

# 1. JUDUL PROYEK TUGAS AKHIR

## SHOPPING MALL DI SUNGAILIAT

*Pola tata ruang yang rekreatif dan interaktif*

### 2. LATAR BELAKANG PROYEK

#### 2.1 Pengertian Judul

Shopping Mall di Sungailiat adalah sebuah fasilitas komersial yang tidak hanya sebagai tempat pemenuhan kebutuhan semata tapi menjadi tempat berbelanja yang interaktif dan rekreatif.

#### 2.2 Latar Belakang Permasalahan

Salah satu ajang rekreasi untuk masyarakat kota pada umumnya adalah shopping mall, dimana selain sebagai tempat pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder shopping mall tersebut sekaligus menjadi tempat rekreasi keluarga.

Kota Sungailiat berada di Propinsi Bangka-Belitung yang merupakan penghasil timah nasional. Karakter kota ini sebagai kota perdagangan dengan pola kehidupan masyarakatnya memiliki budaya konsumtif yang tinggi.

Pemda Sungailiat saat ini mempunyai rencana untuk membangun sebuah shopping mall dikawasan perdagangan yang bukan hanya sebagai tempat untuk berbelanja barang kebutuhan, melainkan juga sebagai salah satu tempat refreshing keluarga. Keberadaan shopping mall ini didukung pula dengan daya beli masyarakat yang mayoritas mempunyai daya beli dan budaya konsumtif yang tinggi. Oleh karena itu sarana rekreasi yang mendukung fasilitas perbelanjaan dijadikan daya tarik tersendiri pada Shopping Mall di Sungailiat.

### 3. RUMUSAN PERMASALAHAN

#### 3.1 Permasalahan umum

Bagaimana menciptakan shopping mall untuk memenuhi kebutuhan lokal dan kota disekitarnya.

#### 3.2 Permasalahan Khusus

Bagaimana merancang pola tata ruang yang dapat memberikan nuansa rekreatif dan interaktif.

## 4. TUJUAN DAN SASARAN

### 4.1 Tujuan

Merancang Shopping Mall di Sungailiat yang menekankan pada konsep penataan pola sirkulasi dan tata ruang untuk menciptakan kualitas bangunan yang dapat berfungsi sebagai sarana rekreasi yang interaktif kepada para pengunjung.

### 4.2 Sasaran

1. Penataan ruang pada bangunan Shopping Mall yang diatur untuk mencapai tata ruang yang rekreatif.
2. Penggunaan elemen yang teratur dan dinamis untuk menghindari kesan monoton pada ruang retail, kafe dan hiburan.
3. Menciptakan Shopping Mall yang merefleksikan kegiatan didalamnya.

## 5. LINGKUP BAHASAN

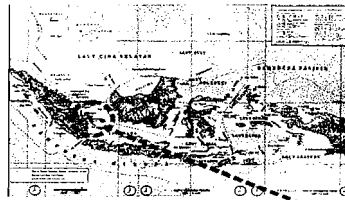
Permasalahan dibatasi pada masalah yaitu :

1. Arsitektural
  - *Spatial Arrangement*, bagaimana karakteristik rekreatif dan interaktif diaplikasikan kedalam pengolahan pola sirkulasi dan tata ruang.
  - *Building Envelope*, bagaimana performa bangunan yang ditampilkan mencirikan kegiatan didalamnya dan karakter Sungailiat.
2. Non Arsitektural
  - Sistem pelayanan dan fasilitas mendukung yang dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung.

## 6. SPESIFIKASI UMUM PROYEK

### 6.1 Lokasi

Lokasi proyek berada di Jl. Muhidin, Kabupaten Sungailiat, Propinsi Bangka-Belitung. Berada di area perdagangan dan permukiman. Letaknya yang strategis di pinggir Jalan Muhidin yang merupakan jalur utama penghubung antara Kota Sungailiat dengan Kota Belinyu. Bangunan ini merupakan shopping mall yang pertama dikota ini sehingga nantinya bangunan ini dapat menjadi sebuah landmark bagi penduduk selitarnya.



