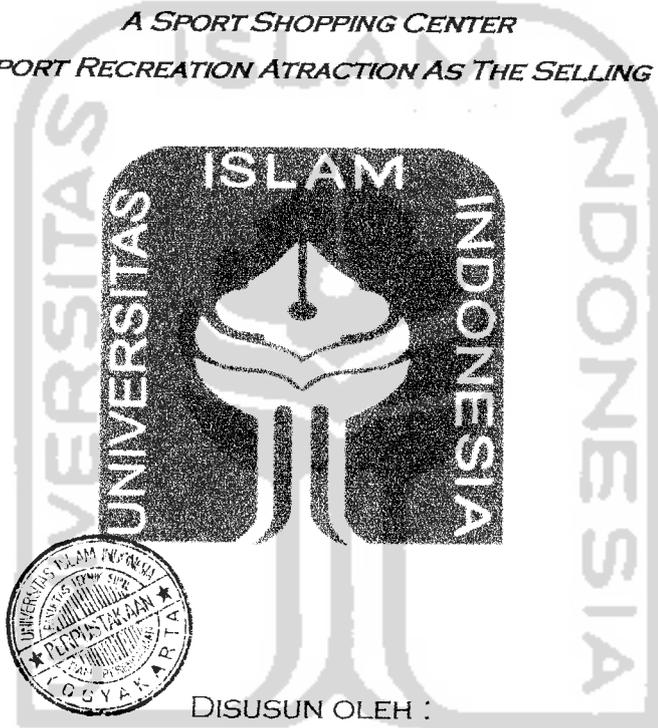


PERPUSTAKAAN FTSP UIN	
HADIH/DELI	
TGL. TERIMA :	26 - 11 - 2007
NO. JUDUL :	2558
NO. INV. :	5120002558001
NO. INDUK. :	002558

TUGAS AKHIR

YOGYA SPORT SHOPPING MALL
PUSAT PERBELANJAAN PERLENGKAPAN OLAHRAGA
YANG MENGHADIRKAN ATRAKSI OLAHRAGA REKREASI SEBAGAI DAYA TARIK

YOGYA SPORT SHOPPING MALL
A SPORT SHOPPING CENTER
WITH SPORT RECREATION ATTRACTION AS THE SELLING POINT



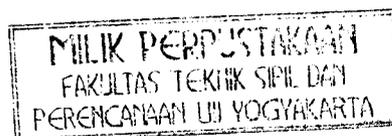
DISUSUN OLEH :

ANDY IRAWAN
02 512 201

DOSEN PEMBIMBING :

IR. H. TONY KUNTO WIBISONO

JURUSAN ARSITEKTUR
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
 UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
 YOGYAKARTA
 2007



LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

YOGYA SPORT SHOPPING MALL

Pusat Perbelanjaan Perlengkapan Olahraga

Yang Menghadirkan Atraksi Olahraga Rekreasi Sebagai Daya Tarik

YOGYA SPORT SHOPPING MALL

A Sport Shopping Center

With Sport Recreation Attraction As The Selling Point

Disusun Oleh :

Andy Irawan

02512201

MENGESAHKAN

Dosen Pembimbing

Tugas Akhir

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

Ketua Jurusan Arsitektur

FTSP UII

Ir. Hastuti Saptorini, M.Arch

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas ridho Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah - Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada kekasih Allah, Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat serta pengikutnya sampai akhir zaman.

Dengan ridho Allah semoga Tugas Akhir ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain walaupun Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan petunjuk dari banyak pihak. Untuk itu, tak lupa penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. H. Tony Kunto Wibisono, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan dukungannya kepada penulis.
2. Bapak Ir. Arif Wismadi, MSc, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis.
3. Ibu Ir. Hastuti Saptorini, M.Arch, selaku Ketua Jurusan Arsitektur Universitas Islam Indonesia. Terima kasih atas motivasinya bu.
4. Bapak dan Ibu dosen jurusan arsitektur, terima kasih atas bimbingan dan ilmu - ilmu yang telah diberikan selama ini.
5. Kedua Orang Tua ku yang selalu kucinta, Bapak dan Mama, terima kasih atas do'a, kasih sayang, dukungan, motivasi semangatnya dan pengorbanan yang tak terhingga kepada ananda.

6. Mbak Leni, terima kasih atas motivasi semangat dan do'anya mbak. Adikku Aji, atas pengorbanannya yang mau mundur kuliah demi Tugas Akhir mas Andy, makasih ya dek.
7. Seseorang yang selalu memberikan 'SYEMANGATH' disaat hati dan pikiran ini kalut. Kenapa, kamu bukan yang terakhir untukku ?
8. Karien, makasih semangat & do'a jarak jauhnya (kayak dukun loe).
9. Randy, yang mau menukarkan 3D interiornya dengan satu nomor di kata pengantar ini. Boleh barter sama laptopnya gak mas ???
10. Temen - temen kost, Tantra, Opik, Randy, Mici, Luphi - luphi, Amar, Imam, Budi, Acep, KD (Kang Dadan), Syarif, Iqbal dan Eric. Kapan - kapan kita nguliner lagi yaa...tapi bayar sendiri - sendiri.
11. Yoyo, teman semeja dan seperjuangan selama di studio. Sorry, aku gak pernah bagi - bagi kopi tiap pagi.
12. Teman - teman studio periode II 2007, Agung, mbak Amel, Ojo, Evin, Wira, Putri, Ronggo, Mutsu, Bima, Dul, Wisnu. Thanks for all.
13. Temen - temen Arch '02 Surya, Yusak, Avis, Budi, Erlan dan lainnya.
14. Temen - temen kontrakan Candi, Black, Dini - Dinda (satu paket), Gita, Yusuf, dan mas Bambang.
15. Dan pihak - pihak yang turut membantu keberhasilan Tugas Akhir ini.

Penulis mohon ma'af jika terdapat kekurangan dan mengharapkan kritik serta saran sebagai masukan ilmu pengetahuan kepada penulis. Semoga laporan ini dapat bermanfaat baik bagi penulis sendiri maupun orang lain. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 September 2007

Penulis

YOGYA SPORT SHOPPING MALL

Pusat Perbelanjaan Perlengkapan Olahraga

Yang Menghadirkan Atraksi Olahraga Rekreasi Sebagai Daya Tarik

Oleh

Andy Irawan

02512201

Abstraksi

Manusia secara naluri mempunyai keinginan untuk selalu menjaga dan merawat kesehatan jiwa dan raganya. Keinginan itu bisa dipenuhi salah satunya dengan cara membiasakan hidup bersih, makan makanan yang bergizi, pola hidup yang sehat, serta olahraga yang cukup dan teratur. Olahraga adalah aktivitas manusia untuk menjaga kondisi badan agar tetap dalam kondisi yang baik.

Seiring meningkatnya pertumbuhan perekonomian Yogyakarta, membuat aktivitas bekerja masyarakat juga tinggi. Selain itu, berdampak juga pada semakin meningkatnya stres masyarakat sehingga masyarakat membutuhkan kegiatan yang dapat menurunkan tingkat emosionalnya itu. Salah satunya melalui olahraga rekreasi. Olahraga rekreasi sebagai kegiatan rekreasi aktif mendapatkan perhatian yang besar dari masyarakat. Sebab, selain dapat menjaga kebugaran tubuh juga dapat menyegarkan pikiran dan jiwa diluar aktivitas kerja.

Selain sebagai alternatif olahraga dan hiburan baru di Yogyakarta, minim dan belum terpusatnya tempat penjualan alat - alat perlengkapan olahraga di Yogyakarta juga menjadi pertimbangan perlunya sport shopping mall di kota ini.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Untaian Kata Penyejuk Kalbu	iii
Lembar Persembahan	iv
Kata Pengantar	v
Abstraksi	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Batasan Pengertian Judul	1
1.2. Latar Belakang	4
1.2.1. Kondisi Umum Yogyakarta	4
1.2.2. Perkembangan Shopping Mall	5
1.2.3. Perkembangan Olahraga Rekreasi di Yogyakarta	8
1.3. Rumusan Permasalahan	10
1.3.1. Permasalahan Umum	10
1.3.2. Permasalahan Khusus	10
1.4. Tujuan	11
1.4.1. Tujuan Umum	11
1.4.2. Tujuan Khusus	11
1.5. Sasaran	11
1.6. Lingkup Pembahasan	11
1.7. Metode Perancangan	12
1.7.1. Tahap Pra Perancangan	12
1.7.2. Studi Literatur	12
1.7.3. Tahap Analisis	12
1.7.4. Tahap Perumusan Konsep	13

1.7.5. Tahap Perancangan	13
1.8. Sistematika Pembahasan	14
1.9. Studi Kasus	15
1.10. Spesifikasi Proyek	18
1.11. Keaslian Penulisan	20
1.12. Kerangka Pola Pikir	21
BAB II TINJAUAN	22
2.1. Tinjauan Shopping Mall	22
2.1.1. Pengertian Shopping Mall	22
2.1.2. Klasifikasi Shopping Mall	22
2.1.3. Elemen Pendukung Shopping Mall	26
2.1.4. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall	36
2.1.5. Pelaku dan Alur Kegiatan di Dalam Shopping Mall	37
2.2. Tinjauan Sport Shopping Mall	38
2.3. Tinjauan Olahraga Rekreasi	39
2.3.1. Kedudukan Olahraga dan Rekreasi	40
2.3.2. Penggolongan Jenis Olahraga	41
BAB III ANALISIS	43
3.1. Analisis Lokasi dan Site	43
3.1.1. Analisis Lokasi	43
3.1.2. Analisis Site	48
3.1.2.1. Peraturan Bangunan Pada Area Site	48
3.1.2.2. Kondisi dan Situasi Site	49
3.1.2.3. Analisis Sirkulasi	49
3.1.2.4. Analisis Orientasi Bangunan	50
3.2. Analisis Kegiatan	51
3.2.1. Jenis Kegiatan	51
3.2.2. Pelaku dan Sirkulasi Kegiatan	52
3.2.3. Kebutuhan dan Karakteristik Ruang	53

3.2.4.	Besaran Ruang	57
3.3.	Analisis Bentuk dan Penampilan Bangunan	61
3.3.1.	Karakteristik Sifat Gerak Olahraga Pada Bentuk dan Penampilan	61
3.3.2.	Langgam Bangunan	62
3.4.	Analisis Pengolahan Tata Ruang	64
3.4.1.	Pengolahan Tata Ruang Dalam	64
3.4.2.	Pengolahan Tata Ruang Luar	73
3.5.	Sisitem Struktur dan Utilitas Bangunan	74
3.5.1.	Sisitem Struktur Bangunan	74
3.5.2.	Sistem Utilitas Bangunan	74
BAB IV KONSEP		76
4.1.	Konsep Dasar Lokasi dan Site	76
4.1.1.	Konsep Penentuan Lokasi dan Site	76
4.1.2.	Konsep Sirkulasi	77
4.1.3.	Konsep Orientasi Bangunan	78
4.2.	Konsep Kegiatan	79
4.3.	Konsep Bentuk dan Penampilan	80
4.4.	Konsep Pengolahan Tata Ruang	84
4.4.1.	Konsep Pengolahan Tata Ruang Dalam	84
4.4.2.	Konsep Pengolahan Tata Ruang Luar	87
4.5.	Konsep Sistem Struktur dan Utilitas Bangunan	89
4.5.1.	Sistem Struktur Bangunan	89
BAB V SKEMATIK DESAIN		90
BAB VI LAPORAN PERANCANGAN		111
6.1.	Spesifikasi Proyek	111
6.2.	Hasil Rancangan	111
6.2.1.	Situasi Bangunan	111

6.2.2. Siteplan Bangunan	113
6.2.2.1. Sirkulasi	113
6.2.2.1.a. Sirkulasi Kendaraan Bermotor	113
6.2.2.1.b. Sirkulasi Pengunjung Tidak Bermotor	113
6.2.2.2. Arena Olahraga Outdoor	114
6.2.3. Denah	115
6.2.3.1. Sirkulasi	115
6.2.3.2. Denah Ground Floor (± 0.00)	115
6.2.3.3. Denah Semi Basement (- 5.00)	117
6.2.3.4. Denah 1st Floor (+ 5.00)	117
6.2.3.5. Denah 2nd Floor (+ 10.00)	119
6.2.3.6. Denah 3rd Floor (+ 15.00)	120
6.2.3.7. Denah 1st Basement Floor (- 10.00) dan Denah 2nd Basement Floor (- 15.00)	120
6.2.4. Tampak	121
6.2.5. Potongan	123
6.2.6. Rencana Pola Lantai	124
6.2.7. Eksterior	126
6.2.7.1. Ruang Tunggu Pemain	126
6.2.7.2. Dinding Nama Mall	127
6.2.8. 3D Interior	129
6.2.9. 3D Eksterior	130

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Peta Yogyakarta	4
Gambar 1.2.	Pondok Indah Mall	7
Gambar 1.3.	Cihampelas Walk	7
Gambar 1.4.	Margo City	15
Gambar 1.5.	Denah Margo City	16
Gambar 1.6.	Siteplan Margo City	17
Gambar 1.7.	Peta Site	19
Gambar 2.1.	Entrance	27
Gambar 2.2.	Selasar / Corridor	28
Gambar 2.3.	Jembatan	29
Gambar 2.4.	Atrium	29
Gambar 2.5.	Escalator	30
Gambar 2.6.	Elevator / Lift	31
Gambar 2.7.	Anchor Tenant	31
Gambar 2.8.	Tenant Mix	32
Gambar 2.9.	Foodcourt	33
Gambar 2.9.	Outdoor Restaurant Row	34
Gambar 2.10.	Indoor Restaurant Row	34
Gambar 2.11.	Kidsplay Area	35
Gambar 2.12.	Skylight Roof	35
Gambar 2.13.	Bentuk Tata Letak Shopping Mall	36
Gambar 2.14.	Sport Mall Kelapa Gading	39
Gambar 2.15.	Selasar Blok M Plaza	39
Gambar 3.1.	Peta Yogyakarta	43
Gambar 3.2.	Lokasi Alternatif 1	45
Gambar 3.3.	Lokasi Alternatif 2	45

Gambar 3.4.	Lokasi Alternatif 3	46
Gambar 3.5.	Bentuk Site	48
Gambar 3.6.	Kondisi dan Situasi Site	49
Gambar 3.7.	Analisis Sirkulasi Site	50
Gambar 3.8.	Analisis Orientasi Site	50
Gambar 3.9.	Analisa Penampilan Bangunan	64
Gambar 3.10.	Tata Layout Ruang Dalam	65
Gambar 3.11.	Analisa Entrance	66
Gambar 3.12.	Analisa Atrium	67
Gambar 3.13.	Analisa Selasar	68
Gambar 3.14.	Analisa Outdoor Restaurant	71
Gambar 3.15.	Analisa Indoor Restaurant	71
Gambar 3.16.	Analisa Penggunaan Warna	72
Gambar 3.17.	Zoning	73
Gambar 4.1.	Konsep Sirkulasi Site	77
Gambar 4.2.	Konsep Orientasi Site	78
Gambar 4.3.	Konsep Ruang Dinamis	81
Gambar 4.4.	Konsep Dinamis Sirkulasi Vertikal	81
Gambar 4.5.	Konsep Dinamis Sirkulasi Horizontal	82
Gambar 4.6.	Konsep Ritma / Irama	83
Gambar 4.7.	Konsep Kontinu	83
Gambar 4.8.	Konsep Enerjik	84
Gambar 4.9.	Konsep Tata Layout Ruang Dalam	86
Gambar 4.10.	Konsep Zoning	87
Gambar 4.11.	Plaza	88
Gambar 6.1.	Peta Site	111
Gambar 6.2.	Pembagian Zona Sebelum Perancangan	112
Gambar 6.3.	Pembagian Zona Setelah Perancangan	112
Gambar 6.4.	Alur Sirkulasi Kendaraan Bermotor	113

Gambar 6.5.	Alur Sirkulasi Pengunjung Pejalan Kaki	114
Gambar 6.6.	Ketinggian Arena Olahraga Outdoor	115
Gambar 6.7.	Denah Lanta Dasar	116
Gambar 6.8.	Denah Lantai Semi Basement	117
Gambar 6.9.	Denah Lantai Satu	118
Gambar 6.10.	Detail Denah Blok Lingkaran	118
Gambar 6.11.	Detail Potongan Blok Lingkaran	119
Gambar 6.12.	Denah Lanta Dua	119
Gambar 6.13.	Denah Lantai Tiga	120
Gambar 6.14.	Denah Lantai Basement Satu	121
Gambar 6.15.	Denah Lantai Basement Dua	121
Gambar 6.16.	Tampak	122
Gambar 6.17.	Potongan	124
Gambar 6.18.	Rencana Pola Lantai	124
Gambar 6.19.	Detail Pola Lantai	125
Gambar 6.20.	Potongan Retail	125
Gambar 6.21.	Potongan Retail	126
Gambar 6.22.	Detail Denah R.Tunggu OR Outdoor	126
Gambar 6.23.	Tampak R.Tunggu OR Outdoor	127
Gambar 6.24.	Potongan R.Tunggu OR Outdoor	127
Gambar 6.25.	Detail Denah Dinding Nama Mall	128
Gambar 6.26.	Tampak Dinding Nama Mall	128
Gambar 6.27.	Potongan Dinding Nama Mall	128
Gambar 6.28.	Interior Cafe	129
Gambar 6.29.	Interior Selasar	129
Gambar 6.30.	Interior Retail	129
Gambar 6.31.	Perspektif Eksterior	130
Gambar 6.32.	Fasade Utara	130
Gambar 6.33.	Perspektif Eksterior	130

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Klasifikasi Mall	23
Tabel 3.1. Analisis Alternatif Pemilihan Site	46
Tabel 3.2. Analisis Kebutuhan dan Karakteristik Ruang	56
Tabel 3.3. Analisis Kebutuhan dan Besaran Ruang	60



BAB I PENDAHULUAN

YOGYA SPORT SHOPPING MALL

*Pusat Perbelanjaan Perlengkapan Olahraga
Yang Menghadirkan Atraksi Olahraga Rekreasi Sebagai Daya Tarik*

1.1. BATASAN PENGERTIAN JUDUL

- **Yogya**

Merupakan keterangan tempat dimana proyek ini akan berdiri

- **Sport**

Dalam Bahasa Indonesia berarti 'olahraga'. Gerak tubuh untuk menguatkan dan menyehatkan badan.¹

- **Shopping**

Dalam Bahasa Indonesia berarti berbelanja atau perbelanjaan. Perbelanjaan adalah tempat untuk berbelanja yang menyediakan berbagai macam kebutuhan baik barang maupun jasa untuk kebutuhan sehari-hari maupun berkala.²

- **Mall**

Menurut pengertian kamus, mall berarti sebuah plaza umum, jalan-jalan umum atau sekumpulan sistem dengan belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki (*a public plaza, walk, or system of walk set with tress and design for pedestrian use*).³

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta 1995

² Ibid

³ Harris M Cyril, A Dictionary of Architecture and Construction

Mall adalah jalur pertokoan bagi pejalan kaki (*a pedestriannised shopping street*), yang dibuat untuk menciptakan kesan ruang lebih luas, lebih berkualitas dan lebih mewah dari pada *arcade - arcade* (satu gedung beratap atau dua gedung yang mempunyai gang yang beratap, biasanya ditempati toko - toko) biasa.⁴

BATASAN PENGERTIAN PUSAT PERBELANJAAN PERLENGKAPAN OLAHRAGA

Pusat perbelanjaan dengan konsep *specially shop* dimana toko - tokonya menjual barang tertentu, terutama alat - alat perlengkapan olahraga. Tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat toko - toko yang menjual barang selain alat - alat perlengkapan olahraga.

Seperti pusat perbelanjaan pada umumnya, pusat perbelanjaan ini juga dilengkapi fasilitas pendukung, seperti *foodcourt, game center, kidsplay area restaurant row* dan *exhibition area*.

BATASAN PENGERTIAN ATRAKSI OLAHRAGA REKREASI

Atraksi adalah pertunjukkan atau suatu yang dipertontonkan. Mall ini memiliki fasilitas olahraga rekreasi yang dapat ditonton oleh pengunjung sebagai daya tarik. Tidak hanya dapat ditonton, fasilitas ini diperuntukkan bagi pengunjung. Pengunjung dapat bermain pada fasilitas - fasilitas olahraga rekreasi tersebut.

Adapun olahraga rekreasi adalah jenis olahraga yang dilakukan untuk mendapatkan rasa senang dan kepuasan sosial, olahraga tersebut adalah *billiard, bowling, squash, rollerblade, fitness center, jogging track, futsal, climbing, tennis* dan basket.

⁴ Rinorthen, Shopping Centers a Developer Guide to Planning a Design, Colledge of Estate

Kesimpulan :**Yogya Sport Shopping Mall**

" Pusat Perbelanjaan Perlengkapan Olahraga

Yang Menghadirkan Atraksi Olahraga Rekreasi Sebagai Daya Tarik "

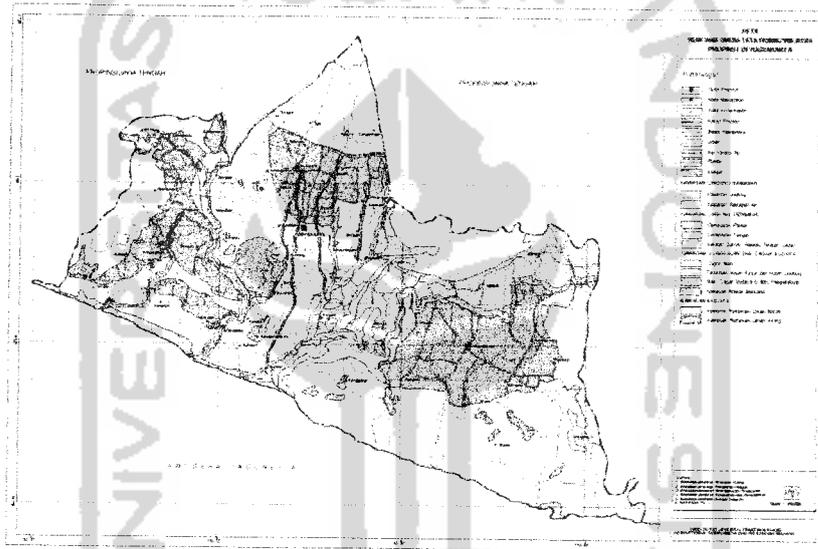
Sebuah pusat perbelanjaan yang berada di Kota Yogyakarta yang memiliki sejumlah *vendor* independen atau beragam toko dengan beragam *brand* terutama *brand* perlengkapan olahraga. Selain memiliki beragam toko - toko, mall ini juga memiliki fasilitas olahraga rekreasi sebagai aktifitas alternatif diluar aktifitas belanja juga sebagai tontonan bagi pengunjungnya.



1.2. LATAR BELAKANG

1.2.1. Kondisi Umum Yogyakarta

Propinsi Daerah Istimewa Jogjakarta terletak antara 7'.33" – 8'.12" lintang selatan dan 110'.00" – 110'.50" bujur timur tercatat memiliki luas 3.185,80 km² atau 0,17 % luas Indonesia dengan jumlah penduduk pada sensus tahun 2004 sebanyak 3.220.808 jiwa dengan tingkat pertumbuhan 0,42 % pertahunnya.⁵ Jumlah penduduk asli dan pendatang Kota Yogyakarta sendiri berjumlah ± 1,2 juta jiwa.



Gambar 1.1.
Peta Yogyakarta

Sumber : www.pemda-diy.com

Yogyakarta memiliki beberapa predikat sesuai dengan potensinya maupun sejarah provinsi ini. Selain kota budaya dan kota pelajar, Yogyakarta merupakan kota pariwisata. Yogyakarta merupakan daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Sektor pariwisata menyumbang 30% lebih Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Yogyakarta. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta setelah mulai pulihnya perekonomian Indonesia dari krisis moneter mengalami peningkatan yang cukup berarti dan mencapai puncak kunjungan wisatawan pada tahun 2003 yaitu mencapai 1.259.676 pengunjung dengan rata-rata menginap

⁵ Data Badan Pusat Statistik Provinsi D I Yogyakarta

selama 2 malam 3 hari⁶. Dengan jumlah wisatawan sebesar itu dan pola perilaku wisatawan yang pada umumnya suka berbelanja merupakan potensi pasar yang sangat besar.

1.2.2. *Perkembangan Shopping Mall*

Shopping Center (Inggris dan Eropa), *Shopping Mall* (Amerika) atau terminologi yang sering digunakan oleh masyarakat Amerika bereferensi kepada pusat perbelanjaan atau shopping center yang besar adalah istilah yang digunakan untuk mengidentifikasikan suatu pusat perbelanjaan yang pada intinya memiliki bentuk bangunan atau kumpulan beberapa bangunan di dalam satu lokasi.⁷

Mall merupakan jalan yang mengaitkan sejumlah toko-toko. Keadaan fisik mall akan cukup terkendali bila direpresentasikan secara berbeda yaitu diberi atap dan dikendalikan aliran udaranya. Dengan demikian jalan tidak perlu lagi melekat pada permukaan tanah. Ia dapat melayang, seolah-olah bertingkat, untuk melindungi pemakainya sehingga mereka mampu bertahan lama beraktivitas di dalamnya.

Konsep dari dibangunnya gedung pusat perbelanjaan, shopping center, shopping mal, atau mall sebenarnya bukan merupakan suatu inovasi baru. Mall, merupakan suatu bentuk evolusi dari pasar tradisional yang pada intinya adalah suatu lokasi pusat perbelanjaan yang dikunjungi oleh banyak orang (konsumen) untuk membeli segala sesuatu yang mereka butuhkan. Untuk kemudahan, kenyamanan dan keamanan para pengunjung, pusat perbelanjaan yang berbentuk pasar tradisional dan terbuka kemudian memiliki atap untuk melindungi pengunjung dari cuaca seperti teriknya matahari, derasnya air hujan dan elemen cuaca lainnya.

Konsep mall ternyata sudah ada sejak abad petengahan. Di Timur Tengah, *Grand Bazaar Isfahan* adalah suatu lokasi pusat perdagangan yang terdiri dari kumpulan beberapa toko independen yang bernaung

⁶ Ibid 4

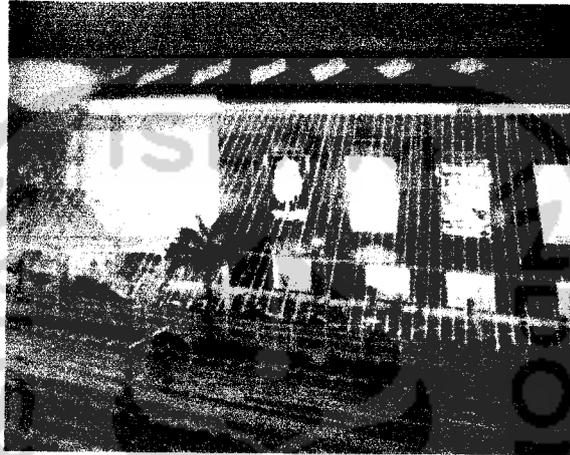
⁷ Griya Asri Prima, Indonesia Shopping Center, Design Concept and Lifestyle, Jakarta, 2005

dibawah satu struktur, berdiri sejak abad ke 10. Begitu juga dengan *Grand Bazaar Tehran*, pasar tertutup sepanjang 10 km juga memiliki sejarah yang panjang. Contoh di Eropa adalah *The Burlington Arcade* di London yang resmi dibuka di tahun 1819. Konsep pembangunan mal ini diperkenalkan di Amerika Serikat pada tahun 1828 dengan dibangunnya *The Arcade* di daerah Providence, Rhode Island. Pembangunan shopping center atau mal pun akhirnya diikuti oleh kota-kota besar lainnya di berbagai mancanegara pada akhir abad ke 19 dan awal abad ke 20.

Shopping center atau mal yang pada awalnya memiliki fasilitas toko-toko dan barang-barang dagang yang menarik, *food court*, dan area untuk parkir kendaraan, kini dirasa masih belum cukup untuk memenuhi kebutuhan pengunjung dan pengguna *shopping center* atau mall (konsumen). Untuk menarik minat pengunjung dan untuk mencegah pengunjung dari rasa bosan, manajemen shopping center berupaya untuk menciptakan suasana yang menarik, unik, dan lain dari tempat-tempat yang biasa dikunjungi oleh para pengunjung dan pengguna mal. Dimulai dengan pemilihan konsep bangunan dan interior bangunan. Kemudian, ditambahkan fasilitas hiburan atau entertainment seperti bioskop, video game center, dan panggung dengan *disc jockey* (*deejay*), atau dengan *live music*. Adanya tempat penitipan anak (*day care center*) di dalam beberapa shopping center atau mal di Amerika Serikat sudah menjadi konsep yang tidak asing lagi. Adanya fasilitas ini memberikan kemudahan berbelanja bagi para orang tua yang memiliki anak supaya dapat berkonsentrasi berbelanja di *shopping center* atau mal tersebut tanpa harus mengkhawatirkan keamanan dan kenyamanan putra dan putri mereka.

Kekurangan akan lahan terbuka di dalam kota menjadi kesempatan emas bagi para pengembang shopping center atau mal untuk mengemas alam buatan (*artificial*) atau sebuah taman terbuka ke dalam konsep interior atau pembentukan kompleks shopping center. Sehingga para pengunjung tidak hanya mendapatkan kenyamanan berbelanja, tetapi

juga dapat menikmati lahan terbuka yang bebas dari bahaya ditabrak dan bisingnya kendaraan bermotor, sampah dan segala sesuatu yang tidak enak dipandang. Bahkan konsep tersebut bisa dianggap sebagai pengganti ruang terbuka di pertokoan yang semakin lama semakin hilang.



Gambar 1.2.
Pondok Indah Mall
Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center



Gambar 1.3.
Cihampelas Walk
Sumber : Survey

Saat ini, ada beberapa macam alasan dibangun sebuah shopping mall. Tujuan paling pokok adalah revitalisasi sebuah area pusat bisnis di

sebuah kota berkembang dengan tujuan antara lain⁸ :

- Meningkatkan bisnis retail
- Memperkuat nilai properti
- Meningkatkan daya saing dengan daerah suburban (pinggiran kota)
- Mendorong investasi perorangan dengan menciptakan kondisi lingkungan bisnis retail yang baik

1.2.3. Perkembangan Olahraga Rekreasi Di Yogyakarta

Manusia secara naluri mempunyai keinginan untuk selalu menjaga dan merawat kesehatan jiwa dan raganya. Keinginan itu bisa dipenuhi salah satunya dengan cara membiasakan hidup bersih, makan makanan yang bergizi, pola hidup yang sehat, serta olahraga yang cukup dan teratur. Olahraga adalah aktivitas manusia untuk menjaga kondisi badan agar tetap dalam kondisi yang baik.

Dahulu olahraga dilakukan hanya dalam rangka kompetisi untuk mencapai prestasi. Orientasi olahraga untuk kepentingan dan tujuan kompetisi ini disebut dengan orientasi asketisme. Kini telah terjadi pergeseran orientasi nilai olahraga dari orientasi asketisme menjadi hedonisme. Pergeseran orientasi ini sangat mempengaruhi sikap masyarakat terhadap olahraga, disamping perubahan jenis-jenis olahraga atau aktivitas jasmani lainnya. Perubahan orientasi yang amat mendasar ialah bahwa kegiatan berolahraga tidak selalu dalam pengertian olahraga kompetisi dan pencapaian prestasi setinggi-tingginya, tetapi juga tetuju pada tujuan lain, seperti untuk kebugaran jasmani, kesehatan, keelokan bentuk tubuh, pengobatan atau pencegahan penyakit.

Olahraga merupakan gerak raga yang dilakukan oleh orang secara teratur dan terencana untuk mencapai tujuan tertentu. Dilihat dari tujuan pencapaiannya, olahraga dibagi menjadi beberapa penggolongan⁹, yaitu :

⁸ Rubenstein, Harvey M., Central City Mall, 1978

⁹ Giriwijoyo, Santoso Y.S., Manusia dan Olahraga, Institut Teknologi Bandung, Bandung, 2005

a. Olahraga Prestasi

Jenis olahraga dengan tujuan pencapaian untuk memperoleh tingkat prestasi yang tinggi dengan membina kegiatan olahraga tertentu secara intensif, seperti sepakbola, tinju, basket dan lainnya.

b. Olahraga Pendidikan

Jenis olahraga dengan tujuan pencapaian untuk pendidikan melalui olahraga, memupuk sifat sportifitas dan apresiasi terhadap olahraga sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

c. Olahraga Kesehatan

Jenis olahraga dengan tujuan pencapaian untuk kesehatan manusia dengan menjangkau seluruh lapisan masyarakat, misalnya dengan melakukan senam kesegaran jasmani, gerak jalan. Biasanya olahraga ini dilakukan bersama-sama oleh banyak orang.

d. Olahraga Rekreasi

Jenis olahraga yang dilakukan selain untuk mendapatkan kesehatan jasmani juga mendapatkan rasa senang dan kepuasan sosial, seperti billiard, bowling dan ice skating.

Di Yogyakarta, jenis olahraga terakhir masih sangat minim fasilitas yang benar-benar memberikan kepuasan bagi penggunanya. Mengingat dari data Yogya memiliki beberapa fasilitas olahraga berupa Gedung Olahraga, antara lain : GOR Amongrogo, GOR Kridosono, GOR Sleman, GOR Basket SSS, GOR STIE YKPN, GOR UNY, GOR Wates, GOR UII, GOR AMP, GOR Indah Jati Jl.Godean km.9, dan GOR PWS Sidoluhur Godean. Tapi dari seluruh gedung olahraga tersebut kesemuanya merupakan gedung olahraga untuk olahraga prestasi. Sedangkan fasilitas untuk olahraga rekreasi memang ada tetapi masih kurang berkembang.

1.2.4. Potensi Yogyakarta Terhadap Keberadaan Sport Shopping Mall

Seiring meningkatnya pertumbuhan perekonomian Yogyakarta, membuat aktivitas bekerja masyarakat juga tinggi. Selain itu, berdampak juga pada semakin meningkatnya stres masyarakat sehingga masyarakat membutuhkan kegiatan yang dapat menurunkan tingkat emosionalnya itu. Salah satunya melalui olahraga rekreasi. Olahraga rekreasi sebagai kegiatan rekreasi aktif mendapatkan perhatian yang besar dari masyarakat. Sebab, selain dapat menjaga kebugaran tubuh juga dapat menyegarkan pikiran dan jiwa diluar aktivitas kerja.

