

BAB IV
PENDEKATAN DASAR
PERENCANAAN DAN PERANCANGAN

Pendekatan yang dilakukan bertujuan untuk memecahkan masalah yang telah disebutkan pada pendahuluan; upaya membuat perencanaan perancangan shopping mall sebagai pusat perbelanjaan, rekreasi dan informasi sekaligus mewadahi informal. Untuk itu ada dua pendekatan perwadahan berdasarkan pada :

- a. Tuntutan pelaku utama dalam shopping mall yang terdiri dari pengunjung, pedagang formal dan informal. Dari analisis kebutuhan dan keinginan pelaku akan diperoleh sejumlah persyaratan penggabungan yang mengarah pada pemecahan masalah.
- b. Kebutuhan ruang yang mewadahi tiga kegiatan ; belanja, rekreasi dan pameran.

4.1. PENDEKATAN DAN POTENSI LOKASI

Lokasi shopping mall ini direncanakan berada pada pusat pengembangan kota yang strategis selain merupakan koridor utama juga merupakan lintasan antar kota, yaitu pada Jl. Perintis Kemerdekaan.

4.1.1. Sektor Informal

Dari segi arus konsumen dan jalur pemasaran, penempatan di dalam sistim pusat perbelanjaan lebih menguntungkan, namun konflik-konflik yang terjadi pada penempatan model

ini cukup besar yaitu persaingan dengan sektor formal.

Untuk itu dipakai model penempatan gabungan, yaitu variasi berupa penempatan sektor informal pada pusat perbelanjaan melalui gabungan tak langsung, dengan pengaturan tempat, waktu, sarana, komoditi dan jumlah usaha. Pada gabungan tak langsung, sektor informal menempati luar unit tetapi masih dalam area pusat perbelanjaan.

a. Bentuk Pengaturan

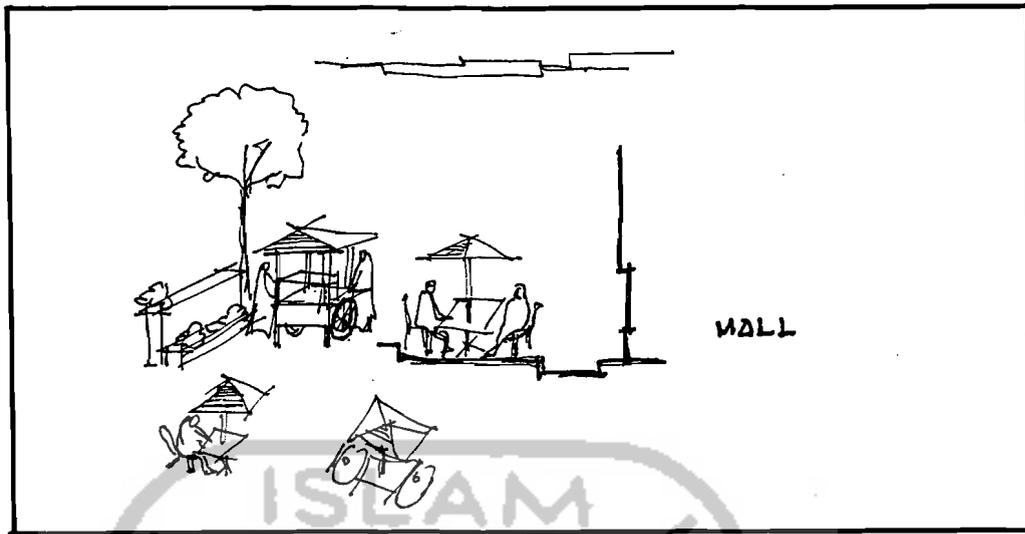
Bentuk pengaturan dimaksudkan untuk menata pedagang kaki lima yang ada baik waktu usaha, jumlah usaha, maupun penempatannya.

1. Tempat usaha menempati ruang publik (mall) atau ruang luar sebagai transisi.
2. Waktu usaha dibatasi pada jenis kaki lima tertentu, misalnya ; lesehan, sedangkan untuk pedagang kaki lima lain dibatasi sejauh tidak mengganggu sektor formal, misalnya ; untuk buah-buahan, majalah, dsb.
3. Jumlah usaha dibatasi sesuai kapasitas ruang yang disediakan.

b. Perwadahan

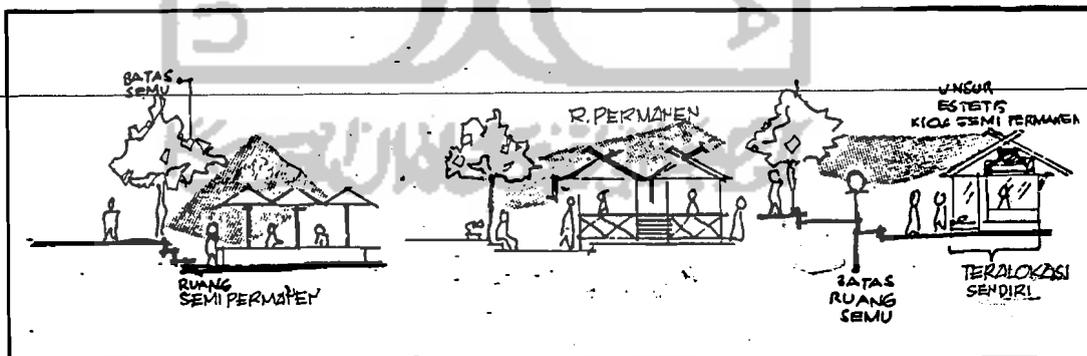
Perwadahan ini dilakukan oleh Pengelola pusat perbelanjaan, sbb:

1. Pada mall terbuka yaitu dalam mall dan court dengan fungsi yang menempati sudah ditentukan pada satu court. Sebagai contoh pada gambar berikut :