Sumber : Atlas, Penerbit Amella Surabaya



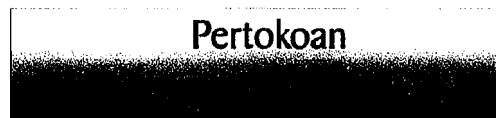
Sumber : RDTRK Kota Sungailiat

Batasan wilayah site adalah :

- Sebelah Utara : Permukiman penduduk
- Sebelah Selatan : Ruko-ruko
- Sebelah Timur : Ruko-ruko
- Sebelah Barat : Ruko-ruko



Jl. Muhidin



### 6.1.1 Luas Site

Luasan site sekitar  $\pm 16.000 \text{ m}^2$

### 6.1.2 Potensi Site

- Site berada di kawasan pengembangan kegiatan perdagangan dengan total luas kawasan 6,5 Ha dan memiliki kontur yang relatif datar.<sup>1</sup>



- Pada kondisi existing sudah mendukung kegiatan tersebut, dengan adanya pertokoan dan perkantoran.



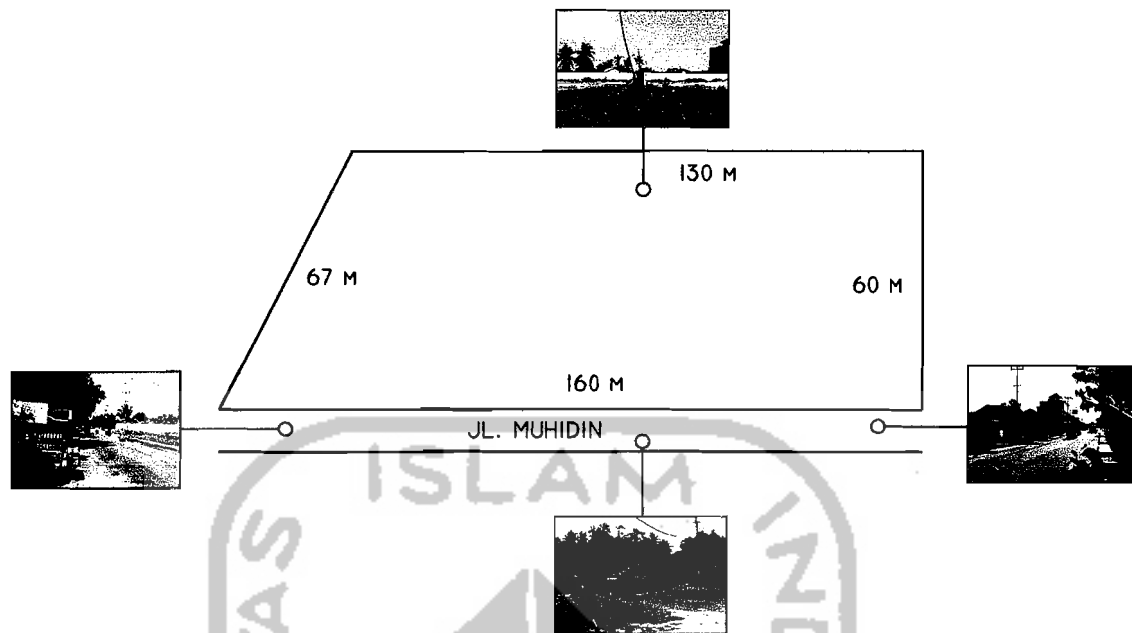
- Mempunyai akses yang baik yaitu berada di Jalan Muhidin yang merupakan jalan utama yang menghubungkan antara Kota Sungailiat dengan Kota Belinyu.



- Dikarenakan berada pada ruas jalan luar kota bangunan ini nantinya dapat menjadi suatu daya tarik tersendiri (sebuah landmark) sehingga membantu mengenal kawasan.

<sup>1</sup>RDTRK Kota Sungailiat, Hal. III-B.

### 6.1.3 Kondisi Site



### 6.2 Pengguna Bangunan

Pelaku atau pengguna bangunan pada shopping mall dapat dibagi menjadi beberapa yaitu :

#### a) Pengunjung

Adalah orang atau sekelompok orang yang kedatangannya mempunyai tujuan :

- Pengunjung dengan tujuan hanya untuk berbelanja
- Pengunjung dengan tujuan rekreasi dan berbelanja
- Pengunjung dengan tujuan hanya untuk rekreasi

#### b) Pegawai / pengelola

Adalah orang atau sekelompok orang yang bertugas untuk mengelola dan bertanggung jawab atas semua kegiatan yang terjadi pada shopping mall, juga pada operasional dan perawatan shopping mall.

