

REKORD KIRI
TGL. TERIMA :
NO. JUDUL :
NO. INV. : 15120001488001
NO. HEWAL :

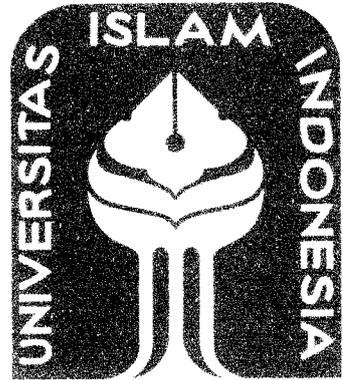
TUGAS AKHIR

JOGJA MALL

ARSITEKTUR MODERN SEBAGAI PEMBENTUK PERFORMA BANGUNAN

JOGJA MALL

MODERN ARCHITECTURE IN BUILDING FORM



Disusun oleh

Nama Mahasiswa : Rahmatina Wahyu Ningsih

Nomor Mahasiswa : 0 0 5 1 2 0 2 7

**JURUSAN ARSITEKTUR
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2004**

LEMBAR PENGESAHAN

JOGJA MALL
ARSITEKTUR MODERN SEBAGAI PEMBENTUK PERFORMA
BANGUNAN

JOGJA MALL
MODERN ARCHITECTURE IN BUILDING FORM

Disusun oleh

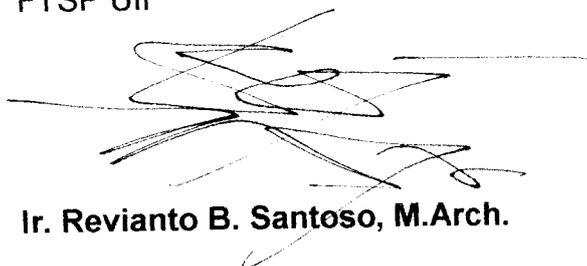
Nama Mahasiswa : Rahmatina Wahyu Ningsih

Nomor Mahasiswa : 0 0 5 1 2 0 2 7

Mengesahkan:

Mengetahui

Ketua jurusan Arsitektur
FTSP UII



Ir. Revianto B. Santoso, M.Arch.

Dosen Pembimbing
Tugas Akhir



Ir. Endy Marlina, MT.

JOGJA MALL
ARSITEKTUR MODERN SEBAGAI PEMBENTUK PERFORMA BANGUNAN

JOGJA MALL
MODERN ARCHITECTURE IN BUILDING FORM

ABSTRAK

Kota Jogjakarta merupakan salah satu kota yang mulai berkembang dalam sektor ekonomi, pendidikan, dan pariwisata. Pertumbuhan ekonomi begitu pesat dan pendapatan perkapita penduduk semakin meningkat. Maka mengakibatkan tingginya tingkat konsumtif pada penduduknya.

Ada permasalahan yang timbul ketika daya beli penduduk semakin meningkat. Yakni wadah dalam terjadinya aktifitas transaksi, bagaimana menyediakan wadah dalam aktifitas transaksi dan mampu mengkarakan sebuah pola aktifitas peradaban modern. Hal ini dilihat dari pola perbelanjaan sebagian masyarakat kota yang mulai bergeser dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern.

Hal berikutnya yang dilakukan adalah mendesain sebuah bangunan pusat perbelanjaan atau yang lebih dikenal dengan kata mall, yang mampu mewadahi aktifitas jual beli sekaligus mampu menjadi sarana hiburan yang berkarakan arsitektur modern sesuai dengan peradaban sekarang.

Mall yang diharapkan adalah bangunan komersial yang memiliki keefektifan dan menekankan pada nilai guna dan fungsi dalam kata lain fungsi sejalan dengan ekonomi. Untuk itu performa bangunan yang akan di tampilkan mencerminkan bangunan modern pada saat ini, bangunan tersebut dapat diwujudkan dengan penggunaan karakter bangunan masif – transparan yang dapat memberikan kesederhanaan bentuk yang terpadu secara harmonis dan simetris. Selain itu penciptaan karakter modern di usahakan dicapai dengan penyusunan bentuk – bentuk geometri dan didukung oleh penggunaan material yang merupakan teknologi penemuan baru bahan pada saat ini yang selaras dengan karakter modern.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb.

Alhamdulillahrabbi'lalamin, dengan segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat kepada hamba-hambanya. Shalawat dan salam kepada junjungan Rasulullah SAW dan aku bersaksi bahwa Muhammad adalah Rasulullah yang diutus sebagai rahmat bagi seluruh alam.

Setelah melalui beberapa tahap proses tugas akhir yaitu : proposal, skematik desain, dan studio, dengan segala keterbatasan ilmu dan kemampuan akhirnya kami dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Laporan ini dibuat sebagai salah satu prasyarat akademis untuk dapat memperoleh gelar keserjanaan strata satu jurusan Arsitektur pada Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia. Judul yang diambil dalam tugas akhir ini adalah Jogja Mall dengan penekanan " Arsitektur modern sebagai pembentuk performa bangunan. "

Dalam penyusunan tugas akhir ini tidak hanya usaha dari kami selaku penulis, banyak pihak lain yang memberi masukan-masukan dan membantu dalam bentuk dan kapasitas berbeda yang sangat membantu dalam proses terselesaikannya laporan ini. Oleh karena itu, dengan ini kami selaku penulis menyaymoaikan rasa terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Yth. Bpk. Ir. Revianto Budi Santoso. M. Arch selaku Ketua Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan.
2. Yth. Ibu Ir. Endy Marlina, MT selaku dosen pembimbing, terima kasih atas dukungan dan saran-saran yang ibu berikan sehingga sangat membantu dalam proses tugas akhir ini.
3. Yth. Bpk. Ir. Munichy. B. E. M. Arch selaku dosen penguji tugas akhir, terima kasih atas saran-saran yang telah bapak berikan.
4. Papa dan mama tercinta yang selalu mendukung dengan penuh kasih sayang dan selalu mendoakan tiena tanpa henti-hentinya.
5. Adikku Runi tercinta, dukunganmu sangat berarti buat tete.
6. Mas Lafran, kasih sayang dan cintanya yang begitu besar. Terima kasih telah menemani tiena dengan sabar dalam proses menuju dewasa.
7. Om-om dan dan bibi-bibi di Jogja, terima kasih atas nasehat-nasehatnya.

8. Keluarga Karang Kajeun yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada tiena.
9. Teman-teman F4, Galuh, Awie, dan Rini, terima kasih atas persahabatan yang begitu indah yang kalian berikan.
10. Teman-teman arsitek 00, terima kasih atas bantuan dan kekompakkannya.
11. Teman-teman seperjuangan studio 00, Rini, Galuh, Awie, Metty, Manda, Dina, Fiff, Joko, Manik, n Purnomo yang selalu heboh n kompak, tanpa kalian studio jadi membosankan.
12. Mas Dodo n mas Godex, terima kasih atas bantuan mylok-myloknya.
13. Mas Mail, mas Megaloman, mas Didin, mas Feksi, terima kasih atas bantuan dan ngeprintnya.
14. Mbak Fero dan Ranti yang selalu nemenin tiena dalam kesusahan, thanks ya atas persahabatannya.
15. Dan akhirnya kepada semua pihak yang telah membantu kami dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.

Kami selaku penulis laporan tugas akhir ini mengharapkan saran dan kritik membangun, karena kami menyadari banyak kekurangan dan kekeliruan hingga masih jauh dari sempurna.

Akhir kata penyusun mengharapkan agar laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi kami dan semua pembaca sebagai bahan pertimbangan ilmu pengetahuan kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Penulis,
Yogyakarta, 30 Juli 2004

Rahmatina Wahyu Ningsih

DAFTAR ISI

Lembar pengesahan	i
Abstraks	ii
Kata pengantar	iii
Daftar isi	v
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	xi

BAB I

PENDAHULUAN	1
PENGERTIAN JUDUL	1
A. Latar belakang Permasalahan	2
1. Kondisi Umum Jogjakarta	2
2. Tinjauan Perekonomian kota Jogjakarta	2
3. Tinjauan lokasi	4
B. Permasalahan	6
1. Permasalahan Umum	7
2. Permasalahan Khusus	7
C. Tujuan dan Sasaran	7
1. Tujuan	7
2. Sasaran	7
D. Site Terpilih	7

BAB II

THEORY DAN STUDI LITERATUR	9
A. THEORY	9
1. Mall	9
a. Shopping mall berdasarkan jangkauan pelayanan	9
b. Shopping mall berdasarkan bentuk fisik	9
c. Sistem pelayanan pada shopping mall	10
2. Karakteristik Mall	11
3. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall	11

4. Penataan Letak Outlet	12
5. Bentuk Mall	13
B. STUDY LITERATUR	13
1. Central City	13
2. Putrajaya Retail Center	15
3. Sudirman Plaza Jakarta	17
C. BANGUNAN MODERN	18
1. Ven House	19
2. Kithchener City Mall	20

BAB III

ANALISA	21
A. Bentuk Modern	21
1. Transformasi Bentuk	21
a. Metaphor	21
b. Memesis	21
c. Transformasi	21
d. Geometry	22
B. Program Ruang	23
1. Pengguna Bangunan	23
a. Pengunjung/Konsumen	23
b. Pengelola	27
c. Penyewa toko	32
d. Pemilik/Investor	34
e. Pemasok Atau Suplier	35
1. Horisontal	37
2. vertikal	38
C. Analisa Kebutuhan Ruang	39
D. Analisa Modul Ruang	42
E. Analisa Site	48
1. Pencapaian bangunan	48
2. Lingkungan	49

3. Arah angin dan matahari	50
4. Infra struktur	51
5. Drainase	51
6. Vegetasi	52
 BAB IV	
PROSES DAN PENGEMBANGAN DESAIN	54
A. Review skematik	
1. Proses Pencarian Denah	54
2. Proses Pencarian Tampak	56
B. Analisa Komposisi Bentuk Pada Site dan Perumahan	59
1. Proses Pembentukan Denah	59
2. Proses Pembentukan Tampak	63
 BAB V	
HASIL AKHIR DESAIN	69
 DAFTAR PUSTAKA	 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Peta Eksisting Peruntukan lahan Kota Yogyakarta	5
Gambar 2 - Site	7
Gambar 3 - Photo Site	8
Gambar 4 - Bentuk-bentuk Mall	12
Gambar 5 - Penataan Letak Outlet	13
Gambar 6 - Analisa Tampak Bangunan Central City	14
Gambar 7 - Analisa Tampak Bangunan Central City	14
Gambar 8 - Analisa Interior Central City	14
Gambar 9 - Putrajaya retail centre	15
Gambar 10 - Analisa Tata Ruang Dalam Putrajaya Retail Center	15
Gambar 11 - Analisa Tampak Bangunan Putrajaya Retail Center	16
Gambar 12 - Analisa Ruang Dalam Bangunan Putrajaya Retail Center	16
Gambar 13 - Performa Bangunan Plaza Sudirman	17
Gambar 14 - Analisa Tata Massa Bangunan Plaza Sudirman	17
Gambar 15 - Analisa Penggunaan Material Bangunan Plaza Sudirman	18
Gambar 16 - Analisa Bentuk Bangunan Modern	19
Gambar 17 - Analisa Bentuk Bangunan Modern	20
Gambar 18 - Bentukan Geometry	23
Gambar 19 - Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 1	23
Gambar 20 - Diagram Organisasi Ruang Pengunjung 1	24
Gambar 21 - Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 1	24
Gambar 22 - Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 2	25
Gambar 23 - Diagram Organisasi Ruang Pengunjung 2	25
Gambar 24 - Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 3	26
Gambar 25 - Diagram Organisasi Ruang Pengunjung 3	26
Gambar 26 - Bagan Struktur Organisasi Pengelola	27
Gambar 27 - Diagram Alur Kegiatan Building Manager	27
Gambar 28 - Diagram Organisasi Ruang Building Manager	28
Gambar 29 - Diagram Alur Kegiatan Divisi Accounting	28
Gambar 30 - Diagram Organisasi Ruang Divisi Accounting	29
Gambar 31 - Diagram Alur Kegiatan RT & Cleaning Service	29

Gambar 32 - Diagram Alur Kegiatan Bagian Keamanan	30
Gambar 33 - Diagram Organisasi Ruang RT&Cleaning Service	30
Gambar 34 - Diagram Organisasi Ruang Bagian Keamanan	31
Gambar 35 - Diagram Alur Kegiatan Div. Marketing&Promosi	31
Gambar 36 - Diagram Organisasi Ruang Div.Marketing&Promosi	32
Gambar 37 - Diagram Alur Kegiatan Penyewa Retail	33
Gambar 38 - Diagram Alur Kegiatan Penjaga Retail	33
Gambar 39 - Diagram Organisasi Ruang Penyewa Retail	33
Gambar 40 - Diagram Organisasi Ruang Penjaga Retail	34
Gambar 41 - Diagram Alur Kegiatan Pemilik/Investor	34
Gambar 42 - Diagram Organisasi Ruang Pemilik/Investor	35
Gambar 43 - Diagram Alur Kegiatan Pemasok/Supplier	35
Gambar 44 - Diagram Organisasi Ruang Pemasok/investor	36
Gambar 45 - Diagram Org.Ruang Keseluruhan Horizontal	37
Gambar 46 - Diagram Org.Ruang Keseluruhan Vertikal	38
Gambar 47 - Study Ruang Retail	42
Gambar 48 - Modul Ruang Retail	43
Gambar 49 - Modul Ruang Retail	44
Gambar 50 - Modul Ruang Retail	45
Gambar 51 - Modul Ruang Dept Store	46
Gambar 52 - Diagram Org.Ruang Keseluruhan Vertikal	47
Gambar 53 - Analisa Lingkungan Site	48
Gambar 55 - Analisa Lingkungan Site	49
Gambar 56 - Photo Lingkungan Site	50
Gambar: 57 - Analisa Arah Angin & Matahari	50
Gambar 58 - Analisa Infra Struktur pada Site	51
Gambar 59 - Photo Infra Struktur pada Site	51
Gambar 60 - Analisa Drainase pada Site	52
Gambar 61- Analisa Vegetasi pada Site	53
Gambar 62 - Photo Vegetasi pada Site	53
Gambar: 63 - Analisa Denah	54
Gambar 64 - Analisa Denah	55
Gambar 65 - Analisa Denah	55

Gambar 66 - Analisa Denah	56
Gambar 67 - Analisa Tampak	57
Gambar 68 - Analisa Tampak	58
Gambar 69 - Zoning Site.....	59
Gambar 70 - Akses masuk Site	59
Gambar 71 - akses masuk bangunan	60
Gambar 72 - Eksplorasi denah	60
Gambar 73 - Denah Akses Penghubung	61
Gambar 74 - Denah Infrastruktur Bangunan.	61
Gambar 75 - Denah Entrance	62
Gambar 76 - Analisa Denah	62
Gambar 77 - Analisa Tampak	63
Gambar 78 - Analisa Tampak	64
Gambar 79 - Analisa Tampak	65
Gambar 80 - Analisa Tampak	66
Gambar: 81 - Analisa Tampak	67
Gambar 82 - Analisa Tampak	68
Gambar 83 - Site Plan	69
Gambar 84 - Denah	70
Gambar 85Tampak	71
Gambar 86 - Potongan	72
Gambar 87 - Perspektif	73
Gambar 88 - Perspektif	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Program dan Kebutuhan Ruang 41

BAB I

JOGJA MALL

**ARSITEKTUR MODERN SEBAGAI PEMBENTUK PERFORMA
BANGUNAN**

PENGERTIAN JUDUL

Mall

Menurut pengertian kamus mall berarti sebuah plaza umum, jalan-jalan umum atau sekumpulan sistem dengan *tress* / belokan-belokan dan dirancang khusus untuk pejalan kaki (*A public plaza, walk, or system of walk set with tress and design for pedestrian use*)¹

Mall adalah jalur pertokoan bagi pejalan kaki (*A pedestriannised Shopping street*); yang di buat untuk menciptakan kesan ruang lebih luas, lebih berkualitas dan lebih mewah dari pada arcade-arcade (1 gang beratap. 2 gedung yang mempunyai gang yang beratap biasanya ditempati toko-toko) biasa²

Arsitektur Modern

Menurut pengertian kamus kata “modern” berarti terbaru, mutakhir, sikap dan cara berpikir serta bertindak sesuai dengan tuntutan jaman³. Sedangkan Menurut *Adolf Loos dikutip oleh Bagoes Poernomo Wiryomartono* dalam Perkembangan Arsitektur Modern di Jerman dan Post Modern, dalam hal hidup budaya modern lewat artikel keramikanya : Modern adalah orang yang sadar akan kesejamaan baru bukannya orang yang selalu merindukan pengulangan kebesaran masa lalu dengan mencintai karya-karya lama untuk ditiru dalam bangunan maupun perlengkapan kehidupan.

Yang membedakan gaya modern dari masa ke masa adalah penggunaan jenis bahan bangunan yang berbeda dari tahun ke tahun, ini disebabkan oleh adanya penemuan – penemuan atau inovasi – inovasi baru pada bahan bangunan yang menyesuaikan kriteria modern pada masanya.

Performa bangunan mall

Performa dalam tinjauan kamus bahasa Indonesia berarti bentuk Sehingga performa bangunan mall bisa diartikan bentuk bangunan yang bisa mencerminkan atau memberi kesan bahwa bangunan tersebut adalah bangunan sebuah mall, dalam istilah arsitektur “ *form follow function* ” yaitu bentuk mengikuti fungsi bangunan.

Dalam konteks hal ini, performa bangunan mall lebih dititiberatkan pada pencapaian bentuk mall baik dari sisi eksternal (tampak) maupun internal (interior) yang bisa memberi kesan atau menciptakan suasana mall yang modern pada saat ini.

¹ Harris M Cyril, A Dictionary of Architecture and Construction.

² Rinorthen, Shopping Centres a Depelover Guide to Planning a Design, Colledge of Estate

³ Dept.RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia.

A. Latar belakang Permasalahan

1. Kondisi Umum Jogjakarta

Wilayah DIY ini berada di bagian tengah Pulau Jawa, termasuk zone tengah bagian selatan dari formasi geologi Jawa Tengah dan Jawa Timur. Secara astronomi, daerah ini terletak di antara 7033'LS - 8012'LS dengan jumlah penduduk kota Jogjakarta yang asli maupun pendatang berjumlah ± 1,2 juta jiwa dan PAD sebesar 56 milyar⁴ Jogjakarta adalah sebuah kota yang kaya predikat, baik berasal dari sejarah maupun potensi yang ada, seperti sebagai kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pelajar, dan kota pariwisata.

Sebutan Jogjakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi propinsi ini dalam kacamata kepariwisataan. Jogjakarta adalah daerah tujuan wisata terbesar kedua setelah Bali. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, bahkan yang terbaru, wisata malam. Predikat sebagai kota pelajar berkaitan dengan sejarah dan peran kota ini dalam dunia pendidikan di Indonesia. Di samping adanya berbagai pendidikan di setiap jenjang pendidikan tersedia di propinsi ini, di Jogjakarta terdapat banyak mahasiswa dan pelajar dari 32 propinsi di Jogjakarta. Tidak berlebihan bila Jogjakarta disebut sebagai miniatur Indonesia. Disamping predikat-predikat di atas, sejarah dan status Jogjakarta merupakan hal menarik untuk disimak. Nama daerahnya memakai sebutan DIY sekaligus statusnya sebagai Daerah Istimewa. Status Jogjakarta sebagai Daerah Istimewa berkenaan dengan runutan sejarah Jogjakarta, baik sebelum maupun sesudah Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia.

2. Tinjauan Perekonomian kota Jogjakarta

Kegiatan perekonomian selalu berkaitan dengan kegiatan sektor lainnya terutama sektor pariwisata dan pendukungnya, sektor ini menyumbang > 30 %⁵ Pendapatan Asli Daerah kota Jogjakarta. Ini membuktikan sektor pariwisata berperan sangat penting dalam pembangunan kota Yogyakarta.

Krisis moneter di Indonesia pada tahun 1997 membawa perekonomian kota Yogyakarta ke titik minus. Mulai tahun 2001 perekonomian Jogjakarta mulai berangsur membaik, ini terbukti dengan peningkatan perekonomian tahun 2003 mencapai 4,3 % dengan tingkat inflasi 9,87 %⁶. Dengan makin membaiknya perekonomian kota Jogjakarta dan meningkatnya jumlah penduduk yang sangat signifikan membawa dampak tumbuh suburnya perdagangan retail di kota Jogjakarta. Pertumbuhan retail di Jogjakarta berbeda dengan kota besar lainnya di Indonesia. Bisnis retail di Jogja tumbuh mengikuti perkembangan pusat-pusat pariwisata belanja dan pusat-pusat pendidikan dan bangunannya berpola menyebar, sedangkan di kota besar lainnya terutama

⁴ www.Jogjakarta.Go.id

⁵ Kedaulatan Rakyat September 2003

⁶ Kedaulatan Rakyat Desember 2003

di Jakarta berpola terpusat pada pusat perbelanjaan seperti mall, plaza, world trade center dan sebagainya. Pola retail di Jogja tersebut disebabkan oleh sejak krisis moneter sampai saat ini di Jogja belum ada pusat retail baru, sedangkan pertumbuhan bisnis retail mencapai 35 % per tahun⁷.

Disamping itu pola perbelanjaan sebagian besar masyarakat kota yang mulai bergeser dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern menjadi salah satu faktor berkembangnya pusat perbelanjaan seperti mall dan trade center.

Selain indikator diatas indikator lain yang mendukung dibangunnya shopping mall baru di Jogja adalah sudah tidak adanya space retail yang disewakan pada shopping mall – shopping mall di Jogjakarta ini terbukti pada shopping mall galeria yang terletak di jalan Jenderal Sudirman yang sejak tahun 2001 tingkat penyewaan space retail rata – rata 95%⁸ sampai pada awal tahun 2003 pengelola mulai menyewakan space yang seharusnya digunakan sebagai area publik, tingginya tingkat konsumtif mahasiswa – mahasiswa baru di Jogjakarta yang pada tahun 2003 jumlah mahasiswa di Jogjakarta tercatat ± 165.000 mahasiswa⁹, dengan jumlah mahasiswa yang sebesar ini merupakan potensi pasar yang sangat besar bagi pebisnis retail.

Dari sektor pariwisata yang mendukung sektor perekonomian yang antara lain ditunjukkan dengan perdagangan souvenir dan kerajinan yang dari tahun – ketahun makin meningkat , perdagangan souvenir dan kerajinan yang semula berpola tradisional yaitu membuat dan menjual langsung ke wisatawan yang datang ke Jogjakarta dan mulai tahun 90-an sudah mulai berpola modern dengan membuka outlet-outlet yang representatif dan lokasi yang prestise serta mudah diketahui dan dikunjungi para pembeli bahkan saat ini sebagian besar pengusaha pengrajinan sudah mulai mengekspor ke 55 negara tujuan¹⁰ dan untuk hal itu Pemda maupun pihak swasta untuk lebih menggalakan pasar ekspor sering mengadakan ekspo produk kerajinan yang lokasinya berada diluar negeri maupun di kota Jogjakarta sendiri. Ekspo yang diadakan di Jogjakarta sebagian besar mengambil lokasinya dipusat – pusat perbelanjaan yang bertipe mall .

Jumlah wisatawan yang mengunjungi kota Jogjakarta setelah mulai pulihnya perekonomian Indonesia dari krisis moneter mengalami peningkatan yang cukup berarti dan mencapai puncaknya kunjungan wisatawan ke Jogjakarta pada tahun 2003 yaitu mencapai 1.259.676¹¹ pengunjung dengan rata – rata menginap selama 2 malam 3 hari, dengan jumlah wisatawan sebesar itu dan pola perilaku wisatawan pada umumnya yang suka berbelanja merupakan potensi pasar yang sangat besar.

Mall yang selain untuk memenuhi kebutuhan akan tempat belanja yang representatif bagi warga kota Jogjakarta bisa berperan lebih untuk memberi corak dan menambah warna untuk pariwisata Jogjakarta yaitu sebagai tujuan tempat wisata kota dan wisata belanja. Sebagai

⁷ Kabare Yogya Edisi Maret 2003

⁸ Pengelola Galeria Mall Jogjakarta

⁹ Kopertis Wilayah V DIY

¹⁰ [www. Jogjakarta.go.id](http://www.Jogjakarta.go.id)

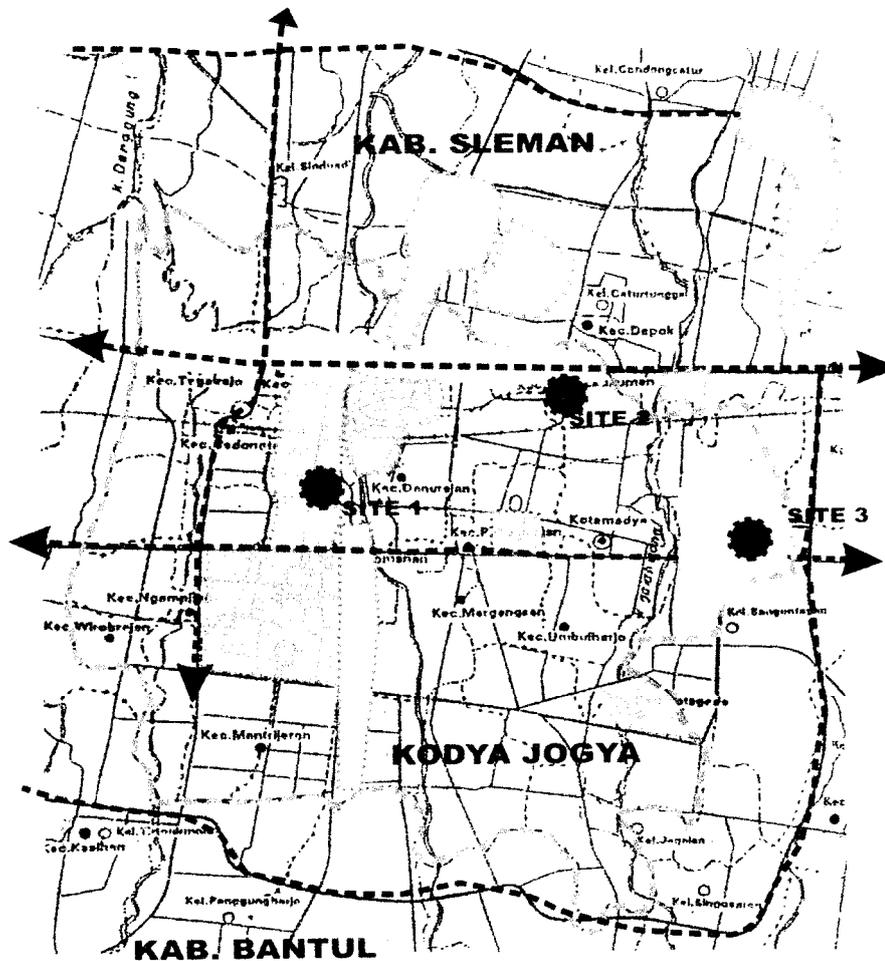
¹¹ www. Jogjakarta.go.id

pendukung ekspor kerajinan dan produk – produk kerajinan Mall bisa berperan ganda sebagai tempat display produk dan sekaligus sebagai tempat untuk event – event yang mendukung pasar ekspor.