Selain itu, minim dan belum terpusatnya tempat penjualan alat - alat perlengkapan olahraga di Yogyakarta juga menjadi pertimbangan perlunya sport shopping mall di Yogyakarta. Sehingga, selain sebagai tempat berolahraga, mall ini juga akan menjadi pusat penjualan alat - alat perlengkapannya serta sebagai tempat alternatif hiburan.

Selain itu, nantinya sport shopping mall ini akan menjadi tempat wisata baru yang belum pernah ada di Yogyakarta. Sehingga wisata ini akan menambah keanekaragaman jenis tempat wisata di Yogya.

1.3. RUMUSAN PERMASALAHAN

1.3.1. Permasalahan Umum

Bagaimana merancang sebuah bangunan Yogya Sport Shopping Mall yang dapat memfasilitasi atau menampung aktifitas dan kegiatan terhadap pengguna bangunan, baik masyarakat ataupun pegawai dengan keterpaduan fungsi sebagai kegiatan :

- Penjualan alat - alat perlengkapan olahraga
- Fasilitas olahraga rekreasi
- Hiburan

1.3.2. Permasalahan Khusus

Bagaimana merancang sebuah bangunan pusat perbelanjaan yang memadukan aktifitas belanja dan aktifitas olahraga kedalam sebuah mall.

1.4. TUJUAN

1.4.1. Tujuan Umum

Menciptakan sebuah bangunan yang dapat memfasilitasi dan mampu mewadahi aktifitas penjualan alat - alat perlengkapan olahraga yang di dalamnya juga terdapat fasilitas olahraga rekreasi serta sebagai tempat hiburan bagi masyarakat Yogyakarta.

1.4.2. Tujuan Khusus

Mendapatkan landasan konsep perancangan Yogya Sport Shopping Mall dengan memadukan aktifitas belanja dan aktifitas olahraga kedalam sebuah mall.

1.5. SASARAN

- Mengidentifikasi pelaku kegiatan dan alur kegiatan pelaku, kebutuhan ruang, karakteristik ruang, serta besaran ruang dan organisasi ruang.
- Terciptanya Yogya Sport Shopping Mall di Yogyakarta yang memadukan fasilitas penjualan alat - alat perlengkapan olahraga dengan fasilitas olahraga rekreasi serta hiburan.
- Terciptanya bentuk massa, sirkulasi ruang, serta kenyamanan ruang yang mampu mencerminkan fungsi yang diwadahi.

1.6. LINGKUP PEMBAHASAN

Lingkup pembahasan yang menyangkut dengan perkara yang akan diselesaikan yaitu mengenai :

- Pembahasan masalah dengan memperhatikan aktifitas belanja dan olahraga, sehingga menghasilkan rumusan aktifitas olahraga rekreasi yang dapat diterapkan dalam shopping mall.
- Pendekatan konsep, yaitu dengan tinjauan pustaka dan studi kasus tentang olahraga dalam pusat perbelanjaan dalam lingkup sport shopping mall.

- Konsep perancangan, yaitu melakukan pendekatan arsitektural pada rumusan konsep *sport shopping mall* dengan berbagai alternatif pemecahan masalah.

1.7. METODE PERANCANGAN

1.7.1. Tahap Pra Perancangan

Melakukan pencarian wacana terhadap kebutuhan masyarakat dengan keberadaan bangunan yang berhubungan dengan kegiatan penjualan alat - alat perlengkapan olahraga beserta fasilitas olahraga rekreasi yang belum terwadahi dari segi arsitekturalnya.

1.7.2. Studi Literatur

1. Studi literatur yang meliputi : majalah, surat kabar dan tabloid yang mengulas tentang bangunan dan kegiatan yang berhubungan dengan shopping mall, olahraga rekreasi serta tempat hiburan.
2. Melakukan pencarian data dan pemahaman akan kegiatan yang diwadahi dalam sebuah bangunan Yogya Sport Shopping Mall pada nantinya.
3. Data standar yang dipakai dalam proses perancangan secara arsitektural dan struktural, serta konsep dasar yang nantinya akan dikembangkan kedalam rancangan bangunan.
4. Studi kasus dengan tema yang sama.

1.7.3. Tahap Analisis

Dalam tahap ini akan dilakukan proses penyaringan seluruh data yang telah didapatkan dari proses-proses sebelumnya kemudian diambil keputusan untuk mengambil beberapa hal saja yang nantinya akan dibutuhkan untuk dijadikan pedoman selama dalam proses perancangan.

1. Analisis kegiatan pada bangunan, yang meliputi berbagai

macam kegiatan, pelaku kegiatan, dan karakteristik kegiatan yang berhubungan dengan Yogya Sport Shopping Mall.

2. Analisis bangunan, yang meliputi program ruang, aksesibilitas dan penzoningan, sirkulasi ruang dalam (vertikal dan horizontal) dan ruang luar, dan organisasi ruang.
3. Analisis site yang menggunakan metode pembahasan yang berkaitan dengan Yogya Sport Shopping Mall.
4. Analisis bentuk dan penampilan bangunan dengan menyesuaikan dengan sifat gerak olahraga, sehingga tercipta perpaduan aktifitas belanja dan aktifitas olahraga kedalam sebuah mall.

1.7.4. Tahap Perumusan Konsep

Pada tahap perumusan konsep dapat diputuskan batasan - batasan dan arahan perancangan. Sehingga dalam perancangannya desain sebuah Yogya Sport Shopping Mall ini dapat dikembangkan dalam arahan dan batasan yang tetap dan jelas pada nantinya.

1.7.5. Tahap Perancangan

Pada tahap perancangan seluruh data dan informasi yang mengenai kebutuhan ruang, analisa perilaku dan konsep perancangan mulai diaplikasikan kedalam sebuah gambar kerja. Perubahan yang terjadi dalam proses ini akan lebih terkonsentrasi hanya pada eksplorasi pola ruang dalam dan ruang luar serta penampilan bangunan.

1..8. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Pada pembahasan proses perancangan Yogya Sport Shopping Mall akan diuraikan dalam bentuk gambar dan sketsa penjel, yaitu :

Bab I Pendahuluan

Penjelasan mengenai batasan dan pengertian judul perancangan, latar belakang permasalahan, tujuan dan sasaran perancangan, fasilitas dan aktifitas Yogya Sport Shopping Mall, metoda perancangan dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Yogya Sport Shopping Mall

Penjelasan tentang tinjauan dari bangunan *shopping mall*, pengertian dan tinjauan aktifitas dan pola kegiatan, tinjauan elemen pendukung *shopping mall*, serta tinjauan olahraga rekreasi.

Bab III Analisis Prilaku, Kebutuhan Ruang, Tata Ruang Bangunan

Penjelasan mengenai hasil analisis aktifitas dan ruang - ruang yang dibutuhkan pengguna serta perhitungan besaran ruang dan analisis mengenai tata ruang dalam dan luar yang memadukan aktifitas belanja dan aktifitas olahraga ke dalam sebuah mall.

Bab IV Konsep Perancangan

Penjelasan mengenai perencanaan lokasi dan site serta penerapan konsep ke dalam bangunan.

Bab V Skematik Desain

Penjelasan dalam bentuk design skematik mengenai penerapan konsep perancangan kedalam bangunan.

Bab VI Pengembangan Rancangan

Penjelasan mengenai laporan mengenai design yang dilakukan.

Bab VII Rancangan Final

Yang akan memuat gambar-gambar kerja dan gambar-gambar arsitektural yang berkaitan dengan proses perancangan.

1.9. STUDI KASUS

Pada studi kasus dilakukan analisa dari beberapa bangunan yang memiliki tema sama dengan bangunan yang akan dijadikan objek perancangan yang dapat memunculkan ide - ide baru dalam proses perancangan pada nantinya.

Margo City - Kota Depok

(studi kasus shopping mall dengan fasilitas olahraga)



Gambar 1.4.
Margo city

Sumber : www.margocity.com

Margo City adalah pusat perbelanjaan yang berada di Jalan Margonda Raya Kota Depok, Jawa Barat. Mall ini memiliki klasifikasi sebagai berikut:

- Margo City berdiri di atas tanah seluas 7.5 Ha dengan luas bangunan 67.000 M2. Memiliki 4 lantai yang terdiri dari *Lower Ground*, *Ground Floor*, *1st Floor* dan *2nd Floor*.



1st Floor



2nd Floor



Ground Floor

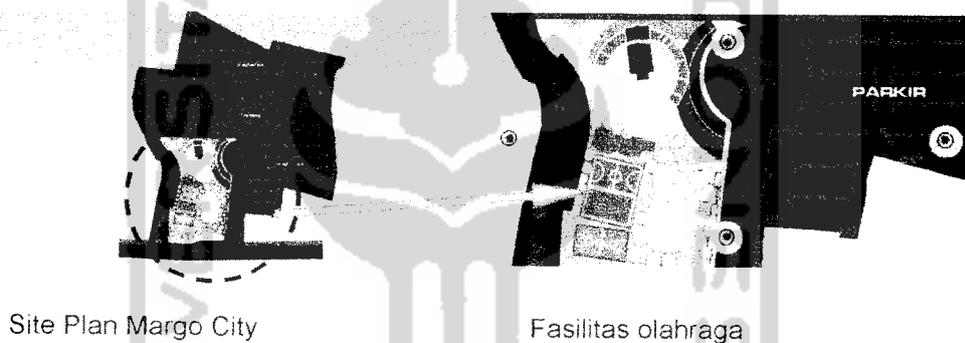
Lower Ground

Gambar 1.5.
Denah Margo city
Sumber : www.margocity.com

- Berdesain dinamis dan modern dengan desain arsitektur yang khas dan unik, karena memiliki *land mark* sebuah *crown* berbentuk rangkaian besi tersusun menjulang di atas atrium dan *skylight*, setinggi 40 m.
- Mall ini memiliki 4 buah void dengan mengadopsi konsep *Single Coridor*. Memiliki beberapa *horizontal vertical*, yaitu selasar, *travelator* dan jembatan yang menghubungkan antara satu selasar dengan selasar lain yang saling berseberangan. Selain itu mall juga ini memiliki *vertical circulation* berupa *escalator* dan *elevator* yang ditempatkan di void utama dan tangga darurat yang ditempatkan di sudut mall.
- Terdapat 4 pintu masuk bangunan (*entrance*) dengan *main entrance* terdapat ditengah bangunan.
- Leased Mall ini berawal dari konsep *comprehensive* yang menerangkan arti kata "city" yaitu kota yang didalamnya terdapat berbagai fasilitas. Fasilitas tersebut dikembangkan dalam bentuk clustered dan terwujud dalam 3 zona yang meliputi: *Margo Zone*, *City Zone* dan *O-Zone* dengan rincian :
 1. *Margo Zone* adalah area *Food & Beverage* dengan rangkaian *café*, restoran, *patisserie and bakery* serta *Food Court*.
 2. *City Zone* merupakan area *retail fashion* dan *life style* yang menampilkan beragam fasilitas dan brand dari dalam maupun

luar negeri.

3. Area depan Margo City di lengkapi dengan *O-Zone*, sebuah area outdoor dengan kelengkapan fasilitas olahraga dan *outdoor* seperti : futsal, basket, *jogging track*, *cycling track*, *skateboard area*, *bungee trampoline* serta beragam fasilitas untuk mahasiswa (*students center*, *DVD / VCD rental*, *studio recording*, *café*, dan lain - lain).
- Terdapat 2 *Anchor Tenant*, yaitu 'Giant' hipermarket dan 'Centro' *departement store* dan dilengkapi puluhan *Tenant Mix*.



Gambar 1.6.
Site Plan Margo city
Sumber : www.margocity.com

Kesimpulan :

- Konsep Margo City adalah *shopping mall* yang dilengkapi beberapa fasilitas olahraga, tetapi fasilitas ini hanya merupakan fasilitas tambahan.

1.10. SPESIFIKASI PROYEK

Nama Proyek	:	Yogya Sport Shopping Mall
Pengertian Proyek	:	Sebuah pusat perbelanjaan yang berada di Kota Yogyakarta yang memiliki sejumlah <i>vendor</i> independen atau beragam toko dengan beragam <i>brand</i> terutama <i>brand</i> perlengkapan olahraga. Selain memiliki beragam toko - toko, mall ini juga memiliki fasilitas olahraga rekreasi sebagai aktifitas alternatif diluar aktifitas belanja juga sebagai tontonan bagi pengunjunnya.
Lokasi	:	Jalan Colombo, Yogyakarta
Area Kawasan	:	Perdagangan, Pendidikan (Olahraga) dan Permukiman
Luas Lahan	:	18.000 m ²
Koefisien Dasar Bangunan (KDB)	:	60 - 80 %
Koefisien Lantai Bangunan (KLB)	:	3 - 4 lantai
Tinggi Puncak (Maksimum)	:	32 m

Berdasarkan kondisi site eksisting, maka lokasi baru dipilih dengan beberapa pertimbangan, antara lain :

- Site dipilih pada lokasi yang dekat dengan pusat kota dan fasilitas pendukung kota lainnya.
- Site berada di lokasi strategis karena site berdekatan dengan pusat keramaian yang dapat mendukung keberadaan Yogya Sport Shopping Mall, seperti dekat dengan kawasan kampus, dekat dengan fasilitas olahraga lainnya serta dekat dengan permukiman warga.

Berdasarkan pada faktor-faktor di atas, maka lokasi site untuk proyek ini dipilih pada daerah Gejayan, tepatnya di sudut antara Jl. Colombo dan Jl. Gejayan. Alasan pemilihan lokasi adalah letak site yang berada pada daerah yang strategis, yaitu berada pada jalur utama kota dan merupakan daerah perdagangan, pendidikan (olahraga) dan permukiman.



Gambar 1.7.
Peta
Sumber : Google Maps

1.11. KEASLIAN PENULISAN

Keaslian penulisan bertujuan untuk menghindari duplikasi penulisan dan untuk menjaga keorisinilan atau keaslian pemikiran dan ide - ide serta gagasan - gagasan mengenai penulisan Tugas Akhir. Berikut ini terdapat beberapa thesis Tugas Akhir yang dapat dijadikan sebagai studi literatur dalam penulisan ini :

- **M. Khanif Nudiyanto**

No Mhs : 00 512 017 / TA / UII

Judul : SPORT MALL DI PEMALANG

Penekanan : Sensasi Olahraga pada Aktifitas Berbelanja
Melalui Susunan Ruang dan Pola
Sirkulasi Bangunan

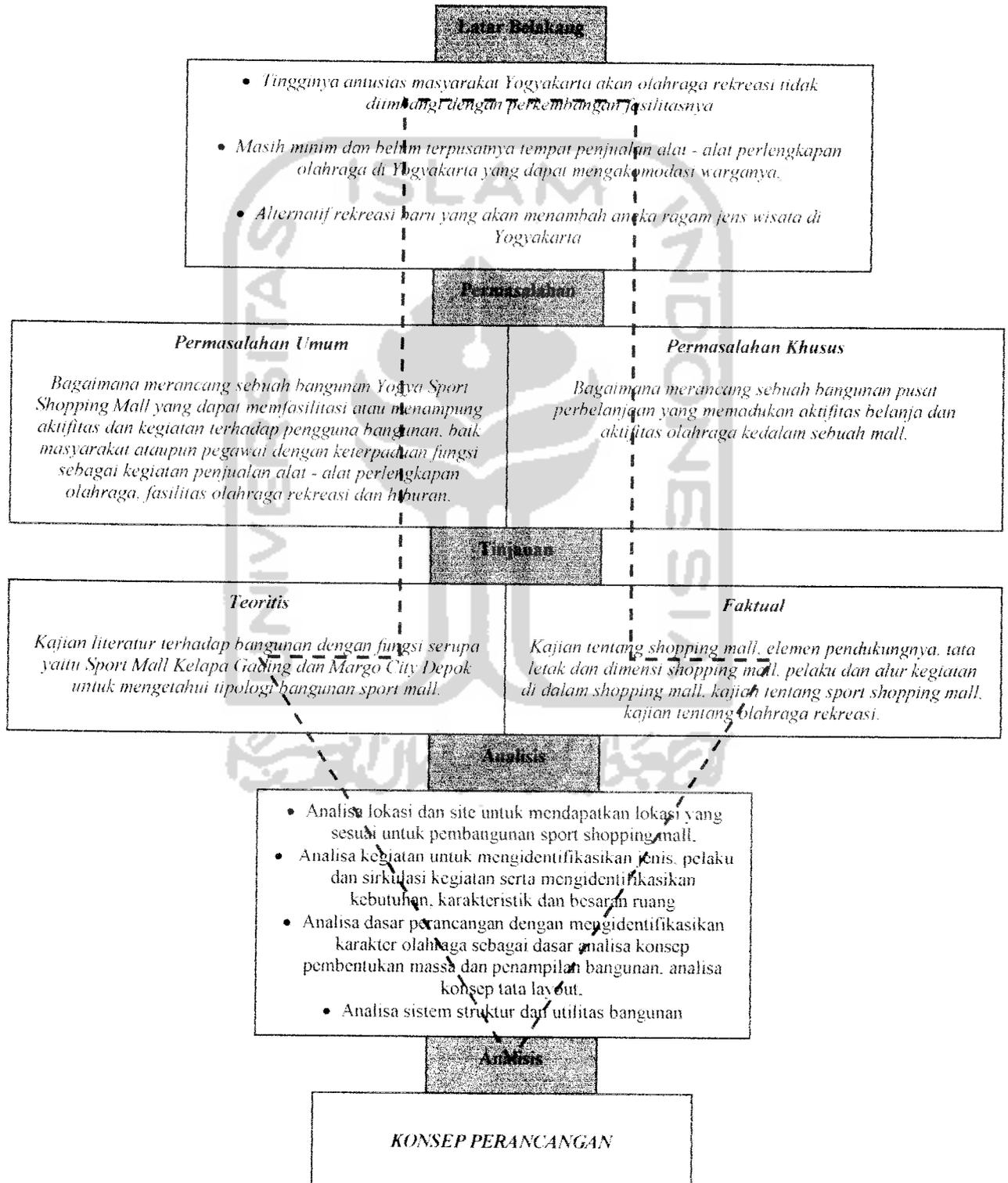
- **Blair Arimaika Sutadi**

No. Mhs : 01 512 130 / TA / UII

Judul : SHOPPING CENTER DI KAWASAN STASIUN
PURWOSARI SOLO

Penekanan : Citra Bangunan Kolonial sebagai Faktor Penentu
Perancangan

1.12. KERANGKA POLA PIKIR



BAB II TINJAUAN

2.1 TINJAUAN SHOPPING MALL

2.1.1. Pengertian Shopping Mall

- a. Sekelompok kesatuan bangunan komersial yang dibangun dan didirikan pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan mulai dari diatur menjadi sebuah kesatuan operasi (operating unit), berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko.¹
- b. Suatu tempat kegiatan pertukaran dan distribusi barang dan jasa yang bercirikan komersial, melibatkan waktu dan perhitungan khusus dengan tujuan memetik keuntungan.²
- c. Suatu wadah kegiatan dalam masyarakat yang menghidupkan kota atau lingkungan setempat, selain berfungsi sebagai tempat untuk kegiatan berbelanja atau transaksi jual beli, juga sebagai tempat untuk berkumpul atau berekreasi / relax.³

2.1.2. Klasifikasi Shopping Mall

1. Berdasarkan skala pelayanan⁴

Menurut kriteria *International Council on Shopping Centers*, tempat perdagangan diklasifikasikan menurut ukuran, letak serta lokasi dan jenis barang yang dijual. Dari informasi yang didapat, maka klasifikasi tersebut dijabarkan sebagai berikut :

¹ Urban Land Institute, *Shopping Centers Development Handbook, Community Builders Handbooks Series*, Washington, 1977

² Gruen, Victor, *Centers for the Urban Environment : Survival of the Cities*, Van Nostrand Co. NY, 1973

³ Nadine, Bendington, *Design for Shopping Center, Butterwort Design Series*, 1982

⁴ Griya Asri Prima, *Indonesia Shopping Center, Design Consept and Lifestyle*, Jakarta, 2005

Type of Premise	Retail Space	Stores	Type Tenant	Location
Covenience / Block	< 10.000 m ²	3 -6	Covenience / Wholesale / Retail Grocery	Within the area
Neighbourhood	10.000 - 50.000 m ²	± 10	Supermarket / Departement Store / Stores	± 15 minutes by car
Community	30.000 - 110.000 m ²	10 - 30	Home Improvement Store	Within the area
Regional	110.000 - 250.000 m ²	30 - 100	Departement Store / Plaza	On the occupied area
Super Regional	> 250.000 m ²	> 100	Shopping Centers / Mall / Town Square	On the occupied area of a city / capital city

Tabel 2.1.
Klasifikasikan Mall

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

Komposisi dan klasifikasi diatas, berdasarkan karakter dan budaya yang menyangkut wilayah Barat, ditambah dengan latar belakang pembentukan ruang kotanya. Di Indonesia, klasifikasi tersebut sedikit mengalami pergeseran karena disesuaikan dengan kondisi masyarakatnya, budaya dan karakter lingkungan terkait.

2. Berdasarkan bentuk umum⁵

a. *Open Mall* (mall terbuka)

mall tanpa pelingkup yang ada pada konsep awal sebuah mall. Terdiri dari lapak - lapak penjual yang memanjang tanpa penutup atau atau tidak dilingkupi oleh bangunan. Keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugiannya berupa kendala *climatic control* dan kesan pewardahan bangunan yang kurang.

⁵ Maitland, Barry. Shopping Malls, Planning and Design, Nicholas Publishing Co., NY, 1987

b. *Enclosed Mall* (mall tertutup)

mall dengan pelingkup atau tertutup sepenuhnya. Keuntungannya adalah kenyamanan pada climatic control. Kerugiannya adalah biaya yang mahal dan kesan ruang yang kurang luas.

c. *Integrated Mall* (mall terpadu)

penggabungan mall terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka. Munculnya bentuk ini menjadi titik tengah antara keborosan energi untuk climatic control serta mahalnya pembuatan dan perawatan mall tertutup. Mall ini juga bertujuan untuk mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

3. Berdasarkan bentuk fisik⁶

a. *Shopping Street*

toko yang berjajar di sepanjang sisi jalan

b. *Shopping Center*

kompleks pertokoan yang terdiri dari stand - stand toko yang disewakan atau dijual.

c. *Shopping Precient*

kompleks pertokoan yang pada bagian depan stand (toko) menghadap ke ruang terbuka yang bebas dari segala macam kendaraan.

d. *Departement Store*

merupakan suatu toko yang sangat besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai, yang menjual berbagai macam barang termasuk pakaian. Perletakan barang - barang memiliki tata letak yang khusus yang memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Luas berkisar antara 10.000 - 20.000 m².

⁶ Ibid 3

- e. *Supermarket*
merupakan toko yang menjual berbagai barang kebutuhan sehari-hari dengan sistem pelayanan self - service dan area penjualan bahan makanan tidak melebihi 15 % dari keseluruhan area penjualan. Luas berkisar 1.000 - 2.500 m².
 - f. *Supermarket Gabungan* antara *Department Store* dan *Supermarket*
merupakan bentuk - bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai.
 - g. *Super Store*
merupakan toko satu lantai yang menjual berbagai macam barang kebutuhan sandang dengan sistem self - service. Luasnya berkisar antara 5.000 - 7.000 m² dengan luas area penjualan minimal 2.500 m².
4. Berdasarkan kualitas barang yang dijual
 - a. Toko Grosir
toko yang menjual barang dalam jumlah besar atau secara partai, dimana barang - barang tersebut biasanya disimpan di tempat lain dan yang terdapat di toko hanya sebagai contoh.
 - b. Toko Eceran
toko yang menjual barang dalam jumlah yang relatif lebih sedikit atau per satuan barang. Lingkup sistem eceran ini lebih luas dan fleksibel daripada grosir. Selain itu, toko retail akan lebih banyak menarik pengunjung karena variasi barang lebih banyak.
 5. Berdasarkan variasi barang yang dijual⁷
 - a. *Specially Shop*
merupakan toko yang menjual barang tertentu, misalnya toko obat, toko sepatu, toko kacamata, toko emas, toko olahraga dan lain sebagainya.

⁷ Gruen, Victor, *Shopping Town USA, The Planning of Shopping Centers*, Reinhold Publishing Cooperation, NY, 1960

b. Variety Shop

merupakan toko yang menjual berbagai jenis barang, seperti toko kelontong.

2.1.3. Elemen Pendukung Shopping Mall

Dalam perancangan sebuah shopping mall dibutuhkan pengaturan yang seksama, khususnya pada jalur - jalur masuk dan keluar bangunan serta sirkulasi di dalam dan luar bangunan. Pada hakekatnya, sebuah *shopping mall* adalah suatu tempat berkumpul, berinteraksi dan bersosialisasi. Di situ para pengunjung mengharapkan untuk dilihat, disenangi dan dibutuhkan.

Mereka juga berharap untuk dapat bergembira bersama. Untuk itu mereka tidak berkeberatan menjalaninya dalam sebuah ruang yang digubah secara vertikal dan horizontal dalam rangka mencapai harapan - harapan tersebut karena sudah dipermudah dengan eskalator, elevator dan tangga, serta dibuat menyenangkan melalui penyediaan atrium, *hall* dan *void*. Fasilitas - fasilitas tersebut dirancang untuk menghubungkan para pengunjung dengan toko - toko dan fasilitas - fasilitas lain di dalam *shopping mall* sementara berbagai kiat arsitektural di luar gedung sebagai pengantar menuju ke berbagai atraksi di dalam gedung.

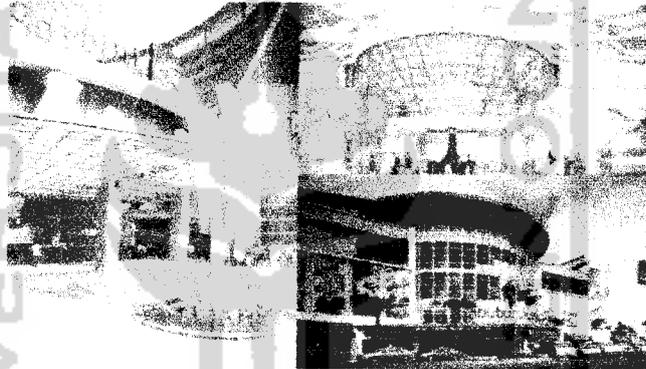
Selain itu, etalase toko ditampilkan sebagai informasi mengenai *trend* produk masa kini. Barang dagangannya dibungkus dengan gaya khusus dalam rangka membangkitkan keinginan mereka untuk memiliki atau menjadikannya bagian dari gaya hidup mereka. Itulah *gimmick* sebuah *shopping mall*, yang dapat diperoleh dengan cuma - cuma karena tidak perlu membeli tiket untuk memasukinya, berbeda dari taman hiburan. *Gimmick* itulah yang diolah arsitek dan desainer interior dengan serius agar benar - benar tepat mengenai sasarannya.

Berikut adalah fasilitas dalam mall yang akan membedakan mall tersebut dengan mall lainnya dan akan memberikan nilai tambah bagi mall

itu sendiri⁸ :

1. *The Entrance*

Entrance sebuah shopping mall merupakan bagian yang paling mencolok mata, karena harus menarik minat para pengunjung. Bila mata kita diibaratkan jendela dunia, maka *entrance* sebuah *shopping mall* adalah pusat energinya. *Entrance* atau pintu masuk yang lebar dapat mengisyaratkan orang untuk mempersilahkan masuk dan juga dapat mengisyaratkan sebagai fungsi untuk umum karena dapat dimasuki oleh orang banyak.



Gambar 2.1.
Entrance

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

Seluruh shopping mall tercermin dalam *entrance*-nya, yang bukan saja merepresentasikan kualitas bangunannya melainkan juga barang - barang yang dijual di sana. Di sisi lain, *entrance* sebuah *shopping mall* juga berperan sebagai identitas *shopping mall*, sebagai tanda pengenal bagi para pengunjungnya.

Untuk itu, berbagai fasilitas di daerah *entrance* tersebut, seperti tempat turun pengunjung dari kendaraan pribadinya (*drop off*), *lobby* dan *foyer* harus tersedia dalam bentuk gubahan suasana yang nyaman dan menyenangkan tanpa mengurangi kenyamanan para pengunjung yang datang dengan berjalan kaki atau menaiki kendaraan umum.

⁸ Ibid 4

2. *Horizontal Circulation*

Fungsinya adalah menampung dan menyebarkan para pengunjung ke berbagai - bagian *shopping mall*, menuju ke berbagai toko yang terdapat di sana. Moda sirkulasi horizontal yang umumnya diterapkan dalam sebuah *shopping mall* adalah :

a. Selasar

biasanya diterapkan di *shopping mall* adalah selasar tunggal (*single corridor*) dengan lebar mencapai 3 meter atau bahkan lebih. Fungsinya untuk melegakan sirkulasi para pengunjung lainnya yang melintas.



Gambar 2.2.
Selasar / Corridor

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

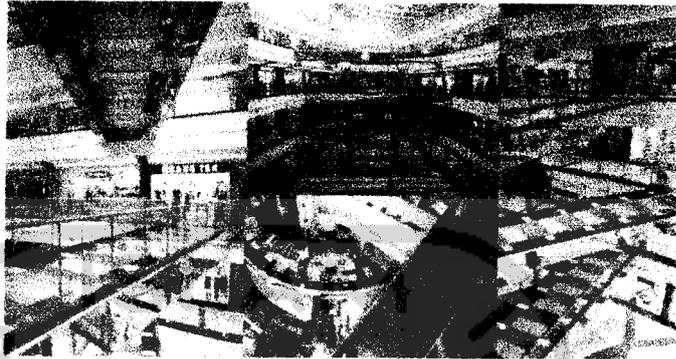
Selain itu, *single corridor* juga membuka kemungkinan untuk memasukkan cahaya alami ke dalam bangunan *shopping mall* melalui *skylight* yang diletakkan tepat di atasnya.

b. Jembatan

fungsinya untuk memperpendek jarak capai dari toko ke toko, sehingga para pengunjung dapat memotong jalur menuju ke toko - toko di seberang apabila tidak ada lagi yang diperlukan di deretan toko semula.

Biasanya ditempatkan melintang di atrium pada jarak antara 5 sampai 10 meter satu sama lainnya, jembatan umumnya dibuat sebagai salah satu atraksi dalam dalam *shopping mall* karena

didesain dengan berbagai variasi dan dengan bantuan teknologi tinggi.



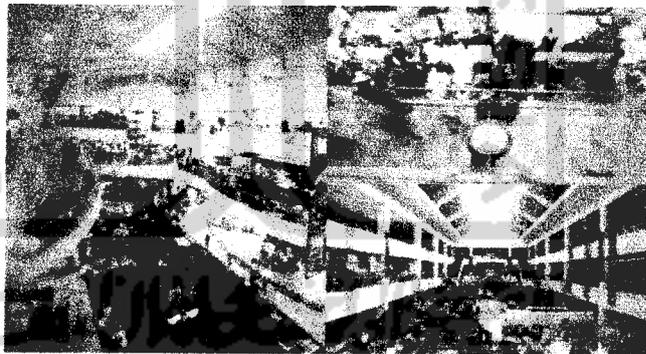
Gambar 2.3.

Jembatan

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

c. Atrium

pada hakekatnya adalah sebuah rongga besar di dalam bangunan gedung yang digubah sebagai tempat bertemunya para pengunjung *shopping mall*.



Gambar 2.4.

Atrium

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

Posisi atrium biasanya di tengah bangunan, karena diperlukan sebagai tempat promosi produk baru atau untuk menyelenggarakan acara - acara khusus yang digelar pengelola *shopping mall* sebagai kiat menarik para pengunjung untuk datang.

3. Vertical Circulation

Fungsinya sebagai alat transportasi vertikal pengunjung dari satu lantai ke lantai lainnya. Moda sirkulasi vertikal yang umumnya diterapkan dalam sebuah *shopping mall* adalah :

a. Escalator

merupakan salah satu alat transportasi vertikal di dalam bangunan yang terdiri dari dua sampai lima lantai. Fungsi dan penempatan *escalator* bergantung pada spesifikasi dan kebutuhan bangunan.



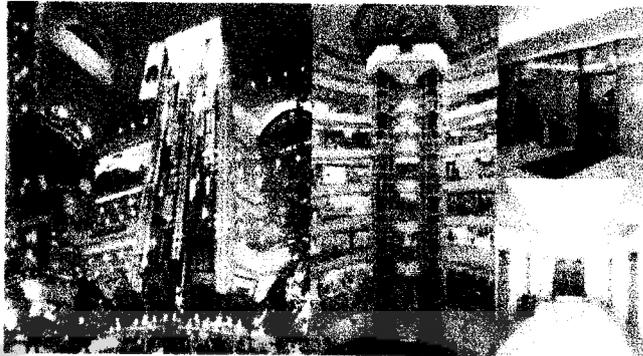
Gambar 2.5.
Escalator

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

Dengan adanya *escalator*, pengunjung mall akan lebih mudah menangkap rangkaian barang - barang yang ditawarkan *tenant - tenant mall*.

b. Elevator atau Lift

elevator dapat dibagi menurut spesifikasi bangunan yaitu *elevator* untuk *low rise building* dan *high rise building*. *Elevator* yang biasa digunakan di *shopping mall* adalah jenis *elevator* kapsul tanpa rumah, sehingga seluruh *elevator* ter-expose.



Gambar 2.6.
Elevator / Lift

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

4. Tenant

Merupakan retail - retail penyewa ruang yang ada di dalam shopping mall.

a. Anchor Tenant

merupakan penyewa utama atau penyewa terbesar pada sebuah *shopping mall*. *Anchor tenant* adalah kunci pada sebuah *shopping mall* yang berfungsi sebagai magnet untuk menarik pengunjung. Biasanya direncanakan di lokasi strategis pada *layout* bangunan sehingga dapat memberikan keuntungan maksimum. *Anchor tenant* juga menjadi daya tarik bagi *tenant - tenant* lain yang lebih kecil untuk ikut membuka tokonya.



