



BAB I
PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat cenderung mencari ruang yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan dan gaya hidupnya, mulai dari kuliner, belanja, olahraga, hingga aktivitas sosial lainnya. Seiring meningkatnya mobilitas dan padatnya aktivitas, efisiensi waktu serta kenyamanan menjadi pertimbangan utama dalam memilih ruang. Kondisi ini melahirkan kebutuhan akan adanya ruang multifungsi, di mana berbagai aktivitas dapat terfasilitasi dalam satu lokasi yang mudah dijangkau. Kebutuhan tersebut idealnya dapat dijawab oleh ruang publik terbuka atau fasilitas bersama lainnya. Situasi ini kemudian mendorong hadirnya bentuk ruang lain yang mengambil alih fungsi serupa, yaitu ruang komersial, yang dalam perkembangannya tidak hanya berfungsi sebagai wadah ekonomi, tetapi juga sebagai sarana interaksi sosial dan rekreasi (Kim, 2017). Salah satu bentuk dari ruang komersial yang biasa dikenal adalah mal, meskipun secara fungsi masih banyak yang berfokus terutama pada kegiatan belanja dalam ruang tertutup.

Seiring berkembangnya gaya hidup masyarakat dalam hampir satu dekade terakhir, pola kunjungan ke mal sebagai pusat perbelanjaan mulai menunjukkan perubahan. Pada tahun 2025, Menteri Perdagangan Budi Santoso mengatakan bahwa sebagian mal atau ritel mengalami penurunan kunjungan karena masih berfokus pada penjualan produk tanpa mengembangkan pengalaman ruang yang menarik, sehingga mengindikasikan adanya pergeseran preferensi masyarakat. Pergeseran ini tidak hanya mencerminkan perubahan pola konsumsi, tetapi juga meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya ruang hidup yang lebih sehat. Hal tersebut tampak dari kecenderungan masyarakat memilih ruang yang menghadirkan suasana terbuka, alami, restoratif (Cheng & Marzuki, 2023). Bentuknya dapat dijumpai dalam ruang hijau publik (Erlangga, 2025), maupun konsep kuliner *outdoor* (Bunga, 2025) yang bukan hanya memfasilitasi berbagai kegiatan dan interaksi sosial, tetapi juga menjadi pelarian dari hiruk-pikuk kota.

Laporan industri mencatat lonjakan tren *alfresco dining* di Indonesia sebagai refleksi meningkatnya minat pada pengalaman ruang luar yang hijau dan santai (Syarifah, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa elemen alam dan desain berbasis lingkungan (*eco-natural environments*) mampu secara signifikan meningkatkan niat pengunjung untuk datang kembali (Cheng & Marzuki, 2023). Sejalan dengan hal tersebut, McNeil Engineering (2024) menegaskan bahwa banyak mal kini mulai direvitalisasi menjadi pusat *open-air retail* yang lebih berkelanjutan, dengan keunggulan berupa biaya operasional lebih rendah, visibilitas tenant lebih tinggi, serta pengalaman belanja yang lebih nyaman dan ramah komunitas. Preseden seperti The Breeze BSD City menunjukkan bagaimana mal dapat dikembangkan dengan konsep ruang terbuka tanpa meninggalkan fungsi awalnya (Putri & Refranisa, 2024). Berdasarkan ulasan Google, mal ini memiliki rating 4,7 dari 5 dengan total 15.798 ulasan, menandakan tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi. Banyak komentar menyoroti kenyamanan area terbuka, suasana santai, dan pilihan kuliner yang beragam, dengan kata-kata seperti “enak untuk bersantai”, “cocok untuk hangout keluarga”, serta “tempat makanannya enak dan nyaman”. Beberapa pengunjung juga memuji desain arsitekturnya yang modern dan ruang hijau yang menyegarkan. Meski begitu, tetap ada beberapa komentar negatif yang muncul, tetapi secara keseluruhan, pengalaman positif jauh lebih dominan dibandingkan keluhan minor tersebut. The Breeze BSD City dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk *lifestyle center* dengan konsep “*mall without walls*” yang berhasil menggabungkan fungsi berbelanja, bersantap, berekreasi, dan bersosialisasi dalam nuansa ruang terbuka.