Gb.4.1.a. Pewadahan sektor informal pada mall terbuka

2. Penempatan di luar ruang, hal ini dilakukan untuk meningkatkan perannya sebagai ruang transisi. Sektor yang menempati diarahkan pada jenis komoditi yang memerlukan daya tarik ruang terbuka. Beberapa alternatif dapat digambarkan sbb:

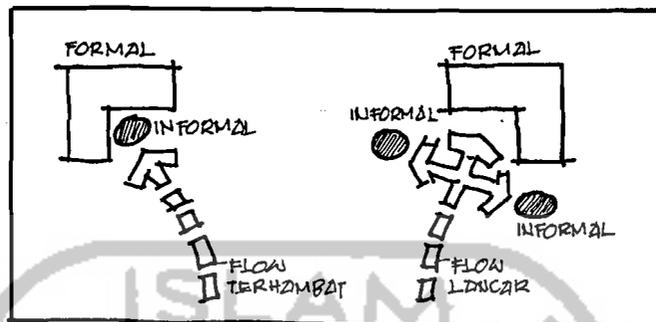


Gb.4.1.b. Alternatif pewadahan pada ruang terbuka

c. Hubungan Dengan Sektor Formal

Pada gabungan tak langsung, sektor informal

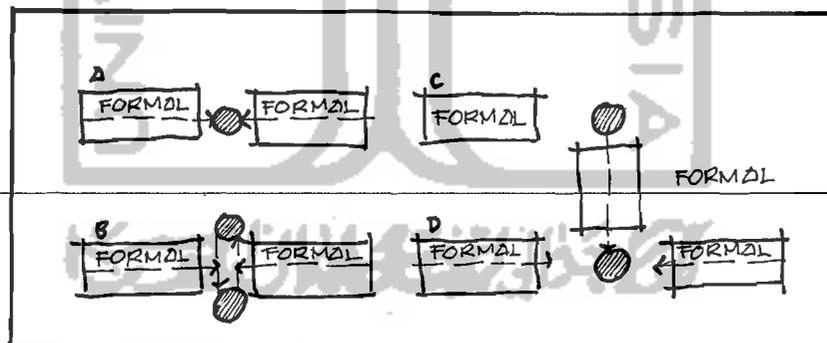
berkedudukan pada ruang luar dan ruang mall, sehingga harus memperhatikan kelancaran arus pengunjung ke unit formal dalam arti tidak menghambat.



Gb.4.1.c. Flow pengunjung pada sektor informal

Secara fisik, hubungan dengan sektor formal dapat berupa ;

- Penghubung unit-unit sektor formal
- Pemisah unit-unit sektor formal
- Unsur lepas
- Pusat dari unit-unit sektor formal



Gb.4.1.d. Hubungan sektor formal dan informal

4.1.2. Alternatif Dan Pemilihan Site

Kriteria pemilihan:

- a. Sesuai dengan rencana tata kota, yaitu bagi kegiatan perdagangan.

- b. Luasan memadai.
- c. Aksesibilitas baik.
- d. Punya nilai strategis.

Alternatif site diperoleh

1. Pertigaan (simpang tiga) Gumilir, Jl. Perintis Kemerdekaan.

Luasan tanah memadai \pm 1,2 Ha. Lahan berupa tanah kosong (tegalan). Perencanaan tata guna tanah sebagai kegiatan perdagangan. Aksesibilitas baik, dilalui transportasi umum, jalan dua jalur. Pencapaian dapat dari tiga arah (Jl. Gatot Subroto, Jl. Cilacap Maos dan Jl. Cilacap Jeruk Legi). Dekat dengan terminal bus, komplek perumahan, dan pasar.

2. Jl. Gumilir Jeruk Legi.

Luasan tanah memadai \pm 2,5 Ha. Lahan berupa tanah kosong (sawah). Perencanaan tata guna tanah sebagai kegiatan perdagangan. Aksesibilitas baik, hampir sama dengan alternatif satu, \pm 1 Km. dari lokasi pertama. Yang jadi masalah adanya komplek perkantoran.

3. Jl. Cilacap Maos.

Luasan tanah memadai \pm 2,0 Ha. Lahan berupa tanah kosong (tegalan). Perencanaan tata guna tanah memungkinkan. Aksesibilitas cukup baik karena terletak pada pintu gerbang kota \pm 5 Km dari lokasi pertama. Dilalui jalur transportasi kota dan antar kota.

Faktor Penilaian	Alternatif Lokasi		
	1	2	3
Perencanaan Kota	9	9	7
Luasan Tanah	10	9	9
Aksesibilitas	9	8	8
Strategis Lokasi	10	9	8
Dampak Terhadap Lingkungan	9	8	3
Total	47	43	35

Gb.4.1.e. Tabel Pembobotan Site (indikator 4.2.1).
Hasil Analisa.

