

ABSTRAK

Tempat Wisata dan pusat perbelanjaan yang pernah meraih penghargaan Aga Khan Award pada 1989 yaitu Citra Niaga merupakan ikon kota Samarinda yang dibangun pada tahun 1984. Desain Citra Niaga diarahkan kepada konsep "laba-laba" dimana tempat ini memiliki jalur sirkulasi keluar masuk pengunjung yang baik yang menjadikan Citra Niaga berfungsi ganda sebagai ruang usaha dan tempat rekreasi publik yang atraktif. Namun saat ini ikon kota Samarinda ini dirasa sepi karena ditinggal oleh pengunjungnya. Terdapat isu lemahnya kualitas ruang publik yang menyebabkan Citra Niaga tidak mampu bertahan, dari segi pengelolaan untuk saat ini Citra Niaga mengalami kelemahan dan pembahasan pada ruang luar pada Citra Niaga ini sangatlah signifikan perubahannya sehingga ruang luar tidak terkelola dengan baik. Adanya Pedagang kaki lima menjadi salah satu masalah dalam penelitian ini. Untuk mencapai kriteria yang baik terdapat komponen yang harus diatur (scope of issues). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni bersifat deskriptif kualitatif berdasarkan studi lapangan dan bukti konkret. Pendekatan yang dilakukan berlandas pada teori pemetaan atau mapping kondisi dari ruang luar Citra Niaga tersebut. Dan rekomendasi agar terciptanya ruang luar yang mampu mengembalikan identitas dari Kawasan wisata belanja tersebut.

Kata Kunci : Citra Niaga, Ikon, Aga Khan Award, Kota, Ruang Luar

ABSTRACT

The Tourist Attraction and shopping center that once won the Aga Khan Award in 1989, Citra Niaga is the icon of Samarinda which was built in 1984. Citra Niaga Design is directed to the concept of "spiders" where this place has a good circulation in and out of visitors. making Citra Niaga dual function as an attractive business space and public recreation place. But at this time the city icon of Samarinda was felt deserted because it was left by the visitors. There is an issue of the weakness of the quality of public space which causes Citra Niaga not to be able to survive, in terms of management for now Citra Niaga suffers from weaknesses and discussion on the outer space of Citra Niaga is very significant so the outer space is not well managed. The presence of street vendors is one of the problems in this study. To achieve good criteria there are components that must be set (scope of issues). The method used in this study is descriptive qualitative based on field studies and concrete evidence. The approach is based on the theory of mapping or mapping the conditions of the outer space of Citra Niaga. And recommendations for the creation of outside space that is able to restore the identity of the shopping tourism area.

Keyword: Citra Niaga, Icon, Aga Khan Award, City, Public Space