#### c) Penyewa

Adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan aktivitas penjualan barang / jasa dengan menggunakan ruang-ruang pada shopping mall dengan jalan menyewanya.

d) Penyalur

Adalah orang yang menyalurkan barang dagangannya atau barang untuk kepentingan shopping mall tersebut, dan biasanya kegiatannya dilakukan diluar jam operasional shopping mall.

6.2.1 Identifikasi Pelaku dan Kebutuhan Ruang

1) Ruang Utama

- a. Jenis Kegiatan
- Kegiatan perdagangan
  - Kegiatan rekreasi

b. Pelaku Kegiatan

- Pedagang
- Pembeli

c. Kebutuhan Ruang

- Retail
- Supermarket
- Hall
- Ruang bermain anak
- Food Court
- Cafeteria
- Lavatory

2) Ruang Pendukung

a. Jenis Kegiatan

- Kegiatan pengelolaan
- Kegiatan pengadaan barang

b. Pelaku Kegiatan

- Direksi
- Sekretaris
- Staff
- Supplier

c. Kebutuhan Ruang

- Rg. Direksi
- Rg. Sekretaris

- Rg. Staff
- Rg. Tamu
- Rg. Rapat
- Dapur
- Gudang
- Lavatory

3) Ruang Service

- a. Jenis Kegiatan
  - Kegiatan perawatan
  - Kegiatan keamanan
- b. Pelaku Kegiatan
  - Teknisi
  - Cleaning service
  - Satpam
- c. Kebutuhan Ruang
  - Rg. Teknisi
  - Cleaning service
  - MEE
  - Lavatory
  - Gudang
  - Parkir pengunjung
  - Parkir pengelola



## 6.2.2 Besaran Ruang

No.	Kelompok Ruang	Kebutuhan Ruang	Kapasitas , Jumlah	Standar	Besaran M2
1.	Ruang Utama	Retail	70 buah	40 m2	2800
		Supermarket	1 buah		900
		Hall	1 buah		1500
		Restaurant	3 buah		450
		Food Court	60 orang	3m/orang	450
		Cafeteria	1 buah		200
		Rg. Bermain	2 buah	25	300
		Anak		12	
		Lavatory	6 orang, 6 buah	36	93,6
		2.	Rg. Pendukung	Rg. Direksi	1 orang, 1 buah
Rg. Sekretaris	1 orang, 1 buah				12
Rg. Staff	5 orang, 1 buah				40
R. Tamu	4 orang, 1 buah				20
Dapur	1 buah			3m/orang	36
Gudang	1 buah				20
Rg. Bongkar muat	1 buah			8	40
Lavatory	6 orang, 2 buah				46,8
3.	Rg. Service	Rg. Teknisi	4 orang, 1 buah		40
		Rg. Cleaning Service	1 buah		25
		Rg. Keamanan	1 buah		25
		Pos Satpam	2 buah		8
		Rg. Genset	1 buah		50
		Rg. MEE	1 buah		25
		Gudang	1 buah		10
		Lavatory	2 buah		4

Sumber : 1. Data Arsitek, Ernst Neufert  
2. Tugas Akhir



## 7. STUDY LITERATUR

### 7.1. Tinjauan suasana rekreatif dan interaktif

#### 7.1.1. Pengertian

Rekreatif dan interaktif merupakan suatu sifat yang menjelaskan suasana yang menyenangkan dengan melibatkan aktivitas manusia baik aktif maupun pasif. Korelasi antara kedua sifat tersebut sangat erat dimana variabel interaktif akan mengarah kepada variabel rekreatif dan saling mempengaruhi.

Masyarakat cenderung memilih berbelanja di sebuah shopping mall selain lebih lengkap dalam fasilitas juga dikarenakan suasana yang rekreatif dan interaktif. Suasana interaktif yang tercipta dapat melalui :

- Hubungan atau interaksi didalam Shopping Mall

- a. Hubungan antara manusia dengan manusia

Interaksi yang dapat terjadi antara manusia dengan manusia dibedakan menjadi 2 yaitu : hubungan langsung maupun tak langsung.