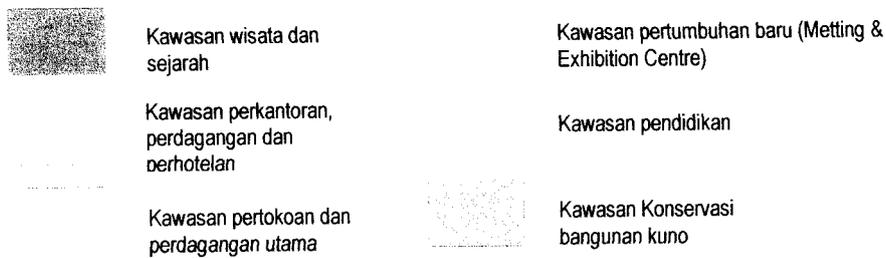
Kota Jogjakarta sejak tahun 1995 sampai saat ini pertumbuhan pusat perbelanjaan dengan tipe mall mengalami stagnan yaitu hanya terdapat 3 bangunan mall (Ramai mall, Malioboro mall dan Galeria Mall) padahal permintaan space ruang di mall dari tahun – tahun makin meningkat. Permintaan space ruang pada mall tersebut lebih didasarkan para investor retail yang melihat peluang pasar yang sangat besar sebagaimana uraian diatas. Sehingga kebutuhan pusat perbelanjaan baru yang bertipe mall di Jogjakarta bisa mendukung sektor ekonomi dan pariwisata terutama wisata belanja.

3. Tinjauan lokasi

Kota Jogjakarta berdasarkan amatan secara umum peruntukan lahannya terbagi secara alami dalam beberapa pusat kegiatan, kegiatan utama dan sangat berpengaruh besar dalam perekonomian kota Jogjakarta adalah kegiatan pariwisata, perdagangan dan pendidikan. Pusat – pusat kegiatan tersebut terpusat pada kawasan – kawasan tertentu di wilayah kota Jogjakarta yang bisa ditunjukkan dari gambar di bawah ini.



Batas kota Yogyakarta



Gambar: 1
Peta Eksisting Peruntukan lahan Kota Yogyakarta
Sumber : Hasil Olahan

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa pusat – pusat keramaian kota Jogjakarta terletak pada kawasan pendidikan, perdagangan dan wisata. Ketiga pusat – pusat tersebut terkonsentrasi di pusat kota Jogjakarta dan kota Jogjakarta bagian utara. Di pusat kota terdapat kraton sebagai pusat pariwisata dan jalan Mangkubumi-Malioboro sebagai pusat wisata belanja serta perdagangan utama kota Jogjakarta, sedangkan kota Jogjakarta bagian utara yang terfokus pada jalan Jenderal Sudirman dan Jalan Urip Sumoharjo merupakan kawasan dengan kembang tumbuh yang sangat pesat yang didalamnya terdapat

pusat – pusat perdagangan, perhotelan dan perkantoran. Hal ini dikarenakan Jl. Jend. Sudirman yang mempunyai akses langsung dari gerbang utama kota Jogjakarta dari kota Solo dan Magelang, selain hal tersebut Jl. Jenderal Sudirman sangat dekat dengan akses pusat – pusat pendidikan.

Untuk bagian selatan dan timur kota Jogjakarta perkembangan perekonomiannya sudah mulai meningkat walau tidak secepat kota Jogjakarta bagian utara, meningkatnya kegiatan perekonomian kawasan tersebut disebabkan karena mulai dibangunnya pusat MIETC (Meeting Information Exhibition and Trade Centre) yang tahap awalnya diresmikannya Gedung JEC (Jogja Expo Centre) pada tahun 2002 di kawasan Timur kota Jogjakarta dan Terminal Terpadu Giwangan yang pembangunannya sedang berjalan berada di bagian selatan kota Jogjakarta .

Berdasarkan hasil pengamatan kondisi kota Jogjakarta tersebut pemilihan site terbagi menjadi 3 kriteria, yaitu site 1 yang terletak di Jl. Mangkubumi yang merupakan pusat kota Jogjakarta, site 2 terletak di kota Jogjakarta bagian utara yang tepatnya berada di Jl. Urip Sumaharjo(Jl. Solo) dan site 3 terletak di kawasan JEC yang merupakan kawasan kota Jogjakarta bagian timur.

B. Permasalahan

Shopping mall adalah pusat perbelanjaan yang terdiri atas magnet-magnet sebagai daya tarik, dan ruang-ruang sewa sebagai inti dari kegiatan berbelanja atau rekreasi, yang menitik beratkan pada mall atau sirkulasi pedestrian sebagai ruang komunal untuk interaksi pengunjung dan pedagang yang mengutamakan kenyamanan pengguna bangunan, dan tetap berusaha menghadirkan suasana ruang luar kedalam bangunan.

Mengingat bangunan Shopping Mall adalah bangunan komersial maka perlu dipikirkan tujuan utama membangun bangunan komersial ini yaitu untuk mencapai keuntungan yang sebesar-besarnya dan dapat mengembalikan modal dalam waktu yang sesingkat-singkatnya, sehingga banyak aspek yang harus diperhatikan dalam membangun shopping mall. Salah satu hal yang paling penting untuk diperhatikan adalah bagaimana cara untuk membangun shopping mall ini dengan biaya seekonomis mungkin tapi tetap memenuhi standar-standar shopping mall yang diinginkan dan juga bagaimana caranya mengatur sedemikian rupa agar shopping mall ini memiliki keefektifan yang tinggi di tinjau dari sifat bangunan komersial.

Aspek-aspek penting dalam merencanakan dan membangun shopping mall sejalan dengan gaya dan pemikiran arsitektur modern yaitu yang menekankan nilai guna dan keefektifan dalam kata lain fungsi sejalan dengan ekonomi. Arsitektur modern memanfaatkan teknologi sebagai aplikasi dari pengertian modern (mutakhir) sehingga identik dengan teknologi tinggi yang sarat dengan revolusi penemuan baru.

1. Permasalahan Umum

Bagaimana mendesain mall yang berkarakter modern dan mempresentasikan bentuk dalam nilai guna dan fungsi.

2. Permasalahan Khusus

- Bagaimana menciptakan fungsi retail yang efektif dan efisien pada pola peruangan mall.
- Bagaimana mendesain bangunan mall yang dirancang sesuai dengan performa atau penampilan bentuk sebuah mall yang modern.

C. Tujuan dan Sasaran

1. Tujuan

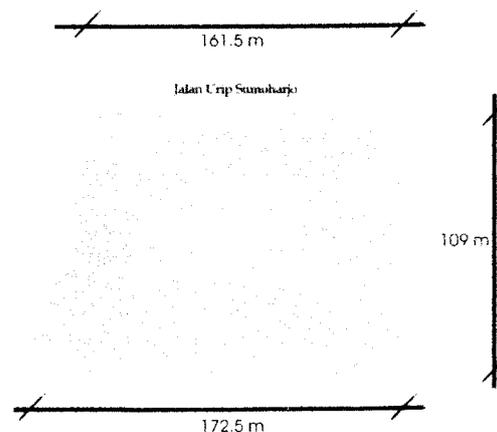
Merumuskan sebuah konsep perencanaan dan perancangan shopping mall yang efektif, efisien, fungsional dalam mewadahi kebutuhan aktifitas perdagangan kota Jogjakarta.

2. Sasaran

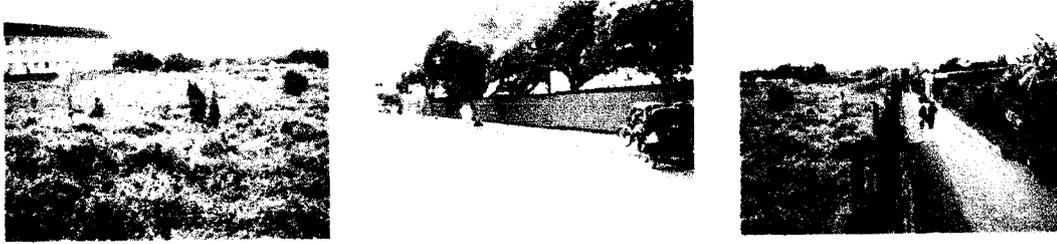
Terumuskannya pola tata ruang retail dan sirkulasi yang efektif dan efisien. serta menciptakan performa bangunan mall yang modern.

D. Site Terpilih

Terletak di jalan Urip Sumoharjo (Jl. Solo) yang merupakan jalan utama menuju pusat kota Jogjakarta dari arah timur (Kota Solo dan Kota Surabaya). Luas site 17.985 m². Area ini merupakan lahan kosong yang sebelah timur berbatasan langsung dengan Saphir Hotel, sisi selatan berbatasan dengan perkampungan penduduk Demangan kidul dan sisi barat berbatasan dengan pertokoan. Untuk pencapaian utama ke site dapat di akses dari sisi utara yang berbatasan langsung dengan Jl. Urip Sumoharjo. Sedangkan dari sisi selatan dan barat dapat di capai dari jalan kampung Demangan kidul. Site pada daerah tersebut mempunyai peraturan KDB sebesar 50% dan KLB sebesar 1,2



Gambar: 2
Site
Sumber : Hasil Olahan



Gambar. 3
Photo Site
Sumber : Hasil Olahan

Potensi site :

- Terletak di Jalan utama Kota Jogjakarta
- Akses langsung ke pusat kota Jogjakarta
- Dekat dengan pusat – pusat pendidikan
- Merupakan kawasan perdagangan, perkantoran dan perhotelan
- Infrastruktur dan utilitas yang memadai.
- Tingkat keramaian dan kemacetan yang sedang

Kendala site :

- Terletak dipinggir kota Jogjakarta

BAB II

THEORY DAN STUDI LITERATUR

A. THEORY

1. Mall

Pengertian lain Shopping Mall diartikan sebagai suatu area pergerakan (linier) pada suatu area pusat bisnis kota (*central city business area*) yang lebih diorientasikan bagi pejalan kaki; berbentuk pedestrian dengan kombinasi plaza dan ruang-ruang interaksional.¹²Maitland juga menyatakan bahwa shopping mall adalah pusat perbelanjaan yang berintikan dari satu atau beberapa departemen store besar sebagai daya tarik dari retail –retail kecil dan rumah makan dengan tipologi bangunan seperti toko yang menghadap ke koridor utama mall atau pedestrian merupakan unsur utama dari sebuah shopping mall, yang berfungsi sebagai sirkulasi dan sebagai ruang komunal bagi terselenggaranya interaksi antar pengunjung dan pedagang.¹³

Sedangkan pada buku urband land institute, dikatakan bahwa shopping mall juga disebut sebagai kelompok kesatuan komersial yang dibangun pada sebuah lokasi yang direncanakan, dikembangkan, dimulai dan diatur menjadi sebuah unit operasi, berhubungan dengan lokasi, ukuran, tipe toko dan area perbelanjaan dari unit tersebut. Unit ini juga menyediakan parkir yang dibuat berhubungan dengan tipe dan ukuran total dari toko-toko.¹⁴

a. Shopping mall berdasarkan jangkauan pelayanan (Gruen Victor 1960)

- Pusat Perbelanjaan Lokal
Total area yang digunakan 2.787 – 9.290 m2 dengan tingkat layanan 5.000 – 40.000 orang. Jenis fasilitas : supermarket, toko – toko tunggal (shop unit).
- Pusat Perbelanjaan Distrik
Total area yang digunakan 9.290 – 27.870 m2 dengan tingkat layanan 40.000 – 150.000 orang. Jenis fasilitas : departement store, variety store, junior departement store, supermarket, dan toko – toko tunggal.
- Pusat Perbelanjaan Regional
Total area yang digunakan 27.870 – 92.990 m2 dengan tingkat layanan 150.000 – 400.000 orang. Jenis fasilitas : junior departement store, departement store dan toko – toko.

b. Shopping mall berdasarkan bentuk fisik (Nadine Bendington 1982)

- *Shopping Street* yaitu sederetan pertokoan di sepanjang sisi jalan. Contoh : pertokoan disepanjang Malioboro.

¹² Rubenstein, Harvey, M, Central City Mall, 1978

¹³ Maitland, 1987

¹⁴ Urban land institute, Shopping Centers Development Handbook, Community Builders Handbook Series, Washington, 1977

- *Shopping Center* yaitu kompleks pertokoan yang terdiri dari toko tunggal yang disewakan atau dijual.
- *Shopping Precint* yaitu kompleks pertokoan dengan stan toko menghadap keruang terbuka yang bebas dari kendaraan.
- *Departement Store* yaitu suatu toko yang sangat besar terdiri dari beberapa lantai dan menjual bermacam - macam barang termasuk pakaian sampai peralatan rumah tangga. Perletakkan barang memiliki tata letak yang khusus yang memudahkan sirkulasi dan memberikan kejelasan akses. Contoh : matahari.
- *Supermarket* yaitu toko yang menjual barang – barang kebutuhan sehari – hari dengan system pelayanan sendiri dan penjualan bahan makanan tidak melebihi 15 % dari sebuah area penjualan. Luas lantai berkisar 1.000 – 2.500 m². Contoh : Hero Supermarket.
- *Departement Store dan Supermarket* yaitu bentuk perbelanjaan modern yang umum dijumpai (gabungan departement store dan supermarket). Contoh : Malioboro Mall.
- *Super Store* yaitu toko satu lantai tetapi menjual berbagai jenis barang dengan pelayanan sendiri, luas lantai berkisar 5.000 – 7.000 m². Fasilitas ini sangat jarang dijumpai karena lahan yang sangat terbatas.

c. Sistem pelayanan pada shopping mall (Mills,1976)

- **Personal Service**
Sistem pelayanan dimana konsumen membeli dan membayar dilayani oleh pramuniaga di belakang counter
- **Self Selection**
Sistem pelayanan dimana konsumen mencari sendiri barang sesuai dengan kebutuhannya, kemudian memilih dan membawa barang ke kasir untuk membayar dan di pak.
- **Self Service**
Sistem pelayanan dimana konsumen menggunakan alat angkut troli / keranjang yang ada, mencari / memilih barang sendiri, kemudian menuju kasir untuk membayar dan di pak.

Mall merupakan penggambaran dari kota yang terbentuk oleh elemen-elemen :¹⁵

- **Anchor (Magnet)**
Merupakan transformasi dari “**nodes**” dapat pula berfungsi sebagai land mark perwujudannya berupa plaza dalam SHOPPING MALL .

¹⁵ Rubenstein, Harvey, M. Central City Mall, 1978, P : 25 - 28

- *Secondary Anchor* (Magnet Sekunder)
Merupakan transformasi dari “**district**” perwujudannya berupa *retail store*, *super market*, *super store* dan *bioskop*.
- *Street Mall*
Merupakan transformasi “**paths**“ perwujudannya berupa pedestrian yang menghubungkan magnet-magnet.
- *Landscaping* (Pertamanan)
Merupakan transformasi dari “**edges**” sebagai pembatas pusat pertokoan di tempat-tempat luar.

2. Karakteristik Mall

Mall mempunyai karakteristik antara lain :

- | | |
|-----------------------------|--|
| b. Pintu masuk | : tunggal |
| c. Atrium | : di sepanjang koridor |
| d. Koridor | : tunggal |
| e. Lebar koridor | : 8-16 meter |
| f. Lantai | : 3 lantai |
| g. Parkir | : mengelilingi bangunan mall (tidak ada gedung parkir) |
| h. Magnet (<i>Anchor</i>) | : di setiap pengakhiran koridor (hubungan horizontal) |
| i. Jarak antar magnet | : 100-200 meter. |

3. Tata Letak dan Dimensi Shopping Mall

Salah satu faktor yang mempengaruhi sukses tidaknya suatu mall diantaranya adalah tata letak dan dimensi mall. Di negara asalnya Amerika Serikat umumnya menggunakan tata letak yang sederhana seperti bentuk huruf I,T dan L.¹⁶ Hal ini sesuai dengan konsepnya bahwa mall berbeda dengan konsep perbelanjaan lainnya yaitu mempunyai akses ke dalam dengan koridor tunggal sehingga menjadikan semua *outlet* mempunyai peluang sama untuk dikunjungi konsumen.¹⁷ Contoh *shopping mall* yang sukses dengan tata letak sederhana : 1) *Explanade Oxnard* (mall bentuk huruf I di California), 2) *Yorkdale* (mall bentuk huruf L di toronto), 3) *Franklin Park Mall* (mall bentuk huruf T di Toledo Ohio).

Untuk dimensi, berdasarkan penelitian di AS panjang mall minimal 180 meter dan maksimal 240 meter,¹⁸ ketentuan ini sifatnya tidak mutlak, pada prinsipnya mall tidak boleh terlalu panjang sehingga pengunjung tidak mampu berjalan ke ujung mall. Untuk

¹⁶ Frics, Northen and Haskoll, M, 1977

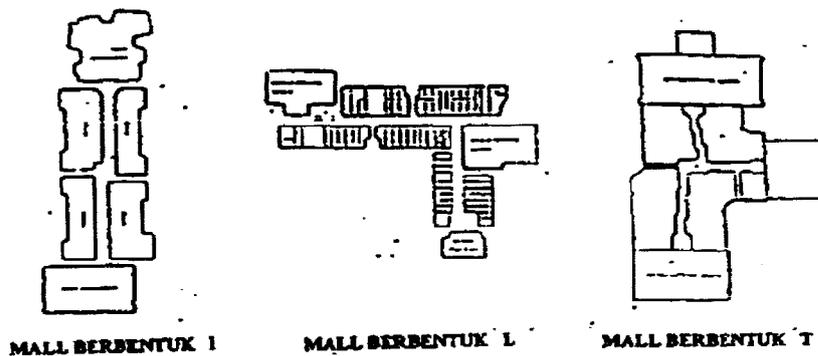
¹⁷ Properti No. 38, Boom pusat Berbelanja, P : 23-32, 1997

¹⁸ Frics, Northen and Haskoll, M, 1977

mengantisipasi hal tersebut dan untuk mencapai tujuan setiap *outlet* mempunyai akses sama terhadap pengunjung maka diperlukan adanya *anchor* pada tempat-tempat tertentu, jarak antar *anchor* \pm 100-200 meter. *Anchor* itu dapat berupa *square*, *courts*, *food court*, atau tempat-tempat santai lainnya yang dapat mengalihkan perhatian dari kelelahan. *Anchor-anchor* seperti tersebut diatas harus mempertimbangkan total area mewadahi keluberan (termasuk *court* dan *square*) minimal 10 % dari total luas lantai.

Mall cenderung horizontal. Sudah menjadi kepastian takaran arsitektur seperti proporsi, skala, simetri, balance dan dimensi diterapkan pada fisik bangunan karena selain mempunyai pengaruh fisik juga berefek psikologis yang akan menentukan berhasil tidaknya *decision of desain*. Merujuk pada teori " *visual stop* " yaitu " *if the shopper is not trapped she will pas through* " (jika pembeli tidak terjat maka dia lewat begitu saja), maksudnya bagaimana aliran pengunjung dapat diarahkan sehingga mereka tidak hanya lewat begitu saja tapi terdorong untuk melihat ke dalam *outlet* yang mereka lewati. Hal ini sangat dipengaruhi oleh hal-hal seperti tersebut diatas.¹⁹

Bentuk-bentuk Mall yang Berhasil di USA



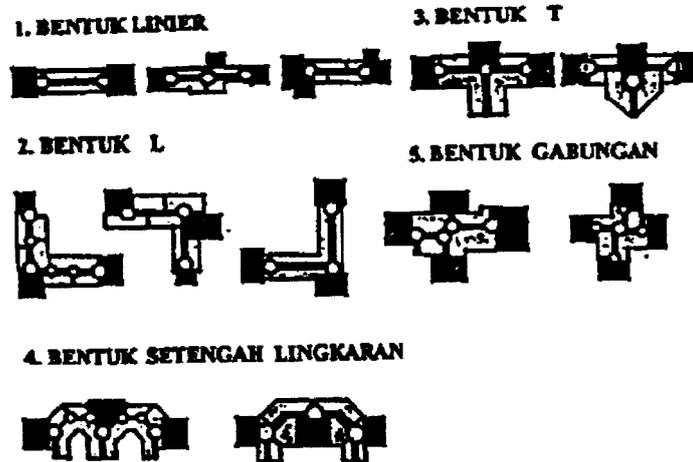
Gambar: 4
Bentuk-bentuk Mall
Sumber : Hasil Olahan

4. Penataan Letak Outlet

Komposisi yang paling baik antara *outlet* dengan *klanchor* adalah 40 % berbanding 60 %.²⁰ Perletakkan *anchor* biasanya diujung atau pengakhiran koridor. Untuk mendapatkan suasana mall yang variatif maka para *tenant* diberi kebebasan untuk *me-lay-out outlet-nya* sesuai cita rasa dan citra produknya dengan ketentuan tidak merusak bangunan dan melanggar kontrak yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal ini akan membantu pengunjung dalam memilih produk yang disukai.

¹⁹ Maithland, Barry, 1987, Shopping Malls, Planning and Design, Nichols Publishing Co, New York.

²⁰ Konstruksi, Juni 1992.



Gambar: 5
Penataan Letak Outlet
Sumber : Hasil Olahan

5. Bentuk Mall

Terdapat tiga (3) bentuk umum mall dengan keuntungan dan kerugian tersendiri yaitu :²¹

- a. *Open Mall* (mall terbuka), adalah mall tanpa pelingkup. Keuntungannya adalah kesan luas dan perencanaan teknis yang mudah sehingga biaya lebih murah. Kerugian berupa kendala *climatic control* (berpengaruh terhadap kenyamanan) dan kesan pewadahan kurang.
- b. *Enclosed Mall* (mall tertutup), adalah mall dengan pelingkup. Keuntungannya berupa kenyamanan *climatic control*. Kerugiannya adalah biaya mahal dan kesan kurang luas.
- c. *Integrated mall* (mall terpadu), adalah penggabungan mall terbuka dan tertutup. Biasanya berupa mall tertutup dengan akhiran mall terbuka. Munculnya bentuk ini merupakan antisipasi terhadap keborosan energi untuk *climatic control* serta mahalnya pembuatan dan perawatan mall tertutup. Mall ini juga bertujuan mengkonsentrasikan daya tarik pengunjung pada mall tertutup.

B. STUDY LITERATUR

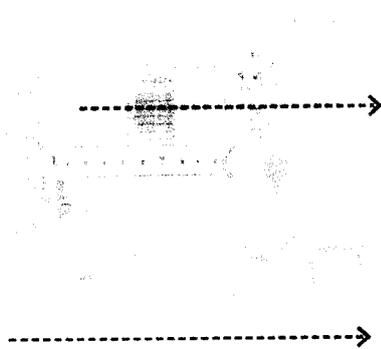
1. Central City

Spesifikasi Proyek :

- Nama Proyek : Central City
- Arsitek : Garim Architect And Engineers
- Location : Banpu-dong, Seocho-ku, Seoul Korea
- Luas lahan : 59.000 m²
- Luas lantai : 266.000 m²

²¹ Maithland, Barry, 1987, Shopping Malls, Planning and Design, Nichols Publishing co, New York, P

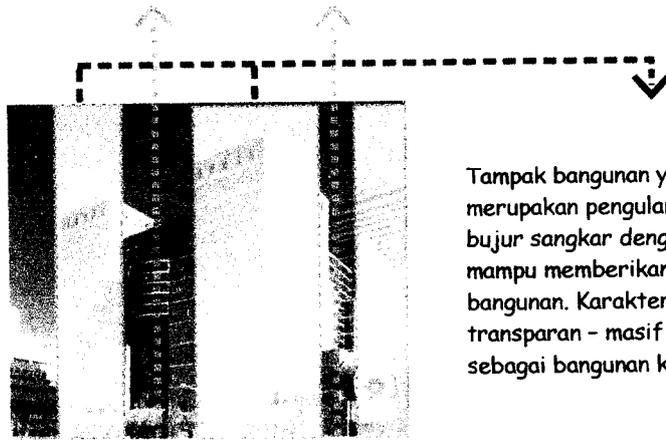
- Jumlah lantai : 5 basement, 33 lantai



Massa bangunan terdiri dari 2 massa utama yang terletak pada satu garis sumbu simetri. Penataan ruang dengan pola geometri dengan sirkulasi secara linier pada tata massa ruang dalam memudahkan pengunjung dalam pencapaian ruang - ruang di dalam bangunan.

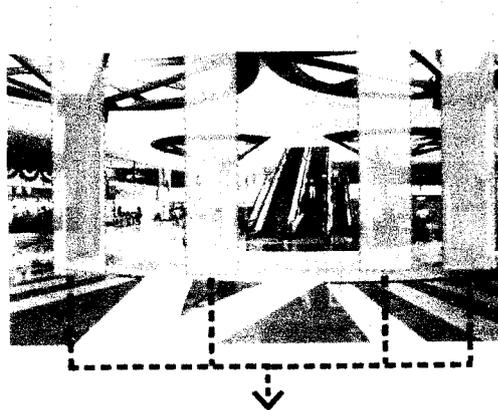
Site yang dikelilingi oleh jalan utama kota memudahkan pengunjung dalam pencapaian ke bangunan. Jalan yang mengelilingi site memperkuat karakter bangunan sebagai landmark kota.

Gambar: 6
Analisa Tampak Bangunan Central City
Sumber : Hasil Olahan



Tampak bangunan yang sangat simetris yang merupakan pengulangan - pengulangan dari bentuk bujur sangkar dengan pola yang sangat sederhana mampu memberikan kesan monumental pada bangunan. Karakter tampak bangunan masif - transparan - masif memberikan efek bangunan sebagai bangunan komersial.