Gambar 2.7.
Anchor Tenant

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

Jenis ancor tenant biasanya dipilih berdasarkan pada fungsi bangunan dan jenis kegiatan yang terjadi di dalam bangunan tersebut. *Anchor tenant* biasanya diletakkan pada sudut - sudut

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

bagian bangunan. Selain karena ukurannya yang paling besar dibanding tenant - tenant lainnya sehingga tidak memakan tempat bila diletakkan di sudut bangunan. Perletakkan ini juga bertujuan agar pengunjung secara tidak langsung, mau tidak mau harus mengelilingi semua bagian bangunan terlebih dahulu sebelum sampai ke *anchor tenant*. Dengan demikian semua bagian bangunan dan semua *tenant - tenant* kecil terlewati dan terlihat pengunjung.

b. *Tenant Mix*

retail *tenant* dalam sebuah *shopping mall* terdiri dari beragam jenis toko. Penganekaragaman ini disebut dengan *tenant mix*. Konsep *tenant mix* diatur melalui pengelompokan berdasarkan jenis toko, Pengelompokan itu dapat dibagi menjadi 6 kelompok besar, yaitu :

- *Fashion*
- *Entertainment*
- *Lifestyle*
- *Home Appliance*
- *Food*
- *Restaurant*

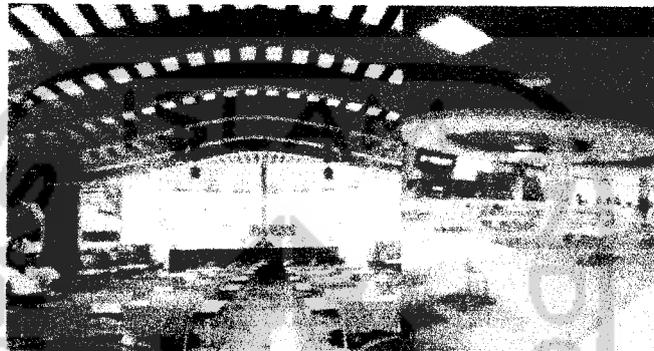


Gambar 2.8
Tenant Mix

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

5. *Food Court*

Area pada sebuah *shopping mall* berupa ruangan yang besar dan luas (*indoor plaza*) yang terdiri dari gerai - gerai dimana para penjualnya menjual jenis makanan dan minuman yang dilengkapi dengan area makan bersama, dengan sistem *self-serve*.



Gambar 2.9.
Foodcourt

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

Foodcourt pada sebuah *shopping mall* biasanya menempati lantai paling atas bangunan. Selain karena harus membutuhkan area yang cukup luas, agar pengunjung dapat mengelilingi terlebih dahulu semua lantai - lantai dibawahnya, sehingga pada saat sampai di lantai *foodcourt* pengunjung sudah merasa lelah dan ingin beristirahat sejenak sambil menikmati makanan dan minuman yang tersedia.

6. *Restaurant Row*

Merupakan kelompok rumah makan yang terdiri dari lima atau lebih rumah makan dalam satu area yang disusun secara berbaris dalam sebuah *shopping mall*. *Restaurant row* dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan lokasi yaitu :

a. *Outdoor Restaurant Row*, terletak di luar bangunan.

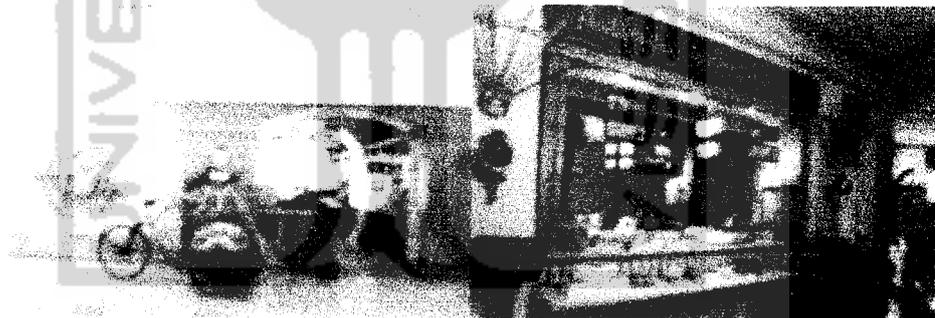
Dapat ditemukan di sepanjang satu blok ruas jalan. Rumah - rumah makan yang ada menghadap ke jalan dan dilengkapi

dengan *Pedestrian Walk* di antara rumah makan dan jalan tersebut.



Gambar 2.9.
Outdoor Restaurant Row
Sumber : Dokumen Pribadi

- b. *Indoor Restaurant Row*, terletak di dalam bangunan. Terdapat di dalam bangunan *shopping mall* dan semua rumah makan pada *restaurant row* menghadap ke koridor.



Gambar 2.10.
Indoor Restaurant Row
Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

7. Kidsplay Area

Adalah area tempat bermain anak. Biasanya terletak di lantai atas bersamaan dengan letak *foodcourt*.

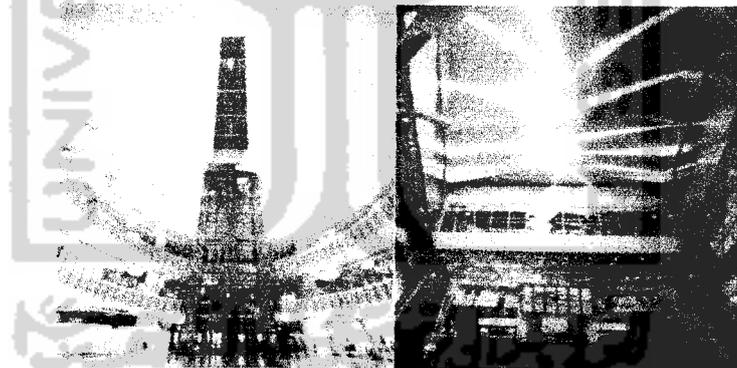


Gambar 2.11.
Kidsplay Area

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

8. Skylight Roof

Fungsinya selain sebagai elemen estetika juga sebagai pencahayaan untuk menerangi ruangan dengan sinar matahari alami dalam jumlah yang besar. Sehingga dapat menghemat biaya pencahayaan buatan.

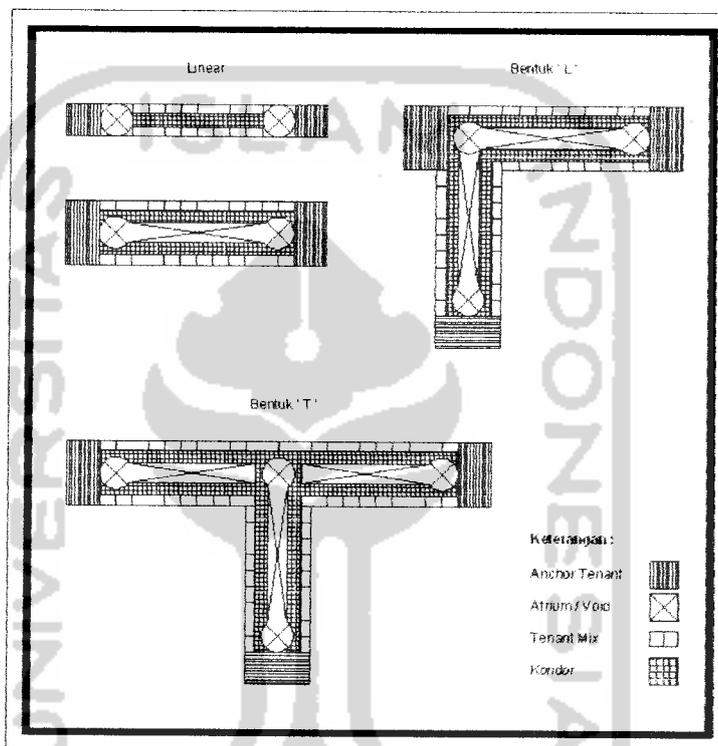


Gambar 2.12.
Skylight Roof

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

2.1.4. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall

Salah satu faktor yang mempengaruhi suksesnya suatu shopping mall diantaranya adalah tata letak ruang yang ada di dalamnya. Di Amerika Serikat, shopping mall umumnya menggunakan tata letak yang sederhana seperti bentuk huruf I, T, L.⁹



Gambar 2.13.

Bentuk Tata Letak Shopping Mall

Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

Panjang shopping mall yang ideal adalah berkisar 180 meter hingga 240 meter.¹⁰ Pada prinsipnya shopping mall tidak boleh terlalu panjang yang akan membuat jenuh pengunjung dan tak mampu berjalan sampai ke ujung mall. Permasalahan terlalu panjangnya sebuah shopping mall dapat dipecahkan dengan adanya anchor tenant. Jarak antar anchor tenant biasanya adalah 100 - 200 meter. Fungsi anchor tenant ini sebagai

⁹ Frich, Northen and Haskoll M, Shopping Centers, College of Estate Management, 1977

¹⁰ Rubenstein, Harvey M., Central City Mall, 1978

daya tarik yang dapat mengalihkan perhatian pengunjung untuk bersantai atau melepas lelah.

Hubungan proporsional antara lebar dan tinggi serta derajat ketertutupan mall sangatlah penting. Karena hal ini akan berdampak pada efek psikologis yang mendalam terhadap pengunjung. Lebar mall umumnya berkisar 8 - 16 meter. Selain itu, total area ruang terbuka di dalam shopping mall termasuk plaza / court / square / ruang terbuka lainnya minimal 10% dari total luas lantai bangunan seluruhnya.

2.1.5. Pelaku dan Alur Kegiatan di Dalam Shopping Mall

1. Pelaku kegiatan

a. Konsumen / Pengunjung / Pembeli

Konsumen sebagai obyek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan dalam hal barang dan jasa. Kondisi sosial ekonomi konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Pengunjung sebagai konsumen menginginkan memperoleh banyak pilihan barang dengan pelayanan maksimal serta menikmati suasana yang menyenangkan dan penampilan ruang dan bangunan.

b. Penyewa / Pedagang

Pemakai ruang dengan menyewa atau membelinya dari pemilik *shopping mall* (*owner*) untuk digunakan sebagai tempat menjual barang dagangannya.

c. Investor / Owner

Sebagai penanam modal terbesar memberi pelayanan dan fasilitas yang memadai agar pedagang mau menyewa / membeli berbagai luasan yang ditawarkan.

d. Pengelola

Pihak yang dipercaya owner untuk mengelola sebuah shopping mall.

e. Supplier

Penyuplai barang yang akan dijual untuk masing - masing outlet dan pemasok barang - barang untuk maintenance.

2.2 TINJAUAN SPORT SHOPPING MALL

Bagi masyarakat kota seperti Yogyakarta, olahraga saat ini merupakan kebutuhan untuk menjaga keseimbangan pola hidup. Setiap hari, tubuh melakukan aktifitas kerja yang berat sehingga harus diimbangi dengan olahraga untuk tetap menjaga stamina tubuh. Olahraga yang dibutuhkan pun tidak hanya olahraga yang menitikberatkan pada olah tubuh saja, tapi juga merupakan olahraga yang dapat menyegarkan pikiran. Salah satunya adalah olahraga rekreasi.

Banyak jenis olahraga rekreasi yang dapat dilakukan seseorang dan banyak juga fasilitas olahraga rekreasi yang dapat dikembangkan untuk memanjakan setiap konsumen. Salah satunya adalah fasilitas olahraga rekreasi yang dipadukan dengan *shopping mall*, yaitu *sport shopping mall*. Fasilitas ini memadukan aktifitas olahraga dan aktifitas belanja ke dalam sebuah bangunan *shopping center*.

Di kota - kota besar seperti Jakarta, jenis fasilitas ini cukup banyak dijumpai. Seperti, *Mall Kelapa Gading* dengan lapangan basketnya yang berstandar internasional dan sering diadakan *event - event basketball* berskala nasional di sini. Selain itu, *Mall Taman Anggrek* dengan arena *ice skating*-nya, *Blok M Plaza* dilengkapi dengan arena menembak dan selasarnya yang menerus dari lantai dasar sampai lantai teratas, sehingga secara tidak langsung selasarnya dapat berfungsi sebagai *jogging track*. *Mall Puri Indah* dengan fasilitas *bowling center* dan *fitness center*, dan masih banyak lagi *shopping mall* dengan failitas olahraga. Hanya saja fasilitas olahraga tersebut hanya sebagai pelengkap dalam sebuah *shopping mall*.



Gambar 2.14.
Sport Mall Kelapa Gading
Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center



Gambar 2.15.
Selasar Blok M Plaza seperti Ramp (Spiral / Menerus)
Sumber : Majalah Indonesia Shopping Center

2.3 TINJAUAN OLAHRAGA REKREASI

Olahraga rekreasi merupakan jenis olahraga yang dilakukan selain untuk mendapatkan kesehatan jasmani juga mendapatkan rasa senang dan kepuasan sosial, seperti billiard, bowling dan ice skating. Olahraga sebagai salah satu kegiatan manusia memiliki beberapa karakteristik¹¹ :

¹¹ Giriwijoyo, Santoso Y.S., Manusia dan Olahraga, Institut Teknologi Bandung, Bandung, 2005

1. Dinamis

Gerakannya cepat berubah sehingga dapat cepat menyesuaikan dengan keadaan.

2. Ritme

Sifat yang berhubungan dengan irama latihan, mengenai tinggi rendahnya tempo gerakan dan berat ringannya latihan.

3. Kontinu

Dilakukan secara terus menerus dan saling berhubungan antara gerakan satu dengan gerakan lainnya.

4. Enerjik

Seluruh gerakan dalam olahraga dilakukan dengan penuh semangat.

2.3.1 Kedudukan Olahraga dan Rekreasi

Kedudukan olahraga dan rekreasi dalam kehidupan manusia adalah sebagai berikut¹² :

1. Existence Time

waktu yang digunakan manusia bagi dirinya untuk pemuasan kebutuhan primer seperti sandang, pangan dan papan.

2. Subsistance Time

waktu yang diperlukan manusia bagi dirinya untuk tahap tetap hidup dan berkarya serta berekreasi seperti belajar, bekerja dan lainnya.

3. Leisure Time

Waktu yang diperlukan manusia bagi dirinya untuk melepaskan diri dari kegiatan rutinitasnya menurut apa yang disukainya guna memulihkan kesegaran dan kebugaran tubuhnya.

¹² Anonim, Sport Club Di Tangerang, Tugas Akhir, Universitas Trisakti, Jakarta

Dari ketiga kedudukan diatas, olahraga dan rekreasi termasuk kedudukan yang ketiga, karena pada umumnya dilakukan pada waktu senggang.

Olahraga rekreasi sebagai kegiatan rekreasi aktif mendapatkan perhatian yang besar dari masyarakat. Sebab, selain dapat menjaga kebugaran tubuh juga dapat menyegarkan pikiran dan jiwa diluar aktifitas kerja. Menurut sosiolaog Harry Edward, rekreasi sebagai suatu kebutuhan dan kepuasan dapat dibedakan berdasarkan sifat kegiatannya, yaitu :

- Rekreasi aktif, merupakan kegiatan rekreasi yang berhubungan dengan gerak tubuh dan aktifitas kita seperti halnya rekreasi olahraga yang merupakan perpeduan fisik dan mental, contohnya jogging, senam, dan sebagainya.
- Rekreasi pasif, merupakan kegiatan rekreasi yang tidak membutuhkan gerak fisik yang berlebihan, lebih cenderung ke efek visual dan perasaan, seperti menonton, menikmati pemandangan dan sebagainya.

2.3.2. Penggolongan Jenis Olahraga

Dilihat dari tempat berlangsungnya, olahraga dapat digolongkan menjadi :

1. Olahraga di dalam ruangan (indoor)
merupakan olahraga yang dapat dilakukan di dalam bangunan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yang paling penting adalah faktor cuaca, misalnya hujan, panas, dan angin. Sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan olahraga ini dilapangan terbuka.

Olahraga yang dapat dilakukan di luar ruangan adalah :

- Bilyard
- Bowling
- Fitness / Aerobik
- Squash

2. Olahraga di luar ruangan (outdoor)

merupakan olahraga yang dapat dilakukan di luar bangunan atau di alam terbuka. Kegiatan yang dilakukan pada umumnya adalah kegiatan olahraga yang tidak dibatasi oleh kondisi - kondisi tertentu, seperti cuaca, arah dan pergerakan arah angin atau penerangan khusus dan lainnya. Olahraga yang dapat dilakukan di dalam ruangan adalah :

- Bola basket
- Tennis
- Jogging



BAB III ANALISIS

3.1. ANALISIS LOKASI DAN SITE

3.1.1. Analisis Lokasi

Yogyakarta merupakan bagian dari pengembangan wilayah nasional, dengan luas wilayah $\pm 3185,80 \text{ km}^2$ dengan jumlah penduduk 3.378.599 jiwa (data Desember 1995) dan terbagi menjadi 5 daerah tingkat II :

1. Kota Yogyakarta, sebagai ibu kota propinsi DIY (tengah / pusat)
2. Kabupaten Sleman, dengan ibu kota Beran (utara)
3. Kabupaten Gunung Kidul, dengan ibu kota Wonosari (timur)
4. Kabupaten Bantul, dengan ibu kota Bantul (selatan)
5. Kabupaten Kulonprogo, dengan ibu kota Wates (barat)



Gambar 3.1.
Peta Yogyakarta
Sumber : www.pemda-diy.com

Lokasi dapat menjadi faktor keuntungan bagi sebuah shopping mall. Ada beberapa pertimbangan pemilihan lokasi yang mempengaruhi keberhasilan sebuah shopping mall. Pertimbangan ini bertujuan agar

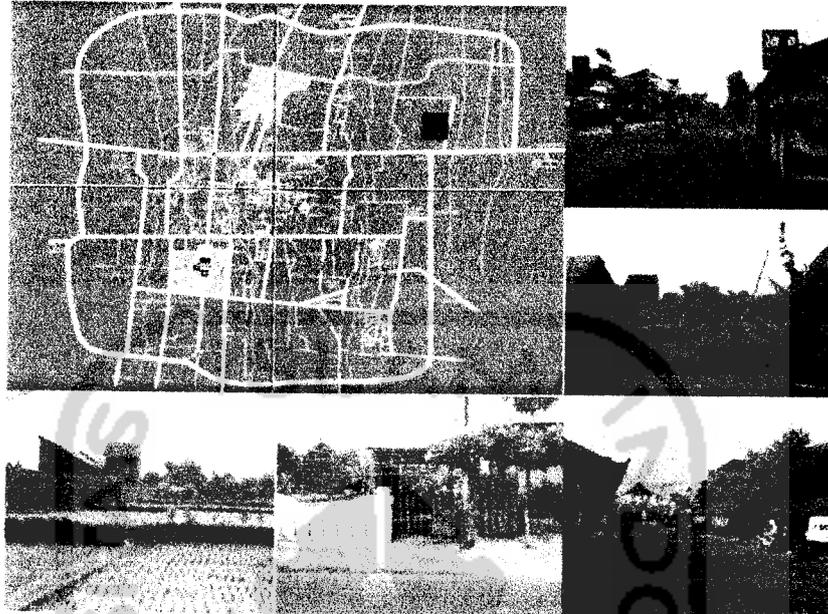
tingkat sewa retail shopping mall tinggi dan dapat dikunjungi banyak pengunjung sehingga pada jangka panjangnya investor dapat dengan cepat memperoleh keuntungan dari shopping mall tersebut. Pertimbangan tersebut adalah :

1. Rencana Induk
 - a. peruntukan tanah untuk bangunan fasilitas komersil
 - b. rencana utilitas kota
 - c. kecukupan lahan untuk dikembangkan
2. Aksesibilitas
Kemudahan akses lalu lintas menuju dan keluar site
3. Kondisi dan Potensi Lingkungan
 - a. kedekatan site dengan pusat kota
 - b. kedekatan site dengan pusat permukiman
 - c. kedekatan site dengan pusat keramaian lain seperti kampus dan fasilitas olahraga lainnya.
4. Kondisi dan Potensi Site
 - a. bentuk site yang memungkinkan pemanfaatan tapak secara maksimal dalam perolehan view yang diinginkan
 - b. struktur dan kondisi tanah yang memungkinkan untuk struktur yang ekonomis.

Dari pertimbangan diatas diperoleh tiga alternatif lokasi yang dapat menjadi bahan pemilihan site untuk Yogya Sport Shopping Mall. Tiga alternatif site tersebut adalah :

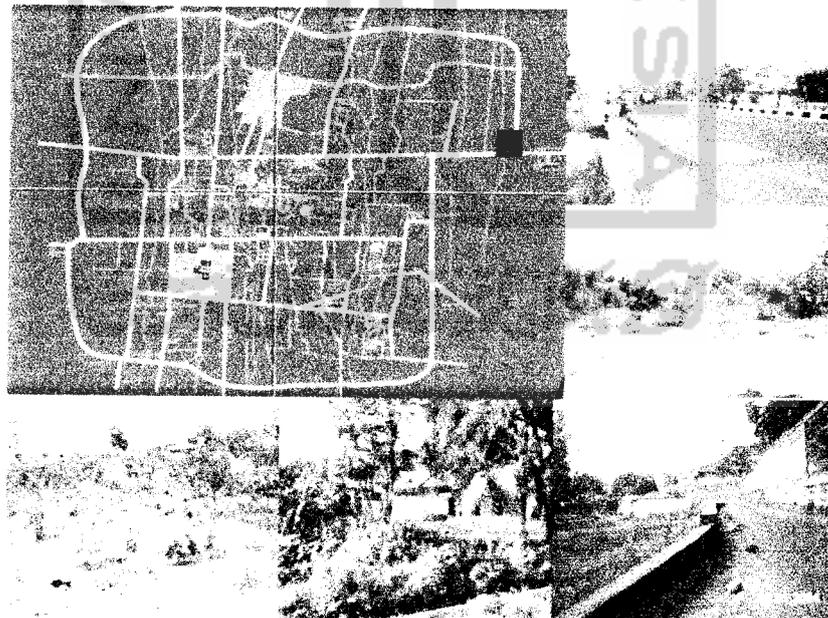


1. Kawasan Jl. Babarsari



Gambar 3.2.
Lokasi Alternatif 1
Sumber : Survey

2. Kawasan Jl. Laksda Adi Soecipto, Maguwoharjo



Gambar 3.3.
Lokasi Alternatif 2
Sumber : Survey

3. Kawasan Jl. Colombo, Gejayan



Gambar 3.4.
Lokasi Alternatif 3
Sumber : Survey

No.	Kriteria	Bobot	Alternatif Site					
			Jl. Babarsari		Jl. Laksda Adi Soecipto		Jl. Colombo, Gejayan	
			N	E	N	E	N	E
1.	R. Induk	4	1	4	3	12	3	12
2.	Aksesibilitas	3	2	6	2	6	3	9
3.	Kondisi dan Potensi Lingkungan	2	2	4	1	2	3	6
4.	Kondisi dan Potensi Site	1	1	1	2	2	2	2
Jumlah			15		22		29	

Tabel 3.1.
Analisis alternative pemilihan site
Sumber : Analisa

Keterangan :

N = Nilai 1, 2, 3 semakin besar nilai N maka semakin bagus

£ = Jumlah perkalian bobot dengan nilai, semakin besar jumlahnya maka lokasi lebih tepat

Bobot :

4 = Sangat menentukan

3 = Menentukan

2 = Cukup menentukan

1 = Kurang menentukan

Setelah dilakukan penilaian berdasarkan kriteria yang ada maka lokasi site Yogyakarta Sport Shopping Mall adalah di pertigaan antara Jl. Colombo dan Jl. Gejayan. Pemilihan ini berdasarkan dengan penilaian dengan pertimbangan bahwa di lokasi tersebut memiliki :

1. Rencana Induk
 - a. lokasi site sebagai berada di kawasan perdagangan, pendidikan (olahraga) dan permukiman
 - b. rencana utilitas kota pada kawasan ini cukup lengkap, mulai dari jaringan air, listrik hingga telepon
 - c. site memiliki kecukupan lahan untuk dikembangkan
2. Aksesibilitas

site terletak di pertigaan antara Jl. Colombo disebelah Utara (lebar jalan 14 m) dan Jl. Gejayan di sebelah Timur (lebar jalan 16 m) sedangkan di sebelah Selatan dan Barat terdapat jalan lingkungan (Jl. Samirono - lebar jalan 5 m)
3. Kondisi dan Potensi Lingkungan
 - a. site dekat dengan pusat kota Yogyakarta.
 - b. site dekat dengan pusat permukiman.
 - c. site dekat dengan beberapa perguruan tinggi seperti, UNY, UGM, USD dan lainnya.
 - d. site dekat dengan fasilitas olahraga lain.

4. Kondisi dan Potensi Site

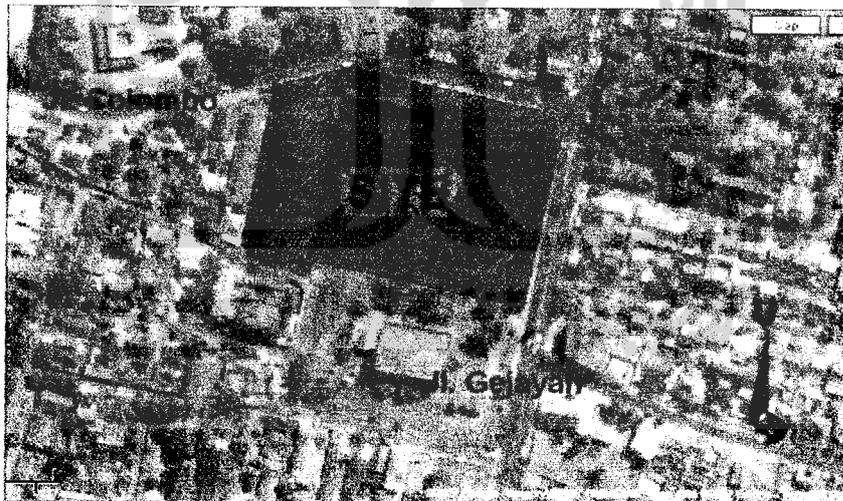
bentuk site yang memungkinkan pemanfaatan tapak secara maksimal dalam perolehan view yang diinginkan.

3.1.2. Analisis Site

3.1.2.1. Peraturan Bangunan Pada Area Site

Luas lahan keseluruhan yang tersedia pada pada site ini adalah $\pm 18.000 \text{ m}^2$, site berada di pertigaan Jl. Colombo dan Jl. Gejayan. Peraturan -peraturan bangunan yang berlaku dan harus dipenuhi antara lain (RUTRK Kota Yogyakarta) :

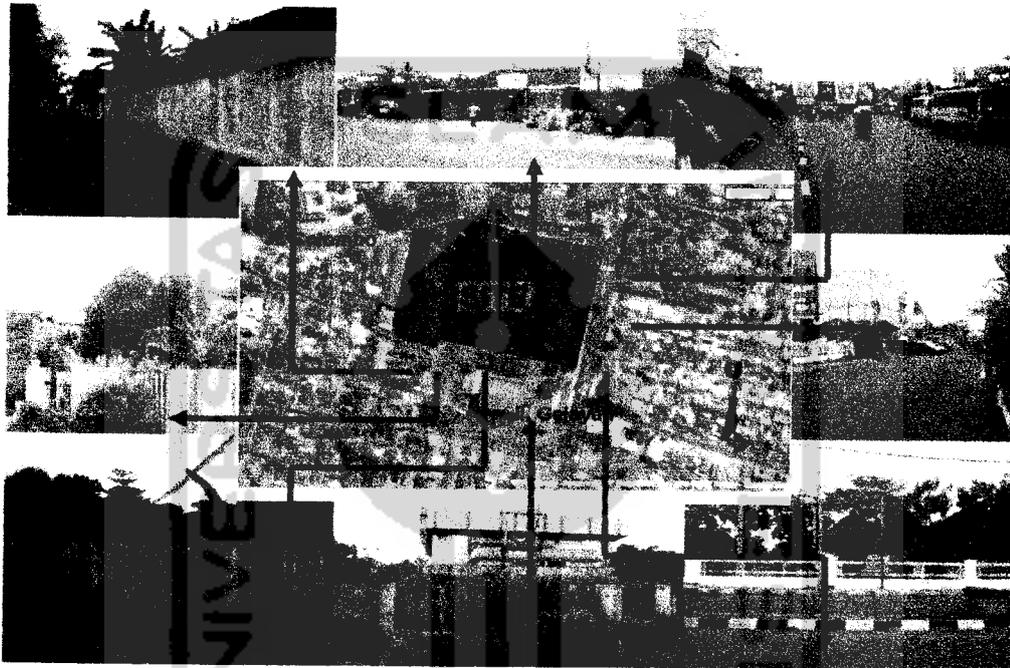
1. Jumlah lantai 3 - 5 lantai, tinggi puncak maksimal 30 - 36 m, dengan klasifikasi bangunan perdagangan, pendidikan dan permukiman.
2. Koefisien Dasar Bangunan (KDB) 50% - 80% , Koefisien Lantai Bangunan (KLB) 3.0 - 4.6.



Gambar 3.5.
Bentuk Site
Sumber : Survey

3.1.2.2. Kondisi dan Situasi Site

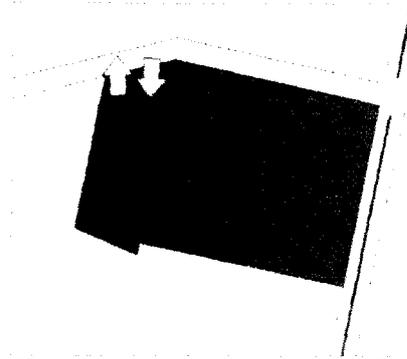
Site merupakan lahan kosong dan permukiman warga, dengan prosentase lahan kosong sebesar $\pm 50\%$. Site terletak di Jl. Colombo di sebelah Utara dan Jl. Gejayan di sebelah Timur. Di sebelah Selatan adalah gedung RRI dan sebelah Barat merupakan permukiman warga.



Gambar 3.6.
Kondisi dan Situasi Site
Sumber : Survey

3.1.2.3. Analisis Sirkulasi

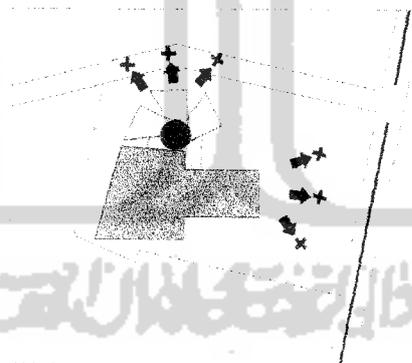
Jalan masuk dan keluar site dibuat melalui pintu Utara (Barat Laut) untuk menjauhi persimpangan / lampu lalu lintas Jl. Gejayan dan Jl. Colombo. Sirkulasi pada kedua jalan tersebut cukup lancar dan teratur, kepadatan sirkulasi terjadi pada jam pagi, siang dan sore hari. Hal ini disebabkan ketika jam berangkat kerja, istirahat atau jam sekolah telah berakhir dan jam pulang kerja.



Gambar 3.7.
Analisis Sirkulasi Site
Sumber : Analisis

3.1.2.4. Analisis Orientasi Bangunan

Orientasi bangunan diarahkan kearah Utara site karena posisi bangunan akan berada di sisi Barat site. Karena lokasi site berada disudut jalan maka selain sisi Utara, sisi Timur bangunan yang menghadap ke arah Jl. Gejayan juga akan diolah menjadi lebih menarik.



Gambar 3.8
Analisis Orientasi Site
Sumber : Analisis

3.2. ANALISIS KEGIATAN

3.2.1. Jenis Kegiatan

Jenis Kegiatan yang ada pada Yogya Sport Shopping Mall dibedakan menjadi :

1. Kegiatan utama

Merupakan kegiatan yang menjadi fungsi utama dari bangunan berdasarkan judul perancangan, kegiatan tersebut meliputi :

a. Kegiatan jual beli perlengkapan olahraga

pada kegiatan jual beli ini lebih diutamakan pada jual beli perlengkapan olahraga, mulai dari alat - alat olahraga seperti bola, raket, stick golf, alat - alat fitness, meja billiard, meja ping - pong dan lain - lain hingga perlengkapan lainnya seperti baju, jaket, sandal *hikking*, sepatu roda dan lain - lain.

b. Kegiatan olahraga

kegiatan ini dilakukan oleh pengunjung shopping mall. Kegiatan ini dapat dilakukan sebelum atau setelah kegiatan berbelanja, atau pengunjung hanya datang untuk sekedar berolahraga saja tanpa melakukan kegiatan jual beli. Kegiatan olahraga yang ada adalah *billiard, bowling, futsal, rollerblade, climbing, fitness center, jogging track, squash, tennis* dan basket.

c. Kegiatan rekreasi

merupakan kegiatan yang berhubungan dengan hiburan bagi pengunjung. Kegiatan ini antara lain adalah game center untuk anak muda atau kidsplay area untuk anak - anak dan kegiatan jalan - jalan hanya sekedar melihat - lihat.

2. Kegiatan penunjang

Merupakan kegiatan yang mendukung kegiatan utama dari fungsi bangunan, diantaranya adalah :

a. Kegiatan jual beli kebutuhan pendukung

Shopping mall ini tidak dikhususkan hanya jual beli perlengkapan olahraga saja, tetapi juga perlengkapan lain

yang secara tidak langsung juga mendukung kegiatan olahraga, seperti supermarket, apotek, dan healthy spa.

b. Kegiatan makan

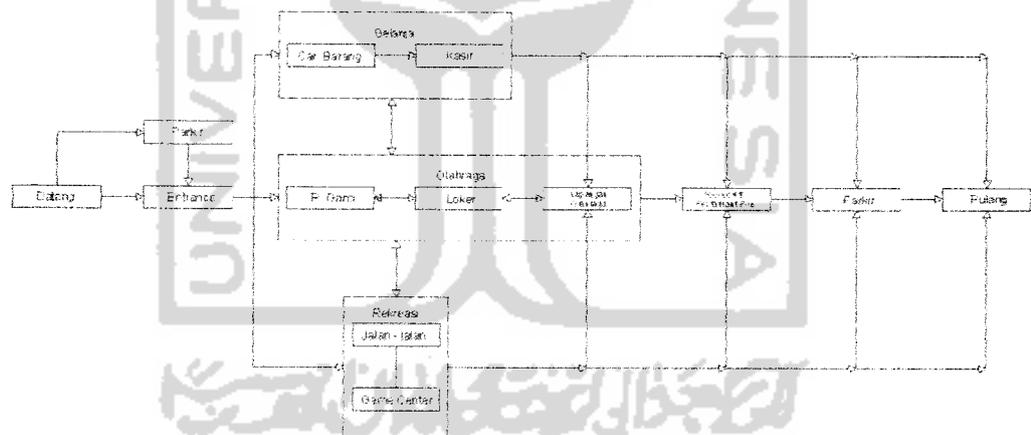
Kegiatan ini bertujuan sebagai tempat untuk istirahat bagi pengunjung setelah berbelanja atau berolahraga. Atau pengunjung lain yang datang ke mall ini hanya untuk makan.

3. Kegiatan pengelola

Kegiatan ini dilakukan oleh pengelola bangunan, yang meliputi kegiatan administrasi, seperti pemasaran, administrasi keluar masuk barang dan lain - lain serta kegiatan perawatan dan pengamanan gedung.