- b. Hubungan antara manusia dengan barang

Hubungan manusia dengan barang yang ada didalam shopping mall dapat dikategorikan menjadi 3 yaitu :

- Hubungan pengunjung dengan barang hanya melalui kontak visual, barang diletakkan dietalase kaca.
- Hubungan pengunjung dengan barang secara tak langsung harus masuk kedalam toko.
- Hubungan pengunjung dengan barang secara langsung tanpa harus masuk kedalam toko.

- c. Hubungan antara manusia dengan bangunan

Manusia berhubungan dengan bangunan dibedakan menjadi 2 yaitu :

- Hubungan pengunjung dengan bangunan sebagai objek visual yang monumental.
- Hubungan pengunjung dengan bangunan sebagai bagian dari bangunan itu sendiri.

- **Pergerakan manusia**

Suasana atraktif dan rekreatif pada suatu ruangan dipengaruhi oleh pergerakan manusia di dalam melakukan aktifitas antara konsumen dan pedagang.

Pergerakan tersebut dipengaruhi oleh keinginan dalam memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan tersebut adalah :<sup>2</sup>

1. Faktor pendorong adalah pengunjung melakukan pergerakan menuju ketempat yang lebih menarik, suasana yang lain, bentuk yang dinamis dan sesuatu yang aktual.
2. Faktor pengarah adalah cenderung mengikuti arah yang dibentuk, jalur yang dinamis dan pola sirkulasi.
3. Perangsang untuk beristirahat adalah keinginan pengunjung untuk mendapatkan privacy, memperoleh view dengan melepas lelah.
4. Pergerakan horizontal adalah pergerakan yang lebih mudah, bebas, perubahan arah lebih mudah, pergerakan lebih aman.
5. Pergerakan kebawah yang memberikan privacy.
6. Pergerakan keatas yang dapat memberikan suasana baru dalam pergerakan.

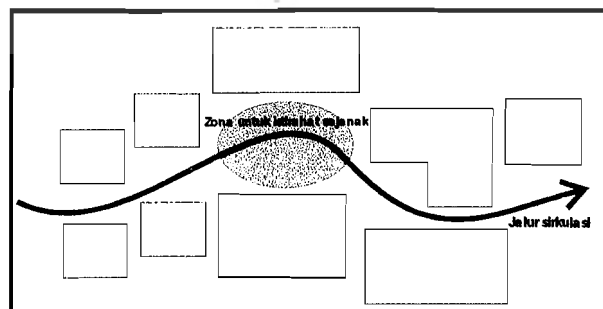
Sedangkan pergerakan manusia dan sifatnya merupakan penentu ruang dan suasana rekreatif (*Toetoeko Hari Hatmojo, 1994*) adalah : bebas, santai, terarah, dinamis.<sup>3</sup>

#### ▪ Pola Sirkulasi

Shopping Mall mempunyai berbagai kegiatan berupa kegiatan belanja, promosi dan tidak terlepas dari kegiatan rekreasi, sehingga pembentukan pola sirkulasi ruang baik interior maupun eksterior sangat penting untuk menciptakan suasana yang rekreatif.

Penciptaan sirkulasi yang dapat memberikan suatu kesan mencrus, suasana yang atraktif bagi pengguna maka perubahan ruang sirkulasi sangat penting.

Pola ruang tersebut dapat berupa :



Sumber : *Concept Sourcebook, Edward T. White*

<sup>2</sup>Orsmsbe, Simonds John, 1961

<sup>3</sup>Hatmojo, Toetoeko Hari, 1994

## 7.2. Shopping Mall sebagai Landmark

Landmark merupakan salah satu *point of interest* yang ada dalam suatu kawasan yang dapat diamati dari luar bangunan. Land mark merupakan elemen penting dari suatu kawasan yang dapat membantu orang untuk mengorientasikan diri dan membantu mengenal suatu kawasan.<sup>4</sup>

Objek yang mempunyai sifat landmark adalah suatu elemen fisik yang mempunyai skala tertentu dan bentuk yang berbeda dengan lingkungan sekitarnya. Sebuah landmark yang tepat bersifat mudah dilihat, melambangkan suatu arah tujuan, tegas tapi harmonis dengan lingkungan sekitarnya.

Suatu elemen/bangunan memiliki sifat sebagai landmark apabila elemen tersebut mudah diidentifikasi serta lebih mudah diingat sebagai sesuatu yang khusus, untuk itu suatu landmark seharusnya mempunyai :

- Bentuk yang jelas/skala yang monumental

Memiliki skala yang monumental dibandingkan bangunan disekitarnya bermakna yang berbeda dibandingkan dengan bangunan lainnya dari segi tinggi.

