

PERANCANGAN GERAI KERAJINAN KHAS MANDALIKA DENGAN PENDEKATAN *STORYNOMICS TOURISM*

I Made Pande Artadi¹, Anak Agung Gede Rai Remawa², I Putu Udiyana Wasista³,
I Made Jayadi Waisnawa⁴, Gede Pasek Putra Adnyana Yasa⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Desain Interior, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar

⁵Program Studi Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain,
Institut Seni Indonesia Denpasar

e-mail: m.artadi@yahoo.com¹, remava@ymail.com², udiyawanwasista85@gmail.com³,
dekwi_vijay@yahoo.com⁴, pasekputra99@gmail.com⁵

INFORMASI ARTIKEL

Received : Januari, 2023
Accepted : April, 2023
Publish online : Mei, 2023

ABSTRACT

The culture in the Mandalika region is an expensive asset in developing tourism with a storynomics tourism approach. This condition caused Mandalika to be proclaimed a priority destination area by the Indonesian Ministry of Tourism and Creative Economy. Coupled with the existence of the Mandalika Circuit, it has now caused Mandalika to obtain the status of a Special Economic Zone. However, a problem arose with mushrooming typical Lombok handicraft outlets around the Mandalika Circuit, which led to a slum (ghetto) condition. Therefore, researchers and ITDC are collaborating in matching fund activities to design these craft outlets more organized and aesthetically pleasing using a storynomics tourism approach. The method used consists of three stages, namely the inspiration stage, the idea stage, and the implementation stage. As a result, narratives in the storynomics tourism approach have been implemented into interior designs in craft and souvenir outlets. The use of local identities such as the shape of the barn, the shape and colour of the nyale, the Subahnale songket motif, peresean, the ketak and rattan woven motifs, the cupu shape, to the story of Princess Mandalika, were successfully implemented into the elements of space and building mass.

Key words : *Mandalika, tourism, storynomics, Lombok.*

ABSTRAK

Budaya yang berkembang di wilayah Mandalika merupakan aset mahal dalam mengembangkan pariwisata dengan pendekatan *storynomics tourism*. Adanya hal ini, menyebabkan Mandalika dicanangkan sebagai kawasan destinasi prioritas oleh Kemenparekraf/Baparenkraf RI. Ditambah lagi dengan adanya keberadaan Sirkuit Mandalika kini menyebabkan Mandalika memperoleh status Kawasan Ekonomi Khusus. Namun muncul

masalah menjamurnya gerai-gerai kerajinan khas Lombok di sekitar Sirkuit Mandalika, yang menyebabkan kondisi kumuh (*ghetto*). Oleh karenanya, peneliti dan pihak ITDC melakukan kolaborasi dalam kegiatan *matching fund*, untuk merancang gerai-gerai kerajinan tersebut agar lebih tertata dan estetik menggunakan pendekatan *storynomics tourism*. Metode yang digunakan terdiri dari tiga tahapan yaitu tahap inspirasi, tahap gagasan, dan tahap implementasi. Hasilnya narasi dalam pendekatan *storynomics tourism* telah diimplementasikan ke dalam rancangan interior di kawasan gerai kerajinan dan souvenir. Penggunaan identitas lokal seperti bentuk lumbung, bentuk dan warna *nyale*, motif songket *Subahnale*, peresean, motif anyaman ketak dan rotan, bentuk cupu, hingga kisa Puteri Mandalika, berhasil diimplementasikan ke dalam elemen-elemen ruang dan massa bangunan.

Kata Kunci: Mandalika, pariwisata, *storynomics*, Lombok.

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata sebuah kawasan dapat memberikan sebuah peluang pengembangan ekonomi di sekitarnya [1], [2]. Pengembangan ekonomi ini tentunya akan sangat membantu pendapatan negara yang kemudian berguna dalam pembangunan.

Pembangunan pariwisata turut diiringi dengan munculnya kawasan-kawasan kumuh [3]. Kawasan-kawasan ini muncul sebagai akibat ketidaksiapan infrastruktur dalam menunjang gelombang pariwisata [4]. Belum lagi serbuan urbanisasi akibat kemunculan destinasi pariwisata, turut pula memperparah suasana kumuh tersebut [5]. Kadangkala serbuan arus urbanisasi dalam mencari peluang ekonomi dalam pariwisata, tidak disertai dengan kesiapan sarana dan prasarana yang cukup oleh kaum urban. Kondisi ini juga turut memperparah wajah destinasi wisata, dengan isu keamanan, sampah, dan drainase [6]–[8].

