

BAB III

ANALISA DAN PENDEKATAN KONSEP KAWASAN PERENCANAAN KAREES

3.1. PENENTUAN SKALA PELAYANAN

3.1.1. Penentuan Tipe Mal

Untuk menentukan tipe mal dapat ditinjau dari 2 (dua) faktor yaitu :

1. Jumlah penduduk / jangkauan pelayanan
2. Desain

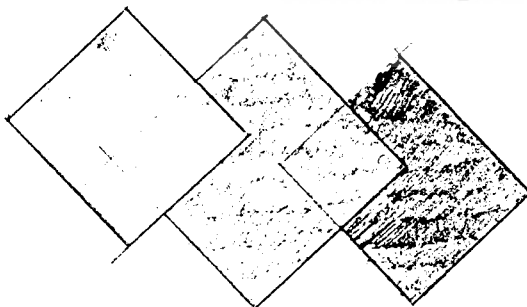
a) Jumlah Penduduk / Jangkauan Pelayanan

Jumlah penduduk kota Bandung pada tahun 1997 adalah 2.302.599 jiwa. Untuk wilayah Pembangunan Karees apabila diasumsikan pertumbuhan rata-rata 1,6 % per tahun maka jumlah penduduk 1997 adalah sbb :

$$\begin{aligned} P_{14} &= 306.254(1+0,016)^{14} \\ &= 306.254 \times 1,249 \\ &= 382.511,246 \approx 382.512 \text{ jiwa} \end{aligned}$$

sehingga kepadatannya ± 149 jiwa/Ha. Sehingga tergolong pada tipe "Transit Mall" dengan spesifikasi jumlah penduduk di atas 360.000 jiwa.

b) Desain



Gambar III-1. Kondisi Lalu Lintas Di Jl. Buah Batu Pada Jam Sibuk



Transportasi di kota Bandung cukup padat terutama untuk kendaraan bermotor. Wewenang jalan Kodya Bandung dari tahun 1995 tercatat 902.365 Km, yang terpakai untuk parkir kendaraan sekitar 50 % dari jumlah parkir yang ada di Kodya Bandung adalah menggunakan parkir jalan umum, sehingga volume lalu lintas cukup tinggi. Dengan pertimbangan tersebut maka tipe mal yang terpilih adalah "Transit Mall".

3.1.2. Penentuan Klasifikasi Pusat Perbelanjaan

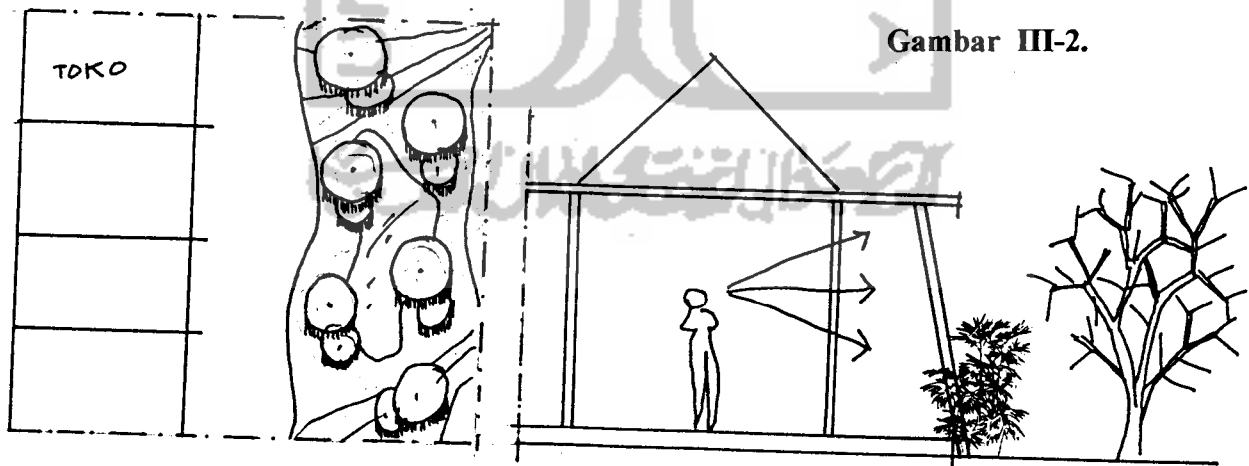
Pengklasifikasian pusat perbelanjaan ditinjau dari beberapa faktor yaitu:

1. Skala Pelayanan
2. Bentuk Fisik
3. Kuantitas Barang Yang dijual
3. Jenis Barang

a) Skala Pelayanan

Penduduk Kota Bandung tahun 1997 (diasumsikan dari data 1995) sebesar 2.302.599 jiwa sedangkan jumlah penduduk wilayah Perencanaan Karees sebesar 382.512 jiwa (diasumsikan dari data 1995). pusat perbelanjaan yang representatif jangkauan pelayanannya adalah "Pusat Perbelanjaan Regional (Main Centre)" dengan luas areanya antara 300.000 - 1.000.000 *sq.ft.* (27.870-92.990 m^2).

b) Bentuk Fisik



Mal diorientasikan untuk pejalan kaki karena selain meminimalkan konflik lalu lintas juga ditinjau dari keamanan, keselamatan dan kenyamanan lebih menguntungkan. Sistem perletakan *outlet-nya* dirancang sedemikian rupa sehingga

setiap *outlet* mempunyai peluang sama terhadap pengunjung. Atas dasar pertimbangan tersebut maka bentuk fisik yang sesuai adalah “Shopping Precint”

c) Kuantitas Barang Yang Dijual

Diasumsikan kemungkinan pembelian secara eceran lebih tinggi dibanding dengan pembelian secara partai, asumsi tersebut ditinjau dari banyaknya penduduk Kodya Bandung menurut lapangan pekerjaan. Biasanya pembelian secara partai hanya dilakukan sesama pedagang, sedangkan jumlah pedagang hanya 168.665 jiwa dari jumlah total penduduk 1.813.271 jiwa. Oleh karena itu penyajian pusat perbelanjaan pada mal adalah “Toko Eceran (Retail)”.

d) Jenis Barang

Untuk menilai kualitas pasar maka harus mempertimbangkan kecenderungan konsumen terhadap jenis barang. Kodya Bandung mempunyai segmen menengah ke atas dan adanya kecenderungan pasar mengikuti tren global, Untuk menanggapi animo tersebut maka jenis barang “Impulse Store” yang lebih layak untuk disajikan.

3.1.4. Analisa Pusat Rekreasi Pada Mal

Pusat rekreasi pada mal berfungsi sebagai *anchor* (magnet) yaitu untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya, sehingga pengunjung betah tinggal di dalamnya dan ingin kembali dan kembali lagi. Mal juga menyediakan fasilitas rekreasi yang dapat dikunjungi secara khusus bukan hanya sekedar sambil berbelanja.

a) Anchor (Magnet)

Di Bandung banyak terdapat *land mark*, untuk pusat perbelanjaan antara lain Bandung Indah Plaza, Yogya, Gelael, Kiserba, Kosambi dan Merlin merupakan *land mark* bagi masing-masing daerahnya. Perwujudannya didominasi pada penonjolan desain bangunan yang atraktif. Untuk sekup umum terminal, airport, stasiun bis, stasiun kereta api, akan manjadi *land mark* pada masing-masing wilayahnya. Pusat perbelanjaan dengan skala regional harus mempertimbangkan unsur daya saing dengan pusat perbelanjaan yang ada karena akan menentukan pilihan pada pengunjung. Perwujudannya berupa Desain bangunan, menara dan *skylight*.

b) Scondary Anchor

Pusat perbelanjaan yang ada di kota Bandung biasanya hanya menyediakan pusat bermain anak-anak *cafeteria*, *restoran*, *snack bar*, bioskop dan area untuk pameran. Apabila ditinjau dari komposisi penduduk, kota Bandung mempunyai penduduk dewasa 1.240.399 jiwa dan penduduk anak-anak 569.565 jiwa, perbandingannya 2 : 1 maka kota Bandung merupakan kota dengan penduduk dewasa, sehingga sarana rekreasi yang layak adalah bioskop, *retail store*, pusat bermain anak, *cafeteria*, *restoran*, *snack bar*, area-area pameran, area-area bermain anak-anak dan area-area santai.

• *Study Kasus*

Jajak pendapat yang dilakukan Properti Indonesia baru-baru ini di Mal Ciputra. Terlihat bahwa rekreasi adalah kebutuhan tertinggi dari orang untuk datang ke mal dari 900 responden 48,3 % menjawab untuk berjalan-jalan, 20 % melihat-lihat, dan 4 % mencari hiburan. Ketiga alasan ini bersifat rekreatif. Jumlah ini mengalahkan keinginan berbelanja yang hanya 22 % dan keperluan makan sebanyak 3,3, %. Alasan keinginan rekreasi yang utama adalah adanya tempat bermain anak-anak, kemudian disusul dengan alasan kedekatan lokasi, dan kemudian karena fasilitasnya lengkap.¹

Dari analisis data di atas maka dapat dilakukan pengelompokan fasilitas hiburan yaitu :

1. Pusat-pusat pameran
2. Area makan
3. Area bermain anak-anak

1. Pusat-Pusat Pameran

Pusat-pusat pameran antara lain :

- *concerts* (konser)
- *fashion shows* (pameran pakaian)
- *flower shows* (pameran bunga)
- *antique car shows* (pameran mobil antik)

¹ Properti No.38 , Boom Pusat Belanja , 1997 , P : 35

- *band concerts* (konser musik)
- *arts and crafts festivals* (festifal seni dan kerajinan)
- dan even-even lainnya yang memungkinkan terwadahi dengan ruang fleksibel yang dimiliki.

Mal juga menyediakan area untuk berteduh dan bersantai yang biasanya terdapat antara lain :

- *sculpture* (patung)
- *fountains* (air mancur)
- *children's play areas* (area bermain anak-anak)
- *outdoor dinning areas* (area makan luar ruangan)
- *and interesting paving and night lighting effects* (paving dan efek pencahayaan yang menarik).

2. Area Makan

Area makan biasanya memanfaatkan koridor atau bisa juga di luar ruangan di area parkir / taman, area makan tersebut terdiri dari :

- Cafeteria
- Restoran
- Snack Bar

3. Area Bermain Anak-Anak

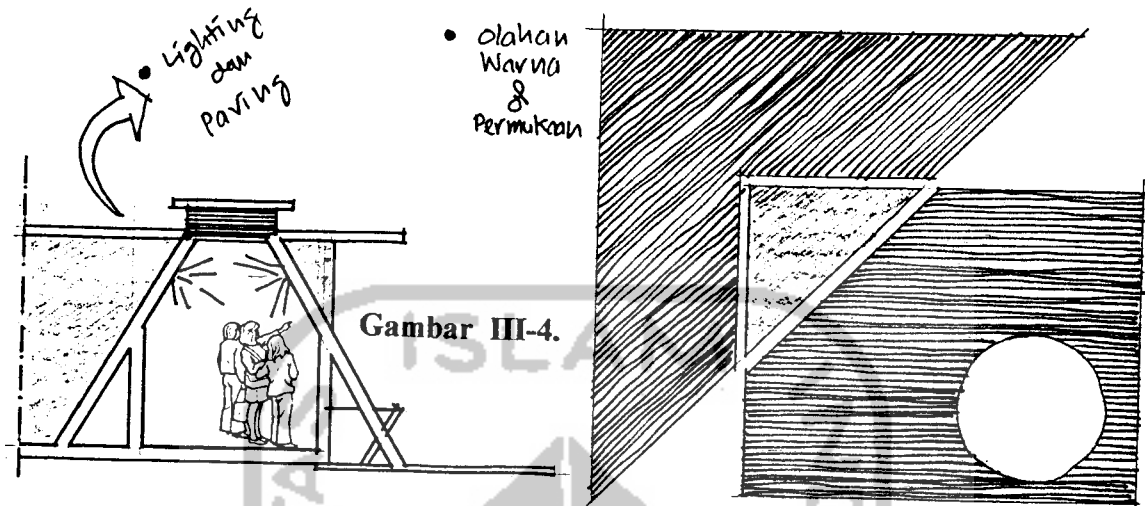
Area bermain anak-anak dapat dikelompokkan menurut pewadahnya, dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu :

- Area bermain anak-anak di dalam ruangan, biasanya menggunakan mesin.
- Area bermain anak-anak di luar ruangan, biasanya tidak menggunakan mesin, hanya memanfaatkan elemen-elemen alam, dan alat-alat yang sederhana sebagai alat untuk bermain.

c) Street Mall

Melihat kondisi perbelanjaan yang ada sekarang khususnya di Bandung biasanya jalur pedestrian tidak diolah dengan baik sehingga yang menjadi penarik (hasil analisa di lapangan) sebenarnya bukan elemen yang ada pada jalur pedestrian tersebut melainkan orang sebagai objek tontonan (ngeceng). Oleh karena itu

pengolahan jalur pedestrian akan menjadi salah satu penarik pengunjung yang potensial. Perwujudannya berupa pengolahan paving, efek pencahayaan yang menarik, pengolahan bidang dan warna dan beberapa tanda lainnya yang akan menjadi ciri yang khas. Jarak antara anchor dibatasi antara 100-200 meter.



d) Lanscaping (Pertamanan)

Pada pusat-pusat perbelanjaan yang ada sekarang khususnya di Bandung lanskap tidak diolah dengan baik tetapi dialih fungsikan mejadai areal parkir atau terdapat tapi cukup sempit sehingga tidak berfungsi sebagai magnet (*anchor*). Oleh karena itu lanskap harus diolah dengan baik sehingga menjadi penarik. Perwujudannya dapat berupa penyediaan area-area untuk berteduh dan bersantai yang biasanya terdapat antara lain :

- *sculpture* (patung)
- *fountains* (air mancur)
- *children's play areas* (area bermain anak-anak)
- *outdoor dinning areas* (area makan luar ruangan)
- *and interesting paving and night lighting effects* (paving dan efek pencahayaan yang menarik), Sehingga taman menjadi aktif dan bernilai uang.

Skala pelayanan untuk pusat rekreasi pada mal tidak dibatasi dengan meninjau jumlah penduduk atau faktor-faktor lain yang membatasinya dan juga tidak ada skala prioritas misalnya dengan penentuan segmen pasar. Pusat rekreasi pada mal terbuka untuk umum dan tidak menutup kemungkinan dinikmati juga oleh wisatawan manca negara, yang paling penting dengan adanya pusat rekreasi tersebut akan membuat

orang betah dan mau membelanjakan uangnya di mal tersebut, sehingga mau kembali dan kembali lagi.

3.2. Analisa Lokasi

Analisa lokasi dimaksudkan untuk memilih lokasi yang tepat berdasarkan data-data faktual dan data-data teoritikal.

3.2.1. Prinsip Dasar Pemilihan Lokasi

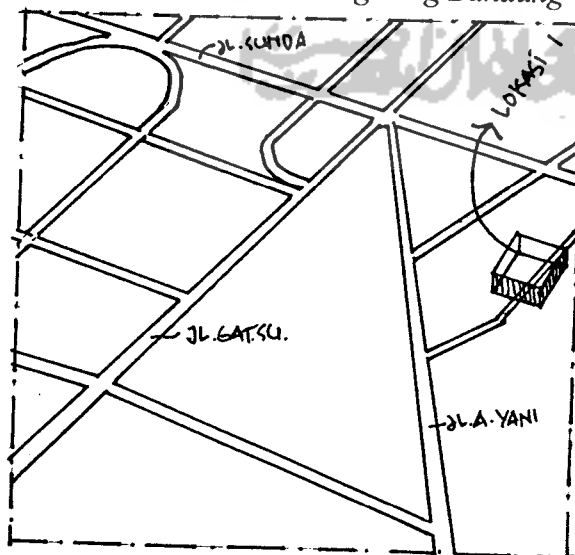
Wilayah Perencanaan Karees merupakan wilayah dengan percepatan pertumbuhan tinggi terutama di bidang perdagangan, industri dan pariwisata.

Ada beberapa pertimbangan dalam pemilihan lokasi yaitu :

- Lokasi yang direncanakan tidak di pusat kota yang tingkat keramaiannya relatif tinggi.
- Terdapatnya jaringan infra struktur, untuk mempermudah aksesibilitas dan kelancaran pelaksanaan proyek.
- Secara yuridis tidak melanggar peraturan FAR, BCR dan tata guna lahan Kodya Bandung.
- Lokasi strategis
- Pencapaian dan sirkulasi ke lokasi mudah

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan di atas ada 2 alternatif lokasi yang mendekati yaitu :

1) Lokasi I : Jalan Baranangsiang Bandung

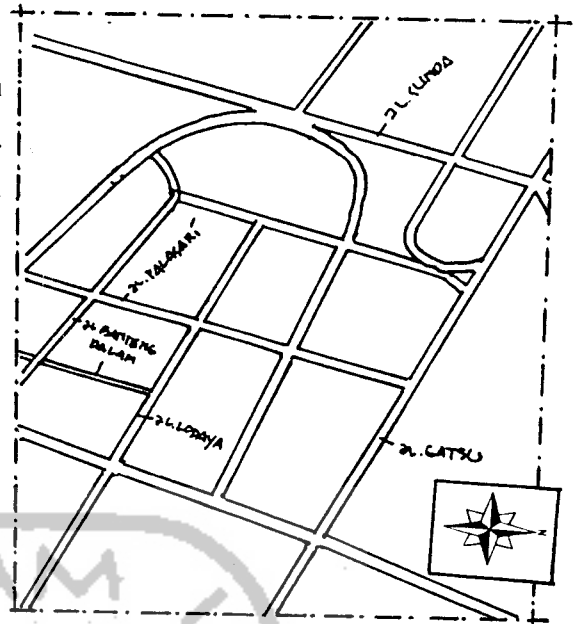


Di lingkungan lokasi ini terdapat Kompleks Asrama Polisi, Yogya Dept. Store, Parahiyangan Plaza dan pertokoan lainnya. Lokasinya cukup padat dengan perumahan dan fungsi-fungsi lainnya.

Gambar III-5.

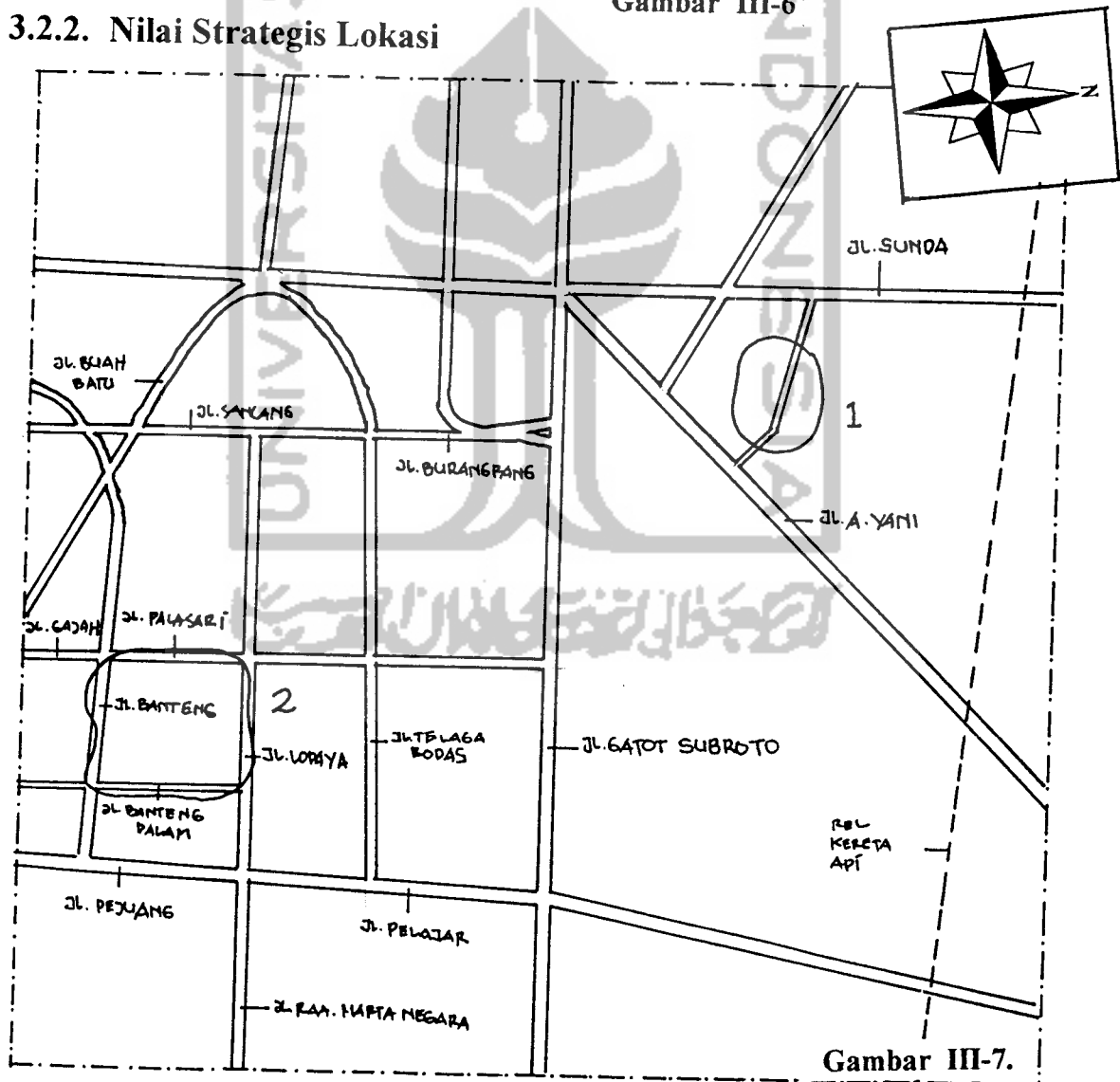
2) Lokasi II : Jalan Palasari

Terletak pada areal pengembangan Karees Bandung sebelah Selatan Kecamatan Lengkong, Kelurahan Lingkar Selatan, dengan luas kurang lebih 2,8 Ha. Lokasi ini tidak begitu padat, lokasi dibatasi oleh jalan sedangkan peruntukan penggunaan tanah di lingkungan perbelanjaan ini terutama adalah untuk bangunan campuran antara hunian dan perdagangan.



Gambar III-6

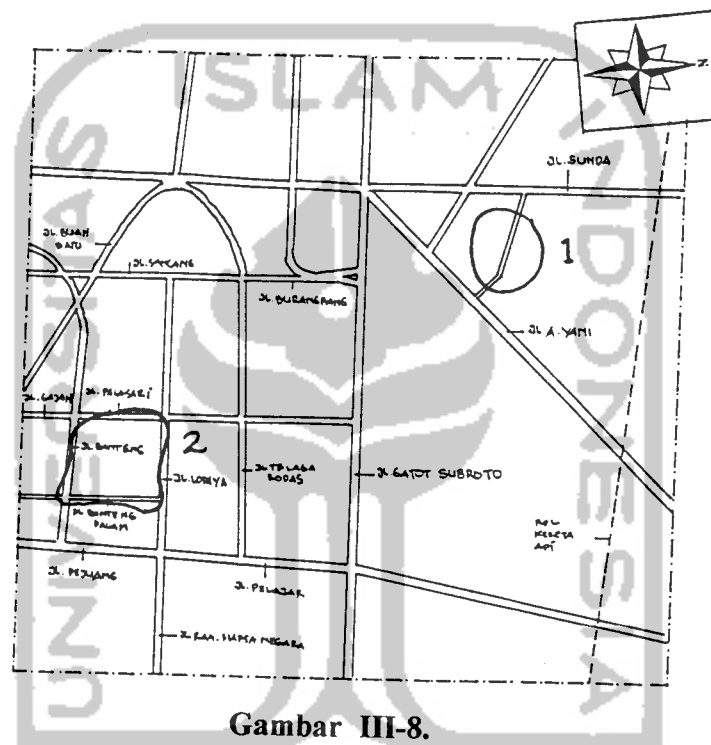
3.2.2. Nilai Strategis Lokasi



Gambar III-7.