- Keistimewaan lokasi.

Objek shopping mall menjadi landmark dipengaruhi oleh lokasinya yang strategis yaitu berada dijalan yang merupakan jalur yang dilalui dari arah luar kota yang sekaligus sebagai penanda kawasan perdagangan di Kota Sungailiat.

## 7.3. Shopping Mall sebagai *nodes*

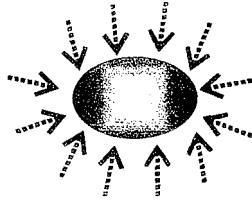
*Nodes* mempunyai pengertian *titik pertemuan yang strategis dimana didalamnya orang bisa masuk.*<sup>5</sup>

### 7.3.1. Ciri-ciri *nodes*<sup>5</sup>

- a. Adanya suatu pertemuan-pertemuan utama.
- b. Tempat pemisah dalam suatu jalan.
- c. Persilangan suatu jalur.
- d. Area peralihan dari satu bangunan ke bangunan yang lain.
- e. Kawasan binaan yang menjadi simbol suatu area.

<sup>4</sup>Lynch, Kevin

<sup>5</sup>Koran Kompas, Minggu 27/3/2005 hal. 28



*Tempat yang menjadi sebuah node dapat menjadi sebuah tempat yang menghibur karena peran manusia yang berdatangan menciptakan suatu suasana yang rekreatif.*

#### 7.4. STUDI KASUS BANGUNAN

##### St. Louis Shopping Centre



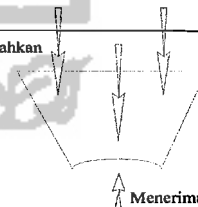
Memasukan unsur air kedalam bangunan dapat memberikan kesan dingin dan tenang serta dapat mengubah kemonotonan dalam hal visualisasi



"Tugu air" dalam suatu koridor / selasar bangunan memberikan suatu tujuan dalam hal pencapaian dan hierarki ruang dan juga membentuk suasana ruang yang atraktif dan rekreatif.



Mengarahkan



Menerima

Bentukan segitiga pada bangunan inti memberikan makna mengarahkan, yang diterima oleh open space sebagai penyatu ruang dalam dan luar

serta bentuk lengkung yang memberikan kesan 'welcome' kepada bangunan dengan aktifitas / kegiatan di luarnya

## 8. LAMPIRAN

### 8.1. Potensi Kota Sungailiat

#### 8.1.1. Keragaman penduduk Sungailiat

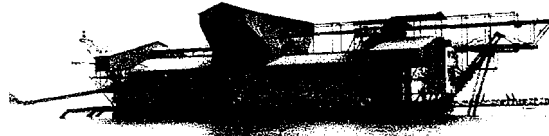
Warga Sungailiat terdiri dari berbagai etnis yang mayoritas adalah kaum pendatang yaitu dari cina, jawa, bugis, batak dan melayu. Tiap-tiap etnis tersebut terzona di beberapa bagian kota misalnya orang bugis di daerah pelabuhan, orang cina di daerah pasar, sedangkan orang batak, melayu dan jawa di tengah dan pinggiran kota Sungailiat. Banyaknya etnis di Sungailiat menimbulkan suatu interaksi perdagangan yang merangsang tumbuhnya perdagangan disektor formil atau nonformil.

Adapun perdagangan yang tumbuh tersebut hanya melayani kebutuhan sehari-hari masyarakat. Sehingga saat ini untuk kota Sungailiat sendiri belum ada sebuah tempat yang mawadahi kebutuhan yang sering digunakan tapi bukan kebutuhan pokok seperti peralatan rumah tangga dan aksesorisnya. Hal ini merupakan indikasi bahwa peluang untuk membuka sebuah shopping mall yang menyediakan barang-barang tersebut sangat terbuka ditambah lagi masyarakat Sungailiat sendiri mempunyai budaya konsumtif yang tinggi, dapat terlihat dari setiap salesman yang datang dengan membawa barang-barang baru alat rumah tangga mereka sangat antusias untuk membeli.