Indikator Penilaian : 9 - 10 sangat baik

7 - 8 baik

4 - 6 cukup

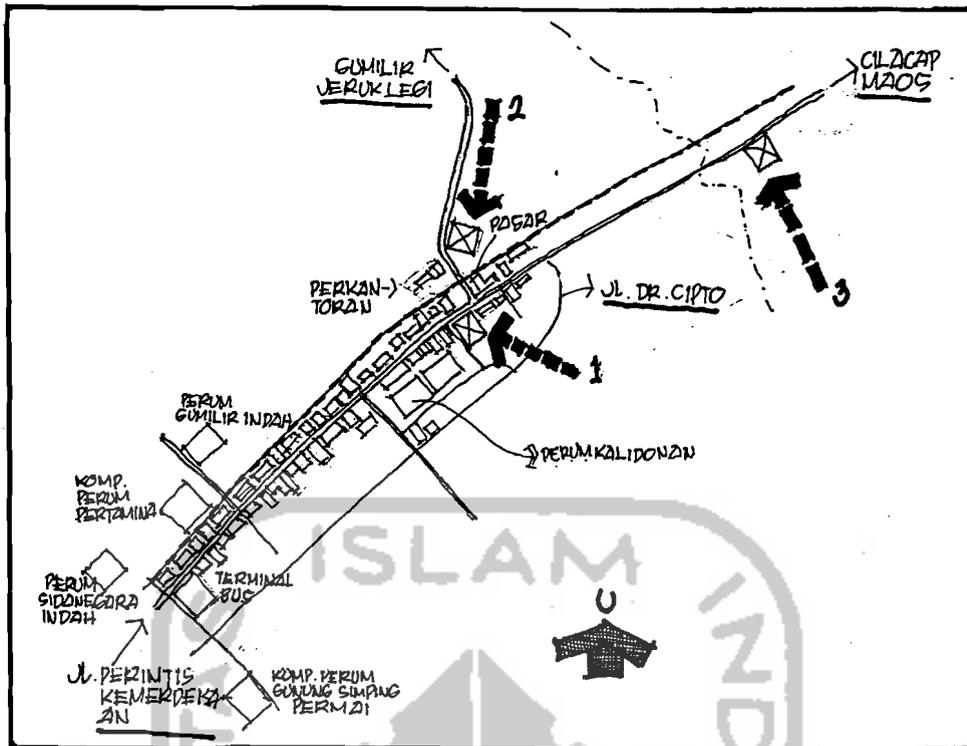
2 - 3 kurang baik

Ternyata nilai terbesar pada alternatif site pertama, berarti site dipilih pada Pertigaan (simpang tiga) Gumilir Jl. Perintis Kemerdekaan.

4.1.3. Analisa Site

a. Kondisi Site

Luas site ± 2,0 Ha. Koefisien lantai dasar 1,8. Koefisien luas bangunan 60-80% (khusus untuk perdagangan sampai dengan 100%). Batasan site, sebelah Barat laut Jl. Perintis Kemerdekaan, dan sebelah Tenggara berbatasan dengan Jl. Dr. Cipto.



Gb.4.1.f. Alternatif Lokasi (Site)

b. Sirkulasi Sekitar Site

Arus padat terjadi di Jl. Perintis Kemerdekaan dan simpang tiga Gumilir pada waktu tertentu yaitu pada :
pkl.06.30-09.00 dan 12.00-17.00.

Arahan pengembangan : Karena kepadatan terbesar ada di simpang tiga Gumilir menuju Jl. Perintis Kemerdekaan, maka pencapaian dari arah tersebut harus diperhitungkan agar tidak terjadi crossing.

c. Kegiatan Lingkungan

Bentuk-bentuk fasilitas kegiatan yang adalah perumahan golongan menengah, perkantoran pemerintah, jasa komersial, pertokoan eceran dan fasilitas sosial.

Waktu kegiatan berlangsung pada jam-jam tertentu, untuk perkantoran pada jam 08.00-16.00, jasa komersial

pada jam 08.00-17.00, pertokoan 09.00-14.00 dan 17.00-21.00, perumahan berlangsung sepanjang hari tetapi (frekuensi kegiatan rendah saat penghuni melakukan aktifitas pokok sekitar 07.30-17.00).

Intensitas kegiatan terbesar pada daerah sekitar simpang tiga Jl. Gumilir Maos dan Jl. Perintis Kemerdekaan ke arah pusat kota. Rata-rata pengunjung area perdagangan adalah pegawai kantor, karyawan, dan pelajar.

4.2. PENDEKATAN PENGGABUNGAN KEGIATAN BELANJA, REKREASI DAN INFORMASI

4.2.1. Karakter Kegiatan Pelaku Sebagai Penentu Tata Ruang

a. Pedagang Formal

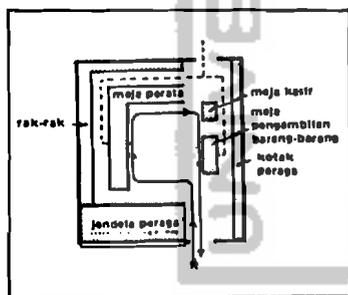
Pelaku pedagang sektor formal adalah pedagang modal kuat dan sasaran konsumen adalah golongan ekonomi menengah keatas. Berdasar pengamatan pelaku kegiatan sektor formal terdiri dari :

1. Penjaga Toko, Kegiatan yang dilakukan merupakan faktor yang paling dominan sebab jumlahnya relatif besar. Mereka datang pada saat bergantian tugas (sift) dan waktu pulang. Umumnya datang dengan ber kendaraan umum atau diantar. Oleh sebab itu shopping mall yang direncanakan perlu menyediakan fasilitas khusus bagi karyawan, seperti parkir dan kantin.
2. Pemilik Area jual-beli, Pemilik maupun penyewa ruang umumnya menghendaki :
 - pemanfaatan ruang yang efisien, terdapat ruang

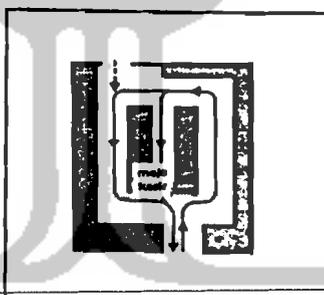
yang cukup untuk pelayanan sekaligus mampu menampung pengunjung semaksimal mungkin.

- segi visual untuk barang pada etalase harus dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing yang tinggi.
- kemudahan dan kelancaran bagian servis (pelayanan, persiapan dan penyimpanan).

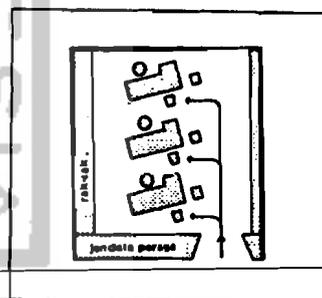
Dari kehendak tersebut maka untuk pewadahan pelaku ini harus benar-benar diperhitungkan aliran pengunjung dan barang agar tidak terjadi *overlapping* kegiatan yang saling mengganggu. Selain itu pengaturan interior area jual-beli, termasuk ruang pameran yang efektif serta barang yang bersifat promotif, sangat mempengaruhi keberhasilan penjualan.



