



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN TEORI

2.1 Tinjauan Umum

2.1.1. Ruang Publik

Carr (1922) menyampaikan ada tiga hal yang mencakup sebuah ruang publik yaitu responsif, demokratis, dan memiliki makna. Responsif disini adalah bagaimana sebuah ruang publik bisa mendukung kebutuhan yang diperlukan oleh setiap individu secara utuh tanpa kekurangan apapun. Demokratis yang dimaksud adalah sebuah ruang publik yang bisa menjamin hak perlindungan kepada setiap individu yang menggunakannya tanpa terkecuali. Sedangkan memiliki makna memiliki arti sebuah ruang publik yang menjadi tempat untuk melakukan hubungan interaksi sosial dan interaksi dengan lingkungan sebagai seorang individu. Dengan menerapkan ruang publik yang demokratis, responsif, dan memiliki makna, dapat menciptakan komunitas atau pengguna yang sejahtera.

Ruang publik yang Demokratis dapat membantu pengguna atau komunitas yang menggunakannya untuk terus hidup dan berkembang bersama lingkungan (Holland et al, 2007). Sehingga secara tidak langsung ruang publik memiliki peran dalam hubungan keterikatan dalam suatu komunitas.

2.1.2. Pusat Perbelanjaan

Shopping Mall atau pusat perbelanjaan adalah tempat yang berintikan satu atau beberapa *department store* besar yang digunakan sebagai daya tarik dari *tenant-tenant* yang lebih kecil ukurannya, dan dilengkapi juga dengan rumah makan. *Tenant-tenant* akan menciptakan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke arah koridor utama mall atau pedestrian yang merupakan unsur utama dari sebuah pusat perbelanjaan, dengan fungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal yang memungkinkan berlangsungnya interaksi antara pengunjung dan pedagang (Maitland, 1987).

Rubenstein (1978) menyebutkan bahwa sebuah pusat perbelanjaan dapat diibaratkan sebagai sebuah kota yang terbentuk dari berbagai elemen seperti anchor (ex: Department Store), secondary anchor, dan unsur taman yang ada didalamnya (landscape). Selain itu menurut Mainland (1987) ada 6 unsur yang dapat menunjang keberhasilan dari suatu pusat perbelanjaan.

- Bentuk Pusat Perbelanjaan

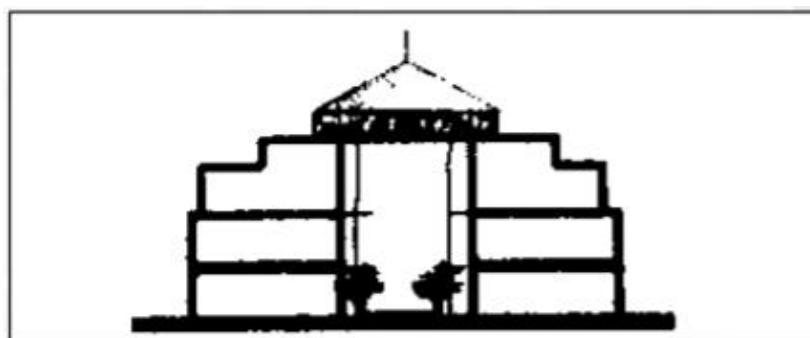
Terdapat 3 bentuk umum yang dapat ditemukan pada sebuah pusat perbelanjaan seperti *open mall*, *enclosed mall*, dan *intergrated mall*. *Open mall* adalah mall yang memiliki suasana sangat terbuka dan biasanya tanpa penutup atap di atasnya.