Indonesia yang kaya akan keragaman budaya daerah, memiliki modal potensial dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya. Diperkirakan terdapat 500 suku bangsa di Indonesia dengan beragam kekayaan budaya, seperti bahasa, pakaian, rumah tradisional, hingga legenda daerah [9]. Perkiraan ini disebabkan beberapa suku belum terdata dengan baik karena faktor genealogi tanpa penerus dan ada yang telah punah. Seluruh hal tersebut merupakan aset dalam kebudayaan nasional, yang harus dipertahankan dan

dikembangkan sebagai warisan bagi generasi mendatang. Tujuannya agar anak cucu kita kelak tidak kehilangan jati dirinya dan terombang-ambing dalam dinamika perubahan budaya yang kian pesat.

Storynomics tourism merupakan program dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, yang merupakan cara baru memperkenalkan potensi pariwisata berbasis budaya [10].

Storynomics tourism adalah pendekatan pariwisata yang mengedepankan narasi, konten kreatif, *living culture*, dan menggunakan kekuatan budaya sebagai nyawa dari destinasi. Pendekatan ini merupakan bagian dari strategi marketing yang diperkenalkan oleh McKee di tahun 2018 [11]. Pendekatan ini mementingkan konten cerita sebagai senjata dalam promosi wisata. Lekatnya tiap-tiap daerah di Indonesia dengan cerita rakyat dan legenda, menjadi umpan menarik dalam mempromosikan pariwisata yang mampu menggelitik keingintahuan wisatawan akan cerita-cerita tersebut. Dilansir dari web Kemenparekraf/Baparekraf RI, sejauh ini terdapat lima destinasi prioritas yang menjadi pengembangan *storynomics tourism*. Kelima destinasi tersebut adalah Danau Toba, Candi Borobudur, Mandalika, Likupang, dan Labuan Bajo.

Penelitian ini bersifat reka cipta dengan mengangkat budaya lokal sebagai DNA pariwisata di Mandalika. Tujuannya sesuai dengan permasalahan akan kebutuhan gerai-gerai kerajinan yang tertata dan bersih, karena kini sirkuit bertaraf internasional telah dibangun di Mandalika. Proses reka cipta ini bertujuan menciptakan master plan perancangan kawasan gerai sesuai dengan instruksi pihak ITDC Mandalika. Harapannya, Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika mampu menawarkan sebuah kawasan yang bertaraf internasional dengan menampilkan narasi kedaerahan (*storynomics*).

Pentingnya penelitian ini didasarkan pada penelusuran literatur tentang perancangan kawasan dan arsitektur berbasis budaya Lombok. Berdasarkan penelusuran tentang perancangan kawasan dan arsitektur khususnya yang berbasis budaya Lombok, diperoleh beberapa artikel sebagai berikut: Terdapat artikel tentang perancangan desa wisata di Lombok Tengah [12], perancangan kawasan Gili Trawangan dengan pendekatan arsitektur eco-cultural [13], perancangan lanskap waduk di Lombok Tengah [14], perancangan interior restoran dan cafe kontemporer menggunakan bentuk kain songket [15], perancangan interior lobby dan area komersil hotel di Lombok [16], dan rancangan pusat kerajinan kain tenun di Lombok Tengah [17]. Dari seluruh artikel ini, belum satu pun yang menggunakan pendekatan *storynomics tourism* dalam perancangannya. Ditambah lagi belum ada artikel yang menerangkan secara spesifik tentang perancangan kawasan gerai kerajinan di kawasan Mandalika.

Oleh karena itu, artikel ini menawarkan kebaruan dari segi penggunaan pendekatan *storynomics tourism* dalam perancangan kawasan gerai kerajinan di Mandalika. Harapannya, melalui artikel ini terbentuk sebuah pemikiran baru untuk menggunakan pendekatan *storynomics tourism* dalam mengembangkan narasi dalam sebuah perancangan. Bukan hanya demi dunia kepariwisataan semata, namun juga demi

ketahanan budaya nasional dan pelestarian kekayaan narasi daerah.

METODE

Penelitian ini bersifat reka cipta, yang artinya penelitian dengan *output* rancangan atau ciptaan yang dijadikan sebagai *master plan*. Oleh sebab itu, metode yang digunakan adalah metode yang disederhanakan dari *design thinking* dan *human centered design*, dengan tiga tahapan seperti tahap inspirasi (*inspiration*), tahap gagasan (*ideation*), dan tahap implementasi (*implementation*) [18], [19]. Tahap inspirasi berisi tentang riset, observasi, wawancara, yang ditujukan sebagai proses pengumpulan data dan pengolahan data. Berikutnya beranjak ke tahap gagasan yang berisi *brainstorming*, sketsa gagasan, dan *mood board* sebagai visualisasi data abstrak ke dalam bentuk yang dapat diindera oleh mata. Kemudian dilanjutkan ke tahap implementasi yang di dalamnya memuat proses *prototyping* hingga perwujudan langsung obyek rancangan di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini, proses rekacipta akan dijelaskan dan diurai sesuai dengan tahapan yang tertera pada metode. Oleh karenanya, proses pembahasan akan dibagi menjadi beberapa sub bab, seperti tahap analisis data (inspirasi), tahap gagasan, dan tahap implementasi.