Gambar: 7
Analisa Tampak Bangunan Central City
Sumber : Hasil Olahan



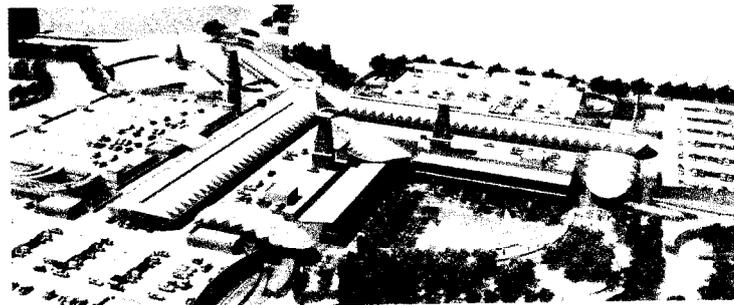
Kesan modern ditunjukkan dengan material - material pelapis kolom yang dilapisi stainless steel
Dengan karakter hitam yang disorot dengan spot - spot lampu.

Gambar: 8
Analisa Interior Central City
Sumber : Hasil Olahan

2. Putrajaya Retail Center

Spesifikasi Proyek :

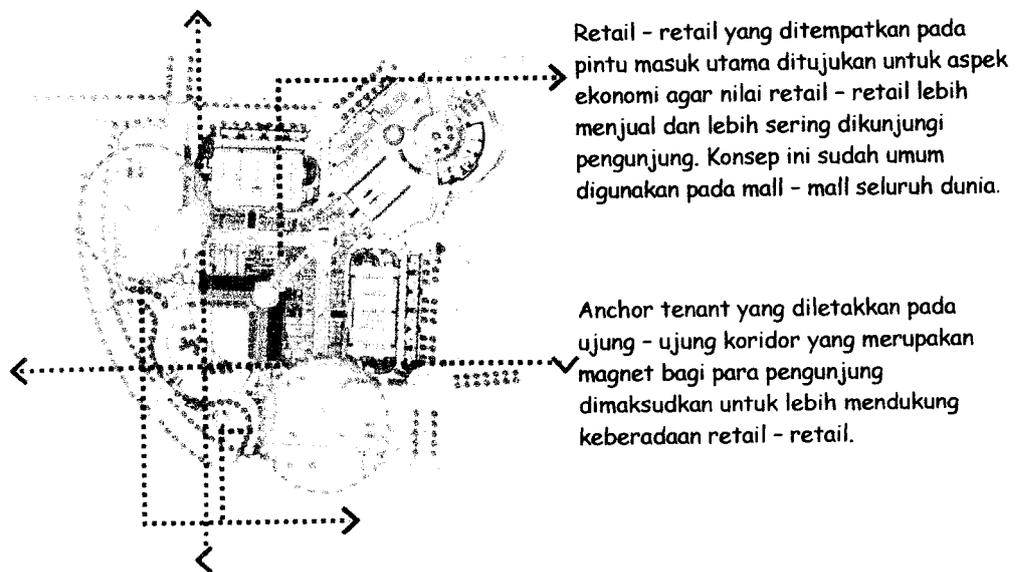
- Nama Proyek : Putrajaya Retail Center
- Arsitek : Parcel Z Precinct
- Location : Putrajaya, Malaysia
- Luas lahan : 240.000 m²
- Luas lantai : 92.000 m²
- Jumlah lantai : 2 basement, 4 lantai



Gambar: 9

Putrajaya retail centre

Sumber : Majalah Architecture Asia , edisi Juni

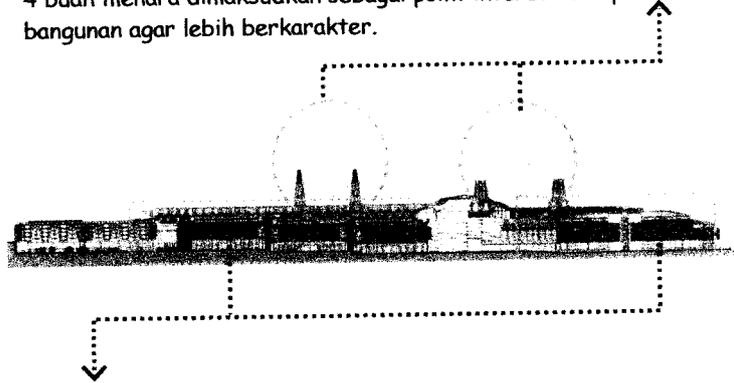


Gambar: 10

Analisa Tata Ruang Dalam Putrajaya Retail Center

Sumber : Hasil Olahan

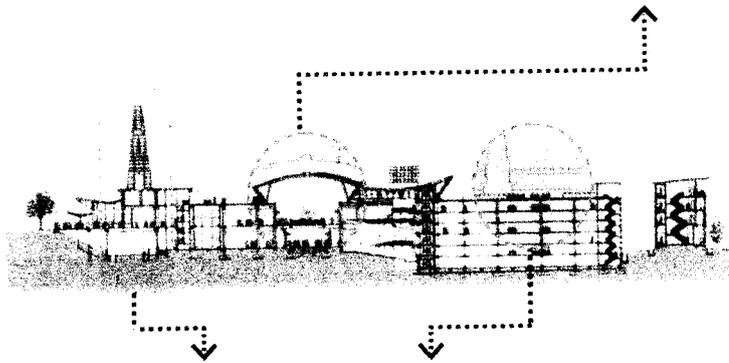
4 buah menara dimaksudkan sebagai point interest dan pemecah bentukan massa bangunan agar lebih berkarakter.



Pengolahan - pengolahan tampak dengan pengulangan modul dan material yang sama lebih untuk memberikan efisiensi terhadap nilai guna dan fungsi bangunan.

Gambar: 11
Analisa Tampak Bangunan Putrajaya Retail Center
Sumber : Hasil Olahan

Mall / atrium yang ditempatkan ditengah - tengah massa bangunan dengan area yang sangat luas dan penggunaan material baja sebagai tumpuan skylight memberikan kesan lapang, lega dan berkarakter interior modern.



Entrance utama dengan menara sebagai node sebagai penanda.

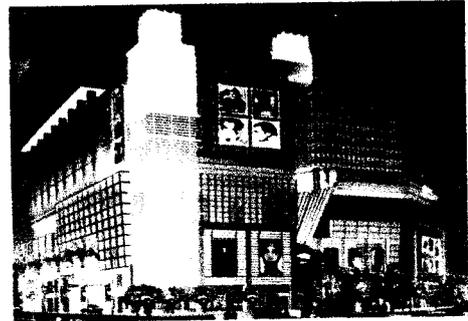
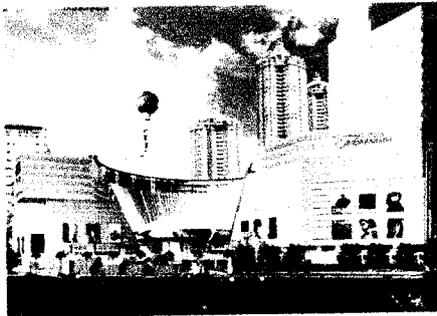
Anchor tenant yang mempunyai luasan ruang yang sangat besar dan merupakan magnet bagi pengunjung di tempatkan pada ujung massa bangunan, dimaksudkan agar suasana retail - retail lebih sering dikunjungi pengunjung.

Gambar: 12
Analisa Ruang Dalam Bangunan Putrajaya Retail Center
Sumber : Hasil Olahan

3. Sudirman Plaza Jakarta

Spesifikasi Proyek :

- Nama Proyek : Sudirman Plaza Jakarta
- Arsitek : PT. Airmas Asri
- Location : Jl. Sudirman Jakarta
- Jumlah lantai : 2 ground floor, 5 lantai, 1 basement

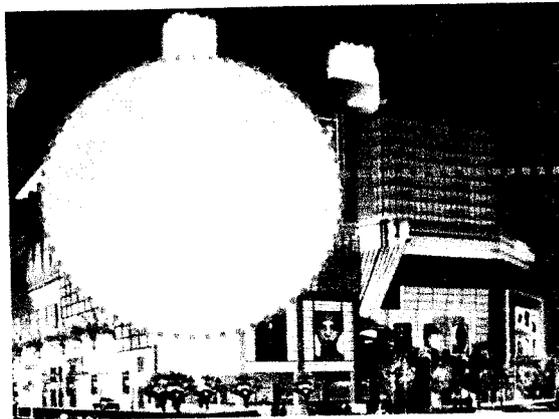


Gambar: 13
Performa Bangunan Plaza Sudirman
Sumber : Majalah Architecture Asia , edisi Juni



Karakter masa bangunan yang terpusat ,
transparan dan membentuk setengah
lingkaran dengan as atau inti berbentuk
lingkaran penuh yang sangat simetris
memberikan efek bangunan komersial yang
sangat modern

Gambar: 14
Analisa Tata Massa Bangunan Plaza Sudirman
Sumber : Hasil Olahan



Penggunaan material kaca dan alumunium pada seluruh eksterior bangunan dengan model terbaru yang mempunyai lapisan film yang bisa memberikan efek teduh didalam dan penggunaan modul- modul yang sederhana sangat memberikan kesan paling modern pada saat ini di Indonesia

Gambar: 15
Analisa Penggunaan Material Bangunan Plaza Sudirman
Sumber : Hasil Olahan

C. BANGUNAN MODERN

Sejarah arsitektur modern dimulai dimulai dari latar belakang revolusi industri di era pencerahan di negara Eropa dan Perancis pada awal abad 18. Pada zaman tersebut arsitektur berkembang menentang superioritas dan keunggulan arsitektur pada zaman pertengahan, menentang keindahan klasik (hand made) di ganti oleh bentuk-bentuk pabrikan yang praktis dan indah, sehingga kriteria keindahan dalam arsitektur terpresentasikan adaptasi bentuk kepada fungsi. Arsitektur merupakan kesatuan arsitektur dan seni.²² Dalam perkembangannya banyak menghasilkan aliran-aliran arsitektur antara lain : Eklektisme, Neo Klasik, Fungsionalis, Purisme Cubism, Art Deco, dan hingga akhir abad 20-an yaitu Arsitektur Modern Kontemporer.

Salah satu motor penggerak arsitektur modern adalah Bauhaus yang tidak hanya menaruh perhatian pada estetika industri tapi juga menekankan pada nilai guna dan produksi massal dengan harga murah. Segala sesuatu di muka bumi ini adalah hasil dari suatu rumusan sama dengan : (fungsi x ekonomi).

Aspek-aspek penting dalam merencanakan dan membangun shopping mall sejalan dengan gaya dan pemikiran arsitektur modern yaitu yang menekankan nilai guna dan keefektifan dalam kata lain fungsi sejalan dengan ekonomi.

Arsitektur modern memanfaatkan teknologi sebagai aplikasi dari pengertian modern (mutakhir) sehingga identik dengan teknologi tinggi yang sarat dengan revolusi penemuan baru . Perkembangan iptek berkaitan erat dengan perkembangan arsitektur dan ada keterkaitan yang kuat, bahwa "*arsitektur suatu masa menunjukkan teknologi yang ada pada masa itu*" semua itu dapat dilihat dari munculnya

²² Marina, Endy, Bahan mata kuliah perkembangan arsitektur 3, Arsitektur UII, 2002.

style dalam arsitektur pra tradisional yaitu style modern, post modern dan dekonstruksi, merupakan bukti hasil rekayasa manusia dalam citra perkembangan teknologi yang syarat dengan temuan – temuan baru.

Secara spasial atau secara umum arsitektur modern dari tahun ketahun mempunyai prinsip yang sama yaitu ideologi bentuk yang mencakup bentuk – bentuk secara fungsional, elitis untuk setiap manusia. Kesederhanaan gaya (stylistic) yang anti ornamen sedangkan desain ideas mencakup penggabungan yang harmonis serta asimetris.

Yang membedakan gaya modern dari masa ke masa adalah penggunaan jenis bahan bangunan yang berbeda dari tahun ke tahun, ini disebabkan oleh adanya penemuan – penemuan atau inovasi – inovasi baru pada bahan bangunan yang menyesuaikan kriteria modern pada masanya.

Dari studi permasalahan di atas dapat di ketahui bahwa untuk menciptakan fungsi yang efektif pada pola peruangan mall, merujuk pada teori visual stop yaitu *if the shopper is not trapped she will pas through* “ (jika pembeli tidak terjerat maka dia lewat begitu saja), maksudnya bagaimana aliran pengunjung dapat diarahkan sehingga mereka tidak hanya lewat begitu saja tapi terdorong untuk melihat ke dalam *outlet* yang mereka lewati. Perletakan anchor biasanya diujung atau pengakhiran koridor.

Untuk menjelaskan bangunan yang akan dirancang agar sesuai dengan bentuk sebuah bangunan mall yang modern harus memperhatikan aspek – aspek penting dalam perencanaannya agar sejalan dengan gaya pemikiran arsitektur modern yaitu yang menekan nilai guna dan keefektifan, dengan kata lain fungsi sejalan dengan ekonomi. Untuk itu performa bangunan yang akan di tampilkan mencerminkan bangunan modern pada saat ini, bangunan tersebut dapat diwujudkan dengan penggunaan karakter bangunan masif – transparan yang dapat memberikan kesederhanaan bentuk yang terpadu secara harmonis dan simetris. Selain itu penggunaan material yang merupakan teknologi penemuan baru bahan pada saat ini yang selaras dengan karakter modern.

1. Ven House

Bentuk bangunan yang simetris dengan garis – garis tegas dan tanpa adanya ornamen sangat mencerminkan tipe bangunan modern. Karakter tersebut dipertegas dengan material – material kaca dan reiling baja yang simple

Penonjolan bentukan kolom yang simetris dan lugas memberi node pada bangunan.



Gambar: 16

Analisa Bentuk Bangunan Modern
Sumber : Hasil Olahan

2. Kithchener City Mall

Interior dengan material kontemporer dan penempatan spot – spot cahaya pada sudut – sudut tertentu memberi kesan sangat modern pada saat itu



Pengulangan – pengulangan bentuk dengan karakter – karakter bangunan masif – transparan memberikan kesederhanaan bentuk yang terpadu secara harmonis dan simetris yang sangat mencerminkan ciri bangunan modern

CITY MALL 1994

Gambar: 17
Analisa Bentuk Bangunan Modern
Sumber : Hasil Olahan

BAB III
ANALISA

A. Bentuk Modern

1. Transformasi Bentuk

a. Metaphor

memiliki arti sebagai kiasan atau seperti. ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk mendapatkan bentuk metaphor, yang diantaranya adalah:

- Berusaha untuk memindahkan / mengubah suatu hal yang telah ada menjadi suatu yang lain.
- berusaha untuk melihat sebuah subjek sebagai suatu yang lain.
- menggantikan fokus karakter kita dari salah satu konsentrasi bentuk atau bentuk yang telah ada menjadi bentuk yang lain. (dengan maksud membandingkan atau melalui proses yang dapat kita tampilkan menjadi subjek tiruan pada cara baru).

Dapat disimpulkan bahwa metaphor adalah usaha mendapatkan bentuk baru dengan melalui proses pengambilan bentuk lain yang dalam pengambilannya tidak mengambil seutuhnya, tetapi hanya mengambil karakter utamanya saja.

Metaphor terbagi menjadi tiga:

- Metaphor intangible (tak berwujud)
yaitu metaphor yang berupa konsep, ide, kondisi manusia atau idealisme, kealamian, komunitas, tradisi dan budaya.
- Metaphor tangible (berwujud)
Metaphor yang dapat dirasakan secara visual atau mempunyai karakter bentuk (istana sebagai rumah. awan sebagai atap candi)
- Kombinasi keduanya.
Yaitu metaphor yang menggabungkan konsep dengan bentuk.

b. Memesis

memesis berarti meniru sebuah bentuk melalui proses merasakan sifat bentuk yang kemudian diterapkan dalam bentuk lainnya.

pada proses memesis tidak untuk mendapatkan gaya baru disebabkan gaya yang digunakan berupa peniruan gaya yang telah ada.

meniru / mengambil banyak bentuk tergantung pada keaslian dari bentuk tersebut dan berdasarkan sejarah dan pilihan.

c. Transformasi

Ide pada bentuk dapat berupa ketidak benaran, tanpa memperlihatkan fungsi bentuk luarnya secara menerus yang perkembangannya lambat / pelan untuk menuju desain yang baru.

- Strategi utama

Trasformasi dalam proses untuk menentukan keputusan paling tinggi dalam merespon untuk keaneka ragaman yang diukur secara dinamis / selaras.

- Teory Trasformasi

untuk mendapatkan bentuk dasar dan bentuk baru yaitu dengan menambah atau mengurangi bentuk yang sudah ada agar lebih bervariasi.

d. Geometry

Geometry berupa garis yang sifatnya seperti bentuk.

terdapat tiga kategori bentuk geometri dari sebuah standpoint arsitektural yaitu:

- Seperti dewa / melahirkan maksud atau bentuk yang tetap.
- Bentuk yang bebas yaitu bentuk yang tidak menyeluruh.
- Kombinasi bentuk, kombinasi bentuk geometri pada bagian (melahirkan maksud / seperti dewa) dan sampai menuju bagian kehidupan yang bebas.

Tipe bangunan Geometry

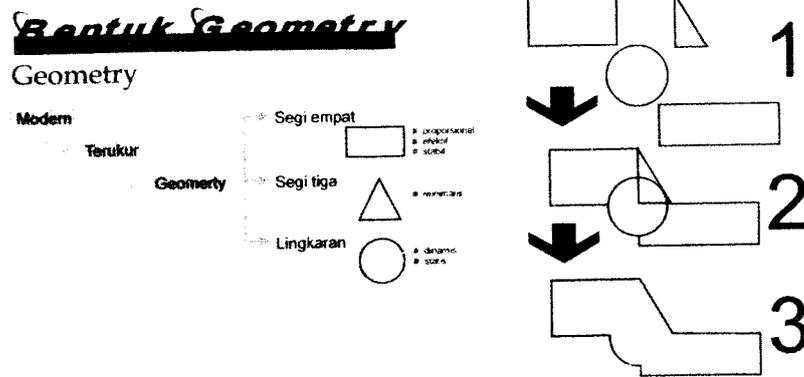
- Geometry dan satu fungsi bangunan.
- Bangunan kompleks
- Geometry yang luas.
- Geometry yang terukur.

Secara umum yang dimaksud dengan geometry adalah bentuk yang terukur, berskala, proporsional dan memiliki fungsi.

Hal ini dapat terlihat dari adanya modul grid-grid yang berirama.

Penciptaan karakter modern diusahakan dicapai dengan penyusunan bentuk -bentuk geometry.

Geometry dipilih karena karakter modern adalah sesuatu yang selalu dapat dinalar oleh akal dan segalanya harus terukur, maka bentuk-bentuk yang memiliki karakter tersebut adalah bentuk-bentuk geometry.



Gambar: 18
Bentukan Geometry
Sumber : Hasil Olahan

B. Program Ruang

1. Pengguna Bangunan

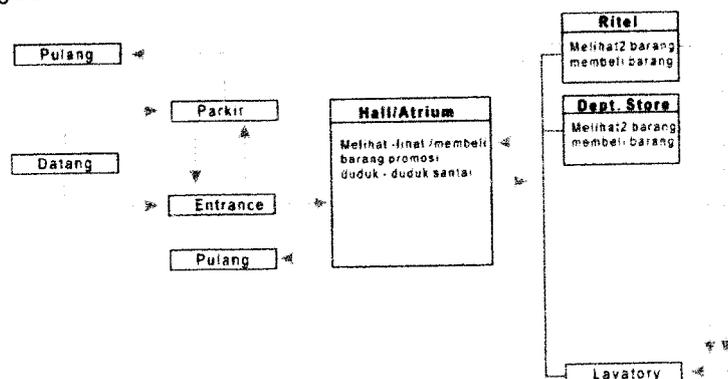
a. Pengunjung/Konsumen

Yaitu masyarakat atau obyek pelaku kegiatan yang membutuhkan pelayanan barang, jasa dan rekreasi. Kondisi social konsumen sangat mempengaruhi jumlah dan jenis kebutuhannya. Pengunjung sebagai calon konsumen menginginkan banyak pilihan barang, pelayanan dalam transaksi maupun parkir, serta menikmati ruang yang rekreatif. Aktifitas pengunjung dimulai dari jam 10.00 – 21.00 .

Berdasarkan tujuan kedatangannya pengunjung dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu :Pengunjung yang datang khusus untuk berbelanja, Pengunjung yang tujuannya berbelanja sambil berekreasi, Pengunjung yang datang khusus berekreasi

- Pengunjung yang datang khusus untuk berbelanja

Alur Kegiatan

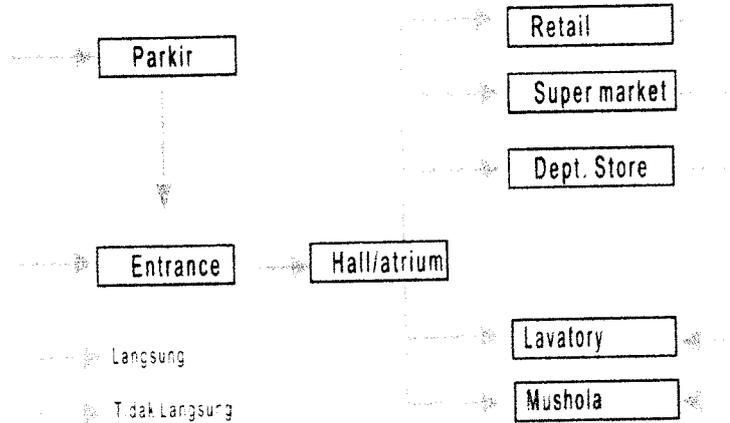


Gambar 19
Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 1
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Entrance
- Hall / atrium
- Retail – retail
- Sirkulasi
- Anker tenant
- Departement store
- Mushola
- Lavatory

Organisasi ruang



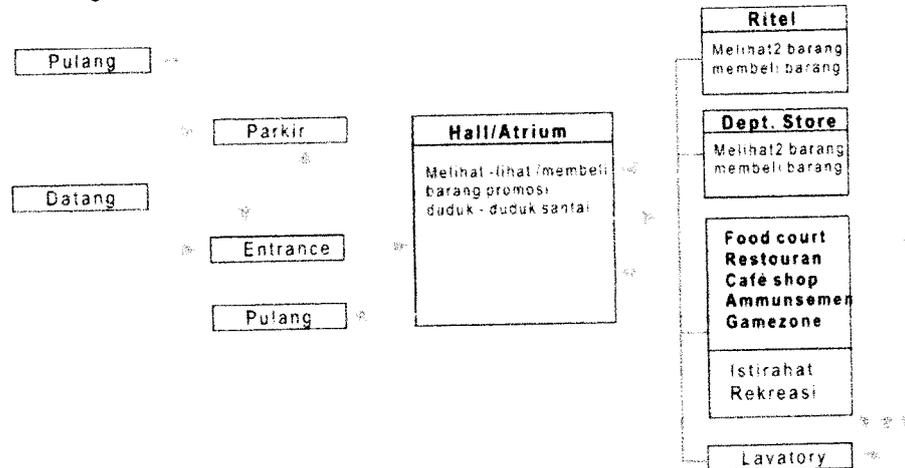
Gambar 20

Diagram Organisasi Ruang Pengunjung 1

Sumber : Hasil Olahan

◆ Pengunjung yang datang khusus untuk berbelanja

Alur Kegiatan



Gambar 21

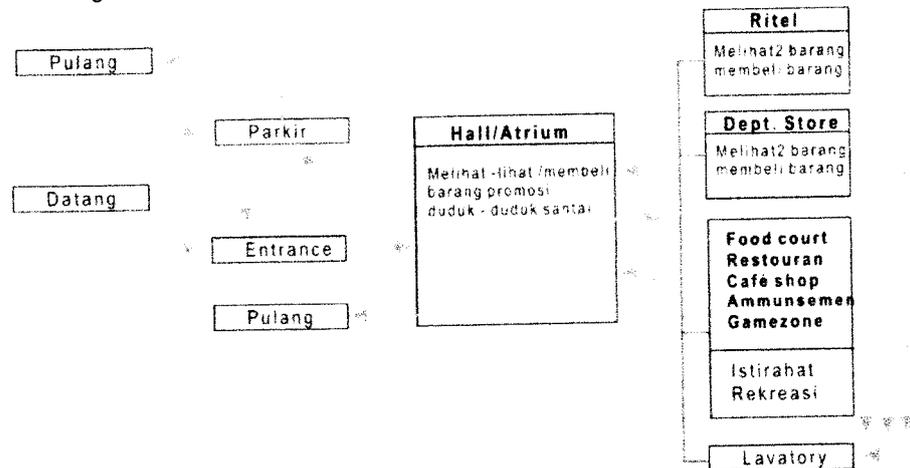
Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 1

Sumber : Hasil Olahan

J o g j a m a l l

◆ Pengunjung yang tujuannya berbelanja sambil berekreasi

Alur Kegiatan

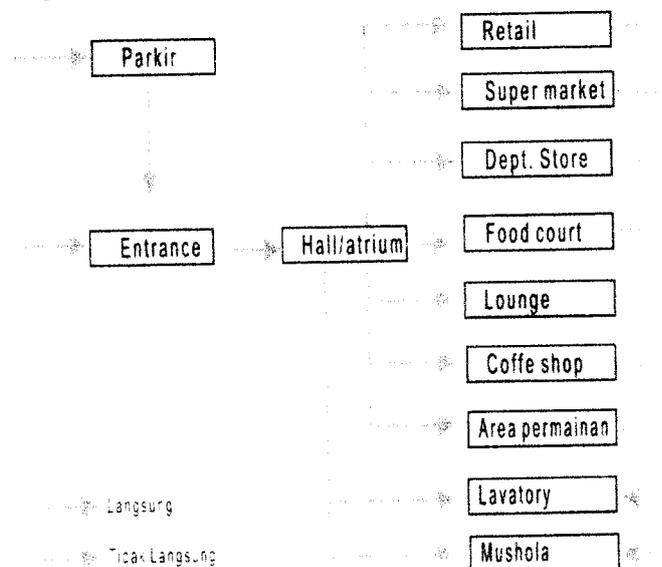


Gambar 22
Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 2
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Entrance
- Hall / atrium
- Retail – retail
- Anker tenant
- Departement store
- Food court
- Lounge
- Coffe shop
- Mushola
- Area permainan
- Lavatory
- Sirkulasi

Organisasi ruang

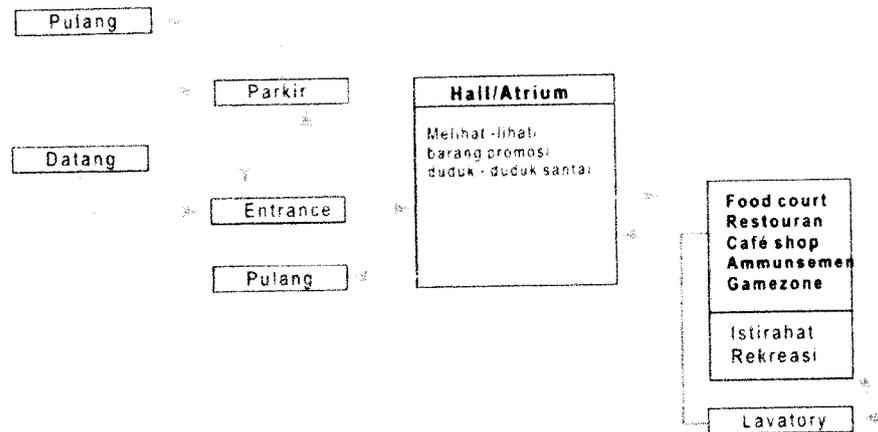


Gambar 23
Diagram Organisasi Ruang Pengunjung 2

Sumber : Hasil Olahan

◆ Pengunjung yang datang khusus berekreasi

Alur Kegiatan

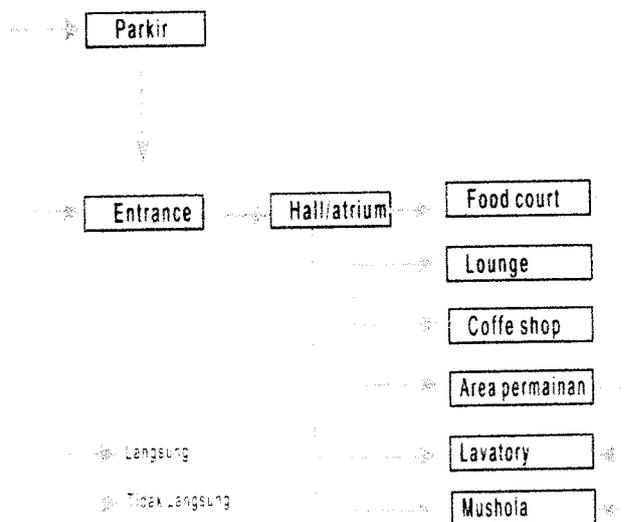


Gambar 24
Diagram Alur Kegiatan Pengunjung 3
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Entrance
- Hall / atrium
- Food court
- Lounge
- Coffe shop
- Area permainan
- Mushola
- Lavatory
- Sirkulas

Organisasi ruang

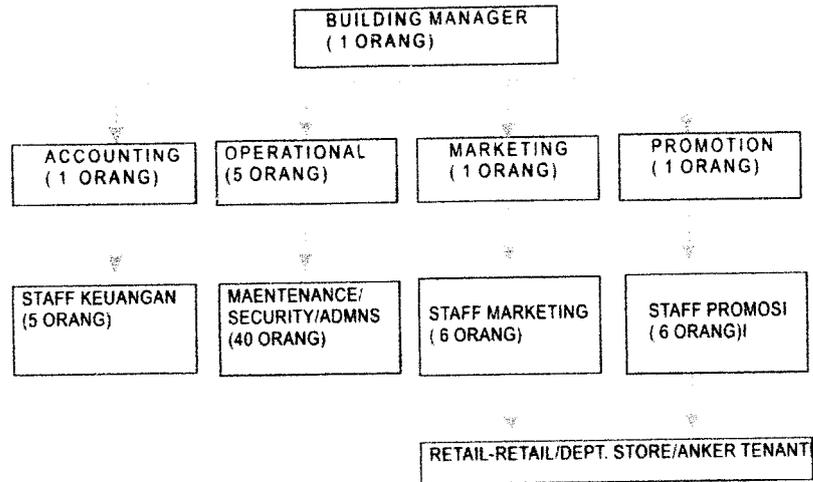


Gambar 25
Diagram Organisasi Ruang Pengunjung 3
Sumber : Hasil Olahan

b. Pengelola

Yaitu memberikan pelayanan dan menyediakan fasilitas yang memadai agar pedagang mau menyewa seluruh luasan yang ditawarkan.

