

ABSTRAK

Adrian Tantrajaya (01022190039)

PERANCANGAN AREA KOMERSIAL DAN RUANG PUBLIK PADA KAWASAN CHEONGUNHYOJA-DONG, SEOUL, DENGAN PENDEKATAN “*PLACE IDENTITY*”

(xxii + 72: 46; 3; 56)

Place identity memiliki peran dan dampak yang penting bagi sebuah kawasan pemukiman. *Place identity* berperan penting dalam berbagai aspek seperti, memberikan *sense of belonging* pada suatu tempat, atraksi sebuah tempat, dan bahkan keberlangsungan sebuah tempat. Tanpa adanya *place identity* yang kuat, ikatan seseorang dan keberlangsungan tempat itu akan hilang. Penelitian ini menggunakan sebagian dari kawasan Cheongunhyoja-dong yang terletak di kota Seoul sebagai fokus analisis dan area perancangan. Area yang menjadi bagian perancangan memiliki luas sekitar 150,000 m² dan terletak pada kaki Gunung Inwang. Kawasan Cheongunhyoja-dong merupakan area yang berkontur cukup curam. Permasalahan *place identity* juga mempengaruhi kawasan Cheongunhyoja-dong. Permasalahan ini dapat dilihat dari konstruksi bangunan yang tidak memanfaatkan topografi pada site, tembok-tembok retaining walls yang tinggi memenuhi kawasan Cheongunhyoja-dong. Permasalahan *place identity* juga dapat dilihat dari bangunan yang tidak memiliki ciri khas, dan mirip dengan bangunan lainnya di Seoul. Dampak langsung dari lemahnya *place identity* juga dapat dilihat dari jalanan yang sangat sepi dan populasi yang menurun pada kawasan Cheongunhyoja-dong. Tujuan perancangan pada kawasan Cheongunhyoja-dong akan berfokus pada area komersial dan ruang publik yang dapat meningkatkan *place identity*. Metode penelitian yang akan digunakan adalah kajian literatur mengenai teori *place identity*, serta observasi dan analisis kawasan Cheongunhyoja-dong. Hasil penelitian ini berupa rancangan ruang luar dan dalam pada kawasan komersial dan ruang publik di Cheongunhyoja-dong yang terdiri dari bangunan *tourist center*, *gallery*, *commercial shops*, *café*, dan taman-taman umum. Dengan meningkatkan *place identity* pada rancangan ini diharapkan dapat menghidupkan kembali area Cheongunhyoja-dong. Perancangan ini merupakan hasil kerja sama UPH dengan Soongsil University Korea Selatan yang didukung data dari Seoul Metropolitan Government.

Referensi : 22 (1960-2023).

Kata Kunci : *Place Identity*, Area Komersial, Ruang Publik

ABSTRACT

Adrian Tantrajaya (01022190039)

DESIGN OF COMMERCIAL AREA AND PUBLIC SPACE IN CHEONGUNHYOJA-DONG, SEOUL, WITH A "PLACE IDENTITY" APPROACH

(22+ 72: 46; 3; 56)

Place identity plays a significant role and has important impacts on a settlement. Place identity is crucial in various aspects such as providing a sense of belonging to a place, attracting visitors to a place, and even sustaining a place. Without a strong place identity, the connection between individuals and the sustainability of that place will be lost. This study focuses on analyzing and designing a portion of the Cheongunhyoja-dong area located in Seoul. The designated planning area covers approximately 150,000 m² and is situated at the foot of Mount Inwang. Therefore, Cheongunhyoja-dong is characterized by a relatively steep terrain. The issue of place identity also affects the Cheongunhyoja-dong area. This issue can be observed through the construction of buildings that do not utilize the site's topography and the presence of high retaining walls throughout the Cheongunhyoja-dong area. The problem with place identity can also be seen in the lack of distinctive features in the buildings, making them similar to other buildings in Seoul. The direct impact of weak place identity can be observed through the quiet streets and declining population in the Cheongunhyoja-dong area. Therefore, the design objective for the Cheongunhyoja-dong area will focus on commercial areas and public spaces that can enhance place identity. The research methodology employed will involve a literature review on place identity theory, as well as observation and analysis of the Cheongunhyoja-dong area. The results of this research will include exterior and interior designs for the commercial and public spaces in Cheongunhyoja-dong, including a tourist center, gallery, commercial shops, cafes, and public parks. It is hoped that by enhancing place identity through this design, the Cheongunhyoja-dong area can be revitalized. This project is the result of a collaboration between UPH and Soongsil University, South Korea, which is supported by data from the Seoul Metropolitan Governement.

Reference : 22 (1960-2023).

Keywords : Place Identity, Commercial Area, Public Space