



BAB III

BAB III

ANALISA DAN PENDEKATAN KONSEP PUSAT PROMOSI FURNITURE DI YOGYAKARTA

3.1 PENENTUAN LOKASI DAN SITE PUSAT PROMOSI DAN PERDAGANGAN FURNITURE DI YOGYAKARTA.

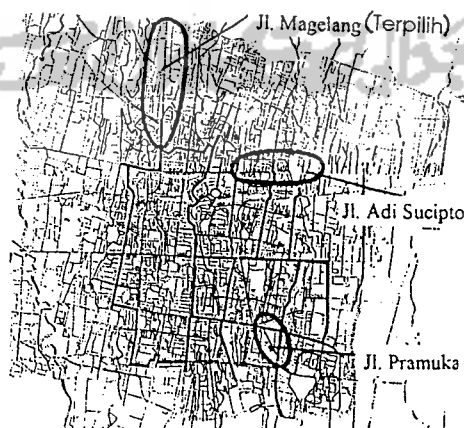
3.1.1 Penentuan dan Penilaian Alternatif Lokasi .

Gedung Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture di Yogyakarta merupakan gedung yang bersifat komersial, maka diperlukan beberapa pertimbangan pemilihan lokasi yang sesuai dengan fungsi bangunan sebagai pusat dari kegiatan promosi dan perdagangan furniture di Yogyakarta yang memiliki karakter atraktif ,informatif dan rekreatif

Beberapa pertimbangan yang perlu dipertimbangkan dalam memilih lokasi adalah :

1. Letak lokasi yang menunjang kegiatan promosi dan perdagangan furniture .
2. Mempunyai nilai ekonomis yang dapat mendukung keberadaan fungsi pusat promosi dan perdagangan .
3. Mempunyai jaringan utilitas yaang lengkap yang dapat mengoptimalkan fungsi bangunan promosi dan perdagangan furniture yang memiliki karakter atraktif, informatif dan rekreatif.
4. Mempunyai aksesibilitas pencapai yang mudah kearah bangunan promosi dan perdagangan furniture .

Berdasarkan dari beberapa syarat diatas terdapat 3 alternatif lokasi yang merupakan daerah bagi perdagangan dan jasa (sesuai rencana kota).



Gambar 3.1 Alternatif Lokasi dan lokasi terpilih

Sebagai penilaian alternatif lokasi maka diberikan pembobotan penilaian yang berbeda pada kriteria-kriteria yang ada didasarkan prioritas yang paling utama. Pembobotan penilaian tersebut adalah :

1. Bobot tertinggi (0,4) diberikan pada **letak site yang baik** untuk memperkuat karakter atraktif ,informatif dan rekreatif ,untuk itu letak harus terletak pada daerah yang ramai sehingga para pengunjung tertarik dan mendatangi bangunan.
2. Bobot kedua (0,3) diberikan pada **aksesibilitas yang mudah** sehingga orang dengan mudah mengunjungi bangunan. Hal tersebut juga mendukung karakter informatif karena itu bangunan harus mudah dicapai oleh para pelaku pengguna bangunan
3. Bobot ketiga (0,2) diberikan pada **sarana utilitas**, karena akan mendukung karakter bangunan ,keamanan dan fungsional bangunan
4. Bobot ke empat (0,1) diberikan pada **kepadatan bangunan** karena bila bangunan terletak pada daerah yang padat bangunan maka bangunan akan susah menerapkan karakter atraktif, informatif dan rekreatif.

Tabel 3.1
Penilaian Alternatif Lokasi.

Kriteria	Bobot	Lokasi kawasan					
		Jl. Adi sucipto		Jl. Magelang		Jl.pramuka	
		Score	Total Score	Score	Total Score	Score	Total Score
1. Letak site	0,4	+1	0,4	+1	0,4	+1	0,4
2. Aksesibilitas	0,3	0	0	0	0	0	0
3. Sarana utilitas	0,2	0	0	+1	0,2	0	0
4. Kepadatan bangunan	0,1	+1	0,1	0	0	0	0
TOTAL			0,5		0,6		0,4

Keterangan : 0 – 1 = adalah derajat penilaian .

-1 = kurang .

0 = Sedang.

+1= Baik.

3.1.2 Lokasi Terpilih

Berdasarkan dari penilaian Alternatif lokasi di atas, maka lokasi site terpilih adalah Kawasan Jl. Magelang , Kawasan ini selain memenuhi syarat sebagai kawasan perdagangan juga didukung oleh keadaan kawasan yang merupakan daerah pengembangan kawasan untuk perdagangan primer ataupun sekunder utama .

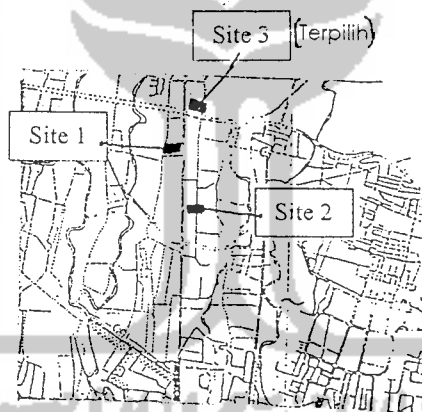
3.1.3 Alternatif dan Penilaian Site .

Setelah ditentukan lokasi yang sesuai untuk bangunan pusat promosi dan perdagangan furniture yaitu kawasan Jl. Magelang , Kemudian ditentukan alternatif site yang tepat untuk mendirikan Bangunan Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture.

Dalam menentukan site sebagai tempat untuk mendirikan sebuah bangunan pusat promosi dan perdagangan furniture yang memiliki karakter atraktif, informatif dan rekreatif maka perlu beberapa pertimbangan kriteria tertentu .Kriteria yang dirasakan cocok untuk Bangunan Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture dengan karakter atraktif informatif dan rekreatif adalah :

1. Nilai strategis
2. Accesibilitas yang baik bagi pencapaian kebangunan .
3. Tersedianya jaringan infra struktur bagi sarana utilitas
4. Viem yang menarik bagi orang yang melihatnya .
5. Luasan lahan yang memadai .

Berdasarkan kriteria-kriteria diatas maka di dapatkan 3 Alternatif Site yang akan dinilai untuk mendapatkan pilihan site yang baik untuk Bangunan Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture .



Gambar 3.2 Alternatif site dan site terpilih

Sebagai dasar penilaian alternatif site maka diberikan pembobotan penilaian yang berbeda pada kriteria-kriteria yang ada didasarkan prioritas yang paling utama. pembobotan penilaian tersebut adalah :

1. Bobot tertinggi (0,3) diberikan pada **letak site yang strategis** dan **akses yang informatif**, bangunan harus memiliki letak site yang strategis sehingga mendukung dalam menerapkan karakter atraktif ,informatif dan rekreatif pada bangunan dan aksesibilitas yang informatif memudahkan orang mendatangi Bangunan Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture .

2. Bobot kedua (0,2) diberikan pada **View** ,dengan view yang baik antara bangunan dan orang yang melihat maka akan mendukung pesan karakter atraktif, informatif dan rekreatif yang melekat pada eksterior penampilan bangunan .
3. Bobot ketiga (0,1) diberikan pada **kontur site** dan **ketersediaan lahan** , karena kontur yang bervariasi maka akan mendukung penciptaan bangunan yang atraktif , dan ketersediaan lahan akan memudahkan perletakan massa bangunan .

Tabel 3.2
Penilaian Alternatif Site .

Kriteria	Bobot	Lokasi site					
		Site 1		Site 2		Site 3	
		Score	Total Score	Score	Total Score	Score	Total Score
1. Letak site strategis.	0,3	0	0	0	0	+1	0,3
2. Akses yang informatif	0,3	+1	0,3	+1	0,3	+1	0,3
3. View	0,2	+1	0,2	+1	0,2	+1	0,2
4. Kontur	0,1	0	0,1	-1	-0,1	0	0
5. Ketersediaan lahan	0,1	+1	0,1	0	0	+1	0,1
TOTAL			0,7		0,6		0,9

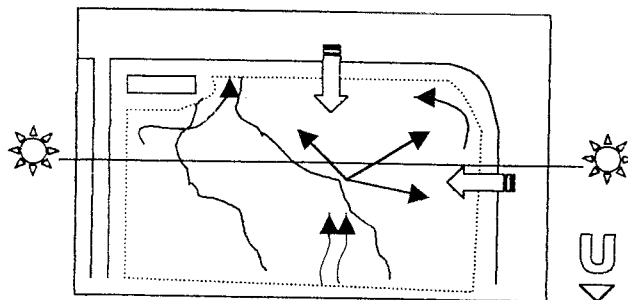
Keterangan : 0 - 1 = adalah derajat penilaian .
 -1 = kurang .
 0 = Sedang.
 +1 = Baik.