Antara lokasi 1 (satu) dengan lokasi 2 (dua) mempunyai nilai kestrategisan sbb ; Lokasi 1 strategis karena berada pada posisi antara Jl. Sunda dengan Jl. Jendral A. Yani yang aktifitasnya cukup tinggi. Lokasi 2 strategis karena selain Jl. Palasari merupakan penghubung antara Jl. Gatot Subroto dengan Jl. Buah Batu, juga pada lokasi tersebut pusat perbelanjaan yang ada sudah tidak memadai, ada juga pusat perbelanjaan di Jl. Buah Batu tidak begitu lengkap, sehingga penduduk di wilayah tersebut cenderung berbelanja ke Jl. A. Yani.

3.2.3. Pencapaian dan Sirkulasi



Gambar III-8.

Pencapaian dan sirkulasi ke lokasi di tinjau dari potensi dan kendala adalah sbb :

1. Lokasi 1 : Jl. Baranang Siang

Pencapaian ke lokasi cukup mudah baik dari arah Jl. Sunda maupun dari Jl. A. Yani. Sirkulasi tidak menentu, karena jalan yang terbatas dipenuhi dengan pedagang dan becak yang parkir di sisi jalan, sehingga arus (kendaraan roda empat dan roda dua) menjadi terhambat. Tingkat kepadatan (kendaraan dan manusia) cukup tinggi karena pada lokasi tersebut sudah terdapat banyak pusat-perbelanjaan.

2. Lokasi 2 : Jl. Palasari

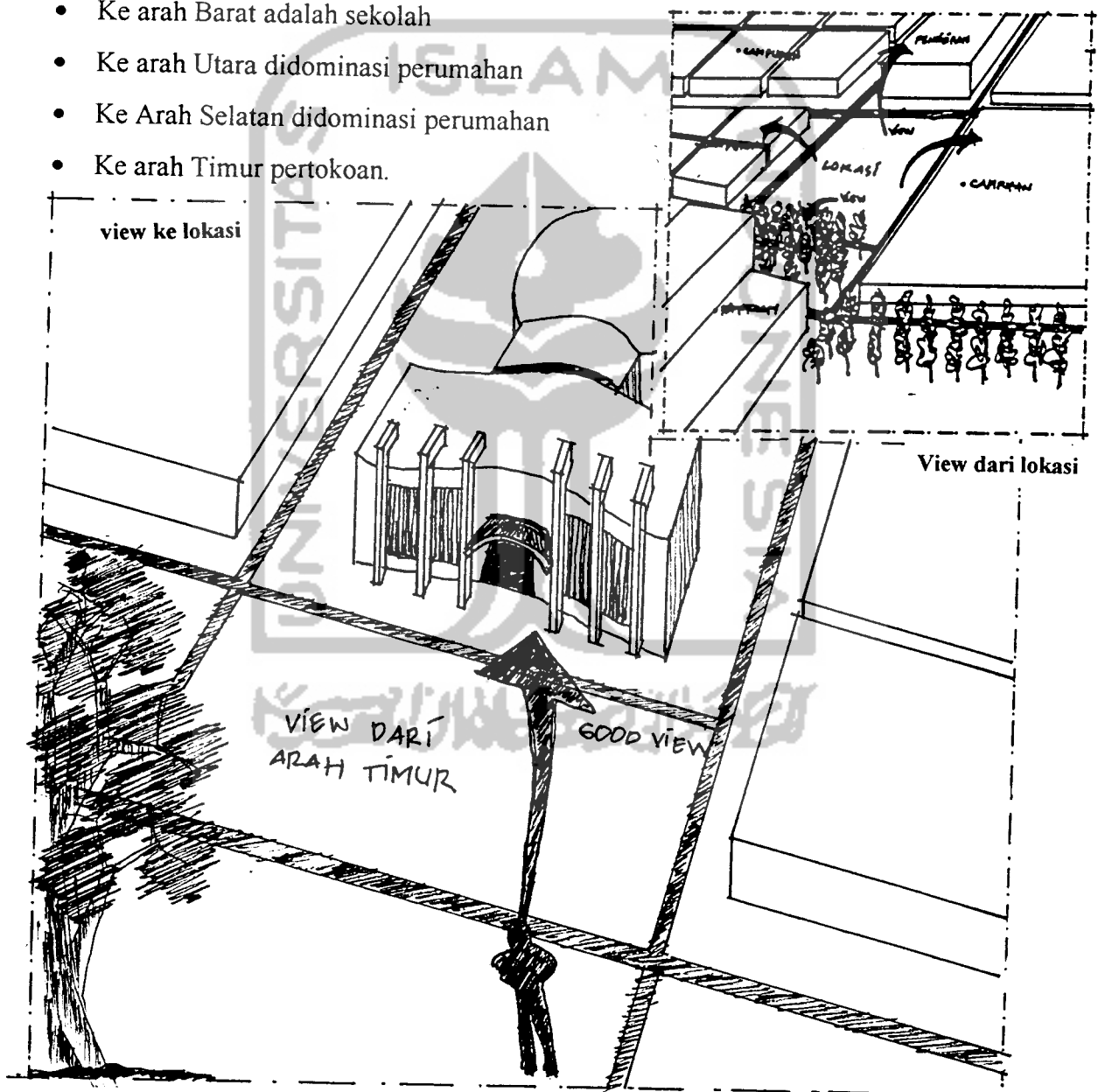
Pencapaian ke lokasi cukup mudah baik dari Utara, Timur maupun Barat. Sirkulasi kendaraan cukup normal, semua jalan dilalui oleh angkutan kota. Jenis pengangkutan umum yang ada adalah angkutan kota, becak dan ojeg.

3.2.4. View

Pada lokasi 1 (satu) Jl. Baranang Siang view dari lokasi adalah lingkungan pertokoan dan pasar karena. Lokasi tersebut berada pada areal perbelanjaan Kosambi.

Pada lokasi 2 (dua) Jl. Palasari view dari lokasi lingkungan campuran yaitu :

- Ke arah Barat adalah sekolah
- Ke arah Utara didominasi perumahan
- Ke Arah Selatan didominasi perumahan
- Ke arah Timur pertokoan.



Gambar III-9. Lokasi Jl. Palasari

3.2.5. Infra Struktur

Lokasi 1 (satu) maupun lokasi 2 (dua) ditinjau dari infra struktur, maka keduanya sudah tersedia secara lengkap karena kedua lokasi tersebut berada di pusat kota dan areal pengembangan.

3.2.6. Aspek Hukum

Ada beberapa peraturan yang membatasi pada setiap pembangunan yaitu :

1. Lokasi 1

- FAR : Minimal 1-2 lantai
- BCR : 60 % - 80 %

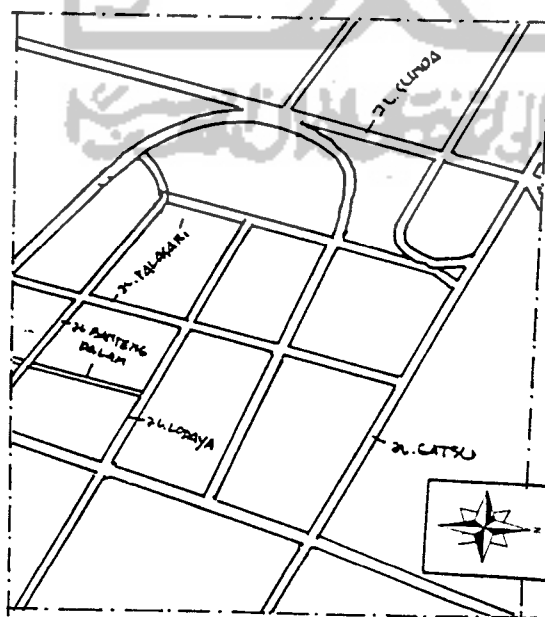
2. Lokasi 2

- FAR : Minimal 1 - 2 lantai
- BCR : 60 %

Dari analisis di atas maka dapatlah disimpulkan lokasi terpilihnya yaitu Lokasi 2 yaitu Jl. Palasari Kecamatan Lengkong Kelurahan Lingkar Selatan dengan luas ± 2,8 Ha.

Posisi tapak adalah sbb :

- Sebelah Utara dibatasi oleh Jl. Lodaya
- Sebelah Selatan dibatasi oleh Jl. Banteng
- Sebelah Timur dibatasi oleh Jl. Banteng Dalam
- Sebelah Barat dibatasi oleh Jl. Palasari



Gambar III-10.

Gambar III-11.

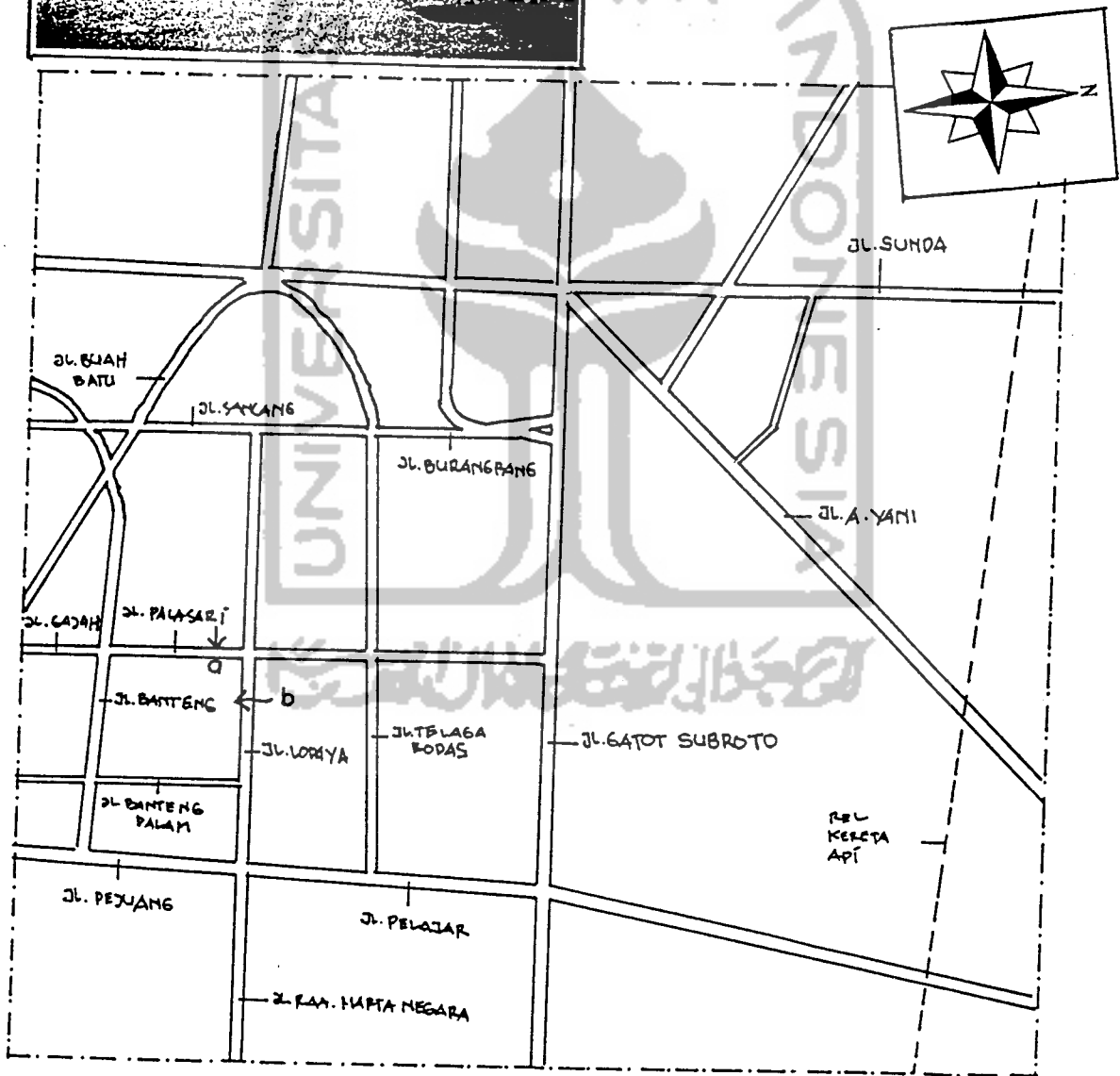


(b)



