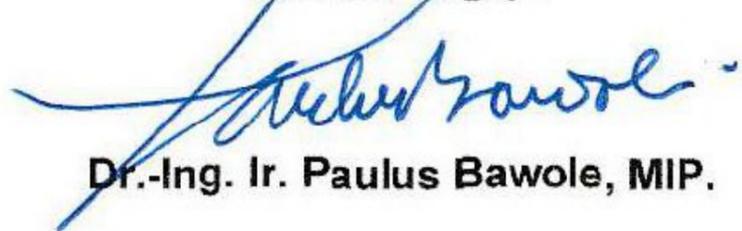
Yogyakarta, 11 Juli 2022

Dosen Pembimbing I



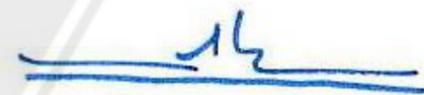
Dr.-Ing. Gregorius Sri Wuryanto, P. U., S.T., M.Arch.

Dosen Penguji I



Dr.-Ing. Ir. Paulus Bawole, MIP.

Dosen Pembimbing II



Adimas Kristiadi, S.T., M.Sc.

Dosen Penguji II



Yordan Kristanto Dewangga, S.T., M.Ars.

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwas skripsi:

Perancangan Mal di Kota Salatiga, Jawa Tengah dengan Pendekatan *Placemaking*

adalah benar-benar hasil karya sendiri.

Pernyataan, ide, maupun kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada catatan kaki dan Daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan duplikasi atau plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Juli 2022



DEVINA ADYA PUTRI
61.17.0158

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, berkat anugerah dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul “**Perancangan Mal di Kota Salatiga, Jawa Tengah dengan Pendekatan *Placemaking***” dengan baik. Hasil tugas akhir ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Arsitektur di Universitas Kristen Duta Wacana.

Selama penyusunan tugas akhir, baik tahap kolokium, grafis, hingga studio, banyak hambatan maupun tantangan yang dihadapi penulis. Oleh karenanya, penulis menyadari bahwa karena adanya doa, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, segala proses tugas akhir ini dapat dilalui dengan baik. Pada kesempatan kali ini, izinkan penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan segala kekuatan, hikmat, kecakapan, dan kemurahan-Nya kepada penulis.
2. Kepada keluarga, khususnya orang tua dan adik terkasih, yang senantiasa memberikan dukungan baik material maupun kekuatan, nasihat, cinta dan doa yang tidak dapat dibalas penulis.
3. Bapak Dr.-Ing. Gregorius Sri Wuryanto, P. U., S.T., M.Arch. dan Bapak Adimas Kristiadi, S.T., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memberi masukan serta tambahan pengetahuan selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
4. Bapak Dr.-Ing. Ir. Paulus Bawole, MIP., Bapak Christian Nindyaputr Octarino, S.T., M.Sc., dan Bapak Yordan Kristanto Dewangga, S.T., M.Ars. selaku dosen penguji grafis dan studio yang telah memberi saran dan kritikan yang bermanfaat.
5. Ibu Tutun Seliari, S.T., M.Sc. dan Ibu Stefani Natalia Sabatini, S.T., M.T. selaku dosen wali studi yang selalu mendukung serta yang telah membantu selama proses kolokium.
6. Bapak/Ibu dosen UKDW yang telah berdedikasi mengajar, membimbing, dan membagikan ilmu dan pengalamannya.
7. Sahabat terkasih Berlianti Netanya, Clemulian E. Makienggung, Dewiyanti S. Ngamelubun, dan Helensia Irawan yang telah memotivasi, mendukung, mendoakan, serta menjadi rekan sekerja dan seperjuangan dari awal kuliah.
8. Sahabat, teman-teman, serta rekan-rekan Arsitektur 2017 yang telah mendukung dan membantu dalam seluruh proses perkuliahan.
9. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, baik yang telah memberikan doa, dukungan, serta kontribusi dalam segala bentuk, kiranya selalu diberkati dan dilancarkan dalam setiap keputusan dan usahanya.