3.1.4 Site Terpilih .

Berdasarkan pada Alternatif penilaian site maka didapat site yang dipilih sebagai lokasi site bagi Bangunan Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture yaitu Site nomor 3 . Site ini mempunyai letak yang baik karena merupakan jalur utama antar kota maupun antar propinsi.

3.1.5 Analisis Tapak

1. **Eksisting Site** (lampiran Gambar 12, Hal : L-10).



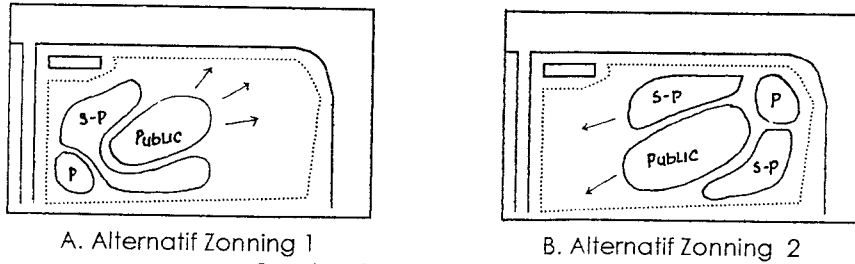
Gambar 3.3 Eksisting site.

Keterangan :

- A = Jl. Ring road utara .
- B = Jl. Raya magelang
- = Batas site
- ☀ = Arah sinar matahari
- = Arah angin.
- = Arah view.
- ➡ = Arah kebisingan.
- = Arah drainasi.

2. Penzonningan

Dalam penzonningan terdapat 3 tingkatan yaitu : Publik, semi publik, privat.



Gambar 3.4 Alternatif zonning.

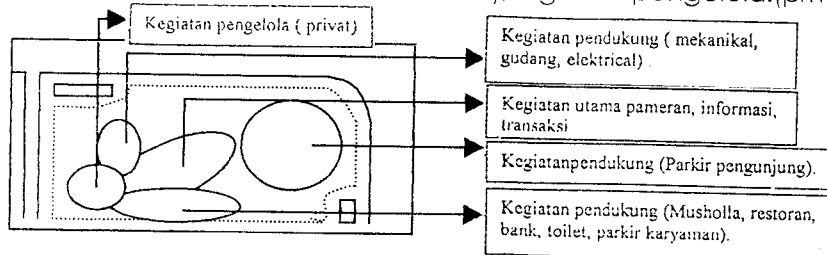
Pada alternatif penzonningan 1, penzonningan diarahkan menjauhi jalan dengan memanfaatkan perbedaan tinggi tanah (kontur) untuk memperkuat kesan penzonningan yang atraktif dan rekreatif serta berorientasi ke arah view keluar sehingga terdapat ruang transisi sebagai penghalau kebisingan dan memberikan jarak pandang bagi orang yang melihatnya sehingga memperkuat karakter informatif. Penzonningan tidak berada tegak lurus terhadap arah sinar matahari yang menyilaukan dan kurang baik terhadap furniture. Zone public diletakan di depan agar mudah di ditempuh, dan zone semi public dan privat diletakan berdekatan agar bisa saling mendukung sehingga memperkuat karakter informatif.

Pada alternatif penzonningan 2, Penzonningan diletakan dekat jalan sehingga mudah diketahui dan orientasi view menuju kedalam serta memanfaatkan bidang paling datar sehingga memudahkan perletakan zone (informatif) namun zone kurang berkesan atraktif dan rekreatif terhadap bidang kontur. Zone public sangat terlindung dari kebisingan dan arah sinar matahari langsung yang menyilaukan dan merusak furniture namun pada Zone semi publik dan zone privat diperlukan usaha bagi penghalau kebisingan.

Berdasarkan alternatif penzonningan diatas maka penzonningan yang paling baik untuk pusat promosi dan yang terdiri dari zone publik, semi publik dan privat adalah penzonningan 1, karena memberikan penzonningan yang fungsional dengan perletakan yang informatif serta memperkuat karakter atraktif dan rekreatif.

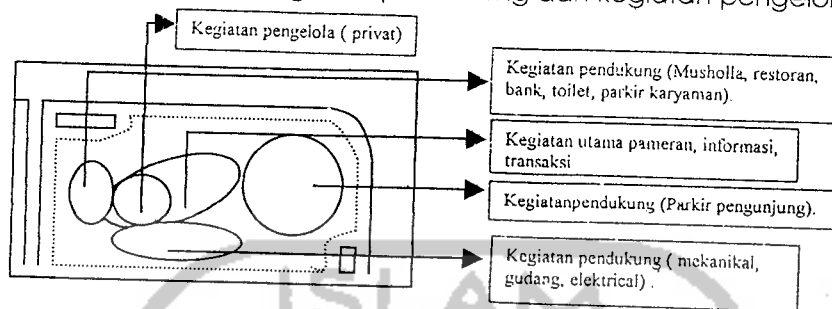
3. Pemintakatan Ruang Fungsional pada Site

Pemintakatan site pada site dibedakan menjadi kegiatan utama (pameran), kegiatan pendukung (parkir, restoran, bank, dll), kegiatan pengelola.(privat)



Gambar 3.5 A. Alternatif pemintakatan site 1

Pada pemintakatan site 1 pembagian zone pada site terjadi kedekatan antara kegiatan utama (pameran), kegiatan pendukung dan kegiatan pengelola sehingga memberikan kemudahan untuk saling mendukung antar kegiatan, selain itu kegiatan utama diletakan paling depan untuk memudahkan pengunjung (informatif) menuju ruang pameran, selain itu terdapat tahapan-tahapan informatif dimana di mulai dari kegiatan utama ,kegiatan pendukung dan kegiatan pengelola.



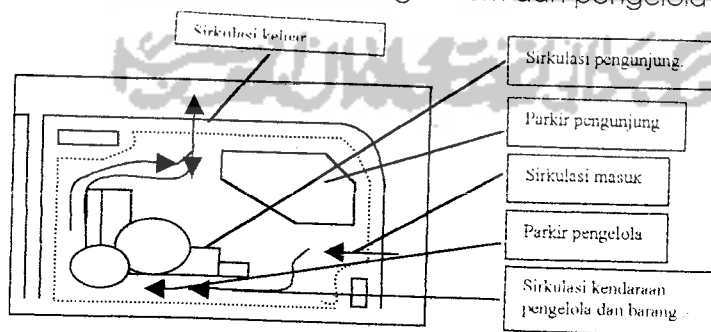
Gambar 3.5 B. Alternatif pemintakatan site 2

Pada pemintakatan site 2 zone pada area site terdapat zone kegiatan utama yang memiliki sifat publik dengan zone kegiatan pengelola yang bersifat privat hal ini memudahkan pengontrolan bagi pengelola terhadap ruang pameran (Informatif), namun perletakan zone kegiatan pendukung tidak dapat berinteraksi langsung terhadap kegiatan utama.

Berdasarkan alternatif pemintakan site terhadap kegiatan utama, pendukung dan pengelola maka pemintakatan yang paling baik untuk pemintakatan site bagi pusat promosi dan perdagangan furniture adalah pemintakatan site 1 karena dapat saling mendukung antar kegiatan juga mempunyai perletakan zone yang informatif.

4. Sirkulasi ruang luar .

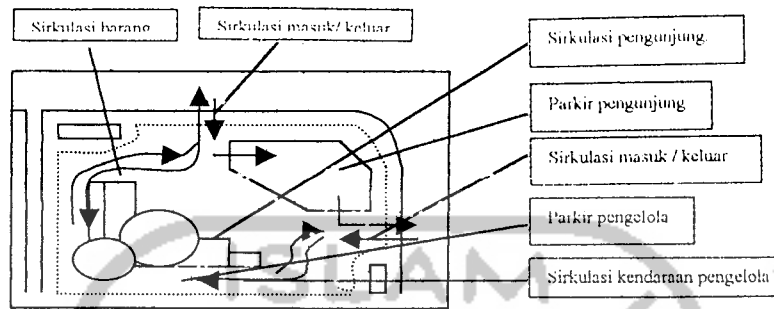
Sirkulasi ruang luar terdiri dari sirkulasi pencapaian site, sirkulasi kendaraan pengunjung dan barang serta sirkulasi bagi umum dan pengelola .



Gambar 3.6 A. Alternatif sirkulasi ruang luar 1

Pada alternatif sirkulasi ruang luar 1 terdapat dua sirkulasi pencapaian site sehingga memudahkan pencapaian (informatif),namun terdiri dari satu pintu masuk

dan satu pintu keluar, letak sirkulasi pengunjung berbeda dengan sirkulasi pengelola dan barang sehingga para pengunjung mempunyai akses langsung ke bangunan begitu juga para pengelola dan barang (informatif), Sirkulasi pengunjung diarahkan langsung menuju ruang parkir berbeda dengan sirkulasi pengelola dan barang yang harus melewati sirkulasi belakang sehingga terdapat perbedaan yang memperkuat kesan atraktif.