A. Tahap Inspirasi

Data diperoleh dari observasi langsung, wawancara, dan telaah literatur sebagai inspirasi rancangan. Kondisi gerai dan kawasan di sekitarnya menjadi objek yang diamati sebagai eksisting awal kasus. Demi memperkuat data perihal kondisi gerai dan kawasan di sekitarnya, tim peneliti melakukan wawancara dengan pihak ITDC Mandalika. Wawancara juga dilakukan dengan perajin-perajin, untuk menemukan kebutuhan akan kondisi yang ideal untuk berdagang. Selain itu, beberapa pengerajin yang berkompeten diwawancarai seputar filosofi motif-motif pada kerajinan yang mereka buat. Tujuannya sebagai inspirasi pada perancangan gerai yang akan dilaksanakan. Selanjutnya akan dilakukan

penggalan literatur sebagai perbandingan dengan data observasi dan wawancara. Dari data literatur ini nantinya akan memperkuat dasar perancangan, khususnya dalam eksplorasi budaya pada pendekatan *storynomics tourism*.

Untuk memberikan gambaran lokasi gerai yang akan dirancang, dapat dilihat pada peta kawasan Mandalika berikut ini.



Gambar 1. Peta Kawasan Mandalika
[Sumber: ITDC, t.t.]

Kawasan gerai yang akan dirancang ditandai dengan lingkaran merah pada gambar di atas. Menurut informasi pihak ITDC, kawasan ini nantinya memang diperuntukkan untuk jual beli souvenir, baik berupa kerajinan lokal ataupun merchandise dari event-event internasional seperti Moto GP atau Superbike.

Data Observasi Kawasan Gerai di Kawasan Mandalika

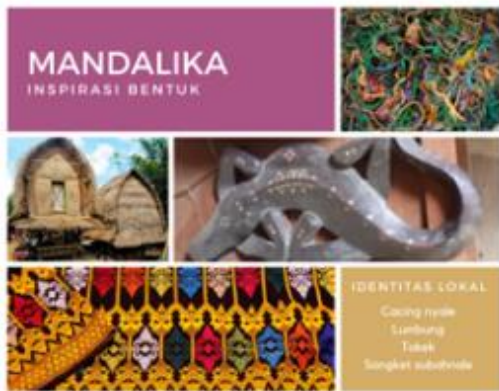
Berdasarkan data observasi yang dilakukan, kawasan gerai kerajinan belum memiliki penataan yang baik. Terlebih lagi tiadanya drainase dan sirkulasi yang baik, membuat kawasan ini nampak semrawut dan tidak sehat. Kemudian penataan barang dagangan nampak seadanya. Perlu adanya tindak lanjut untuk mengembangkan kawasan ini agar sesuai dengan citra Mandalika yang kian dikenal oleh dunia internasional. Berikut data observasi eksisting kawasan gerai.



Gambar 2. Situasi Kawasan Gerai di Mandalika
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Untuk memberikan gambaran dan arah yang jelas dari proses penelitian dan rekacipta ini, perlu adanya pemaparan tentang inspirasi data yang diperoleh dari pendataan untuk kemudian dikembangkan ke dalam tahap gagasan berikutnya. Data observasi dan wawancara kemudian diperkuat dengan data literatur. Dari pengumpulan data yang dilakukan, terdapat beberapa elemen budaya lokal yang menjadi pertimbangan dalam proses penelitian dan rekacipta ini. Berikut ini inspirasi elemen-elemen yang menjadi inspirasi pengembangan model gerai kerajinan.

a) Inspirasi Bentuk



Gambar 3. Inspirasi Bentuk dari Unsur Budaya Lokal
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Mengusung pendekatan *storynomics tourism* yang memperkuat narasi kedaerahan sebagai destinasi wisata, rekacipta ini mengambil inspirasi dari beberapa unsur budaya lokal. Unsur budaya seperti bentuk *cacing nyale*, bangunan lumbung Suku Sade, tokek, kain songket *Subahnale*, kerajinan anyaman cupu dan ketak, festival *peresean*, hingga kisah Putri Mandalika diramu menjadi narasi dalam bentuk-bentuk elemen pada ruang dan fasad bangunan.

