

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Commuting sudah menjadi fenomena global di berbagai kota metropolitan di dunia, termasuk Jakarta. Jakarta merupakan ibu kota Jakarta dan pusat kegiatan ekonomi nasional, politik, dan kebudayaan (Purwanto, 2021). Kondisi tersebut mendorong peningkatan jumlah pekerja komuter di Jakarta yang berasal dari dalam kota maupun pinggiran kota. Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), 11,1% dari 29,3 juta penduduk Jabodetabek yang berumur 5 tahun keatas merupakan *commuter* (Badan Pusat Statistik, 2019). *Commuter line* atau yang biasa disebut Kereta Rel Listrik (KRL) adalah moda transportasi umum yang belakangan ini diminati oleh publik untuk bermobilisasi (Fernanda, 2022). Meskipun banyak sekali sisi positif dan manfaat, *commuting* tidak terlepas dari *stress*. Masyarakat menghadapi beberapa permasalahan seperti lalu lintas, udara, kebisingan, polusi termal, dan lamanya perjalanan ke tempat kerja (Meni Koslowsky, 2013) yang mempengaruhi kesehatan mental seseorang. Fenomena ini terus berulang yang dapat berujung pada terbentuknya *mental illness*. (Okkels, Kristiansen, Munk-Jørgensen, & Sartorius, 2018)

Kesehatan mental merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia. Faktanya, kesehatan mental merupakan salah satu permasalahan kesehatan yang signifikan di dunia, termasuk Indonesia. Memahami pentingnya kesehatan mental adalah hal yang sangat penting dalam masyarakat saat ini, karena hal tersebut secara langsung memengaruhi kesejahteraan dan kualitas hidup secara keseluruhan.

Untuk mendukung kesehatan mental dalam kehidupan perkotaan, terdapat beberapa aktivitas yang dapat mendukung kesehatan mental, salah satunya adalah dengan berbelanja. Berbelanja merupakan aktivitas terapeutik yang dapat mendukung kesehatan mental. *Retail therapy* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan kegiatan berbelanja sebagai bentuk untuk meredakan *stress* atau menjadi dukungan

emosional yang positif untuk manusia. Dalam bahasa sehari-hari, *retail therapy* sering dikenal sebagai tindakan "berbelanja agar merasa lebih baik". Hal ini telah menjadi kegiatan yang populer dikalangan orang - orang yang merasa sedih, karena berbelanja dapat memberikan rasa bahagia dan kepuasan kepada seseorang, dimana itu adalah fenomena psikologis saat suatu individu terlibat dalam berbelanja sebagai sarana untuk mengurangi stres emosional atau meningkatkan suasana hati mereka. Perilaku ini melibatkan tindakan berbelanja, dengan tujuan utama mencari kepuasan emosional, kenikmatan, atau gangguan dari emosi negatif.

Retail therapy juga didefinisikan sebagai aktivitas yang mengangkat semangat seseorang dan memberikan respons emosional positif langsung melalui belanja (Lonsdale, 1994). Dimana riset membuktikan bahwa 64% wanita dan 40% pria berbelanja untuk membuat diri mereka lebih bahagia. Desain lingkungan berbelanja juga berperan sebagai pendukung akan kepuasan berbelanja seseorang yang dapat mempengaruhi konsumen, baik secara perilaku maupun psikologis. Pengaruh dimensi psikologis meliputi sikap (Changjo Yoo, 1998), kenyamanan (Jeremy Ainsworth, 2017) dan kepuasan (Garaus, 2017). Arsitektur, dengan kemampuannya untuk membentuk lingkungan, telah menjadi pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan, kenyamanan, dan keamanan konsumen. Konsumen menilai ruang komersial dengan memanfaatkan beberapa aspek fisik seperti desain arsitektur dan permeabilitas ruang.

Permeabilitas ruang yang dimaksud adalah keterhubungan antara apa yang bersifat pribadi dan apa yang bersifat publik; antara ruang interior dan lingkungannya, sehingga tercipta keterkaitan antara dua realitas tersebut (La Cuisine International, 2021). Ruang transisi/ *threshold space* merupakan area yang penting dalam konsep permeabilitas ruang.

Threshold space adalah ruang peralihan antara ruang yang satu dengan ruang yang lain dan tempat manusia beraktivitas dalam ruang dan antar bangunan (Boettger, Threshold Spaces: Transitions in Architecture. Analysis and Design Tools, 2014). Konsep ini tidak hanya sekedar ruang transisi fisik. Melainkan mencakup

psikologis dan emosional yang kita lakukan saat kita berpindah dari satu ruang ke ruang lain. Dalam mengeksplorasi arsitektur ruang transisi, penelitian ini akan menyelidiki interaksi antara desain, psikologi, dan fungsionalitas ruang.