Gambar 3.6 B. Alternatif sirkulasi ruang luar 2

Pada alternatif sirkulasi ruang luar 2 terdapat dua akses pencapaian site dengan dua pintu masuk dan pintu keluar sehingga memberikan kemudahan (informatif), sirkulasi pengunjung, pengelola, dan barang saling terpisah, namun pada pintu masuk bisa terjadi cross kendaraan antara kendaraan masuk dan kendaraan keluar.

Berdasarkan alternatif dan penjelasannya maka sirkulasi ruang luar yang baik untuk pencapaian site dan sirkulasi kendaraan dan pelaku kegiatan pada pusat promosi dan perdagangan adalah alternatif sirkulasi ruang luar 1 karena selain mempunyai akses langsung juga tidak menyebabkan cross antara kendaraan masuk dan keluar.

3.2 ANALISIS DAN PENDEKATAN RUANG PROMOSI FURNITURE

3.2.1 ANALISIS HUBUNGAN ELEMEN RUANG DAN FURNITURE

Hubungan antara elemen ruang dan furniture sangat dipengaruhi oleh proporsi, warna, texture, dan pola yang harus disesuaikan dengan jenis furniture yang yang menempati ruang tersebut.

1. Ruang untuk furniture klasik.

Berdasarkan karakteristik dan dimensi furniture klasik maka dibutuhkan proporsi (skala) ruang yang besar, warna ruang yang terang, texture ruang ringan, tipis dan halus, pola ruang yang terkesan formal seperti bentuk persegi empat yang bertujuan mendapatkan keselarasan dan keindahan antara ruang dan karakteristik furniture klasik yang memiliki dimensi besar dan berkesan berat sehingga memperkuat kesan

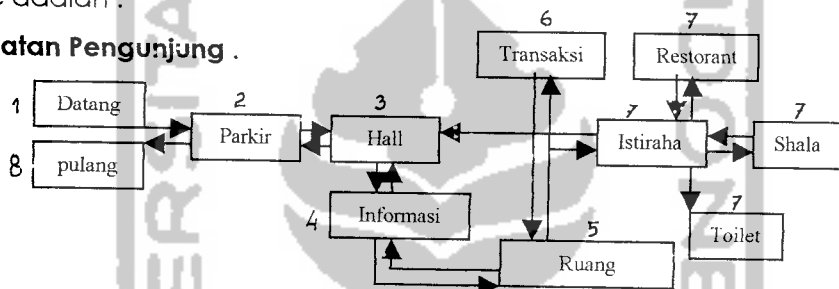
berupa sistem pameran yang dapat memperkuat kesan atraktif dan rekreatif dengan merancang ruang-ruang pameran yang berbeda untuk menghilangkan kesan monoton seperti menghadirkan ruang yang berkesan formal (statis) serta ruang yang berkesan dinamis seperti ruang pameran yang bergerak.

Selain itu berdasarkan waktu penyelenggaraan pada Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture berfungsi sebagai tempat bagi pameran tetap dan pameran temporer. Pameran tetap dilakukan dengan memberikan tempat berupa ruang pameran tetap dengan ruang yang berbeda disesuaikan dengan jenis furniture bagi para pengusaha furniture yang belum memiliki ruang pameran untuk memamerkan produksi hasil usahanya, sedangkan untuk ruang pameran tidak tetap dibutuhkan ruang pameran yang fleksibel dengan letak pada tengah-tengah ruang pameran tetap sehingga tidak mengganggu kegiatan pameran tetap.

3.2.3 ANALISIS KARAKTERISTIK KEGIATAN

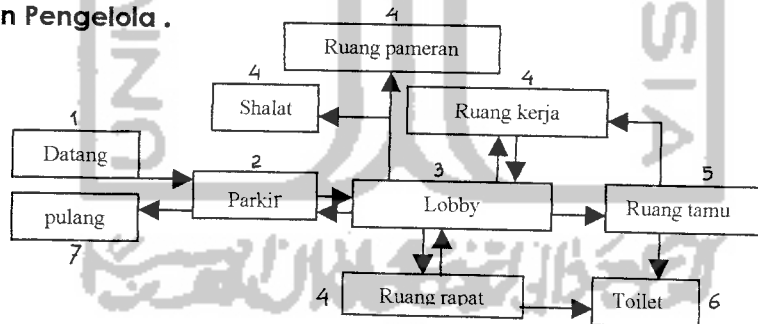
Kegiatan dan karakteristik yang ada pada Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture adalah :

1. Kegiatan Pengunjung .



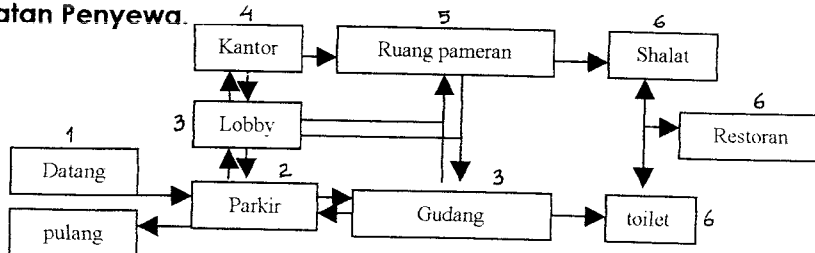
Gambar 3.8 A. Karakteristik kegiatan pengunjung.

2. Kegiatan Pengelola .



Gambar 3.8 B Karakteristik Kegiatan pengelola

3. Kegiatan Penyewa.



Gambar 3.8 C Karakteristik Kegiatan Penyewa

3.2.4 ANALISIS MACAM RUANG DAN BESARAN RUANG

Pada pusat promosi dan perdagangan furniture memerlukan ruangan bagi kebutuhan pameran . Banyaknya ruang bagi pameran tetap dapat dihitung dengan memprediksikan jumlah prosentase jumlah pengusaha yang mengikuti pameran pada tahun-tahun sebelumnya yang merupakan para pengusaha furniture yang potensial sebagai konsumen pada Gedung Pusat Promosi dan Perdagangan Furniture.

Perhitungan prediksi jumlah peningkatan pengusaha furniture pada tahun 2005 yang akan datang adalah :

$$\text{Rumus } P_t = P_o (1 + r)^n$$

P_t = Jumlah pengusaha pada tahun 2005 .

P_o = Jumlah pengusaha Tahun 1997 .

r . = Prosentase Perkembangan pengusaha .

n = Selisih antar Tahun yang dituju .

maka

$$\begin{aligned} 2005 &= 52 (1 + 0,06)^8 \\ &= \pm 80 \text{ pengusaha furniture.} \end{aligned}$$

- A. Prediksi jumlah ruang pameran tetap.
Asumsi 45 % dari jumlah pengusaha mengikuti pameran tetap.
 $45 \% \times 80 = 36$ ruang pameran tetap.
- B. Prediksi ruang pameran tidak tetap .
Asumsi 50 % dari jumlah peserta pameran tetap .
 $50 \% \times 36 = 18$ peserta .
- C. Prediksi jumlah pengunjung .

Berdasarkan tabel peningkatan jumlah pengunjung pameran furniture (Tabel 2.2, Lihat Bab 2 ,Hal : 14), maka di dapat animo pengunjung tiap harinya berkisar ± 350 orang pengunjung setiap harinya, jika diasumsikan perkembangan pengunjung 5 % tiap tahun maka jumlah pengunjung untuk 8 tahun yang akan datang ± 2080 pengunjung dan jika waktu efektif pamer berlangsung selama 11 jam (pukul 09.00-21.00).dengan peak hour berkisar selama 8 jam, maka jumlah pengunjung yang terdapat untuk setiap jamnya adalah $2080/8 = \pm 260$ pengunjung untuk tiap jamnya .

- D. Prediksi jumlah ruang transaksi.
Asumsi 50 % dari jumlah pengunjung .
 $50 \% \times 260$ pengunjung = 130 orang / perjam

1 ruang transaksi (seperti ATM) melayani 12 orang / perjam

$1 / 12 \times 130 = 10$ ruang transaksi.

E. Prediksi luas ruang pameran .

Memperhatikan luas yang baik untuk pameran furniture pada ruang pameran tetap dan tidak tetap maka digunakan luasan modul yaitu 4×6 m (24 m²) di mana modul ini dapat menampung bagi perletakan furniture dengan dimensi kecil (1x 2 m) furniture sedang (2 x 3 m) atau dimensi besar (3 x 4 m).

Untuk mendukung kebutuhan ruang dan besaran ruang maka digunakan pendekatan standar kebutuhan ruang dari beberapa literatur, yaitu :

1. Ernerst Neufert , Data arsitek , Tahun 1996 , Hal : 8,11-13, 24-25.
2. Joseph .D. Chiara and John Callendar , Time Saver Standart for building type , Tahun 1992,Hal : 825, 827.
3. Mcguiness J William . Mechanical and Electrical Equipment for Buildings Tahun1980. Hal : 382, 421, 537-538.