Gambar 1.1
The Breeze BSD City
Sumber: asianbusinessreview.com



Gambar 1.2 Google Reviews
The Breeze BSD City
Sumber: Ilustrasi Pribadi, 2025

Sebagai respon terhadap dinamika perubahan pola konsumsi masyarakat urban, arah pengembangan sektor ritel di Jakarta menunjukkan pergeseran yang cukup signifikan. Laporan Colliers Quarterly Jakarta Retail Q2 2025 menunjukkan bahwa lanskap ritel di Jakarta kini bergeser dari ekspansi fisik menuju peningkatan kualitas pengalaman ruang. Data Colliers juga mencatat bahwa permintaan ruang ritel didominasi oleh sektor F&B serta hiburan yang terus tumbuh pascapandemi, di mana kehadiran merek internasional seperti Burger & Lobster, Chagee, dan Nickelodeon Playtime menjadi indikator kuat pergeseran perilaku konsumen menuju ruang yang bersifat rekreatif dan sosial. Pada saat yang sama, tingkat mal kelas premium di Jakarta mencapai 88,7%, jauh di atas mal kelas menengah bawah yang hanya berada di kisaran 50–60%, menegaskan bahwa pasar kini lebih tertarik pada destinasi yang menawarkan nilai pengalaman dan kualitas ruang. Kondisi juga ini disertai meningkatnya potensi kawasan suburban di sekitar Jakarta yang memperlihatkan peluang besar bagi pengembangan *lifestyle center*.

Tabel 1.1 Average Occupancy Rate (YoY)

Mall Grade	Jakarta Q2 2024	Jakarta Q1 2025	Jakarta Q2 2025	Greater Jakarta Q2 2024	Greater Jakarta Q1 2025	Greater Jakarta Q2 2025
Premium	86.90%	88.40%	88.70%	N/A	N/A	N/A
Middle-Upper	87.70%	88.30%	88.60%	71.90%	77.90%	78.00%
Middle	69.50%	68.40%	68.30%	71.70%	70.00%	69.80%
Middle-Lower	50.90%	49.80%	47.80%	62.30%	62.30%	59.60%

Sumber : Colliers, 2025

Sebagai bagian dari kawasan metropolitan Jabodetabek, Cibubur yang masih termasuk dalam wilayah Bogor memiliki posisi strategis di antara Jakarta Timur, Bekasi, dan Bogor, yang menjadikannya wilayah dengan tingkat pertumbuhan permukiman dan mobilitas penduduk yang tinggi (Perpres No. 60 Tahun 2020). Daerah ini berkembang pesat sebagai kantong hunian menengah-atas dengan karakter masyarakat yang dinamis, aktif, dan cenderung mencari keseimbangan antara aktivitas kerja, rekreasi, dan sosial. Infrastruktur seperti Tol Jagorawi, LRT Jabodebek, serta koridor Transyogi memperkuat keterhubungan kawasan ini dengan pusat kota, sekaligus membuka peluang munculnya ruang komersial yang lebih adaptif.

Namun demikian, perkembangan ritel di Bogor bagian Cibubur masih belum banyak yang mengimplementasikan massa yang memiliki hubungan kuat dengan ruang terbuka hijau. Melihat kecenderungan tersebut, maka pengembangan *lifestyle center* berpotensi menjadi jawaban terhadap pergeseran preferensi gaya hidup masyarakat urban yang semakin menuntut ruang yang lebih terbuka, alami, dan rekreatif. Selain itu, gagasan ini juga sejalan dengan arah kebijakan dalam RPJPD Kabupaten Bogor yang mendorong pengembangan sektor perdagangan, jasa, dan pariwisata berdaya saing sebagai upaya peningkatan kualitas kehidupan masyarakat perkotaan. Dengan karakter kawasan yang masih memiliki potensi ruang terbuka dan tingkat perkembangan sosial yang dinamis, *lifestyle center* ini tidak hanya relevan secara fungsional, tetapi juga strategis dalam memperkuat identitas sebagai kawasan yang berkelanjutan.

Penerapan pendekatan biofilik dalam perancangannya dapat menjadi elemen penting untuk memperkuat hubungan manusia dengan alam. Pendekatan ini menghadirkan lingkungan yang mendukung kesehatan, interaksi sosial, dan pengalaman terintegrasi dengan ruang luar yang lebih nyaman (Browning et al., 2014). Sejalan dengan *lifestyle center* yang menjadi rujukan karena menggabungkan fungsi berbelanja, bersantap, berekreasi, dan bersosialisasi dalam suasana ruang terbuka yang adaptif terhadap pengguna dan iklim setempat.