8 Dengan pengaturan perietakan yang memungkinkan pengunjung bergerak pada jalur yang sama mulai bergerak dari pintu masuk, terus ke meja penjualan, meja pembungkusan dan terus keluar tanpa harus bolak balik sirkulasinya.



9 Tanpa pemisahan jalur gerak antara pengunjung dan pramuniaga; seluruh ruang dapat dijelajahi oleh para pengunjung sendiri tanpa harus dilayani (self-service = swalayan).



10 Toko untuk melayani perorangan atau dg meja peralatannya, misalnya untuk mencoba kacamata pada toko kacamata.

Gb.4.2.a. Macam-macam lay-out perabot pada ruang toko

b. Pedagang Informal

Pedagang informal pada area shopping mall dibatasi bagi pedagang yang dapat menunjang suasana dan memper-

timbangkan jenis barang pada umumnya di tempat-tempat perbelanjaan besar dan tidak mengganggu pedagang formal yang ada. Sektor informal yang ada dapat terdiri dari penjaja makanan, souvenir dan buku-buku atau surat kabar.

Salah satu cara pendekatan perancangan fasilitas kegiatan di shopping mall yang direncanakan adalah dengan studi perilaku kehidupan dan perkembangannya.

Dari studi kegiatan kaki lima dan masalah-masalah yang dapat timbul, maka upaya yang harus dilakukan antara lain:

- Ruang kaki lima diberi batasan yang jelas.
- Pembatasan jumlah, jenis barang dan lokasi pada penggal-penggal tertentu.
- Menyediakan fasilitas penunjang, misalnya: pusat jajan serba ada dan kios-kios.
- Tidak menghilangkan ciri khas yang sudah melekat pada kaki lima misalnya lesehan, penggunaan sarana seperti biasanya seperti gerobak dorong dsb. dengan disain lebih menarik.

c. Pengelola

Pelaku kaki lima pada dasarnya tidak banyak mempengaruhi tata ruang yang ada. Selain pelaku yang terlibat relatif sedikit juga tidak berhubungan langsung dengan kegiatan belanja, rekreasi dan pameran di dalam shopping mall.

b. Pengunjung

Pengunjung adalah masyarakat yang membutuhkan barang

dan ingin berekreasi, sekaligus mendapatkan informasi baru. Mereka menginginkan banyak memperoleh pilihan barang, pelayanan yang maksimal, serta suasana yang rekreatif daari penampilan ruang dan bangunan. Keinginan tersebut tentu menimbulkan tuntutan-tuntutan sbb :

1. Pola sirkulasi ruang yang tidak mengikat agar pengunjung dapat bebas berkeliling berbelanja dan berkreasi, sekaligus memperoleh informasi melalui ruang pameran.
2. Pencapaian yang mudah ke segala arah serta pola sirkulasi yang jelas dan sederhana untuk memudah mengikuti arah dan orientasi.

e. Simpulan Analisa Kegiatan Pelaku Sebagai Penentu Tata Ruang

Dari uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sasaran kegiatan sektor formal ,rekreasi, pameran dan sektor informal merupakan faktor kegiatan terpenting pada shopping mall ini. Masing-masing kegiatan punya tuntutan sendiri bahkan terkadang dapat saling mendukung atau bertentangan. Demikian juga dengan pengunjung merupakan faktor yang turut menentukan dalam upaya perwadahan kegiatan-kegiatan tersebut.

4.2.2. Ruang Terbuka Sebagai Perantara Pedagang Formal Dan Informal

Ruang untuk pedagang formal dan informal dapat dikaitkan satu sama lain oleh ruang perantara berupa ruang terbuka dan mall. Hubungan antara ruang tersebut akan tergantung pada sifat ruang perantara yang menghubungkan-

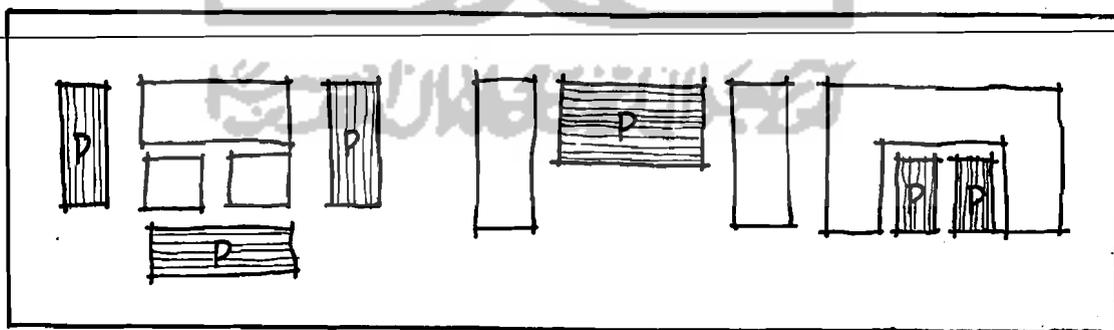
nya. (Ching, Franchis. DK, 1979).

a. Ruang Terbuka

Ruang terbuka yang dimaksudkan adalah ruang parkir dan plaza. Ruang parkir dapat dikelompokkan menjadi eksterior dan plaza dikelompokkan dalam semi interior. (Ashihara, Y, 1974).

Ruang parkir terutama berfungsi sebagai arah transisi antara jalur umum dengan bangunan yang berfungsi sebagai fasilitas penunjang sektor formal, tidak ada bangunan khusus untuk parkir, parkir mengelilingi mall (ciri shopping mall).

Pencapaian yang mudah dan jelas menuju area komersial yang dituju adalah berdasarkan tuntutan kegiatan pelaku, arahan pengembangan ruang parkir. Hal ini dapat menjadi arah orientasi bangunan atau sebagai penyatu massa bangunan. Alternatif pola parkir kendaraan berupa wujud seri, paralel, gabungan dan diagonal.