Kegiatan promosi		
1. Ruang pameran tetap	Asumsi 36 peserta @ 24 m ²	864 m ²
2. Ruang pameran tidak tetap	Asumsi 50 % dari ruang pameran tetap	432 m ²
3. Hall	260 orang @ 0,8 + 1,2 m ² / orang	520 m ²
3. Ruang operator	Lampu	8 m ²
	Sound	6 m ²
4. Ruang Informasi		12 m ²
5. Ruang penyewa	Asumsi 36 penyewa @ 12 m ²	432 m ²
6. Ruang transaksi .	Seperti ATM ,10 unit @ 1,5 m ²	15 m ²
Kegiatan pengelola		
1. Ruang pimpinan		16 m ²
2. Ruang sekretaris		12 m ²
3. Ruang Tamu pimpinan		9 m ²
4. Ruang Administrasi		16 m ²
5. Ruang operasional		16 m ²
6. Ruang Pemasaran		16 m ²
7. Ruang staf	Asumsi 20 Orang @ 5m ² /oarang	100 m ²
8. Ruang Rapat.	Asumsi 20 orang @ 2m ² /orang	40 m ²
9. Ruang tamu		9m ²
	Sirkulasi 20 %	36 m ²

Kegiatan pendukung		
1. Bank	4 Unit ATM @ 1,5 m2	6 m2
2. Musholla	Kapasitas 20 orang @ 0,92 m2	18,4 m2
3. Restoran	Kapasitas 50 orang @ 1,5 m2	75 m2
4. Ruang service + dapur		50 m2
5. Ruang Genset	2 unit @ 10 m2	20 m2
6. Ruang Trafo + switc board	2 unit @ 10 m2	20 m2
7. Ruang panel distribusi		3 m2
8. Ruang Tank full	1 unit @ 8 m2	8 m2
9. Ruang AC		25 m2
10. Ruang MDF (telpon)		9 m2
11. Ruang pompa + bak		12 m2
12. Ruang alat-alat		9 m2
13. Ruang staf	10 Orang @ 2 m2	20 m2
14. Gudang	40 % dari luas Ruang pameran	340 m2
15. Ruang keamanan	3 unit @ 12 m2	36 m2
16. Toilet	(1 Wc melayani 25 Orang) 10 Wc @ 2m2	20 m2
	10 Orinoir 0,9 m2	19 m2
	8 Wastafel 0,81 m2	6,5 m2
17. Ruang parkir	70 Roda empat @ 15 m2	1050 m2
	70 Roda dua @ 1,5 m2	105 m2
	3 Truk @ 30 m2	90 m2

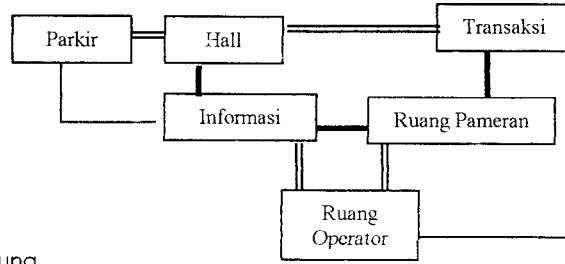
3.2.5 ANALISIS HUBUNGAN RUANG

Hubungan ruang untuk mendapatkan tingkat kedekatan dan kebutuhan timbal balik antar ruang, maka dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu kelompok kegiatan promosi, kelompok kegiatan pendukung dan kelompok kegiatan pengelola.

Hubungan ruang yang terjadi adalah :

- A. Hubungan langsung yaitu hubungan antar ruang yang saling berkaitan dan mendukung satu sama lain.
- B. Hubungan tidak langsung yaitu hubungan antar ruang yang cukup saling mendukung sehingga perlu didekatkan.
- C. Tidak ada hubungan yaitu hubungan antar ruang yang tidak berhubungan atau bertolak belakang.

1. Hubungan Ruang pada Kegiatan promosi .

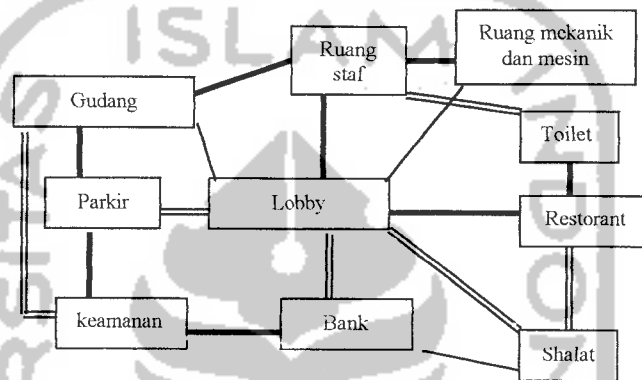


Keterangan :

- ==== Hubungan langsung
- ===== Hubungan tidak langsung
- Tidak ada hubungan.

Gambar 3.9 A Hubungan ruang pada kegiatan promosi

2. Hubungan Ruang pada kegiatan Pendukung .

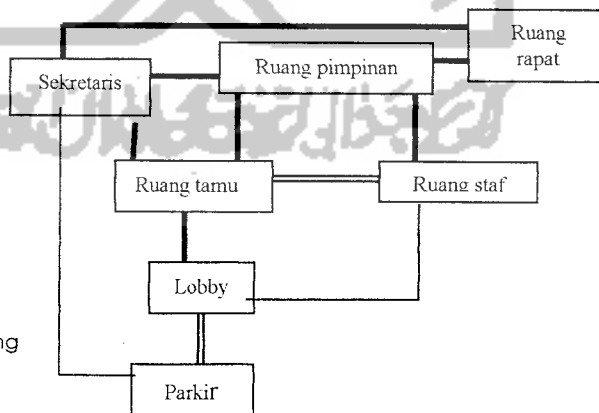


Keterangan :

- ==== Hubungan langsung
- ===== Hubungan tidak langsung
- Tidak ada hubungan

Gambar 3.9 B Hubungan ruang pada kegiatan pendukung

3. Hubungan Ruang pada kegiatan Pengelola



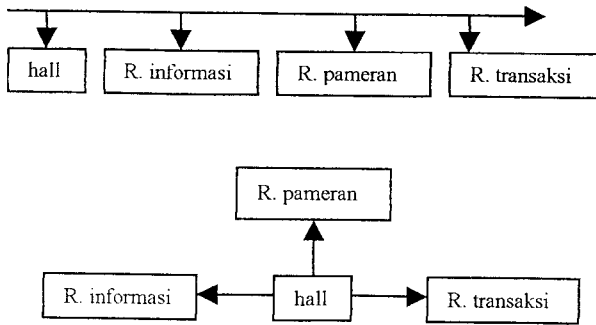
Keterangan :

- ==== Hubungan langsung
- ===== Hubungan tidak langsung
- Tidak ada hubungan

Gambar 3.9 C Hubungan ruang pada kegiatan pengelola

3.2.6 ANALISIS PENENTU POLA SIRKULASI RUANG DALAM

1. Sirkulasi pada Kegiatan Promosi .



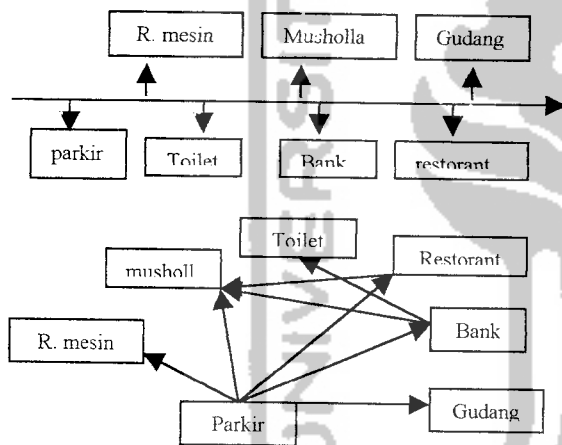
Gambar 3.10 Sirkulasi pada kegiatan promosi.

A. Pada pola sirkulasi linier terdapat pengarahannya yang jelas pada pencapaian urutan ruang sehingga memudahkan pengunjung pada kegiatan promosi (informatif).

B. Pola sirkulasi radial pada kegiatan promosi tidak memberikan kemudahan pengarahannya yang jelas karena adanya penyebaran sirkulasi.

Pola sirkulasi yang tepat pada kegiatan promosi adalah pola sirkulasi linier yang bertujuan memberikan kemudahan pengarahannya pengunjung dalam kegiatan promosi furniture

2. Sirkulasi pada Kegiatan Pendukung.



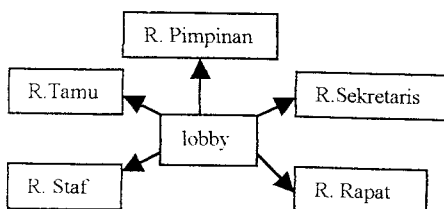
Gambar 3.11 Sirkulasi pada kegiatan pendukung.