1.2 Tujuan dan Sasaran Perancangan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, tujuan perancangan *Lifestyle Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Bogor ini antara lain:

- a. Merancang *lifestyle center* yang mampu berfungsi tidak hanya sebagai pusat perbelanjaan, tetapi juga sebagai ruang sosial, rekreatif, dan komunal bagi masyarakat urban.
- b. Mewujudkan lingkungan *lifestyle center* yang mengintegrasikan pola-pola biofilik untuk menciptakan ruang yang lebih sehat, nyaman, dan menyegarkan.

- c. Menghadirkan tipologi pusat perbelanjaan di Bogor yang lebih adaptif terhadap pergeseran gaya hidup modern dan berkelanjutan bagi lingkungan perkotaan.

Sasaran yang hendak dicapai dari perancangan ini adalah:

- a. Menghadirkan pusat perbelanjaan dengan fungsi utama retail, F&B, hiburan, dan gaya hidup lainnya yang berpadu dengan ruang terbuka hijau.
- b. Menghadirkan tata ruang yang lebih interaktif untuk memperkuat fungsi sosial dan pengalaman pengguna.
- c. Menghadirkan pusat perbelanjaan yang relevan dengan karakter masyarakat melalui pengalaman ruang yang unik.

1.3 Batasan dan Asumsi

Batasan pada perancangan *Lifestyle Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Bogor ini yaitu:

- a. Pengguna utama *lifestyle center* ini adalah masyarakat Bogor dan wisatawan luar kota yang berkunjung ke kawasan tersebut.
- b. *Lifestyle center* dirancang khususnya untuk masyarakat urban menengah atas, tetapi dapat diakses dan dinikmati oleh semua kalangan masyarakat.
- c. Fungsi utama meliputi ritel F&B, hiburan, serta ruang terbuka publik.
- d. Jam operasional direncanakan pada pukul 09.00 – 22.00 WIB setiap hari.
- e. Maksimal pengunjung perharinya adalah 10.000 orang.

Sementara, asumsi pada perancangan *Lifestyle Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Bogor ini meliputi:

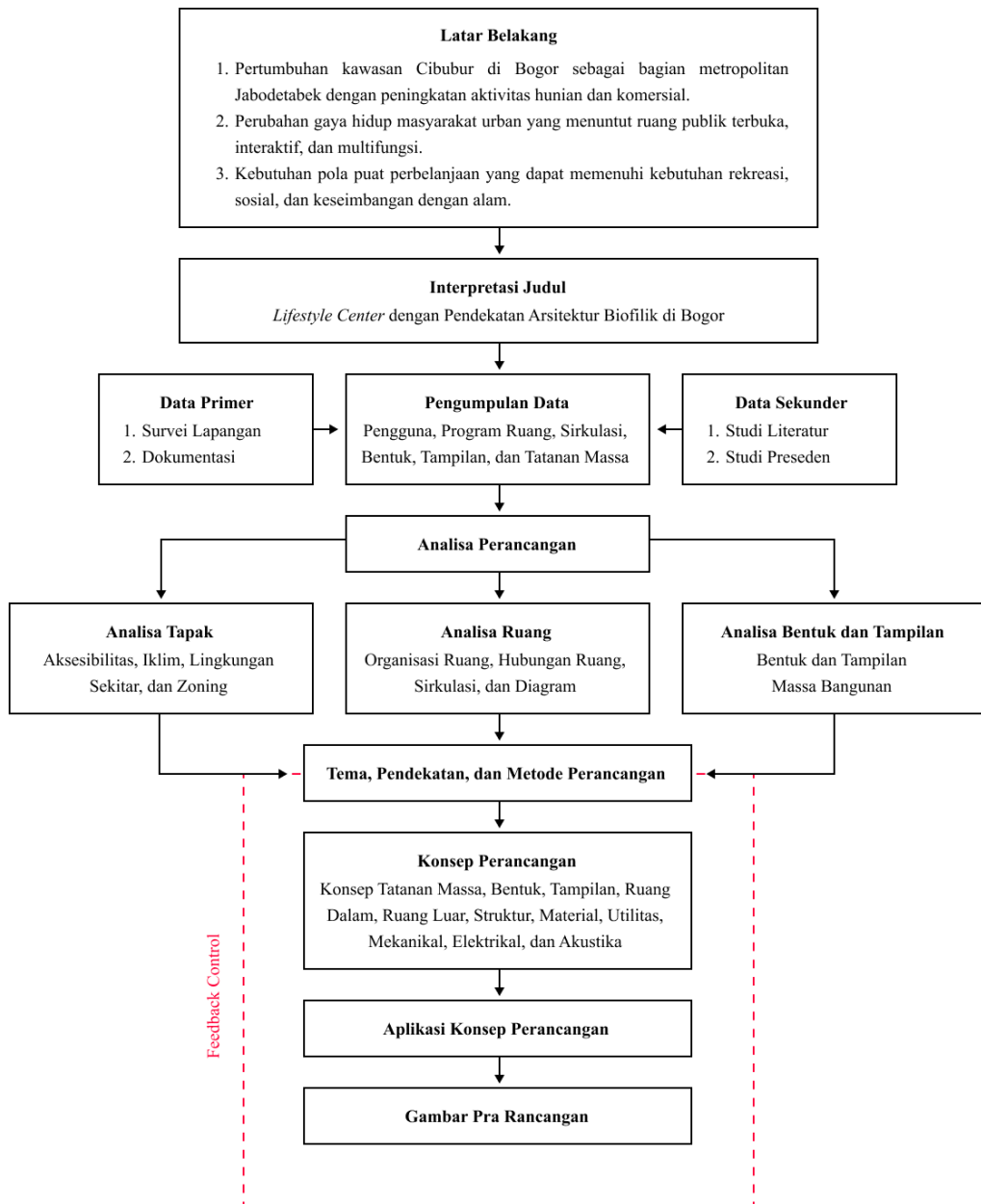
- a. *Lifestyle center* ini akan dikelola oleh pihak swasta sebagai bagian dari investasi properti komersial.
- b. Keberadaan *Lifestyle center* diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan ruang sosial, rekreatif, dan komersial dalam jangka waktu minimal 10 – 15 tahun ke depan.
- c. *Lifestyle center* ini dapat dimanfaatkan sebagai aktivitas komunitas, serta mendukung kegiatan rekreasi yang lebih sehat.