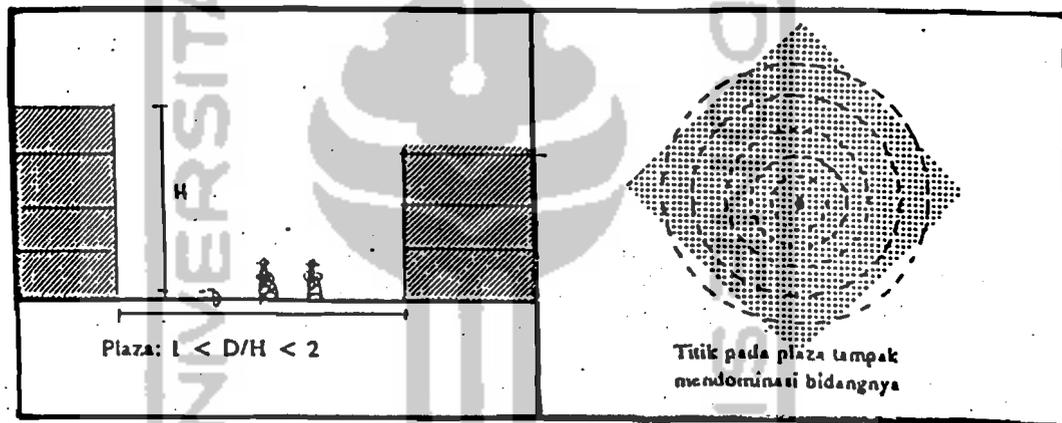


Gb.4.2.b. Bentuk hubungan parkir dengan bangunan

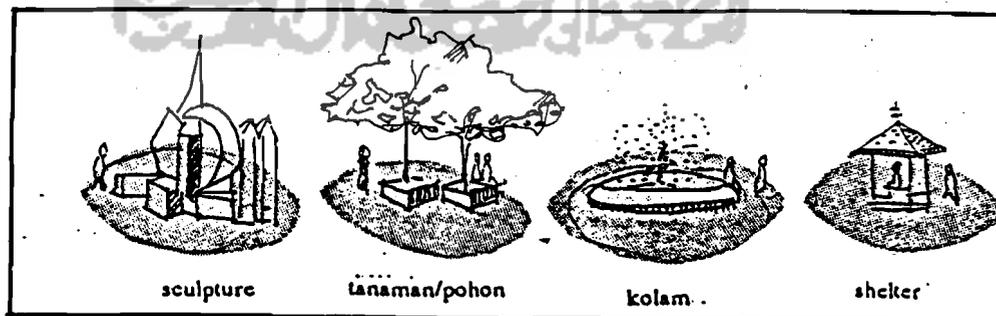
Plaza berfungsi sebagai penyatu atau orientasi massa

bangunan untuk pedagang formal dan informal harus mempunyai kesan kuat, agar diperhatikan lebar minimum plaza sama dengan tinggi bangunan utamanya dan tidak boleh dua kali tingginya, kecuali disain plaza memberi kemungkinan lebih besar lagi.

Besaran plaza : $1 < D/H < 2$ (Ashihara, Y, 1974, P: 100), perletakan unsur titik tengah suatu lingkungan tampak stabil dan diam memimpin unsu-unsur sekelilingnya, sehingga titik itu sendiri tampak mendominasi bidangnya.



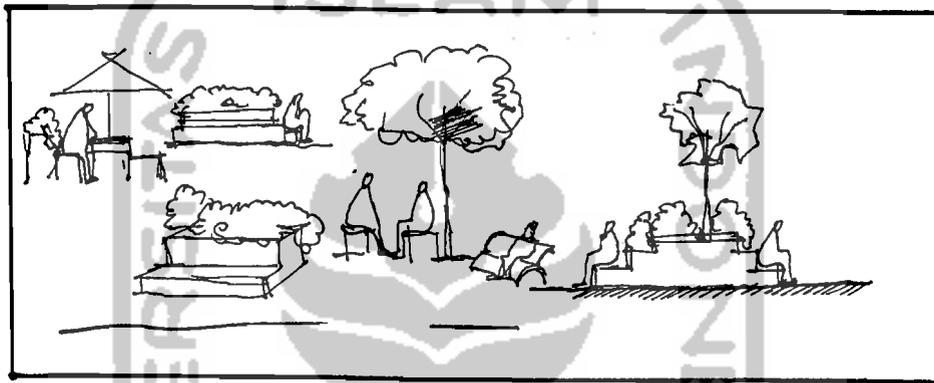
Gb.4.2.c. Plaza yang mempunyai kesan kuat



Gb.4.2.d. Alternatif unsur titik pada plaza yang memperkuat ruang

sumber: Ashihara, 1974

Plaza juga berfungsi sebagai tempat bergerak dan tempat istirahat yang diwujudkan dalam tempat duduk tanpa sandaran, tempat duduk tersebut cocok diterapkan karena mempunyai berbagai aspek (multidirectional) yang cocok pada situasi tertentu (*Laurie, Michael*). Tempat duduk yang terlalu nyaman tidak cocok karena pengunjung akan duduk berlama-lama dan untuk berjalan kembali.



Gb.4.2.e. Macam-macam tempat duduk pada plaza

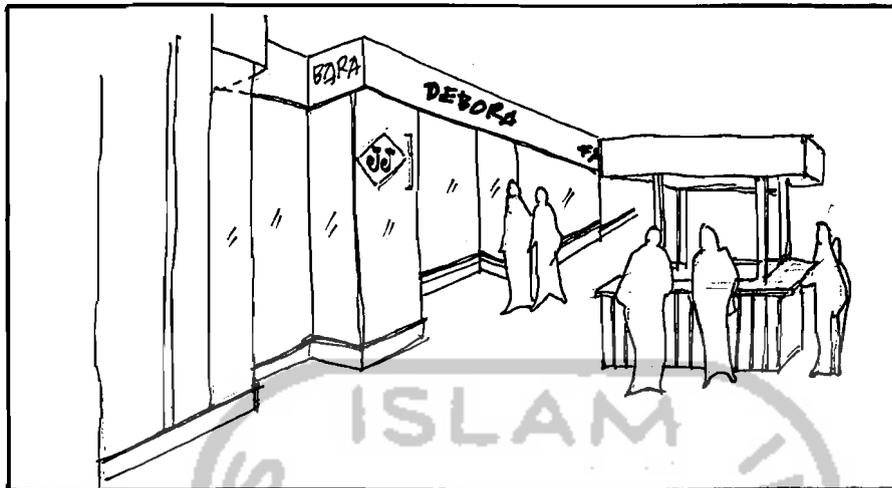
b. Mall

Fungsi mall sebagai jalur sirkulasi dan ruang pameran serta untuk penempatan sektor informal, menimbulkan syarat-syarat sbb:

