

Pengembangan Kawasan TOD Mangga Besar-House of Scent (K8) = Mangga Besar TOD Area Development-House of Scent (K8)

Ferizka Padmashinta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920525636&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. MITJ (Moda Integrasi Transportasi Jabodetabek) ingin menciptakan sebuah kawasan TOD (Transit Oriented Development) yang mengintegrasikan berbagai moda transportasi publik sebagai pemicu tranformasi ruang kota. Pada pembangunan MRT fase 2, kawasan Mangga Besar menjadi salah satu area yang akan dilalui oleh jalur MRT. Place making, sebagai salah satu prinsip perancangan TOD, diterapkan pada desain masterplan kawasan Mangga Besar yang dimaksudkan untuk menambah tujuan destinasi dari pengembangan MRT fase 2. Dari masa ke masa, kawasan Mangga Besar, khususnya area THR Lokasari, merupakan area pusat kuliner dan hiburan malam yang berkontribusi besar terhadap perekonomian masyarakat di kawasan tersebut. Melalui hasil pengolahan masterplan kelompok UNO, House of Scent dengan fungsi retail & inkubator terbentuk sebagai salah satu konsep socio-cultural shift untuk mengaburkan stigma 'red district' pada kawasan Mangga Besar sekaligus mengangkat pemasukan ekonomi kawasan dengan memberikan pilihan lain kepada masyarakat setempat untuk sumber mata pencaharian.

.....PT. MITJ (Moda Integrasi Transportasi Jabodetabek) wants to create TOD (Transit Oriented Development) area that integrates various mode of public transformation as a trigger for urban spatial transformation. In phase 2 of the MRT construction, the Mangga Besar area is one of the areas that will be passed by the MRT line. Place making, as one of the TOD design principles, is applied to the master plan design for Mangga Besar area which is intended to add as a destination objectives area of the MRT phase 2 development. From time to time, the Mangga Besar area, especially the THR Lokasari area, has been a culinary and nightlife center that has contributed greatly to the economy of the community in the area. Through the processing of UNO group's master plan, the House of Scent with a retail & incubator function was formed as one of the concepts of a socio-cultural shift to blur the 'red district' stigma in the Mangga Besar area while at the same time uplifting regional economic income by providing other options to the local community livelihood resources.