A. Pola sirkulasi linier pada kegiatan pendukung akan membuat pengarahannya kepada ruang yang didukung akan semakin jauh sehingga kurang efektif dalam pencapaian .

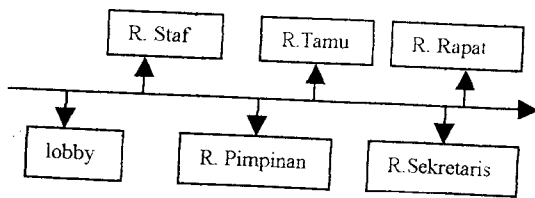
B. Pola sirkulasi Net work pada kegiatan pendukung sangat membantu karena dapat mengarahkan secara langsung sehingga mempercepat pencapaian pada suatu ruang .

Pola sirkulasi yang paling tepat pada kegiatan pendukung adalah pola sirkulasi net work di mana para pelaku pada kegiatan pendukung dapat dengan mudah berinteraksi terhadap ruang yang ditujunya .

3. Sirkulasi pada Kegiatan Pengelola



A. Pola sirkulasi radial pada kegiatan pengelola sangat membantu pengelola untuk menuju pencapaian ruang yang cepat dan langsung menuju ruang yang dimaksud.



Gambar 3.12 Sirkulasi pada kegiatan pegelola

B. Pola sirkulasi linier pada kegiatan pengelola kurang tepat karena pencapaian sirkulasi kearah ruang tidak secara langsung, sehingga kurang meridukung para pelaku pada kegiatan pengelola

Pola sirkulasi radial pada kegiatan pengelola sangat tepat karena dapat membantu pencapaian para pelaku kegiatan menuju ruang-ruang yang dimaksud tanpa harus melalui ruang-ruang lainnya (informatif).

3.3 ANALISA DAN PENDEKATAN PENATAAN INTERIOR RUANG PROMOSI YANG ATRAKTIF, INFORMATIF DAN REKREATIF.

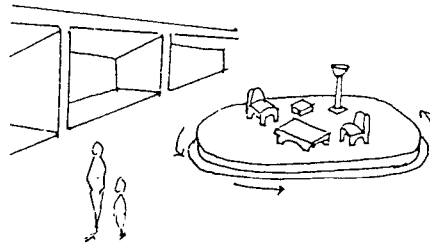
3.3.1 Karakter Atraktif pada Interior Ruang Promosi

Karakter atraktif pada interior ruang promosi dapat diperoleh menggunakan beberapa kriteria sebagai pedoman karakter atraktif seperti tertulis pada Bab II antara lain

1. **Movement** yaitu adanya pergerakan / gerak-gerak yang akan menarik perhatian orang yang melihat.
2. **Pattern** yaitu merupakan adanya suatu susunan pola-pola yang berbeda. Dengan penyusunan pola akan meningkatkan daya tarik pada suatu ruang bagi orang yang melihatnya.

Untuk dapat mencerminkan karakter atraktif pada tata ruang dalam (interior) dapat diperoleh dengan cara antara lain :

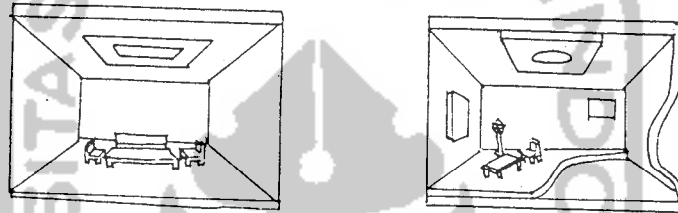
1. Elemen penghubung ruang
Penggunaan elemen penghubung ruang yang mempunyai gerak seperti escalator dan lift, Penggunaan escalator dan lift pada ruang dalam dapat memberikan nilai yang menarik terlebih bila diletakan pada tempat yang mudah terlihat (informatif) karena dengan adanya elemen yang bergerak dari escalator dan lift akan memberikan suatu daya tarik yang tidak monoton dari ruang-ruang yang bersifat statis.
2. Penggunaan teknologi mesin
Penggunaan teknologi mesin dapat digunakan untuk membuat suatu gerakan, Penggunaan teknologi mesin untuk membuat suatu ruang pameran furniture yang dapat bergerak sehingga diharapkan dapat memberikan suatu daya tarik kepada pengunjung karena dengan penggunaan teknologi mesin pada ruang pameran para pengunjung mendapatkan suatu penyajian pameran yang berbeda dengan pameran pada suatu ruang biasa.



Gambar 3.13 Penggunaan teknologi mesin

3. Penataan Elemen ruang

Penataan elemen ruang seperti dinding , langit-langit dan lantai dengan memberikan suatu pola dan penataan yang berbeda antara satu ruang dengan ruang lainnya misalnya dengan menaikkan tinggi lantai, menurunkan langit-langit dan dinding yang tidak berbentuk persegi empat sehingga diharapkan ada suatu perbedaan yang dapat memberikan daya tarik yang hadir dengan penataan dan penggunaan pola yang berbeda pada suatu ruang pameran.



Gambar 3.14 Penataan elemen ruang

3.3.2 Karakter Informatif pada Interior Ruang Promosi.

Karakter informatif pada interior ruang promosi dapat menggunakan beberapa kriteria sebagai pedoman penentu karakter informatif antara lain :

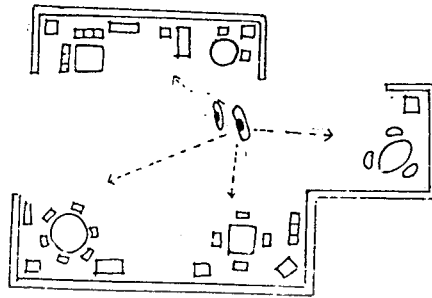
1. **Bukaan** yaitu suatu usaha yang mengandung pengertian terbuka atau membuka diri sehingga mengurangi kesan tertutupan.
2. **Warna** yaitu pemilihan warna yang dapat menginformasikan terhadap keadaan suatu obyek terhadap suatu ruang.

Untuk dapat mencerminkan karakter informatif pada tata ruang dalam (interior) dapat diperoleh dengan cara :

1. penggunaan material Transparan
 penggunaan material transparan sebagai dinding memberikan suatu kesan ruang yang tidak tertutup, di mana para pengunjung dapat mempunyai pandang yang lebih luas karena pandangan tidak dibatasi oleh suatu yang menghalangi, Penggunaan material Transparan juga memberikan informasi terhadap suatu obyek pada suatu ruang karena para pengunjung dapat langsung melihat obyek yang dipamerkan.

2. Tata ruang yang mengandung arti menerima

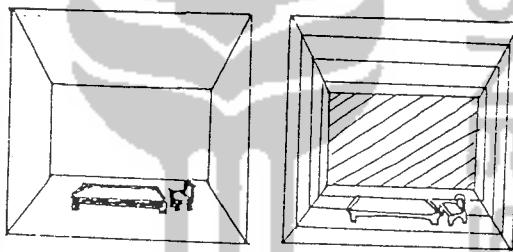
Tata ruang yang mengandung arti menerima dapat diperoleh dengan cara meminimalkan dinding dari bahan solid yang terkesan tertutup sehingga tidak menimbulkan kesan yang sangat tertutup.



Gambar 3.15 Meminimalkan dinding tertutup

3. Pemilihan warna

Pemilihan warna dapat digunakan untuk memfokuskan obyek pada suatu ruang. Misalnya dengan penggunaan warna terang pada dinding, lantai dan langit-langit pada suatu ruang yang memiliki obyek dengan warna yang gelap atau sebaliknya penggunaan warna yang gelap untuk obyek yang berwarna terang.



Gambar 3.16 Pemilihan warna

3.3.3 Karakter Kreatif pada Interior Ruang Promosi

Karakter kreatif pada interior ruang promosi dapat menggunakan beberapa kriteria sebagai pedoman penentu karakter kreatif diantaranya :

1. **Dinamis** yaitu adanya suatu yang berkesan mengalir (pergerakan) sehingga menimbulkan suatu perasaan yang menyenangkan.
2. **Skala** yaitu adanya suatu penggunaan ukuran yang berkaitan terhadap proporsi ruang yang menciptakan suasana ruang yang berbeda.
3. **Unsur alam** yaitu penggunaan elemen dari alam untuk menampilkan suasana alam yang membawa suasana yang kreatif (menyenangkan).

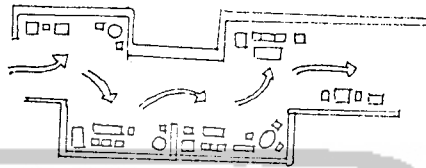
Untuk dapat mencerminkan karakter kreatif pada tata ruang dalam (interior) dapat diperoleh dengan cara :

1. Perletakan ruang

Perletakan ruang yang dikombinasikan dengan perletakan posisi benda obyek pameran yang tidak monoton, dimana ada perbedaan letak dan posisi ruang sehingga adanya suatu yang memberikan kesan mengalir.