Akhir kata, penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karenanya, penulis menerima segala bentuk saran dan kritikan yang membangun untuk kedepannya. Semoga hasil tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 11 Juli 2022



Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i		
LEMBAR PERSETUJUAN	ii	BAB IV. PROGRAMMING	23
LEMBAR PENGESAHAN	iii	IDENTIFIKASI FUNGSI, PENGGUNA, DAN ZONA....	24
PERNYATAAN KEASLIAN	iv	PERHITINGAN RUANG TERBANGUN.....	25
KATA PENGANTAR	v	POLA AKTIVITAS DAN KEBUTUHAN RUANG.....	26
DAFTAR ISI	vi	KEBUTUHAN BESARAN RUANG.....	28
ABSTRAK	vii	HUBUNGAN ANTAR FUNGSI RUANG.....	29
		IDENTIFIKASI TIPE RUANG SEWA.....	31
BAB I. PENDAHULUAN	1	BAB V. KONSEP DESAIN	32
LATAR BELAKANG.....	2	TRANSFORMASI KAWASAN.....	33
FENOMENA.....	3	KONSEP BENTUK MASSA.....	34
PENDEKATAN PERMASALAHAN.....	4	KONSEP ZONASI DAN SIRKULASI.....	35
RUMUSAN MASALAH.....	4	KONSEP SEQUENCE DAN SERIAL VISION.....	37
METODE.....	4	DAFTAR PUSTAKA	40
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5	LAMPIRAN	41
STUDI LITERATUR.....	6	APLIKASI KONSEP DESAIN	
STUDI PRESEDEN.....	11	GAMBAR KERJA	
BAB III. TINJAUAN SITE	15	POSTER	
PEDOMAN PEMILIHAN SITE.....	16	LEMBAR KONSULTASI	
PROFIL SITE TERPILIH.....	17		
ANALISIS SITE.....	18		

PERANCANGAN MAL DI KOTA SALATIGA, JAWA TENGAH DENGAN PENDEKATAN PLACEMAKING

Devina Adya Putri¹

1. Prodi Arsitektur, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Kristen Duta Wacana
Jl. Dr Wahidin Sudirohusodo No. 5-25, Kota Baru, Gondokusuman, Kota Yogyakarta,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55224.
Email: devina.adya.putri@gmail.com

ABSTRAK

“Perancangan Mal di Kota Salatiga, Jawa Tengah dengan Pendekatan Placemaking” merupakan proses desain untuk memwadahi kegiatan masyarakat untuk berekreasi, bersantai, dan berinteraksi, sekaligus memenuhi upaya masyarakat dalam meningkatkan gaya hidupnya, menanggapi belum adanya fungsi ruang serupa di Kota Salatiga ditengah pergeseran pertumbuhan pola konsumsi masyarakat ke arah leisure economy. Dalam perkembangannya, masyarakat saat ini menginginkan beragam aktivitas dan pengalaman yang ditawarkan pada ruang mal, sehingga mal-mal konvensional saat ini mulai mengalami penurunan pengunjung. Dalam menjawab tuntutan ruang tersebut, implementasi aspek-aspek placemaking ke dalam desain bentuk dan ruang arsitektur mal menjadi strategi pendekatan perancangan mal ini. Salah satu fokus pendekatan ini yakni mengupayakan ruang void atau ruang antara di dalam bangunan menjadi satu entitas yang memiliki karakter dan pengalaman ruang tersendiri bagi penggunanya, sehingga mendesain ruang void berupa atrium dan koridor yang merupakan elemen pembentuk mal ini menjadi sama pentingnya dengan desain bangunan mal ini sendiri, terlebih ruang atrium ini akan menjadi salah satu titik temu berbagai aktivitas dan interaksi sosial di Kota Salatiga sekaligus jantung dari mal ini. Selanjutnya, strategi permainan serial vision dan sequence ruang yang didapati pengunjung ketika bersirkulasi pada ruang-ruang mal diharapkan mampu menciptakan karakter mal yang atraktif dan rekreatif serta memberi pengalaman ruang yang kaya dan berkesan bagi pengunjung. Harapannya, strategi desain ini mampu mengakomodasi serta mengintegrasikan aktivitas ekonomi, rekreasi, dan sosial yang dinamis bagi masyarakat Kota Salatiga dalam satu ruang lingkup. sehingga fungsi ruang mal ini diharapkan dapat menjadi peluang fungsi ruang baru di Kota Salatiga.