3.2.2. Pelaku dan Sirkulasi Kegiatan

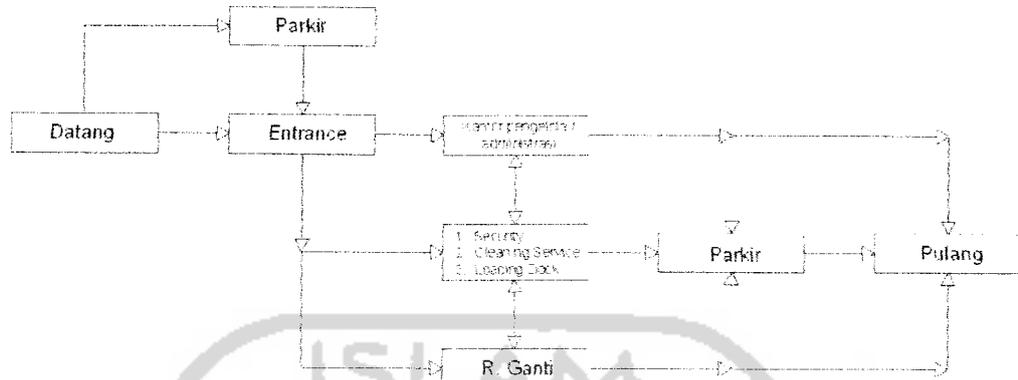
1. Pengunjung



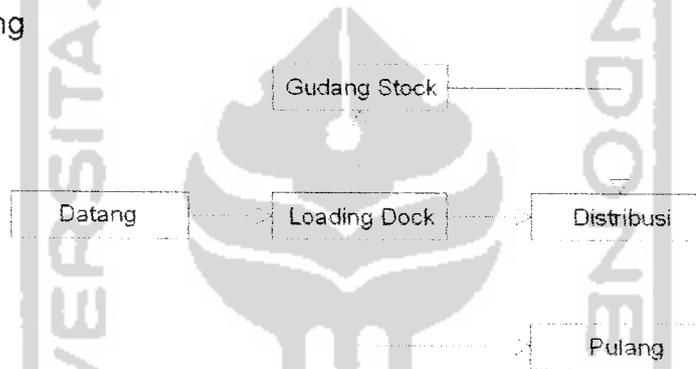
2. Penyewa Retail



3. Pengelola



4. Barang



3.2.3. Kebutuhan dan Karakteristik Ruang

Berdasarkan jenis kegiatannya, maka pada Yogya Sport Shopping Mall diperoleh jenis ruang yang dibutuhkan dan karakteristik ruang - ruang tersebut. Ruang - ruang tersebut adalah :

No.	Nama Ruang	Karakter Ruang (Design Requirement)
A. Kegiatan Jual Beli Dan Jasa		
1.	Retail Besar (Anchor Tenant)	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak terdapat peralatan berat sehingga membutuhkan area di lantai dasar untuk mengurangi beban bangunan - Membutuhkan ruang yang besar dan sirkulasi yang lancar - Membutuhkan sirkulasi yang besar untuk mobilitas orang dan barang
2.	Retail kecil (Tenant mix)	<ul style="list-style-type: none"> - Retaill peralatan olahraga tidak menggunakan kaca etalase dan membutuhkan area di lantai dasar untuk mengurangi beban bangunan - Membutuhkan sirkulasi yang besar untuk mobilitas orang dan barang - Retaill selain peralatan olahraga menggunakan kaca etalase
3.	Supermarket	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan area yang cukup luas - Membutuhkan sirkulasi yang besar untuk mobilitas orang dan barang
4.	Indoor Restaurant Row	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan penghawaan buatan atau alami yang cukup - Membutuhkan tempat yang nyaman

No.	Nama Ruang	Karakter Ruang (Design Requirement)
5.	Outdoor Restaurant Row	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan penghawaan buatan atau alami yang cukup - Membutuhkan tempat yang nyaman - Membutuhkan sirkulasi yang besar agar tidak mengganggu sirkulasi bangunan secara keseluruhan
6.	Foodcourt	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan area yang luas - Membutuhkan penghawaan buatan atau alami yang cukup - Membutuhkan sirkulasi yang besar untuk mobilitas orang dan barang
7.	Spa	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan tempat yang tenang - Membutuhkan penghawaan buatan
B. Kegiatan Olahraga		
(Indoor)		
8.	Bowling Center (Anchor Tenant) Fitness Center	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan area yang luas - Membutuhkan area bebas kolom - Membutuhkan area yang luas - Membutuhkan penghawaan buatan
9.	Ruang Ganti, Penitipan dan Lavatory Billiard	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan yang cukup untuk sirkulasi udara - Membutuhkan pencahayaan buatan - Membutuhkan penghawaan buatan
10.	Lavatory Squash	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan yang cukup untuk sirkulasi udara - Membutuhkan dinding yang kuat - Membutuhkan pencahayaan buatan - Membutuhkan penghawaan buatan
11.	Tribun penonton Ruang Ganti, Penitipan dan Lavatory	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar - Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan yang cukup untuk sirkulasi udara
12.	Climbing	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan area yang luas dan tinggi (void)
(Outdoor)		
13.	Basket	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar untuk penonton
14.	Tennis	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar untuk penonton
15.	Futsal	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar untuk penonton
16.	Jogging Track	-
17.	Ruang Ganti, Penitipan & Lavatory Olahraga Outdoor	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan yang cukup untuk sirkulasi udara
C. Kegiatan Rekreasi		
18.	Game Center (Anchor Tenant)	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan area yang luas - Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar - Membutuhkan pencahayaan buatan - Membutuhkan penghawaan buatan
19.	Kidsplay Area	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan

No.	Nama Ruang	Karakter Ruang (Design Requirement)
D. Kegiatan Service		
20.	Hall Utama	- Membutuhkan area yang luas dan cukup tinggi - Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar
21.	Hall Kecil	- Membutuhkan area cukup luas - Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar
22.	Atrium	- Membutuhkan area yang luas dan tinggi - Membutuhkan sirkulasi yang besar
23.	Musholla	- Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan suasana yang tenang dan jauh dari kebisingan
	Wudhu	- Membutuhkan sirkulasi yang cukup besar
24.	Parkir Pengunjung	- Memerlukan sirkulasi yang besar - Membutuhkan penataan parkir yang jelas berdasarkan jenis kendaraan - Membutuhkan tingkat keamanan tinggi - Daerah kotor polusi udara dan suara
25.	Parkir Pengelola dan Penyewa	- Memerlukan sirkulasi yang besar - Membutuhkan penataan parkir yang jelas berdasarkan jenis kendaraan - Membutuhkan tingkat keamanan tinggi - Daerah kotor polusi udara dan suara - Adanya kejelasan antara parkir pengunjung dan parkir pengelola / penyewa
26.	Tangga Darurat	- Daerah dengan keamanan struktur tinggi - Adanya kejelasan letak tangga darurat dan mudah dijangkau - Membutuhkan sirkulasi yang cukup
27.	Lavatory	- Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan yang cukup untuk sirkulasi udara
E. Kegiatan Pengelolaan		
Managerial		
	R. Kepala	- Membutuhkan penghawaan buatan dan suasana yang tenang
	R. Wakil Kepala	- Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi
28.	R. Staf	- Membutuhkan area yang cukup luas
	R. Rapat	- Membutuhkan penghawaan buatan dan suasana yang tenang - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi
	R. Tamu	- Membutuhkan penghawaan buatan
	Lavatory	- Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan yang cukup untuk sirkulasi udara
Security		
	R. Kepala	- Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi
29.	R. Karyawan	- Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan area yang cukup luas
	R. Tamu / Jaga	- Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan keterbukaan ruang dan sirkulasi yang lancar
	R. Ganti Loker	- Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan untuk sirkulasi udara

No.	Nama Ruang	Karakter Ruang (Design Requirement)
30.	Cleaning Service R. Kepala	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi
	R. Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan area yang cukup luas
	R. Ganti Loker	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi - Membutuhkan penghawaan buatan untuk sirkulasi udara
	Janitor	<ul style="list-style-type: none"> - Daerah kotor dari debu dan peralatan
31.	Tecnical R. Kepala	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi
	R. Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan penghawaan buatan - Membutuhkan area yang cukup luas
	R. MEE	<ul style="list-style-type: none"> - Daerah kotor - Kebisingan dan getaran yang cukup tinggi - Membutuhkan privacy yang tinggi
	R. Panel	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan privacy yang tinggi
	R. Chiller	<ul style="list-style-type: none"> - Daerah kotor - Kebisingan dan getaran yang cukup tinggi - Membutuhkan privacy yang tinggi
	R. AHU	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan privacy yang tinggi
	Loker	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan tingkat privacy yang tinggi
	Gudang	<ul style="list-style-type: none"> - Daerah kotor - Membutuhkan privacy yang tinggi
	Loading Dock Bongkar Muat	<ul style="list-style-type: none"> - Membutuhkan area yang luas - Membutuhkan sirkulasi yang besar untuk mobilisasi kendaraan barang
	33.	Ruang Lift Barang
Gudang		<ul style="list-style-type: none"> - Daerah kotor

Tabel 3.2.
Analisis Kebutuhan dan Karakteristik Ruang
Sumber : Analisa

3.2.4. Besaran Ruang

Dari ruang - ruang yang telah diketahui, maka dapat diperoleh besaran ruang yang dibutuhkan. Ruang - ruangnya adalah :

No.	Nama Ruang	Standar (m ²)	Kapasitas	Luas (m ²)	Sirkulasi	Luas Total (m ²)	Jmlh Ruang	Jumlah Total (m ²)
A. Kegiatan Jual Beli Dan Jasa								
1.	Retail Besar (Anchor Tenant)	1000 - 2000 (NB)	-	2000	-	2000	1	2000
2.	Retail kecil (Tenant mix)	15	-	50	-	50	100	5000
3.	Supermarket	500 - 1000 (NB)	-	1000	-	1000	1	1000
4.	Restaurant Row (Besar)	2.1 (EN)	50 kursi	105	30 %	136.5	2	273
5.	Restaurant Row (Kecil)	1.6 (EN)	20 kursi	32	20 %	38.4	3	115.2
6.	Foodcourt	-	500 kursi	1500	30 %	1950	1	1950
7.	Spa	(Asumsi)	20 orang	1020	20 %	1224	1	1224 Dimensi sudah termasuk lavatory, penitipan dan ruang ganti
B. Kegiatan Olahraga (Indoor)								
8.	Bowling Center (Anchor Tenant)	380 untuk 4 lines (EN)	26 lines	2470	-	2470	1	2470 Dimensi sudah termasuk lavatory, penitipan dan ruang ganti
9.	Fitness Center	284 untuk 40 - 45 orang (EN)	50 orang	355	50 %	532.5	1	532.5
9.	Ruang Ganti, Penitipan dan Lavatory	(Asumsi)	20 orang	51	20 %	61.2	1	61.2
10.	Billiard	19 untuk 2 meja (EN)	20 meja	380	20 %	456	1	456
10.	Lavatory	(Asumsi)	10 orang	5	20 %	6	1	6

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

No.	Nama Ruang	Standar (m ²)	Kapasitas	Luas (m ²)	Sirkulasi	Luas Total (m ²)	Jmlh Ruang	Jumlah Total (m ²)
	Squash	62.4 (EN)	3 ruang	187.5	-	187.5	-	187.5
11.	Tribun penonton	30.6 untuk satu ruang squash = 32 orang (Asumsi)	3 ruang 160 orang	91.8	20 %	18.36	-	18.36
	Ruang Ganti, Penitipan dan Lavatory	(Asumsi)	20 orang	51	20 %	61.2	1	61.2
12.	Climbing	(Asumsi)	-	50	-	50	-	50
	Kegiatan Olahraga (Outdoor)							
13.	Basket	364 (EN)	1 lapangan	364	30 % (penonton)	473.2	-	473.2
14.	Tennis	668 (EN)	2 lapangan	1336	30 %	1736.8	-	1736.8
15.	Futsal	968 (EN)	1 lapangan	968	30 % (penonton)	1258.4	-	1258.4
16.	Jogging Track	(Asumsi)	-	-	-	-	-	Mengelilingi arena
17.	Ruang Ganti, Penitipan & Lavatory Olahraga Outdoor	(Asumsi)	30 orang	63.5	20 %	76.2	1	76.2
	C. Kegiatan Rekreasi							
18.	Game Center (Anchor Tenant)	(Asumsi)	-	1000	-	1000	1	1000
19.	Kidsplay Area	(Asumsi)	-	200	-	200	1	200
	D. Kegiatan Service							
20.	Hall Utama	0.6 / orang	700 orang	420	-	420	1	420
21.	Hall Kecil	0.6 / orang	300 orang	180	-	180	1	180
22.	Atrium	(Asumsi)	-	1000	-	500	1	1000
23.	Musholla	0.6 / orang	50 orang	30	20 %	36	1	36
	Wudhu	0.6 / orang	10 orang	6	20 %	7.2	1	7.2
24.	Parkir Mobil	22 / mobil sudut 90° (TS)	250 mobil	5500	30 %	7150	-	7150
25.	Parkir Motor	1.8 / motor (TS)	200 motor	360	20 %	432	-	432

No.	Nama Ruang	Standar (m ²)	Kapasitas	Luas (m ²)	Sirkulasi	Luas Total (m ²)	Jmlh Ruang	Jumlah Total (m ²)
26.	Parkir Sepeda	1.02 / sepeda (TS)	20 sepeda	20.4	20 %	24.48	-	24.48
27.	Tangga Darurat	(Asumsi)	-	25.8	-	25.8	6	154.8
28.	Lavatory	(Asumsi)	10 orang	5	20 %	6	8	48
E. Kegiatan Pengelolaan								
Managerial								
	R. Kepala		-	20	-	20	1	20
	R. Wakil Kepala		-	20	-	20	1	20
29.	R. Staf	(Asumsi)	10 orang	30	20 %	36	1	36
	R. Rapat		20 orang	40	20 %	48	1	48
	R. Tamu		6 orang	18	20 %	21.6	1	21.6
	Lavatory		3 orang	2.5	20 %	3	1	3
Security								
	R. Kepala		-	9	-	9	1	9
30.	R. Karyawan	(Asumsi)	10 orang	30	20 %	36	1	36
	Loker		20 orang	12	20 %	14.4	1	14.4
	R. Tamu / Jaga		3 orang	9	20 %	10.8	1	10.8
	R. Ganti		5 orang	8.75	20 %	10.5	1	10.5
Cleaning Service								
	R. Kepala		-	9	-	9	1	9
	R. Karyawan		10 orang	30	20 %	36	1	36
	R. Ganti	(Asumsi)	10 orang	17.5	20 %	21	1	21
31.	Loker		50 orang	30	20 %	36	1	36
	Janitor		-	4	-	4	6	24

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

No.	Nama Ruang	Standar (m ²)	Kapasitas	Luas (m ²)	Sirkulasi	Luas Total (m ²)	Jmlh Ruang	Jumlah Total (m ²)	
Tecnical									
	R. Kepala		-	9	-	9	1	9	
	R. Karyawan		10 orang	30	20 %	36	1	36	
	R. MEE		-	48	-	48	1	48	
32.	R. Panel	(Asumsi)	-	15	-	15	6	90	
	R. Chiller		-	48	-	48	1	48	
	R. AHU		-	25	-	25	4	100	
	Loker		20 orang	12	20 %	14.4	1	14.4	
	Gudang		-	9	-	9	1	9	
Loading Dock									
33.	Bongkar Muat	(Asumsi)	5 mobil barang	125	50 %	187.5	1	187.5	
	Ruang Lift Barang		-	125	-	125	1	125	
	Gudang		-	15	-	15	10	150	
34.	Sirkulasi (Selasar)		Asumsi 20 % dari total luas ruang dalam (26118.66 m ²)						5224

Sumber :

EN : Ernst Neufert, Data Arsitek

NB : Nadine Bedington, Design for Shopping Center

TS : Time Saver, Building Types

JUMLAH TOTAL LANTAI

No.	Jenis Kegiatan	Besaran Ruang
A.	Kegiatan Jual Beli dan Jasa	11962
B.	Kegiatan Olahraga (Indoor)	3792.76
C.	Kegiatan Rekreasi	1200
D.	Kegiatan Service	9818
E.	Kegiatan Pengelolaan	1117.2
	Sirkulasi (Selasar)	5224
JUMLAH TOTAL		33113.96

Tabel 3.3.
Analisis Kebutuhan dan Karakteristik Ruang

Luas lantai total 33113.96 m²

Luas site terpilih 18000 m²

Sesuai dengan analisis peraturan tata bangunan, bahwa BC pada site 60% - 80%, maka diambil BC minimal 60%, yaitu :

KDB = 60% x luas site yang digunakan

$$= 60\% \times 18000 \text{ m}^2$$

$$= 10800 \text{ m}^2$$

Untuk mendapatkan jumlah lantai bangunan maka dapat diperoleh, yaitu:

$$L \text{ Lantai} = \text{KLB} / \text{KDB}$$

$$= 33113.96 / 10800$$

$$= 3.06 \text{ dibulatkan menjadi } 4 \text{ lantai}$$

3.3. ANALISIS BENTUK DAN PENAMPILAN BANGUNAN

3.3.1. Karakteristik Sifat Gerak Olahraga Pada Bentuk dan Penampilan

Pendekatan tipologi bentuk bangunan, layout ruang dalam, ruang luar, serta penampilan bangunan Yogya Sport shopping Mall disesuaikan dengan karakteristik dari sifat atau gerak olahraga¹, yaitu :

1. Dinamis

Gerakannya cepat berubah sehingga dapat cepat menyesuaikan dengan keadaan. Pada prinsip arsitektur diwakili oleh permainan bentuk dan dimensi ruang yang berubah - ubah.

2. Ritme

Sifat yang berhubungan dengan irama latihan, mengenai tinggi rendahnya tempo gerakan dan berat ringannya latihan. Pada prinsip arsitektur diwakili oleh irama, permainan bentuk yang berulang - ulang.

3. Kontinu

Dilakukan secara terus menerus dan saling berhubungan antara gerakan satu dengan gerakan lainnya. Prinsip arsitektur yang

¹ Giriwijoyo, Santoso Y.S., Manusia dan Olahraga, Institut Teknologi Bandung, Bandung, 2005

mewakili karakter ini adalah datum. Merupakan suatu garis atau bidang sebagai acuan untuk menghubungkan unsur - unsur lain dalam suatu komposisi.

4. Enerjik

Seluruh gerakan dalam olahraga dilakukan dengan penuh semangat. Prinsip arsitektur yang mewakili karakter ini adalah warna. Dimana warna akan menjadi elemen penting penampilan bangunan untuk mewakili ekspresi kegiatan yang ada di dalamnya. Adapun karakter dalam warna ada empat jenis, yaitu :

- Karakter hangat (warm) : merah, coklat, kuning, terakota, orange.
- Karakter segar (fresh) : putih kebiru - biruan, kuning muda, citrus, hijau daun, hijau limau, biru laut.
- Karakter berani (vibrant) : merah cerah, kuning menyala, hitam, putih, abu-abu, pink tua, orange menyala.
- Karakter tenang (calm) : biru muda, biru pucat, biru laut, hijau daun, hijau muda, hijau pupus.

3.3.2. Langgam Bangunan

Bentuk dan penampilan bangunan dapat dibentuk melalui beberapa cara baik melalui proses analisa atau pendekatan bentuk - bentuk tertentu dalam arsitektur. Dalam menganalisa bentuk bangunan Yogya Sport Shopping Mall ini menggunakan bentuk tipologi bangunan komersial yang modern. Arsitektur modern sebagai langgam internasional ditandai oleh beberapa aspek, antara lain ;

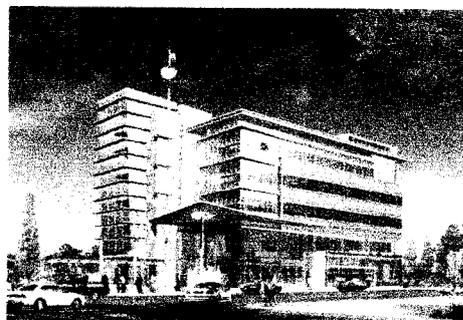
1. Fungsional dengan memperhatikan aspek kegunaan
 - meliputi kegunaan / fungsi ruang atau bangunan
 - meliputi penggunaan bahan
2. Efektif dan efisien, dalam pengertian yang tidak kaku karena efektifitas dan efisiensi yang dibuat selalu memiliki unsur estetika. Unsur estetika tersebut adalah sebagai berikut :

- warna - warna yang ditampilkan secara dominan dalam tampak
- berbagai macam tekstur yang memberi kesan khusus pada tampak
- bentuk - bentuk relief atau patahan yang ditambahkan sebagai unsur yang terpadu dengan tampak bangunan
- elemen - elemen lain yang disengaja disertakan pada tampak bangunan untuk menciptakan kesan - kesan tertentu
- ekspose struktur sebagai estetis bangunan dan kekuatan bangunan

Aspek - aspek tersebut memberikan kesan bangunan tampil menarik dan tidak monoton. Bangunan tampil dengan citra modern melalui keberanian permainan bentuk geometri serta penggunaan bahan penutup bangunan yang menggunakan kaca serta cladding metal.



Penggunaan warna berani sebagai unsur estetika bangunan modern



Penggunaan material kaca serta tekstur pada bangunan modern



Permainan bentuk dalam bangunan modern

Gambar 3.9.
Analisa Penampilan Bangunan

3.4. ANALISIS PENGOLAHAN TATA RUANG

3.4.1. Pengolahan Tata Ruang Dalam

Dalam sebuah *shopping mall* perlu adanya penataan ruang berdasarkan jenis kegiatan dan berdasarkan barang yang diperdagangkan. Ada beberapa tujuan atau maksud dari penataan ruangan ini, yaitu :

1. Pemisahan kegiatan - kegiatan yang tidak berhubungan, seperti kegiatan perdagangan, jasa, service dan pengelolaan.
2. Menghindari pengelompokkan dengan beda karakter dalam satu area, seperti kelompok makanan dan kelompok pakaian dalam satu area tanpa batasan yang jelas.
3. Penataan untuk menghindari kesemrawutan.

Pada *Yogya Sport Shopping Mall* ini penataan ruang dilakukan berdasarkan lantai, jenis barang yang diperdagangkan, dan karakteristik barang yang diperdagangkan. Penataan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lantai Dasar

Peralatan alat olahraga ditempatkan pada lantai dasar. Karakter beberapa peralatan olahraga yang memiliki beban yang cukup berat dapat mempengaruhi beban lantai bangunan. Selain itu, mobilisasi barang yang masuk dan keluar juga mudah dilakukan di lantai dasar.

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

2. Lantai satu

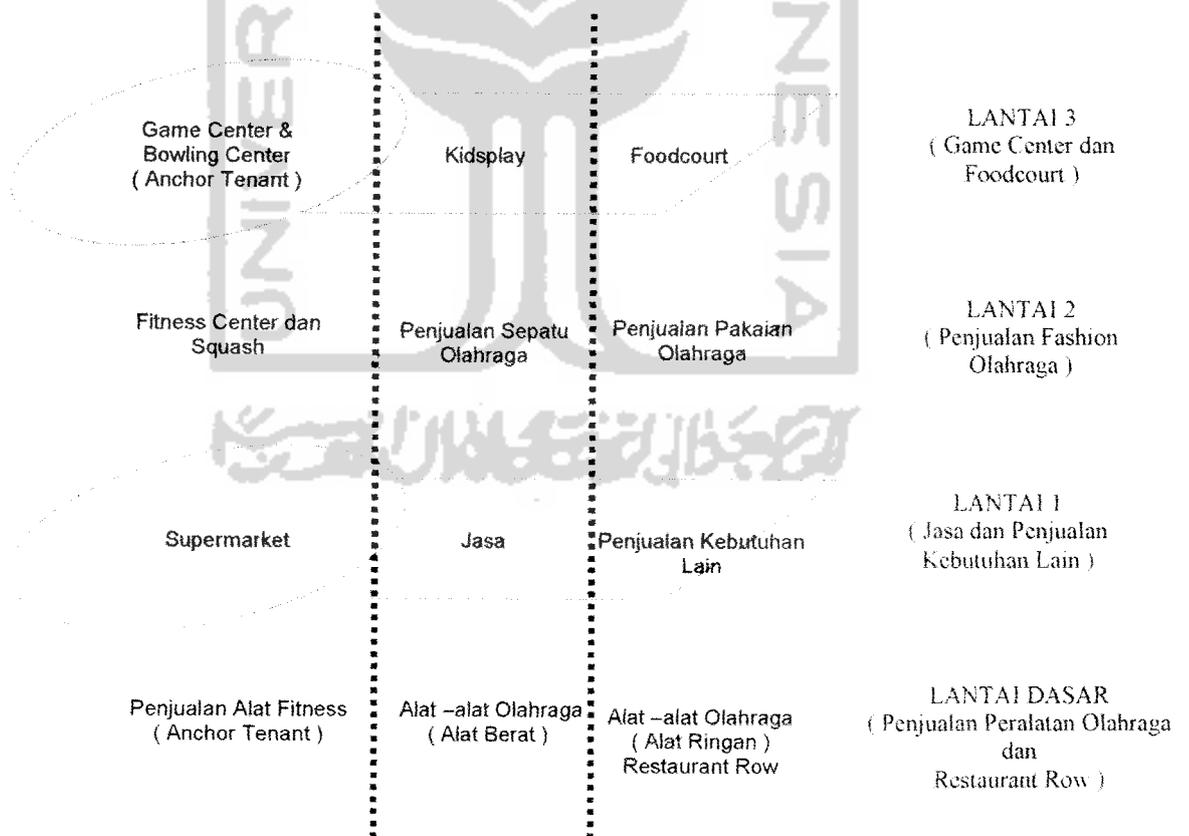
Kelompok jasa dan penjualan kebutuhan yang secara tidak langsung tidak berhubungan dengan olahraga ditempatkan di lantai ini. Hal ini dilakukan agar lantai ini dapat dilalui oleh pengunjung.

3. Lantai Dua

Perlengkapan olahraga seperti pakaian dan sepatu di letakkan di lantai dua. Alasan penempatan di lantai ini adalah untuk mendukung daya tarik kelompok barang di lantai satu.

4. Lantai Tiga

Pengunjung akan merasa lelah setelah mengelilingi retail - retail dibawahnya. Oleh karena itu, pengunjung disuguhkan tempat makan dan game center di lantai tiga untuk melepas lelah. Kidsplay area dibuat untuk mendukung keberadaan foodcourt.



Gambar 3.10.
Tata Layout Ruang Dalam

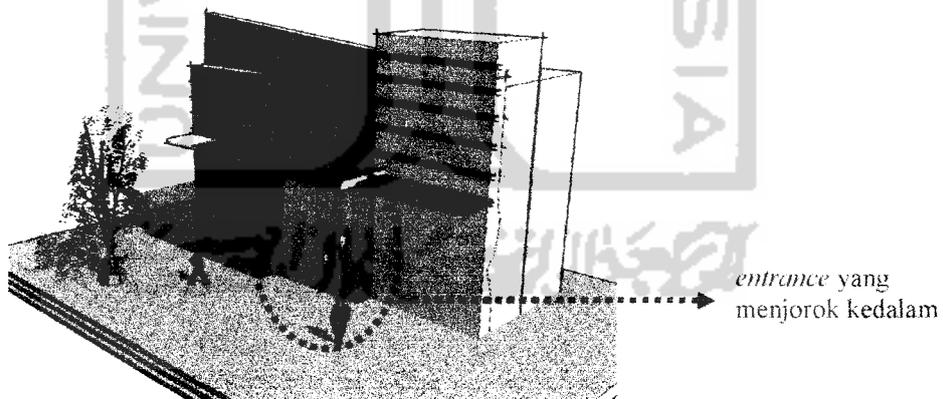
Ada beberapa faktor pada ruang dalam yang perlu diperhatikan dalam sebuah *sport shopping mall* adalah :

1. Entrance

Menurut jenisnya, entrance dapat dibagi menjadi tiga, yaitu:

- a. *entrance* yang rata dengan dinding sampingnya, untuk mempertahankan kontinuitas permukaan.
- b. *entrance* yang menjorok keluar, untuk menunjukkan fungsinya sebagai penampung ruang di atasnya.
- c. *entrance* yang menjorok ke dalam, untuk menerima sebagian ruang luar menjadi bagian dari bangunan.

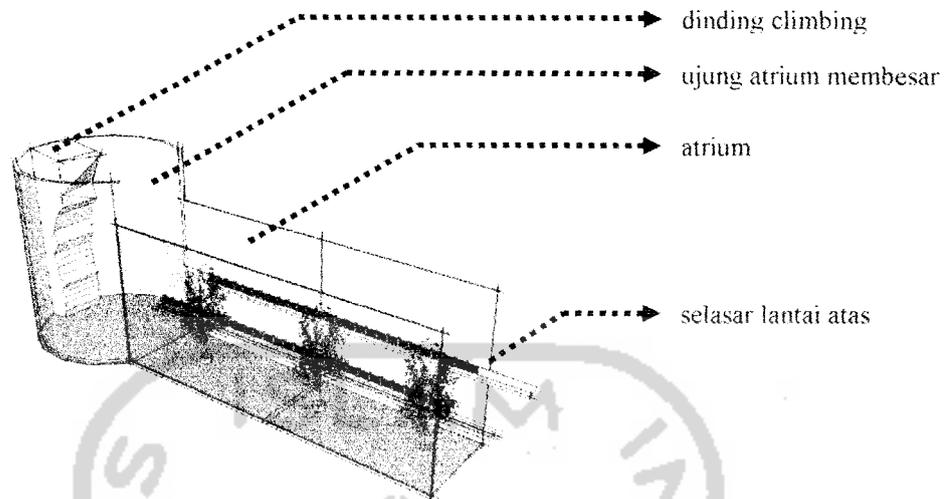
Karena kegiatan pada *sport shopping mall* ini selain terdapat di dalam bangunan juga terdapat di luar bangunan, maka *entrance*-nya dibuat menjorok ke dalam agar terlihat seolah-olah bangunan menerima sebagian ruang luar menjadi bagian dari bangunan. Untuk melindungi *entrance* dari panas dan hujan, di atas *entrance* digunakan atap *canopy*.



Gambar 3.11.
Analisa Entrance

2. Atrium

Selain dapat digunakan untuk pameran produk, atrium juga merupakan tempat atraksi *climbing*. Di ujung atrium dibuat ruang yang lebih besar untuk atraksi *climbing*.



Gambar 3.12.
Analisa Atrium

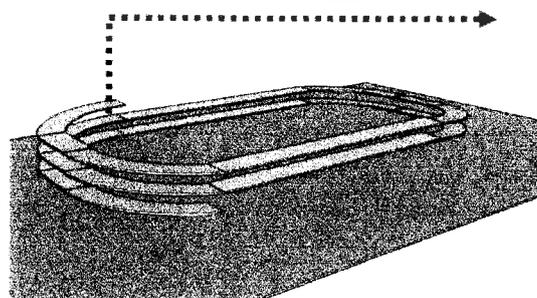
3. Sikulasi

Sirkulasi horizontal bangunan menggunakan pola linier dengan membentuk lengkungan atau berbelok-belok. Sedangkan sirkulasi vertikal menggunakan pola spiral atau berputar.

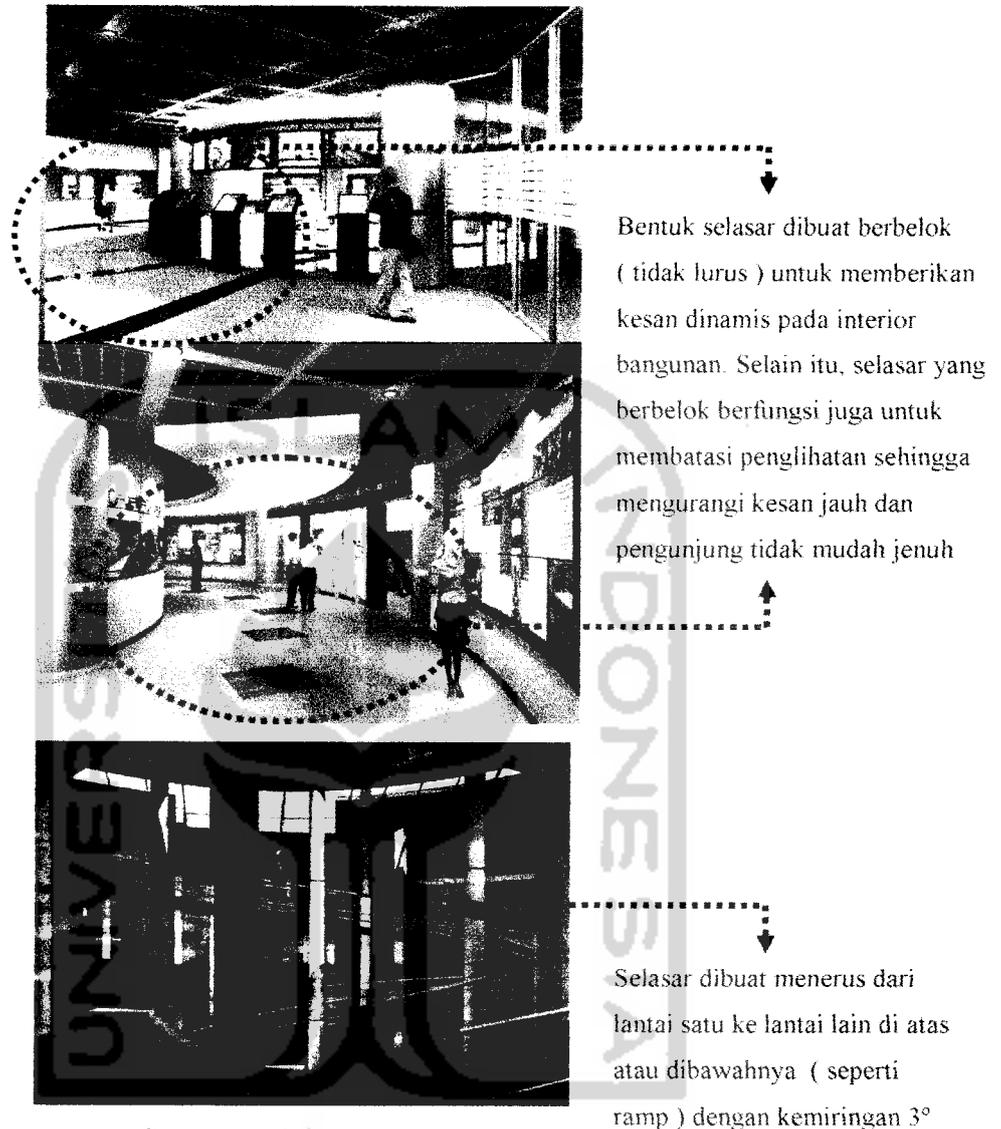
a. Sirkulasi Horizontal

↳ Selasar

Sesuai fungsi bangunan sebagai pusat olahraga, maka selasar dibuat berdasarkan karakteristik olahraga yang dinamis.