2. Pengaturan sirkulasi

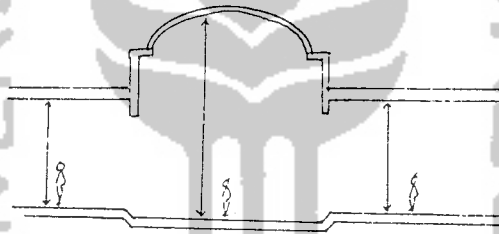
Pengaturan sirkulasi yang memberikan arahan yang mengalir yang dipadukan dengan perletakan ruang diharapkan dapat menimbulkan suatu kesan rekreatif.



Gambar 3.17 Perletakan ruang dan sirkulasi

3. Perbedaan skala

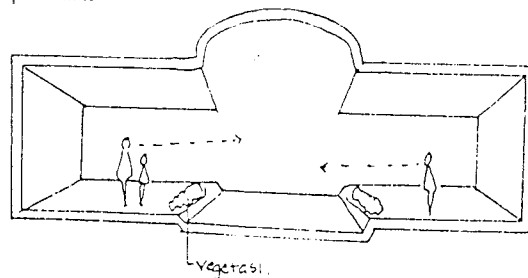
Penggunaan skala yang berbeda antara ruang pameran tetap dengan ruang pameran tidak tetap akan menimbulkan suasana yang berbeda sehingga diharapkan dapat memberikan kesan rekreatif terhadap skala ruang-ruang yang sama sehingga menimbulkan suasana yang monoton.



Gambar 3.18 Perbedaan skala

4. Penggunaan Vegetasi

Vegetasi dapat digunakan sebagai elemen pembatas ruang sehingga mengurangi kesan ruang yang tertutup yang menimbulkan kebosanan terhadap suasana ruang, vegetasi juga memberikan suasana alami dan kenyamanan terhadap ruang sehingga dapat memberikan kesan rekreatif pada suasana ruang yang ditampilkan.



Gambar 3.19 Penggunaan Vegetasi



3.4 ANALISIS DAN PENDEKATAN EKSTERIOR PENAMPILAN BANGUNAN YANG ATRAKTIF, INFORMATIF DAN REKREATIF

3.4.1 Karakter Atraktif pada Eksterior Penampilan bangunan .

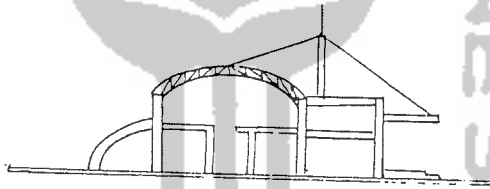
Karakter Atraktif pada eksterior penampilan bangunan dapat menggunakan beberapa kriteria sebagai pedoman penentu karakter atraktif seperti tertulis pada Bab II diantaranya :

1. **Spectacular** yaitu usaha untuk menciptakan kesan modern dan teknologi pada bangunan sehingga memberikan suatu bangunan yang memberikan daya tarik orang yang melihatnya.
2. **Admirable** yaitu menghadirkan sesuatu yang memberikan kesan mengagumkan sehingga memberikan daya tarik orang yang melihatnya.
3. **Bold** yaitu menciptakan suatu yang terkesan berani dan menonjol sehingga memberikan daya tarik bagi orang yang melihatnya.

Untuk dapat mencerminkan karakter atraktif pada penampilan bangunan (eksterior) dapat diperoleh dengan cara :

1. Penggunaan ragam struktur

Penggunaan struktur yang beraneka ragam seperti Struktur rangka ruang, struktur bidang dan struktur kabel pada penampilan bangunan akan memperkuat kesan atraktif karena hadirnya penggunaan struktur yang tidak monoton.



Gambar 3.20 Penggunaan ragam struktur

2. Struktur yang diekspose

Struktur yang diekspose sehingga dapat terlihat seperti struktur rangka ruang dengan penutup transparan memberikan penampilan bangunan yang dapat memberikan daya tarik orang yang melihatnya.

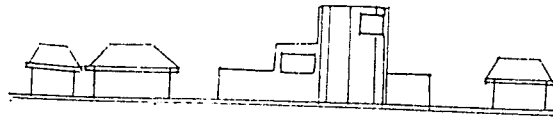
3. Pemilihan bahan

Pemilihan bahan sangat berpengaruh terhadap kesan yang ditimbulkan, untuk menimbulkan kesan modern maka diperlukan bahan modern seperti baja, sunblock, glass block sehingga penampilan bangunan terkesan modern dan memberikan daya tarik orang yang melihatnya.

4. Pengolahan bentuk

Pengolahan bentuk penampilan bangunan akan sangat berpengaruh terhadap kesan yang ditimbulkan, untuk mendapatkan daya tarik orang yang melihatnya

dapat menggunakan bentuk yang berbeda dengan lingkungan sekitarnya sehingga penampilan bangunan menjadi lebih menonjol (informatif) dan memperkuat kesan atraktif.



Gambar 3.21 Pengolahan bentuk

3.4.2 Karakter Informatif pada Eksterior Penampilan Bangunan.

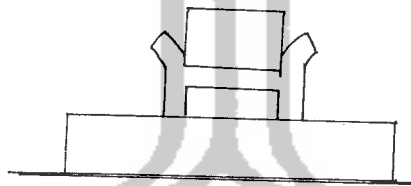
Karakter Informatif pada eksterior penampilan bangunan dapat menggunakan beberapa kriteria sebagai pedoman penentu karakter informatif antara lain :

1. **Simbol** yaitu suatu usaha menyampaikan yang dapat mewakili fungsi suatu bangunan sehingga memudahkan orang mengenali fungsi bangunan.
2. **Warna** yaitu penggunaan warna untuk memberikan kesan yang dapat dengan mudah dikenal orang yang melihatnya.

Untuk memcerminkan karakter informatif pada penampilan bangunan (eksterior) dapat diperoleh dengan cara :

1. Penggunaan simbol metafor

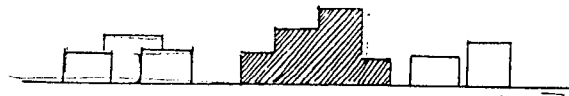
Penggunaan simbol metafor dengan mengambil bentuk benda yang dapat mewakili fungsi bangunan, seperti penggunaan kursi yang dituangkan menjadi bentuk bangunan sehingga orang akan dengan mudah mengenali fungsi bangunan yang berkaitan dengan furniture.



Gambar 3.22 Penggunaan simbol metafor

2. Penggunaan Sculpture
Penggunaan sculpture dengan perletakan pada halaman depan bangunan sehingga mudah dilihat dan dikenali orang sehingga orang akan mengerti fungsi bangunan yang diwakili oleh adanya sculpture.
3. Pemilihan warna
Penggunaan pemilihan warna yang berbeda dengan warna bangunan yang terdapat disekeliling akan memperkuat kesan informatif, karena penggunaan warna yang menonjol dari lingkungan sekitar akan lebih mudah dikenali dan

diingat sehingga memperkuat kesan informatif pada penampilan bangunan (eksterior).



Gambar 3.23 Pemilihan warna yang berbeda

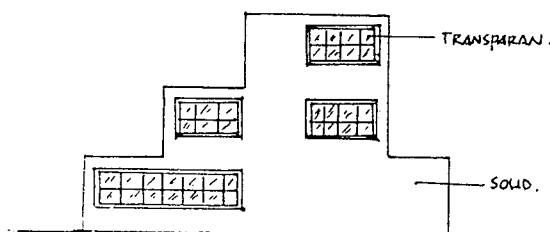
3.4.3 Karakter Rekreatif pada Eksterior Penampilan Bangunan .

Karakter Rekreatif pada eksterior penampilan bangunan dapat menggunakan beberapa kriteria sebagai pedoman karakter rekreatif diantaranya :

1. **Dinamis** yaitu sesuatu yang hadir yang memberikan kesan fleksibel dan tidak kaku sehingga memberikan kesan rekreatif orang melihatnya.
2. **Transparan** yaitu sesuatu yang menghadirkan kesan terbuka (tidak tertutup/solid) sehingga memberikan kebebasan yang memperkuat kesan rekreatif orang yang melihat penampilan bangunan.
3. **Pencahayaannya** yaitu suatu usaha dengan menghadirkan penataan cahaya sehingga menimbulkan kesan yang menghibur (rekreatif) orang yang melihatnya.

Untuk dapat mencerminkan karakter rekreatif pada penampilan bangunan (eksterior) dapat diperoleh dengan cara :

1. Pengolahan bentuk
Pengolahan bentuk massa bangunan yang tidak monoton dengan menggunakan pengurangan, penambahan, dan penambahan elemen massa sehingga memberikan bentuk yang menarik dan memperkuat kesan rekreatif pada penampilan bangunan.
2. Penggunaan bahan material.
Penggunaan bahan material yang tidak monoton seperti penggunaan beton, baja, dan kaca pada kulit bangunan akan menghilangkan kesan monoton dapat penampilan bangunan yang kaku dan menjemukan, karena dengan adanya penggunaan bahan yang berbeda akan mengimbangi kesan solid sehingga memperkuat kesan rekreatif pada penampilan bangunan.