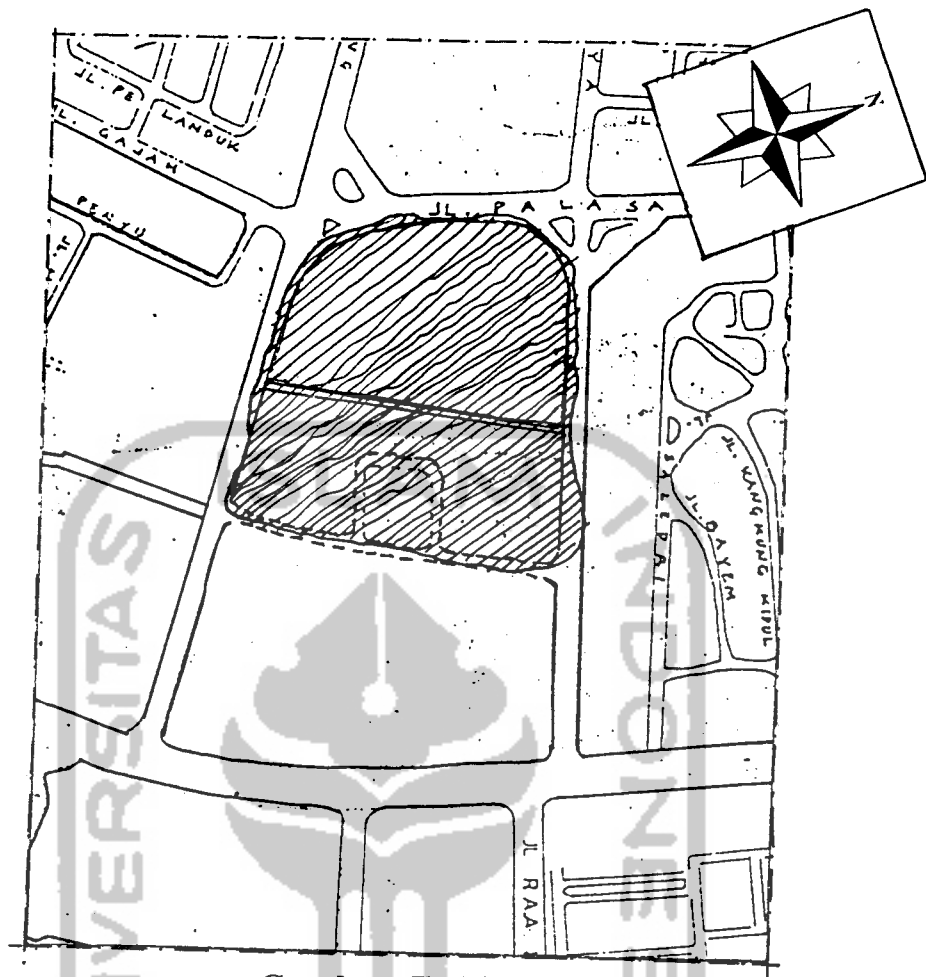
(a)

Gambar III-12.



Gambar III-13.

3.3. TINJAUAN TAPAK



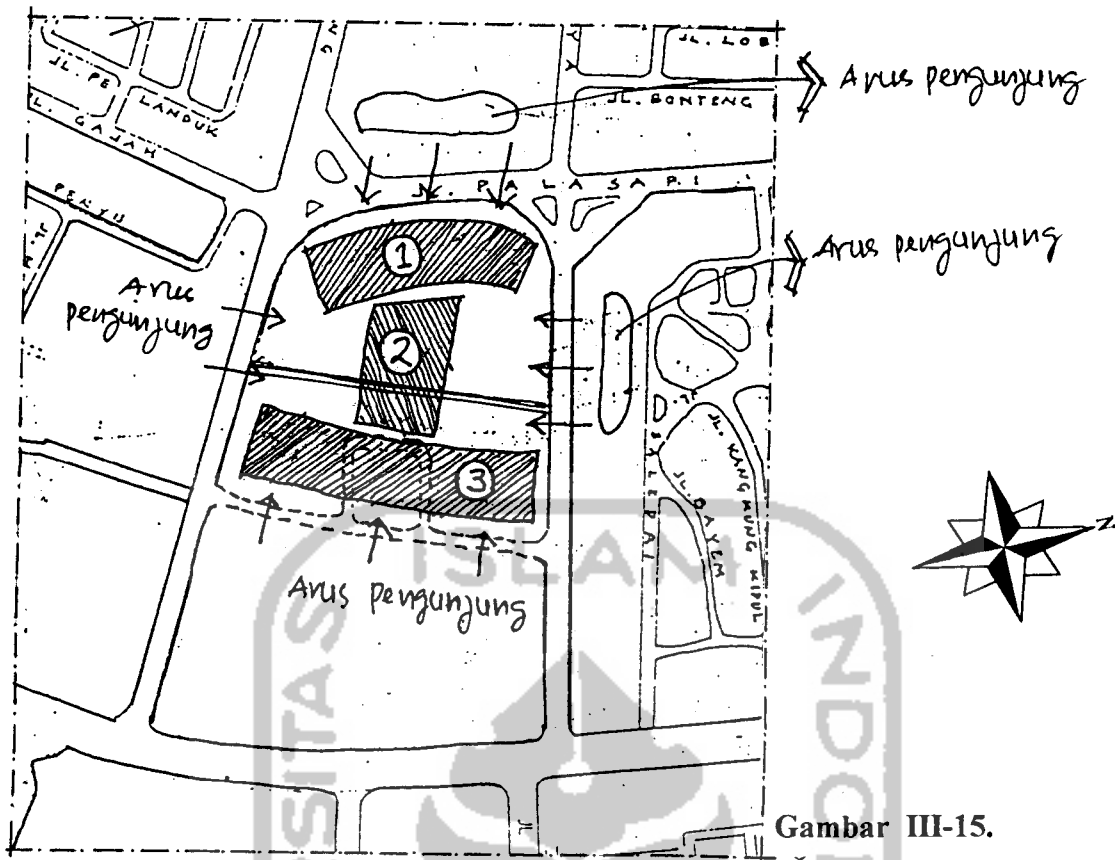
Gambar II-14.

3.3.1. Analisa Tatahan Masa

Tatanan masa harus kontekstual terhadap bentuk dan ukuran tapak. Tapak Mempunyai 4 (empat) arah *entrance*, sehingga tatanan masa harus dapat mawadahi dari ke 4 (empat) arah tersebut, dengan mempertimbangkan hal-hal sbb :

- Tatanan masa harus memperhatikan letak *anchor* yang menurut ketentuan jaraknya antar 100-200 meter dan dimensi \pm 180-240 meter.
- Komposisi masa cenderung *linier*, menyesuaikan dengan kecenderungan pergerakan pengunjung yang sifatnya mengalir dari toko ke toko lainnya.

Dari analisa di atas maka bentuk tatanan masanya adalah berbentuk hurup I.
(Lihat gambar di bawah ini)



Gambar III-15.

3.3.2. Analisa Bentuk Masa

Luas Koefisien Dasar Bangunan yang diijinkan adalah 60 % dari luas site, sehingga untuk membuat site efektif dan bernilai ekonomi maka area yang 40 % harus dapat dimanfaatkan sebagai area perbelanjaan tetapi tidak menutupi bidang tanah dengan bangunan permanen atau dengan fungsi lain yang bernilai dan tidak merusak. Untuk Indonesia faktor iklim dengan curah hujan cukup tinggi, untuk wilayah Bandung antara 2,860 mm / tahun, maka jenis kegiatan ekonominya yang tidak terpengaruh oleh iklim.

Atas dasar analisa di atas maka bentuk mal adalah Mal Terpadu, dengan kemungkinan fungsi kegiatan di luar bangunan adalah area makan.

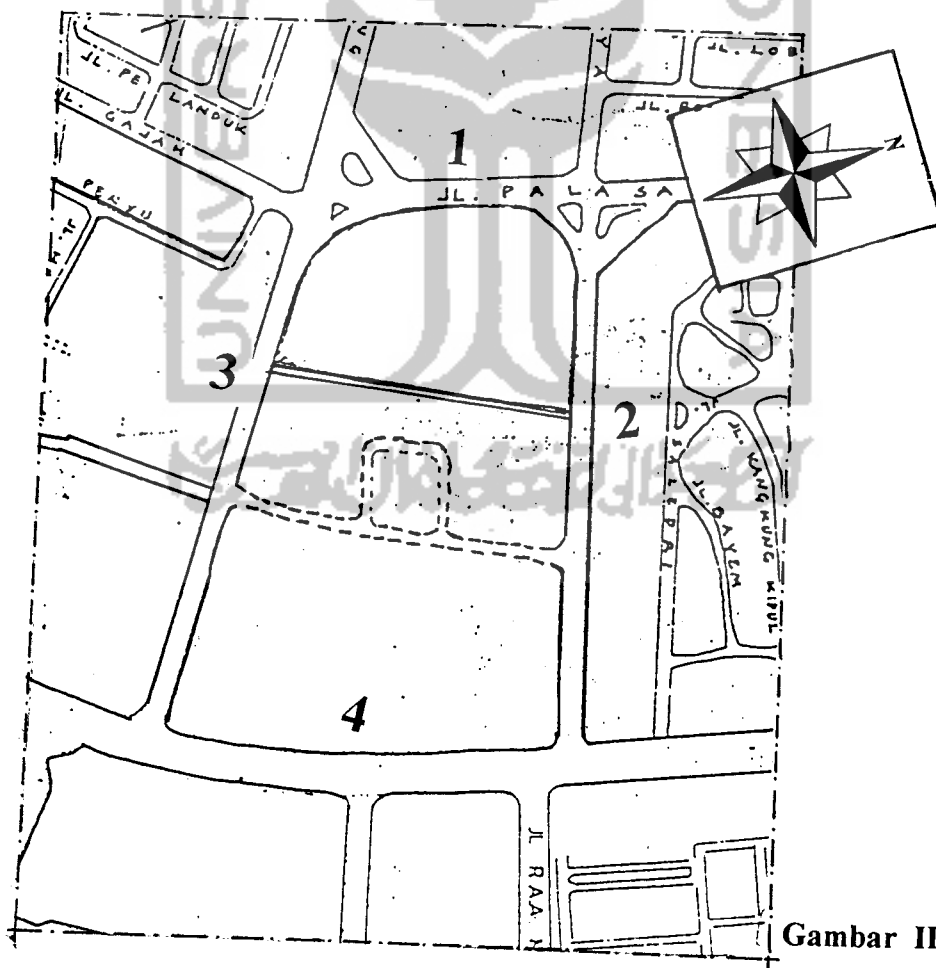
3.3.3. Analisa Pencapaian dan Sirkulasi Pengunjung

Aspek yang terlihat dalam masalah pencapaian ini adalah pemisahan sirkulasi orang, barang dan kendaraan. Untuk lokasi Palasari kendaraan yang ada adalah sebagai berikut :

- Kendaraan pribadi : mobil dan motor
- Kendaraan umum : angkutan kota dan becak
- Kendaraan angkutan barang : truk mini dan lainnya

Lokasi Palasari dibatasi oleh jalan, aspek yang terpenting pada lalu lintas mal adalah penanggulangan pejalan kaki sehingga aman, selamat dan nyaman. Ada beberapa kemungkinan pergerakan arus manusia adalah sbb :

- *Kondisi 1*, diperkirakan arus pengunjung dari arah Barat paling tinggi frekuensinya, disebabkan jalur angkutan perkotaan (*public transit*) dan merupakan jalan (Jalan Palasari) penghubung antara Jalan Gatot Subroto dengan Jalan Buah Batu.
- *Kondisi 2 = 3*, frekuensi arusnya rendah, kecenderungan pergerakan pedestrian hanya penghuni atau perkantoran yang ada pada wilayah tersebut.
- *Kondisi 4*, Frekuensinya rendah, karena ada kendala jarak dan di sebelah sini termasuk jalan dengan frekuensi dan kecepatan tinggi.