Bagan Struktur organisasi pengelola :



Gambar 26
Bagan Struktur Organisasi Pengelola
Sumber : Hasil Olahan

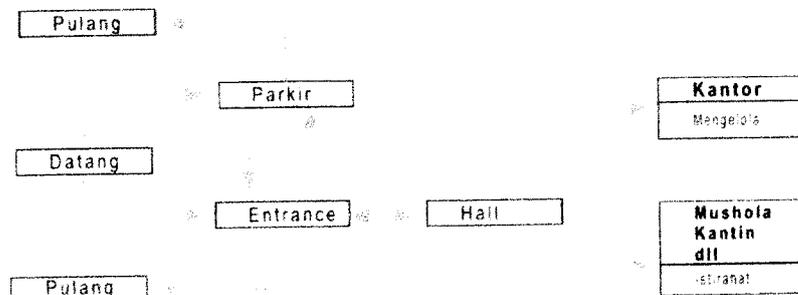
Dari bagan struktur organisasi tersebut diatas pengelola dari gedung itu sendiri yang terdiri dari :

Building Manager

Adalah orang yang bertanggungjawab kepada owner dan memimpin pengelolaan bangunan secara menyeluruh. Jam kerja Building Manager dari jam 08.00 – 16.00. kegiatan yang dilakukan adalah memberikan kebijakan dan pengarahan kepada semua unit kegiatan pengelola shopping mall.

Alur Kegiatan

Building manager

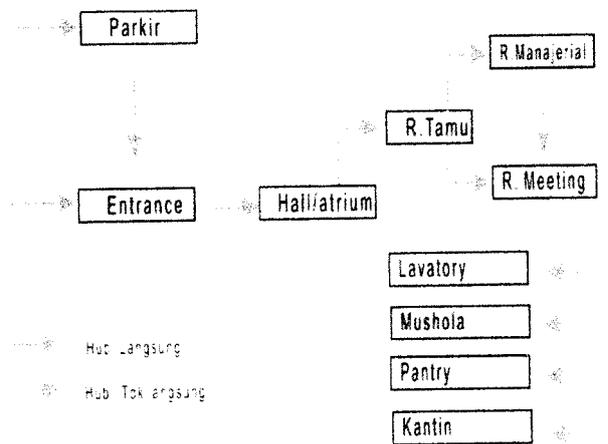


Gambar 27
Diagram Alur Kegiatan Building Manager
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Ruang managerial
- Ruang tamu
- Ruang meeting
- Pantry
- Lavatory
- Mushola
- Kantin
- Sirkulasi

Organisasi ruang



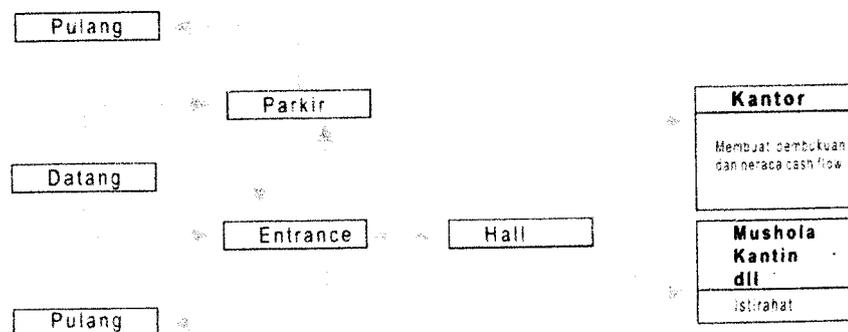
Gambar 28
Diagram Organisasi Ruang Building Manager
Sumber : Hasil Olahan

Divisi accounting

Adalah bagian pengelolaan yang mengatur sistem keuangan perusahaan termasuk bertanggung jawab terhadap pengembalian modal perusahaan. Divisi ini membawahi para staff keuangan. Jam aktifitas pekerjaan yang dilakukan antara jam 08.00 – 16 .00.

Alur Kegiatan

Divisi Accounting

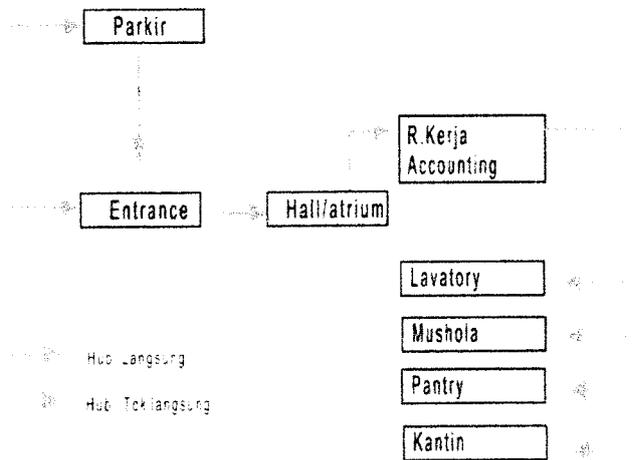


Gambar 29
Diagram Alur Kegiatan Divisi Accounting
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Ruang kerja accounting
Pantry
- Lavatory
- Mushola
- Kantin
- Sirkulas

Organisasi ruang



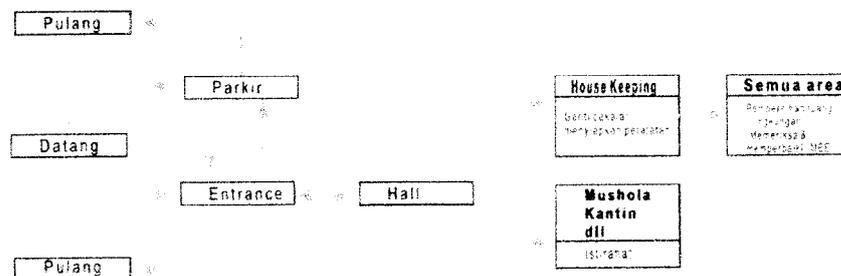
Gambar 30
Diagram Organisasi Ruang Divisi Accounting
Sumber : Hasil Olahan

Divisi Operasional

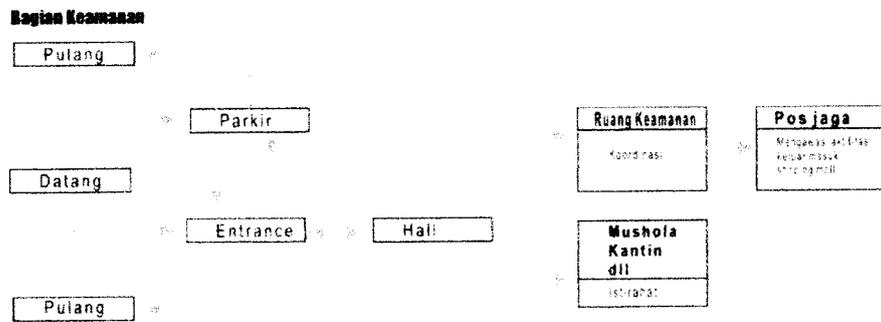
Adalah bagian pengelolaan yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan dan perawatan bangunan serta masalah perparkiran dan keamanan bangunan. Divisi ini mempunyai jam kerja yang dibagi dalam 2 shift yaitu jam 09.00 – 16.00 dan 16.00 – 21.00, untuk keamanan bangunan di bagi menjadi 3 shift yaitu 08.00 – 16.00 , 16.00 – 24.00, dan 24.00 – 08.00.

Alur Kegiatan

Bagian Rumah tangga & Cleaning service



Gambar 31
Diagram Alur Kegiatan RT & Cleaning Service
Sumber : Hasil Olahan



Gambar 32
Diagram Alur Kegiatan Bagian Keamanan
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

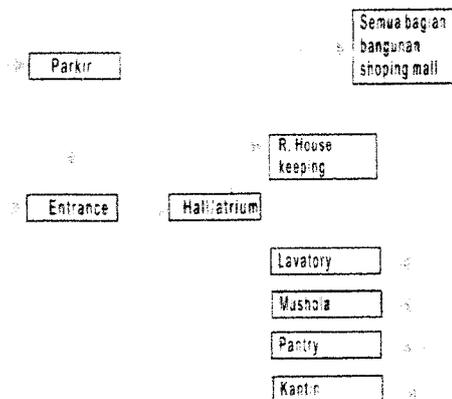
- Bagian rumah tangga dan cleaning service
- Parkir
- House keeping
- Ruang ganti
- Ruang – ruang MEE (r. genzet, r. ahu, r. mesin lift, r. water tank, r. panel listrik)
- Gudang
- Lavatory
- Mushola
- Kantin
- Sirkulasi

Bagian keamanan

- Parkir
- Kantor keamanan
- Pos jaga
- Lavatory
- Kantin
- Mushola
- Sirkull.

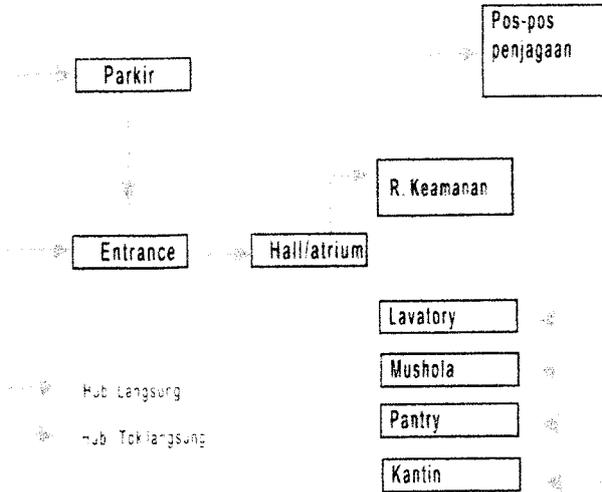
Organisasi ruang

Bagian rumah tangga dan cleaning service



Gambar 33
Diagram Organisasi Ruang RT&Cleaning Service
Sumber : Hasil Olahan

Bagian keamanan



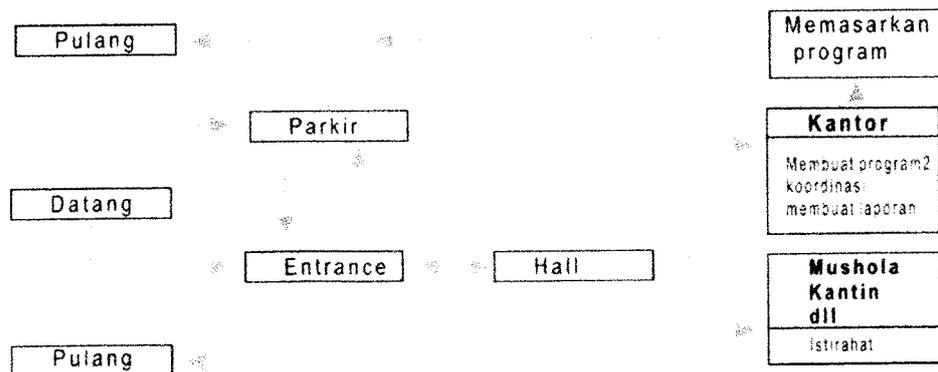
Gambar 34
Diagram Organisasi Ruang Bagian Keamanan
Sumber : Hasil Olahan

Divisi Marketing dan Promosi

Adalah bagian pengelolaan yang bertanggung jawab terhadap lakunya retail-retail yang disediakan dengan melakukan pendekatan terhadap calon penyewa secara langsung. Bagian pengelola ini bertanggung jawab memasarkan mall tersebut sehingga masyarakat memiliki kecenderungan menjadikannya sebagai orientasi kunjungan.

Divisi marketing ini bekerja di dalam dan di luar shopping mall yang dalam urusannya sering melakukan kunjungan ke instansi – instansi maupun perusahaan – perusahaan dalam kaitannya menawarkan space. Jam kerja divisi marketing dan promosi ini lebih fleksibel.

Alur Kegiatan

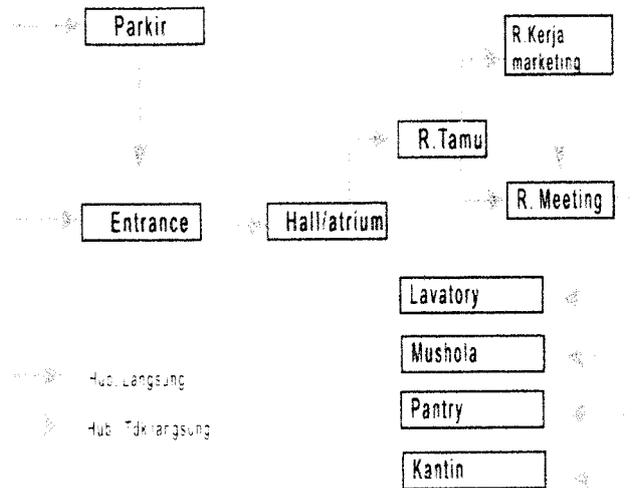


Gambar 35
Diagram Alur Kegiatan Div. Marketing & Promosi
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Ruang kerja marketing dan promosi
- Ruang tamu
- Ruang meeting
- Pantry
- Lavatory
- Mushola
- Kantin
- Sirkulasi

Organisasi ruang



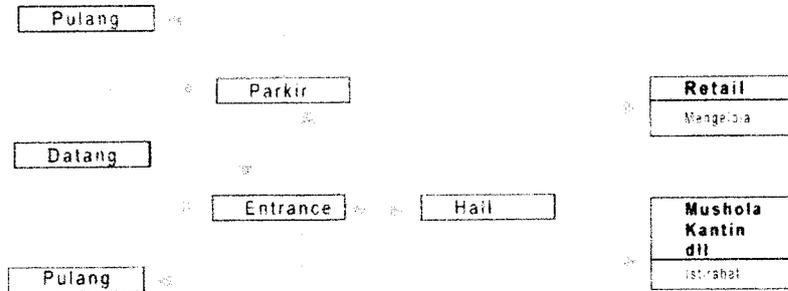
Gambar 36
 Diagram Organisasi Ruang Div. Marketing & Promosi
 Sumber : Hasil Olahan

c. Penyewa toko

Merupakan individu maupun kelompok yang menyewa dan menggunakan ruang serta fasilitas yang disediakan untuk usaha komersial. Karena itu sangatlah logis kalau sebagai pihak penyewa menuntut suatu rancangan yang menjamin setiap unit ruang yang disewakan memiliki nilai jual yang sama. Dalam retail – retail ini mempunyai pengelola tersendiri yang bertanggung jawab langsung ke penyewa – penyewa retail. Kegiatan utama adalah mempersiapkan dan menjaga barang yang di jual, jam kerja dari kegiatan ini di bagi menjadi 2 shift yaitu 09.00 – 16.00 dan jam 16.00 – 21.00.

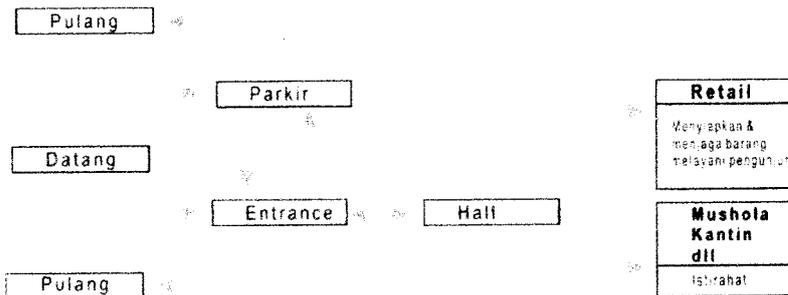
Alur Kegiatan

Penyewa /pengelola Retail



Gambar 37
Diagram Alur Kegiatan Penyewa Retail
Sumber : Hasil Olahan

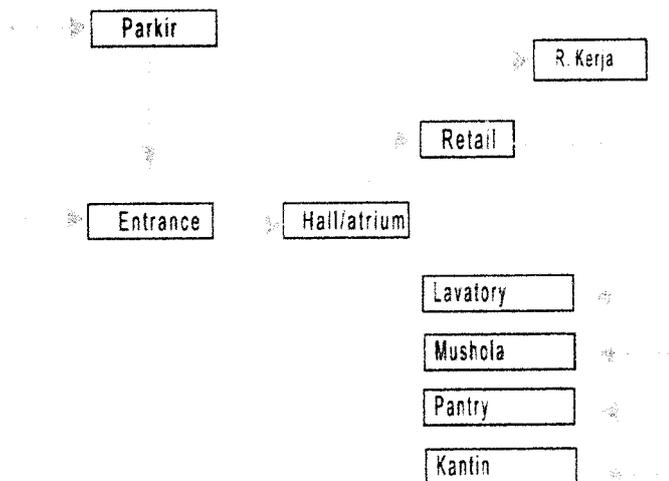
Penjaga Retail



Gambar 38
Diagram Alur Kegiatan Penjaga Retail
Sumber : Hasil Olahan

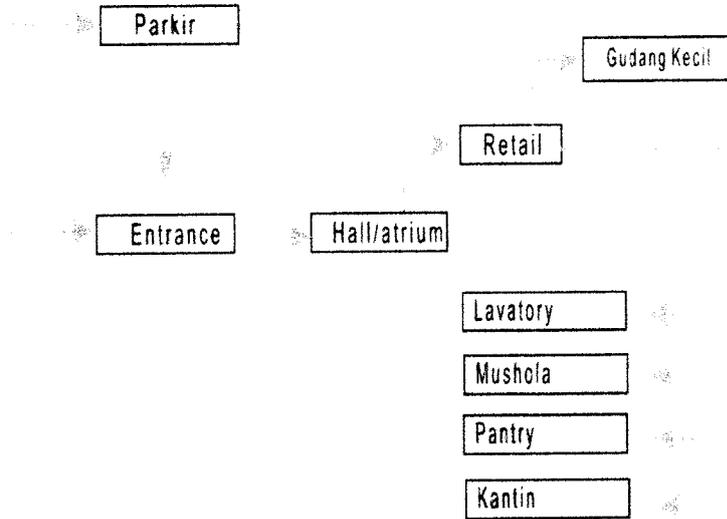
Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Retail – retail
- Gudang kecil
- Lavatory
- Mushola
- Kantin
- Sirkulasi
- Organisasi ruang
- Penyewa Retail



Gambar 39
Diagram Organisasi Ruang Penyewa Retail
Sumber : Hasil Olahan

Penjaga /karyawan Retail

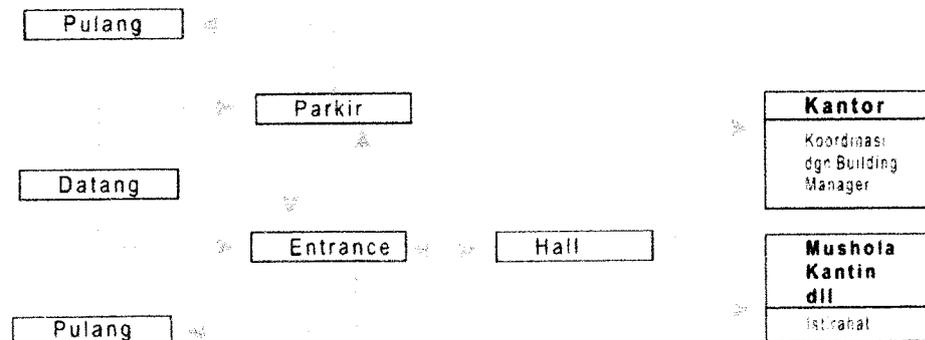


Gambar 40
 Diagram Organisasi Ruang Penjaga Retail
 Sumber : Hasil Olahan

d. Pemilik/Investor

Merupakan pihak yang paling berkepentingan terhadap nilai komersial dari pusat perbelanjaan, dimana dalam hal ini sasaran langsung mereka adalah para penyewa dan sasaran tidak langsungnya adalah pengunjung mall. Pemilik melakukan kegiatannya bersifat temporer dan di lakukan hanya untuk melihat, mencermati kegiatan maupun keadaan bangunan shopping mall dan di lanjutkan melakukan koordinasi dengan building manager.

Alur Kegiatan

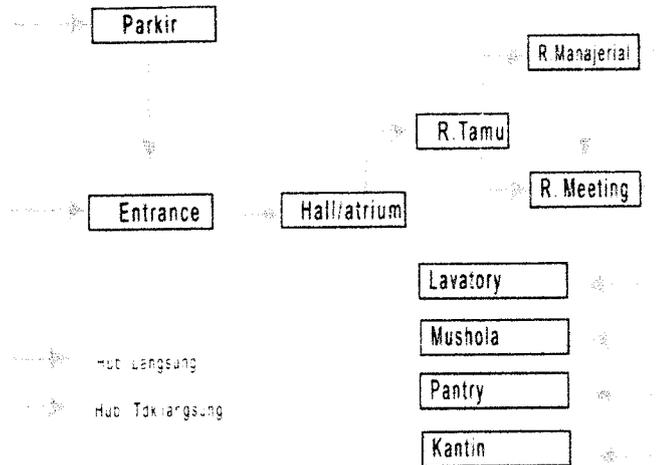


Gambar 41
 Diagram Alur Kegiatan Pemilik/Investor
 Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

- Parkir
- Ruang kerja
- Ruang tamu
- Pantry
- Lavatory
- Mushola
- Kantin
- Sirkulasi

Organisasi ruang

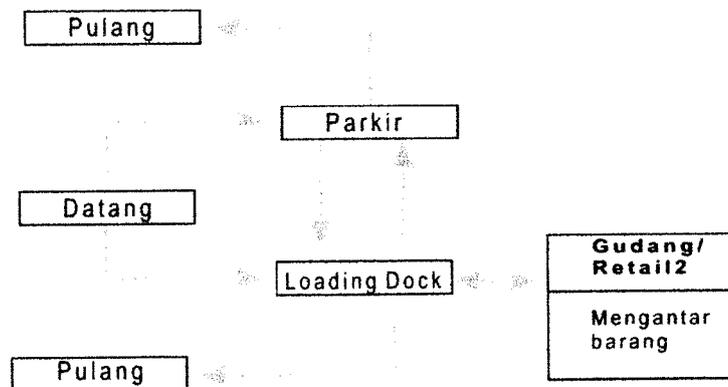


Gambar 42
Diagram Organisasi Ruang Pemilik/Investor
Sumber : Hasil Olahan

e. Pemasok Atau Suplier

Yaitu pengisi atau penghantar barang yang diperlukan pedagang. Kegiatan utama adalah bongkar muat barang dan jam kerjanya di lakukan di luar jam operasional shopping mall.