1. Dimensi mall harus diperhitungkan supaya penempatan area pameran yang berada di lantai satu atau diluar ruang yang dikhususkan dan sektor informal di dalam mall, tidak mengganggu sirkulasi pengunjung ke tujuan utama.

2. Variasi perletakkan area bagi pedagang formal termasuk area pameran dan informal perlu diperhatikan supaya suasana tidak monoton, dengan menghadirkan susasana shop-

ping street pada kanan kirinya.



Gb.4.2.f. Penempatan kios pada mall dan suasana shopping street

4.3. PENDEKATAN KEBUTUHAN RUANG

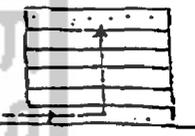
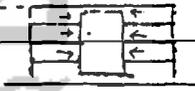
4.3.1. Pengelompokan Ruang

Sistim peruangan pada shopping mall dibagi menjadi lima bagian menurut fungsinya, yaitu:

- a. Kelompok ruang perencanaan pembelian
- b. Kelompok ruang pelayanan rekreasi atau hiburan
- c. Kelompok ruang pelengkap (pengelola)
- d. kelompok ruang pendukung (parkir, lavatory, utilitas)
- e. Kelompok ruang pameran

Prosentase untuk kelompok ruang pelayanan perbelanjaan dengan kelompok ruang pelayanan rekreasi termasuk ruang pameran diasumsikan sebesar 65% : 35%. Prosentase ini didapat setelah membandingkannya dengan prosentase besaran fasilitas pada pusat perbelanjaan dan rekreasi lain yang telah ada di Jakarta maupun Surabaya (lihat lampiran).

Perbandingan area untuk pedagang sektor formal dan informal diasumsikan sebesar 75% : 25%. Perbandingan ini didapat setelah melihat kebutuhan ruang masing-masing pedagang untuk melakukan kegiatannya. Pedagang kakilima memerlukan ruang yang relatif lebih kecil karena sarana yang dibutuhkan berupa kios-kios dan gerobak saja. Pengelompokan ruang dalam bangunan mempertimbangkan beberapa faktor seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut.

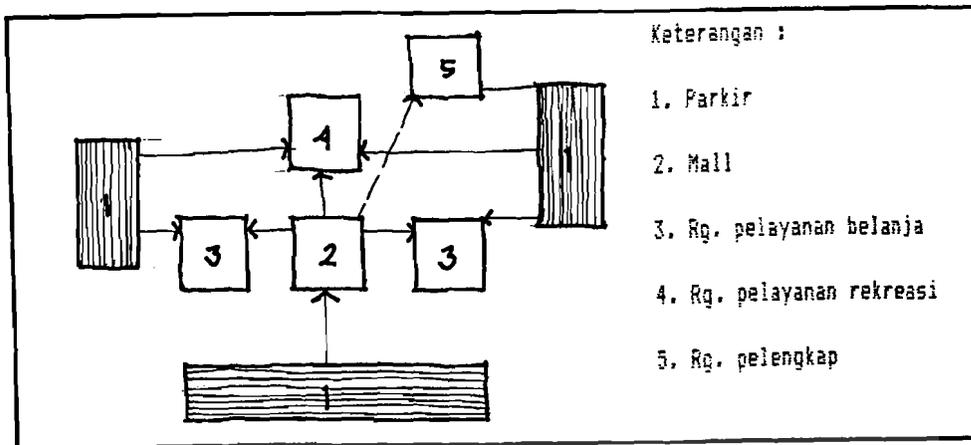
<ul style="list-style-type: none"> Ruang-ruang yang mempunyai hubungan kegiatan yang erat sebaiknya diletakkan berdekatan. 	
<ul style="list-style-type: none"> Ruang-ruang yang membentuk jaringan utilitas yang sama sebaiknya diletakkan berdekatan. 	
<ul style="list-style-type: none"> Ruang yang membutuhkan kesan untuk menarik pengunjung diletakkan pada tempat yang strategis. 	
<ul style="list-style-type: none"> Ruang-ruang yang mempunyai kegiatan yang lebih singkat diletakkan pada lantai bawah, diimbangi dengan kegiatan yang ada di atas yang masih aktif, sehingga suasana bangunan tetap hidup. 	
<ul style="list-style-type: none"> Ruang yang membutuhkan bentangan lebar sebaiknya diletakkan pada lantai atas. 	
<ul style="list-style-type: none"> Interaksi, Komunikasi antar tiap lantai dalam bangunan, perlu diciptakan guna kesatuan kegiatan dalam bangunan. 	

Gb.4.3.a. Kriteria pengelompokan ruang

sumber: White ET, 1985

4.3.2. Hubungan Ruang

Secara makro dapat digambarkan dengan skema hubungan ruang untuk memperkirakan sirkulasi dan perletakan ruangnya.



Gg.4.3.b. Skema hubungan ruang

4.4. PENDEKATAN KARAKTER EKSPRESI VISUAL

Pendekatan karakter akrab dilakukan dengan melalui ekspresi visual ruang yang penting, dalam membentuk persepsi visual pengunjung.