Gambar 2.1 Open Mall

Sumber : Rubenstein, H. M., Central City Mall, 1978

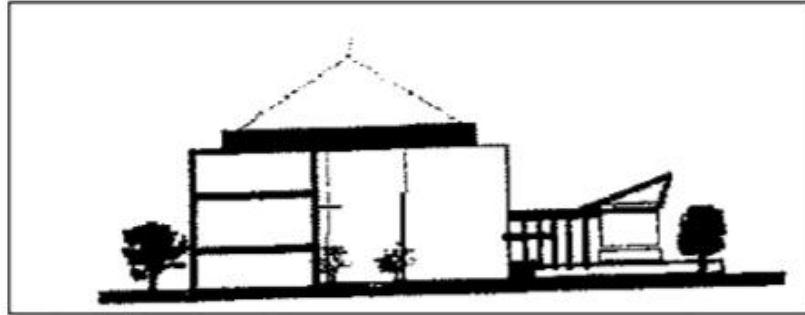
Enclosed mall adalah mall yang semua bagian dari mall itu sendiri tertutup oleh sebuah pelindung atap. Sehingga bisa terlindung dari cuaca dan memberikan kenyamanan.



Gambar 2.2 Enclosed Mall

Sumber : Rubenstein, H. M., Central City Mall, 1978

Sedangkan *Intergrated mall* adalah mall yang menggabungkan suasana terbuka dan tertutup. Mall dengan konsep ini biasanya dapat mengantisipasi penggunaan energi yang berlebihan seperti pusat perbelanjaan yang tertutup.



Gambar 2.3 Intergrated Mall

Sumber : Rubenstein, H. M., Central City Mall, 1978

- Pola Mal

Disebutkan bahwa pusat perbelanjaan biasanya menggunakan prinsip linier dalam penataannya

- Dimensi Mal

Aspek yang perlu diperhatikan adalah bagaimana membuat sebuah pusat perbelanjaan yang dapat menampung berbagai macam retail tanpa membuat mall tersebut menjadi terlalu panjang, karena dapat membuat pengunjung yang menggunakannya menjadi kelelahan

- Penataan letak retail di sepanjang Mall

Dengan menata sirkulasi mal dengan menggunakan satu koridor dapat diharapkan retail yang dilewati pengunjung dapat memiliki nilai komersial yang sama tanpa terkecuali

- Pencahayaan

Agar dapat menciptakan konsep yang berkelanjutan termasuk dengan mengurangi penggunaan listrik, pada bagian atap mall dapat diterapkan skylight untuk membantu pencahayaan di dalam ruangan mall

- Elemen arsitektural

Ketika berkunjung ke sebuah mal tentu saja kita perlu elemen pelengkap lainnya selain *tenant-tenant* yang disediakan, elemen bisa berupa arena bermain, bangku, kios, penunjuk arah, dan lain-lain.

Selain itu menurut Ruberstain (1978) elemen pusat perbelanjaan dapat dibagi menjadi 3 jenis yaitu *anchor* (magnet utama) yang berfungsi sebagai *landmark* dan wujudnya bisa berupa plaza atau mall, *secondary anchor* yang bentuknya biasa berupa *supermarket* ataupun bioskop, dan yang terakhir adalah *street mall* yang berupa pedestrian untuk saling menghubungkan *retail-retail* pusat perbelanjaan.

Dalam pelaksanaannya sebuah pusat perbelanjaan tentunya memerlukan berbagai macam unsur pendukung agar pengguna bisa merasakan pengalaman yang berkesan. (Beddington, 1982) mengungkapkan ada 3 unsur yang dapat menentukan kualitas suatu pusat perbelanjaan, yaitu *Hardware*, *Software*, dan *Brainware*.

A. *Hardware*

Hardware merupakan keadaan fisik sebuah pusat perbelanjaan yang dapat dilihat dan diakses dari lokasi dan lingkungan sekitar bangunan. *Hardware* berperan sebagai penarik pengguna untuk datang ke pusat perbelanjaan tersebut. Selain itu hardware sebuah pusat perbelanjaan harus mudah untuk dijangkau dan memiliki unsur yang menarik untuk dikunjungi oleh banyak orang.