Gambar 3.24 Penggunaan bahan material yang berbeda

3. Perletakan cahaya

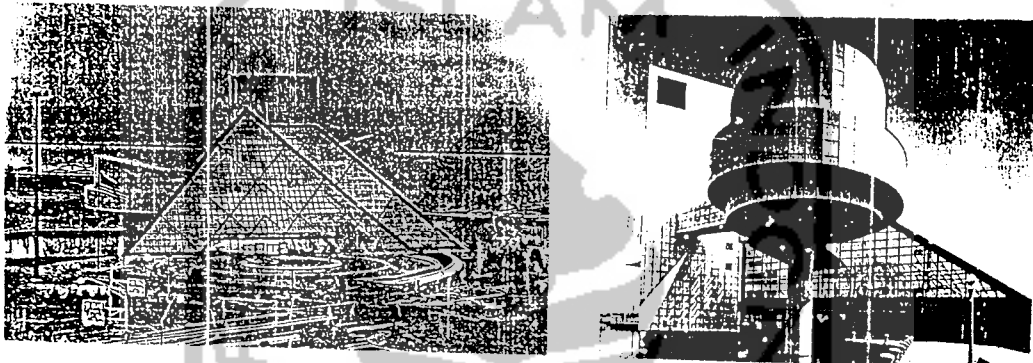
Perletakan cahaya dapat memperkuat penampilan bangunan dan memberikan kesan rekreatif bila perletakanya diletakan pada sudut-sudut bangunan dan bagian muka bangunan sehingga efek yang diterima dari cahya kepada bangunan akan memperkuat sosok penampilan bangunan dan membuat orang merasakan pemandangan yang berbeda yang memperkuat kesan rekreatif orang yang melihat penampilan bangunan.

3.4.4 Kajian Bangunan sebagai Obyek Pemandangan

3.4.4.1 Studi komparasi bangunan yang Atraktif, Informatif, Rekreatif..

1. Studi komparasi Bangunan yang Atraktif.

Rock and Roll Hall of Fame Cleveland, Di Ohio .(Arsitek: I.M. Pei)



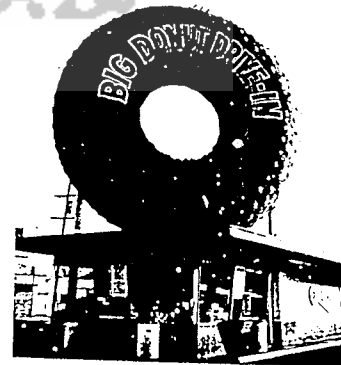
Gambar 3.25 Rock and Roll Hall of Fame Cleveland

Karakter atraktif pada bangunan ini dihadirkan dengan penggunaan struktur yang terkesan berani pada pembentukan cantilever dan ruang berbentuk segitiga yang besar dengan tinggi 35 m yang terbuat dari konstruksi baja dipadukan dengan elemen kaca .sehingga menimbulkan kesan *spectacular* dan memberikan daya tarik bagi para pengunjung maupun orang yang melihatnya .

2. Studi komparasi Bangunan yang Informatif .

Big Donut Drive-in, Los Angeles.(Arsitek: Henry. J. Goodwin)

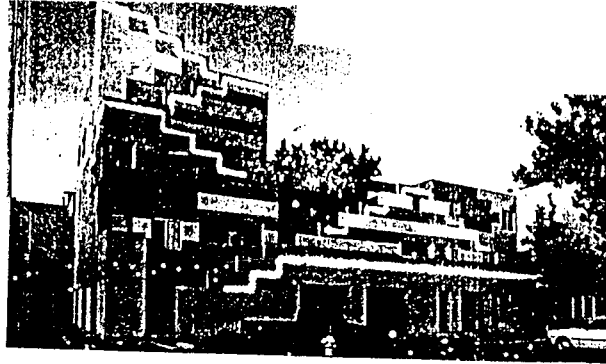
Karakter Informatif dihadirkan dengan membuat simbol yang sesuai dengan fungsi bangunan yaitu toko makanan donat, Simbol yang menyerupai Donat yang besar juga menginformasikan bahwa donat yang dijual juga besar sehingga orang yang melihat bangunan dapat mengerti bahwa bangunan tersebut menjual donat.



Gambar 3.26 Big donut Drive-in

3. Studi komparasi bangunan yang rekreatif .

Apartemen The Beach , New Mexico, (Arsitek : Antoine Predock)



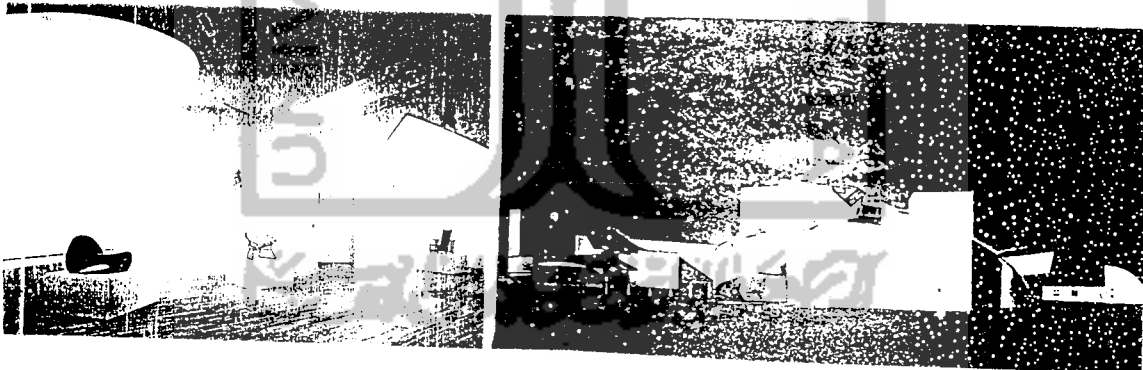
Gambar 3.27 Apartemen Beach

Karakter rekreatif dihadirkan dengan menghadirkan bentukan yang dinamis dengan elemen transparan dan bukaan yang memberikan keleluasaan view ,dan dipadukan dengan pencahayaan pada fasade bangunan sehingga memperkuat kesan rekreatif bagi yang melihatnya .

3.4.4.2 Studi Komparasi Bangunan yang mempunyai fungsi sebagai kegiatan promosi furniture .

1. Vitra International Furniture Manufacturing Facility and museum .Weil am Rein, Germany .(Frank O. Gehry).

Sumber : New Forms Architecture in The 1990s ,Philip Jodidio, Taschen.

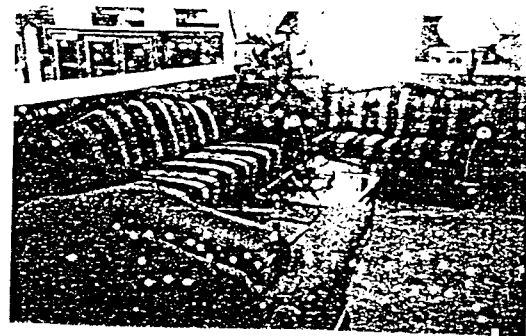


Gambar 3.28 Vitra International Furniture Manufacturing Facility and museum

Bangunan ini berfungsi sebagai kegiatan pameran hasil produk furniture, bangunan ini mempunyai memiliki ruang bagi penempatan furniture dengan dilengkapi sistem pencahayaan spot light untuk mempertegas obyek furniture yang dipamerkan serta memberikan ruang gerak yang cukup besar bagi pergerakan para pengunjung . Bangunan ini juga mempunyai tampilan yang berbeda dari bangunan sekitarnya sehingga memberikan daya tarik bagi orang yang melihatnya .

2. Gedung CV. ASRAM , Yogyakarta .

Sumber : Hasil pengamatan Langsung.



Gambar 3.29 Gedung CV. ASRAM

Bangunan ini merupakan bangunan bagi kegiatan promosi tetap maupun promosi temporer bagi produk furniture. Bangunan ini memiliki ruang-ruang bagi penempatan furniture namun ruang tersebut tidak memberikan ruang sirkulasi yang cukup baik untuk pergerakan pengunjung, hal tersebut karena tidak ada keseimbangan antara kapasitas barang yang dipamerkan dengan dimensi ruang pameran. Bangunan ini hanya dilengkapi pencahayaan alami melalui bukaan dan lampu pada plafon bangunan. Bangunan ini memiliki tampilan yang terkesan biasa dengan bangunan di sekitarnya dan tidak terdapat ciri khusus yang dapat mengekspresikan sebuah bangunan pameran furniture .