Gambar III-16.

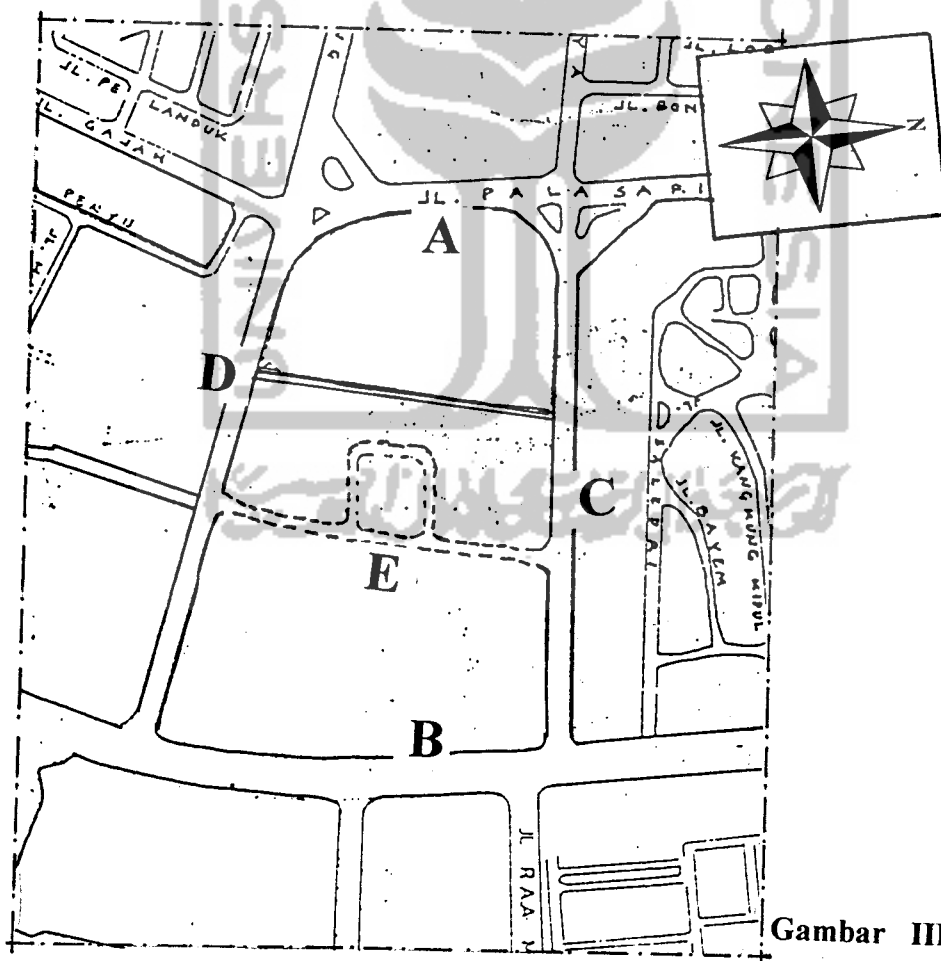
Atas dasar analisa di atas maka ditentukan sbb :

1. Perletakan parkir tidak jauh dari *shopping mall*
2. Untuk menanggulangi dari kemungkinan penyebrangan manusia maka dibuat sarana penyebrangan yang aman.
3. Untuk mobil pribadi dan truk tidak boleh melewati *kondisi 1* dan hanya diperuntukan untuk kendaraan umum, karena arus kendaraan cukup tinggi.

3.3.4. Analisa Pencapaian dan sirkulasi Kendaraan

Kondisi lalu lintas kendaraan yang membatasi lokasi adalah sebagai berikut :

- A : Pergerakan arus kendaraan 2 arah (utara ↔ Selatan) tinggi
- B : Pergerakan arus kendaraan dari Utara ke Selatan tinggi.
- C : Pergerakan arus kendaraan dari barat ke timur sedang
- D : Pergerakan arus kendaraan dari Barat ke Timur sedang
- E : Pergerakan arus kendaraan dari Utara ke Selatan rendah



Gambar III-17.

Berdasarkan kondisi lalu lintas kendaraan di atas maka dapat dianalisa dan diputuskan sebagai berikut :

- Daerah A : Karena volume kendaraan dan manusia tinggi, maka daerah A hanya diperuntukan untuk kendaraan umum dan manusia saja.
- Daerah B : Daerah ini adalah Jl. Lingkar Selatan, cukup jauh dari lokasi perencanaan. Jadi arus kendaraan masuk dan keluar dapat dari daerah B.
- Daerah C : Pada daerah ini diasumsikan banyak kendaraan pribadi lewat, kemungkinan pedestrian masuk dari daerah C sedikit, sehingga pada daerah C ditentukan untuk semua jenis kendaraan.
- Daerah D : Daerah D mempunyai kemiripan dengan daerah C, sehingga semua kendaraan dapat melewati jalan ini.
- Daerah E : Frekuensi pergerakan daerah ini rendah tetapi ada kemungkinan akan menjadi jalur penting pada saat malam terbangun, sehingga daerah ini merupakan akses masuk untuk mengurangi keluberan pengunjung pada saat-saat sibuk.

3.3.5. Analisa Sistem Parkir

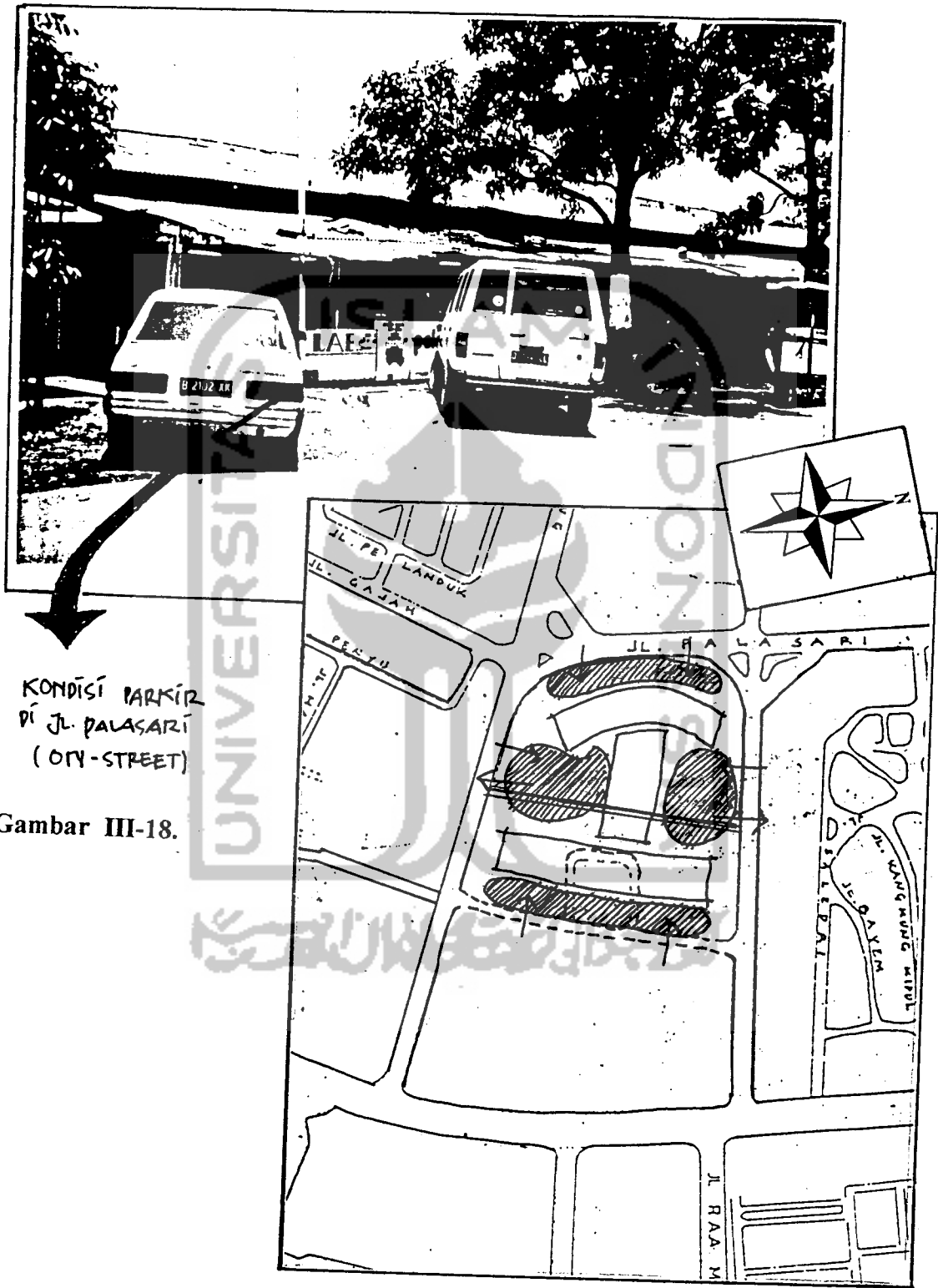
Keadaan sekitar Palasari sering terjadi kemacetan akibat tidak terdapatnya titik penungguan penumpang (halte bis) sehingga penumpang menunggu di sepanjang jalan, tidak terdapat penyebrangan dan ditambah dengan sistem parkir pada jalan (*on-street parking system*) sehingga menghambat arus kendaraan.

Untuk dapat memwadahi pengunjung dari segala arah maka sistem parkir pada *shopping mall* ditempatkan di sekitar bangunan. Pada zona-zona parkir tersebut memungkinkan kendaraan dapat parkir dengan teratur. Pengaturan pada setiap zona dikelompokkan berdasarkan sbb :

- Kendaraan roda empat
- kendaraan roda dua

Karena di Indonesia terpengaruh faktor iklim, maka lokasi parkir di dalam gedung dapat dijadikan sebagai penarik pengunjung karena kecenderungan pengunjung (berkendaraan) ingin menempatkan mobilnya pada lokasi parkir yang aman.

Atas dasar analisa di atas maka sistem parkir yang digunakan adalah *off-street* dan menurut penempatan lokasi parkir adalah *indoor parking* (parkir dalam gedung) dan *outdoor parking* (parkir di luar gedung). (Lihat gambar di bawah ini)



KONDISI PARKIR
DI JL. PALASARI
(OFF-STREET)

Gambar III-18.

Gambar III-19.

3.4. TINJAUAN BANGUNAN

3.4.1. Analisa Penggabungan Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi Pada Shopping Mall

Fasilitas perbelanjaan dan rekreasi merupakan perpaduan kegiatan yang saling menunjang dalam wadah *shopping mall*. Secara non fisik penggabungan keduanya harus dilihat dari kesesuaian klasifikasi terhadap 2 faktor pokok yaitu :

- Service (skup pelayanan)
- Pengunjung (memperhatikan segmen pasar)

Penggabungan antara lantai belanja dengan *anchor* harus dapat menyediakan kondisi yang baik untuk para nasabah/pengunjung. Rute lalu lintas mudah, bagian penjualan menarik dan terdapat *anchor* membantu membuat kondisi perbelanjaan yang menyenangkan, maka pengunjung akan datang dan datang kembali.² Pertimbangan seperti ini berlaku menyeluruh baik horizontal maupun vertikal sehingga semua *outlet* mendapat peluang sama terhadap konsumen.

a) Sifat Kegiatan Pusat Perbelanjaan dan Rekreasi

Kegiatan jual beli dan rekreasi dalam pewadahan fasilitas tersebut dikelompokkan sbb :

1. Sifat Kegiatan Jual Beli

1) Dinamis

Adanya pergerakan orang dengan aneka tujuan, mengapa masuk masuk mal.