Mengingat kawasan Mandalika berada di Lombok Tengah, penggunaan bentuk atap lumbung Desa Sade dan Ende menjadi ciri khas penanda arsitektural di wilayah tersebut. Kemudian motif tenun *Subahnale* banyak dijumpai di wilayah Lombok, khususnya di wilayah Desa Sukarara. *Subahnale* terucap sebagai ungkapan rasa syukur penenun ketika kain yang dibuatnya selesai. *Subahnale* berasal dari kata Subhanallah dalam logat Lombok, yang merupakan ungkapan mengagungkan kesucian Allah dalam agama Islam (Martini dkk., 2019). Selain itu, motif *Subahnale* juga

menggambarkan kesabaran, keikhlasan, serta tawakal (Lestari, 2018). Terdapat pula tokek yang dianggap hewan pembawa keberuntungan di Lombok (Sukarni & Windhari, 2017). Motif ini seringkali muncul pada kerajinan-kerajinan gerabah dan tenun. Hewan ini kemudian dijadikan inspirasi pada bangunan kontemporer gerai kerajinan mutiara. Dengan inspirasi bentuk ini, diharapkan akan membawa keberuntungan bagi kawasan gerai itu sendiri.

Bau nyale merupakan salah satu perayaan tradisional Suku Sasak. *Cacing nyale* jelmaan Putri Mandalika ini diyakini sebagai pembawa berkah dan keberuntungan. Sebagai salah satu perayaan dari cerita rakyat yang terkenal di wilayah Mandalika, bentuk *cacing nyale* (Latin. *eunice fucata*) dijadikan sebagai inspirasi dalam rancangan gerai kerajinan. Untuk memperkuat narasi dalam konteks pariwisata berbasis *storynomics tourism*, cerita ini turut pula dijadikan sebagai inspirasi patung pada salah satu bagian ruang. Selain itu, tradisi lokal yaitu *peresean* tak luput menjadi salah satu inspirasi dalam perancangan. Tradisi *peresean* adalah kesenian tradisional Suku Sasak yang mempertarungkan dua laki-laki (*pepadu*), dengan membawa senjata tongkat rotan dan perisai. Tradisi ini menggambarkan kejantanan, keberanian, dan sportivitas (Imran & Hananingsih, 2021). Bentuk yang diambil sebagai inspirasinya berupa siluet orang bertarung, yang diolah menjadi elemen estetik.

Inspirasi bentuk lainnya berasal dari keterampilan menganyam yang terdapat di Lombok Tengah, yaitu kerajinan cupu serta ketak dan rotan. Cupu adalah sebuah wadah yang berbentuk bulat, yang biasanya digunakan sebagai tempat tembakau dalam upacara *bendulang*. Nama tersebut diambil dari bahasa Sasak yang berarti bundar atau bulat (Go Mandalika, 2022). Bentuk bulat ini dipadukan dengan bentuk *nyale*, menjadi pola layout bangunan dan sirkulasi dalam kawasan gerai kerajinan. Kerajinan anyaman ketak dan rotan berkembang di Desa Beleka, Lombok Tengah. Kerajinan yang terkenal adalah cupu dan gandeke khas Lombok. Beberapa motif

anyaman dijadikan inspirasi, untuk mencitrakan kekayaan seni anyaman di wilayah Lombok Tengah.

b) Inspirasi Material



Gambar 4. Batu Prabu
[Sumber: Tim Peneliti, 2022]

Dinamakan batu Prabu karena batu ini digali di wilayah Desa Prabu, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Warnanya kuning kemerahan dikarenakan kandungan mineral di dalamnya. Batu ini dijadikan sebagai bahan inspirasi, untuk mengingatkan akan sumber daya alam yang kaya di Lombok Tengah.

c) Inspirasi Warna



Gambar 3. Inspirasi Warna Nyale
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

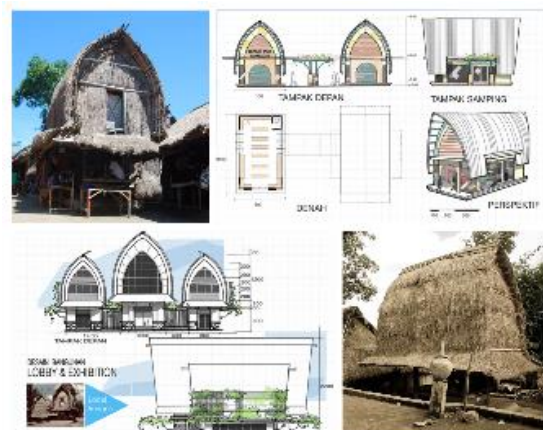
Legenda Putri Mandalika yang berubah menjadi *cacing nyale* yang berwarna-warni (*ragi genep*), menginspirasi corak warna yang akan digunakan dalam rancangan. Dari wawancara dengan penduduk setempat, diperoleh informasi apabila *cacing nyale* berwarna-warni (*ragi genep*) keluar saat festival *bau nyale*, dipercaya membawa kesejahteraan bagi penduduk di sekitarnya. Corak warna *ragi genep* ini akan diimplementasikan sebagai penanda festival yang menjadi ciri khas di kawasan Mandalika. Dengan menerapkan warna ini, diharapkan pengunjung dan penduduk lokal dapat berbagi kisah sembari melakukan kegiatan transaksi.