(sumber : hasil pengamatan sendiri)

#### 8.1.2. Sebagai penghasil timah

Kota Sungailiat mempunyai sumber daya alam penting, salah satunya adalah sumber daya alam tambang yaitu timah. Proses penambangan timah di Sungailiat dan sekitarnya umumnya dilakukan di daerah lepas pantai dengan menggunakan kapal yang dinamakan *kapal keruk*. Kapal keruk itu sendiri tidak mempunyai mesin penggerak sendiri untuk berpindah tempat, sehingga untuk berpindah tempat *kapal keruk* tersebut harus ditarik dengan beberapa kapal motor.



*Gambar kapal keruk yang sedang melakukan penambangan lepas pantai*

*Sumber : Foto pribadi*

Setelah *kapal keruk* tersebut telah penuh, pasir yang ditambang tersebut dibawa oleh *kapal tongkang* ke *smelter* untuk proses pemurnian. Oleh karena sebagai penghasil timahlah Pulau Bangka-Belitung umumnya dan Kota Sungailiat pada khususnya berkembang menjadi kota yang maju.

#### 8.1.3. Sebagai kota pelabuhan

Sungailiat mempunyai sebuah pelabuhan ikan yang terletak di sebuah kampung yang bernama *Kampung Nelayan* yang mampu memberi hasil cukup untuk kebutuhan kota Sungailiat sendiri bahkan kota-kota disekitarnya. Nelayan-nelayan di kampung ini umumnya berasal dari bugis dimana dalam operasionalnya masih menggunakan perahu motor berukuran kecil. Potensi ini pula yang membuat Sungailiat kota berkembang menjadi sebuah kota perdagangan. Walaupun para nelayan di Hal ini terlihat dengan adanya beberapa pasar yang telah ada seperti pasar tradisional dan pasar ikan yang telah lama berdiri.

#### 8.2.1. Node-node rekreasi di Sungailiat

Masyarakat Sungailiat umumnya melakukan rekreasi ke pantai hal ini dikarenakan Sungailiat tidak jauh dari pantai, dengan menempuh jarak sekitar 5 km kita sudah sampai ke pantai terdekat. Kebanyakan tempat-tempat rekreasi tersebut belum banyak dikelola.

Pantai-pantai yang dikelola antara lain :

- Tanjung Pesona

- Pantai Parai Tenggara

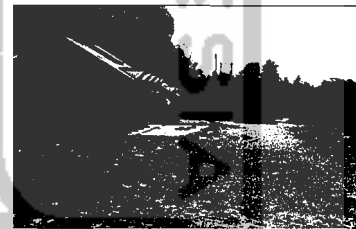
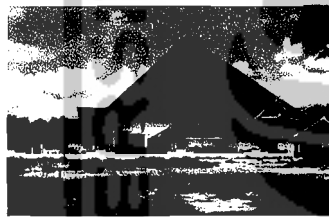
Pantai-pantai tersebut menyediakan fasilitas hiburan rekreasi seperti resort, kolam renang, play ground dan kebun binatang.

Pantai-pantai yang belum dikelola bahkan ada yang belum ada nama yang baku misalnya :

- Pantai Batu Bedaon
- Pantai Rebo

Sedangkan rekreasi di daerah kota untuk saat ini hanya ada di sebuah THR (Tempat Hiburan Rakyat) yang saat ini tidak pernah aktif lagi. Kegiatan hiburan yang biasanya ada disini adalah panggung musik dan acara pameran pembangunan dan kebudayaan yang biasa diadakan setiap satu tahun sekali.

Di sebelah Utara THR terdapat sebuah gedung serba guna untuk menampung kegiatan lomba atau acara resmi daerah, namun sayangnya gedung ini sudah jarang digunakan.



*Foto Gedung Serbaguna dan THR*

*Sumber : Foto Pribadi*

### 8.3. Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

#### 8.3.1. Berdasarkan Skala Pelayanannya

Pusat perbelanjaan dapat digolongkan menjadi tiga tingkatan yaitu :

##### a. Pusat perbelanjaan lokal (Neighbourhood Center)

Jangkauan pelayanan antara 5000-40.000 penduduk (skala lingkungan). Luas areanya berkisar antara 30.000 – 100.000 sq.ft (2.787 – 9.290 M ). Unit terbesar berupa *supermarket*.