Alur Kegiatan

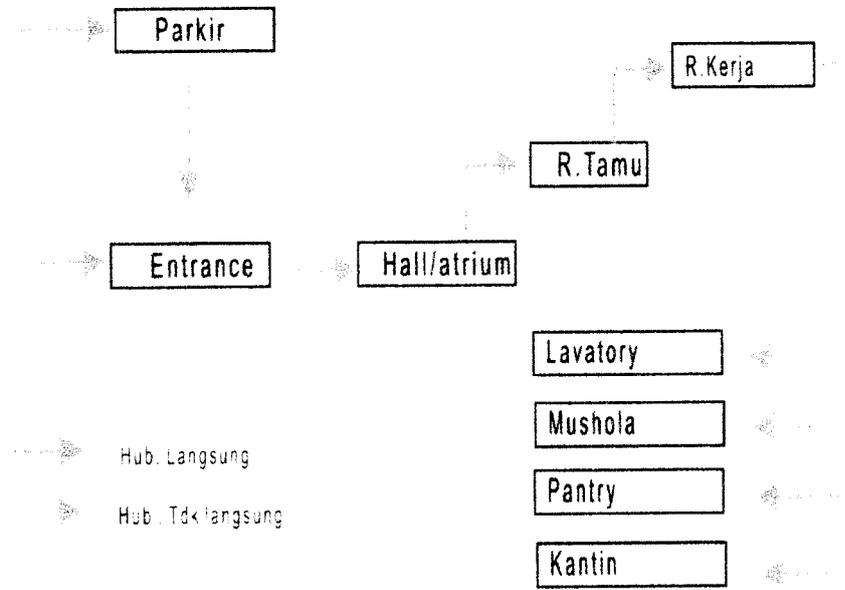


Gambar 43
Diagram Alur Kegiatan Pemasok/Supplier
Sumber : Hasil Olahan

Kebutuhan Ruang

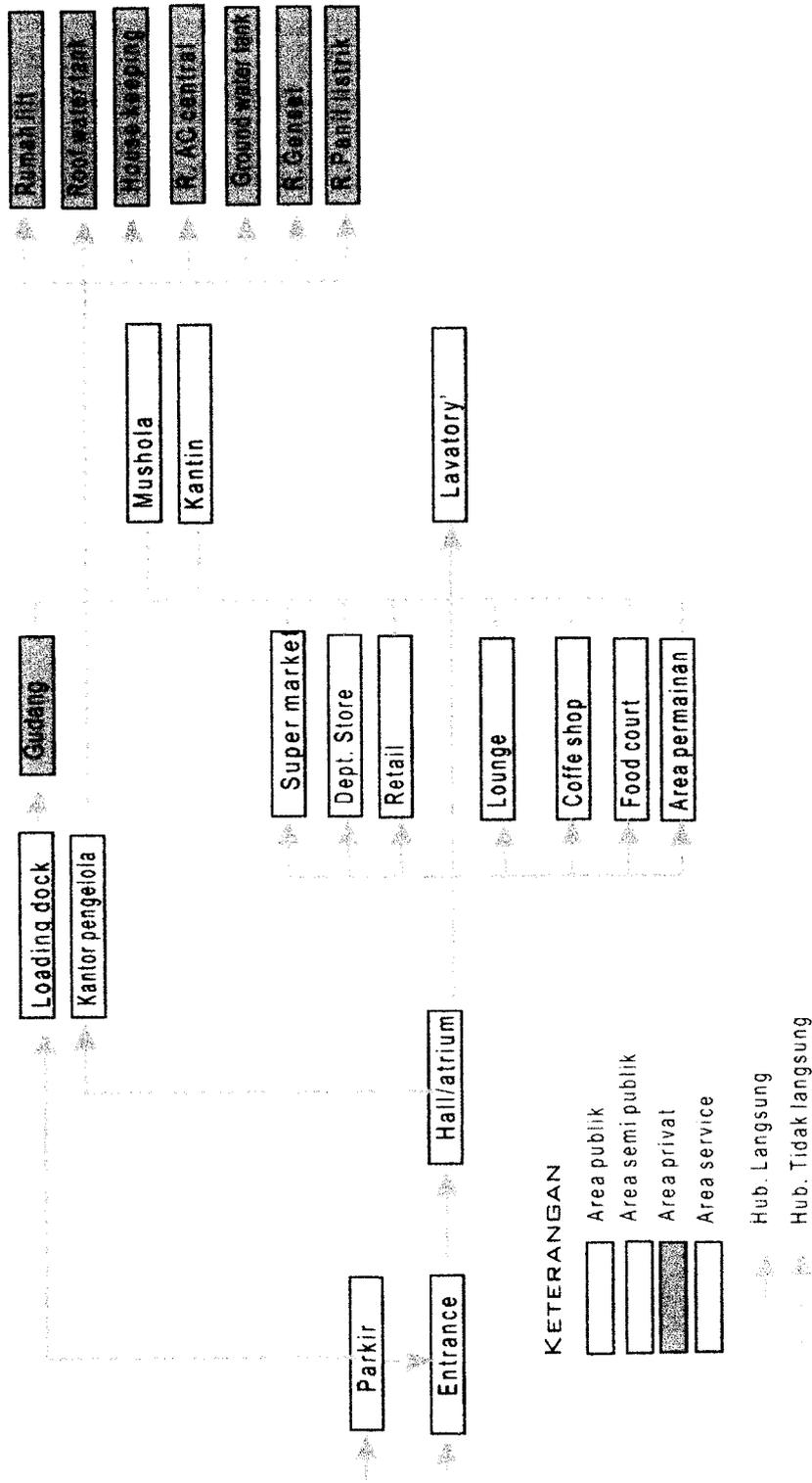
- Parkir
- Loading dock
- Gudang
- Lavatory
- Kantin
- Mushola
- Sirkulasi

Organisasi ruang



Gambar 44
Diagram Organisasi Ruang Pemasok/investor
Sumber : Hasil Olahan

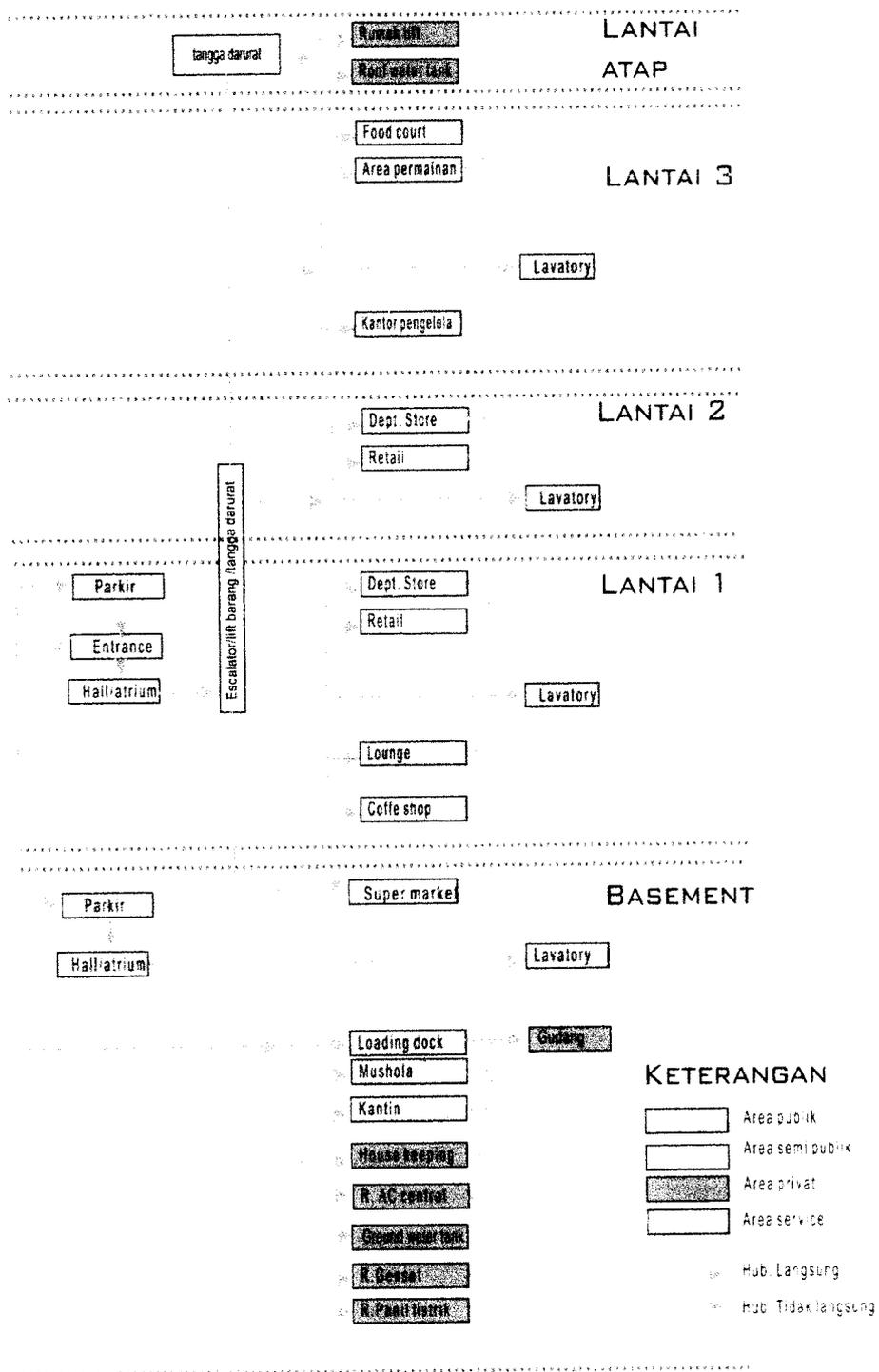
1. Horizontal



Gambar. 45
 Diagram Org.Ruang Keseluruhan Horizontal
 Sumber : Hasil Olahan

2. vertikal

J o g j a m a l l



Gambar: 46
 Diagram Org. Ruang Keseluruhan Vertikal
 Sumber : Hasil Olahan

C. Analisa Kebutuhan Ruang

NO	KELOMPOK RUANG	KEBUTUHAN RUANG	KAPASITAS/ JUMLAH	STANDART M2	BESARAN M2		
1	Ruang kegiatan utama	Retail					
		retail kecil	36 buah	32 m2 (asumsi)	1152 m2		
		retail sedang	24 buah	64 m2 (asumsi)	1536 m2		
		retail besar	12 buah	96 m2 (asumsi)	1152 m2		
		Departement store	1 buah	10.000-20.000 (NB)	10.000 m2		
		Supermarket	1 buah	5.000-7.000 (NB)	5.000 m2		
2	Ruang kegiatan servis	Area bermain	100 orang	4 m2 (EN)	400 m2		
		Dapur, gudang, r. krywn	1 buah	20 % (asumsi)	80 m2		
		Sirkulasi	-	20 % (asumsi)	80 m2		
		Food court	300 orang				
		Area makan		2 m2 (EN)	600 m2		
		Dapur, gudang, r. krywn		20 % (asumsi)	120 m2		
		Sirkulasi		20 % (asumsi)	120 m		
		Coffe shop	50 orang				
		Area makan		2 m2 (EN)	100 m2		
		Dapur, gudang, r. krywn		20 % (asumsi)	20 m2		
		Sirkulasi		20 % (asumsi)	20 m2		
		Lounge	50 orang	2 m2(EN)	100 m2		
		3	Ruang kegiatan pengelola	Ruang building manager			
				R. building manager	1 orang	25 m2 (EN)	25 m2
R. sekretaris	1 orang			12 m2 (EN)	12 m2		
R. tamu	6 orang			1,5 m2 (asumsi)	9 m2		
R. rapat	12 orang			16,257 m2 (EN)	195 m2		
Ruang kepala divisi							
R. kpl. Div. Keuangan	1 orang			12 m2 (EN)	12 m2		
R. kpl. Div. Operasional	1 orang			12 m2 (EN)	12 m2		
R. kpl. Div. Pemasaran	1 orang			12 m2 (EN)	12 m2		
R. kpl. Div. Promosi	1 orang			12 m2 (EN)	12 m2		
Ruang kepala seksi							
R. kpl. Seksi ME	1 orang			9 m2 (EN)	9 m2		
R. kpl. Seksi Keamanan	1 orang			9 m2 (EN)	9 m2		
R. kpl. Seksi Maintenance	1 orang			9 m2 (EN)	9 m2		
R. kpl. Seksi Personalialia	1 orang			9 m2 (EN)	9 m2		
R. kpl. Seksi Administrasi	1 orang			9 m2 (EN)	9 m2		

J o g j a m a l l

NO	KELOMPOK RUANG	KEBUTUHAN RUANG	KAPASITAS/ JUMLAH	STANDART M2	BESARAN M2
3	Ruang kegiatan pengelola	Ruang staff			
		R. staff keamanan	10 orang	8 m2 (EN)	80 m2
		R staff personalia	5 orang	8 m2 (EN)	40 m2
		R. staff administrasi	5 orang	8 m2 (EN)	40 m2
		R. staff MEE	10 orang	8 m2 (EN)	80 m2
		R. staff keuangan	5 orang	8 m2 (EN)	40 m2
		R. staff marketing/promosi	5 orang	8 m2 (EN)	40 m2
		Ruang rapat staff	12 orang	16,257 (EN)	195 m2
		Ruang pemilik modal	1 orang	25 m2 (EN)	25 m2
		Ruang house keeping	1 buah	25 m2 (asumsi)	25 m2
		Gudang kecil	1 buah	25 m2 (asumsi)	25 m2
		Pantry	1 buah	6 m2 (asumsi)	6 m2
		Lavatory	2 buah	1,68 m2 (EN)	3,36 m2
Sirkulasi	-	20% (asumsi)	186 m2		
4	Ruang Kegiatan Perawatan	Ruang MEE			
		R. genset	1 buah	110 m2 (DT)	110 m2
		R. trafo	1 buah	50 m2 (DT)	50 m2
		R. gardu PLN	1 buah	50 m2 (DT)	50 m2
		R. groung water tank	1 buah	64 m2 (asumsi)	64 m2
		R. roof water tank	1 buah	64 m2 (asumsi)	64 m2
		R. peralatan MEE	1 buah	16 m2 (asumsi)	16 m2
		R. mesin AC	1 buah	50 m2 (DT)	50 m2
		Sirkulasi	-	20% (asumsi)	93,6 m2
		5	Ruang Kegiatan Pendukung	Mushola	100 orang
Lavatory (4 lantai)					
Putra					
Monoblock	16 buah			2,4 m2 (EN)	38,4 m2
Urinoir	24 buah			0,8 m2 (EN)	19,2 m2
Washtafel	12 buah			1,2 m2 (EN)	14,4 m2
Putri					
Monoblock	24 buah			2,4 m2 (EN)	57,6 m2
Washtafel	12 buah			1,2 m2 (EN)	14,4 m2
ATM center	1 buah (6 mesin)			3 m2 (asumsi)	18 m2
sirkulasi	-			20% (asumsi)	56,4 m2

J o g j a m a l l

NO	KELOMPOK RUANG	KEBUTUHAN RUANG	KAPASITAS/	STANDART	BESARAN
			JUMLAH	M2	M2
6	Area parkir dan bongkar muat	Area parkir mobil	150 mobil	5,25 m2 (EN)	2100 m2
		Area parkir sepeda motor	200 motor	1,6 m2 (EN)	800 m2
		Loading dock	1 buah	80,64 m2 (EN)	90 m2
		Parkir truk supplier	2 truk	46,68 m2 (EN)	92 m2
		Sirkulasi	-	20% (asumsi)	616 m2
7	Mall / atrium	-	1 buah	+ 1800 m2 (JDC)	900x2 void=
				L = + 12	1800 m2
				P = + 150	

LUAS TOTAL SECARA KESELURUHAN SHOPPING MALL = **24.759,76 m2**

Tabel :1
Program dan Kebutuhan Ruang
Sumber : Hasil Olahan

Keterangan :

- JDC** = Joseph De Chiara and Callender, Time Saver Standarts for Building Types
- NB** = Nadine Bedington, Design for Shopping Centre
- EN** = Ernst Neufert, Architects Data
- DT** = Dwi Tangoro, Utilitas Bangunan

KDB (Koefisien Dasar Bangunan)

Untuk jenis belanja = 50 %

$$\text{Luas dasar bangunan} = 50 \% \times 17.985 = 8992.5 \text{ m}$$

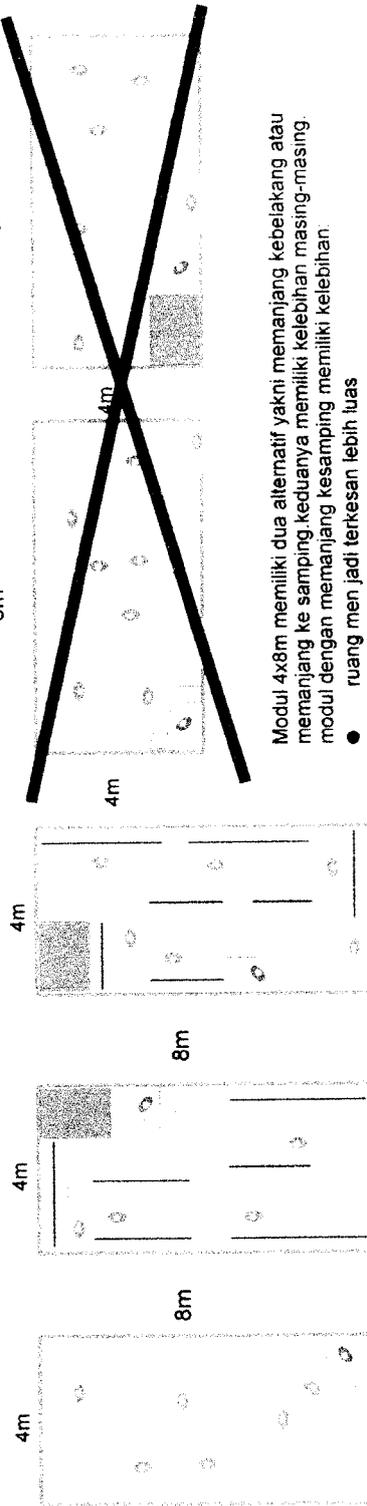
$$\text{Luas total ruangan} = 24.759,76 \text{ m}^2$$

$$\text{KLB (Koefisien Lantai Bangunan)} = 24.759,76 : 8992.5 = 2.75$$

Dengan minimal jumlah lantai yang bisa dibangun 3 lantai maka shopping mall yang akan direncanakan mempunyai jumlah lantai sebanyak 3 lantai + 1 basement.

Luas ruang sewa	_____	X 100 %
Luas total bangunan	17.985	_____
	24.759.76	x 100 % = 77%

Modul Ruang 32m²



modul ideal untuk besaran retail 32m² adalah 4x8m. ini disebabkan beberapa hal,yaitu.

- modul struktur untuk bangunan komersial adalah 8x8m.karena modul ini dianggap paling efisien.
- bentuknya yang geometri lebih mudah dalam proses pe-layout-an ruang.

Modul 4x8m memiliki dua alternatif yakni memanjang kebelakang atau memanjang ke samping keduanya memiliki kelebihan masing-masing. modul dengan memanjang kesamping memiliki kelebihan.

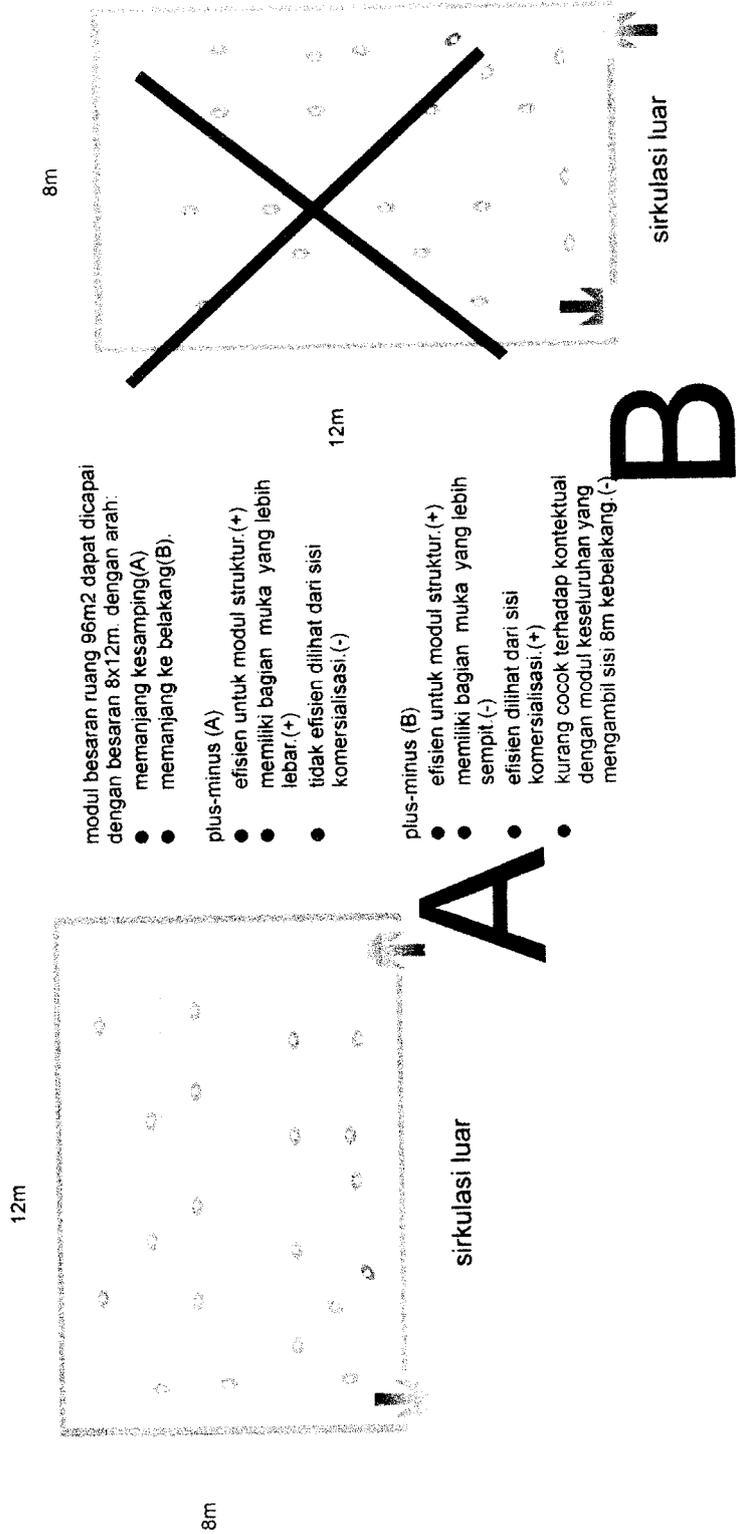
- ruang men jadi terkesan lebih luas
- ruangan jadi memiliki etalase yang lebih lebar tetapi ada kelemahan yang sangat signifikan. yakni:
- tertalu memakan ruang yang mengakses langsung ke koridor sehingga ruang sewa jadi tidak efektif dan efisien.
- jumlah retail yang dapat disewakan menjadi lebih sedikit.
- harga jual menjadi lebih tinggi.

Modul dengan memanjang kebelakang memiliki kelebihan:

- Ruang yang mengakses langsung koridor menjadi lebih banyak sehingga ruang menjadi lebih banyak yang bisa dijadikan retail.
- Efektif terhadap modul struktur.
- harga jual retail lebih murah.
- ruang jadi terkesan lebih sempit
- ruang yang dapat dijadikan display barang jadi lebih sempit.

Gambar: 48
Modul Ruang Retail
Sumber : Hasil Olahan

Modul Ruang 96m²



modul besaran ruang 96m² dapat dicapai dengan besaran 8x12m. dengan arah:

- memanjang kesamping(A)
- memanjang ke belakang(B).

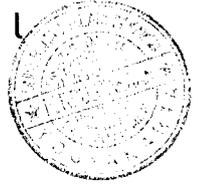
plus-minus (A)

- efisien untuk modul struktur.(+)
- memiliki bagian muka yang lebih lebar.(+)
- tidak efisien dilihat dari sisi komersialisasi.(-)

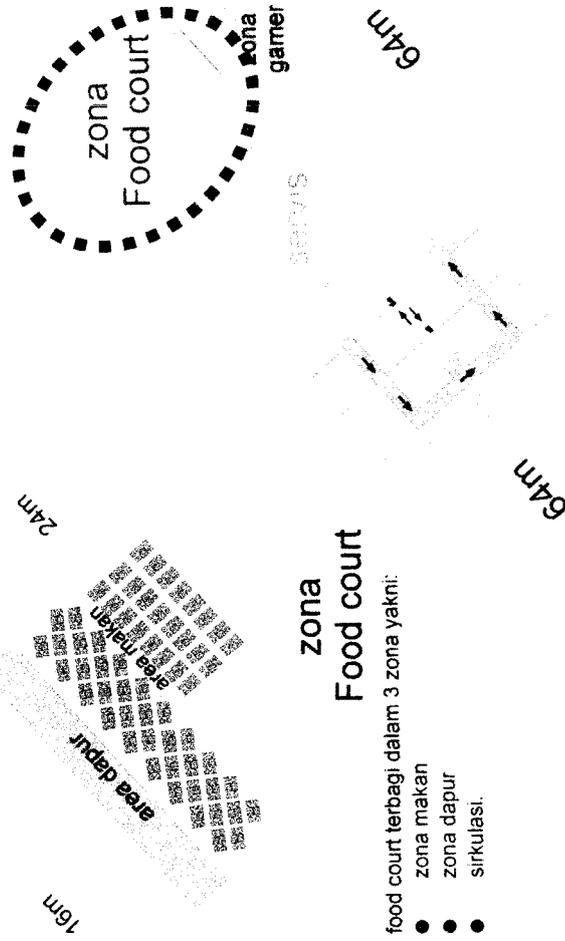
plus-minus (B)

- efisien untuk modul struktur.(+)
- memiliki bagian muka yang lebih sempit.(-)
- efisien dilihat dari sisi komersialisasi.(+)
- kurang cocok terhadap kontekstual dengan modul keseluruhan yang mengambil sisi 8m kebelakang.(-)

Gambar: 49
Modul Ruang Retail
Sumber : Hasil Olahan



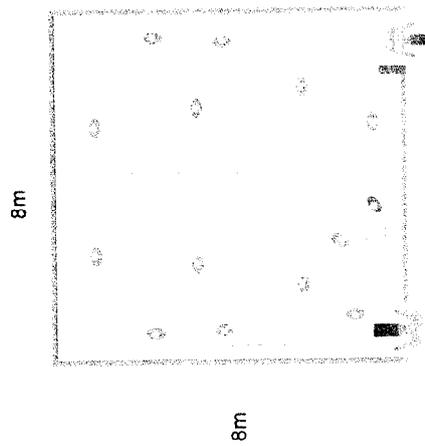
Modul food court 840 m²



food court terbagi dalam 3 zona yakni:

- zona makan
- zona dapur
- sirkulasi.