1. Aksesibilitas

Beberapa faktor yang dapat menentukan strategisnya suatu lokasi adalah dengan memperhatikan area atau lingkungan sekitar pusat perbelanjaan, jumlah populasi, preferensi gaya hidup pengunjung, dan potensi yang dimiliki oleh lokasi.

- Lokasi sebuah pusat perbelanjaan sebaiknya memperhatikan kondisi tapak yang strategis, karena lokasi tersebut dapat mempengaruhi tingkat pengunjung yang akan datang dan dapat mempengaruhi tingkat sewa *retail*. Lokasi strategis bisa dilihat dari akses jalan yang mudah dan kemudahan transportasi.
- Kualitas lingkungan disekitar lokasi tentunya harus sesuai dengan pusat perbelanjaan yang akan dibuat, biasanya berkaitan dengan tata ruang maupun kondisi penduduk disekitar.
- Jarak dengan berbagai fasilitas penting seperti permukiman, perkantoran, tempat rekreasi, pusat bisnis, transportasi umum juga harus menjadi pertimbangan karena tingkat keramaian dari pusat perbelanjaan ditentukan dari aspek tersebut. Jika pusat perbelanjaan dekat dengan pusat kegiatan bisnis maka jumlah tenant akan semakin tinggi. Selain itu kawasan yang dekat dengan permukiman penduduk dapat meningkatkan jumlah pengunjung, dan akan lebih baik lagi apabila didukung dengan transportasi yang mudah.
- Alternatif akses jalan untuk menuju pusat perbelanjaan dan lalu lintas yang tidak macet juga menjadi faktor penting, karena jika akses menuju pusat perbelanjaan sulit dan ditambah kemacetan yang parah, pengunjung akan menjadi malas dan cenderung tidak mau untuk datang ke pusat perbelanjaan.

2. Arsitektur

Desain menjadi salah satu faktor utama untuk menarik pengunjung, karena desain yang memiliki ciri khas dan konsep tertentu dapat mengundang pengunjung untuk datang dan menjadi 'first impression' bagi pengguna yang melihatnya.

- Desain Eksterior, tentu saja selalu dikaitkan dengan sisi seni dan estetik dari sebuah bangunan. Eksterior akan menjadi kesan awal yang bisa dilihat dan dirasakan dari setiap pengguna. Dan menjadi peran penting untuk memberikan ‘first impression’ kepada pengguna agar terdorong untuk datang berkunjung ke pusat perbelanjaan tersebut.
- Keselarasan antara interior dan eksterior juga menjadi penting karena bertujuan untuk menarik minat para penyewa *retail*.
- *Layout retail* yang disusun secara rapi dan menarik dapat membuat pengguna menjadi lebih nyaman dan merasa betah.

B. Software

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi keberadaan *software* di sebuah pusat perbelanjaan ;

1. Fasilitas yang ditawarkan harus dapat menunjang kenyamanan dan memudahkan pengguna agar mendukung aktivitas yang dilakukan oleh setiap pengguna.

- Kapasitas parkir

Kapasitas kendaraan yang bisa ditampung oleh pusat perbelanjaan agar penggunanya merasa nyaman perlu dijadikan sebagai pertimbangan.

- *Air Conditioner*
- Listrik dan Generator
- Sirkulasi Vertikal (lift dan eskalator)

Fasilitas penunjang yang mendukung kegiatan para penggunanya. Eskalator biasanya lebih praktis karena dapat mengakomodasi pergerakan pengguna dalam jumlah yang banyak dan cepat.