B. Tahap Gagasan

Setelah tahap analisis data dan inspirasi dilakukan, tahapan selanjutnya yaitu penerjemahan pemecahan masalah menjadi gagasan visual. Pada tahapan ini, ide-ide kreatif muncul dalam sketsa-sketsa rancangan. Dari analisis yang dilakukan, kawasan gerai yang akan dirancang dibagi dalam beberapa zona, yaitu audiovisual dan *library, co-working space, restaurant* dan *cafe, playground, gerai-gerai kerajinan dan souvenir, office* dan *exhibition*, dan bangunan *contemporary artworks*. Berikut ini beberapa sketsa rancangan yang tercipta dari proses olah pikir. Sketsa gagasan terhimpun dari kondisi aktual gerai saat ini, elemen budaya yang ingin ditampilkan, serta pendekatan *storynomics tourism* yang menjadi landasan pikir dalam perancangan ini.



Gambar 6. Pola Penataan Zona dan Massa Bangunan
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]



Gambar 4. Gagasan Lobby dan Ruang Exhibition
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Atap bangunan kompleks *lobby* dan *exhibition* serta gerai kerajinan mengadopsi bentuk lumbung. Bentuk fasad dari bangunan diubah dan dikonstruksi secara fungsional agar sesuai dengan kebutuhan transaksional dalam gerai, namun tanpa menghilangkan bentuk pokoknya sebagai penanda arsitektur setempat.



Gambar 5. Gagasan Gerai Mutiara dan Contemporary Artworks serta Gagasan Kisah Putri Mandalika dan Patung Mutiara
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Bentuk hewan tokek menjadi inspirasi gerai kerajinan mutiara. Selain itu, pada bangunan ini nantinya akan dijual kerajinan kontemporer. Oleh sebab itu, bentuknya yang radikal dan unik sesuai dengan atmosfer tempat kerajinan kontemporer tersebut. Kemudian, kisah Putri Mandalika dijadikan sebagai monumen di salah satu ruang *co-working space*. Bentuk Putri Mandalika yang bertransformasi menjadi *cacing nyale* saat dikejar oleh para pangeran, menjadi salah satu bagian ikonik pada cerita rakyat Putri Mandalika. Oleh karenanya, bagian cerita ini kemudian diambil dan dijadikan sebagai monumen yang memperkuat narasi

kedaerahan. Tak luput patung mutiara yang menghiasi gerai kerajinan mutiara nantinya, dibuat sebagai penanda kekayaan mutiara sebagai salah satu ciri khas Lombok.

C. Tahap Implementasi

Pada tahap ini, gagasan yang tertuang dalam sketsa diproyeksikan ke dalam model-model tiga dimensi. Dengan adanya proyeksi ini, wujud asli bangunan dapat tervisualkan sehingga pihak mitra memahami hasil akhirnya nanti di lapangan. Berikut beberapa model tiga dimensi perancangan bangunan di kawasan gerai kerajinan.

1) Bird View Kompleks Gerai Kerajinan



Gambar 6. Bird View Pola Tiga Dimensi Penataan Zona dan Masa Bangunan
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Pola penataan zona dan massa bangunan gerai secara keseluruhan, menjawab permasalahan penataan gerai yang belum tertata sebelumnya. Kemudian, permasalahan drainase turut dijawab dengan membuat pola drainase yang disatukan dengan kolam dan aliran air di sekitar kawasan gerai kerajinan.

Ditinjau dari bentuknya, pola ini mengambil filosofi "*aiq meneng, tunjung tilah, empaq bau*", yang secara fisik terwujud sebagai massa bangunan yang seolah mengapung di kolam, ibaratnya bunga teratai. Lalu secara fungsional menjawab permasalahan penataan dan

drainase. Tentunya ini sesuai dengan filosofi tersebut ditinjau dari penggambaran tekstualnya dan maknanya.

Pola penataan ini juga menggambarkan topografi kawasan Mandalika dengan pulau-pulau kecil di sekitarnya. Keindahan topografi ini kemudian ditampilkan dalam penataan massa bangunan yang menyebar. Keberadaan penataan massa bangunan kawasan gerai lengkap dengan air di sekelilingnya, turut pula menarasikan kisah Puteri Mandalika yang erat kaitannya dengan samudera di kawasan Mandalika.

Adanya tujuan desain di atas, membentuk sebuah persepsi pengamat tentang narasi lokal yang senada dengan program *storynomics tourism* Kemenparekraf. Isu eksisting dijawab melalui pendekatan budaya yang serempak bergandengan dengan filosofi lokal, tanpa menghilangkan kualitas fungsinya sebagai sekumpulan massa bangunan yang menunjang keberadaan kawasan ekonomi khusus.