3.5.5 Analisis Untuk Mendapatkan Persyaratan Ruang Promosi .

Merupakan analisis terhadap persyaratan yang menunjang fungsional bangunan pada kegiatan pelaku pada bangunan pusat promosi furniture. Analisis tersebut meliputi :

3.5.5.1 Analisis Sirkulasi

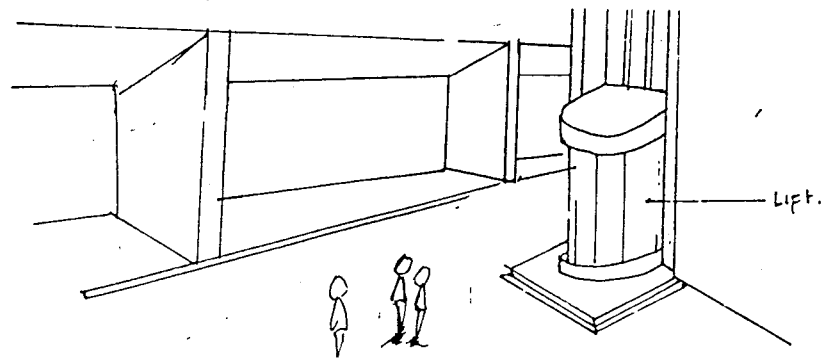
Analisis sirkulasi bertujuan untuk memudahkan pergerakan sirkulasi bagi para pelaku dalam melakukan kegiatan di dalam bangunan .

1. Sirkulasi Pengunjung dan Pengelola

Untuk sirkulasi pengunjung pada ruang pameran dan sirkulasi pengelola dapat menggunakan selasar pada sirkulasi horizontal dan menggunakan tangga, escalator atau lift untuk sirkulasi vertikal.

Penggunaan escalator dan lift bagi sirkulasi pengunjung pada ruang pameran sangat mendukung kenyamanan pengunjung juga memberikan kesan atraktif dengan kesan modern dan movement (sesuatu yang bergerak) bila diletakkan dengan diexpose dan sebagai sirkulasi yang memudahkan bagi para pengunjung dan pengelola maka perletakkannya haruslah pada tempat yang mudah terlihat

dan ukurannya harus disesuaikan dengan kapasitas dan daya tampungnya (lihat Lampiran gambar 7, Hal : L-5).



Gambar 3.30 Sirkulasi pengunjung dan pengelola

2. Sirkulasi Barang .

Untuk keperluan sirkulasi barang berupa furniture sebaiknya menggunakan dengan menggunakan lift barang yang dimensinya disesuaikan dengan kapasitas dan dimensi benda furniture yang akan diangkut (informatif).

Penggunaan lift barang sebagai sarana angkutan antar lantai sangat membantu pergerakan barang, mengingat furniture mempunyai dimensi yang besar dan berat, untuk memudahkan pengangkutan barang sebaiknya lift diletakan tidak jauh dari gudang penyimpanan sehingga memudahkan dan mempercepat pengangkutan keruang yang dituju dan untuk memudahkan (informatif) akses masuk barang maka pintu akses berada dekat dengan parkir mobil barang.

3.5.5.2 Analisis pengkondisian Udara .

Pengkondisian udara ditujukan untuk memberikan kenyamanan dengan memperhatikan *supply* udara dan tingkat kelembaban udara pada suatu ruang .

1. Pengkondisian Udara pada Ruang Umum

Pengkondisian udara pada ruang umum yang meliputi ruang restoran, kantor, ruang informasi, musholla, ruang pengelola (selanjutnya disebut sebagai ruang umum) dapat menggunakan sistem alami (*cross ventilation sistem*) dengan teknik penyajian yang memberikan dinding berongga pada sirkulasi udara masuk dan bukaan besar pada udara keluar sehingga memperkuat kesan atraktif dan rekreatif, selain sistem penghawaan alami juga dapat digunakan sisten penghawaan buatan dengan menggunakan AC split dilengkapi jalur shaf yang mudah dicontrol sehingga memperkuat karakter informatif. untuk ruang-ruang yang memerlukan tingkat kenyamanan yang lebih baik seperti restoran, kantor, ruang informasi, musholla, ruang pengelola, ruang staf dan untuk ruang-ruang yang tidak memungkinkan sistem sirkulasi udara alami.

Pov
der
bat

menimbulkan efek pencahayaan baik untuk memperkuat karakter atraktif dan rekreatif.

furr
ser
um

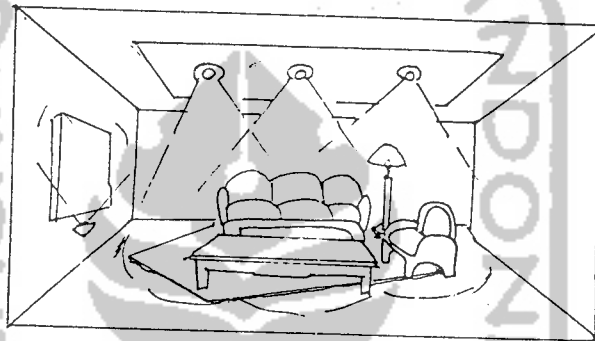
Pada ruang pameran juga dapat menggunakan *up light* yang bertujuan untuk memberikan kualitas penerangan pada ruang pameran juga bertujuan untuk memperkuat bidang ruang pameran terhadap obyek pameran sehingga terdapat keseimbangan antara obyek pameran dengan ruang sebagai bidang penempatan obyek pameran dengan efek cahaya yang memperkuat karakter ruang yang atraktif dan rekreatif.

3.5

Pro
1.

Untuk pengoperasian penerangan *down light* dan *up light* pada ruang pameran maka di perlukan ruang operator untuk memudahkan pengontrolan dan memperkuat karakter informatif fungsional ruang. Ruang operator penerangan juga memberikan kelancaran pelaksanaan pameran.

fe
ini
bi
2.



Gambar 3.32 Pencahayaan pada ruang pameran

te
pe
di
3.

3.5.5.4 Analisa Proteksi Kebakaran .

se
Pl
U:

Proteksi kebakaran bertujuan untuk mengantisipasi bahaya kebakaran. Antisipasi kebakaran dibedakan menjadi dua .

1. Proteksi bahaya kebakaran pada ruang umum.

Proteksi kebakaran pada ruang umum dapat menggunakan sistem alarm (smoke detector atau Heat Detector) yang diletakkan pada bagian plafon/ langit-langit dengan sistem pemadam berupa sprinkler dan hydrant pada ruang-ruang yang dianggap rawan terhadap bahaya kebakaran dan letaknya yang mudah terlihat (informatif), selain itu harus diperlukan tangga darurat yang letaknya langsung dengan ruang luar sebagai usaha mengevakuasi para pengguna bangunan dari bahaya kebakaran yang terjadi.

2. Proteksi bahaya kebakaran untuk ruang pameran furniture .

Proteksi kebakaran pada ruang pameran untuk bahan furniture yang terbuat dari kayu ,karet, plastik dan logam diperlukan bahan pemadam berupa CO 2 dan

la
ru
sc
yc
te
m

3.5.6 Analisis Sistem Struktur

Sistem struktur digunakan sebagai penahan beban juga sebagai pendukung karakter eksterior penampilan bangunan yang atraktif, informatif dan rekreatif. Untuk itu sistem struktur yang digunakan harus mempunyai kekuatan penyangga beban, dapat memberikan ruang bagi kegiatan dan ekspresi struktur mendukung penampilan bangunan yang atraktif, informatif dan rekreatif.

Untuk dapat mendukung penampilan bangunan maka pemilihan struktur dilakukan dengan memasukkan kriteria-kriteria yang mendukung atraktif, informatif dan rekreatif, seperti *spectacular*, *admirable*, *bold*, *dinamis* dengan pembobotan nilai yang sama (0,25) karena masing-masing memiliki keterkaitan yang seimbang dalam pembentukan karakter atraktif, informatif, dan rekreatif.

Tabel 3.3
Analisis penilaian sistem struktur.

Kriteria	Bobot	Sistem Struktur						
		Struktur massa	Struktur Rangka			Struktur Bidang		Struktur Kabel
		Massa	Rangka Rigid	Rangka Truss	Rangka Ruang	Lengkung (shell)	Lipatan	Kabel / gantung
Spectacular	0,25	-0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0	0,25
Admirable	0,25	-0,25	0	0	0,25	0	0	0,25
Bold	0,25	0	0,25	0,25	0,25	0,25	0	0
Dinamis	0,25	-0,25	0	0	0,25	0,25	0,25	0,25
Total		-0,75	0,50	0,50	1	0,75	0,25	0,50

Keterangan : -1, 0, +1 = Derajat penilaian

- 1 = Kurang
- 0 = sedang
- 1 = baik

Sumber : Analisis

Di dasarkan penilaian tersebut maka sistem struktur yang dapat mendukung eksterior penampilan bangunan yang atraktif, informatif dan rekreatif adalah sistem struktur Rangka (rangka (rigid), rangka ruang, Kantilever), sistem struktur bidang (lengkung (cell)), Sistem struktur kabel.