Kata kunci: mal, *placemaking*, *leisure*, *sequence*, ruang publik, Kota Salatiga

BAB I

PENDAHULUAN



LATAR
BELAKANG



FENOMENA



PENDEKATAN
PERMASALAHAN



PENDEKATAN
IDE SOLUSI



RUMUSAN
MASALAHAN



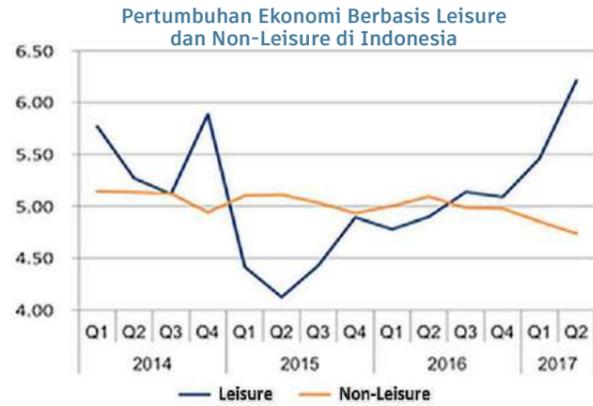
METODE

Latar Belakang

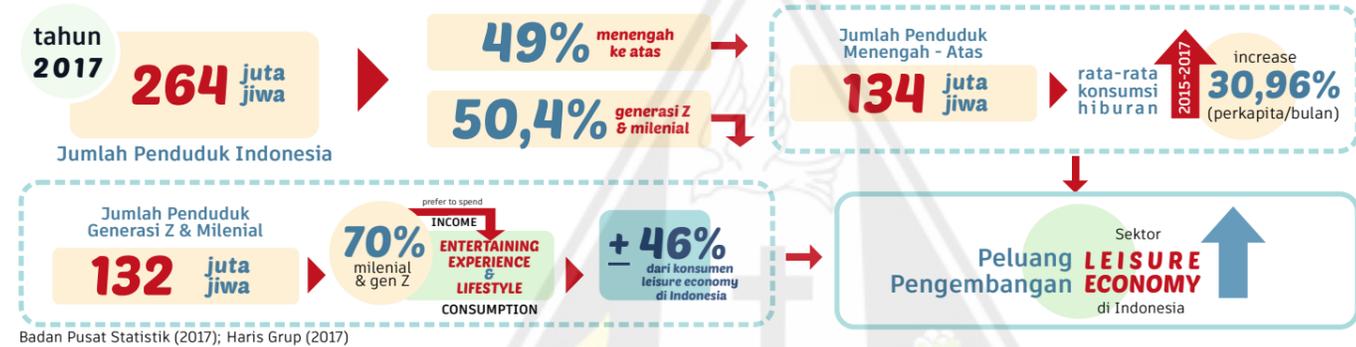
Kebutuhan Rekreasi dan Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Meningkat



Hampir seluruh negara di dunia, termasuk Indonesia tengah mengalami **pergeseran pola konsumsi** ke arah **leisure economy**. Kebutuhan pemenuhan akan hiburan dan gaya hidup masyarakat khususnya **kalangan menengah-atas** meningkat secara signifikan beberapa tahun terakhir ini. Grafik menunjukkan bahwa sejak tahun 2015 mulai terlihat peningkatan yang sangat cepat pada pertumbuhan pengeluaran rumah tangga ke arah **"experience-based consumption"** (konsumsi berbasis pengalaman). Kelompok kelahiran **milenial** (1981-1996) menjadi konsumen dominan di Indonesia ($\pm 46\%$) dan disusul **generasi Z**, menjadi penggerak ekonomi yang lebih royal dalam konsumsi kebutuhan yang bersifat **"lifestyle"** dan **"experience"** (Nielsen, 2015). **Tren ini diprediksi akan terus meningkat** diiringi kelompok masyarakat menengah yang terus bertambah setiap tahunnya, sehingga ada **potensi besar** dalam pengembangan bidang leisure economy.



Badan Pusat Statistik (BPS), 2017



Badan Pusat Statistik (2017); Haris Grup (2017)

Potensi Pengembangan Sektor Berbasis Leisure Economy di Kota Salatiga

Berdasarkan data dari badan Pusat Statistik Kota Salatiga, persentase keluarga sejahtera di Salatiga terhitung dominan dibanding keluarga pra sejahtera. Sementara generasi Z dan generasi milenial yang merupakan konsumen dominan sektor **leisure economy**, menjadi kelompok yang mendominasi hampir setengah dari kependudukan di Kota Salatiga. Ada potensi pasar yang cukup besar untuk pengembangan sektor leisure economy di Kota Salatiga.



