

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Persembahan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vi
Daftar Gambar.....	viii

### BAB I. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. PERMASALAHAN.....	3
1.3. TUJUAN DAN SASARAN.....	4
1.4. LINGKUP PEMBAHASAN.....	5
1.5. METODOLOGI.....	5
1.6. SISTIMATIKA PEMBAHASAN.....	6
1.7. KEASLIAN PENULISAN.....	8

### BAB II. SHOPPING MALL : TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN, REKREASI DAN INFORMASI

2.1. TINJAUAN PUSAT PERBELANJAAN.....	10
2.1.1. Pengertian Pusat Perbelanjaan.....	10
2.1.2. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	11
2.2. TINJAUAN FASILITAS REKREASI PADA PUSAT PERBELANJAAN.....	13
2.2.1. Pengertian Rekreasi dan Arena Rekreasi.....	13
2.2.2. Klasifikasi Kegiatan Rekreasi.....	14
2.3. TINJAUAN RUANG PAMERAN SEBAGAI WADAH INFORMASI DAN PROMOSI PADA PUSAT PERBELANJAAN.....	15
2.3.1. Pengertian Umum Informasi dan Ruang Pameran.....	15
2.3.2. Fungsi dan Tujuan Ruang Pameran.....	16
2.3.3. Kegiatan Utama.....	16
2.4. TINJAUAN KOTA CILACAP.....	17
2.4.1. Tinjauan Lokasi.....	17
2.4.2. Prinsip-Prinsip Pemilihan Lokasi.....	21
2.5. TINJAUAN SHOPPING MALL.....	22
2.5.1. Pengertian Shopping Mall.....	22
2.5.2. Karakteristik Shopping Mall.....	23
2.5.3. Mall sebagai Ruang Penting dalam Shopping Mall.....	23
2.6. TINJAUAN SEKTOR PERDAGANGAN FORMAL DAN INFORMAL.....	31
2.6.1. Tinjauan Sektor Perdagangan Formal.....	31
2.6.2. Tinjauan Sektor Perdagangan Informal.....	33
2.7. BUILDING PERFORMANCE.....	37
2.7.1. Studi Pusat Perbelanjaan.....	37
2.7.2. Studi Penilaian Kualitatif.....	38

### BAB III. STUDI PERENCANAAN DAN PERANCANGAN SHOPPING MALL PUSAT PERBELANJAAN, REKREASI DAN INFORMASI

3.1. ANALISA KLASIFIKASI UNTUK MENENTUKAN KLAS MALL.....	43
3.1.1. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan.....	43
3.1.2. Dasar Pemilihan.....	44

3.2. POLA SIRKULASI.....	45
3.2.1. Hubungan Ruang dan Pola Sirkulasi.....	45
3.2.1. Efektifitas Sirkulasi.....	47
3.3. BUILDING PERFORMANCE.....	48
3.3.1. Analisis Karakter.....	48
3.3.2. Penampilan Bangunan Sebagai Land-mark.....	50

#### **BAB IV. PENDEKATAN DASAR PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

4.1. PENDEKATAN DAN POTENSI LOKASI.....	54
4.1.1. Sektor Informal.....	54
4.1.2. Alternatif dan Pemilihan Site.....	57
4.1.3. Analisa Site.....	59
4.2. PENDEKATAN PENGGABUNGAN KEGIATAN BELANJA, REKREASI DAN INFORMASI.....	61
4.2.1. Karakter Kegiatan Pelaku Sebagai Penentu Tata ruang.....	61
4.2.2. Ruang Terbuka Sebagai Perantara Pedagang Formal dan Informal.....	64
4.3. PENDEKATAN KEBUTUHAN RUANG.....	68
4.3.1. Pengelompokan Ruang.....	68
4.3.2. Hubungan Ruang.....	69
4.4. PENDEKATAN KARAKTER EKSPRESI VISUAL.....	70
4.4.1. Building Performance.....	71
4.4.2. Analisa Figur Fasade.....	72
4.4.3. Mall.....	73