Hal ini dilakukan selain memberikan kesan dinamis, juga untuk memudahkan pengunjung pengguna rollerblade dan pengunjung difabel untuk berpindah dari lantai satu ke lantai lainnya



Gambar 3.13.
Analisa Selasar

Selain sebagai sirkulasi horizontal, selasar sekaligus juga dapat berfungsi sebagai sirkulasi vertikal.

b. Sirkulasi Vertikal

Dalam *Sport Shopping Mall*, *escalator* dan *lift* bukan merupakan *vertical circulation* yang utama. *Vertical circulation* yang utama adalah selasar, sehingga *escalator* maupun *lift* hanyalah transportasi pendukung.

4. Tenant

Tenant atau retail pada *Yogya Sport Shopping Mall* tidak hanya diisi oleh retail - retail produk yang berhubungan dengan olahraga tetapi juga diisi oleh retail - retail lain yang secara tidak langsung bahkan tidak ada hubungannya dengan olahraga. Hanya saja, mall ini lebih banyak diisi produk - produk olahraga. Terutama pada *anchor tenant*-nya dikhususkan untuk kategori olahraga.

a. Anchor Tenant

Berdasarkan kegiatan utamanya yaitu kegiatan jual beli, kegiatan olahraga dan rekreasi, maka *anchor tenant* mall ini diisi oleh *brand* dengan kategori tersebut.

↳ Kategori jual beli

Retail kategori ini merupakan retail penjualan berbagai macam peralatan *fitness* (peralatan berat) dengan *brand* 'Kettler'. *Brand* ini menjual berbagai macam peralatan olahraga dengan karakteristik alat berat dan besar. Sehingga *brand* ini memerlukan tempat yang luas pula dan letak yang mudah untuk mobilisasi barangnya, yaitu di lantai dasar.

↳ Kategori olahraga

Untuk kategori ini diisi *Bowling Center*. Karena kategori ini harus diisi oleh jenis olahraga yang biasa dilakukan di dalam ruang. *Bowling Center* memerlukan tempat yang cukup luas dan bebas kolom. Sehingga *anchor* ini di tempatkan di lantai teratas.

↳ Kategori rekreasi

Kategori rekreasi terdapat retail dengan *brand* 'Time Zone'.

b. Tenant Mix

Menurut objek yang diperdagangkan di sport shopping mall ini, *tenant mix* - nya dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

✦ *tenant* penjualan

- *Tenant* penjualan *brand* olahraga, baik lokal seperti 'Astech', 'Boogie', 'Eiger', 'F1 Studio', 'Balibong', 'Export' dan lainnya maupun *brand* dari luar negeri, seperti 'Adidas', 'Nike', 'Quick Silver', 'Planet Surf', 'Kappa', 'Yonnex', 'O'neill', 'Umbro', 'Billabong' dan lainnya.
- *tenant* yang menjual barang - barang yang secara tidak langsung tidak berhubungan dengan bidang olahraga, seperti apotek 'Century', 'Innovation Store', 'Hero' supermarket, toko sepatu 'Converse', Penjualan HP 'Nokia' dan lainnya.

✦ *tenant* jasa diisi berbagai macam jasa seperti, *spa*, *fitness center*, perawatan kulit serta gigi, salon kecantikan dan jasa - jasa lainnya.

Tenant mix pada mall ini juga dibagi menjadi dua berdasarkan bentuk *tenant* - nya, yaitu :

✦ *tenant* alat olahraga

retaill peralatan olahraga tidak memiliki etalase kaca untuk memudahkan mobilisasi barang - barang besar serta ditempatkan di lantai dasar untuk mengurangi beban bangunan

✦ *tenant* selain peralatan olahraga

retaill selain peralatan olahraga menggunakan kaca etalase pada dinding depannya.

5. Foodcourt

Letak *foodcourt* terdapat di lantai teratas / lantai empat, dimana *foodcourt* akan dibagi menjadi dua area, area tertutup dan area terbuka. Area terbuka disediakan untuk mengakomodasi pengunjung setelah berolahraga untuk mendapatkan kenyamanan.

6. Restaurant Row

a. Outdoor Restaurant Row

Outdoor Restaurant Row ditempatkan disini bangunan yang menghadap kearah arena olahraga di luar ruang. Selain dapat memberikan kenyamanan penghawaan kepada pengunjung terutama pengunjung setelah berolahraga, pengunjung juga dapat melihat atraksi olahraga sambil menikmati makanan.



Jajaran outdoor restaurant row di Ciwalk Mall Bandung yang memberikan kenyamanan penghawaan pengunjungnya

Gambar 3.14.
Analisa Outdoor Restaurant

b. Indoor Restaurant Row

Indoor restaurant terletak di lantai satu dan dua bangunan dengan batasan yang jelas. Batasan ini dimaksudkan untuk menghindari pengelompokkan dengan beda karakter dalam satu area, seperti kelompok makanan dan kelompok pakaian dan olahraga dalam satu area.



Selasar yang dilebarkan untuk restaurant row

Gambar 3.15.
Analisa Indoor Restaurant

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

Batasannya dengan melebarkan sisi selasar tertentu yang akan digunakan sebagai restaurant atau dengan meletakkan restaurant pada jembatan yang lebih lebar.

7. Material bangunan

Bahan bangunan memberikan ekspresi dan karakter masing - masing pada citra bangunan. Material yang digunakan pada bangunan mall sebagai bahan dasar yaitu : beton sebagai dinding pelingkup dan struktur, kaca sebagai etalase dan gipsum sebagai dinding partisi, serta baja sebagai struktur atap. Bahan - bahan tersebut memberikan kesan bangunan komersial dan modern.

8. Warna bangunan

Warna dalam arsitektur tidak dapat diabaikan karena setiap bahan bangunan mempunyai warna. Peranan warna dalam arsitektur dapat dipakai untuk memperkuat bentuk dan citra pada bangunan, warna memberikan ekspresi kepada pikiran atau jiwa manusia yang melihatnya dan merasakannya.

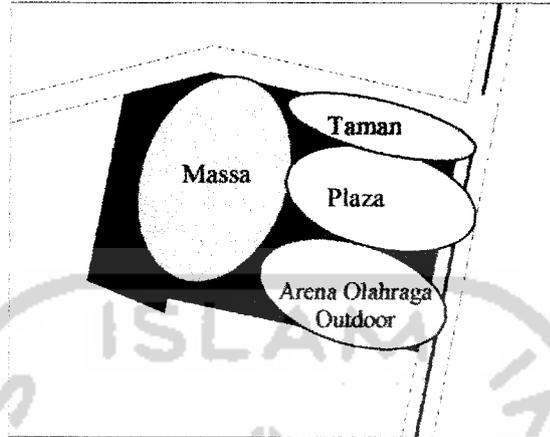
Sebagai tempat berbelanja dan olahraga, *Yogya Sport Shopping Mall* lebih diidentikan dengan anak muda / remaja yang penuh dengan kegembiraan dan atraktif. Sehingga pemilihan warna berani sangat cocok untuk bangunan mall ini.



warna dengan karakter berani pada fasade bangunan mengekspresikan karakter kegiatan di dalamnya

Gambar 3.16.
Analisa Penggunaan Warna

3.4.2. Pengolahan Tata Ruang Luar



Gambar 3.17.
Zoning

Site dibagi menjadi empat zona, yaitu :

- ✦ Bangunan / Massa
sebagai zona utama dari *Yogya Sport Shopping Mall*. Sebagai wadah belanja, olahraga dan rekreasi.
- ✦ Arena Olahraga Outdoor
selain di dalam bangunan, ada beberapa jenis olahraga yang ditempatkan di luar bangunan. Jenis olahraga ini merupakan jenis olahraga yang dapat mengeluarkan banyak energi dan keringat sehingga pengunjung akan mendapatkan kenyamanan jika olahraga ini ditempatkan di luar.
- ✦ Plaza
merupakan ruang publik terbuka, biasanya minimal ada satu bangunan yang menyertainya atau dikelilingi bangunan lain. Pada *Yogya Sport Shopping Mall* ini, plaza diletakkan di depan site. Selain dapat dimanfaatkan oleh pengunjung, plaza juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar.
- ✦ Taman
Selain sebagai ruang rekreasi, taman dapat berguna sebagai

barrier penghalang kebisingan dan polusi udara ke arah plaza dan arena olahraga.

3.5. SISTEM STRUKTUR DAN UTILITAS BANGUNAN

3.5.1. Sistem Struktur Bangunan

Struktur bangunan merupakan kerangka utama pada sebuah bangunan sehingga bangunan tersebut dapat berdiri kokoh serta memberikan kenyamanan dan keselamatan bagi orang di dalamnya. Ada tiga sistem struktur pada bangunan *Yogya Sport Shopping Mall*, yaitu :

1. Struktur utama

Struktur utama pada bangunan menggunakan system rangka baja , sistem struktur dinding pemikul (*core / bearing wall*) di sisi bangunan. Struktur utama ini menyalurkan beban ke pondasi bangunan.

2. Struktur atap

Pada struktur atap menggunakan struktur baja bentang lebar dan penggunaan material atap berupa *skylight* dengan *polycarbonate*.

3. Struktur pondasi

Pondasi menggunakan pondasi basement yang berfungsi sebagai perkuatan bangunan.

3.5.2. Sistem Utilitas Bangunan

1. Pendingin Ruangan (AC)

Pengkondisian udara buatan dilakukan dengan sistem AC sentral yaitu sistem distribusi ac melalui tiap-tiap lantai bangunan (ruang AHU).

2. Jaringan Listrik dan Telepon

Listrik bersumber langsung dari PLN dan gengset, gengset digunakan apabila listrik dari PLN mengalami gangguan. Penggabungan 2 sistem ini menggunakan *switch* yang otomatis, ketika PLN mati maka gengset akan menyuplai listrik ke seluruh

bangunan. Jaringan listrik dan telepon disatukan dalam satu shaft kering pada core bangunan dan disalurkan menuju ke seluruh lantai bangunan yang disembunyikan di plafon bangunan.

3. Air Bersih

Pengolahan air bersih pada bangunan ini menggunakan sistem *down feed* (sebelum didistribusikan ke *fixture - fixture*, air disalurkan ke *water tank* utama yang terdapat di atas bangunan). Penggunaan sistem ini dipilih untuk menghemat penggunaan listrik untuk peyaluran air. Karena sistem ini mengandalkan gaya gravitasi.

4. Sanitasi

Saluran air kotor dibagi menjadi dua golongan, yaitu : *hard disposal* (kotoran yang berasal dari WC), *liquid disposal* (kotoran cair yang berasal dari kamar mandi, dapur, air hujan dan lainnya).

5. Sistem Fire Protection

Pada bangunan *Yogya Sport Shopping Mall* ini, jaringan fire protection terdiri dari empat sistem, yaitu :

- ✦ *Hose Rack* yang ditempatkan didalam bangunan : selasar, atrium, hall, dan tempat lainnya dengan jarak 30 meter.
- ✦ *Ciamness / hydrant* yang dipasang diluar bangunan yang mudah dijangkau oleh mobil pemadam kebakaran dengan jarak 120 m.
- ✦ *Sprinkler* ditemaptkan diseluruh ruangan yang berada di langit - langit sebagai alat yang bekerja secara otomatis jika terjadi kebakaran.
- ✦ *Heat detector* dan *smoke detectore* dihubungkan dengan alarm untuk mendeteksi kebakaran, dipasang di semua ruang kecuali diruang service dan modifikasi.

KONSEP

4.1. KONSEP DASAR LOKASI DAN SITE

4.1.1. Konsep Penentuan Lokasi dan Site

Lokasi site Yogyakarta Sport Shopping Mall berada di pertigaan antara Jl. Colombo dan Jl. Gejayan. Pemilihan ini berdasarkan dengan penilaian dengan pertimbangan bahwa di lokasi tersebut memiliki :

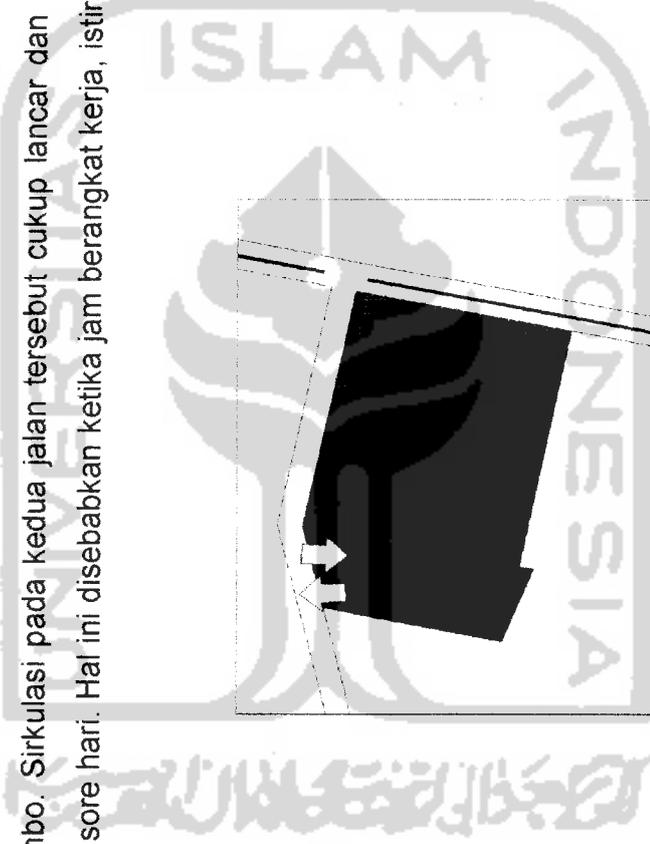
1. Rencana Induk
 - a. lokasi site sebagai berada di kawasan perdagangan, pendidikan (olahraga) dan permukiman
 - b. rencana utilitas kota pada kawasan ini cukup lengkap, mulai dari jaringan air, listrik hingga telepon
 - c. site memiliki kecukupan lahan untuk dikembangkan
2. Aksesibilitas
site terletak di pertigaan antara Jl. Colombo disebelah Utara (lebar jalan 14 m) dan Jl. Gejayan di sebelah Timur (lebar jalan 16 m) sedangkan di sebelah Selatan dan Barat terdapat jalan lingkungan (Jl. Samirono - lebar jalan 5 m)
3. Kondisi dan Potensi Lingkungan
 - a. site dekat dengan pusat kota Yogyakarta.
 - b. site dekat dengan pusat permukiman.
 - c. site dekat dengan beberapa perguruan tinggi seperti, UNY, UGM, USD dan lainnya.
 - d. Site dekat dengan fasilitas olahraga lain.

4. Kondisi dan Potensi Site

bentuk site yang memungkinkan pemanfaatan tapak secara maksimal dalam perolehan view yang diinginkan.

4.1.2. Konsep Sirkulasi

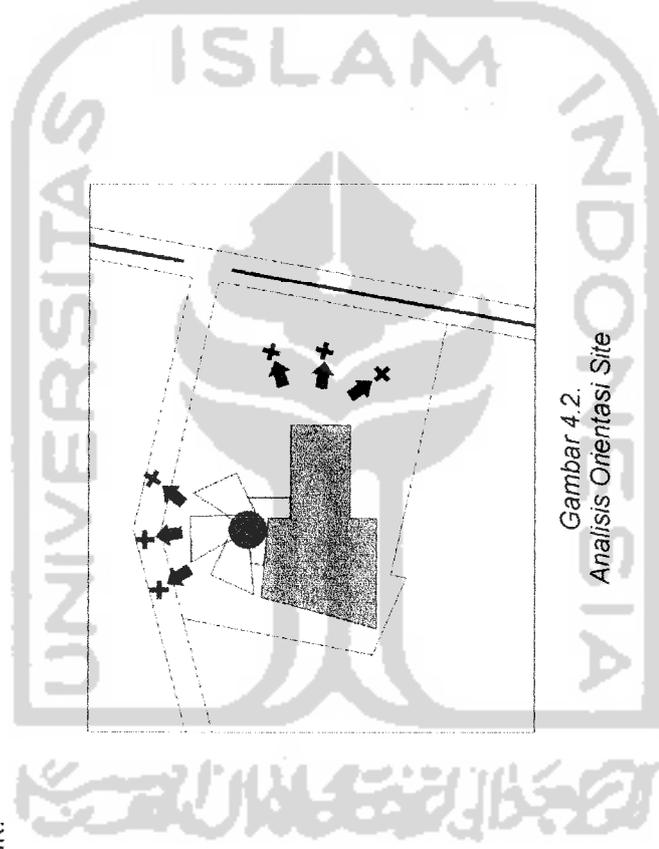
Jalan masuk dan keluar site dibuat melalui pintu Utara (Barat Laut) untuk menjauhi persimpangan / lampu lalu lintas Jl. Gejayan dan Jl. Colombo. Sirkulasi pada kedua jalan tersebut cukup lancar dan teratur, kepadatan sirkulasi terjadi pada jam pagi, siang dan sore hari. Hal ini disebabkan ketika jam berangkat kerja, istirahat atau jam sekolah telah berakhir dan jam pulang kerja.



Gambar 4.1.
Analisis Sirkulasi Site

4.1.3. Konsep Orientasi Bangunan

Orientasi bangunan diarahkan kearah Utara site karena posisi bangunan akan berada di sisi Barat site. Karena lokasi site berada disudut jalan maka selain sisi Utara, sisi Timur bangunan yang menghadap ke arah Jl. Gejayan juga akan diolah menjadi lebih menarik.



Gambar 4.2.
Analisis Orientasi Site

4.2. KONSEP KEGIATAN

Jenis Kegiatan yang ada pada Yogya Sport Shopping Mall dibedakan menjadi :

1. Kegiatan utama

Merupakan kegiatan yang menjadi fungsi utama dari bangunan berdasarkan judul perancangan, kegiatan tersebut meliputi :

- a. Kegiatan jual beli perlengkapan olahraga
pada kegiatan jual beli ini lebih diutamakan pada jual beli perlengkapan olahraga, mulai dari alat - alat olahraga seperti bola, raket, stick golf, alat - alat fitness, meja billiard, meja ping - pong dan lain - lain hingga perlengkapan lainnya seperti baju, jaket, sandal *hikking*, sepatu roda dan lain - lain.
 - b. Kegiatan olahraga
kegiatan ini dilakukan oleh pengunjung shopping mall. Kegiatan ini dapat dilakukan sebelum atau setelah kegiatan berbelanja, atau pengunjung hanya datang untuk sekedar berolahraga saja tanpa melakukan kegiatan jual beli. Kegiatan olahraga yang ada adalah *billiard*, *bowling*, *futsal*, *rollerblade*, *climbing*, *fitness center*, *jogging track*, *squash*, *tennis* dan basket.
 - c. Kegiatan rekreasi
merupakan kegiatan yang berhubungan dengan hiburan bagi pengunjung. Kegiatan ini antara lain adalah game center untuk anak muda atau kidsplay area untuk anak - anak dan kegiatan jalan - jalan hanya sekedar melihat - lihat.
- ##### 2. Kegiatan penunjang
- Merupakan kegiatan yang mendukung kegiatan utama dari fungsi bangunan, diantaranya adalah :
- a. Kegiatan jual beli kebutuhan pendukung

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

Shopping mall ini tidak dikhususkan hanya jual beli perlengkapan olahraga saja, tetapi juga perlengkapan lain yang secara tidak langsung juga mendukung kegiatan olahraga, seperti supermarket, apotek, dan healthy spa.

b. Kegiatan makan

Kegiatan ini bertujuan sebagai tempat untuk istirahat bagi pengunjung setelah berbelanja atau berolahraga.

Atau pengunjung lain yang datang ke mall ini hanya untuk makan.

3. Kegiatan pengelola

Kegiatan ini dilakukan oleh pengelola bangunan, yang meliputi kegiatan administrasi, seperti pemasaran, administrasi keluar masuk barang dan lain - lain serta kegiatan perawatan dan pengamanan gedung.

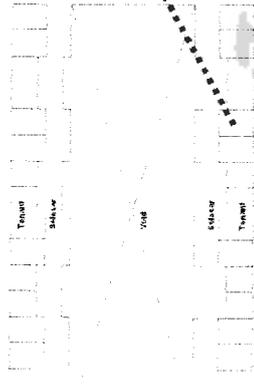
4.3. KONSEP BENTUK DAN PENAMPILAN

Pendekatan tipologi bentuk bangunan, layout ruang dalam, ruang luar, serta penampilan bangunan Yogya Sport shopping Mall disesuaikan dengan karakteristik dari olahraga¹, yaitu :

1. Dinamis

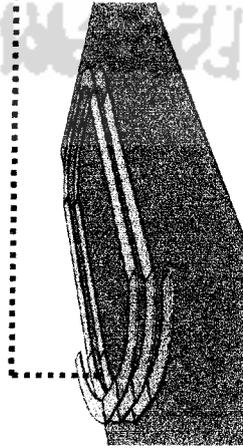
Gerakannya cepat berubah sehingga dapat cepat menyesuaikan dengan keadaan. Pada prinsip arsitektur diwakili oleh permainan bentuk dan dimensi ruang yang berubah - ubah.

¹ Giritwijoyo, Santoso Y.S., Manusia dan Olahraga, Institut Teknologi Bandung, Bandung, 2005



Permainan bentuk dan dimensi tenant menimbulkan kesan dinamis

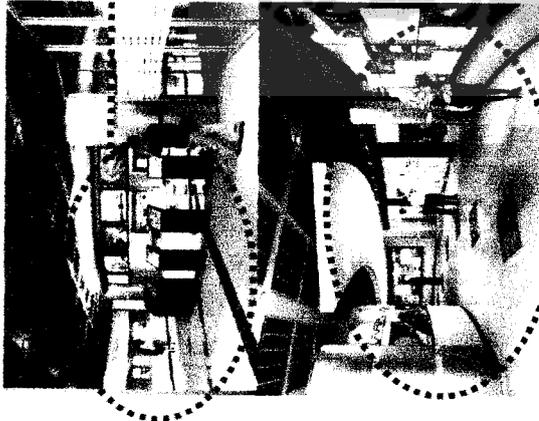
Gambar 4.3
Konsep Ruang Dinamis



Gambar 4.4..
Konsep Dinamis Sirkulasi Vertikal

Selasar menerus dari lantai dasar hingga lantai teratas (spiral) untuk memberikan kesan dinamis dan untuk memudahkan pengujung pengguna rollerblade dan pengujung difabel untuk berpindah dari lantai satu ke lantai lainnya



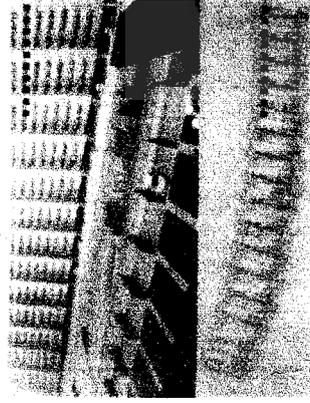


Gambar 4.5
Konsep Dinamis Sirkulasi
Horizontal

Bentuk selasar dibuat berbelok (tidak lurus) untuk memberikan kesan dinamis pada interior bangunan. Selain itu, selasar yang berbelok berfungsi juga untuk membatasi penglihatan sehingga mengurangi kesan jauh dan pengujung tidak mudah jenuh

2. Ritme

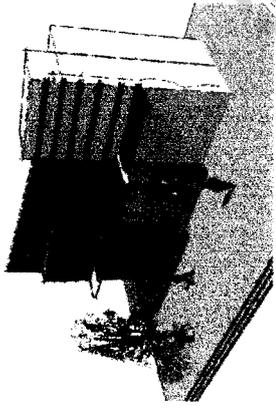
Sifat yang berhubungan dengan irama latihan, mengenai tinggi rendahnya tempo gerakan dan berat ringannya latihan. Pada prinsip arsitektur diwakili oleh irama, permainan bentuk yang berulang - ulang.



Permainan bentuk yang berulang - ulang pada layout ruang dalam dan fasade bangunan menghasilkan irama

Gambar 4.6
Konsep ritme / irama

3. Kontinu
Dilakukan secara terus menerus dan saling berhubungan antara gerakan satu dengan gerakan lainnya. Prinsip arsitektur yang mewakili karakter ini adalah datum. Merupakan suatu garis atau bidang sebagai acuan untuk menghubungkan unsur - unsur lain dalam suatu komposisi.
4. Enerjik
Seluruh gerakan dalam olahraga dilakukan dengan penuh semangat. Prinsip arsitektur yang mewakili karakter ini adalah warna. Dimana warna akan menjadi elemen penting penampilan bangunan untuk mewakili ekspresi kegiatan yang ada di dalamnya. Sebagai tempat berbelanja dan olahraga, *Yogya Sport Shopping Mall* lebih diidentikan dengan anak muda / remaja yang penuh dengan kegembiraan dan atraktif. Sehingga pemilihan warna berani sangat cocok untuk bangunan mall ini.



Pengguna warna berani pada fasade bangunan untuk memberikan kesan enerjik dan penuh semangat sesuai dengan kegiatan yang diwadainya

Gambar 4.8.
Konsep Enerjik

4.4. KONSEP PENGOLAHAN TATA RUANG

4.4.1. Konsep Pengolahan Tata Ruang Dalam

Dalam sebuah *shopping mall* perlu adanya penataan ruang berdasarkan jenis kegiatan dan berdasarkan barang yang diperdagangkan. Ada beberapa tujuan atau maksud dari penataan ruangan ini, yaitu :

1. Pemisahan kegiatan - kegiatan yang tidak berhubungan, seperti kegiatan perdagangan, jasa, service dan pengelolaan.
 - a. Menghindari pengelompokan dengan beda karakter dalam satu area, seperti kelompok makanan dan kelompok pakaian dalam satu area tanpa batasan yang jelas.
 - b. Penataan untuk menghindari kesemrawutan.

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

Pada *Yogya Sport Shopping Mall* ini penataan ruang dilakukan berdasarkan lantai, jenis barang yang diperdagangkan, dan karakteristik barang yang diperdagangkan. Penataan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lantai Dasar

Peralatan alat olahraga ditempatkan pada lantai dasar. Karakter beberapa peralatan olahraga yang memiliki beban yang cukup berat dapat mempengaruhi beban lantai bangunan. Selain itu, mobilisasi barang yang masuk dan keluar juga mudah dilakukan di lantai dasar.

2. Lantai satu

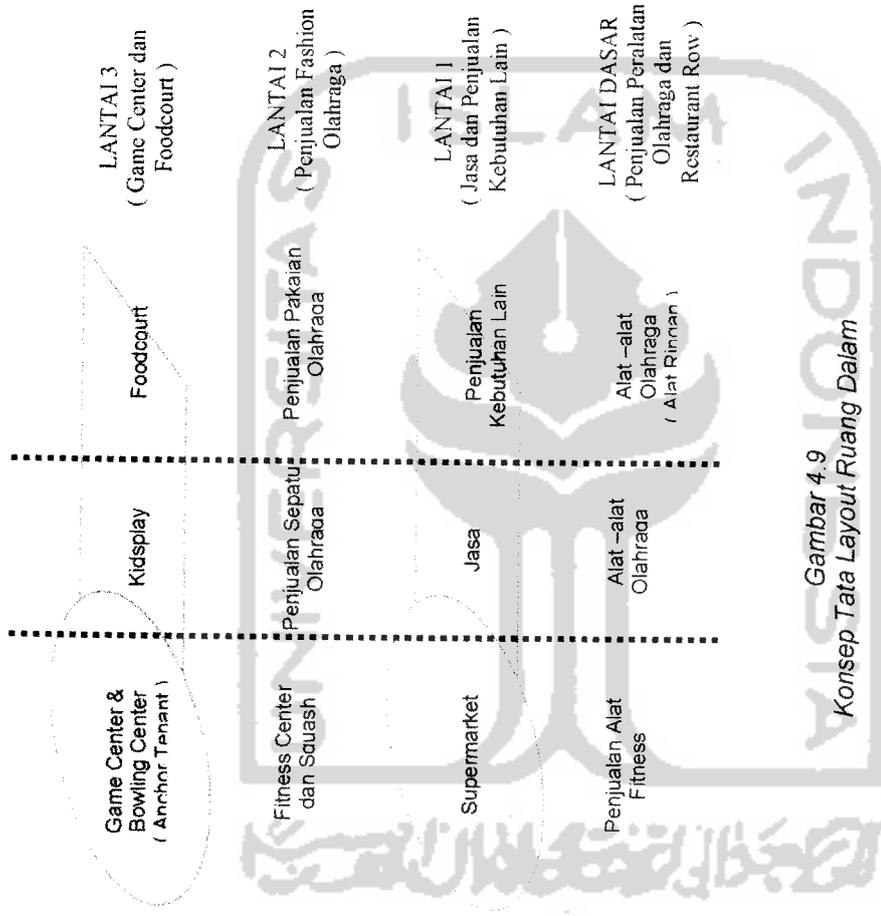
Kelompok jasa dan penjualan kebutuhan yang secara tidak langsung tidak berhubungan dengan olahraga ditempatkan di lantai ini. Hal ini dilakukan agar lantai ini dapat dilalui oleh pengunjung.

3. Lantai Dua

Perlengkapan olahraga seperti pakaian dan sepatu di letakkan di lantai dua. Alasan penempatan di lantai ini adalah untuk mendukung daya tarik kelompok barang di lantai satu.

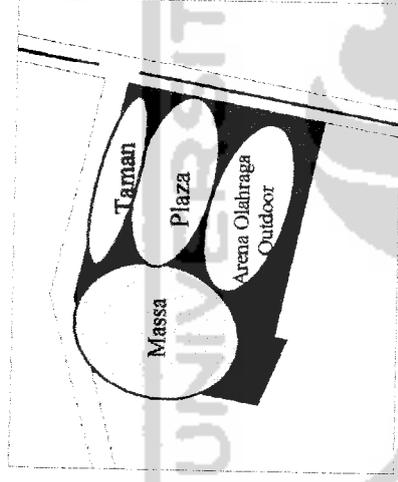
4. Lantai Tiga

Pengunjung akan merasa lelah setelah mengelilingi retail - retail dibawahnya. Oleh karena itu, pengunjung disuguhkan tempat makan dan game center di lantai tiga untuk melepas lelah. Kidsplay area dibuat untuk mendukung keberadaan foodcourt.



Gambar 4.9
Konsep Tata Layout Ruang Dalam

4.4.2. Konsep Pengolahan Tata Ruang Luar



Gambar 4. 10..
Konsep Zoning

Site dibagi menjadi empat zona, yaitu :

- ✦ Bangunan
- sebagai zona utama dari *Yogya Sport Shopping Mall*. Sebagai wadah belanja, olahraga dan rekreasi.
- ✦ Arena Olahraga
- selain di dalam bangunan, ada beberapa jenis olahraga yang ditempatkan di luar bangunan. Jenis olahraga ini merupakan jenis olahraga yang dapat mengeluarkan banyak energi dan keringat sehingga pengunjung akan mendapatkan kenyamanan jika olahraga ini ditempatkan di luar.

- ↓ Plaza merupakan ruang publik terbuka, biasanya minimal ada satu bangunan yang menyertainya atau dikelilingi bangunan lain. Pada *Yogya Sport Shopping Mall* ini, plaza diletakkan di depan site. Selain dapat dimanfaatkan oleh pengunjung, plaza juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar.
- ↓ Taman Selain sebagai ruang rekreasi, taman dapat berguna sebagai barrier penghalang kebisingan dan polusi udara ke arah plaza dan arena olahraga.



Gambar 4.11.
Taman & Plaza

4.5. KONSEP SISTEM STRUKTUR DAN UTILITAS BANGUNAN

4.5.1. Sistem Struktur Bangunan

Struktur bangunan merupakan kerangka utama pada sebuah bangunan sehingga bangunan tersebut dapat berdiri kokoh serta memberikan kenyamanan dan keselamatan bagi orang di dalamnya. Ada tiga sistem struktur pada bangunan *Yogya Sport Shopping Mall*, yaitu :

1. Struktur utama

Struktur utama pada bangunan menggunakan system rangka baja , sistem struktur dinding pemikul (*core / bearing wall*) di sisi bangunan. Struktur utama ini menyalurkan beban ke pondasi bangunan.

2. Struktur atap

Pada struktur atap menggunakan struktur baja bentang lebar dan penggunaan material atap berupa *skylight* dengan *fiber glass*.

3. Struktur pondasi

Pondasi menggunakan pondasi basement yang berfungsi sebagai perkuatan bangunan.