Rekreasi dan Gaya Hidup sebagai Kebutuhan Penunjang & Pelengkap Manusia

Leisure economy didorong oleh sifat manusia ketika kebutuhan dasar atau yang dianggap penting sudah dapat terpenuhi maka akan melakukan usaha pemenuhan kebutuhan lainnya. Ketika ada peningkatan pertumbuhan pendapatan masyarakat, maka, tingkat konsumsi pada prioritas sekunder dan tersier akan turut mengalami peningkatan.

*Klasifikasi bersifat relatif antara manusia satu dengan lainnya dapat berbeda karena berbagai faktor & latar belakang

Kebutuhan Primer

Kebutuhan dasar yang harus dipenuhi manusia untuk melanjutkan keberlangsungan hidupnya secara layak.

Contoh:

- Makanan
- Tempat tinggal
- Pakaian

Kebutuhan Sekunder

Kebutuhan penunjang hidup agar dapat menjalankan kehidupan yang lebih baik maupun lebih bahagia.

Contoh:

- Akses kesehatan
- Akses pendidikan
- Akses hiburan

Kebutuhan Tersier

Kebutuhan pelengkap yang berkaitan dengan usaha meningkatkan harga diri atau kesenangan pribadi.

Contoh:

- Social media
- Barang bermerek
- Lifestyle

Sumber: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Fungsi Ruang Rekreasi dan Hiburan



Jumlah Daya Tarik Wisata, Desa Wisata, dan Wisatawan Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2019

NO	KAB/KOTA	DAYA TARIK WISATA					JUMLAH DESA WISATA	Jumlah DTW & DESA WISATA	Nusantara	Manca		
		Alam	Budaya	Buatan	Minat Khusus	Lain-Lain						
1	Banjarnegara	6	2	7	3	2	20	1	21	1,453,256	5,148	
2	Banyumas	14	1	7			12	34	1	35	3,943,574	92
3	Batang	15	6	17			38	38	38	1,596,122	472	
4	Bloro	3	7	14			2	26		26	356,442	-
5	Boyolali	18	11	24			53	53	53	407,236	217	
6	Brebes	10	5	5	1		16	1	17	652,654	90	
7	Cilacap	17	4	4			25	25	25	401,299	-	
8	Demak	2	2	1			5	5	5	1,846,711	828	
9	Grobogan	8	5	5			2	20	20	619,438	28	
10	Jepara	20	11	4	1	1	37	3	40	2,752,131	33,345	
11	Karanganyar	11	3	5			19	19	19	831,066	6,014	
12	Kebumen	16		5	1		22	9	31	2,162,719	-	
13	Kendal	8	6	11	1	12	38	2	40	1,074,384	438	
14	Klaten	10	6	5			4	25	2	27	3,476,247	171,353
15	Kudus	5	18	6			29	10	39	1,932,125	15	
16	Magelang Kab.	24	16	15	8	4	67	1	68	4,795,306	357,695	
17	Magelang Kota	1	7	2	1	1	12		12	1,293,316	8,713	
18	Pati	10	4	2			9	25	1	26	1,682,494	6
19	Pekalongan Kab.	13		5	9	4	31	1	32	1,135,824	13	
20	Pekalongan Kota	3		3			1	7	7	212,986	354	
21	Pemalang	5	1	5			11	6	17	504,619	-	
22	Purbalingga	4	2	13			19	28	47	3,293,249	149	
23	Purworejo	16	2	7	4	14	43	9	52	1,438,005	298	
24	Rembang	13	5	2			1	21	21	915,780	251	
25	Salatiga	1	1	3			5	5	5	127,943	9	
26	Semarang Kab.	5	5	27	7		44	44	44	3,455,075	5,963	
27	Semarang Kota	5	9	8	1	11	34		34	7,150,343	81,999	
28	Sragen	3	7	10	21	2	43	7	50	261,972	1,121	
29	Sukoharjo	1	1	2			4		4	304,624	-	
30	Surakarta	1	9	13	1		24		24	3,549,504	13,047	
31	Tegal Kab.	2		2			4		4	1,100,997	2,720	
32	Tegal Kota	1		1			2		4	580,932	-	
33	Temanggung	3	2	4			4	13	13	702,881	255	
34	Wonogiri	6		1			1	8	9	474,292	10	
35	Wonosobo	4		4			8		8	1,415,317	1,056	
Tahun 2019		284	153	249	59	89	834	83	917	57,900,863	691,699	



Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, 2019

Ruang Rekreasi dan Gaya Hidup Kota Salatiga

Wisata Budaya	Wisata Buatan	Wisata Buatan
Prasasti Plumpungan Tema wisata: • sejarah & budaya Motivasi kunjungan: • cultural motivation Target pengunjung: • pelajar & umum Jumlah kunjungan 2019: • 822 kunjungan	Atlantic Dreamland Tema wisata: • Wahana rekreasi anak Motivasi kunjungan: • fisik & psikologi Target pengunjung: • anak-anak & keluarga Jumlah kunjungan 2019: • 14.615 kunjungan	Pemandian Kalitaman Tema wisata: • kolam renang Motivasi kunjungan: • fisik & psikologi Target pengunjung: • umum Jumlah kunjungan 2019: • 112.515 kunjungan
Desa Wisata Tingkir Lor Tema wisata: • Belanja & budaya lokal Motivasi kunjungan: • cultural motivation Target pengunjung: • komunitas & umum Jumlah kunjungan 2019: • tidak tercatat	Agrowisata Salatiga Tema wisata: • Penginapan & Agrowisata Motivasi kunjungan: • fisik & psikologi Target pengunjung: • luar kota & umum Jumlah kunjungan 2019: • tidak tercatat	Objek rekreasi eksisting cultural, physical, physiological experience NON-ENTERTAINMENT & NON-LIFESTYLE EXPERIENCE tidak sesuai tren pola konsumsi masyarakat mangsa pasar kurang sesuai dengan target konsumen terbesar (generasi Z, milenial, atau kalangan menengah ke atas)

Sementara rata-rata kunjungan di Jawa Tengah mengalami peningkatan. Jumlah kunjungan di kota Salatiga pada tempat rekreasi wisata justru mengalami penurunan dari tahun 2017-2019.



● Tidak hanya minim tempat wisata,

Salatiga minim akan



Fenomena

Fenomena di Luar Negeri

Sumber: Bloch, Ridway, dan Nelson (1991)



MASYARAKAT MENGHABISKAN WAKTU



Masyarakat menghabiskan waktu di mal paling banyak daripada tempat lain setelah rumah dan kantor.



Traditional Recreation

Bagi sebagian orang, berbelanja atau berjalan-jalan di mal merupakan suatu aktivitas tersendiri yang dapat memberi pengalaman dan perasaan menyenangkan sekaligus kepuasan tertentu yang sama mereka dapatkan ketika berekreasi. Sehingga berbelanja dan jalan-jalan sendiri dianggap sebagai suatu wujud rekreasi tradisional pada mal.

Ramayana Investasi Rp 150 Miliar untuk Ubah Gerai Jadi Mal Lifestyle
Gerai Ramayana akan memiliki konsep baru penggabungan bisnis retail, hiburan, dan makanan-minuman.

Kini Tren Kunjungan Mal Bergeser Tak Lagi Hanya untuk Belanja
Selasa, 26 Februari 2019 11:14 Editor: Catur Waskito Edy

Tuntutan Generasi Milenial Paksa Kreativitas Mall
Mall harus kreatif untuk menarik konsumen milenial.

Blurring the lines between retail and leisure: OOH in the shopping malls of the future
With the rise of online shopping, consumers increasingly expect engaging experiences from malls of the future, seeking destinations encompassing leisure and entertainment. Out-of-Home (OOH) in malls provides brands with an opportunity to influence consumers within this holistic shopping experience.

Mal menjadi Tren Ruang Pemenuhan Leisure Activity yang diminati Masyarakat

Fenomena di Indonesia

Sumber: Stefanus Ridwan, Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (2019)



Pergeseran Konsep Mal dan Retail

“Saat ini masyarakat pergi ke mal untuk *leisure*, yang terpenting pengunjung mendapatkan *experience* atau tidak saat berkunjung ke mal. Jadi mengubah mal semakin unik yang saya lihat trennya naik. Kalau tidak mau berubah pasti turun.” Stefanus Ridwan, Ketua Umum APPBI



Perkembangan Lifestyle di Indonesia

Menurut data liputan6.com(2019), tren masyarakat Indonesia pada tahun 2020 berkembang dan mengarah ke beberapa poin berikut.