2) Bangunan Lobby dan Exhibition



Gambar 7. Model Tiga Dimensi Bangunan Lobby dan Exhibition

[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Penanda identitas lokal seperti atap lumbung dan pola geometris songket *Subahnale* nampak pada fasad bangunan. Selain itu pada bagian interiornya, identitas lokal seperti pola kain songket *Subahnale* direpetisi sebagai pola dekorasi. Lalu ada pula penggunaan tekstur anyaman ketak dan rotan dari bahan sintesis sebagai pembungkus tiang, untuk memberikan kesan keragaman kerajinan lokal yang ada di kawasan Lombok Tengah. Bangunan dibentuk

modern dengan tujuan memproyeksikan kepada dunia internasional, bahwa kekayaan budaya Lombok dapat secara adaptif disesuaikan dengan kemajuan zaman yang kian modern. Kemudian, tampilan ini juga menunjukkan kepada dunia bahwa Mandalika memiliki kualitas gerai yang bertaraf internasional, yang sejalan dengan tujuan pengembangan kawasan ekonomi khusus.

3) Unit Bangunan Gerai Kerajinan



Gambar 8. Unit Bangunan Gerai Kerajinan

[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Unit-unit gerai kerajinan memiliki bentuk serupa dengan gedung *lobby* dan ruang *exhibition*. Analogi bentuk lumbung ditampilkan pada fasad bangunan lengkap dengan pola geometris songket *Subahnale*. Antar gerai dihubungkan dengan selasar yang di beberapa titik terdapat tempat untuk pengrajin menenun. Tujuannya untuk menunjukkan pada pengunjung tentang proses membuat kerajinan secara langsung.

4) Co-working Space



Gambar 9. Interior Co-working Space

[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Co-working space merupakan tempat berbagi bersama bagi para pengusaha yang sedang merintis usahanya. *Co-working space* berperan sebagai kantor, tempat rapat, tempat berbagi pengalaman, dan tempat bertemu klien. Beragam latar belakang dapat menggunakan tempat jenis ini, yang memberikan peluang untuk menjalin relasi dengan berbagai jenis profesi dalam usaha. *Co-working space* juga memberikan peluang untuk mencari pengusaha-pengusaha yang potensial untuk direkrut.

Penataan zonasi dan kategori ruang, mengikuti jenis-jenis ruang kreatif. Menurut Thoring dkk. [21], setidaknya ada lima ruang kreatif yang perlu diperhatikan dalam sebuah kantor atau organisasi, yaitu: 1) Ruang personal, sebagai tempat konsentrasi mendalam, kontemplasi, dan refleksi; 2) Ruang kolaborasi, sebagai tempat kerja kelompok, berdiskusi, dan konsultasi; 3) Ruang presentasi, sebagai ruang untuk berbagi dan mempresentasikan pekerjaan; 4) Ruang laboratorium, tempat untuk membuat model dan bereksperimen secara bebas; 5) Ruang istirahat, berperan sebagai penghubung antar ruang, tempat relaksasi, dan rekreasi. Seluruh jenis ruang ini, telah dihadirkan dalam *co-working space* ini. Oleh karenanya, *co-working space* ini nantinya diharapkan mampu memantik kreaivitas para pengusaha muda, sehingga mampu menjadi pemicu kemajuan ekonomi lokal setempat.

Mengingat *co-working space* berperan sebagai ruang kreatif, rangsangan visual dan mood sangat dibutuhkan. Rangsangan visual dan mood dapat dibentuk dari atmosfer ruang salah satunya warna dan cahaya. Penggunaan warna seperti kuning, merah, biru, dan hijau dapat merangsang kreativitas. Kemudian, adanya cahaya alami yang masuk ke ruangan turut meningkatkan rangsangan terhadap kreativitas [22]. Melalui hasil penelitian ini, rangsangan visual ruang *co-working space* dirancang agar dapat meningkatkan kreativitas khususnya melalui warna dan cahaya alami.

Secara alamiah kombinasi warna *ragi genep* pada *cacing nyale*, memiliki kombinasi yang sesuai dengan hasil penelitian tersebut

(kuning, merah, biru, dan hijau). Lalu cahaya alami yang masuk ke ruangan, dimaksimalkan dengan adanya bukaan seperti jendela dan ruang-ruang terbuka seperti di lantai dua. Dengan demikian, *co-working space* yang dirancang mampu memberikan mood kreatif dan positif bagi penggunaanya.

Selain itu, penggunaan pola geometri pada songket *Subahnale* dan beberapa tekstur yang mencirikan kerajinan anyaman digunakan sebagai penguat narasi budaya. Tidak lupa pola lingkaran yang mencirikan bentuk cupu sebagai salah satu kerajinan yang terkenal, digunakan sebagai lampu dan pola plafon. Pada lantai dua, terdapat patung Putri Mandalika lengkap dengan patung para pangeran. Tujuannya mengenalkan dan memperkuat narasi kedaerahan pada para pengguna ruang. Kolam sekitar patung turut memperkuat kisah Putri Mandalika yang terjun ke samudera, sekaligus memberikan rangsangan audio sensori gemericik air yang merangsang keativitas.