Kebutuhan Ruang & Matriks Kedekatan Ruang

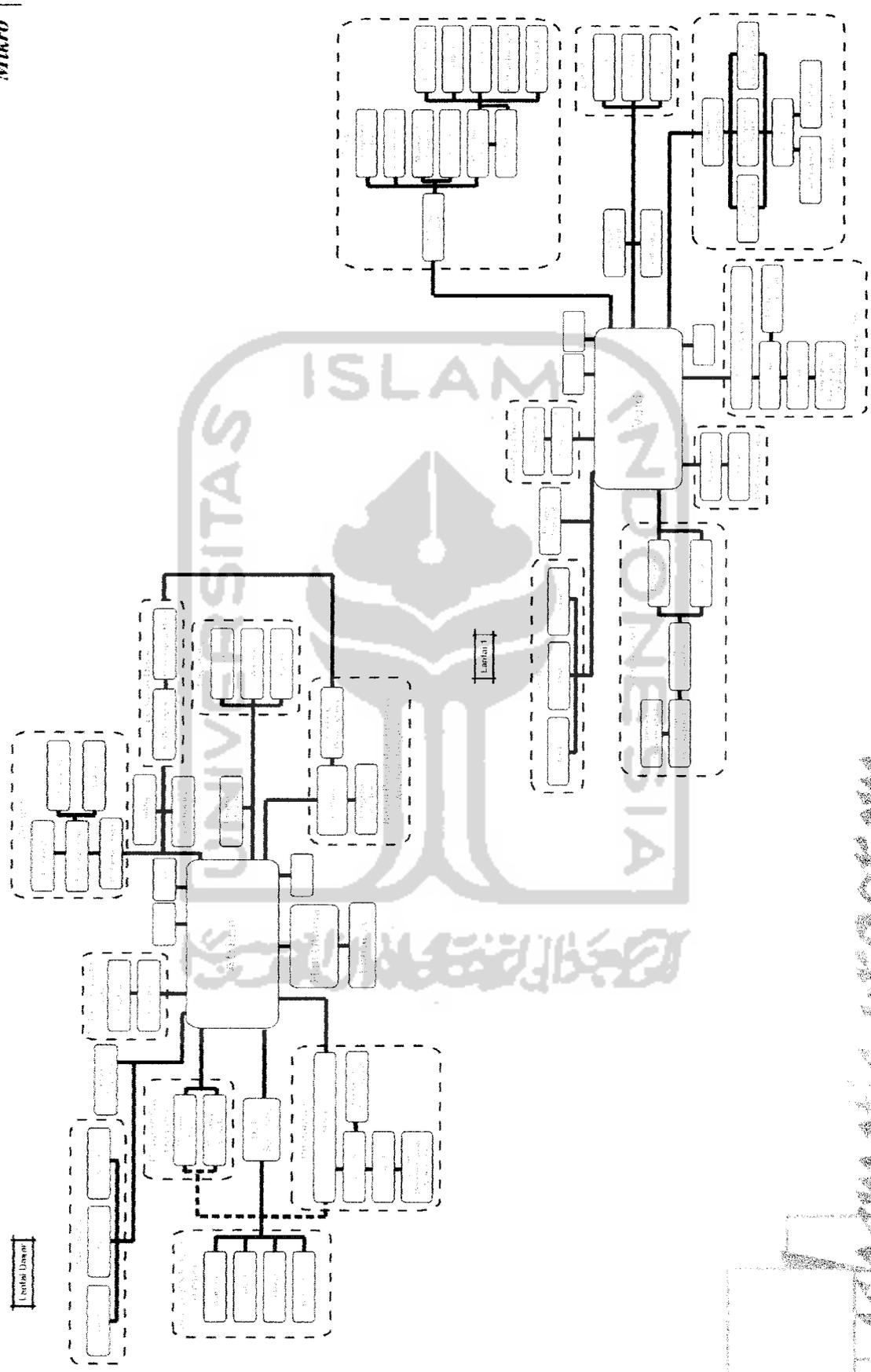
Kategori Kegiatan	Nama Ruang	Luasan m ²	Akses Lantai / Tangga	Area dan Beban Bersih	Desain Berorientasi Kebudayaan Pengalaman Pengguna Ruang	Area Privat Sempurna	Area Privat Tidak Sempurna
Penjualan & Jasa	Retail Pengalihan Alami Fitness	2500	√	√	√	√	√
	Retail Perumahan Perumahan CIP	1000	√	√	√	√	√
	Retail Perumahan Paksi & Sinar CIP	2500	√	√	√	√	√
	Retail Jasa & Lainnya	2500	√	√	√	√	√
Rekreasi	Supermarket	1000	√	√	√	√	√
	Spa	1000	√	√	√	√	√
	Restoran Indoor Outdoor	1000	√	√	√	√	√
	Kasdisort	1000	√	√	√	√	√
	Graha Center	200	√	√	√	√	√
	Koleksi (Indoor)	400	√	√	√	√	√
	Kode Area (Indoor)	400	√	√	√	√	√
	Bowling Center	2470	√	√	√	√	√
	Biliket	162	√	√	√	√	√
	Fitness Center	504	√	√	√	√	√
Olahraga	Squash	267	√	√	√	√	√
	Climbing	100	√	√	√	√	√
	Skate Area	50	√	√	√	√	√
	Badminton	1200	√	√	√	√	√
	Basket	473	√	√	√	√	√
	Ruang Ganti OR Outdoor	76	√	√	√	√	√
	Hall Utama	420	√	√	√	√	√
	Hall Shopping	180	√	√	√	√	√
	Atrium	1000	√	√	√	√	√
	Sekuar	43	√	√	√	√	√
Service	Manajemen	250	√	√	√	√	√
	Manajemen	100	√	√	√	√	√
	Security	81	√	√	√	√	√
	Cleaning Service	120	√	√	√	√	√
	MEP	300	√	√	√	√	√
Pengelola	Loading Dock	313	√	√	√	√	√
	Chiling	150	√	√	√	√	√

Berhubungan Erat
 Setengah
 Tidak Berhubungan

Universitas Islam Indonesia

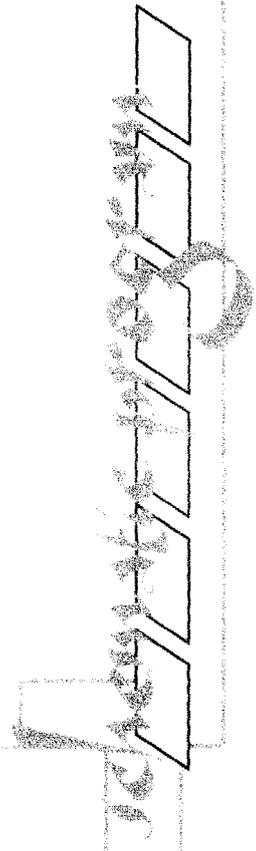
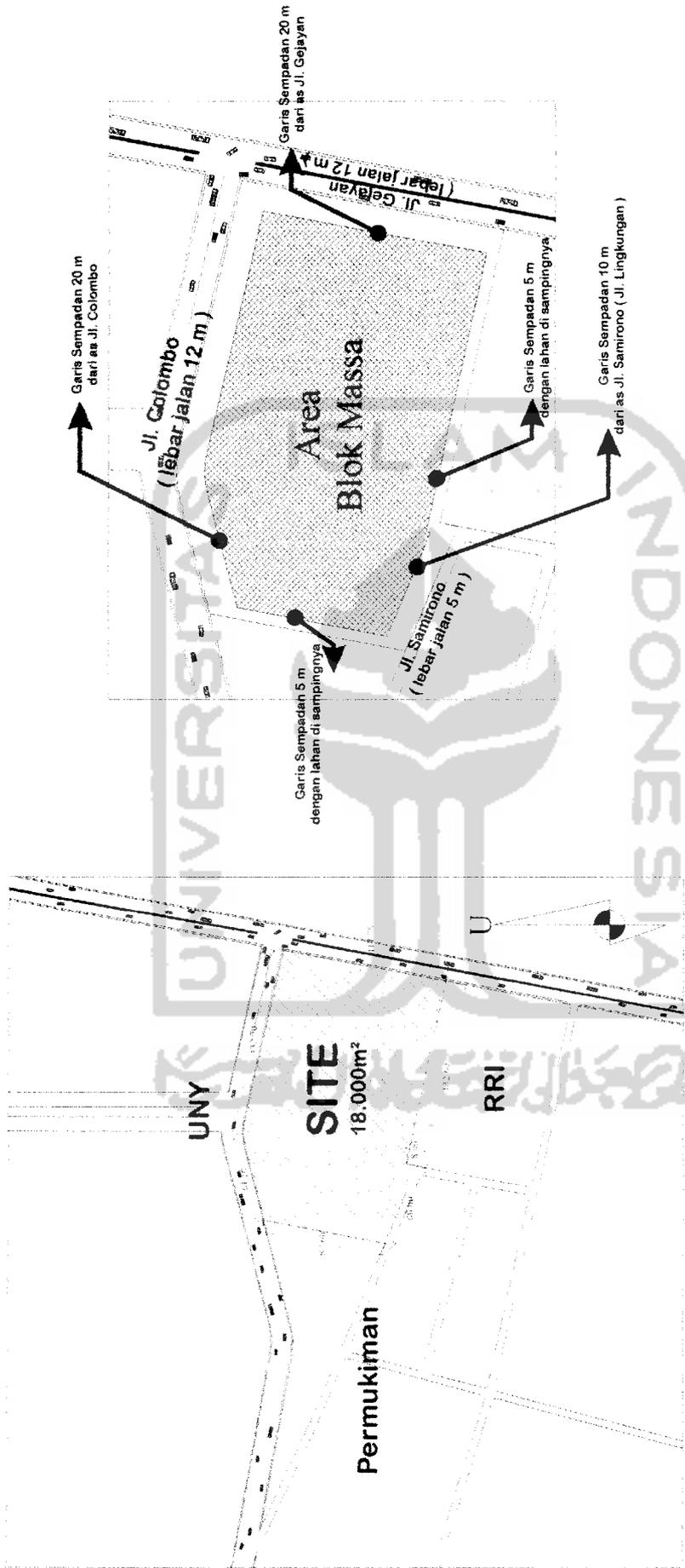
Organisasi Ruang

Mikro



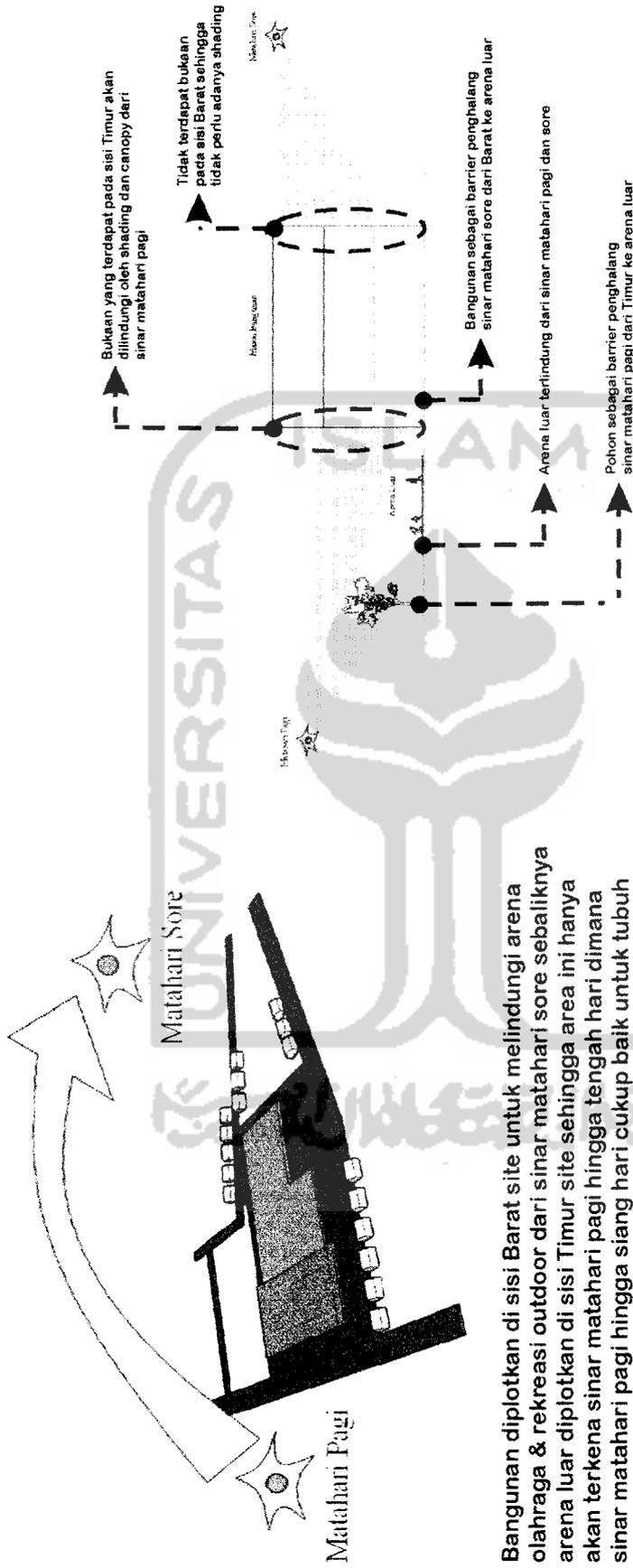
Scholarship program

Basic Map



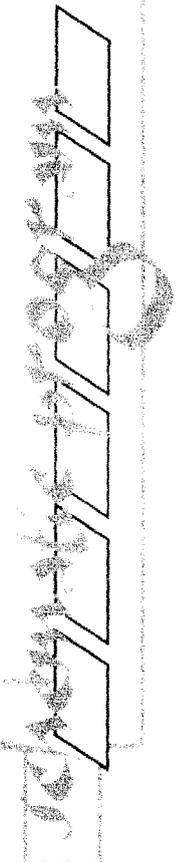
Matchhari

Analysis Site



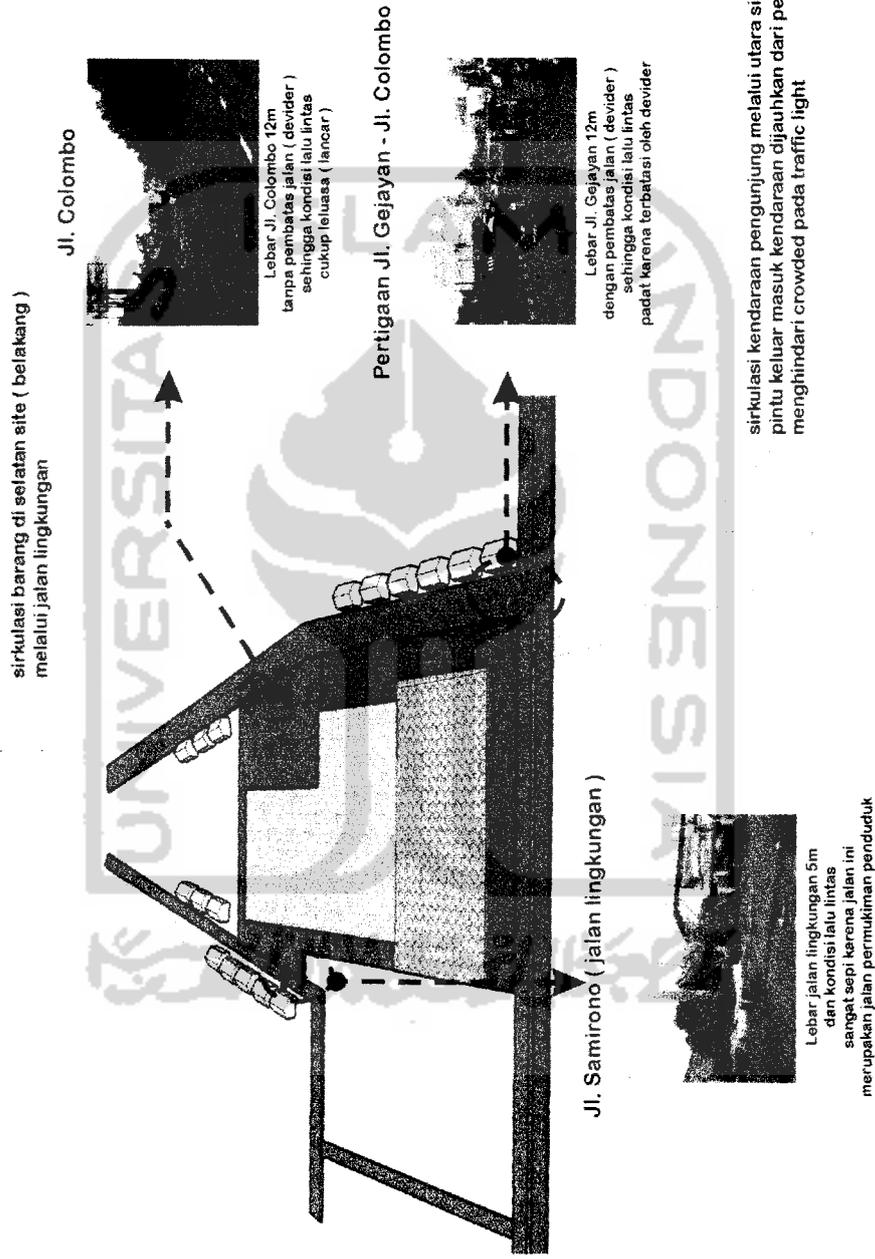
Bangunan diplokan di sisi Barat site untuk melindungi arena olahraga & rekreasi outdoor dari sinar matahari sore sebaliknya arena luar diplokan di sisi Timur site sehingga area ini hanya akan terkena sinar matahari pagi hingga tengah hari dimana sinar matahari pagi hingga siang hari cukup baik untuk tubuh manusia.

Selain itu, arena luar akan lebih ramai digunakan pada sore hari karena kesibukan masyarakat yang mulai berkurang dan pada saat ini arena luar terlindungi oleh bangunan.



Sirkulasi Kendaraan

Sirkulasi kendaraan pengujung dan barang dipisahkan

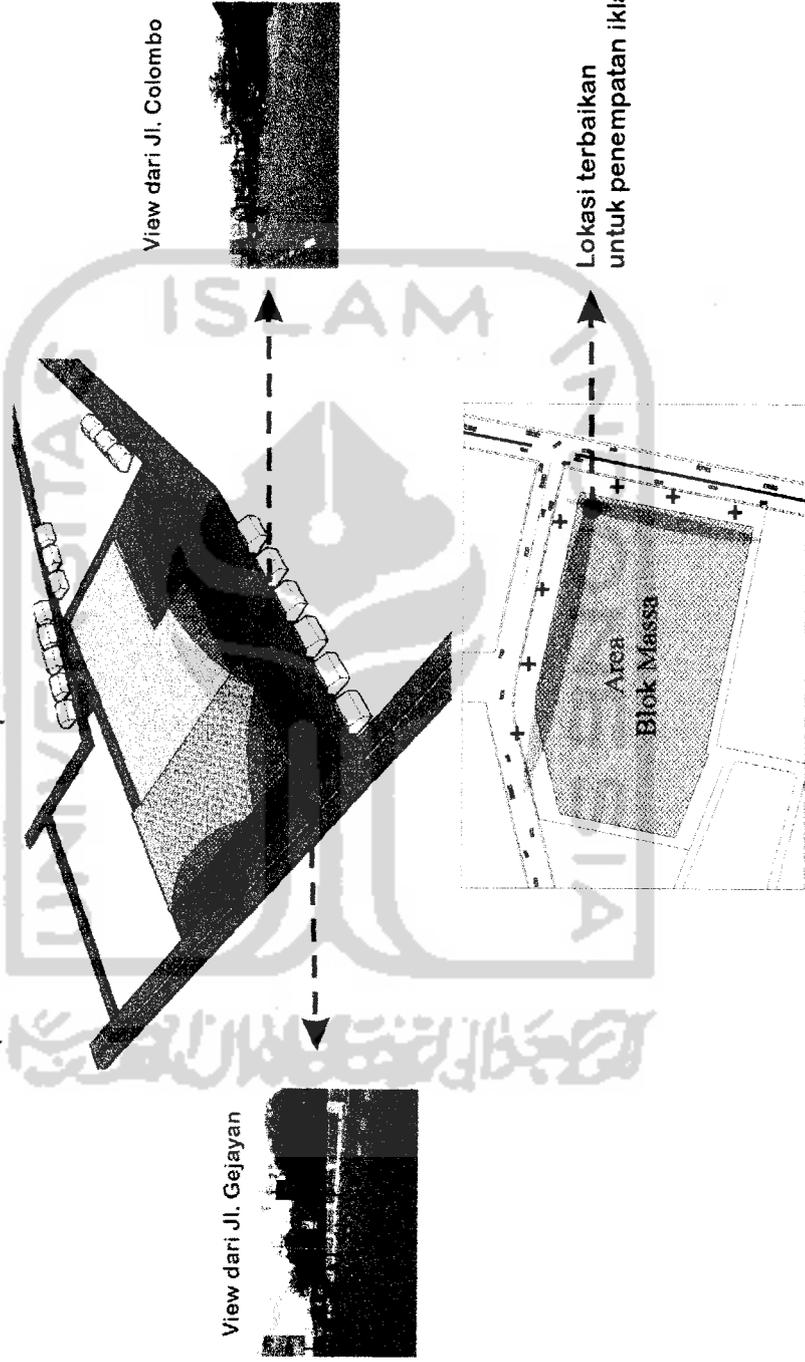


skema site program

View Ke Dalam Site

Site terletak di sudut pertigaan Jl. Gejayan & Jl. Colombo sehingga view dari arah kedua jalan tersebut memiliki nilai positif

Penampilan bangunan yang mengarah ke kedua jalan tersebut akan diolah lebih menarik dan space iklan akan diletakan pada sisi ini



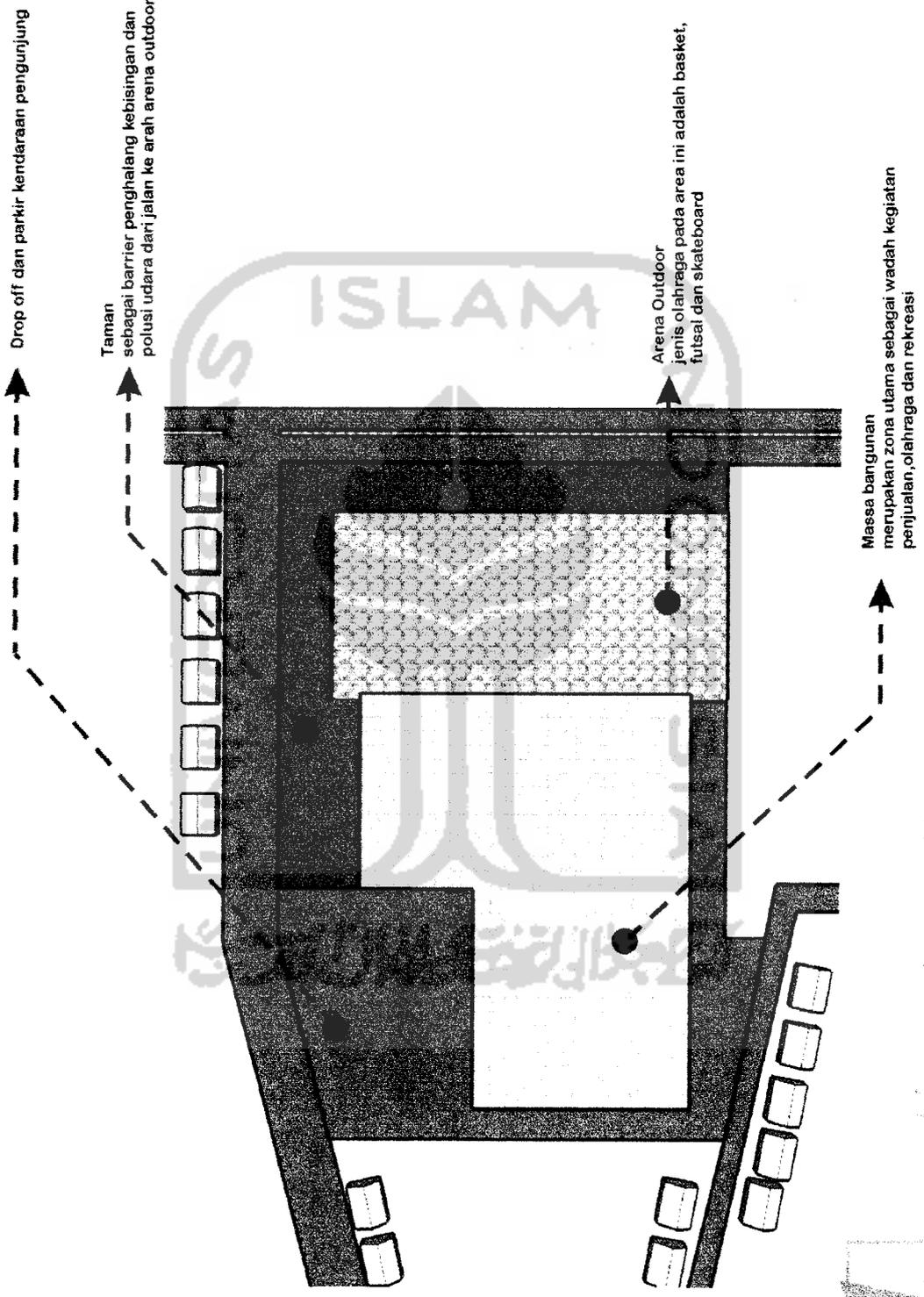
View dari Jl. Colombo

View dari Jl. Gejayan

Lokasi terbaik untuk penempatan iklan

Schematic Program

Zoning Fungsi



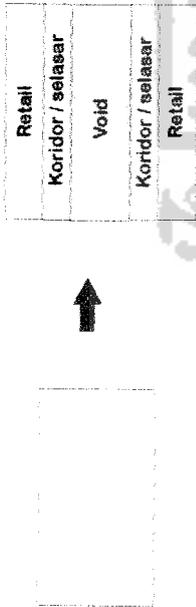
Desain Arsitektur

Konsep Studi Bentuk

1

Massa utama

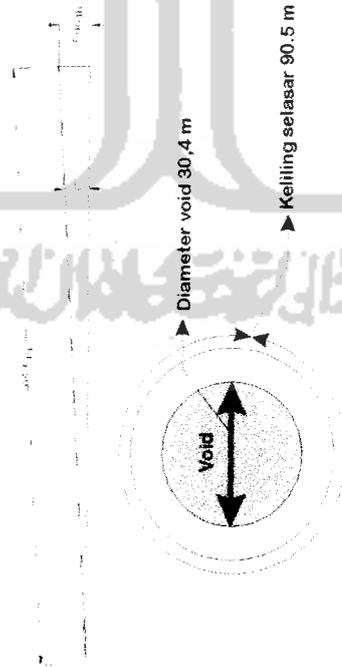
Penggunaan bentuk persegi dikarenakan mall ini menggunakan tipe single corridor, yaitu mall dengan selasar tunggal (linier) serta retail - retailnya terletak di sisi selasar tersebut dan di sisi lainnya terdapat void. Selain itu, sisi panjangnya akan memberikan keleluasaan bagi pengunjung pengguna sepatu roda (rollerblade). Sisi panjang bentuk ini disejajarkan dengan sisi panjang site.



2

Massa Bangunan untuk Sirkulasi Vertikal

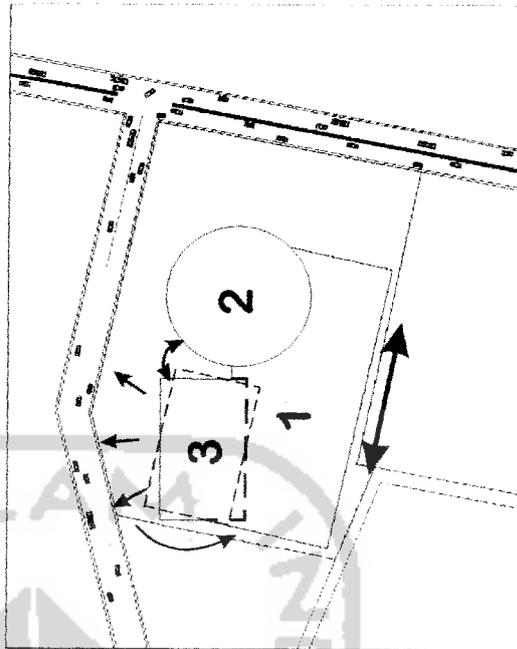
Pada massa ini terdapat ramp sebagai alat transportasi vertikal. Ramp untuk sirkulasi pengunjung ini memiliki kemiringan 3°. Sehingga panjang ramp untuk tinggi setiap lantai bangunan 5 m mencapai 95,4 m. Untuk menghilangkan kesan jauh dan melelahkan, maka ramp tersebut dibuat melingkar dengan diameter 30,4 m.



3

Massa Bangunan untuk Retail Besar

Massa ini disesuaikan dengan dimensi retail besar dengan menggunakan bentuk persegi untuk memaksimalkan ruang. Massa ini dirotasikan 100° terhadap massa utama untuk memaksimalkan fasade bangunan dari luar site.



Handwritten signature: Achmad Ridwan

Sirkulasi Vertikal

Konsep Sirkulasi

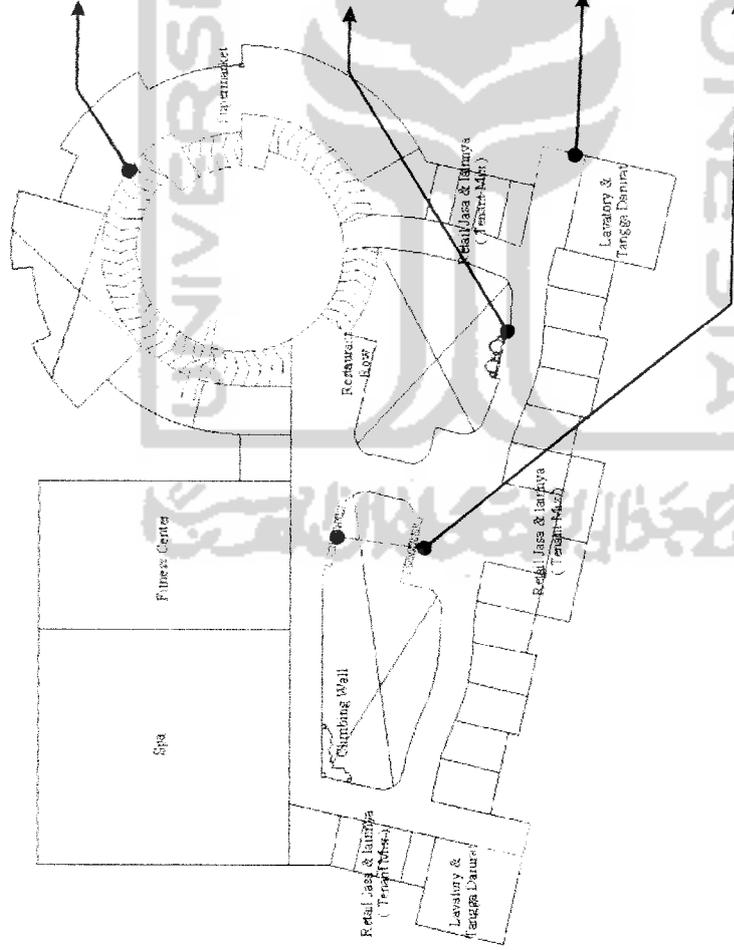
Bangunan memiliki 4 sirkulasi vertikal :

Selasar yang berupa ramp (menerus dari lantai satu ke lantai berikutnya)
Selasar ini merupakan sirkulasi vertikal yang utama dan dapat digunakan oleh pengunjung pengguna sepatu roda (rollerblade), otopad dan pengunjung difabel

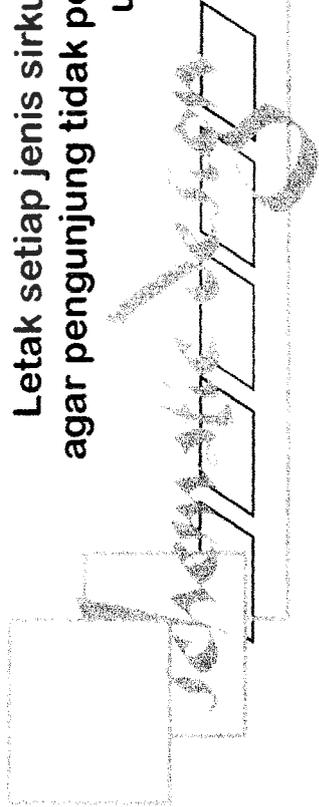
Lift tabung (kaca)
Terdapat di void agar pengunjung dapat melihat atrium dan selasdiseberangya dari dalam lift

Tangga Darurat
Sebagai alat sirkulasi vertikal untuk keselamatan jika terjadi kebakaran. Tangga darurat terdapat di dua sudut bangunan yang berjauhan

Escalator
Escalator untuk lebih mempermudah sirkulasi vertikal di sisi bangunan yang jauh dari selasar ramp dan lift



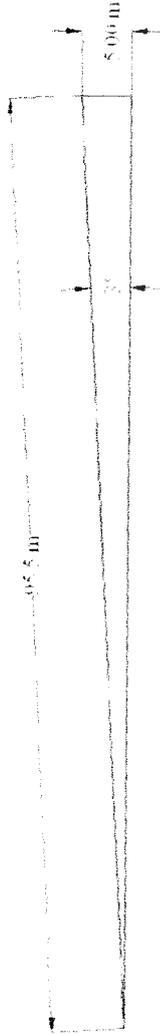
Letak setiap jenis sirkulasi vertikal saling berjauhan (menyebar), agar pengunjung tidak perlu terlalu jauh mencari alat sirkulasi vertikal untuk berpindah lantai



Sirkulasi Vertikal

Konsep Sirkulasi

Tinggi setiap lantai adalah 5 m
Kemiringan ramp yang nyaman untuk sirkulasi pengunjung adalah 3° sehingga panjang selasar yang berupa ramp setiap lantainya adalah 95.5 m

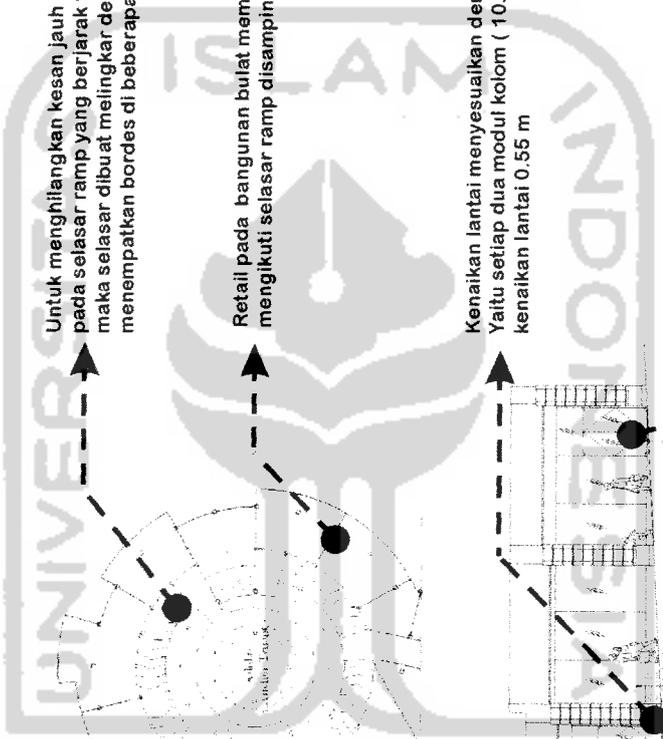


Untuk menghilangkan kesan jauh & melelahkan pada selasar ramp yang berjarak 95.5 m, maka selasar dibuat melingkar dengan menempatkan bordes di beberapa tempat

Retail pada bangunan bulat memiliki lantai berundak mengikuti selasar ramp disampingnya

Kenaikan lantai menyesuaikan dengan modul kolom. Yaitu setiap dua modul kolom (10.58 m) dan tinggi kenaikan lantai 0.55 m

Pintu retail diletakan disisi retail yang ketinggian lantainya sama dengan selasar ramp sedangkan bagian yang memiliki ketinggian lantai yang jauh lebih tinggi dari selasar ramp menjadi etalasnya