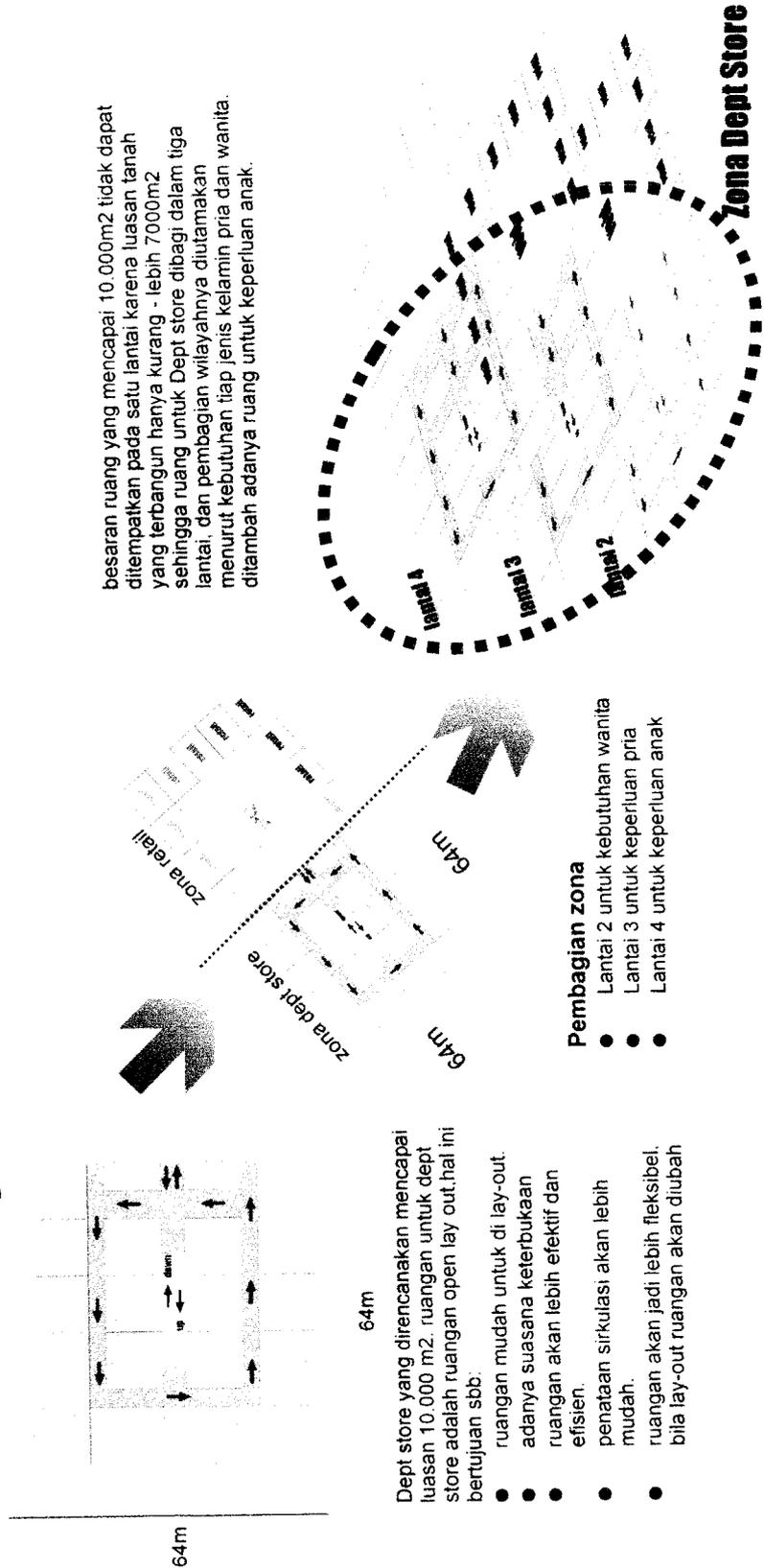
Modul Ruang 64m²



modul 64m² dapat dicapai dengan dimensi 8x8m. modul ini memiliki kelebihan sangat efisien bila dilihat dari efektifitas struktur terhadap modul ruang.

Gambar: 50
Modul Ruang Retail
Sumber : Hasil Olahan

Modul Ruang Dept store 10.000m²



besaran ruang yang mencapai 10.000m² tidak dapat ditempatkan pada satu lantai karena luasan tanah yang terbangun hanya kurang - lebih 7000m² sehingga ruang untuk Dept store dibagi dalam tiga lantai, dan pembagian wilayahnya diutamakan menurut kebutuhan tiap jenis kelamin pria dan wanita, ditambah adanya ruang untuk keperluan anak.

Dept store yang direncanakan mencapai luasan 10.000 m². ruangan untuk dept store adalah ruangan open lay out, hal ini bertujuan sbb:

- ruangan mudah untuk di lay-out.
- adanya suasana keterbukaan
- ruangan akan lebih efektif dan efisien.
- penataan sirkulasi akan lebih mudah.
- ruangan akan jadi lebih fleksibel, bila lay-out ruangan akan diubah

- Pembagian zona**
- Lantai 2 untuk kebutuhan wanita
 - Lantai 3 untuk keperluan pria
 - Lantai 4 untuk keperluan anak

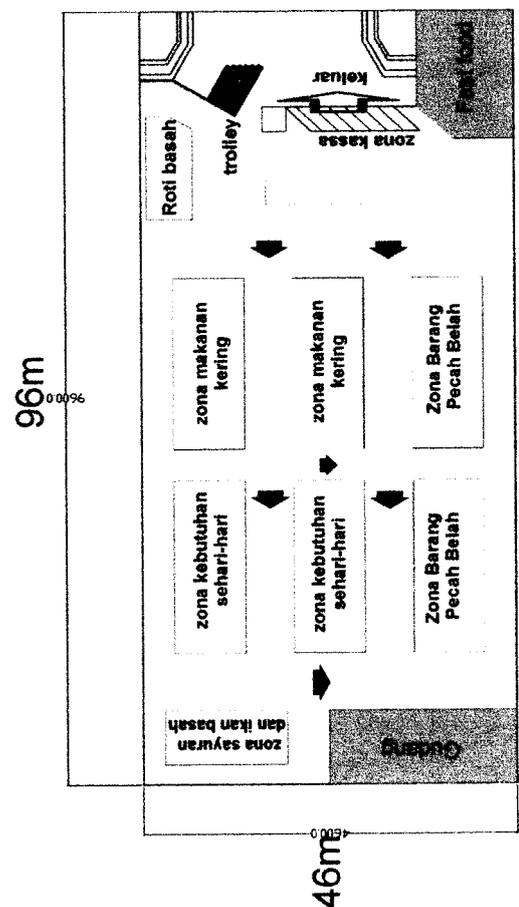
Gambar. 51
Modul Ruang Dept Store
Sumber : Hasil Olahan

Modul Ruang Super Market 5000m²

Supermarket membutuhkan ruang yang cukup luas diperkirakan mencapai 5000m². ruang ini lebih fleksibel karena tidak membutuhkan spesifikasi karakter ruang yang berhubungan dengan bentuk, yang dibutuhkan hanya ruang terbuka yang cukup luas dan memudahkan dalam lay out ruangnya kelak.

Supermarket membutuhkan karakter ruang sbb:

- Keseluruhan ruangan terdapat pada lantai yang sama, karena memudahkan aktifitas membawa barang ketika berbelanja.
- Mudah diakses dari parkir dan pintu keluar untuk memudahkan loading dock dan keluarnya barang yang dibawa konsumen.

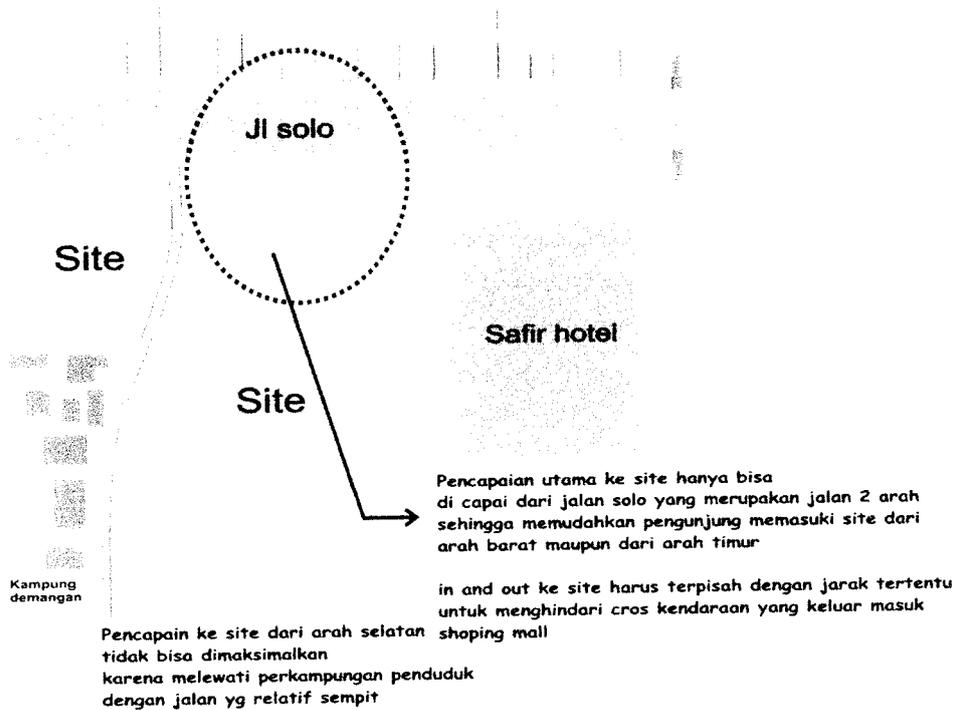


Gambar: 52
Diagram Org. Ruang Keseluruhan Vertikal
Sumber : Hasil Olahan

E. Analisa Site

1. Pencapaian bangunan

Site mempunyai akses langsung di jalan Solo yang merupakan jalan utama kota Jogjakarta, ini memudahkan para pengunjung dalam pencapaian ke site bangunan dari 2 arah.



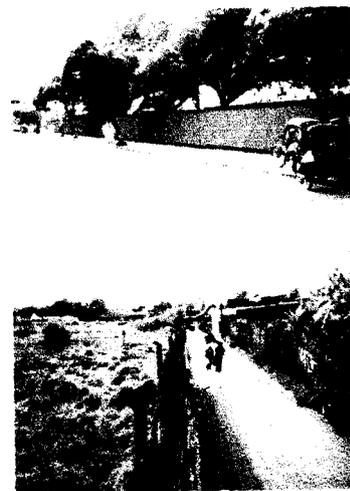
Gambar: 53
Analisa Lingkungan Site
Sumber : Hasil Olahan

Suasana pencapaian ke site dari jalan Solo yang merupakan jalan 2 arah, sehingga dapat di akses dengan mudah dari arah barat dan timur.

Dari hal tersebut maka entrance utama di akses langsung dari jalan Solo.

Akses jalan kecil dari perkampungan Demangan yang membelah site menjadi permasalahan sendiri dalam pengolahan sirkulasi site.

Untuk itu perlu jalan kampung ke sisi barat site.

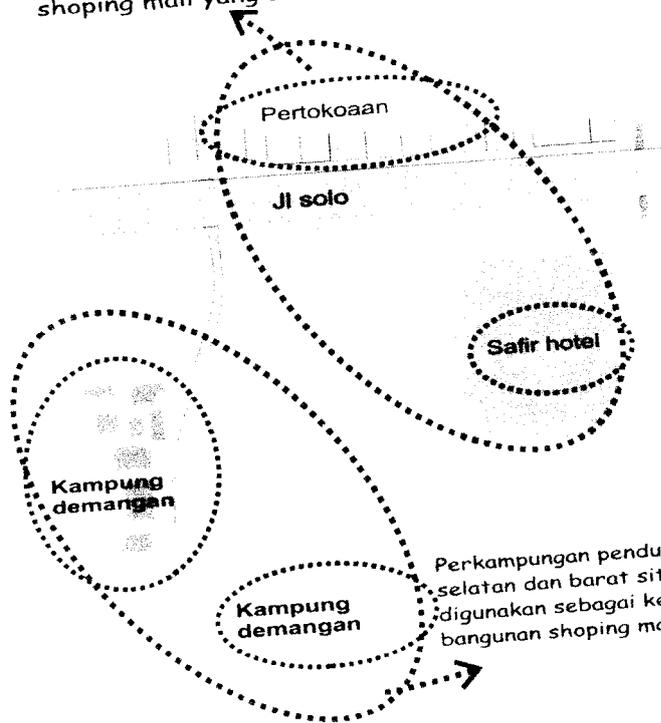


Gambar: 54
Photo Pencapaian Bangunan
Sumber : Hasil Olahan

2. Lingkungan

Site terletak di daerah kelurahan Demangan kidul. Site sebelah barat berbatasan langsung dengan perumahan penduduk dan pertokoan, sebelah selatan berbatasan dengan perkampungan Demangan kidul, sebelah timur berbatasan dengan Saphir hotel, sedangkan sebelah utara berbatasan langsung dengan jalan Solo dengan pertokoan – pertokoannya.

Site yang berdekatan dengan pertokoan dan bangunan hotel bisa memberi nilai tambah pada site. pertokoan dan hotel bisa disenergikan dengan bangunan shopping mall yang akan direncanakan



Perkampungan penduduk yang terletak di selatan dan barat site merupakan aset yang dapat digunakan sebagai keamanan swakarsa bagi bangunan shopping mall yang direncanakan

Gambar: 55
Analisa Lingkungan Site
Sumber : Hasil Olahan

Hotel Saphir yang terletak di timur site dapat di jadikan sebagai pendukung utama keberadaan shopping mall. Shopping mall dan hotel merupakan suatu sinergi yang positif yang saling mendukung dalam suatu kawasan komersial.



Perkampungan penduduk di sisi barat dan selatan site merupakan aset masyarakat yang dapat di gunakan sebagai pola keamanan swakarsa bagi bangunan shopping mall.

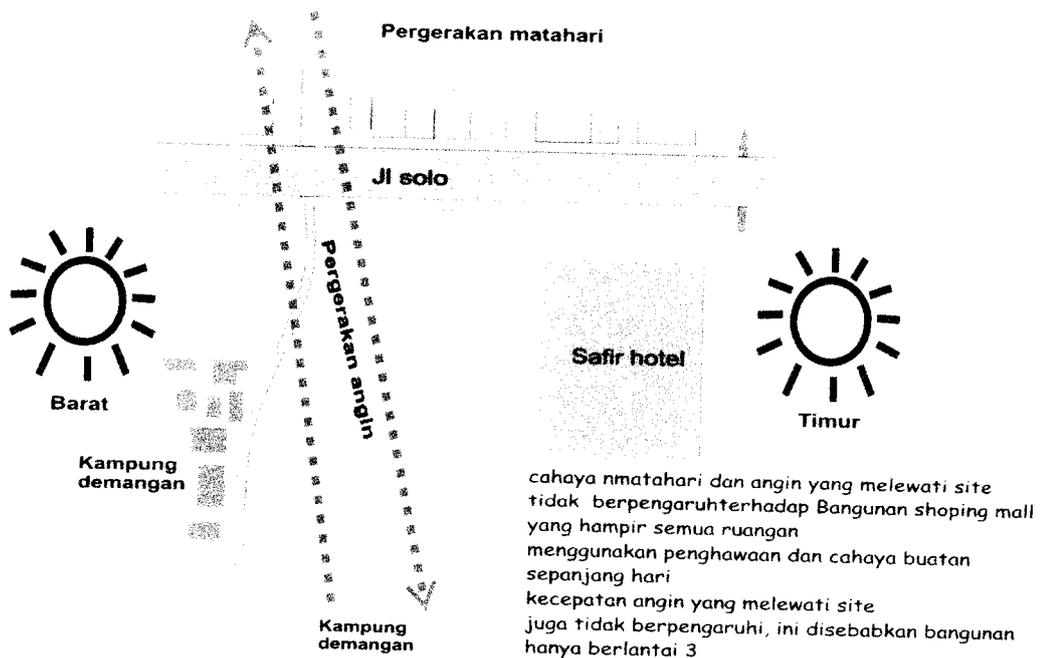


Gambar: 56
Photo Lingkungan Site
Sumber : Hasil Olahan

3. Arah angin dan matahari

Site yang terletak di daerah iklim tropis mempunyai kecenderungan matahari bersinar sepanjang tahun hanya dalam musim penghujan intensitas matahari berkurang. Arah angin yang di pengaruhi oleh angin laut dan angin darat, bertiup dari arah selatan dan arah utara site yang saling bergantian dengan intensitas yang sering berubah. Fungsi bangunan shopping mall yang merupakan bangunan komersial yang mengutamakan kenyamanan dan efek cahaya untuk display ruangan sepanjang operasional dari siang sampai malam, sehingga di perlukan penghawaan dan pencahayaan yang stabil.

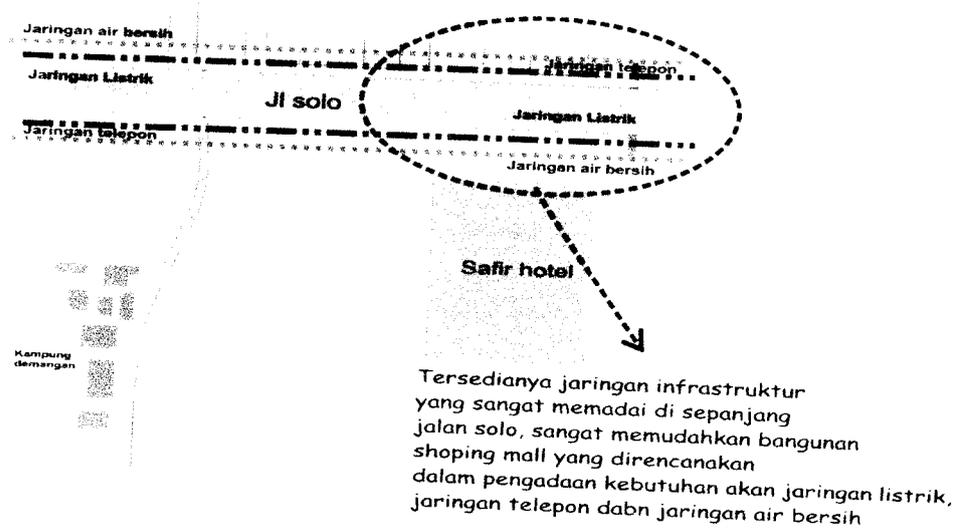
Untuk itu bangunan shopping mall dalam operasionalnya sepanjang hari tidak begitu membutuhkan angin dan pencahayaan alami.



Gambar: 57
Analisa Arah Angin & Matahari
Sumber : Hasil Olahan

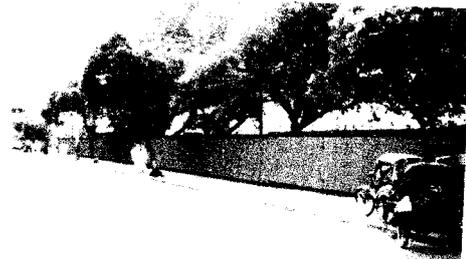
4. Infra struktur

Sebagai pendukung utilitas bangunan shopping mall, site yang terletak di kota dan di tepi jalan utama kota Jogja mempunyai akses dan pencapaian yang mudah ke sarana infra struktur.



Gambar: 58
Analisa Infra Struktur pada Site
Sumber : Hasil Olahan

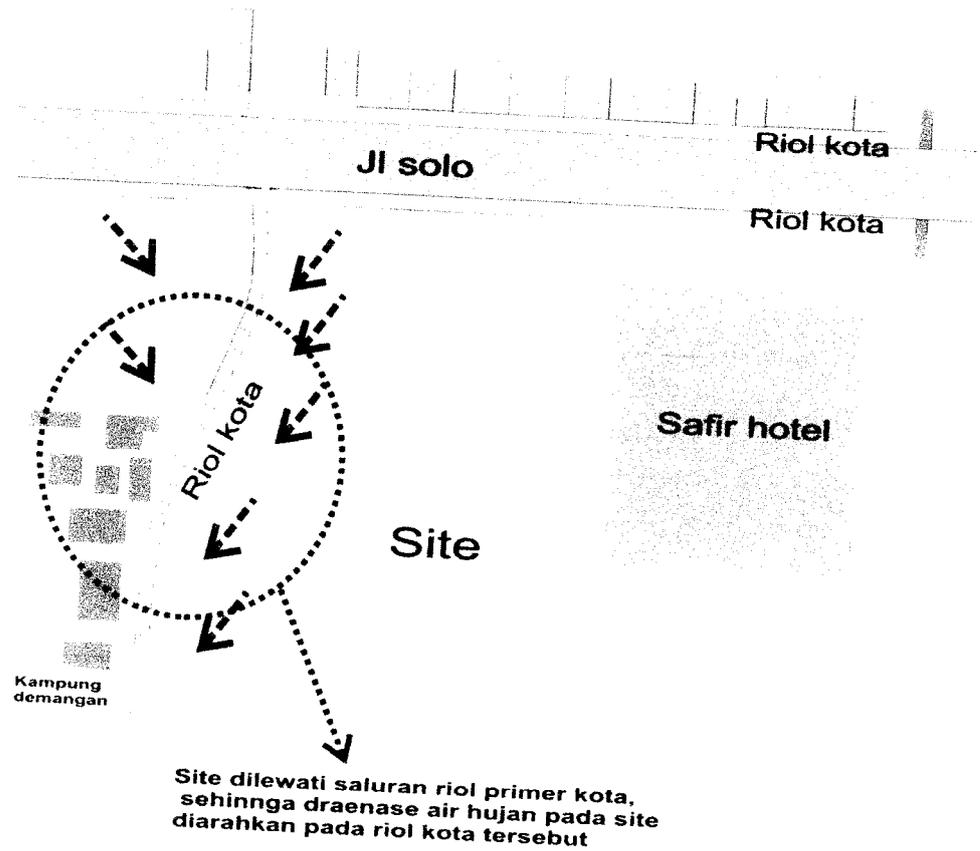
Jaringan infra struktur sangat lengkap dan terawat di jalan Solo, ini di sebabkan karena jalan Solo merupakan jalan utama kota Jogjakarta. Oleh karena itu bangunan shopping mall yang berbatasan langsung dengan jalan Solo tidak menemukan kendala yang berarti dalam pen-suplaian system utilitasnya.



Gambar 59
Photo Infra Struktur pada Site
Sumber : Hasil Olahan

5. Drainase

Site yang akan di rencanakan mempunyai kemiringan tanah yang relatif datar. Site merupakan jalur utama riol kota, sehingga sistem drainase pada site tidak mempunyai kendala yang berarti.

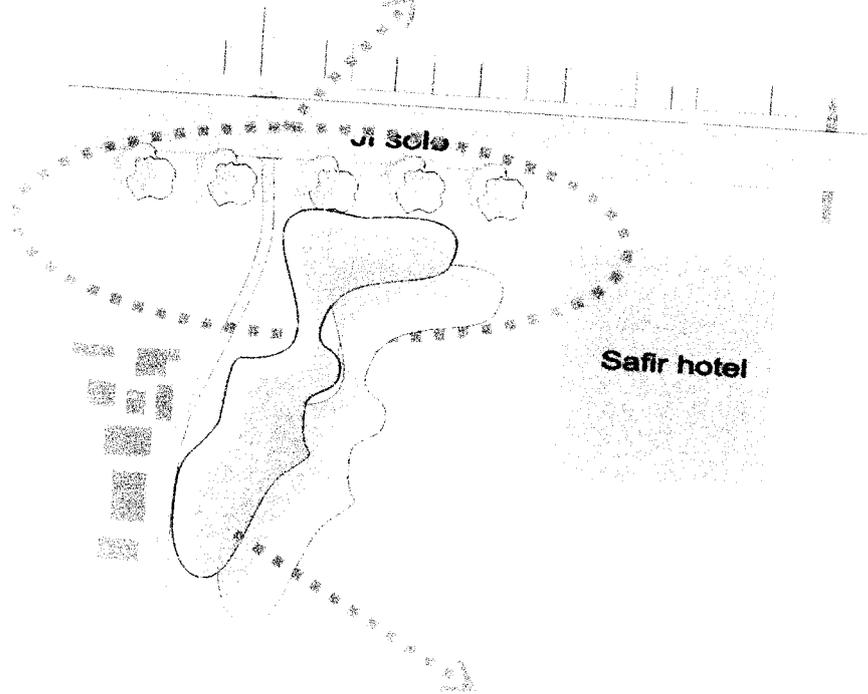


Gambar: 60
 Analisa Drainase pada Site
 Sumber : Hasil Olahan

6. Vegetasi

Site yang merupakan lahan kosong yang tidak terpelihara mempunyai vegetasi utama hanyalah ilalang. Pohon – pohon pelindung hanya terletak di sisi jalan Solo yang merupakan vegetasi bagian jalan tersebut. Sehingga pintu masuk dan keluar mall harus memperhatikan pohon – pohon di sisi jalan Solo tersebut, ini dengan tujuan agar tidak menghilangkan atau merusak vegetasi tersebut. Minimnya vegetasi pada site sehingga pada perencanaan lanskap bangunan shopping mall nanti harus benar – benar memperhatikan pemilihan vegetasi yang bisa mendukung keberadaan dan kenyamanan bangunan mall tersebut.

Vegetasi yang cukup dominan hanya terdapat pada sisi utara site vegetasi jenis akasia tersebut merupakan bagian dan perindang jalan solo sehingga in & out site yang akan direncanakan harus memperhatikan titik - titik vegetasi tersebut



Vegetasi di dalam site hanya vegetasi jenis ilalang dan semak-semak jenis vegetasi ini tidak mendukung lanskap bangunan yang akan direncanakan untuk itu perlu adanya penghilangan vegetasi - vegetasi tersebut

Gambar: 61
Analisa Vegetasi pada Site
Sumber : Hasil Olahan

Vegetasi jenis ilalang pada site tidak perlu di pertahankan, hal tersebut di karenakan sifat dan performa vegetasi ilalang tidak dapat mendukung lanskap bangunan shopping mall.



Pohon akasia sebagai perindang jalan Solo harus di pertahankan, untuk itu pintu masuk dan keluar shopping mall harus memperhatikan keberadaan pohon tersebut.