2) Terbatas

Kegiatan ini berlaku untuk semua orang, tapi tidak setiap orang mampu dan mau melakukannya.

2. Sifat Kegiatan Promosi

1) Daya Tarik

Menuju pada segi visual dan pemilihan barang.

2) Daya Saing

Menuju pada segi harga, mutu barang dan cara pelayanan.

² Ketchum Morris , Shops & Stores ,1957 , P : 15-23

3. Sifat Kegiatan Rekreasi

1) Santai

Untuk kegiatan non-formal, bersenang-senang menikmati suasana.

2) Dinamis

Terjadi pergerakan dari satu tempat ke tempat lain.

b) Karakter Fisik Bangunan

1. Dinamis

Mal mewadahi dan mengarahkan pergerakan pengunjung yang selalu berubah menurut tujuan yang vareatif sehingga tidak menimbulkan kejenuhan.

2. Rekreatif

Fisik bangunan (intrior dan eksterior) tidak menjenuhkan, tapi rekretif dan vareatif sehingga berkesan dan menimbulkan rasa senang dan ingin tinggal lebih lama terutama untuk pengunjung .

3. Promotif

Mempunyai daya tarik besar dari asfek bentuk atau fungsi dan mempunyai daya saing tinggi terhadap lingkungannya, sehingga dapat menarik konsumen dalam jumlah besar.

c) Persyaratan Ruang

Secara umum syarat yang harus terpenuhi agar tercipta kenyamanan bagi penghuni.

1. Untuk kenyamanan perasaan memenuhi persyaratan :

- Penataan interior
- Dimensi ruang
- Olahan permukaan ruang

2. Untuk kenyamanan fisik terlihat :

- Lighting
- Penghawaan
- Dekorasi

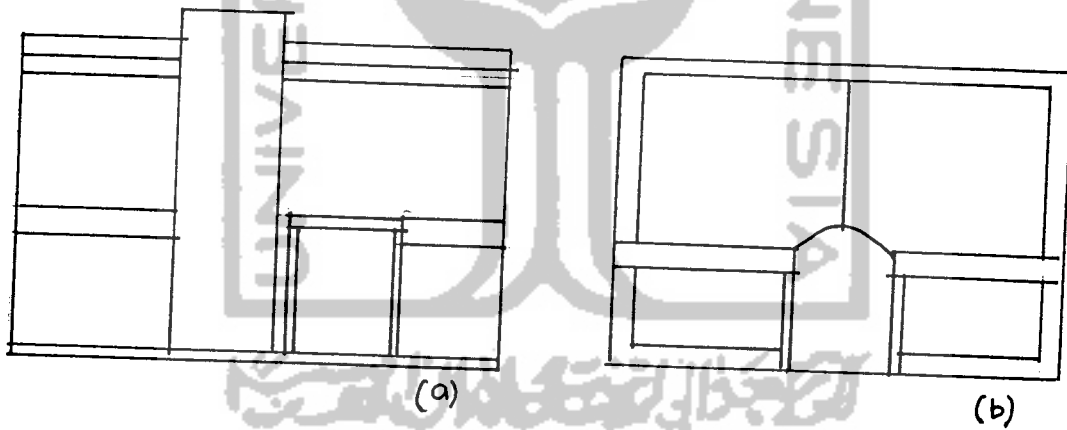
3.4.2. Analisa Citra Modernitas Sebagai Daya Tarik

Citra modernitas sebagai indikasi animo pasar yang identik dengan perkembangan iptek besar pengaruhnya terhadap perkembangan kebudayaan yang akhirnya membentuk sebuah peradaban. Kebudayaan dan peradaban suatu masa akan membentuk *style* arsitektur ceminan dari masa tersebut.

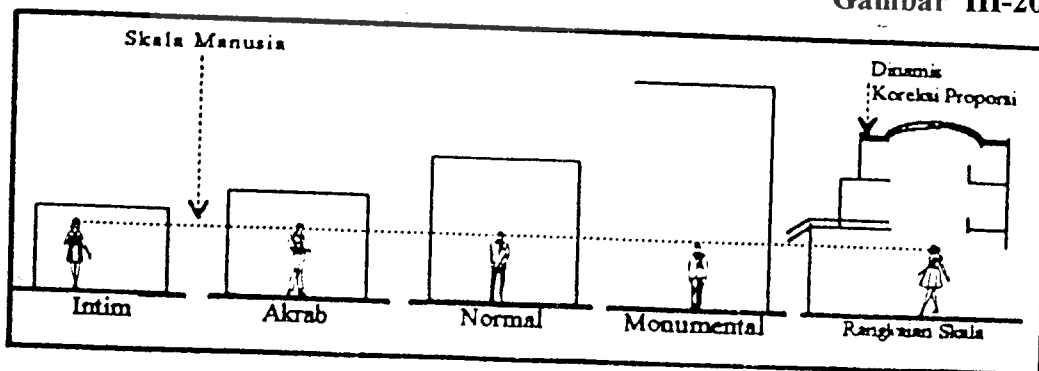
Masyarakat Kota Bandung khususnya dilihat dari tingkat kesejahteraannya di dominasi oleh masyarakat menengah ke atas, kecenderungan masyarakat menengah ke atas menghendaki segala hal yang serba praktis dan mudah (*issue*). Atas pertimbangan tersebut diasumsikan bahwa masyarakat kota Bandung khususnya menyenangi sesuatu yang baru dan mutakhir, inovatif dan kreatif.

a) Bentuk Sebagai Pembentuk Citra Modernitas

Analisa bentuk-bentuk perbelanjaan yang ada di Kota Bandung selain pertimbangan proporsi, skala dan irama juga mempertimbangkan hal-hal yang berhubungan dengan daya tarik terhadap suatu bentuk yaitu clarity (kejelasan), intimacy (keakraban), boldness (kemencolokan), complexity (kompleksitas) dan inventiveness (kebaruan).

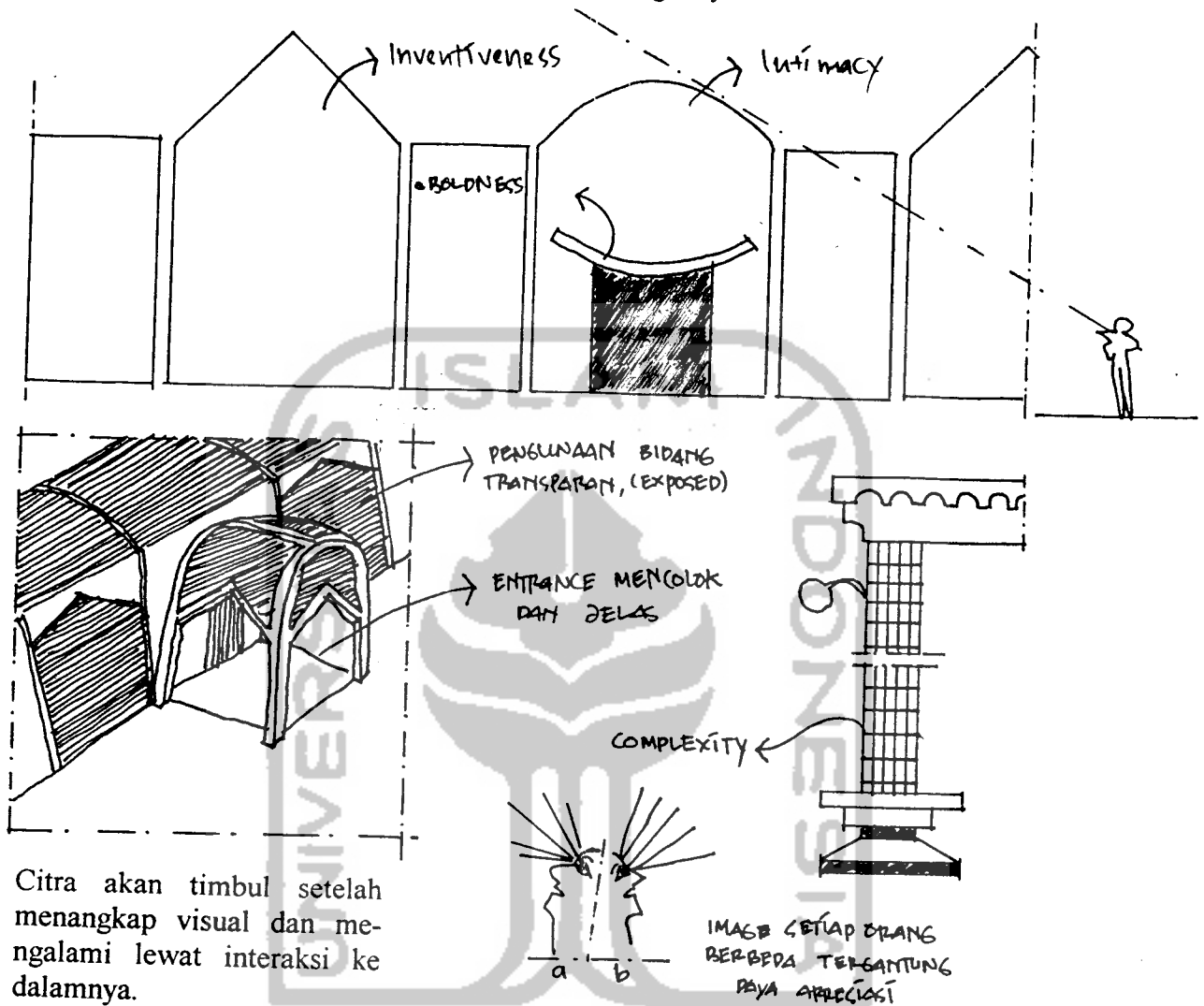


Gambar III-20.



Gambar III-21.

Proporsi pada bangunan-bangunan komersial di Bandung cenderung pada proporsi segi empat dengan skala manusia (normal). Citra modernitas digunakan sebagai daya tarik pasar berdasarkan kecenderungannya.



Gambar III-22.

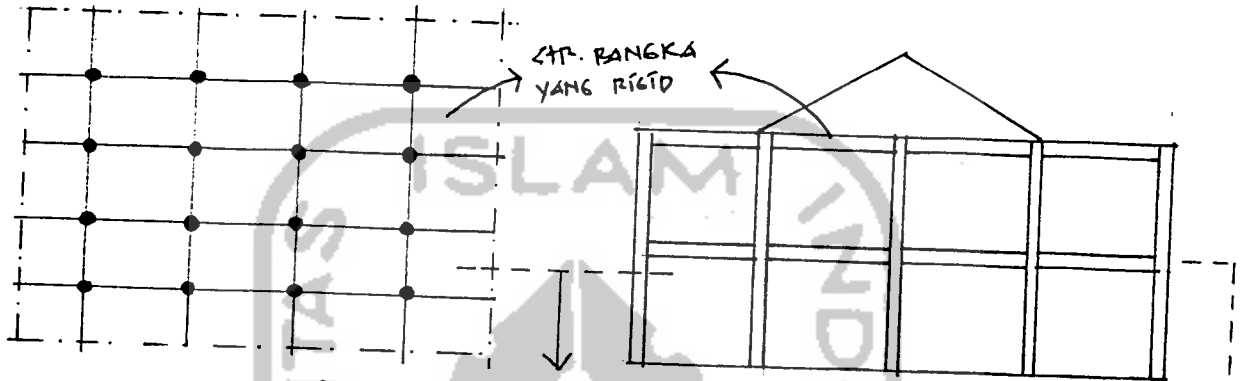
Unsur-unsur yang dapat diwujudkan adalah :

- Irama dengan pengulangan bentuk yang estetis
- Pembaruan pada facade bangunan.
- Komposisi bentuk yang kreatif dan inovatif.
- Kemencolokan bentuk.