- b. Pusat Perbelanjaan Distrik (Community Center):  
Jangkauan pelayanan antara 40.000 – 150.000 penduduk (skala Wilayah).  
Luas areanya berkisar 100.000 – 300.000 sq.ft (9.290 – 27.870 M ). Terdiri dari *Junior Department Store*, *Supermarket* dan *toko – toko*.
- c. Pusat Perbelanjaan Regional (Main Center)  
Jangkauan Pelayanan antara 150.000 – 400.000 penduduk. Luasnya berkisar 300.000 – 1.000.000 sq.ft (27.870 – 92.990 M ). Terdiri dari *Junior Department Store*, *Supermarket* dan *toko – toko*.

### 8.3.2. Berdasarkan Bentuk Fisik

Dapat digolongkan menjadi tujuh bentuk, yaitu :

- a. *Shopping Street* : Toko yang berderet di sepanjang sisi jalan.
- b. *Shopping Center* : Komplek pertokoan yang terdiri dari stand-stand toko yang disewakan/dijual.
- c. *Shopping Precint* : Komplek pertokoan yang pada bagian stand (toko) menghadap ruang terbuka yang bebas dari segala macam kendaraan.
- d. *Departement Store* : Merupakan suatu toko yang sangat besar, biasanya terdiri dari beberapa lantai, yang menjual bermacam – macam barang termasuk pakaian.
- e. *Supermarket* : Merupakan toko yang menjual barang-barang sehari hari dengan system pelayanan *self service* dan area menjual bahan makanan tidak melebihi 15% total area penjualan. Luas lantai berkisar 1.000 – 2.500 M .
- f. *Departement Store* dan *Supermarket* : Merupakan bentuk-bentuk pusat perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan dua jenis pusat perbelanjaan di atas)
- g. *Super Store* : Merupakan toko satu lantai yang menjual bermacam-macam barang kebutuhan dengan system *self service*. Luasnya berkisar antara 5.000 – 7.000 M , dengan luas area penjualan minimum 2.500 M

### 8.3.3. Berdasarkan Kuantitas Barang yang dijual

- 1. *Toko Grosir* : Toko yang menjual barang dalam jumlah yang besar atau secara partai, dimana barang-barang biasanya disimpan ditempat lain, dan yang terdapat ditoko sebagai contoh saja.



2. *Toko eceran (Retail)* : Toko yang menjual barang relatif lebih sedikit atau persatuan barang. Lingkup sistem retail ini lebih luas dan fleksibel dari pada grosir. Selain itu toko eceran akan lebih banyak menarik pengunjung karena tingkat variasi yang tinggi.

#### 8.3.4. Berdasarkan Variasi Barang Yang Dijual

1. *Specially shop* : Merupakan toko yang menjual jenis barang tertentu, misalnya : toko obat, toko sepatu, toko kacamata, toko emas dan sebagainya.
2. *Variety shop* : Merupakan toko yang menjual berbagai macam jenis barang dagangan, seperti toko kelontong.

#### 8.3.5. Sistem Pelayanan Pada Pusat Perbelanjaan

1. *Personal Service*, pembeli atau konsumen dilayani oleh pramuniaga dari belakang counter, biasanya untuk barang mahal dan eksklusif.
2. *Self Selection*, Pembeli atau konsumen memilih barang, kemudian memberi tahu pramuniaga untuk diberikan nota tanda pembelian untuk melakukan pembayaran pada counter.
3. *Self Service*, Pembeli atau konsumen dengan membawa keranjang atau trolley yang tersedia, kemudian memilih barang yang dibutuhkan dan dibawa menuju counter untuk membayar barang yang diambilnya.