- Toilet

- Bank atau ATM

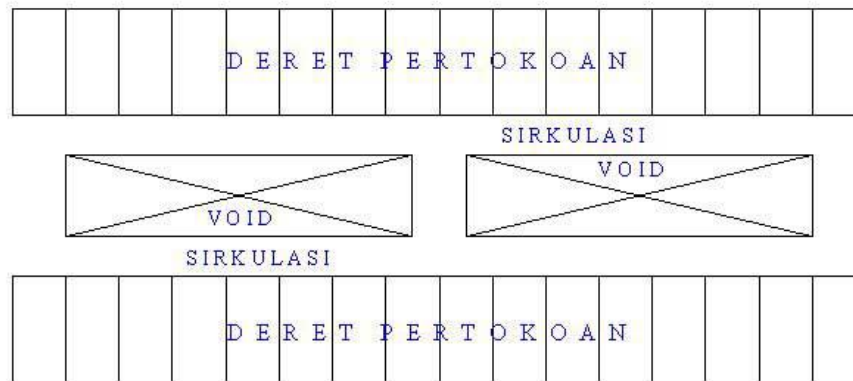
2. Fasilitas penunjang lainnya yang dapat mempengaruhi keramaian pengunjung adalah dengan ketersediaan *retail* dengan berbagai macam jenis mulai dari busana, kosmetik, supermarket, dan lain-lain. *Retail* yang disediakan juga bisa dalam berbagai macam ukuran yang akan mempengaruhi jenis barang yang akan dijual dan disediakan oleh penyewa *retail*.

3. Daya tarik utama sebuah pusat perbelanjaan yaitu *anchor*. *Anchor* akan menjadi target para penyewa utama yang memiliki usaha retail besar dan dengan nama toko yang sudah dikenal oleh banyak orang. Keberadaan *anchor* dapat menjadi daya tarik pengunjung untuk melewati berbagai macam *retail* yang lain, sebelum akhirnya berhenti di *anchor*. Oleh karena itu biasanya penempatan *anchor* berada di sisi paling kiri maupun kanan dari pusat perbelanjaan. Penempatan ini akan menciptakan sirkulasi pengunjung yang dapat bermanfaat bagi *retail-retail* lain yang ukurannya jauh lebih kecil.

C. Brainware

Brainware dapat diartikan sebagai pengelola dari suatu pusat perbelanjaan. Karena mereka yang bertugas agar pusat perbelanjaan mereka tetap ramai dikunjungi oleh pengunjung.

Berdasarkan Arviansyah (2010) sistem sirkulasi pusat perbelanjaan yang sering digunakan untuk sebuah mall biasanya memiliki ciri-ciri yang dapat dilihat dari adanya sebuah jalur utama yang disebelah kiri dan kanannya terdapat *retail* dan bisa berkembang menjadi atrium. Jalur utama tersebut akan menjadi sirkulasi yang paling sering digunakan oleh pengguna pusat perbelanjaan.



Gambar 2.4 Sistem sirkulasi mall

Sumber : Avriansyah, R., 2010

2.2 Tinjauan Arsitektural

2.2.1. Perilaku Pengunjung Pusat Perbelanjaan

Perkembangan pusat perbelanjaan di jaman sekarang tergolong sangat pesat dan menyebabkan intensitas persaingan yang tinggi. Oleh karena itu setiap pusat perbelanjaan senantiasa mengembangkan berbagai macam inovasi untuk menarik pengunjung dalam jumlah yang besar. Pihak pusat perbelanjaan harus paham bagaimana strategi pemasaran yang tepat agar pengunjung merasa tertarik. Maka dari itu perlu pemahaman yang lebih jauh mengenai perilaku pengunjung ketika berada di pusat perbelanjaan. Bloch (1994), dalam Arpita (2011) melakukan penelitian kepada pengunjung pusat perbelanjaan dengan 7 dimensi perilaku yaitu :

1. *Aesthetic*

Disebutkan bahwa bentuk arsitektur dan lingkungan sekitar pusat perbelanjaan dapat memengaruhi pola perilaku pengunjung ketika berbelanja. Beberapa variabel penentu seperti lokasi, tingkat kebisingan suara, aroma atau bau lingkungan, intensitas cahaya, dan kehadiran pengunjung yang lain dapat mempengaruhi minat seorang pengunjung untuk datang ke pusat perbelanjaan. Menurut Arpita (2011) sendiri *aesthetic* dapat meliputi desain interior, warna, tekstur, pencahayaan alami dan buatan, dan kondisi pusat perbelanjaan tersebut.