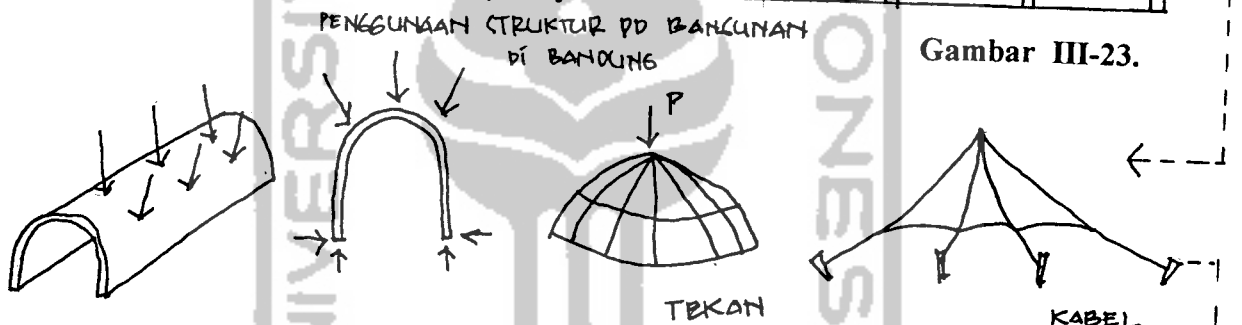
Dari hasil analisa di atas maka dapat dilakukan pendekatan desain bahwa citra modernitas sabagai daya tarik dapat diwujudkan melalui pembedaan dari bentuk lama melalui proses kreatif dan inovatif.

b) Struktur Sebagai Pembentuk Citra Modernitas

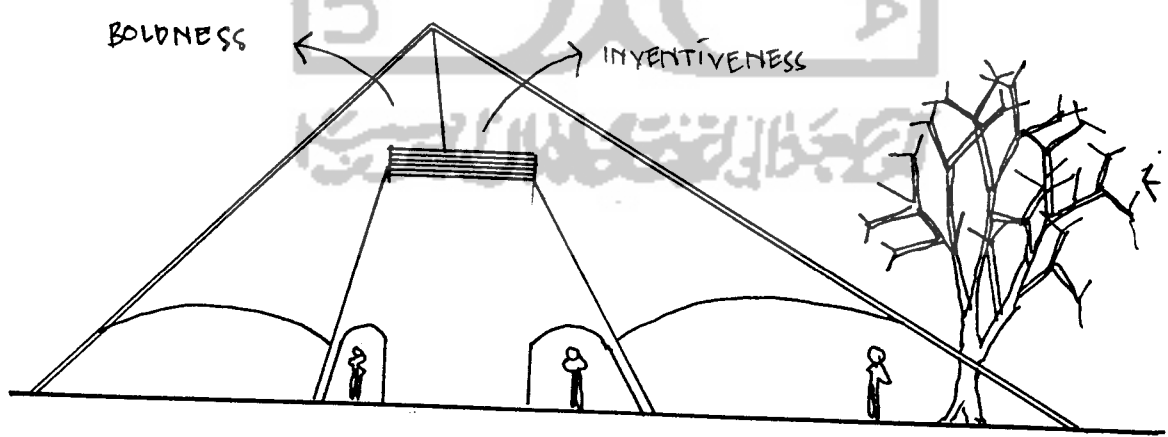
Pada bangunan-bangunan yang ada di Bandung khususnya bangunan komersial didominasi dengan penggunaan struktur rangka. Oleh karena itu diasumsikan penggunaan struktur selain struktur rangka dapat meningkatkan daya tarik pasar yang terutama melalui unsur *boldness* (kemencolokan) dan *inventiveness* (kebaruan). Penggunaan struktur selain struktur rangka juga dapat menimbulkan citra modernitas dengan penekanan pembaruan bentuk secara inovatif dan kreatif.



Gambar III-23.



Gambar III-24.

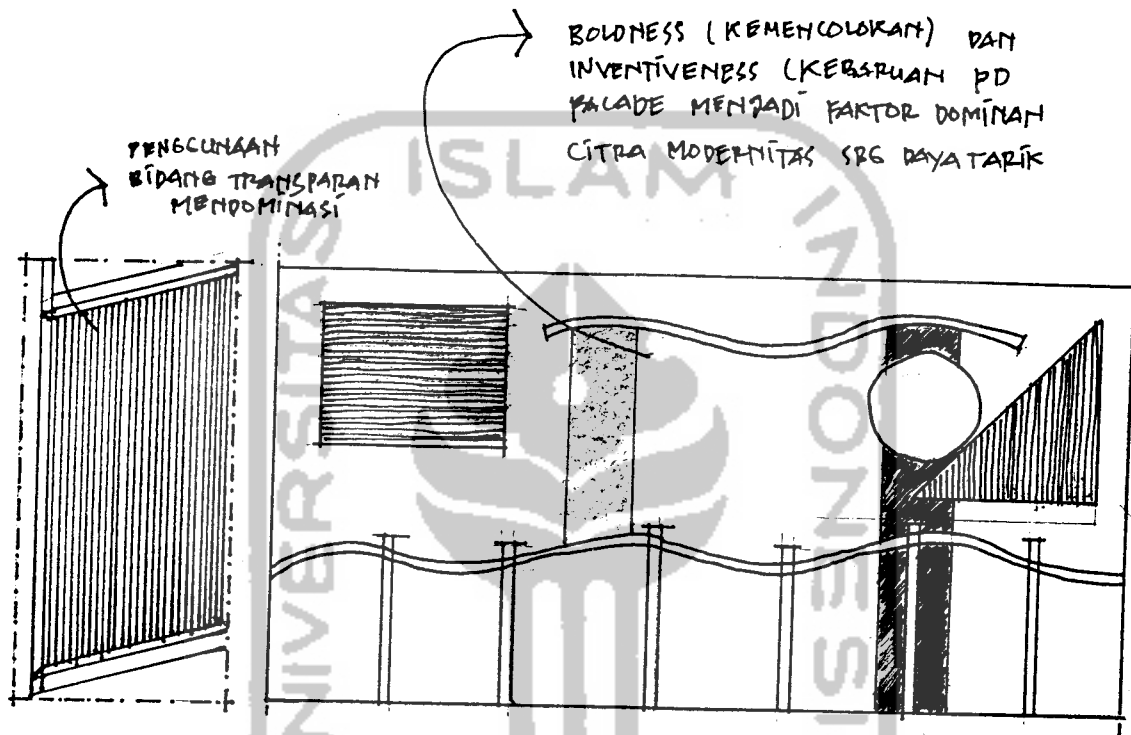


Gambar III-25.

Dari analisa data di atas maka penggunaan struktur menggunakan struktur campuran yaitu rangka, struktur cangkang, dan struktur kabel.

c) Olahan Permukaan Sebagai Pembentuk Citra Modernitas

Pada bangunan-bangunan komersial di Bandung, olahan permukaan cenderung pada penggunaan kaca polos dan dinding masif licin (tanpa olahan), sehingga terkesan biasa karena antara satu bangunan komersial dengan bangunan komersial lainnya cenderung sama. Untuk menimbulkan citra modernitas sebagai daya tarik maka pengolahan permukaan lebih pada unsur *clarity* (kejelasan), *boldnes* (kemencolokan) dan *inventiveness* (kebaruan).



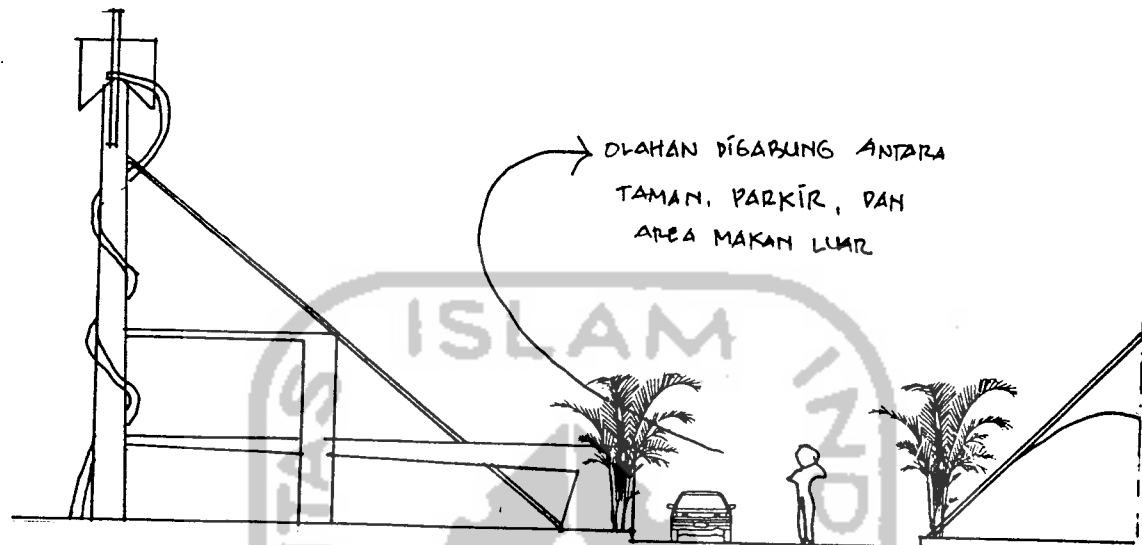
Gambar III-26.

Dari analisa di atas maka pendekatan konsep pada olahan permukaan adalah *clarity* (kejelasan), *boldnes* (kemencolokan) dan *inventiveness* (kebaruan) yang lebih kreatif dan inovatif didukung dengan ketersediaan bahan bangunan yang selalu perfek terhadap perkembangan.

d) Simbol Sebagai Pembentuk Citra Modernitas

Pada bangunan komersil di Bandung penggunaan simbol pada bangunan lebih cenderung pada skup pelayanan, sehingga orang terkesan pada pelayanannya bukan pada desain bangunannya. Oleh karena itu penggunaan simbol pada desain bentuk bangunan akan menimbulkan citra modernitas sebagai land mark di wilayah Bandung dan merupakan iklan komersial.

Penggunaan simbol dapat meningkatkan daya tarik yang perwujudannya lebih pada *boldness* (kemencolokan) dan *inventiveness* (kebaruan) bentuk. Nama *shopping mall* dapat dibuat sebagai simbol dengan membuat bangunan *tower* (menara) yang ekspresi bentuknya dapat di-citra-kan lain dengan fungsi perbelanjaan.



Gambar III-27.

Dari analisa di atas maka pendekatan konsep simbol ber-citra modernitas yang dapat meningkatkan daya tarik adalah melalui bangunan *shopping mall* itu sendiri dan bangunan *tower* (menara) yang lebih mencolok (*boldness*) dan baru (*inventiveness*).

3.4.2. Analisa Bangunan

a) Analisa Ketinggian Bangunan

Ketinggian bangunan dipengaruhi oleh ketinggian ruang dalam. Ketinggian ruang mempertimbangkan jaringan utilitas yang ada di atas *plafond* atau apabila tidak menggunakannya maka harus mempertimbangkan kesan langit-langit yang akan ditimbulkannya. Tinggi ruang dalam tidak terlalu tinggi karena akan membuat pengunjung segan dan membuat lelah pramuniaga. Ketinggian bangunan dipengaruhi oleh jumlah lantai, untuk *shopping mall* jumlah lantainya 3-5 lantai.