Gambar: 62
Photo Vegetasi pada Site
Sumber : Hasil Olahan

BAB IV

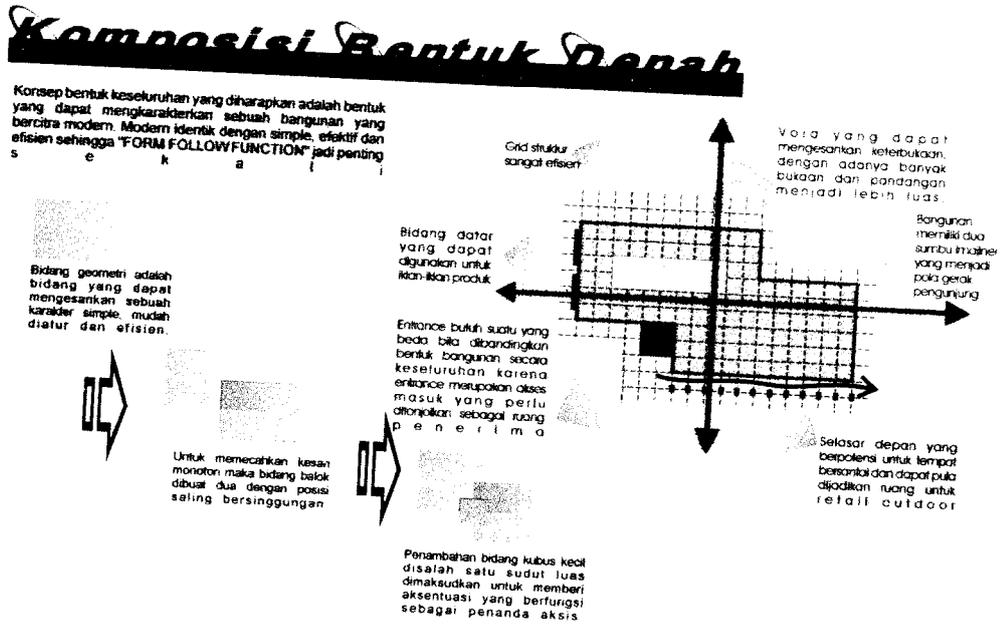
PROSES DAN PENGEMBANGAN DESAIN

Bab ini menjelaskan bagaimana penulis mencoba menguraikan proses penemuan bentuk denah dan tampak. Penulis mencoba menguraikannya mulai dari penzoningan pada site sampai dengan hasil akhir denah dan tampak didapatkan.

A. Review skematik

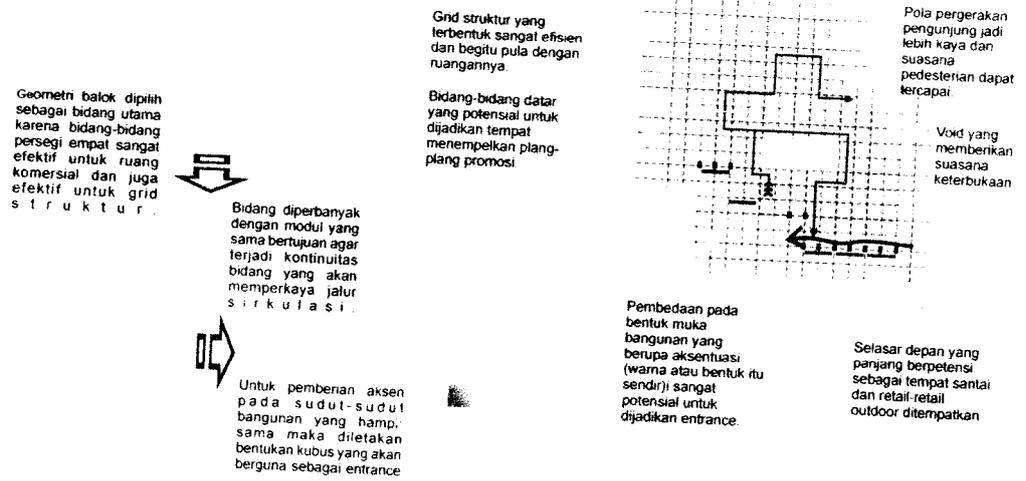
1. Proses Pencarian Denah

Dalam proses tugas akhir yang dilakukan penulis ada beberapa proses yang telah dilalui salah satunya adalah proses skematik desain. Dalam masa ini penulis mendapatkan bimbingan dalam penemuan bentuk denah yang terskema. Hasil dari proses ini penulis jadikan sebagai pedoman awal pencarian bentuk denah sesungguhnya. Yang dalam prosesnya dilakukan sepenuhnya di Studio. Adapun hasil skematik yang diperoleh adalah sebagai berikut.



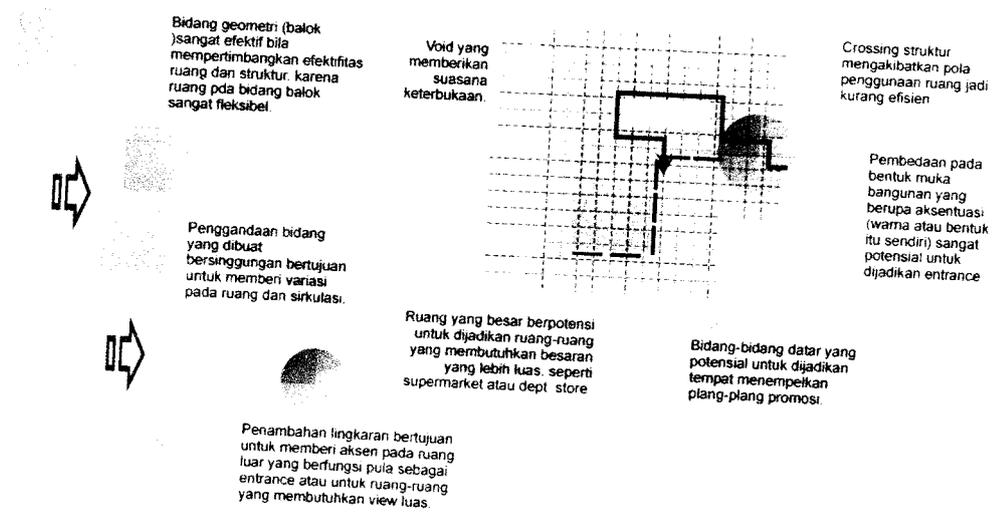
Gambar: 63
Analisa Denah
Smber : Hasil Olahan

Komposisi Bentuk Denah



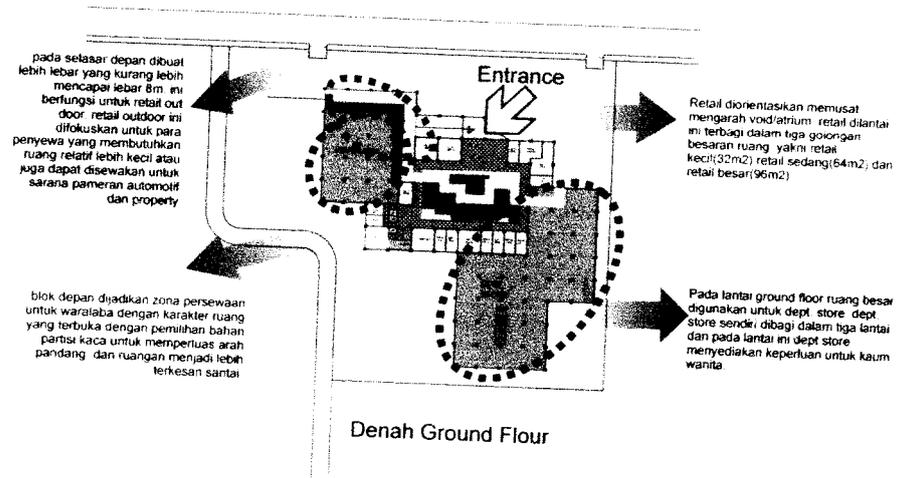
Gambar: 64
Analisa Denah
Sumber : Hasil Olahan

Komposisi Bentuk Denah



Gambar: 65
Analisa Denah
Sumber : Hasil Olahan

Dari ketiga alternative tersebut penulis memilih yang paling mendekati konsep, yakni alternative yang kedua. tetapi setelah dikaji ulang ternyata masih banyak yang perlu untuk disesuaikan dengan konsep yang direncanakan. Dibawah ini adalah pra denah dari alternative gubahan masa yang terpilih.



Gambar: 66
Analisa Denah
Sumber : Hasil Olahan

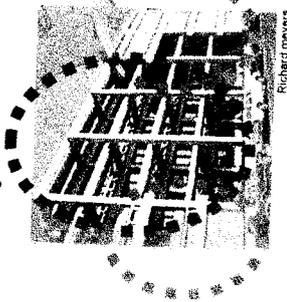
Setelah melalui proses pengkajian kembali hasil yang diperoleh selama proses skematik ternyata masih banyak kekurangan yang harus dilengkapi dalam proses pembentukan denah yang lebih terencana. Bahasan selanjutnya yang dilakukan penulis adalah *mengeksplor* ulang proses perencanaannya.

2. Proses Pencarian Tampak

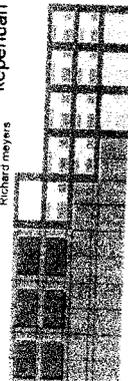
Proses skematik meliputi eksplorasi denah dan tampak ini pula yang dilakukan oleh penulis setelah denah diperoleh gambaran maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah pencarian bentuk tampak, pencarian yang dimaksudkan adalah pencarian bentuk yang dapat menunjang konsep yakni modern dan bentukan efisien. Berikut kilasan proses skematik yang telah dilakukan penulis.

Komposisi Tampak

Elemen kolom dapat dijadikan elemen fasade dengan memainkan timbul hilangnya kolom dari penempatan fasade atau juga dengan menjadikan kolom sebagai ruang maya, tanpa dinding yang hanya akan memberikan identitas sebuah ruang.



Elemen dinding yang dimaju-
mundurkan menjadikan fasade
memiliki bidang yang terpisah-
pisah menurut yang
dikehendaki bidang-bidang yang
tercipta merupakan bidang-bidang
geometri dan juga fungsional
ketika diterapkan dalam bangun-
mall yang membutuhkan bidang-
bidang yang menonjol untuk
keperluan promosi produk.



TAMPAK MUKA

Permainan kolom yang diekspos berikut baloknya menjadikan ruang yang berada diantara balok dan kolom tersebut menjadi teridentifikasi sebagai ruang transisi antara ruang luar dan ruang dalam.



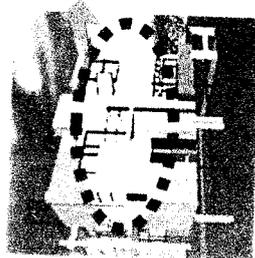
Pemilihan elemen selimut dinding menjadi suatu yang potensial untuk mengkaraktirikan ruang yang ada didalamnya, misalkan untuk ruang yang bersifat santai diharapkan ruang yang tercipta adalah ruangan yang memiliki keterbukaan, baik yang sifatnya pembatasnya (partis) ataupun Viewnya.

Bidang yang terlihat transparan dan masif, permainan bidang seperti ini cocok untuk daerah-daerah yang sifatnya publik-privat.

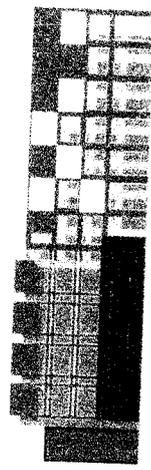


Bidang yang terlihat maju dan mundur

TAMPAK MUKA

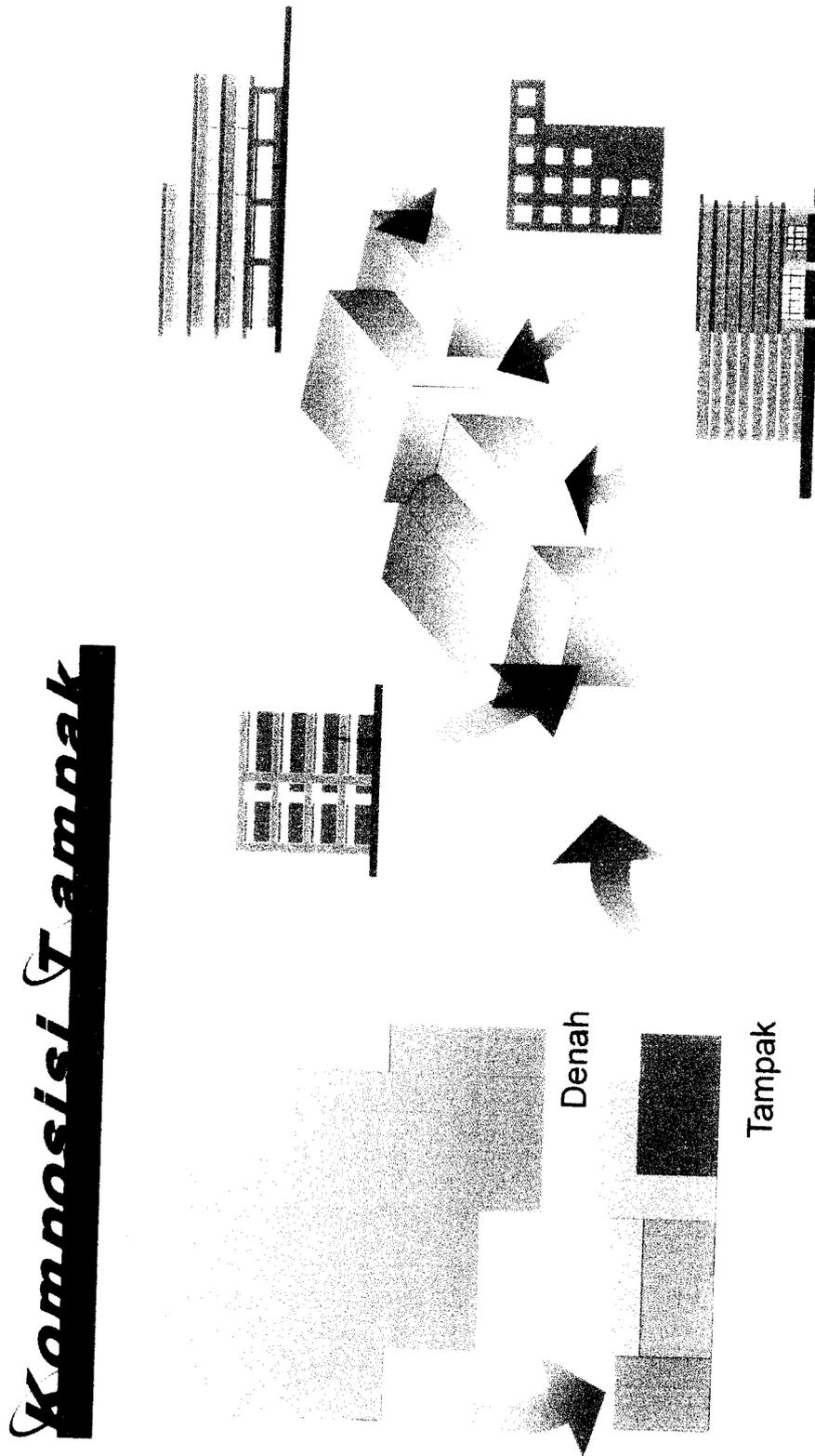


Le carlier



TAMPAK MUKA

Gambar: 67
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan



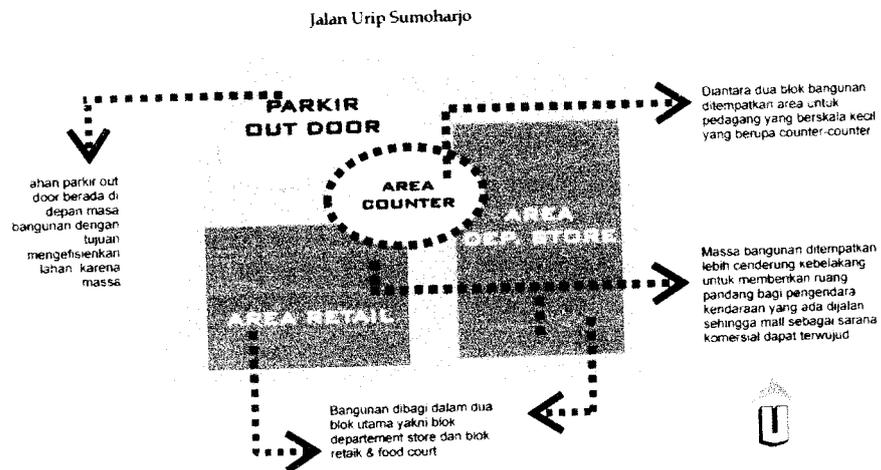
]Gambar: 68
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan

B. Analisa Komposisi Bentuk Pada Site dan Peruangan

1. Proses Pembentukan Denah

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah melakukan penzoningan pada site sehingga fungsi ruang telah dapat direncanakan sejak awal dan dapat mempermudah dalam melakukan proses selanjutnya.

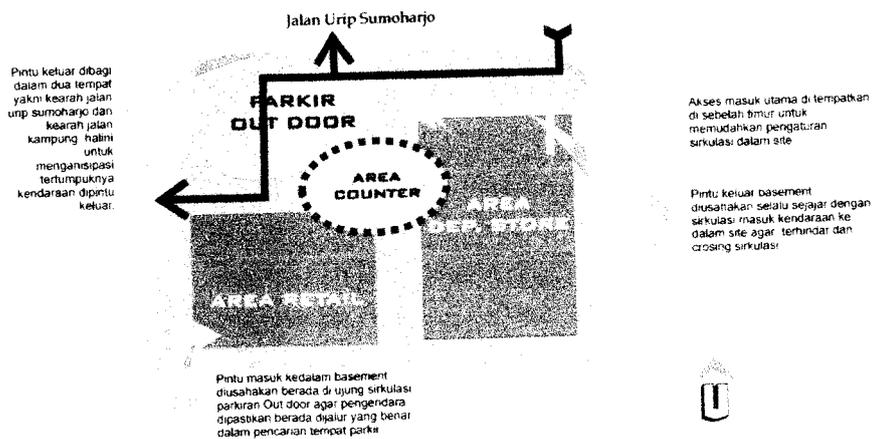
Zoning Site



Gambar: 69
Zoning Site
Sumber : Hasil Olahan

Setelah penzoningan didapatkan langkah selanjutnya adalah pengaturan sirkulasi masuk dan keluar site. Hal ini penting untuk menghindari kekacauan pada sirkulasi dalam site.

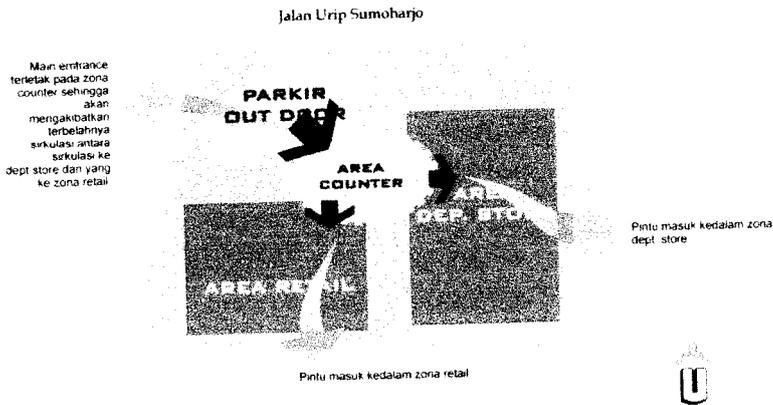
Akses Masuk Site



Gambar: 70
Akses masuk Site
Sumber : Hasil Olahan

Langkah berikutnya adalah penentuan lokasi main entrance. Main entrance pada bangunan komersial merupakan faktor yang sangat penting dan harus dipertimbangkan dengan matang agar bangunan dapat memiliki nilai jual yang tinggi dan dapat mengundang pengunjung untuk masuk kedalam bangunan.

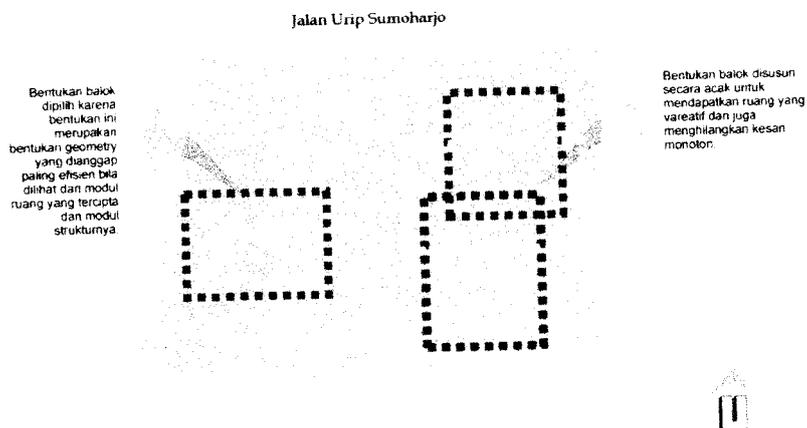
Akses Masuk Bangunan



Gambar: 71
akses masuk bangunan
Sumber : Hasil Olahan

Setelah semua penzoningan didapatkan maka langkah berikutnya yang penulis pilih adalah eksplorasi denah dimulai dengan pencarian karakter bentukan denah yang sesuai dengan konsep modern dan efisien dalam pembentukan keruangannya.

Komposisi Massa Denah



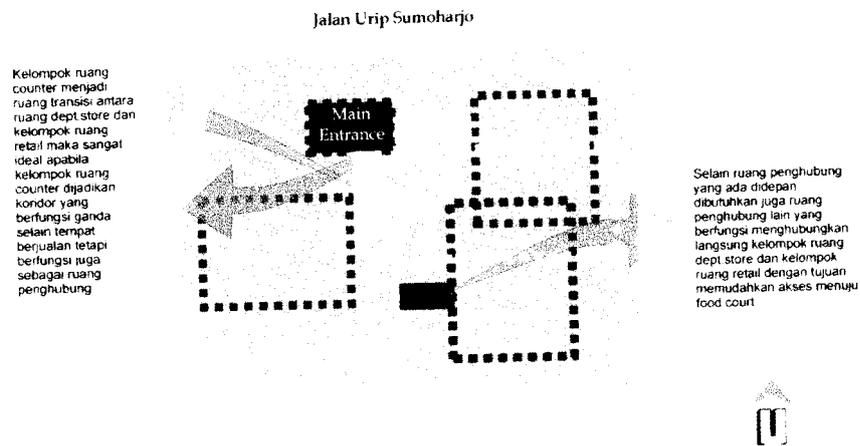
Gambar: 72
Eksplorasi denah
Sumber : Hasil Olahan

Bentukan yang dipilih adalah dominan bentukan balok yang penulis anggap sebagai bentukan yang paling ideal dan selaras dengan konsep yang direncanakan.

Ketika bentukan dasar telah ditemukan dan ternyata terbagi dalam tiga massa utama yang masing-masing terpisah maka dibutuhkan akses penghubung diantara ketiganya. Adapun yang penulis lakukan adalah dengan meleburkan salah satu kelompok ruang yakni kelompok ruang counter kecil menjadi sebuah plaza yang akan berfungsi ganda yaitu sebagai koridor yang menyatukan masa department store dengan kolompok masa retail dan juga sebagai area retail kecil yang berfungsi sebagai counter-kounter barang komersial.

Penahubung Ruang

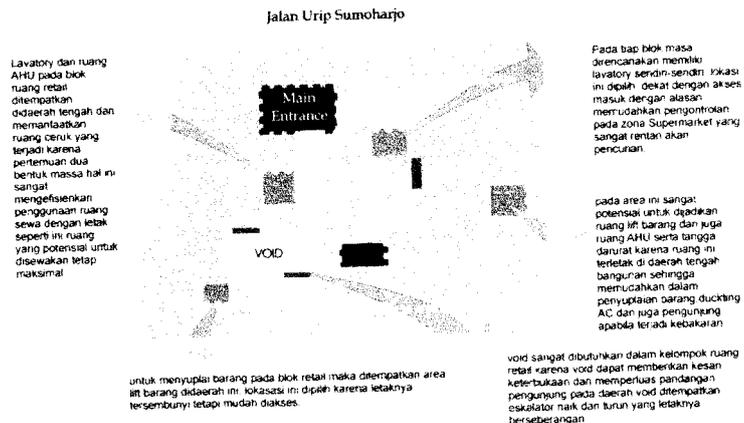
setelah bentukan ruang dapat ditentukan maka dibutuhkan penghubung diantara kedua kelompok ruang



Gambar: 73
Denah Akses Penghubung
Sumber : Hasil Olahan

Setelah bentukan denah terencana maka hal lain yang harus penulis perhatikan adalah penempatan infrastruktur dalam bangunan. Infrastruktur yang dimaksudkan adalah Elevator dan Escalator, Ruang AHU, Lavatory serta tangga darurat.

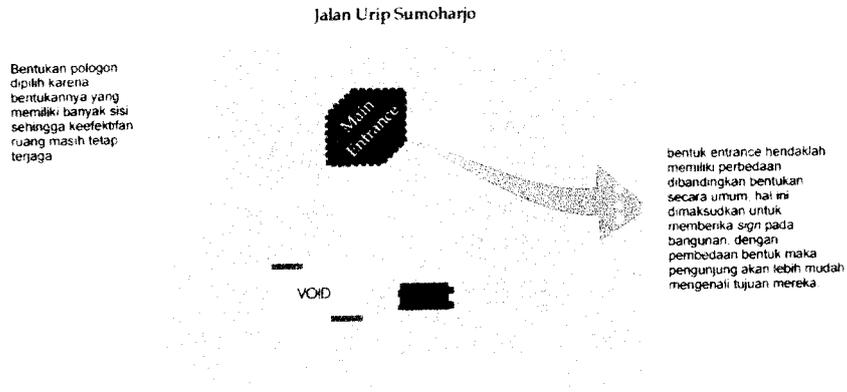
Infrastruktur Bangunan



Gambar: 74
Denah Infrastruktur Bangunan.
Sumber : Hasil Olahan

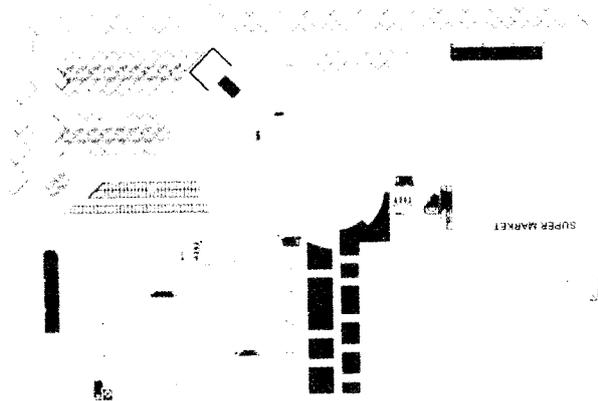
Ketika bentuk secara umum telah didapat dan hal-hal pendukung lainnya telah dipertimbangkan maka hal berikutnya yang penulis rencanakan adalah Entrance. Entrance adalah bagian terpenting pada bangunan komersial. Dengan entrance yang baik maka akan dapat mengundang pengunjung untuk tertarik masuk kedalam bangunannya, dan para penyewa pun akan diuntungkan dengan banyaknya pengunjung.