(Boettger, *Threshold Spaces: Transitions in Architecture. Analysis and Design Tools*, 2014) juga menjelaskan beberapa definisi fungsi ruang transisi, antara lain:

- a) Batasan, dapat berupa garis, bidang, atau volume tergantung konteks dan dimensinya, yang disebut dengan penata dan penjarak.
- b) Elemen penentu ruang. Berupa elemen-elemen tertentu yang ditempatkan sebagai fokus atau pembeda material. Ruang transisi dalam pengertian ini sebagai bukaan atau bukaan peralihan suatu ruang
- c) Keadaan transisi temporal dan menekankan pengalaman ruang secara berurutan. *Threshold* dalam pengertian ini mengacu pada ambang batas ruang yang berkaitan dengan persepsi manusia terhadap ruang

Dalam kajian ini pembahasan mengenai ruang transisi difokuskan pada fungsi dan perannya sebagai ruang transisi di dalam perkotaan. (Boettger, *Threshold Spaces: Transitions in Architecture. Analysis and Design Tools*, 2014) Integrasi ruang transisi dan ruang komersial dalam pembangunan *Transit Oriented Development (TOD)* merupakan faktor utama yang berkontribusi terhadap penciptaan ruang publik yang dinamis. *TOD* sangat berpotensi sebagai ruang *retail therapy* karena letaknya yang strategis sebagai area *commuting*. Dimana fasilitas retail bersifat sebagai pelengkap kebutuhan manusia seiring mobilitas berpergian ataupun sebaliknya. Dengan adanya ruang kosong yang berada di sekitar *TOD*, ruang untuk didirikannya ruang komersial untuk mendukung *retail therapy* menjadi memungkinkan. Ruang kosong ini terletak ditengah perjalanan masyarakat dari titik *TOD*. Dimana terdapat kemungkinan sirkulasi masyarakat untuk melalui ruang komersial sehingga suatu individu akan mencapai *retail therapy* tanpa disengaja.

Adanya area retail di area *TOD* juga didukung karena harga tanah yang tinggi sehingga dibutuhkan komersialisasi dari lahan. Oleh karena itu, ritel harus mampu berinteraksi secara tepat dan kreatif dengan ranah publik untuk menjadi tempat bersosialisasi dan berkumpul untuk menyelesaikan isu kesehatan mental yang terjadi di dalam perkotaan. Tapak yang akan dipakai adalah Pondok Ranji, Bintaro.

Perlunya area transisi pada area ritel juga didukung karena area tersebut adalah area orang bergerak sehingga *threshold* sangat berperan karena *threshold* menjadi titik yang menentukan destinasi seseorang untuk berkunjung pada area retail. Sehingga diperlukan jawaban pada kriteria dari ruang retail dan kriteria dari *threshold space* agar dapat menjadi area *retail therapy* yang baik.

Penelitian ini dilakukan melalui kajian literatur sebagai landasan teori dan eksplorasi strategi desain pada objek studi Pondok Ranji untuk menjawab permasalahan *mental health* melalui *retail therapy*. Melalui penelitian ini, diharapkan strategi desain yang dihasilkan mampu menjadi salah satu pendekatan dalam mencapai desain *retail therapy* dalam ruang transisi.

Dengan menyadari pentingnya elemen-elemen penting dalam *retail therapy* dan ruang transisi pada area *TOD*, pengembangan desain pusat area komersil dapat mencapai hasil yang signifikan. Melalui desain yang terinspirasi dan berfokus pada kesejahteraan dapat menciptakan ruang yang bukan hanya sekadar tempat untuk berbelanja, tetapi juga sebagai lingkungan yang mendukung aktivitas positif dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti *sequence*, aksesibilitas, dan pengalaman pengunjung, pusat area komersial dapat menjadi lebih dari sekadar pusat bisnis. Melainkan area komersil dapat menjadi pusat kegiatan sosial yang memperkaya pengalaman hidup sehari-hari bagi penduduk lokal. Dengan demikian, pembangunan pusat area komersial yang memperhatikan kesejahteraan mental dan fisik dapat memiliki dampak yang jauh lebih luas daripada sekadar aspek ekonomi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa karakteristik dari *retail therapy*?
2. Apa kriteria kualitas dari ruang transisi?
3. Apa kriteria kualitas area retail therapy sebagai ruang transisi pada kawasan TOD?
4. Bagaimana strategi perancangan *retail therapy* sebagai ruang transisi pada kawasan TOD?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut relasi yang kompleks mengenai *retail therapy* yang terletak pada ruang transisi. Tujuan penelitian lebih lanjut ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik dari *retail therapy*.
2. Untuk mengembangkan pemahaman yang lebih lanjut mengenai kriteria kualitas dari ruang transisi/ *threshold space*
3. Menghasilkan konfigurasi strategi desain ruang *retail therapy* sebagai ruang transisi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan arsitektur. Harapannya, pembaca dapat mengetahui strategi dari *retail therapy* dan peranan arsitektur di dalamnya. Selain itu, riset ini ditujukan bagi para perancang mengenai aspek-aspek yang dibutuhkan perkotaan dalam hal mencapai *retail therapy*. Strategi dan kriteria perancangan ini harapannya dapat membantu para perancang agar memiliki perspektif baru serta dapat mempertimbangkan konsep dan desain yang dihasilkan kedepannya. Selain itu, manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pembaca akan *retail therapy* dari sudut pandang arsitektur.

1.5 Kerangka Pemikiran

