

Abstrak

Indonesia merupakan negara kesatuann yang memiliki lebih dari 17.000 pulau dan 270 juta penduduk. Dengan luas dan banyaknya warga negara, pemerintah harus terus berupaya untuk mengusahaan pemerataan baik dari sisi pembangunan, ekonomi, hingga edukasi. Sehingga pemerintah pusat berencana menggelontorkan dana sebesar 466 Triliun rupiah untuk memindahkan ibu kota negara dari Jakarta ke Kalimantan Timur. Jakarta yang dirasa sudah tidak kondusif lagi sebagai ibu kota negara serta demi menjangkau pemerataan daerah khususnya di Indonesia timur sehingga dirasa perlunya urgensi untuk memindahkan ibu kota negara. Namun, masih banyak persoalan arsitektur mikro yang ada di sekitar kawasan ibu kota negara baru yang masih belum siap untuk menyambut para pendatang dan bersaing secara kompetitif. Maka diperlukan sebuah fasilitas penunjang bagi warga lokal agar dapat hidup beriringan dengan perkembangan zaman.

Fasilitas penunjang ini tentu saja perlu untuk melibatkan peran komunitas masyarakat lokal agar fasilitas tersebut dapat terus berjalan dan berkembang serta dapat diterima oleh warga setempat. Sehingga terdapat beberapa permasalahan arsitektural yang perlu dipecahkan dan dikembangkan agar dapat menjamin keberlangsungan hidup layak masyarakat lokal dengan cara mendatangkan wisatawan dan pendatang. *Community market* adalah salah satu bentuk fasilitas yang mampu memberikan dampak positif bagi warga lokal sebagai penyedia komoditas serta wisatawan dan pendatang sebagai konsumen.

Kota Bontang adalah salah satu kota yang nantinya akan hidup berdampingan dengan ibu kota baru. Dikenal dengan kota industri yang terdapat beberapa perusahaan BUMN maupun swasta yang bergerak dibidang jual beli gas alam, amonia, dan pertambangan sehingga banyak masyarakatnya yang memiliki potensi sebagai konsumen. Lalu untuk mewujudkan fasilitas tersebut maka dipilihnya sebuah lokasi di Berbas Tengah, Bontang Selatan. Kawasan Berbas Tengah dapat dijadikan *Community Market* karena lokasinya yang berada di tengah-tengah komunitas masyarakat lokal. Diantaranya komunitas Dayak, Banjar, dan Kutai. Kawasan ini memiliki potensi yang besar serta diharapkan mampu menjadi tempat masyarakat melakukan transaksi berjual beli, bersantai, dan bersosialisasi.



Pada bagian mikro pada bangunan ini berkaitan erat dengan konsep keruangan, penghawaan, pencahayaan, bentuk massa bangunan, serta material bahan bangunan. Ruang-ruang pada *Community Market* didesain untuk mengakomodasi beberapa fungsi bangunan utama. Ruang harus efisien dan menarik serta terkoneksi satu sama lain agar dapat menguntungkan dari sisi penjual serta menarik bagi para pengunjung yang datang. Bangunan berdesain *semi outdoor* memanfaatkan penghawaan alami. Pencahayaan menggunakan kombinasi cahaya alami serta buatan. Bentuk massa dan material bangunan menjadi poin penting dalam bangunan ini yang bertujuan agar memiliki suasana yang khas dan familiar bagi masyarakat lokal tetapi di sisi lain tetap modern dan menarik bagi generasi Z dan milenial serta wisatawan.

Kata kunci: *Community Market*, masyarakat, lokal, ibu kota, fasilitas, Komunitas

Abstract

Indonesia as one unitary country which has more than 17,000 islands and 270 million inhabitants, makes the government continue to strive for equity, both in terms of development, economy, and education. Therefore the central government plans to disburse 466 trillion rupiah funds to move the nation's capital from Jakarta to East Kalimantan. Jakarta, considered no longer conducive for the nation's capital and in order to achieve regional equity, especially in Eastern Indonesia, it is urgent to move the nation's capital. However, there are still many micro-architecture problems that exist around the new capital of Indonesia that are still not ready to welcome newcomers and compete competitively. Thus, we need a supporting facility for local residents so that they can live in tandem with the times.

These supporting facilities of course need to involve the role of the local community so that these facilities can continue to run and develop and finally can be accepted by local residents. Several architectural problems that need to be solved and developed in order to ensure the proper survival of the local community by bringing in tourists and immigrants. Community market is a form of facility that is able to have a positive impact on local residents as providers of commodities as well as tourists and immigrants as consumers.

Bontang City is one of the cities that will coexist with the new capital city. Known as an industrial city, there are several state-owned and private companies engaged in the sale and purchase of natural gas, ammonia, coal, and other mining products so that many people have potential as consumers. Location chosen to realizing the facilities is on Gunung Elai, Bontang Utara. The Gunung Elai area can be used as a Community Market because of its location in the midst of the local community. Among them are the Dayak, Banjar, and Kutai communities. This area has great economic potential and is expected to gather people to mingle, shop, sell, relax and play.

In the micro part of this building, it is closely related to the concept of space, ventilation, lighting, the shape of the building mass, and building materials. The spaces in the Community Market are designed to accommodate several main building functions. Spaces must be efficient and attractive and connected to each other in order to be profitable from the seller's point of view and attractive to visitors. The semi-



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Community Market dengan Pendekatan Sustainable Tourism di Kota Bontang

TAQIY YAHYA S N, Nur Zahrotunnisaa Zagi, S.T., M.T.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

outdoor design building utilizes natural ventilation. Lighting uses a combination of natural and artificial light. The shape of the mass and building materials are important points in this building which aims to have a distinctive and familiar atmosphere for the local community but on the other hand it remains modern and attractive to generation z and millennials as well as tourists.

Keywords: Community Market, community, local, capital city, facilities, community