- d. Penerapan pendekatan biofilik diyakini dapat meningkatkan kenyamanan, memperpanjang durasi kunjungan.

1.4 Tahapan Perancangan

Pada tahapan perancangan *Lifestyle Center* dengan Pendekatan Arsitektur Biofilik di Bogor, disusun serangkaian proses yang menjadi dasar penyusunan laporan perancangan.

1. Tahapan diawali dengan interpretasi terhadap judul untuk memahami arah konseptual, tujuan perancangan, serta relevansinya terhadap konteks kawasan. Selanjutnya, digunakan metode analisis kualitatif guna memperoleh konsep desain melalui pengumpulan data primer (hasil observasi lapangan) dan data sekunder (literatur, jurnal arsitektur, serta referensi daring lainnya yang relevan).
2. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dan disintesis untuk menjadi acuan dalam merumuskan konsep *lifestyle center* yang sesuai dengan konteks tapak dan prinsip pada pendekatan arsitektur biofilik.
3. Hasil riset dan analisis tersebut diolah menggunakan metode perancangan arsitektur, dengan tujuan menghasilkan konsep yang relevan terhadap kebutuhan pengguna, karakter lingkungan, serta arah pengembangan kawasan.
4. Dengan rumusan yang dihasilkan, diharapkan terbentuk kerangka berpikir yang sistematis dan aplikatif, sehingga dapat mendukung proses perancangan dan mempermudah dalam penentuan ide, konsep, serta bentuk rancangan.



Gambar 1.3 Skema Tahapan Perancangan
Sumber: Ilustrasi Pribadi, 2025

1.5 Sistematika Laporan

a. Bab I Pendahuluan

Latar belakang, tujuan dan sasaran, batasan dan asumsi, tahapan perancangan, serta sistematika laporan.

b. Bab II Tinjauan Objek Perancangan

Studi literatur mengenai pusat perbelanjaan, arsitektur biofilik, tren gaya hidup masyarakat, teori pendukung, serta kajian preseden *lifestyle center*.

c. Bab III Tinjauan Lokasi Perancangan

Analisa lokasi di Bogor, kondisi site, aksesibilitas, infrastruktur pendukung, dan potensi kawasan.

d. Bab IV Analisa Perancangan

Analisa site, analisa ruang dan aktivitas, pola sirkulasi, bentuk massa, serta strategi penerapan prinsip biofilik.

e. Bab V Konsep Perancangan

Perumusan konsep desain meliputi massa bangunan, tata ruang, pola biofilik, struktur, material, utilitas, serta strategi desain lainnya.

f. Bab VI Aplikasi Perancangan

Penerapan konsep desain meliputi massa bangunan, tata ruang, pola biofilik, struktur, material, utilitas, serta strategi desain lainnya.