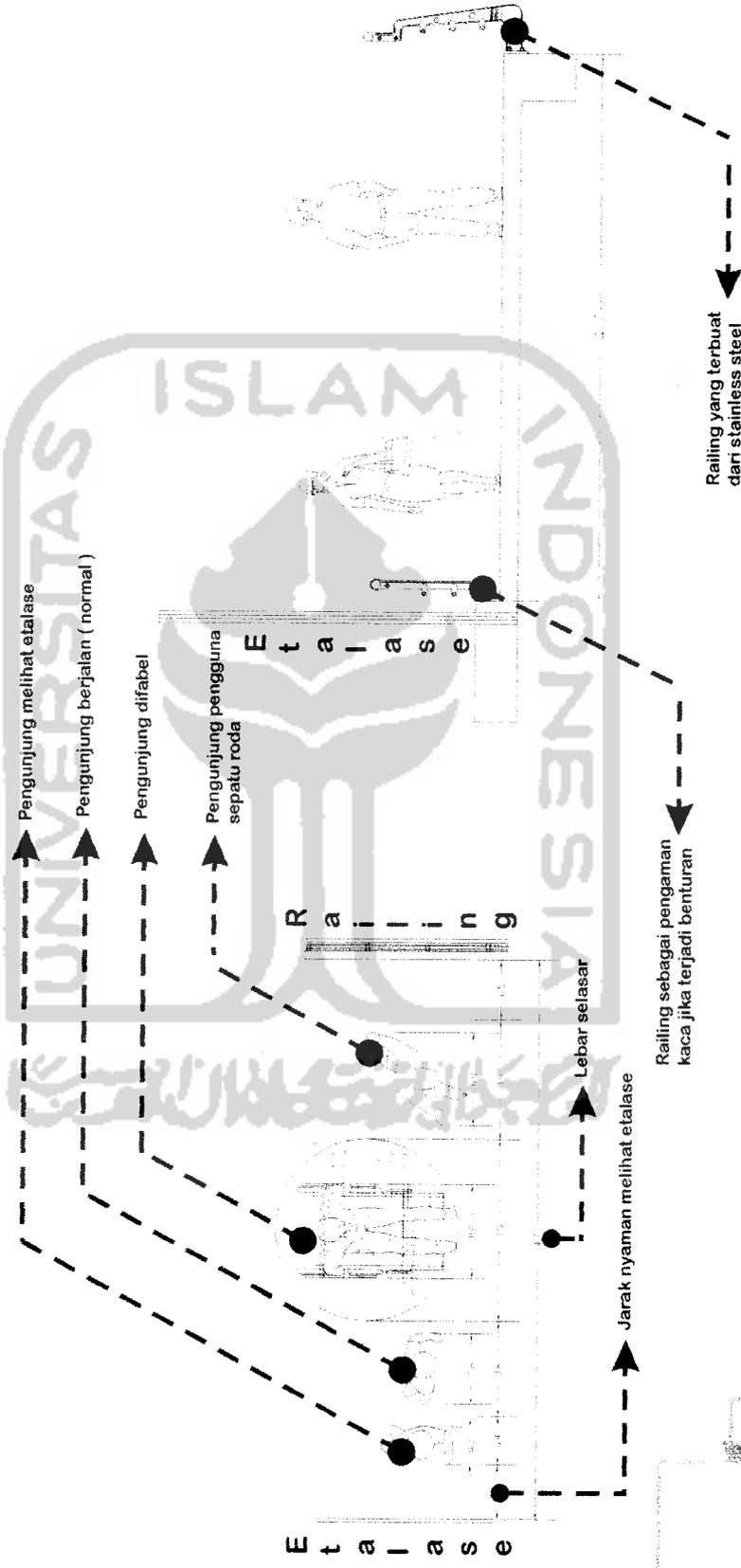
Handwritten signature: Schuyter Dug

Sirkulasi Horizontal

Konsep Sirkulasi

Koridor / selasar

Jenis selasar yang diterapkan di sport shopping mall ini adalah jenis selasar tunggal (single corridor) dengan lebar 4,7 meter. Fungsinya untuk melegakan sirkulasi pengunjung agar mereka menikmati etalase toko tanpa terganggu para pengunjung lainnya yang melintas. Karena selain dikunjungi oleh pengunjung yang berjalan khaki, sport shopping mall ini juga dapat dikunjungi oleh pengunjung pengguna sepatu roda atau rollerblade dan otopad

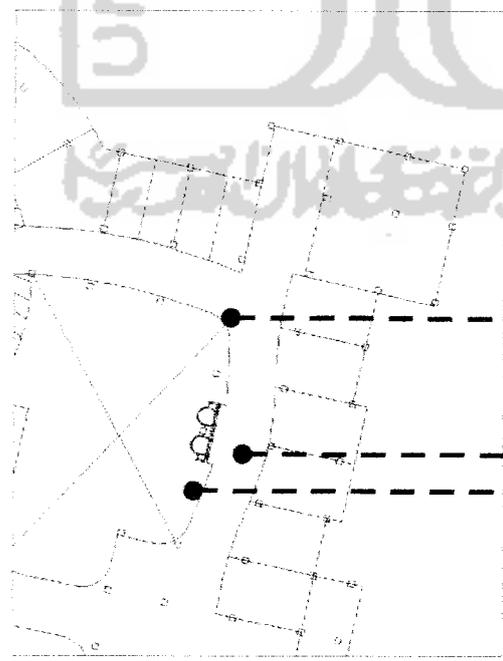


selesai

Konsep Sirkulasi

Sirkulasi Horizontal

Pendekatan konsep selasar di sesuaikan dengan karakteristik olahraga yang dinamis

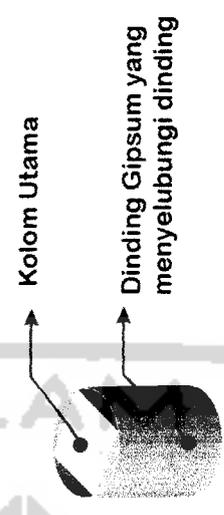


Sudut selasar melengkung halus (tidak tajam) untuk memudahkan pengujung pengguna sepatu roda berbelok
Selasar yang berkelok memberikan kesan dinamis dan lebih kreatif

Penempatan kolom disisi luar selasar

Untuk menghindari efek fatal jika terjadi benturan pada pengujung pengguna rollerblade & otopad, maka ada beberapa hal yang diperhatikan, yaitu :

- > mengurangi hambatan pada jalur sirkulasi dengan menempatkan kolom di luar selasar
- > mengurangi sudut tajam pada dinding maupun kolom dengan :
 - menyelubungi kolom persegi dengan lapisan gipsum sehingga bentuk kolom menjadi bulat

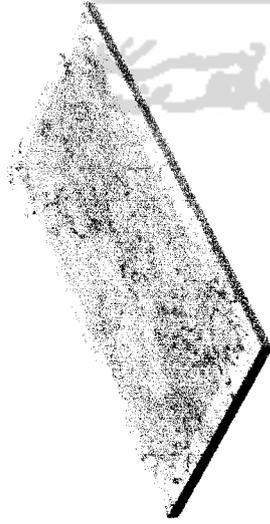


Schematic Design

Studi Material

Pemilihan material bangunan selain untuk estetika juga dengan pertimbangan untuk keamanan bagi pengunjung terutama pengguna sepatu roda dan otopad.

1. Lantai

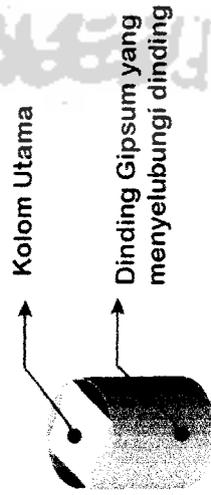


Granit

pemilihan lantai granit didasarkan atas, sifat granit yang lebih kuat terhadap goresan dan berdaya tahan tinggi serta memiliki ukuran yang besar. Selain itu, dari segi perawatan lebih mudah dibandingkan marmer.

Penggunaan granit kasar / tidak licin (unpolished) dimaksudkan untuk memberikan keamanan pengunjung pengguna sepatu roda dan otopad

2. Selubung Kolom



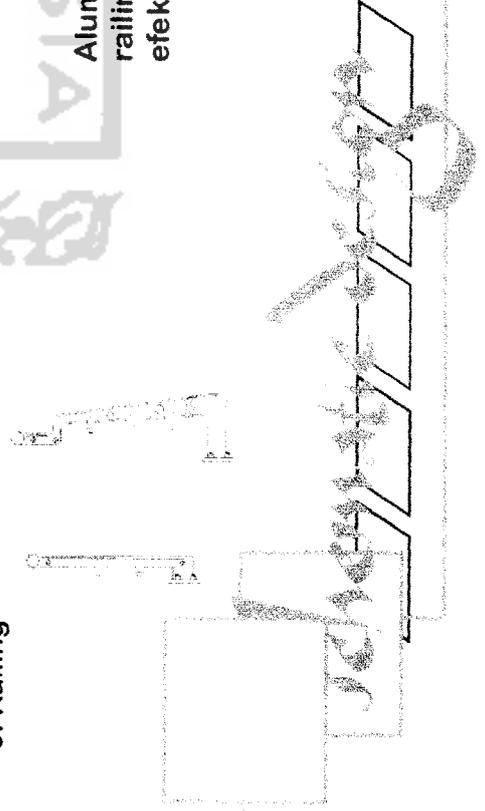
Kolom Utama

Dinding Gypsum yang menyelubungi dinding

Gypsum

mengurangi sudut tajam pada dinding maupun kolom dengan menyelubungi kolom persegi dengan lapisan gipsum sehingga bentuk kolom menjadi bulat

3. Railing



Aluminium

railing menggunakan bahan aluminium (bulat) untuk mengurangi efek fatal jika terjadi benturan

Konsep Penampilan Bangunan

Pendekatan konsep tipologi penampilan bangunan di sesuaikan dengan karakteristik olahraga, yaitu :

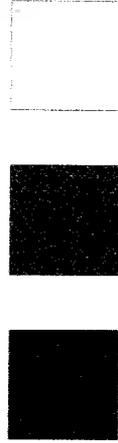
1. Dinamis, berubah - ubah



2. Ritme atau irama, permainan bentuk yang berulang - ulang

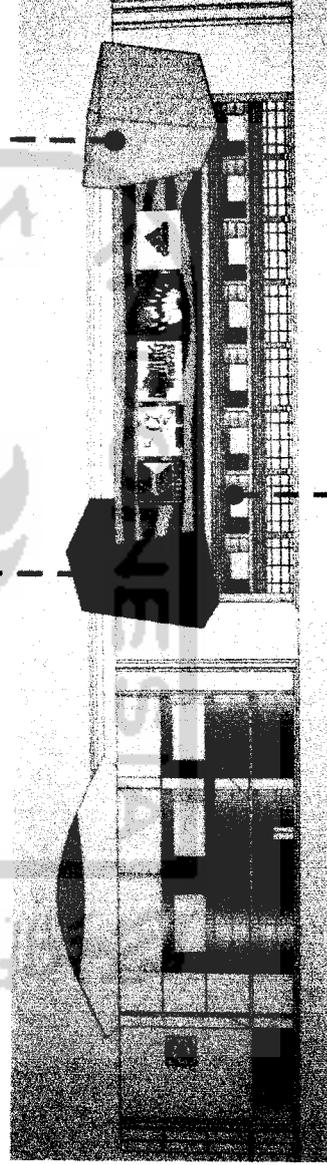


3. Enerjik, diwakilkan oleh warna



Permainan bentuk yang dirotasi memberikan kesan dinamis

Permainan warna berani memberi kesan sportif dan enerjik

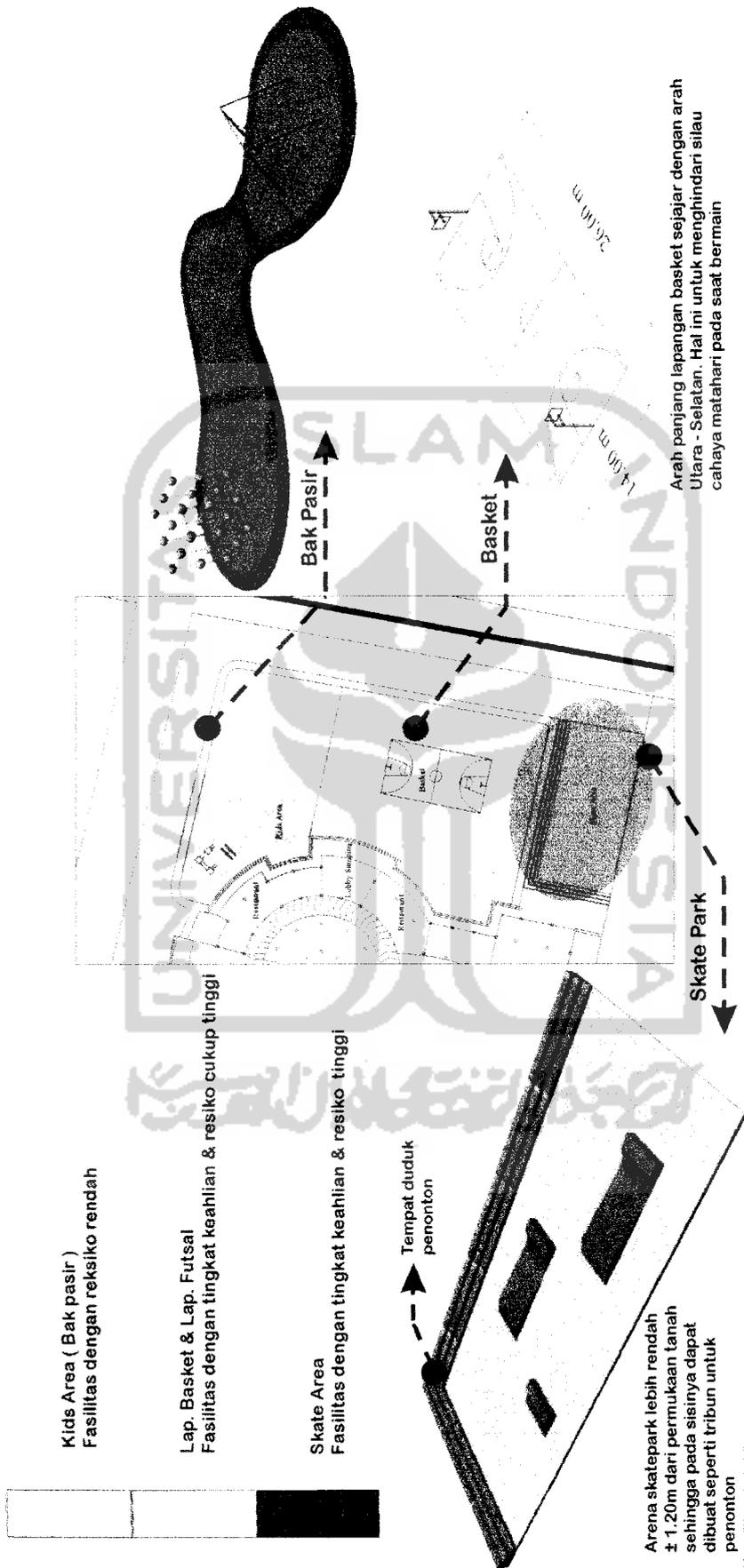


Ritme atau pengulangan bentuk shading pada jendela

Schuyette Jungs

Konsep Arena Luar

Arena OR & Rekreasi luar disusun berdasarkan tingkat keahlian dan resiko dari OR & rekreasi tersebut. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan keamanan bagi pengunjung pengguna fasilitas tersebut

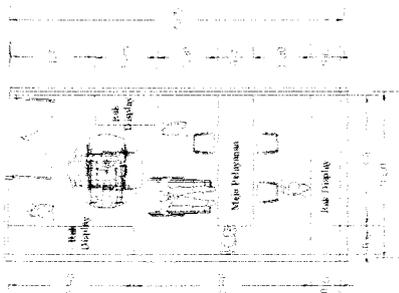


Handwritten signature

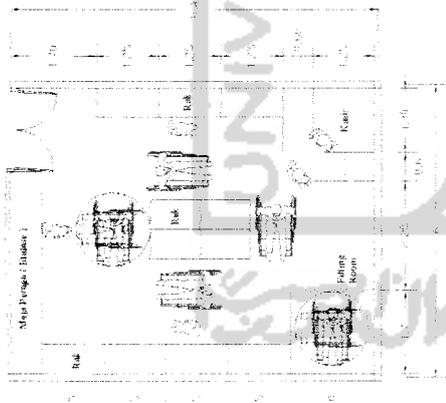
Modul

Alasan pemilihan parkir dengan sudut 90° karena pola parkir ini lebih efisien dari segi tempat

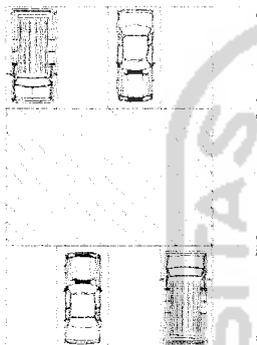
Retail Kecil



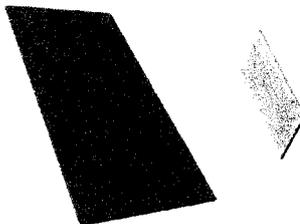
Retail Besar



Parkir Basement



Modul Material

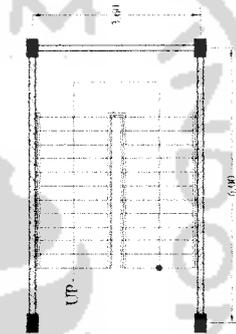


Modul 1,2 m

Tripleks & Gypsum
Ukuran yang digunakan
adalah 2,4 m x 1,2 m

Lantai Granit
Ukuran yang digunakan
adalah 0,3 m x 0,6 m

Modul Utilitas



Kesimpulan : Modul Perancangan 1,2 m

Schuyatie Dwi

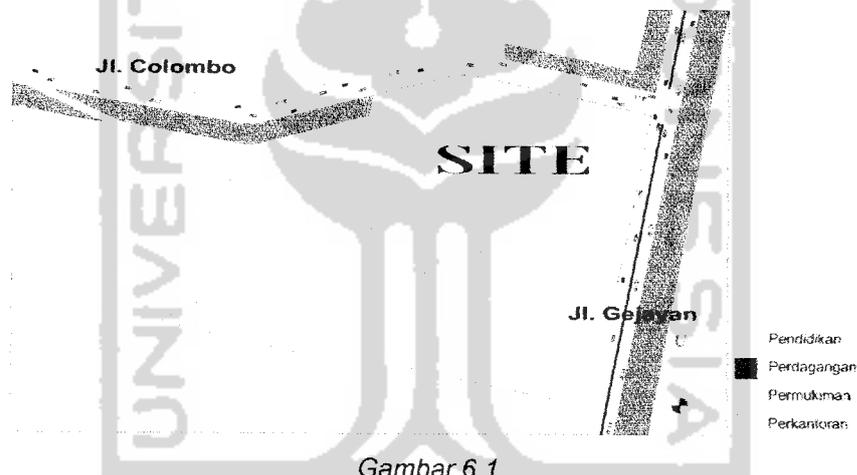
BAB VI LAPORAN PERANCANGAN

6.1. SPESIFIKASI PROYEK DAN KARAKTERISTIK LOKASI

Nama Proyek : Yogya Sport Shopping Mall

Luas Site : $\pm 18.000 \text{ m}^2$

Lokasi site Yogya Sport Shopping Mall terletak di pertigaan antara Jl. Colombo dan Jl. Gejayan. Site merupakan kawasan perdagangan yang dekat dengan pusat kota Yogyakarta. Selain itu, letak site juga dekat dengan pusat permukiman dan beberapa perguruan tinggi seperti, UNY, UGM, USD dimana keduanya merupakan target pasar dari mall ini.



Gambar 6.1.
Peta Site
Sumber : Survey

6.2. HASIL RANCANGAN

6.2.1. Situasi Bangunan

Pada dasarnya, Yogya Sport Shopping Mall ini terdiri dari empat zona, yaitu :

- ✦ Bangunan / Massa
sebagai zona utama sebagai wadah belanja, olahraga dan rekreasi.
- ✦ Arena Olahraga Outdoor
selain di dalam bangunan, ada beberapa jenis olahraga yang ditempatkan di luar bangunan.

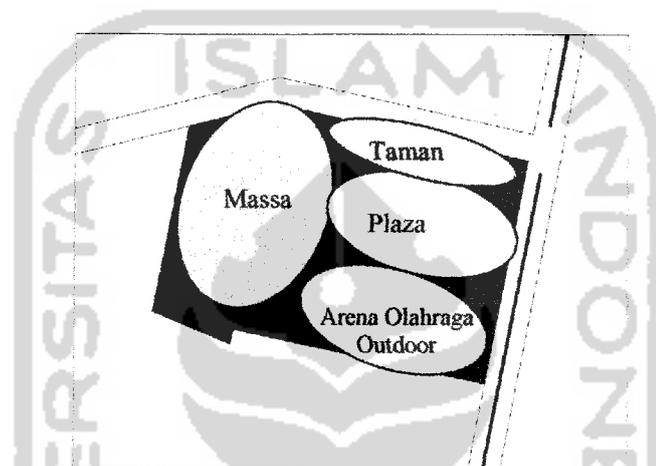
Ir. H. Tony Kunto Wibisono

✚ Plaza

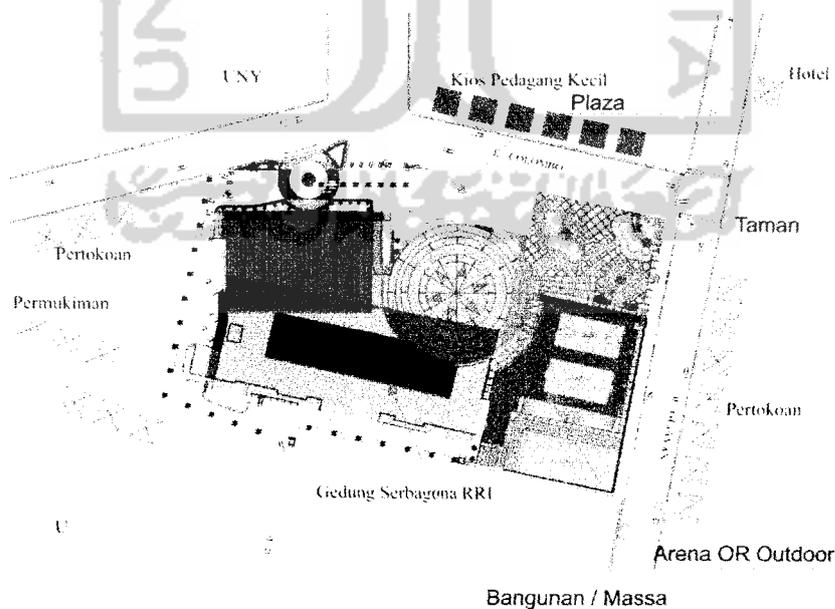
merupakan ruang publik terbuka untuk dimanfaatkan oleh pengunjung dan masyarakat sekitar.

✚ Taman

sebagai barrier penghalang kebisingan dan polusi udara ke arah plaza dan arena olahraga.



Gambar 6.2.
Pembagian Zona Sebelum Perancangan
Sumber : Analisis



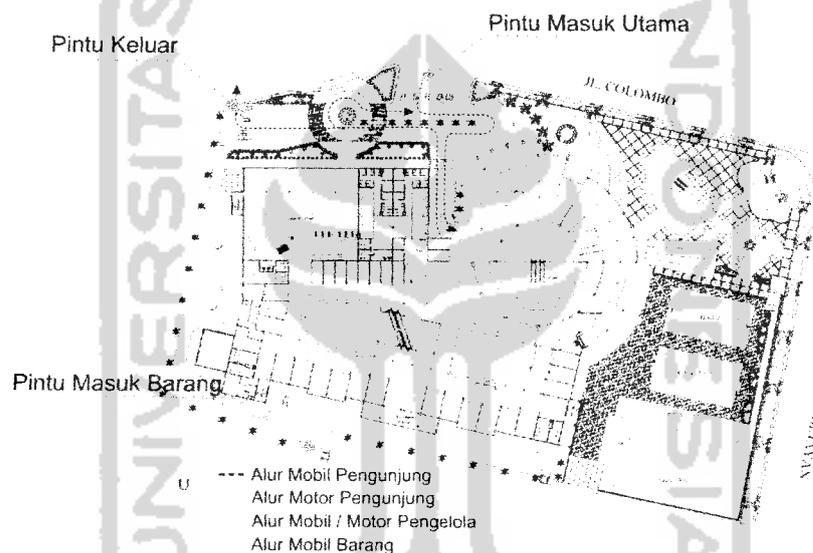
Gambar 6.3.
Pembagian Zona Setelah Perancangan
Sumber : Rancangan

6.2.2. Siteplan Bangunan

6.2.2.1. Sirkulasi

6.2.2.1.a. Sirkulasi Kendaraan Bermotor

Pintu masuk dan keluar site pengunjung pengguna kendaraan bermotor (mobil / motor) melalui pintu utama Jl. Colombo dan Jl. Gejayan. Sedangkan pintu masuk kendaraan barang dan kendaraan pengelola diarahkan melalui Jl. Samirono (jalan lingkungan / jalan satu arah) dan keluar melalui Jl. Colombo.



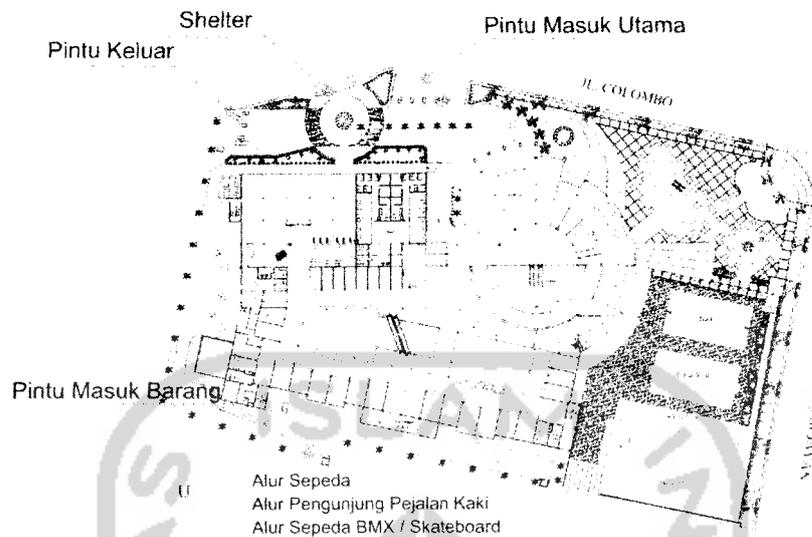
Gambar 6.4.

Alur Sirkulasi Kendaraan Bermotor

Sumber : Rancangan

6.2.2.1.b. Sirkulasi Pengunjung Tidak Bermotor

Pintu masuk dan keluar site pengunjung pejalan kaki (pengguna angkutan umum) melalui shelter yang berada di sisi Utara site. Sedangkan pintu masuk dan pintu keluar pengunjung sepeda bmx dan skateboard melalui pintu barang di Jl. Samirono.



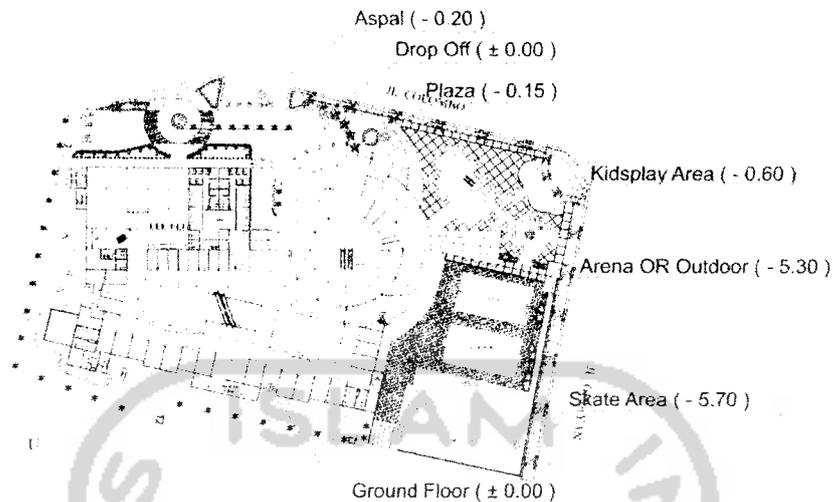
Gambar 6.5.
Alur Sirkulasi Pengunjung Pejalan Kaki
Sumber : Rancangan

6.2.2.2. Arena Olahraga Outdoor

Ketinggian drop off memisahkan antara jalan kendaraan bermotor dengan arena ruang luar. Perbedaan ketinggian ini memberikan batasan yang jelas antara area kendaraan bermotor dengan arena ruang luar. Sedangkan batasan area ruang luar dengan jalan raya adalah pagar setinggi 1.50m.

Pada bagian outdoor kidsplay area ketinggiannya adalah - 0.60m sedangkan arena olahraga luar memiliki ketinggian - 5.30m. Hal ini untuk membatasi pandangan dari luar jalan raya ke dalam site untuk menghindari penumpukan massa dari luar site (jalan raya) yang melihat pertandingan di dalam site.

Selain itu, pada skateboard area, ketinggian lantai mengalami penurunan - 0.40m menjadi - 5.70m. Perbedaan ketinggian ini dibuat seperti tribun, tempat penonton dan pemain duduk beristirahat.



Gambar 6.6.
Ketinggian Arena Olahraga Outdoor
Sumber : Rancangan

6.2.3. Denah

6.2.3.1. Sirkulasi

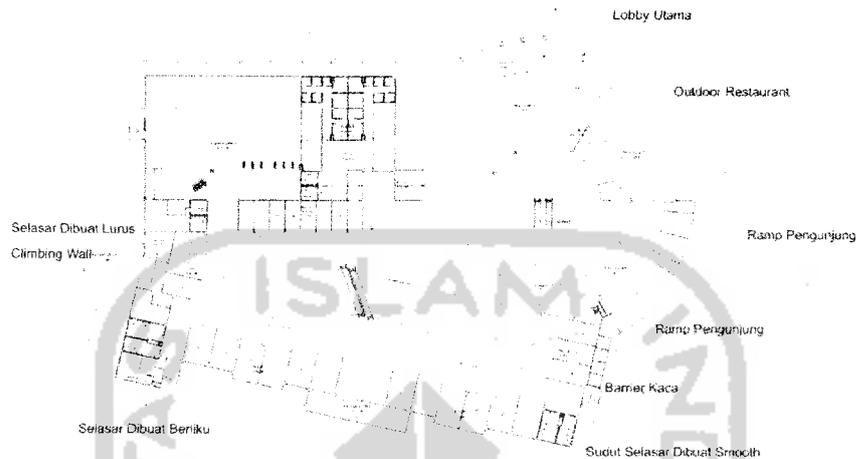
Ramp pengunjung sebagai transportasi utama mall ini terdapat di depan dekat dengan lobby utama. Ramp di mulai pada lantai dasar menuju ke lantai satu. Ramp di letakkan di void lantai semi basement untuk menghindari ruang yang terbuang yang biasanya terdapat di bawah ramp.

Sedangkan untuk menuju ke lantai semi basement dari lantai dasar, ramp di letakkan di luar bangunan. Hal ini selain sebagai transportasi vertikal dari lantai dasar ke lantai semi basement juga sebagai transportasi vertikal dari lantai dasar ke kidsplay area yang memiliki perbedaan ketinggian 0.60m. Lift dan escalator disediakan sebagai transportasi alternatif jika terjadi hujan dimana pengunjung difabel tidak dapat menggunakan ramp.

6.2.3.2. Denah Ground Floor (± 0.00)

Lantai dasar merupakan lantai dengan kelompok retail penunjang yang menjual barang - barang yang secara tidak langsung berhubungan dengan olahraga serta retail jasa, seperti apotek, optik, supermarket,

healty spa, restaurant dan praktek kedokteran. Praktek kedokteran berupa praktek lasik, pedicure - medicure, praktek gigi.



Gambar 6.7.
Denah Lantai Dasar
Sumber : Rancangan

Selasar bagian Selatan bangunan (selasar panjang) berliku sehingga selasar berkesan dinamis dan mengurangi kesan jauh sedangkan selasar bagian Utara bangunan dibuat lurus. Permainan selasar yang lurus dan berliku ini untuk memberikan sensasi bagi pengunjung pengguna sepatu roda. Selain itu, sudut selasar dibuat smooth (lebih halus) untuk memberikan kenyamanan pengunjung sepatu roda saat berbelok.

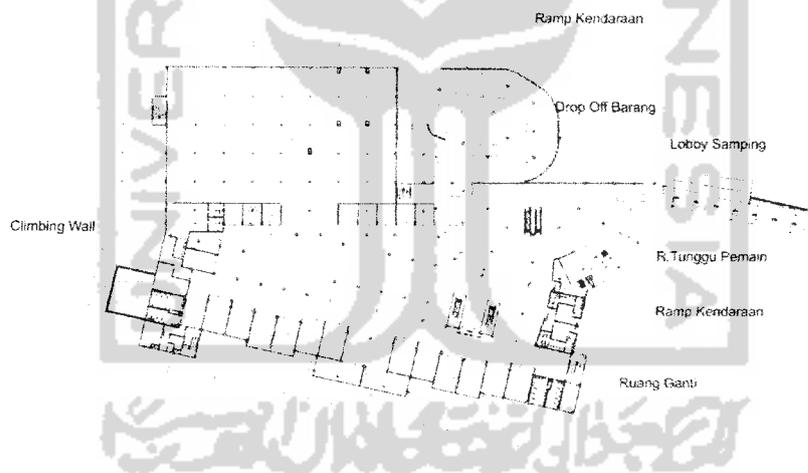
Sisi bangunan yang menghadap ke arena luar dibuat terbuka dengan railing sebagai pengaman serta shading sebagai barrier sinar matahari serta dinding kaca untuk membatasi bagian terbuka ini dengan bagian dalam bangunan. Sisi terbuka pada bagian ini dijadikan restaurant dimana pengunjung dapat menikmati suasana luar ruang sambil menikmati makanan dan minuman.

6.2.3.3. Denah Semi Basement (- 5.00)

Pada lantai ini terdapat retail - retail peralatan olahraga. Karakter beberapa peralatan olahraga yang memiliki beban yang cukup berat dapat mempengaruhi beban lantai bangunan.

Untuk memudahkan pengunjung memobilisasikan barangnya dari retail ke kendaraan maka pada lantai ini juga dibuat area drop off khusus barang - barang yang telah di beli oleh pengunjung. Kendaraan dari basement dapat berhenti pada area ini untuk mengangkut barang pengunjung sebelum keluar.