Seleksi ruang penting dilakukan melalui penelusuran proses kegiatan pengamatan visual oleh pengunjung, seperti pada gambar berikut :

PROSES	KEGIATAN	KONTAK VISUAL & FREKUENSI
LINGKUNGAN	MEMPERTIMBANGKAN & MEMUTUSKAN MASUK/PARKIR	CUKUP
RUANG LUAR	MASUK/KELUAR	SEKILAS DAN SEBENTAR
entrance	BERJALAN-JALAN, MENIKMATI SUASANA,	SEKILAS DAN BERULANG-ULANG
MALL	BERBELANJA, MELIHAT BARANG	SEKILAS DAN LAMA
Retail		

Gg.4.4.a. Skema analisa kontak visual

Skema tersebut memperlihatkan adanya dua ruang penting yang membentuk persepsi pengunjung, yaitu:

1. Mall

Mall adalah ruang dengan aktifitas dan jumlah pelaku tinggi. Ruang ini akan sangat kuat membentuk persepsi pengunjung.

2. Building Performance

Building Performance adalah unsur pembentuk kontak visual paling awal dengan pelaku, dimana persepsi yang terbentuk akan sangat menentukan keputusan pengunjung untuk datang atau tidak.

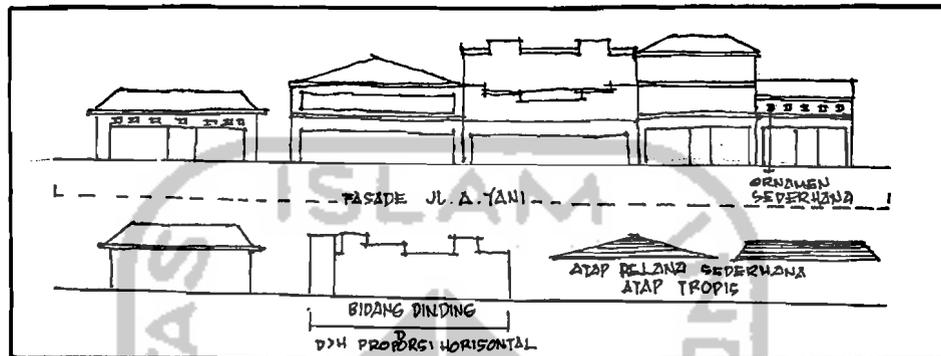
4.4.1. Building Performance

Citra atau kesan akrab dalam fasade dikomunikasikan melalui pengembangan fasade untuk membentuk persepsi akrab (tidak asing) dengan pengunjung, yaitu dengan fasade lokal, melalui tahap-tahap analisa berupa pengambilan sampel analisa dan tipologi fasade. Unsur yang dianalisa adalah figur fasade, berdasarkan pendapat bahwa :

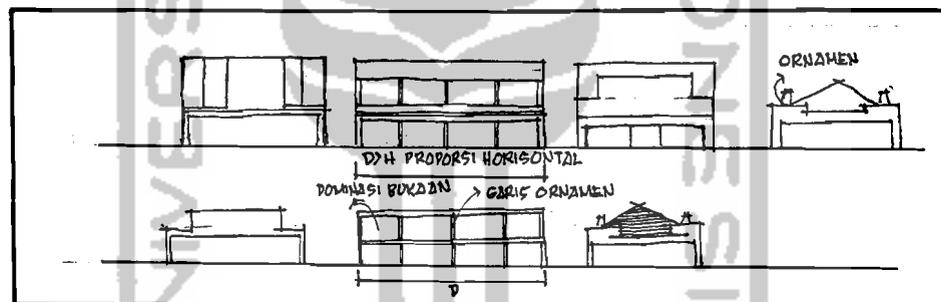
"Salah satu unsur bentuk yang paling mudah ditangkap oleh persepsi visual seorang pengamat, adalah gambaran dasar atau figur". (Setiadji, S. Ir, 1978 : hal. 13)

Pengambilan sampel bangunan dibatasi pada bangunan komersial, khususnya pertokoan yang karakter visualnya merupakan elemen penting, akrab dengan masyarakat dan memiliki kedekatan dengan karakter awal suatu mall, yaitu shopping street.

Melalui pengamatan dan analisis pada 3.3.2. dengan kriteria diatas, maka diambil sampel bangunan pertokoan di Jalan A. Yani dan Jalan RE Martadinata. Analisa ditekankan pada pola-pola dominan pembentuk figur fasade, yaitu : bentuk, proporsi dan ornamentasi.



Gb.4.4.b. Komplek pertokoan Jl.A.Yani



Gb.4.4.c. Komplek pertokoan Jl.RE.Martadinata

4.4.2. Analisa Figur Fasade

a. Proporsi

Figur fasade umumnya memiliki proporsi bangunan dengan dimensi horisontal lebih besar daripada dimensi vertikal.

b. Bentuk

Komposisi masa bangunan terdiri dari bidang atap bangunan tropis dan bidang dinding dengan bukaan. Massa berukuran sedang, terdiri dari massa-massa tunggal yang tersusun

linier sepanjang jalan.

c. Ornamenasi

Figur fasade umumnya berkesan sederhana dan efisien, dengan ornamen berupa sign board.

Arahan pengembangan fasade dilakukan melalui rancang ulang pada fasade shopping mall yang mengacu pada pola-pola dominan tersebut dengan kemungkinan pengembangan melalui refleksi, duplikasi dan pengambilan detail sebagai referensi.

4.4.3. Mall

Dengan arah pendekatan yang sama, karakter akrab atau glamour pada mall, dikomunikasikan melalui pengembangan figur mall, yang berekspresi akrab.