2. *Escape*

Pusat perbelanjaan dapat digunakan sebagai ‘sweet escape’ pengunjung atau sebagai tempat istirahat dan pelarian sementara dari aktivitas rutin sehari-hari yang mereka jalani. Dengan menyediakan berbagai tempat hiburan dan bersantai didalam pusat perbelanjaan dapat mendorong pengunjung untuk datang dan menghabiskan waktu luangnya. Menurut Arpita (2011) pengukuran *escape* meliputi pengunjung yang sedang merasa stress, bosan, ingin bersantai, dan ingin rehat sejenak dari penatnya aktivitas.

3. *Flow*

Bloch et al (1994) menyebutkan bahwa pengunjung yang merasakan pengalaman yang baik dan menyenangkan didalam sebuah pusat perbelanjaan, tidak akan merasa keberatan jika dirinya harus menghabiskan waktu di tempat tersebut. Menurut Arpita (2011) *flow* dapat dilihat dari pengunjung yang ketika berada di pusat perbelanjaan tidak menyadari bahwa dirinya sudah cukup lama berada di tempat tersebut.

4. *Exploration*

Pusat perbelanjaan yang menawarkan berbagai macam produk baru dapat menimbulkan rasa penasaran pada pengunjung yang akhirnya pengunjung akan datang ke retail tersebut untuk memenuhi rasa ingin taunya. Arpita (2011) menyebutkan dengan mendapatkan pengalaman yang baru, dapat menjadi faktor agar pengunjung terus datang ke pusat perbelanjaan.

5. *Role Enactment*

Setiap kegiatan yang dilakukan individu biasanya akan sesuai dengan perannya sendiri sesuai dengan status sosial yang dimiliki. Arpitha (2011) menyebutkan pengunjung yang membandingkan harga antar toko dan melakukan kegiatan belanja adalah aktivitas yang dilakukan oleh ibu rumah tangga.

6. *Social*

Pusat perbelanjaan memfasilitasi terjadinya interaksi sosial. Arpitha (2011) berpendapat bahwa pengunjung dapat merasakan perasaan senang ketika berkunjung ke pusat perbelanjaan bersama teman maupun keluarga.

7. *Convenience*

Pusat perbelanjaan yang dibuka di lokasi strategis seperti dekat dengan perumahan, maka akan memiliki peluang lebih besar untuk sering dikunjungi oleh pengunjung. Pengukuran bisa dilihat dari jarak antara rumah dan pusat perbelanjaan, kemudahan mendapat parkir, dan pusat perbelanjaan yang dapat menjadi 'one stop shopping place'.

2.2.2. **Arsitektur Hijau**

Penerapan Green Architecture pada bangunan sudah bukanlah hal yang asing di jaman sekarang, kebutuhan untuk menghemat penggunaan energi dan memaksimalkan potensi site menjadi salah satu faktor pendukung diaplikasikannya *Green Architecture*. Menurut Suwarni, *Green Architecture* adalah konsep arsitektur yang bertujuan untuk meminimalisir pengaruh buruk lingkungan dan manusia sehingga menghasilkan lingkungan hidup yang lebih baik dan sehat. Indikator sebuah bangunan dikatakan 'green' atau dalam arti lain *sustainable*, biasanya bisa dengan penggunaan sumber daya yang bisa diperbaharui seperti sel surya, *roof garden*, ruang hijau untuk menadah air hujan, dan sebagainya.

Salah satu desain alternatif yang bisa digunakan pada *green building* adalah *Green Wall*. *Green wall* dapat memberikan dampak yang baik bagi lingkungan sekitarnya. Menurut Yound dan Kosasih (2019) *Green wall* dapat membantu mengurangi efek polusi udara yang berasal dari kendaraan bermotor, meningkatkan kualitas udara, membantu menurunkan temperatur udara sehingga mengurangi efek UHI (*Urban Heat Island*).