8.4. Kerangka Pola Pikir

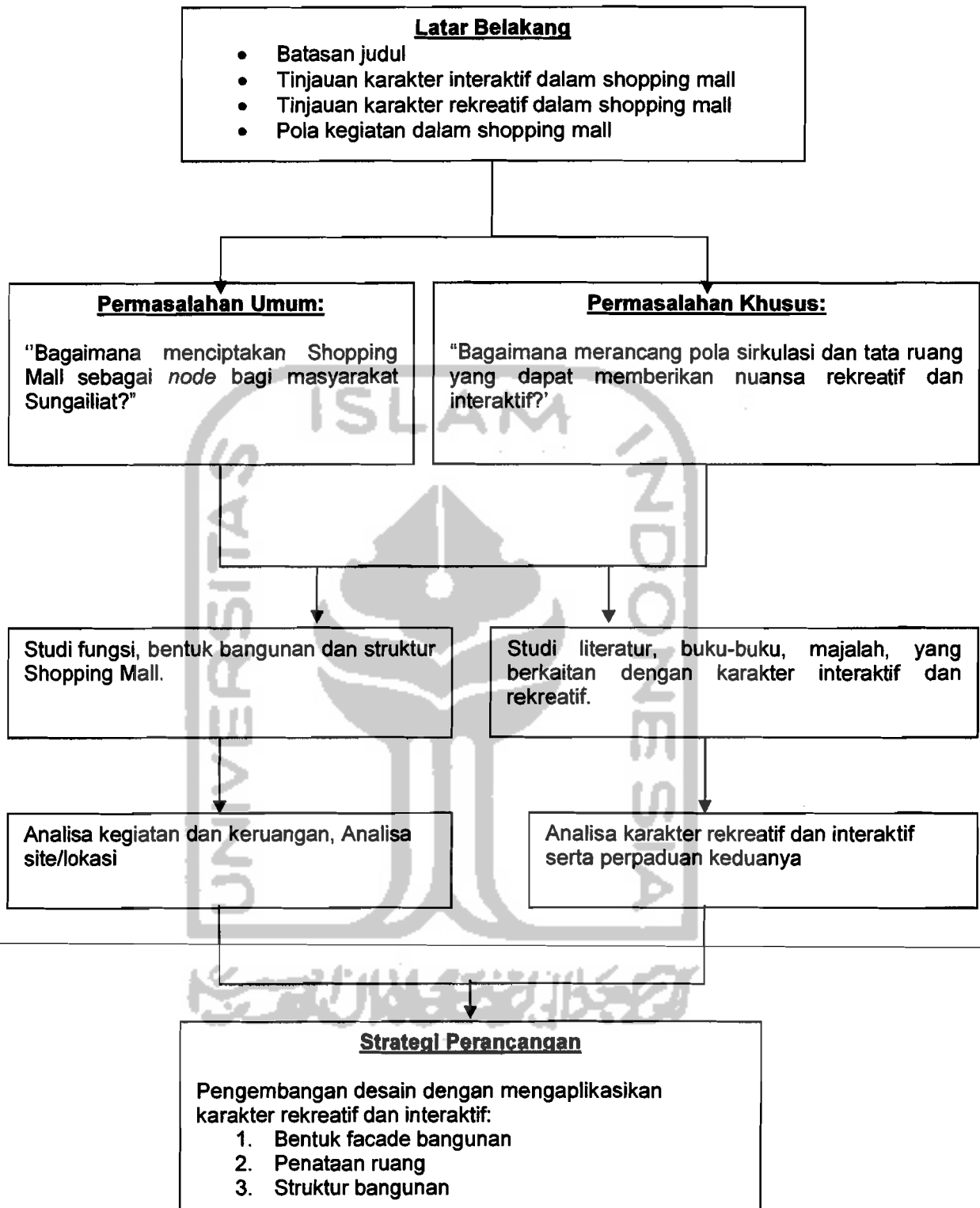


Diagram Kerangka Pola Pikir

## 9. KEASLIAN PENULISAN

- ❖ Nama : Novan Nugrahadi/ 98 512 016/ TA/ UII/ 2003  
Judul : Toys Center di Jogjakarta  
: Dengan penekanan konsep pada bagaimanana menentukan penampilan bangunan melalui transformasi cerita cinderella.
  
- ❖ Nama : Achid Zudhirianto/ 95 340 039/ TA/ UII  
Judul : Shopping Center di Wates  
: Dengan penekanan pada suasana ruang dalam yang rekreatif untuk meningkatkan daya tarik.
  
- ❖ Nama : Donald Oharra Sinaga/ 97 512 049/ TA/ UII/ 2002  
Judul : Shopping Mall di Kawasan Komersial Kotabaru  
: Dengan penekanan pada pengolahan citra bangunan komersial Shopping Mall sebagai Landmark.
  
- ❖ Nama : Andrianto Prayogo/ 00 512 187/ TA/ UII/ 2005  
Judul : Pusat Perbelanjaan dan Fasilitas Wisata Tirta  
: Dengan penekanan pada tata ruang sebagai wadah yang atraktif dan rekreatif berdasarkan prinsip bangunan tepian air.