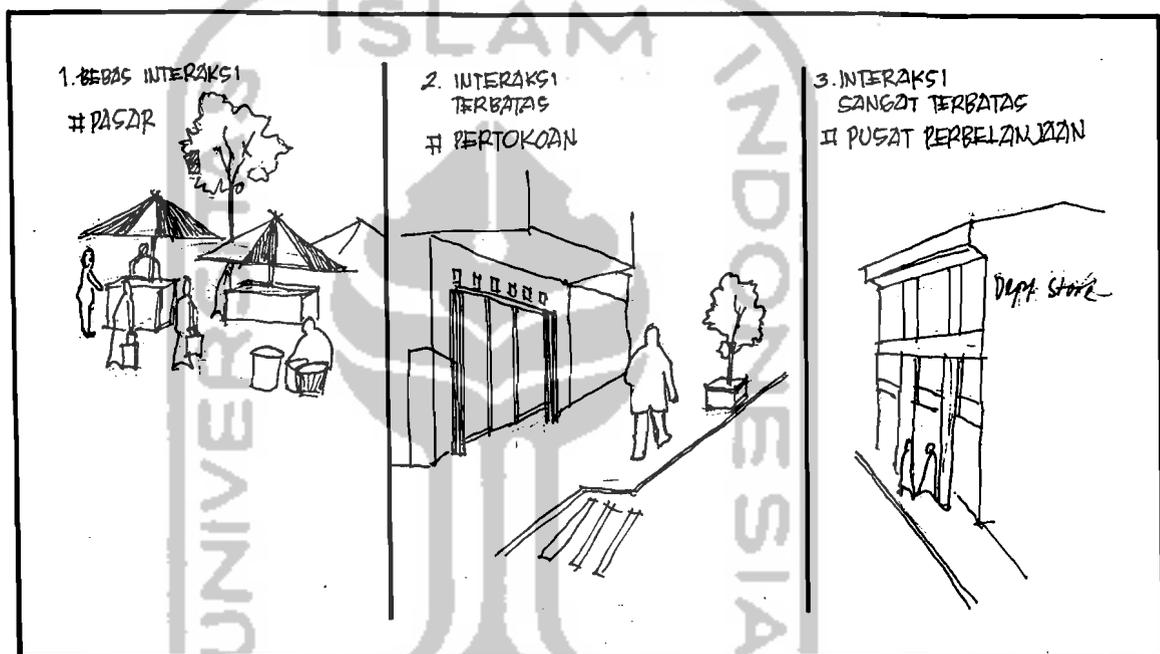
Analisa figur mall dilakukan pada pola-pola dominan berupa bentuk dasar menurut lingkup atau enclose dan proporsi mall. Pemilihan pola tersebut didasarkan pada besarnya nilai pengaruh yang dihasilkan dalam membentuk karakter ruang.

a. Bentuk dasar mall

Ada tiga bentuk dasar mall menurut pelingkupnya yakni, mall terbuka (open mall), mall tertutup (enclose mall) dan mall gabungan.

Pada mall tertutup, mall sepenuhnya terlingkupi dan dari lingkungan luar, sehingga aktifitas di dalamnya tidak bisa dirasakan dari luar. Hal ini menimbulkan kesenjangan interaksi visual pada bangunan dengan lingkungan, yang mengakibatkan kesan kurang akrab.

Sedang pada mall terbuka, interaksi visual antara pusat kegiatan dengan lingkungan tidak terbatas, sehingga kesan akrab terasa. Namun pada mall terbuka privacy beraktifitas dan klimatik kontrol sulit tercapai. Sebagai perbandingan morfologi, dapat dilihat pada kasus antara pasar tradisional, pertokoan dan pusat belanja modern.



6b.4.4.d. Morfologi tempat belanja

Uraian tersebut menghasilkan arahan pengembangan bentuk dasar mall, yakni mall gabungan, dimana selain terdapat mall tertutup juga terdapat mall terbuka sebagai interaksi antara pusat kegiatan dengan lingkungan, agar tercapai suasana akrab.

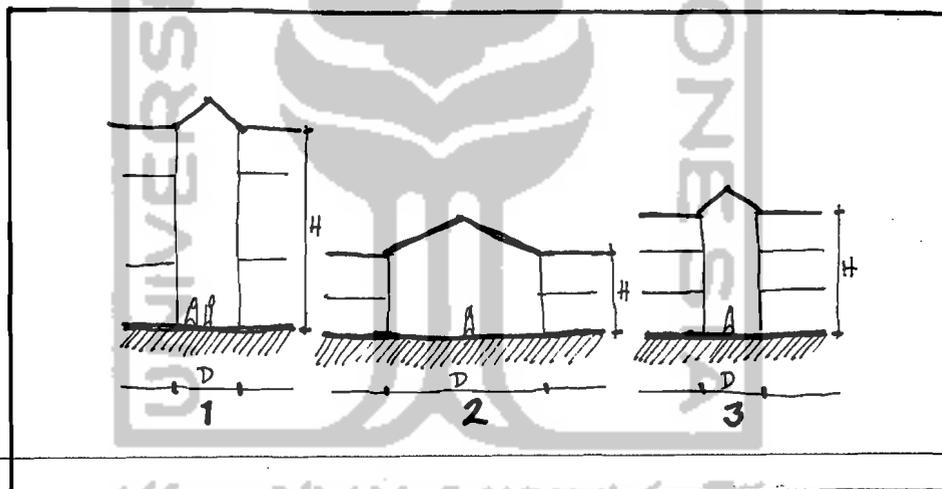
b. Proporsi mall

Proporsi atau perbandingan skala, secara psikologis sangat mempengaruhi pembentukan kesan akrab pada mall.

1. Proporsi plaza (mall) yang vertikal akan mempengaruhi kesan bangunan, menimbulkan kesan agung, formal atau bahkan menghimpit..... $D/H < 1$.

2. Proporsi yang terlalu horisontal akan mengakibatkan kesan meruang berkurang..... $D/H > 2$.

3. Proporsi yang berimbang dapat diupayakan menimbulkan kesan akrab..... $1 \leq D/H \leq 2$.



Gb.4.4.e. Pengaruh proporsi pada karakter ruang

sumber: Asihara, 1974

Dalam kaitan dengan proporsi, pemakaian skala sangat mempengaruhi proporsi yang dihasilkan. Misalnya pada pemakaian skala manusia dalam proporsi ruang dapat menimbulkan kesan akrab.