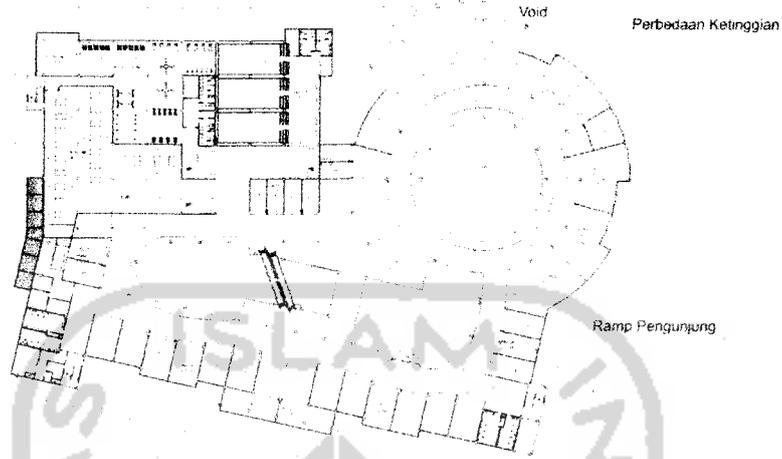
Selain itu, pada lantai ini juga terdapat lobby samping yang menghubungkan bangunan dengan arena olahraga outdoor. Ruang ganti serta ruang tunggu pemain juga terdapat pada lantai ini.



Gambar 6.8.
Denah Lantai Semi Basemaent
Sumber : Rancangan

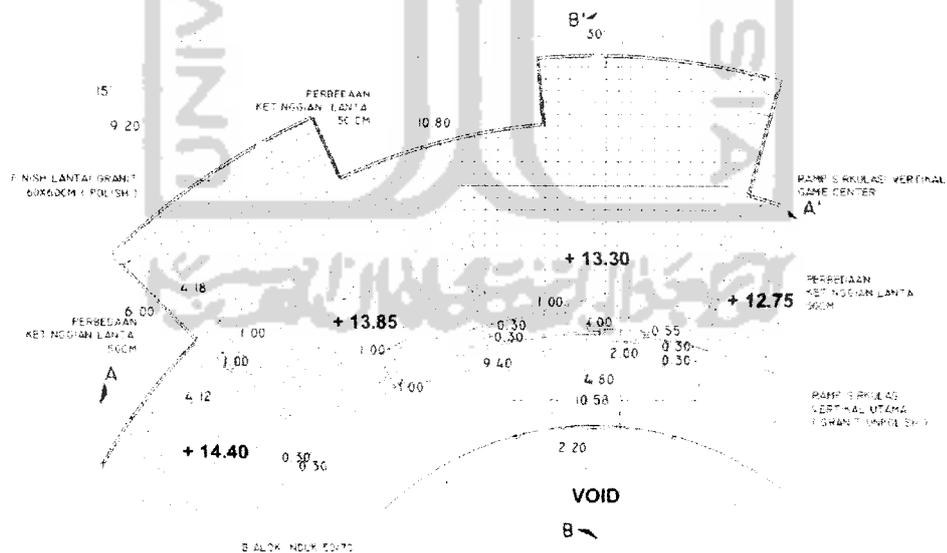
6.2.3.4. Denah 1st Floor (+ 5.00)

Perlengkapan olahraga seperti pakaian, sepatu serta tas di letakkan di lantai satu. Alasan penempatan di lantai ini adalah untuk mendukung daya tarik kelompok barang di lantai dasar.

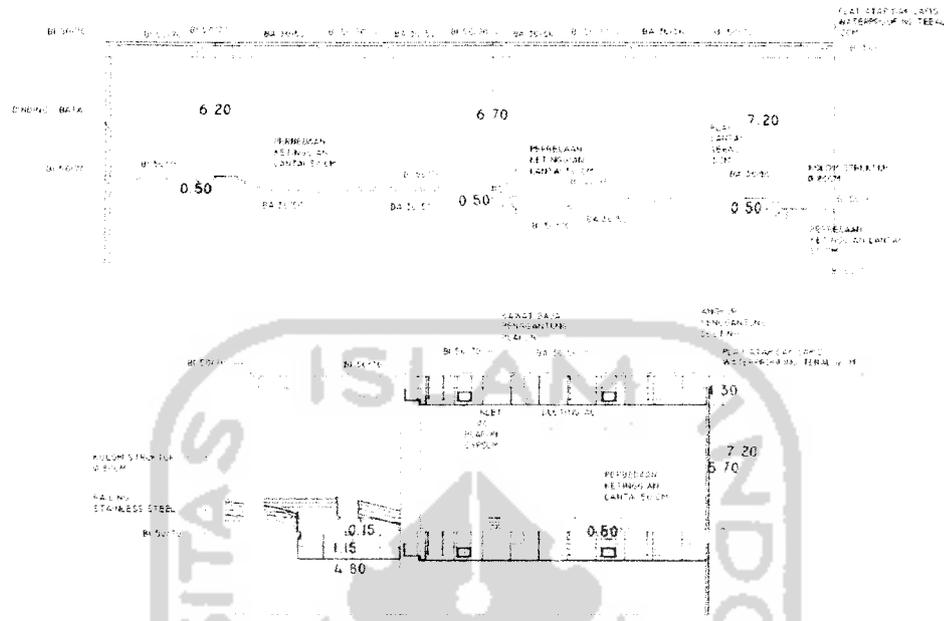


Gambar 6.9.
Denah Lantai Satu
Sumber : Rancangan

Setiap retail pada sisi ramp memiliki perbedaan ketinggian 0.50m, dimana setiap 30° jari - jari lingkaran mengalami kenaikan plat lantai.



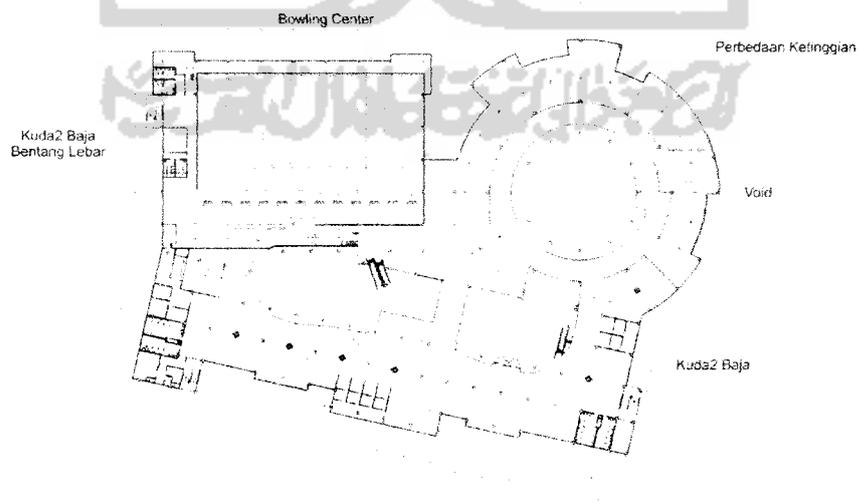
Gambar 6.10.
Detail Denah Blok Lingkaran
Sumber : Rancangan



Gambar 6.11.
Potongan Detail Blok Lingkaran
Sumber : Rancangan

5.2.3.5. Denah 2nd Floor (+ 10.00)

Pada lantai dua terdapat foodcourt dan game center. Kidsplay area dibuat untuk mendukung keberadaan foodcourt.



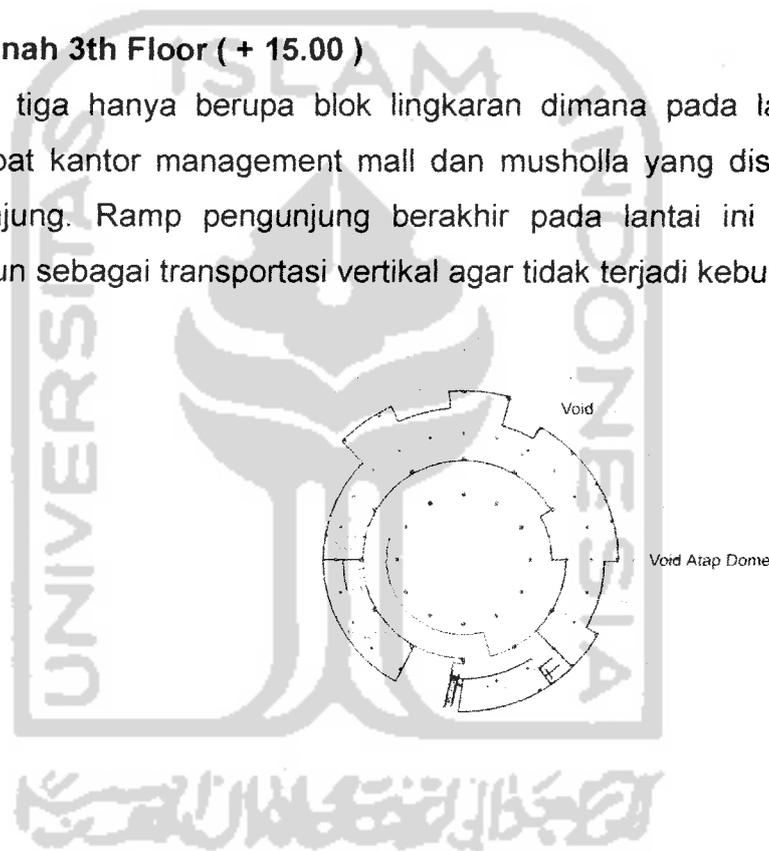
Gambar 6.12.
Denah Lantai Dua
Sumber : Rancangan

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

Sama halnya dengan lantai satu, setiap 30° jari - jari lingkaran mengalami kenaikan plat lantai 0.50m. Hanya saja pada lantai dua ini setiap perbedaan ketinggian tidak dibatasi oleh dinding karena pada blok lingkaran ini seluruh unit digunakan sebagai game center. Selain foodcourt, indoor kidsplay area dan game center, pada lantai ini juga terdapat bowling center.

5.2.3.6. Denah 3th Floor (+ 15.00)

Lantai tiga hanya berupa blok lingkaran dimana pada lantai ini hanya terdapat kantor management mall dan musholla yang disediakan bagi pengunjung. Ramp pengunjung berakhir pada lantai ini dengan escalator turun sebagai transportasi vertikal agar tidak terjadi kebuntuan.



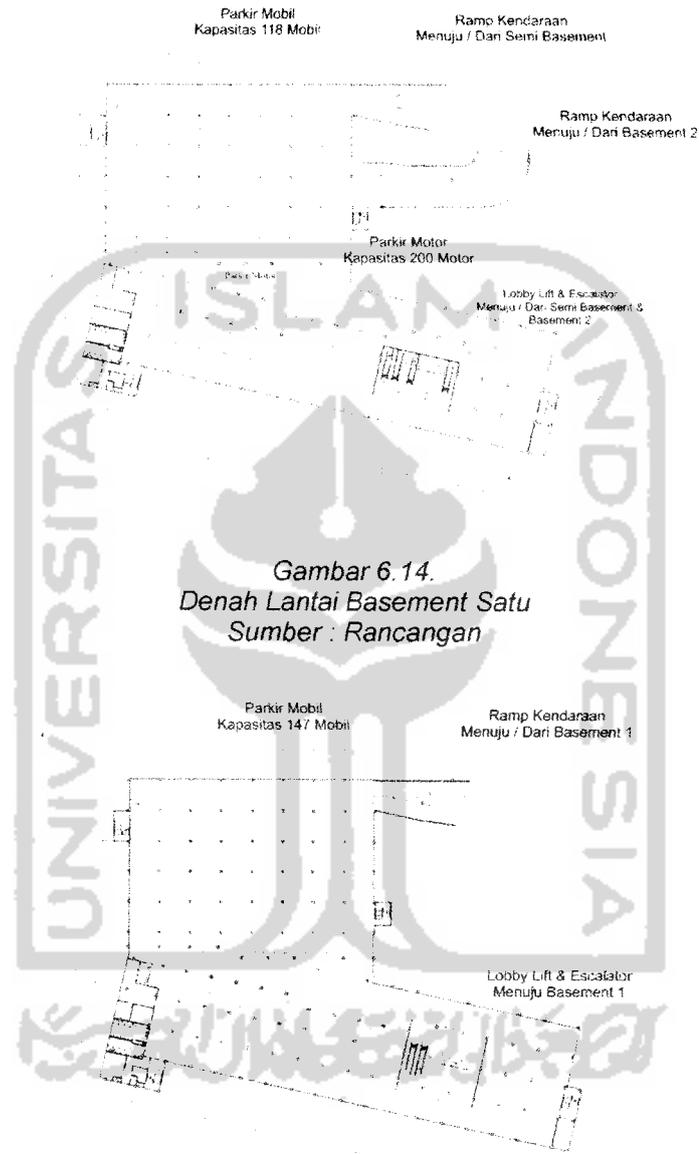
*Gambar 6.13.
Denah Lantai Tiga
Sumber : Rancangan*

5.2.3.7. Denah 1st Basement Floor (- 10.00) dan Denah 2nd Basement Floor (- 15.00)

Basement satu memiliki kapasitas 118 mobil dan 200 motor sedangkan basement dua memiliki kapasitas 147 mobil. Transportasi

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

vertikal orang (pengunjung) dari dan ke lantai ini melalui lift dan escalator atau melalui tangga darurat dan lift barang.



*Gambar 6.14.
Denah Lantai Basement Satu
Sumber : Rancangan*

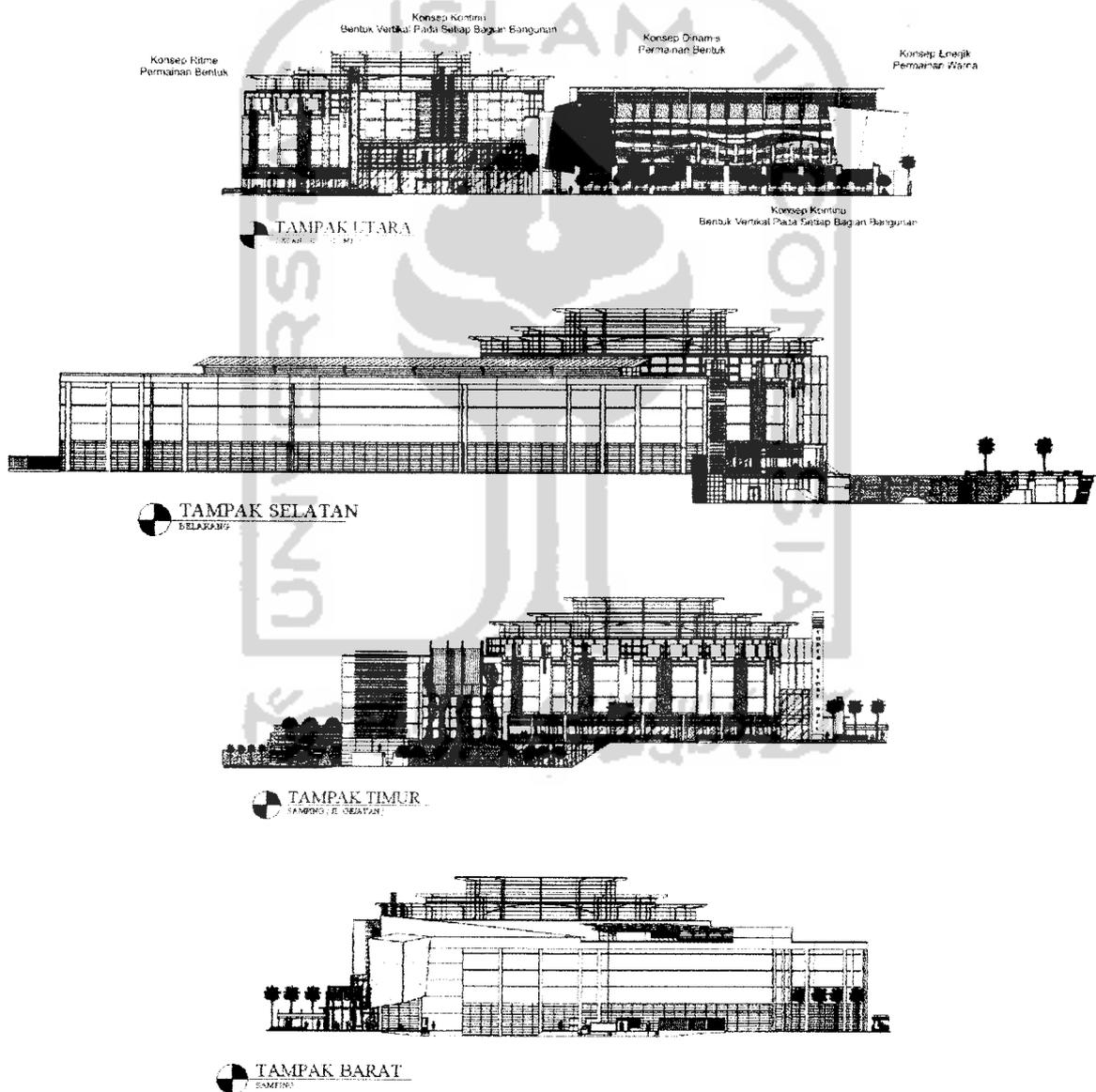
*Gambar 6.15.
Denah Lantai Basement Dua
Sumber : Rancangan*

6.2.4. Tampak

Tampak bagian Utara dan Timur bangunan diolah lebih menarik karena pada bagian ini menghadap ke jalan raya yang lebih banyak dilihat orang agar dapat menarik pengunjung.

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

Konsep bangunan dinamis terdapat pada permainan bentuk yang tidak monoton pada fasade bangunan. Konsep ritme terdapat pada permainan bentuk yang berulang - ulang sehingga membentuk irama. Konsep kontinu pada bentuk vertikal pada setiap bagian bangunan dan arena olahraga outdoor sehingga menyatukan setiap unsur - unsur dalam site. Sedangkan konsep enerjik terdapat pada permainan warna - warna yang mencolok dan berani.



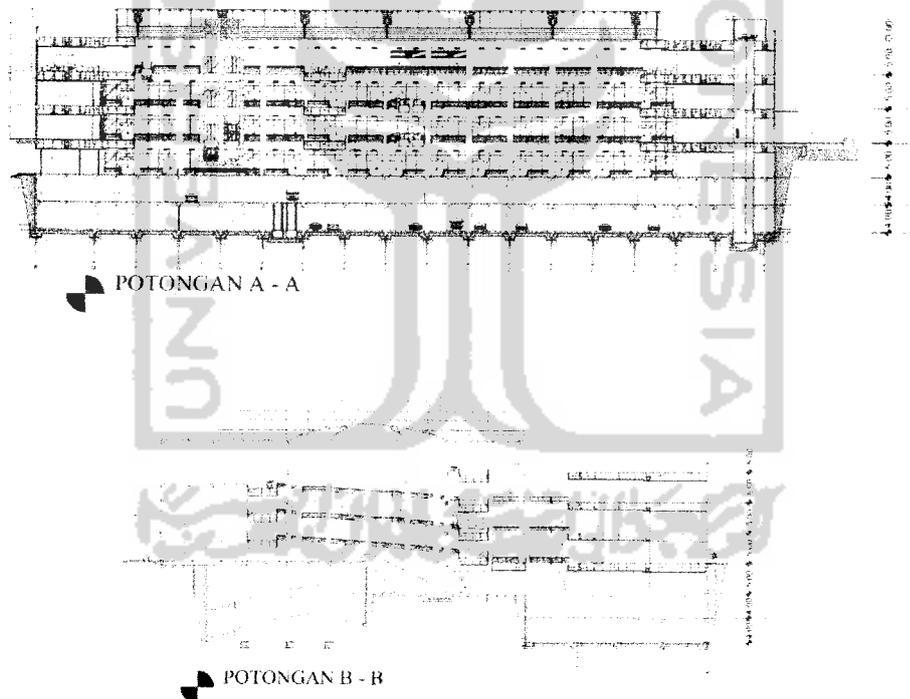
Gambar 6.16.
Tampak
Sumber : Rancangan

Ir. H. Tony Kunto Wibisono

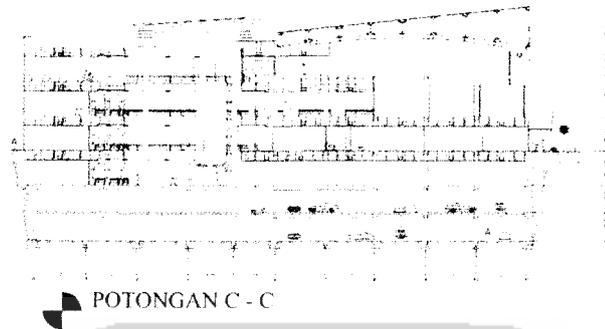
Permainan bentuk yang tidak monoton, permainan warna yang mencolok dan penggunaan material modern seperti kaca, baja, zinalume, polycarbonate dan alucobond merupakan wujud dari langgam bangunan yang modern.

6.2.5. Potongan

Pada unit bowling center dibuat area bebas kolom dengan menggunakan atap kuda - kuda baja dengan penutup atap zinalume. Sedangkan void memanjang menggunakan atap kuda - kuda baja dengan penutup atap polycarbonate. Untuk void blok lingkaran menggunakan atap dome.



Ir. H. Tony Kunto Wibisono

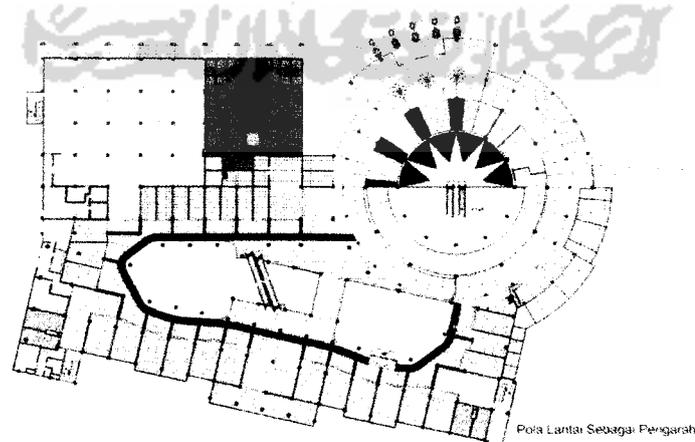


Gambar 6.17.
Potongan
Sumber : Rancangan

6.2.6. Rencana Pola Lantai

Pada bagian selasar, dibuat pola lantai khusus yang digunakan sebagai pengarah untuk mengarahkan pengunjung pengguna sepatu roda sehingga pola lantai ini membentuk lintasan dimana lintasan ini diletakan mendekati void dan menjauhi etalase kaca retail. Penempatan lintasan yang menjauhi etalase kaca retail tersebut untuk memberikan keamanan agar tidak terjadi benturan.

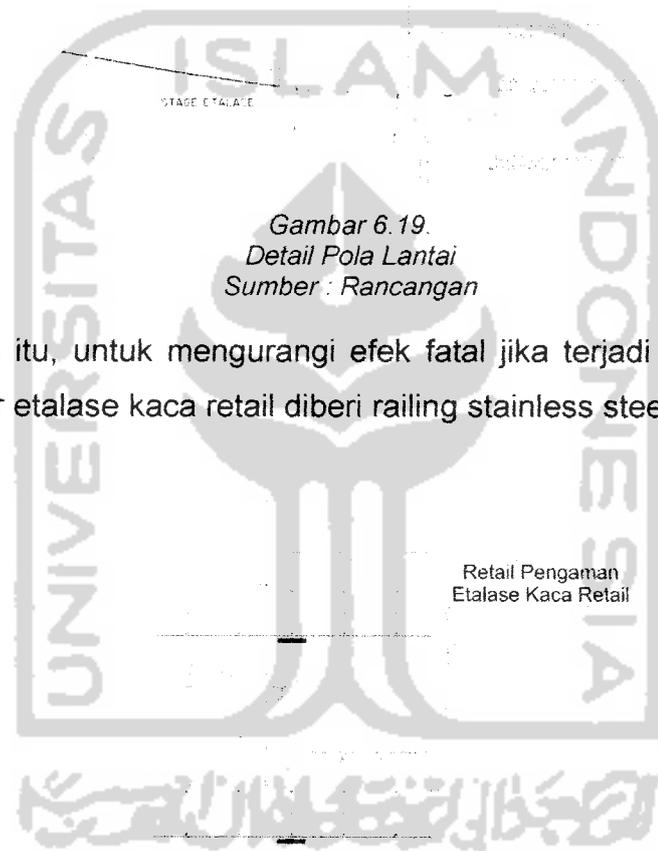
Jenis lantai yang digunakan pada lintasan adalah granit unpolish berwarna gelap. Sedangkan bagian selasar lainnya menggunakan jenis lantai perpaduan granit polish dan unpolish berwarna terang.



Gambar 6.18.
Rencana Pola Lantai
Sumber : Rancangan

Pola Lantai Sebagai Pengarah

VOID



Gambar 6.19.
Detail Pola Lantai
Sumber : Rancangan

Selain itu, untuk mengurangi efek fatal jika terjadi benturan maka pada sisi luar etalase kaca retail diberi railing stainless steel.

POTONGAN A - A'

Gambar 6.20.
Potongan Retail
Sumber : Rancangan

 Ir. H. Tony Kunto Wibisono

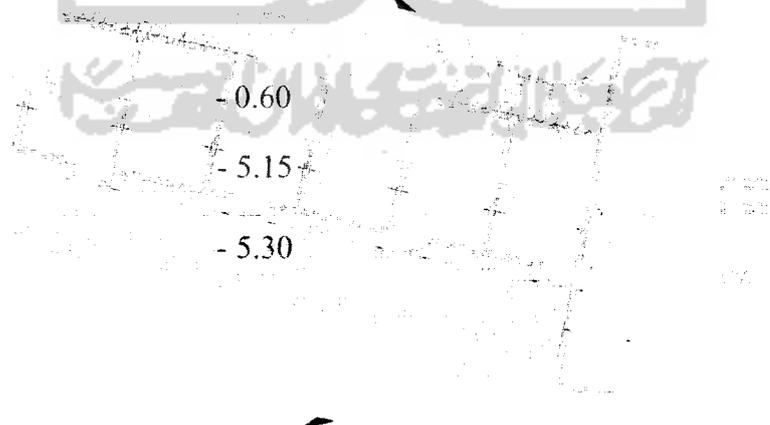

POTONGAN B - B'

Gambar 6.21.
Potongan Retail
Sumber : Rancangan

6.2.7. Eksterior

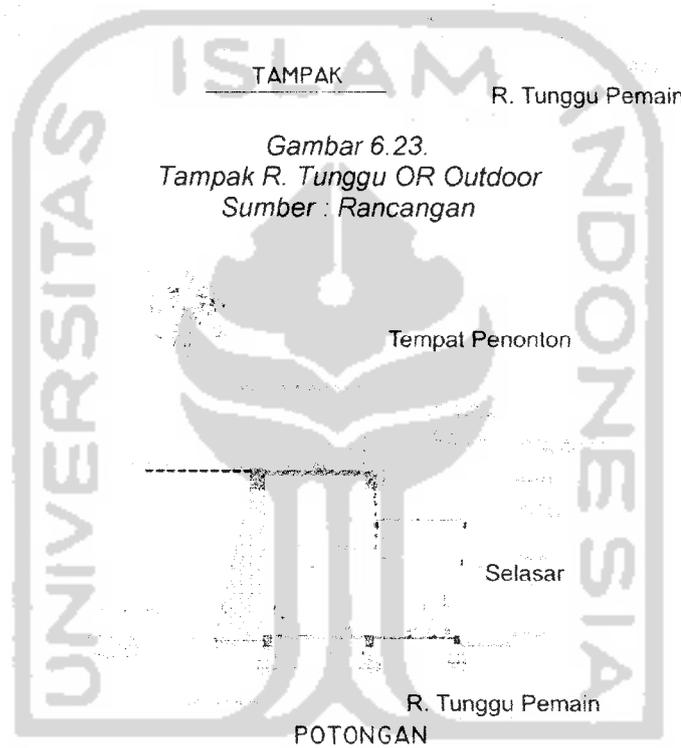
6.2.7.1. Ruang Tunggu Pemain

Pada bagian arena luar ruang dibuat ruang tunggu bagi pemain. Ruang tunggu dibuat dengan memanfaatkan perbedaan ketinggian antara outdoor kidsplay area dengan arena olahraga outdoor. Pada bagian bawahnya dibuat ruang tunggu pemain sedangkan pada bagian atasnya dimanfaatkan sebagai tempat bagi penonton yang melihat pertandingan di arena olahraga outdoor.



Gambar 6.22.
Denah Detail R. Tunggu OR Outdoor
Sumber : Rancangan

Tempat Penonton



Gambar 6.23.
Tampak R. Tunggu OR Outdoor
Sumber : Rancangan

Tempat Penonton

Selasar

R. Tunggu Pemain

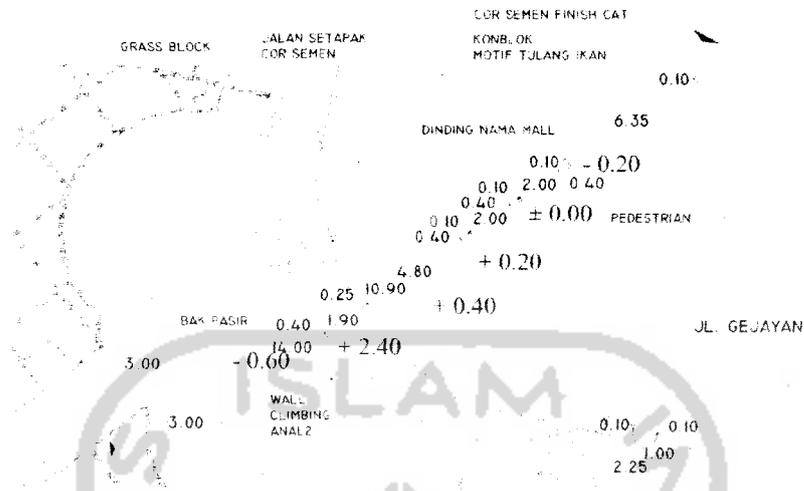
POTONGAN

Gambar 6.24.
Potongan R. Tunggu OR Outdoor
Sumber : Rancangan

6.2.7.2. Dinding Nama Mall

Pada sudut site yang menghadap pertigaan Jl. Colombo dan Jl. Gejayan dibuat dinding nama mall sebagai identitas dari mall ini. Pada sisi luarnya dibuat plaza sedangkan pada sisi dalamnya dimanfaatkan sebagai dinding climbing untuk anak - anak. Selain sebagai identitas mall, dinding ini juga dimanfaatkan sebagai pagar.

Ir. H. Tony Kunto Wibisono



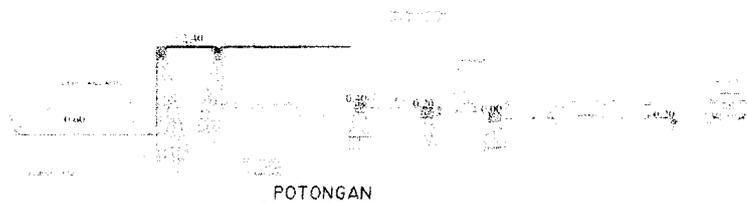
Gambar 6.25.
Denah Detail Dinding Nama Mall
Sumber : Rancangan



JOGJA SPORT MALL

TAMPAK DEPAN

Gambar 6.26.
Tampak Dinding Nama Mall
Sumber : Rancangan



Gambar 6.27.
Potongan Dinding Nama Mall
Sumber : Rancangan

6.2.8. 3D Interior



Gambar 6.28.
Interior Cafe
Sumber : Rancangan

Perbedaan ketinggian lantai pada interior cafe pada blok lingkaran



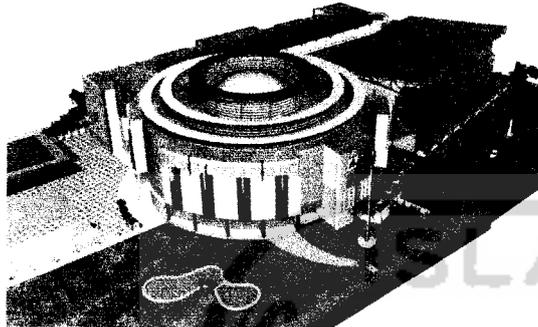
Gambar 6.29.
Interior Selasar
Sumber : Rancangan

Railing pengaman etalase kaca retail sebagai pengaman kaca dari benturan



Gambar 6.30.
Interior Retail
Sumber : Rancangan

6.2.9. 3D Eksterior



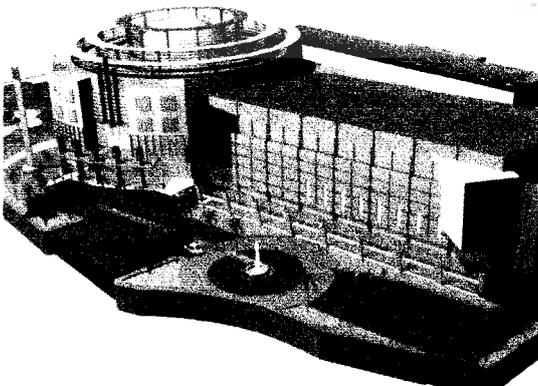
Perspektif Eksterior Yogya Sport Shopping Mall

Gambar 6.31.
Perspektif Eksterior
Sumber : Rancangan



Permainan Bentuk dan warna pada fasade bangunan

Gambar 6.32.
Fasade Utara
Sumber : Rancangan



Gambar 6.33.
Perspektif Eksterior
Sumber : Rancangan

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Yogyakarta.
- Ching, F. D. K., Bentuk Ruang dan Susunannya, Erlangga, Jakarta, 1991.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 1995.
- Giriwijoyo, Santoso Y.S., Manusia dan Olahraga, Institut Teknologi Bandung, Bandung, 2005.
- Griya Asri Prima, Indonesia Shopping Center, Design Concept and Lifestyle, Jakarta, 2005.
- Gruen, Victor, Centers for The Urban Environment : Survival of The Cities, Van Nostrand Co., NY, 1973.
- Harris, M. Cyril, A Dictionary of Architecture and Construction.
- Maitland, Barry, Shopping Malls, Planning and Design, Nicolas Publishing Co., NY, 1987.
- Nadine, Bedington, Design for Shopping Center, Butterwort Design Series, 1982.
- Nuefert, Ernst, Data Arsitek Jilid 2 Edisi 33, Erlangga, Jakarta, 2002.
- Rinorthen, Shopping Center a Developer Guide to Planning a Design, Colledge of Estate.
- Rubenstein, Harvey M., Central City Mall, 1978.
- Urban Land Institute, Shopping Centers Development Handbook, Community Builders Handbooks Series, Washington, 1977.

www.yahoo.com

www.google.com

www.margocity.com

www.ciwalk.com