Gambar 2.5 Green wall

Sumber : Bintaro Xchange Website, diambil pada 2020

2.3 Tinjauan Empiris

2.3.1. Konoha Mall Jepang

Konoha Mall Jepang dibangun pada tahun 2011 di Hashimoto, Jepang, yang dibangun di atas lahan seluas 8 hektar. Dengan total luas lantai mencapai 84.000 m², mall ini menyediakan sekitar 120 retail yang berfokus pada *specialty retail, grocery market, dining, f&b*, dan plaza. Awal mula pengembangan mall ini dilakukan karena daerah Hashimoto yang pada saat itu belum memiliki *landmark* didaerahnya dan ingin menjadikannya sebagai tempat berkumpul komunitas masyarakat sekitar.



Gambar 2.6 Konoha Mall

Sumber : Archdaily

Konoha Mall menjadikan mall nya sebagai destinasi ramah lingkungan yang sustain sehingga menciptakan pengalaman yang menarik bagi pengunjung. Konsep nya sendiri terdiri dari 5 unsur dasar sebuah mall yaitu *shopping, dining, exploring, reflecting,* dan *wandering*. Konoha mall juga menciptakan desain yang memperkenalkan alam dan nilai sustainable dalam rancangan bangunannya dan pedestrian yang disediakan.



Gambar 2.7 Konoha Mall

Sumber : Archdaily

Terdiri dari 2 lantai yang memnyediakan berbagai retail seperti *food, fashion, accessories, household goods, service, restaurant* dan lain-lain.



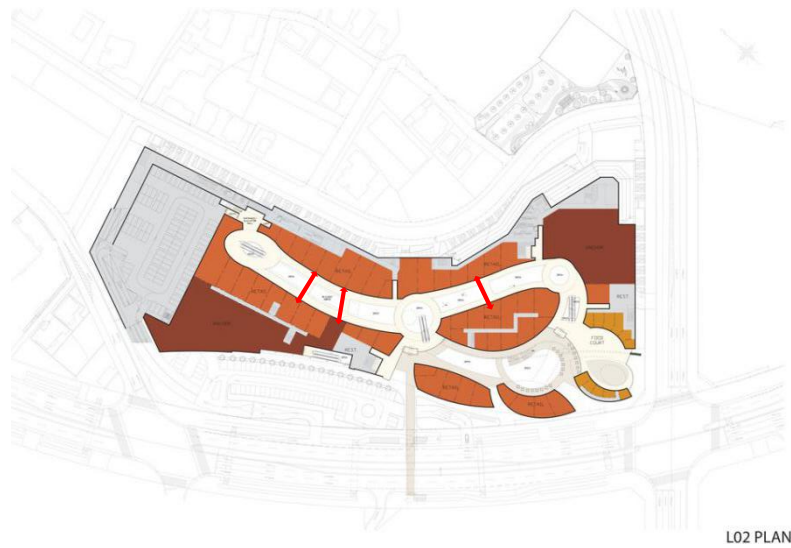
Gambar 2.8 Denah Lantai 1 Konoha Mall

Sumber : Archdaily



Gambar 2.9 Denah Lantai 2 Konoha Mall

Sumber : Archdaily



Gambar 2.10 Denah Lantai 2 Konoha Mall

Sumber : Archdaily

Dilihat dari Gambar 2.8 bahwa terdapat atrium pada bagian tengah bangunan, keberadaan atrium membuat mall terbagi menjadi bagian kiri dan kanan, sehingga sirkulasi yang tercipta cenderung linier. Sistem koridor mall yang digunakan membuat setiap *retail* mudah dijangkau oleh pengunjung, selain itu keberadaan anchor yang berada pada sisi sebelah kiri bangunan membuatnya menjadi daya tarik bagi *retail-retail* yang lain. Di sisi sebelah kanan terdapat fasilitas *food court* yang juga bisa menjadi daya tarik pengunjung. Pada lantai 2 bangunan Konoha mall memungkinkan terjadinya interaksi komunal dengan adanya jembatan yang menghubungkan kedua bagian sehingga pengunjung bisa melihat kegiatan yang berada di level bawah.