Kombinasi warna *nyale*, pola geometri songket *Subahnale*, pola anyaman ketak dan rotan, bentuk melingkar cupu, hingga patung Putri Mandalika, dinarasikan sedemikian rupa sebagai sebuah kisah budaya dalam proyeksi ruang *co-working space*. Tentunya pengguna ruang diajak ikut menyelami kekayaan budaya daerah serta kisah di baliknya. Dengan demikian, identitas lokal makin lama makin melekat dan menjadi *brand* unik yang merepresentasikan kawasan Mandalika itu sendiri.

5) Perpustakaan



Gambar 10. Interior Perpustakaan dan Ruang Baca
[Sumber: Tim Rekapipta, 2022]

Perpustakaan harus mampu memberikan suasana tenang dan meningkatkan konsentrasi penggunaannya dalam membaca buku. Oleh karenanya, penggunaan skema warna-warna netral menjadi salah satu pertimbangan dalam perancangannya [23]. Hal ini menjadi pertimbangan dalam menerapkan warna *nyale* yang kontras, karena dikhawatirkan akan memengaruhi konsentrasi pengguna ruang. Selain itu, warna netral memiliki netralitas gender yang menjadi suatu keharusan dalam perancangan perpustakaan [24].

Narasi kedaerahan dihadirkan di beberapa elemen ruang, seperti pola geometris songket *Subahnale* yang menjadi dekorasi jendela dan siluet *peresean* sebagai dekorasi dinding. Penggunaan dekorasi yang minimal menjadi pertimbangan untuk meminimalisir distraksi bagi pengguna ruang, sehingga mereka dengan mudah dapat berkonsentrasi dalam membaca.

6) Ruang Gerai Mutiara dan *Contemporary Artworks*



Gambar 11. Interior Gerai Mutiara dan *Contemporary Artworks*
[Sumber: Tim Rekacipta, 2022]

Layout bangunan ini dirancang dengan mengambil bentuk hewan tokek. Bentuk bangunan ini cukup radikal, namun diharapkan mampu mewakili representasi bangunan ini yang berfungsi sebagai gerai kerajinan kontemporer. Bagian interiornya menggunakan warna-warna yang mempresentasikan kilauan emas sebagai refleksi kemewahan, karena fungsi bangunan ini untuk menampilkan kemewahan dari kerajinan perhiasan mutiara.

Bentuk geometris pola songket *Subahnale* digunakan sebagai pola dekorasi pada dinding serta fasilitas di bangunan ini. Kemudian bentuk pola *cacing nyale* digunakan sebagai dekorasi pada fasilitas sama seperti pada perpustakaan.

KESIMPULAN

Adaptasi narasi kedaerahan yang senada dengan pendekatan *storynomics tourism* telah diimplementasikan dalam perancangan gerai kerajinan dan souvenir di kawasan Mandalika. Bentuk lumbung, bentuk dan warna *nyale*, motif songket *Subahnale*, peresean, motif anyaman ketak dan rotan, bentuk cupu, hingga kisah Puteri Mandalika telah diterjemahkan ke dalam rancangan massa bangunan hingga interiornya. Karenanya, kawasan gerai kerajinan ini merefleksikan kekayaan narasi lokal yang sepatasnya perlu digali lebih dalam lagi, untuk memperkuat identitas lokal serta membangun rasa bangga atas melimpahnya wujud kebudayaan yang dapat dieksplorasi dan dilestarikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. V. Bianchi and F. de Man, 'Tourism, inclusive growth and decent work: a political economy critique', *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 29, no. 2–3, pp. 353–371, Mar. 2021, doi: 10.1080/09669582.2020.1730862.
- [2] H. Oh, A. M. Fiore, and M. Jeoung, 'Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications', *Journal of Travel Research*, vol. 46, no. 2, pp. 119–132, Nov. 2007, doi: 10.1177/0047287507304039.
- [3] F. Frenzel and K. Koens, 'Slum Tourism: Developments in a Young Field of Interdisciplinary Tourism Research', *Tourism Geographies*, vol. 14, no. 2, pp. 195–212, May 2012, doi: 10.1080/14616688.2012.633222.
- [4] R. Scheyvens, 'Backpacker tourism and Third World development', *Annals of Tourism Research*, vol. 29, no. 1, pp. 144–164, Jan. 2002, doi: 10.1016/S0160-7383(01)00030-5.