Pentingnya Peran Konsumen

PENTINGNYA PERAN & KETERLIBATAN KONSUMEN PADA KEBERLANGSUNGAN FUNGSI MAL

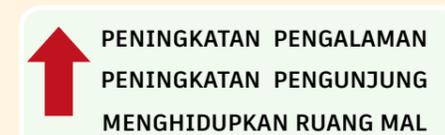


MENGETAHUI TREN PASAR MINAT & KEBUTUHAN PELAKU EKONOMI

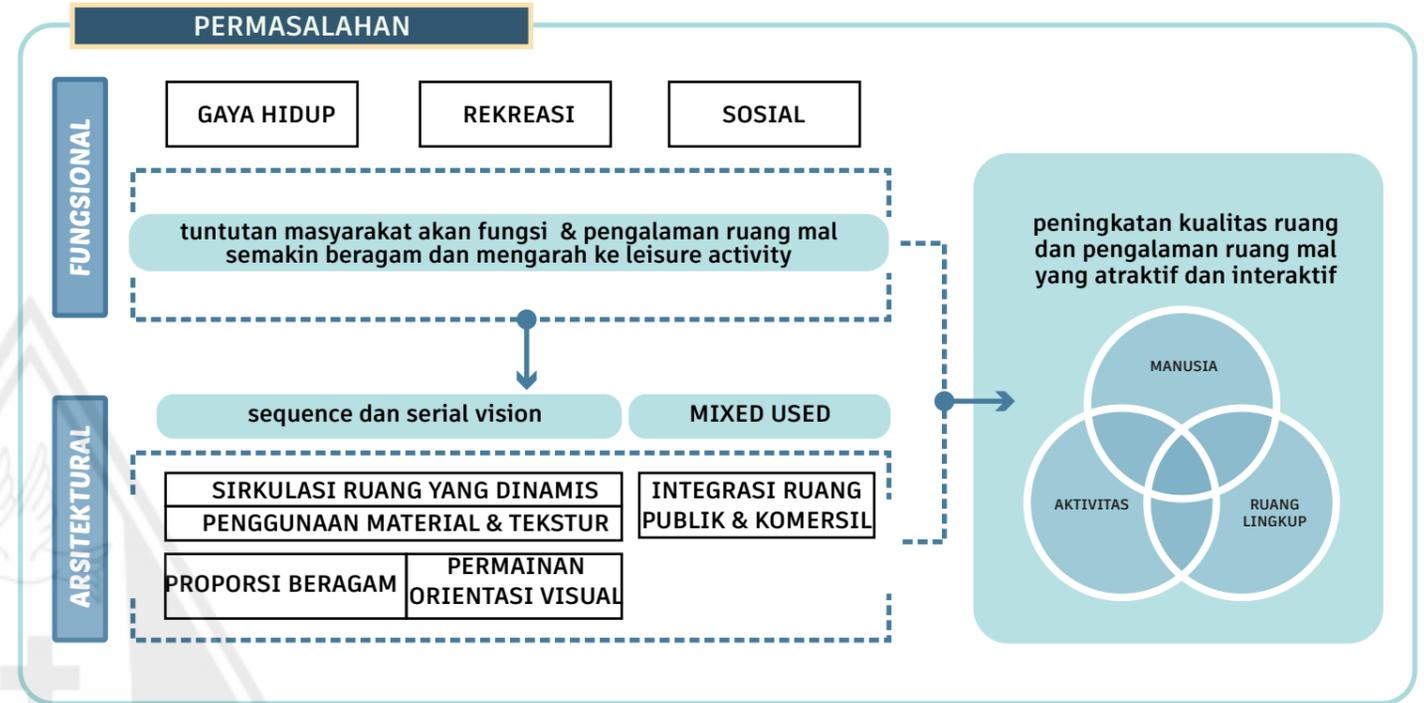
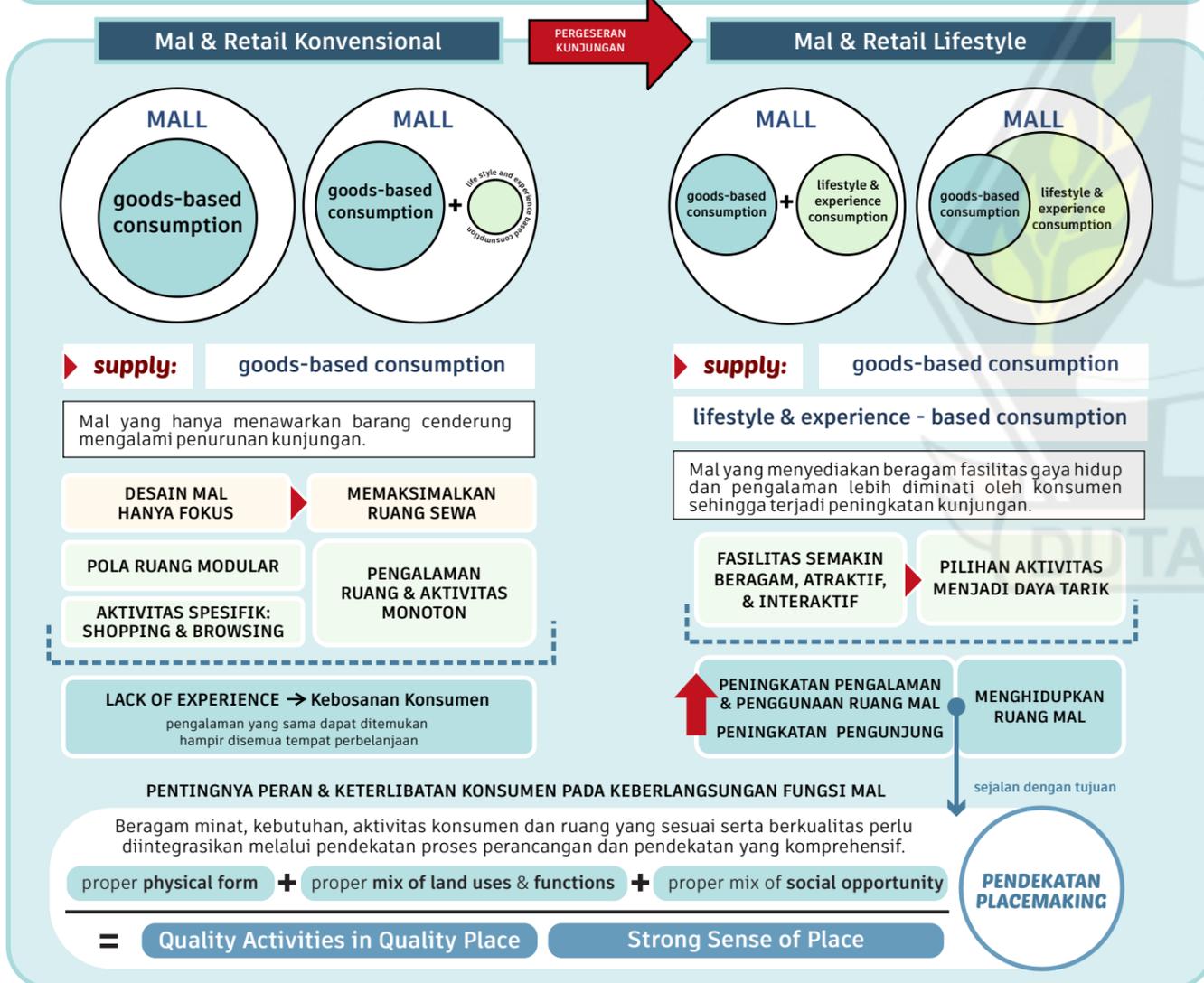
PLACEMAKING