Gambar 2.11 Fasilitas dan Servis Konoha Mall

Sumber : Archdaily

Secara *sustainable*, Konoha Mall menerapkan *solar panel* yang dibuat dalam bentuk daun, yang sekaligus menjadi simbol kehidupan dari Konoha mall. Selain itu fasad yang dibuat juga terinspirasi dari keberadaan *river park* yang dekat dengan Konoha mall.



Gambar 2.12 Konoha Mall

Sumber : Archdaily

Konoha mall menciptakan desain yang organik dan transformatif yang terinspirasi dari alam. Dengan mengusung konsep *Garden walk*, kesan alam dan sustain dihadirkan didalam bangunan. *Garden walk* diharapkan menjadi tempat untuk *explore*, beristirahat, dan menikmati hiburan. Dengan menambahkan unsur organik seperti air, bunga dan lain-lain membuat pedestrian ini menjadi daya tarik. Perpaduan antara warna, material, dan tekstur, membuat bangunan terlihat *soft* dan juga alami.



Gambar 2.13 Konoha Mall

Sumber : Archdaily

2.4 Tinjauan Teori

2.4.1. Inclusive Design

Inclusive Design membahas tentang bagaimana sebuah tempat yang dibuat harus bisa digunakan oleh semua orang. Kompetensi kita untuk bisa bergerak, melihat, mendengar, berkomunikasi yang efektif akan bergantung pada bagaimana tempat itu didesain (CABE, 2006). CABE (2006) menyatakan bahwa target yang ingin mereka capai dengan menerapkan *Inclusive design* adalah menghilangkan pembatas yang menjadi penghalang bagi orang-orang tertentu. Dengan menghilangkan pembatas tersebut memungkinkan semua orang bisa turut serta secara sama rata dan membuat orang tersebut menjadi lebih percaya diri, mandiri, dan berkompeten dalam melakukan kegiatannya sehari-hari. *Inclusive design* sudah seharusnya menjadi tanggung jawab semua orang. Lingkungan yang inklusif memungkinkan kita untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membuat kita bersifat lebih kreatif. CABE (2006) juga mengatakan bahwa *inclusive design* adalah desain yang baik. Desain yang baik dan benar akan dapat menggambarkan orang-orang yang menggunakannya dan desain yang inklusif dapat membantu untuk mengatasi berbagai kesulitan yang dialami beberapa golongan, contohnya adalah golongan disabilitas, lanjut usia, dan keluarga yang berpergian dengan anak kecil. Ada 5 prinsip dasar yang dapat dijadikan acuan untuk mendesain tempat dengan pendekatan *inclusive design*.

1. *Inclusive design* menjadikan penggunaanya sebagai 'heart' dalam membuat sebuah desain

Dalam menciptakan desain dan pengembangan, ruang dan bangunan yang akan membentuk komunitas nantinya haruslah memiliki karakter yang berkelanjutan. Agar hal tersebut bisa tercapai maka diperlukannya turut serta dari banyak orang dan dari berbagai kalangan. Dengan melibatkan semua kalangan, hal ini akan berperan dalam membantu meningkatkan kesejahteraan hidup, interaksi sosial dan lingkungan, dan yang terpenting adalah kebahagiaan setiap orang. Contoh penerapan dalam desain bangunan adalah dengan tidak

menggunakan anak tangga melainkan menggunakan ramp yang tidak terlalu curam.