- [5] A. Holešinská and M. Šauer, 'Economic transition and tourism development – mass tourism in Prague', in *XXI. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách, Kurdějov, 13. - 15. června 2018*, Kurdějov: Masarykova univerzita, 2018, pp. 501–507. doi: 10.5817/CZ.MUNI.P210-8970-2018-65.
- [6] S. A. Asongu, J. I. Uduji, and E. N. Okolo-Obasi, 'Tourism and insecurity in the world', *Int Rev Econ*, vol. 66, no. 4, pp. 453–472, Dec. 2019, doi: 10.1007/s12232-019-00330-z.
- [7] A. Lisowska, 'Crime in tourism destinations: Research review', *Turyzm/Tourism*, vol. 27, no. 1, pp. 31–39, Jun. 2017, doi: 10.18778/0867-5856.27.1.12.
- [8] U. Sunlu, 'ENVIRONMENTAL IMPACTS OF TOURISM', in *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region*, D. Camarda and L. Grassini, Eds., 2003, pp. 263–270.
- [9] M. J. Melalatoa, *Ensiklopedi Suku Bangsa di Indonesia Jilid A-K*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 1995.
- [10] Kemenparekraf/Baparekraf RI, 'Mengenal Storynomics Tourism, Gaya Baru Mempromosikan Pariwisata', 30 April, 2021. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Mengembangkan-Potensi-Wisata-dengan-Storynomics-Tourism-di-Indonesia>
- [11] T. Kartika and N. Riana, 'Storynomics Tourism as an Effective Marketing Strategy on Tourism Destination (Case Study on Tangkuban Parahu, West Java-Indonesia)', *Tourism and Sustainable Development Review*, vol. 1, no. 1, pp. 33–40, 2020, doi: 10.31098/tsdr.v1i1.8.
- [12] M. Khamdevi, 'PKM Perencanaan Desa Wisata Bonjeruk, Lombok Tengah', *MARKA (Media Arsitektur dan Kota) : Jurnal Ilmiah Penelitian*, vol. 4, no. 2, Art. no. 2, Feb. 2021, doi: 10.33510/marka.2021.4.2.126-137.
- [13] M. N. Fitria, 'Perancangan Balai Budaya di Gili Trawangan Lombok Dengan Pendekatan Arsitektur Eco-Cultural', Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2020. Accessed: Apr. 15, 2023. [Online]. Available: <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/23959>
- [14] R. H. Manan, 'Kajian Konsep Perancangan Lanskap Green Belt Waduk Batujai Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat (Concept Studies of Landscape Design of Green Belt Batujai Reservoir, Central Lombok Regency, West Nusa Tenggara)', in *Seminar Nasional Kota Berkelanjutan*, May 2018, pp. 160–173. doi: 10.25105/psnkb.v1i1.2904.
- [15] D. Pratama, L. Tulistyantoro, and H. Mulyono, 'Perancangan Interior Restoran & Kafe Dengan Konsep Kontemporer Tradisional Khas Lombok di Lombok', *Intra*, vol. 7, no. 2, Art. no. 2, Jul. 2019.
- [16] E. Andriani, R. H. I. Sitingjak, and P. E. D. Tedjokoesomo, 'Implementasi Konsep "Pretentious Moment" Tradisional Lombok Pada Perancangan Interior Lobby Dan Area Komersil "The Lombo" Hotel Resort Di Lombok', *Intra*, vol. 3, no. 2, Art. no. 2, Jul. 2015.
- [17] S. A. Halim, F. A. Atika, and S. Azizah, 'Konsep Ruang Representasi Budaya pada Rancangan Pusat Kerajinan Kain Tenun Sasak, Sukarara, Lombok Tengah', *Aksen : Journal of Design and Creative Industry*, vol. 6, no. 2, pp. 30–38, Apr. 2022, doi: 10.37715/aksen.v6i2.2628.
- [18] G. Ambrose and P. Harris, *Basic Design: Design Thinking*. AVA Publishing, 2010.
- [19] IDEO.org, *The Field Guide to Human-Centered Design*. IDEO.org, 2015.
- [20] ITDC, 'ITDC Creating Destinations'. <https://www.itdc.co.id> (accessed Dec. 01, 2022).
- [21] K. Thoring, P. Desmet, and P. Badke-Schaub, 'Creative environments for design education and practice: A typology of creative spaces', *Design Studies*, vol. 56, pp. 54–83, May 2018, doi: 10.1016/j.destud.2018.02.001.
- [22] J. Dul and C. Ceylan, 'Work environments for employee creativity',

- Ergonomics*, vol. 54, no. 1, pp. 12–20, Jan. 2011, doi: 10.1080/00140139.2010.542833.
- [23] H. Liu and F.-H. Chen, 'The study on color design of the interior space in the high school library', in *5th International Conference on Civil Engineering and Transportation*, Atlantis Press, 2015, pp. 1381–1385.
- [24] G. John, *Designing Libraries in 21st Century*. London: British Council, 2016.