PENDEKATAN UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPATORI PENGGUNA TERHADAP LINGKUNGAN BINAANNYA

Serangkain proses usaha menciptakan dan meningkatkan kualitas sosial, infrastruktur, dan ekonomi suatu tempat yang lebih baik untuk hidup, bekerja, bermain, dan belajar. (Steuteville, 2014)



Pendekatan Solusi

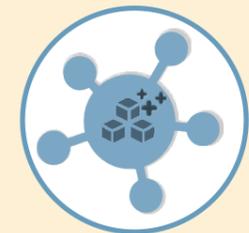


Rumusan Masalah

Bagaimana menerjemahkan minat dan kebutuhan konsumen leisure economy melalui aspek-aspek placemaking ke dalam desain bentuk dan ruang arsitektur mal sebagai ruang publik yang mampu mengakomodasi serta mengintegrasikan fungsi ekonomi, rekreasi, dan sosial yang dinamis bagi masyarakat Kota Salatiga



Pendekatan



PLACEMAKING

Metode Pengumpulan Data

PRIMER



- Survey & Observasi Lapangan**
- Potensi alternatif site
 - Kondisi eksisting di lapangan
 - Kecocokan site sebagai lokasi mal



- Dokumentasi**
- Catatan dan sketsa
 - Pengambilan foto.