2. *Inclusive design* menerima akan adanya perbedaan dan keanekaragaman dari setiap individu

Dalam menjalani kehidupan, tentunya akan ada satu titik yang dimana kita mengalami keterbatasan secara mobilitas. Misalkan orang yang mengalami kecelakaan yang berakibat pada cedera fisik atau keluarga yang selalu berpergian bersama dengan anak kecil. Hal-hal tersebut tentu saja akan berdampak pada ruang gerak yang kita miliki. Dengan menerapkan *inclusive design*, berbagai macam keragaman pengguna tidak akan menjadi penghambat bagi setiap orang ketika akan beraktivitas.

3. *Inclusive design* memberikan berbagai macam pilihan solusi dan tau bahwa satu solusi desain yang ditawarkan tidak dapat mencakup semua pengguna

Keragaman dalam *inclusive design* dapat menciptakan sebuah standar baru yang dapat dipakai oleh semua pengguna tanpa terkecuali. Contohnya bisa dengan menyediakan tangga dan ramp, menyediakan keduanya berarti kita sudah memberikan pilihan untuk pengguna.

4. *Inclusive design* mengusulkan penggunaan yang lebih fleksibel

Dilihat dari sisi pengguna maka fleksibel dapat berpengaruh dari fungsi dari tempat itu sendiri dan cara yang bisa digunakan oleh pengguna,

5. *Inclusive design* menawarkan desain bangunan dan lingkungan sekitar yang 'enjoyable' untuk setiap pengguna

Untuk menciptakan lingkungan yang 'enjoyable' tentunya perlu berbagai pertimbangan aspek-aspek penunjang seperti keberadaan *signage*, pencahayaan, visualisasi, dan material. Keberadaan aspek penunjang tersebut dapat membuat penggunaannya untuk memahami tempat tersebut dan merasa lebih nyaman.

Inclusive Design Principles memaparkan 6 prinsip dalam *inclusive design*, yaitu :

1. Memberikan pengalaman yang sebanding bagi semua pengguna

Inclusive design dapat memastikan pengalaman yang dirasakan dan dialami oleh semua penggunanya adalah sama rata, sehingga setiap pengguna dapat melakukan aktivitasnya sesuai dengan keperluan masing-masing dan tentunya tidak mengurangi kualitas dari aktivitas tersebut. Adanya keberagaman antar pengguna ketika menggunakan suatu objek ataupun mengerjakan sebuah kegiatan, membuat *inclusive design* harus bisa menjadikan setiap pengguna sebanding dalam aspek nilai, kualitas yang ditawarkan, dan efisiensi.

2. *Inclusive design* mempertimbangkan segala situasi

Pengguna yang akan menggunakan suatu tempat bisa saja dalam kondisi yang berbeda-beda, sehingga perlu diperhatikan lebih teliti bahwa setiap pengguna tersebut bisa mendapatkan pengalaman yang sama tanpa harus melihat keadaan mereka terlebih dahulu.

3. Konsisten

Bersikap konsisten dalam sebuah desain bisa dicontohkan dari penggunaan pola desain yang sama atau konsisten sehingga pengguna dapat merasa familiar dengan lingkungan tersebut.

4. Memberikan kontrol kepada pengguna

Harus dipastikan bahwa yang memiliki kontrol secara utuh adalah pengguna itu sendiri, hal ini bertujuan agar pengguna bisa melakukan ataupun menggunakan sesuatu dengan cara yang mereka rasa nyaman.

5. Memberikan pilihan kepada pengguna

Dalam membuat desain diperlukan berbagai pertimbangan dalam melakukan sebuah kegiatan, karena pengguna memiliki caranya masing-

masing untuk melakukan kegiatan tersebut. Dengan menawarkan pilihan berarti kita sudah memberikan kesempatan bagi pengguna untuk melakukan aktivitas sesuai dengan keinginan dan kemampuan mereka.

6. Menambahkan nilai *value*

Penambahan nilai *value* dalam sebuah desain tentunya akan membuat desain tersebut memiliki daya tarik tersendiri dan dapat membantu meningkatkan interaksi antar pengguna menjadi lebih menarik.