#### **BAB V. KONSEP PERENCANAAN DAN PERANCANGAN**

5.1. KONSEP DASAR PUSAT PERBELANJAAN, REKREASI DAN INFORMASI YANG MELIBATKAN SEKTOR FORMAL DAN INFORMAL.....	77
5.2. KONSEP DASAR PENAMPILAN BANGUNAN.....	78
5.3. KONSEP DASAR TATA RUANG DALAM.....	79
5.3.1. Pola Ruang Luar.....	79
5.3.2. Ruang Terbuka (Plaza).....	80
5.3.3. Tata Vegetasi (Pertamanan).....	83
5.4. KONSEP DASAR TATA RUANG DALAM.....	84
5.4.1. Pengelompokan Fasilitas dan Kebutuhan Ruang.....	85
5.4.2. Karakter dan Tuntutan.....	86
5.4.3. Organisasi Ruang Pada Shopping Mall.....	88
5.5. KONSEP DASAR PERGERAKAN.....	88
5.6. KONSEP DASAR SISTIM STRUKTUR DAN UTILITAS.....	91
5.6.1. Sistim Struktur.....	91
5.6.2. Sistim Utilitas.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UNGKAPAN TERIMA KASIH



## DAFTAR GAMBAR

Gb.1.5. Kerangka Berfikir.....	7
2.3. Kegiatan pameran.....	17
2.4.a. Peta sebaran kegiatan.....	20
2.4.b. Alternatif Lokasi (Site).....	22
2.5.a. Bentuk-bentuk Mall yang berhasil pada umumnya..	25
2.5.b. Beberapa bentuk tata letak Shopping Mall.....	25
2.5.c. Variasi bentuk Mall.....	27
2.5.d. Sistem penerangan alami melalui skylight.....	28
2.5.e. Contoh penempatan bangku pada area Mall.....	30
2.6.a. Tempat usaha sektor informal menetap.....	34
2.6.b. Tempat usaha yang bergerak.....	34
2.6.c. Contoh penyajian materi pada pedagang tetap dan tidak tetap.....	36
2.7.a. Rita dept.store Cilacap.....	39
2.7.b. Sri Ratu dept.store Semarang.....	40
2.7.c. Simpang lima plaza.....	41
3.3.a. Komplek pertokoan Jl. A.Yani.....	51
3.3.b. Komplek pertokoan Jl. RE.Martadinata.....	52
3.3.c. Komplek pertokoan Gumilir.....	52
3.3.d. Transformasi bentuk.....	53
4.1.a. Pewadahan sektor informal pada Mall terbuka....	56
4.1.b. Alternatif pewadahan pada ruang terbuka.....	56
4.1.c. Pengaruh titik sektor informal dan flow pengunjung.....	57
4.1.d. Hubungan sektor formal dan informal.....	57
4.1.e. Tabel pembobotan site.....	59
4.1.f. Alternatif lokasi (site).....	60
4.2.a. Macam-macam lay-out perabot pada ruang toko....	62
4.2.b. Bentuk hubungan parkir dengan bangunan.....	65
4.2.c. Plaza yang mempunyai kesan kuat.....	66
4.2.d. Alternatif unsur titik pada plaza yang memperkuat ruang.....	67
4.2.e. Macam-macam tempat duduk pada plaza.....	67

4.2.f. Penempatan kios pada mall dengan suasana shopping street.....	68
4.3.a. Kriteria pengelompokan ruang.....	69
4.3.b. Skema hubungan ruang.....	70
4.4.a. Skema analisa kontak visual.....	70
4.4.b. Komplek pertokoan Jl. A.Yani.....	72
4.4.c. Komplek pertokoan Jl. RE.Martadinata.....	72
4.4.d. Morfologi tempat belanja.....	74
4.4.e. Pengaruh proporsi pada karakter ruang.....	75
5.1.a. View ke dalam bangunan.....	77
5.1.b. Konsep perbedaan proporsi.....	78
5.2. Penampilan bangunan.....	79
5.3.a. Pola ruang luar.....	80
5.3.b. Wadah bagi pejalan kaki.....	81
5.3.c. Kaki lima dan bak tanaman.....	81
5.3.d. Perkeraan dan kaki lima.....	82
5.3.e. Elemen-elemen ruang luar.....	82
5.3.f. Tata vegetasi pada ruang luar.....	83
5.4.a. Perletakan nama pada Shopping Mall.....	85
5.4.b. Organisasi ruang pada Shopping Mall.....	88
5.5.a. Sirkulasi dan pedagang informal.....	89
5.5.b. Sirkulasi pada Shopping Mall.....	90
5.5.c. Pengembangan pencapaian dan sirkulasi menuju tapak.....	91