Dari analisa di atas dapat disimpulkan sbb:

- Agar bangunan akrab dengan lingkungan sekitarnya maka tinggi bangunan ± 15 m.
- Tinggi ruang tidak terlalu tinggi yaitu antara 3,5 m - 5 m, maksudnya yaitu agar tidak membuat lelah pengunjung atau pramuniaga.

b) Analisa Tata Ruang Dalam

Ruang-ruang dalam pada dasarnya terdiri dari :

1. Areal Pertokoan
2. Anchor : - Pusat-pusat pameran
- Area makan
- Area bermain anak-anak
3. *Pedestrian way* (jalan/jalur untuk pejalan kaki)

1. Area Pertokoan

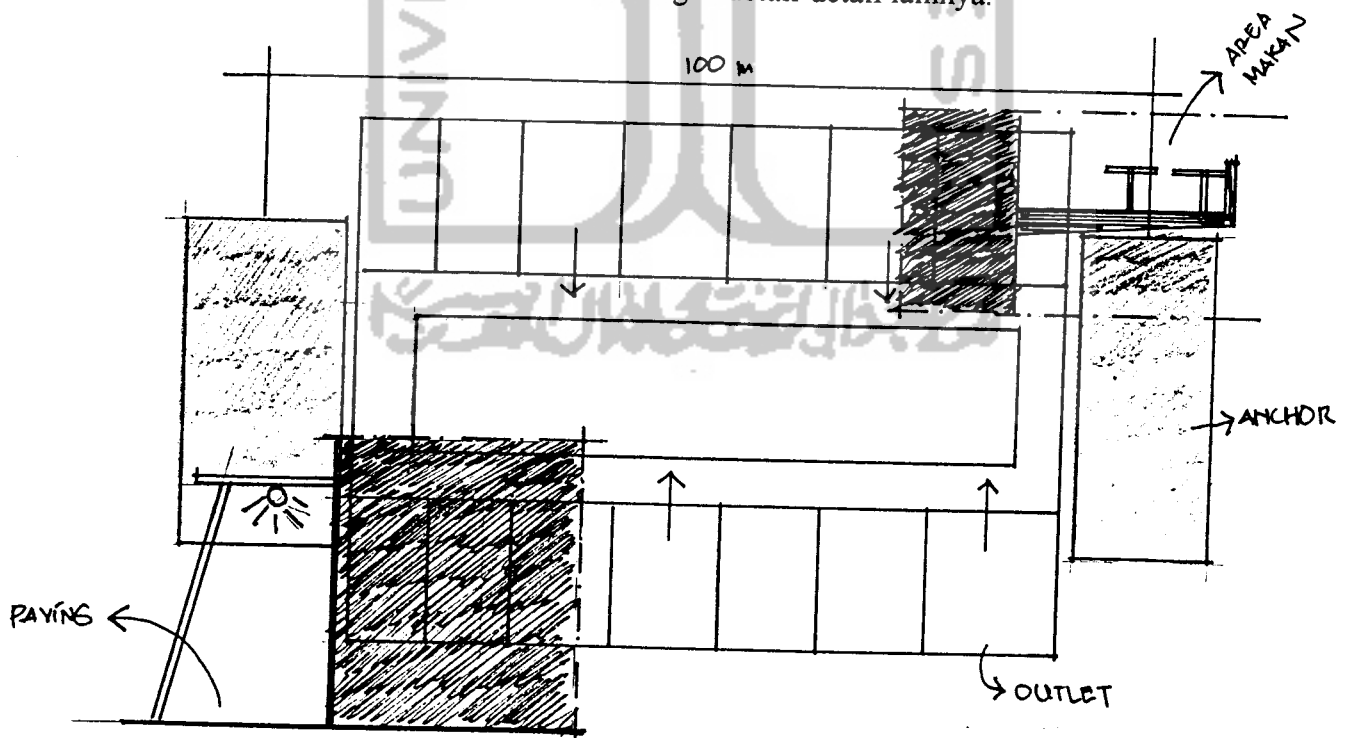
Semua *outlet* menghadap ke koridor (*pedestrian Way*) dengan dimensi ruang fleksibel tergantung pada kontrak sebelumnya.

2. Anchor

Setiap jarak 100 meter ada *anchor* dengan maksud untuk menghindari kejenuhan. Pada *anchor* tersebut terdapat fasilitas-fasilitas rekreasi.

3. *Pedestrian Way* (jalur Penghubung)

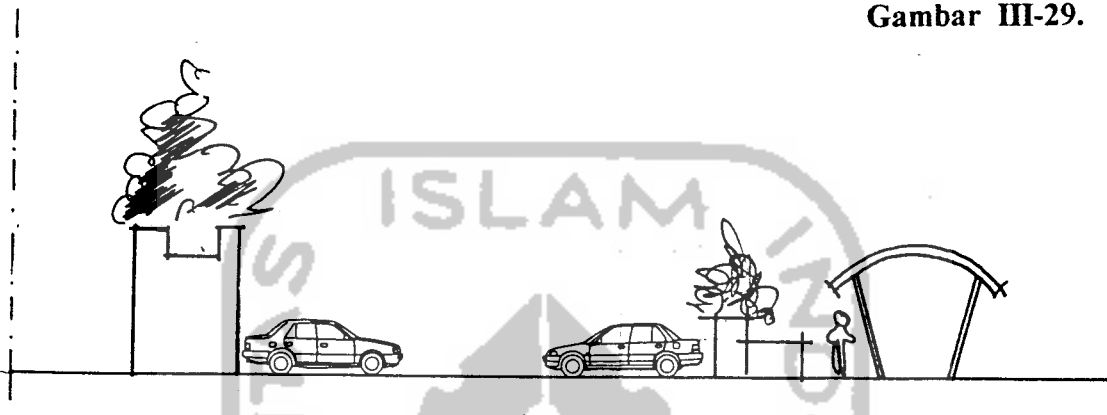
Untuk menghindari kejenuhan, jalur penghubung/koridor dibuat menarik misal dengan penggunaan *paving* dan efek pencahayaan yang menarik, area makan dapat diletakan di sisi koridor dan dengan detail-detail lainnya.



Gambar III-28.

c) Analisa Tata Ruang Luar

Ruang luar meliputi ; ruang untuk parkir, jalan dan taman. Yang menjadi penekanan utama tata ruang luar adalah pengolahan sirkulasi. Ruang luar juga dapat menyediakan area bermain anak-anak area makan luar, dan pusat-pusat pameran dan festival, sehingga lebih menarik). Pengolahannya dapat berupa perpaduan antara ketiga unsur tersebut.



d) Analisa Luas Unit Toko

Luas unit toko ditentukan oleh jumlah ruangnya. Pada mal untuk setiap unit toko hanya membutuhkan 3 (tiga) ruang yaitu :

1. Ruang untuk pramuniaga sebatas ruang kasir dan ruang pengambilan barang.
2. Ruang untuk pengunjung berupa lorong
3. Ruang untuk barang yang dijual

Untuk gudang, ruang pengelola *outlet*, ruang pramuniaga, dan ruang penunjang lainnya diletakan pada satu area, sehingga sirkulasi barang dengan manusia tidak terjadi *crossing*. Perbedaan luas antara satu *outlet* dengan *outlet* lainnya pada tergantung jumlah barang yang akan diwadahi.

Dari analisa data di atas maka luas unit toko harus fleksibel, dengan pemolaan ruang yang standar dan penggunaan partisi sebagai pembatas antar *outlet*.

e) Analisa Sirkulasi Ruang Dalam

Sirkulasi ruang dalam dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu :

1. Sirkulasi Manusia
2. Sirkulasi Barang

1. Sirkulasi Manusia

Sirkulasi manusia terpisah dari sirkulasi barang dan harus menghindari *crossing*. Pengaturan sirkulasi harus mengarahkan aliran pengunjung yang cenderung linier sehingga mereka tidak lewat begitu saja tetapi terdorong untuk melihat ke dalam toko.

2. Sirkulasi Barang

Tempat untuk penerimaan atau pengiriman barang-barang biasanya terpisah dari sirkulasi pengunjung dan ditempatkan berdekatan dengan lapangan penumpukan atau dihubungkan dengan jalur "ramp" penerimaan / pengiriman barang. Penerimaan / pengiriman barang dapat dilakukan langsung ke gudang yang berhubungan dengan gudang utamanya. Sirkulasi pengiriman / penerimaan barang baik ke maupun dari toko dapat diatur jangan sampai pengunjung mengatahui. Ada dua cara pengaturannya:

1. Pengaturan waktu perjalanan (*round trip*)
2. Pengaturan sirkulasi

Penggolong sirkulasi ruang dalam menurut arahnya yaitu :

1. Sirkulasi horisontal
2. Sirkulasi vertikal

1. Sirkulasi Horisontal

Sirkulasi horisontal meliputi : koridor dengan unsur pembentuk tidak menggunakan mesin (lantai biasa atau dengan penggunaan ramp) dan menggunakan mesin (contoh : lantai berjalan,dll). Penggunaannya dapat untuk manusia maupun barang.

2. Sirkulasi Vertikal

Sirkulasi vertikal baik untuk manusia maupun barang dapat menggunakan :

1. Elevator / lift

- Untuk manusia ; sebaiknya dikelompokkan dan mudah terlihat dari pintu masuk, ditempatkan di tengah-tengah bangunan dengan jarak tidak lebih dari 50 meter dari bagian penjualan pada masing-masing lantai.

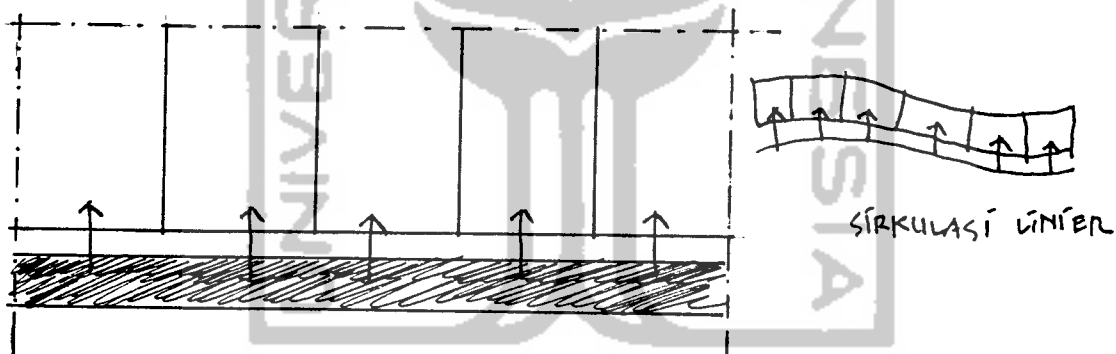
- Untuk barang ; Pengangkutan barang sebaiknya menggunakan pengangkutan lift, perletakkannya tidak sampai kelihatan pengunjung sehingga tidak merusak citra pertokoan tersebut.

2. Eskalator (tangga berjalan)

Tangga berjalan ini merupakan perlengkapan penting terutama bila minimum 2000 orang/jam harus dapat diangkut. Perletakkannya dapat berurutan (dengan jalur untuk turun) ke seluruh lantai penjualan langsung 2 (dua) arah. Letaknya paling baik di tengah-tengah bangunan dan terlihat dari semua arah pintu masuk dengan sudut kemiringan 30°.

3. Tangga

Sangat baik bila terletak pada dinding-dinding luar dengan pintu-pintu darurat langsung ke udara terbuka atau melalui hal / ruang masuk. Untuk setiap bagian dari lantai di atas minimum ada 2 (dua) tangga dengan jarak masing-masing 30,5 meter. Ruang-ruang di sekitar ruang tangga letaknya harus tidak lebih dari 15 meter.



Gambar III-30.

g) Analisa Penempatan Skylight Dalam Bangunan

Agar pencahayaan alami dapat menyinari ruangan secara merata maka penempatan *skylight* di tengah ruangan. Penempatannya juga harus mempertimbangkan keterjangkauan dan kemiringan perambatan cahaya sehingga cahaya dapat tersebar rata ke seluruh ruangan.