SEKUNDER

- Data Statistik Sektoral Kota Salatiga Semester 1 Tahun 2020.
- Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Salatiga Tahun 2010-2030.
- Peta administratif dan peta rencana pola ruang Kota Salatiga.
- Literatur buku, jurnal ilmiah, dan internet.

- ArchDaily. (2021). UniFun Tianfu Chengdu / CLOU Architects. Online. Diakses 22 Februari 2021 pukul 16.52 WIB dari <https://www.archdaily.com/957486/unifun-tianfu-chengdu-clou-architects>.
- ArchDaily. (2015). Dilli Haat / Archohm. Online. Diakses 18 Februari 2021 pukul 21.07 WIB dari <https://www.archdaily.com/777641/dilli-haat-archohm-consults>.
- Beddington, N. (1982). Design for Shopping Centers. London: Butterworth Scientific.
- Climate-Data.org. (2021). Salatiga Climate, Indonesia. Online, diakses pada 8 Maret 2021 <https://en.climate-data.org/asia/indonesia/central-java/salatiga-976296/>
- Darlow, Clive. (1972). Enclosed Shopping Mal. Architectural Press, London.
- De Chiara, Joseph dan Callender, John. (1983). Time Saver Standards for Building Types 2nd Edition. Singapura: Singapore National Printers Ltd.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia – Daring. Online. [https://kbbi.kemdikbud.go.id/ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa](https://kbbi.kemdikbud.go.id/Badan_Pengembangan_dan_Pembinaan_Bahasa).
- Kiriri, Peter N. (2019). The Role Of Anchor Tenant In Driving Traffic In A Shopping Mall: The Case Of Nakumatt Exit From Three Shopping Malls In Nairobi. Journal Of Language, Technology & Entrepreneurship In Africa Vol. 10 (pg.151). Africa: United States international University.
- Lambert, Jean. (2006). One Step Closer to a Pan-European Shopping Center Standard. Dalam Research Review, Vol. 13, No. 2. Online. https://www.icsc.com/uploads/research/general/euro_standard_only.pdf diakses pada 14 Maret 2021 pukul 19.42 WIB.
- Marlina, Endy. (2008). Panduan Perancangan Bangunan Komersial. Yogyakarta: Andy.
- Neufert, Ernest. (1996). Data Arsitek. Jilid 1, Edisi 33. Alih bahasa, Sunarto Tjahjadi. Jakarta: Erlangga.
- Neufert, Ernest. (2002). Data Arsitek. Jilid 2, Edisi 33. Alih bahasa, Sunarto Tjahjadi dan Ferryanto Chaidir. Jakarta: Erlangga.
- Panero, Julius dan Zelnik, Martin. (2003). Dimensi Manusia dan Ruang Interior. Alih bahasa, Djoeliana Kurniawan. Jakarta: Erlangga.
- Pemerintah Kota Semarang. (2019). Buku Pariwisata Jawa Tengah dalam Angka. Semarang: Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah.
- Pemerintah Kota Salatiga. (2020). Buku Data Statistik Sektor Kota Salatiga Semester 1 Tahun 2020. Salatiga: Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Salatiga.
- Prihutami, Deazaskia. (2008). Ruang Publik Kota yang Berhasil. Depok: Fakultas Teknik Universitas Indonesia.
- Project for Public Space, Inc. (2018). Placemaking - What if We Built Our Cities Around Places?. Online. <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking> diakses pada 22 Februari 2021 pukul 20.25 WIB.
- Steuteville, Robert. (2014). Four Types of Placemaking. CNU Journal. Online. <https://www.cnu.org/publicsquare/four-types-placemaking> diakses pada 14 April 2021 pukul 10.00 WIB.
- Urban Land Institute. (1987). Mixed-use Development Handbook. Washington D.C: The Community Builder Handbook Series.
- Walikota Salatiga. (2011). Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Salatiga Tahun 2010-2030. Peraturan Daerah Kota Salatiga (Nomor 4 Tahun 2011). Salatiga.
- Wijaya, Bayu dan Atmanti, Dwi Hastarini. (2006). Analisis Pengembangan Wilayah dan Sektor Potensial Guna Mendorong Pembangunan di Kota Salatiga. Jurnal Dinamika Pembangunan (JDP), Volume 3 (Nomor 2). Semarang.
- Wyckoff, Mark A. (2014). Definition of Placemaking: Four Different Types. Michigan: MSU Land Policy Institute.