Entrance



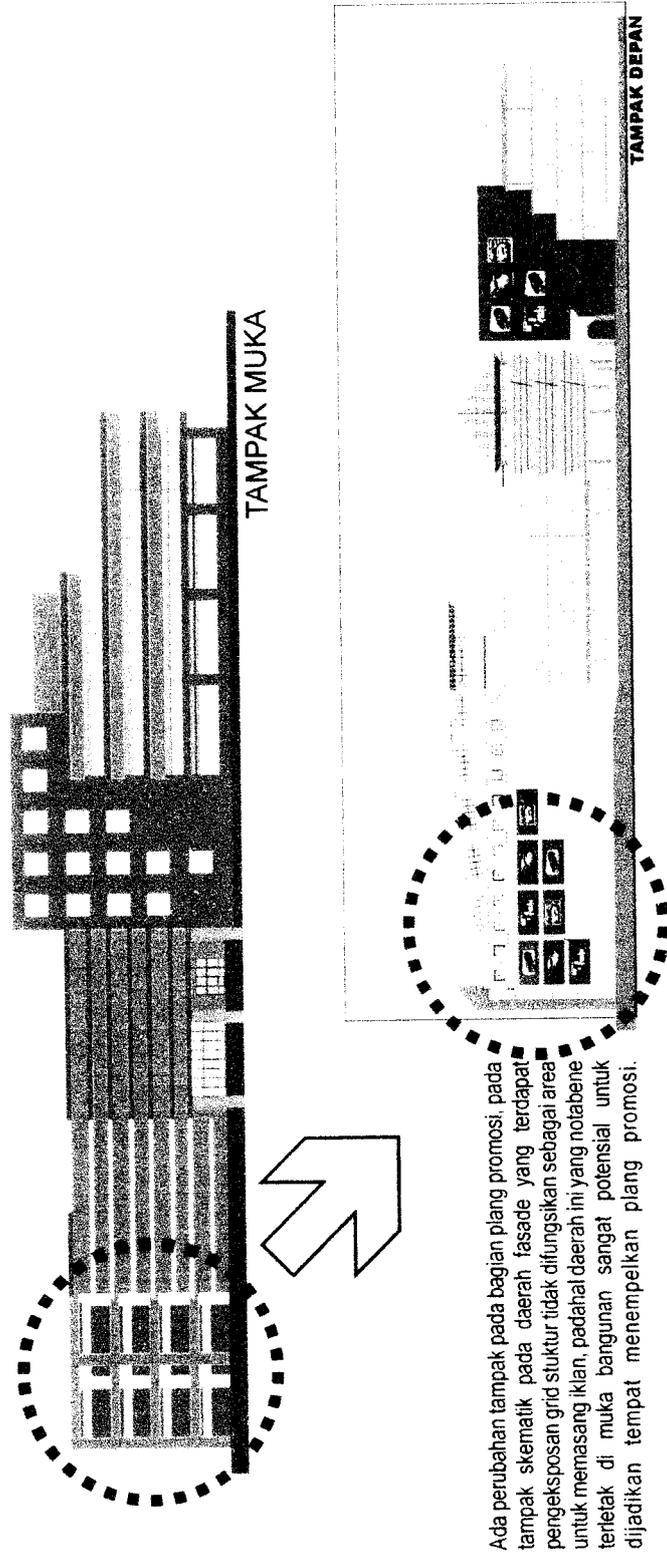
Gambar: 75
Denah Entrance
Sumber : Hasil Olahan

Setelah mempertimbangkan beberapa factor lainnya maka denah yang didapatkan oleh penulis adalah denah sebagai berikut.



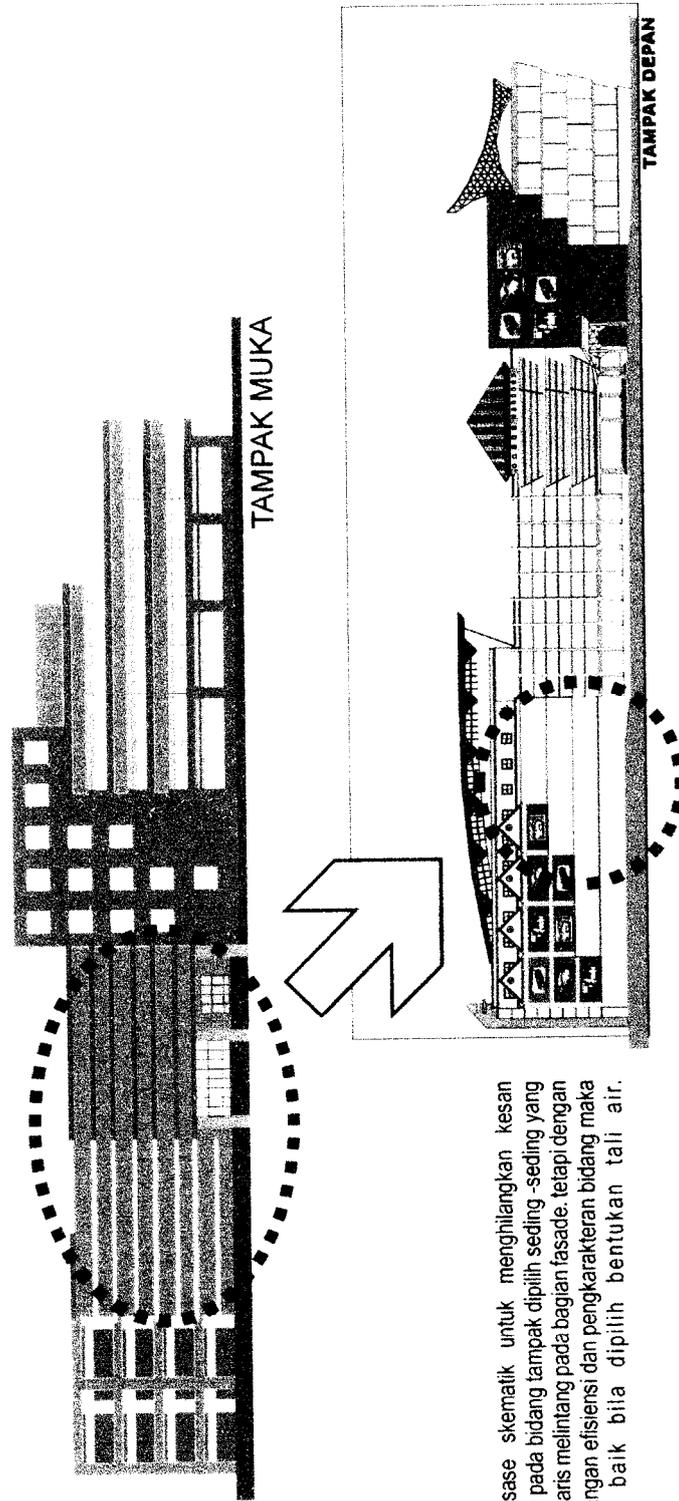
Gambar: 76
Analisa Denah
Sumber : Hasil Olahan

2. Proses Pembentukan Tampak



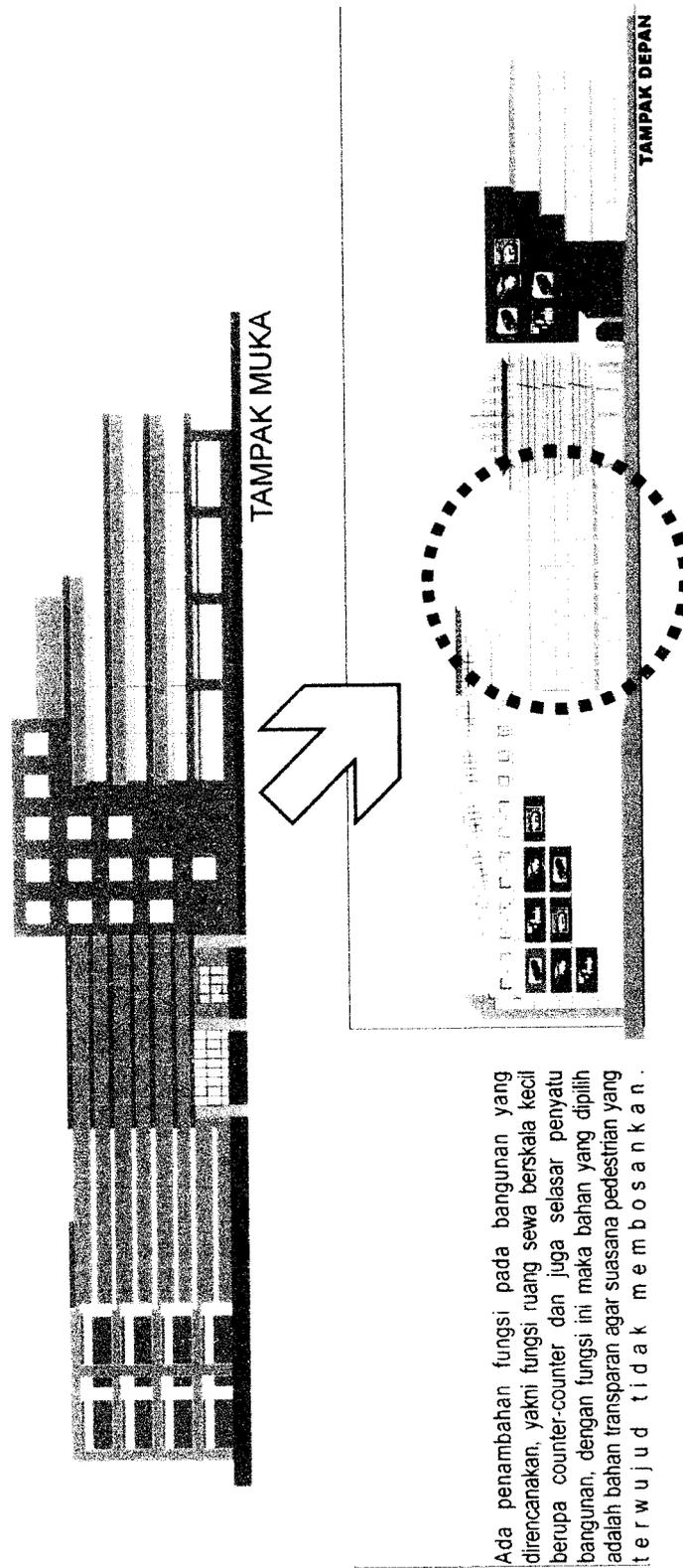
Ada perubahan tampak pada bagian plang promosi, pada tampak skematik pada daerah fasade yang terdapat pengeksposan grid stuktur tidak difungsikan sebagai area untuk memasang iklan, padahal daerah ini yang notabene terletak di muka bangunan sangat potensial untuk dijadikan tempat menempelkan plang promosi.

Gambar: 77
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan



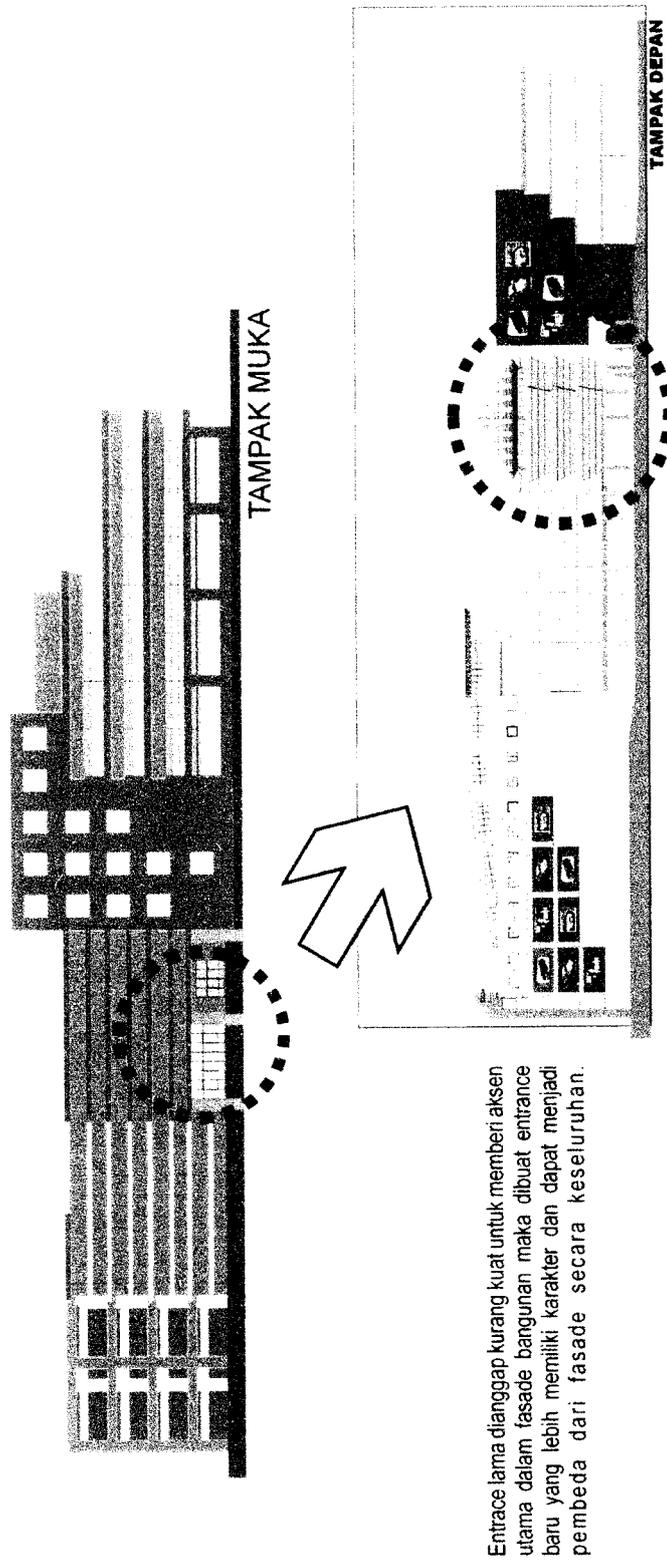
pada fasase skematik untuk menghilangkan kesan monoton pada bidang tampak dipilih seding-seding yang berupa garis melintang pada bagian fasade. tetapi dengan pertimbangan efisiensi dan pengkarakteran bidang maka lebih baik bila dipilih bentuk tali air.

Gambar: 78
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan



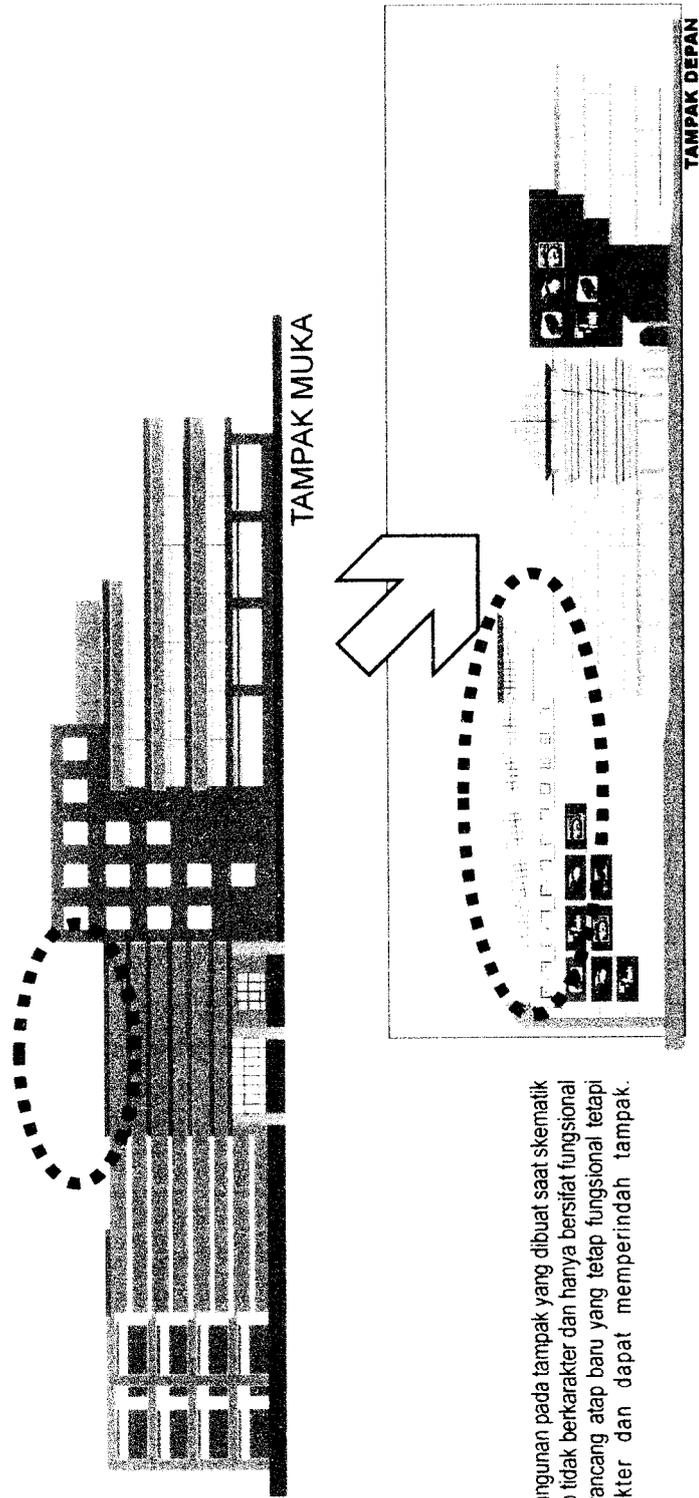
Ada penambahan fungsi pada bangunan yang direncanakan, yakni fungsi ruang sewa berskala kecil berupa counter-counter dan juga selasar penyatu bangunan, dengan fungsi ini maka bahan yang dipilih adalah bahan transparan agar suasana pedestrian yang terwujud tidak membosankan.

Gambar: 79
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan



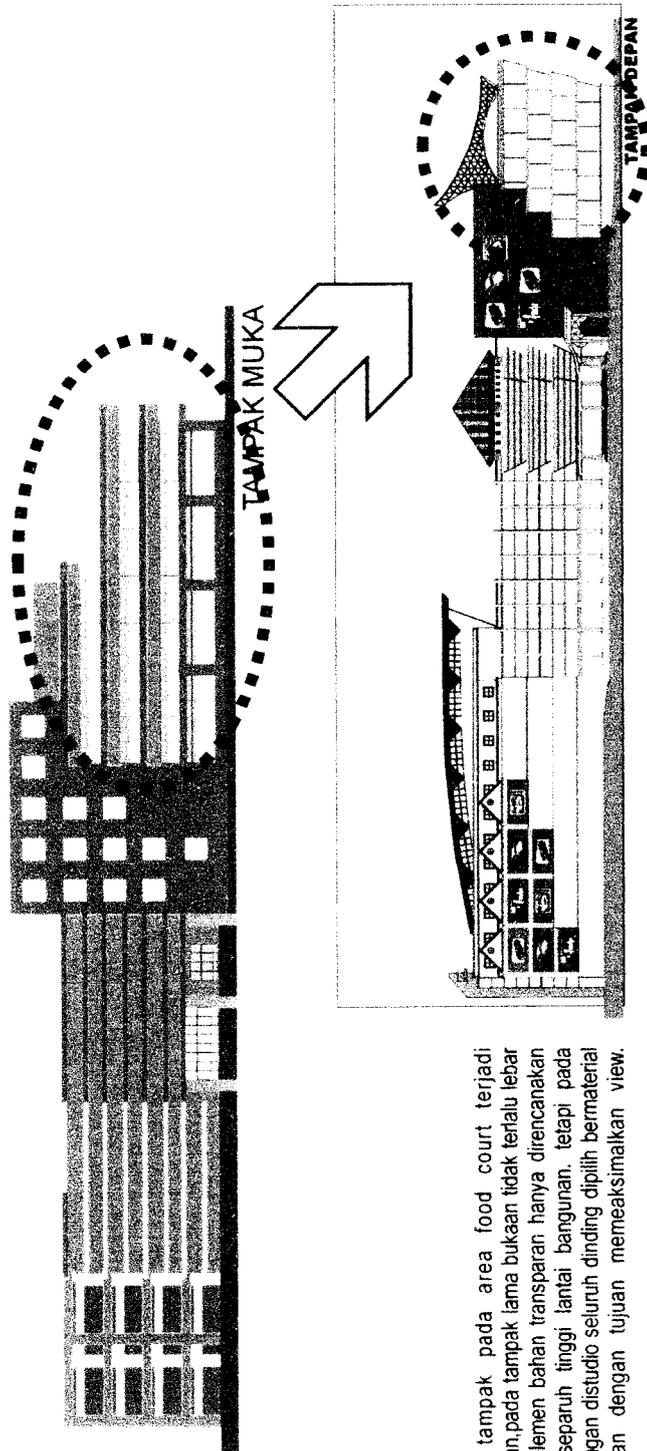
Entrance lama dianggap kurang kuat untuk memberi aksentuasi dalam fasade bangunan maka dibuat entrance baru yang lebih memiliki karakter dan dapat menjadi pembeda dari fasade secara keseluruhan.

Gambar: 80
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan



AAtap bangunan pada tampak yang dibuat saat skematik dianggap tidak berkarakter dan hanya bersifat fungsional maka dirancang atap baru yang tetap fungsional tetapi berkarakter dan dapat memperindah tampak.

Gambar: 81
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan



Bagian tampak pada area food court terjadi perubahan, pada tampak lama bukaan tidak terlalu lebar karena elemen bahan transparan hanya direncanakan dipakai separuh tinggi lantai bangunan. tetapi pada perancangan distudio seluruh dinding dipilih bermaterial transparan dengan tujuan memaksimalkan view.

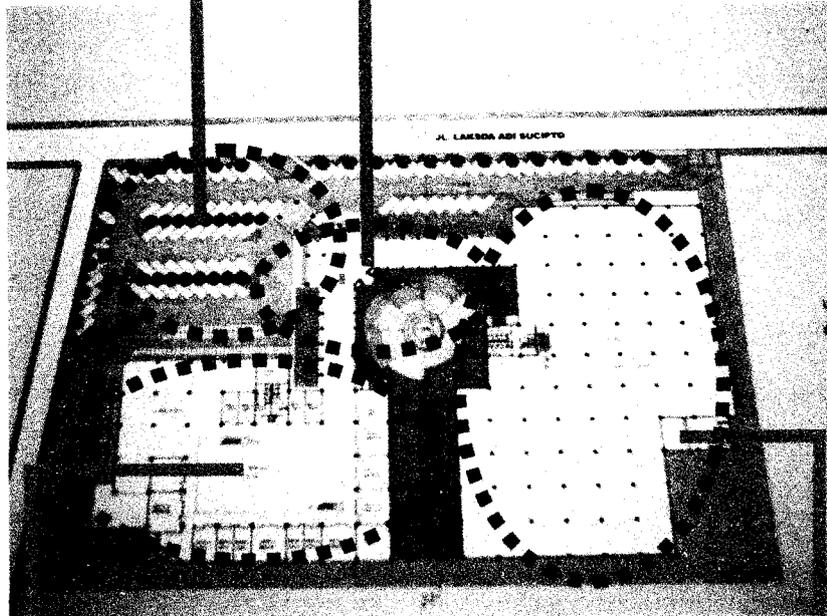
Gambar: 82
Analisa Tampak
Sumber : Hasil Olahan

BAB V

HASIL AKHIR DESAIN

AREA PARKIR out door terletak di depan kanan bangunan. memudahkan pengunjung dalam mencari parkir untuk kendaraannya. dan apabila area parkir luar telah penuh maka pengunjung akan diarahkan kedalam parkiran indoor.

AREA COUNTER yang dijadikan sebagai selasar. dan sekaligus sebagai gate bangunan.



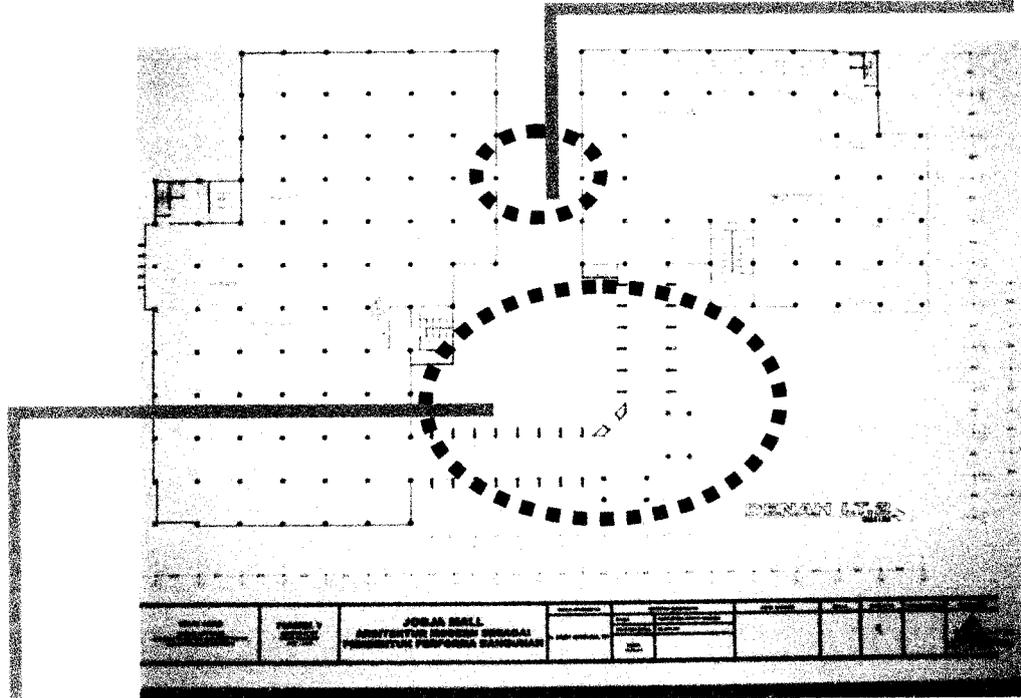
BLOK MASSA RETAIL dirancang memiliki void yang berguna sebagai pemberi kesan luas dan terbuka dan memudahkan pengunjung dalam mencari orientasi ketika berada dalam bangunan.

BLOK MASSA SUPERMARKET DAN DEPT STORE memiliki besaran ruang yan cukup luas dengan pertimbangan kebutuhan bagi penyewa utama.

Gambar: 83
Site Plan
Sumber : Gambar Kerja

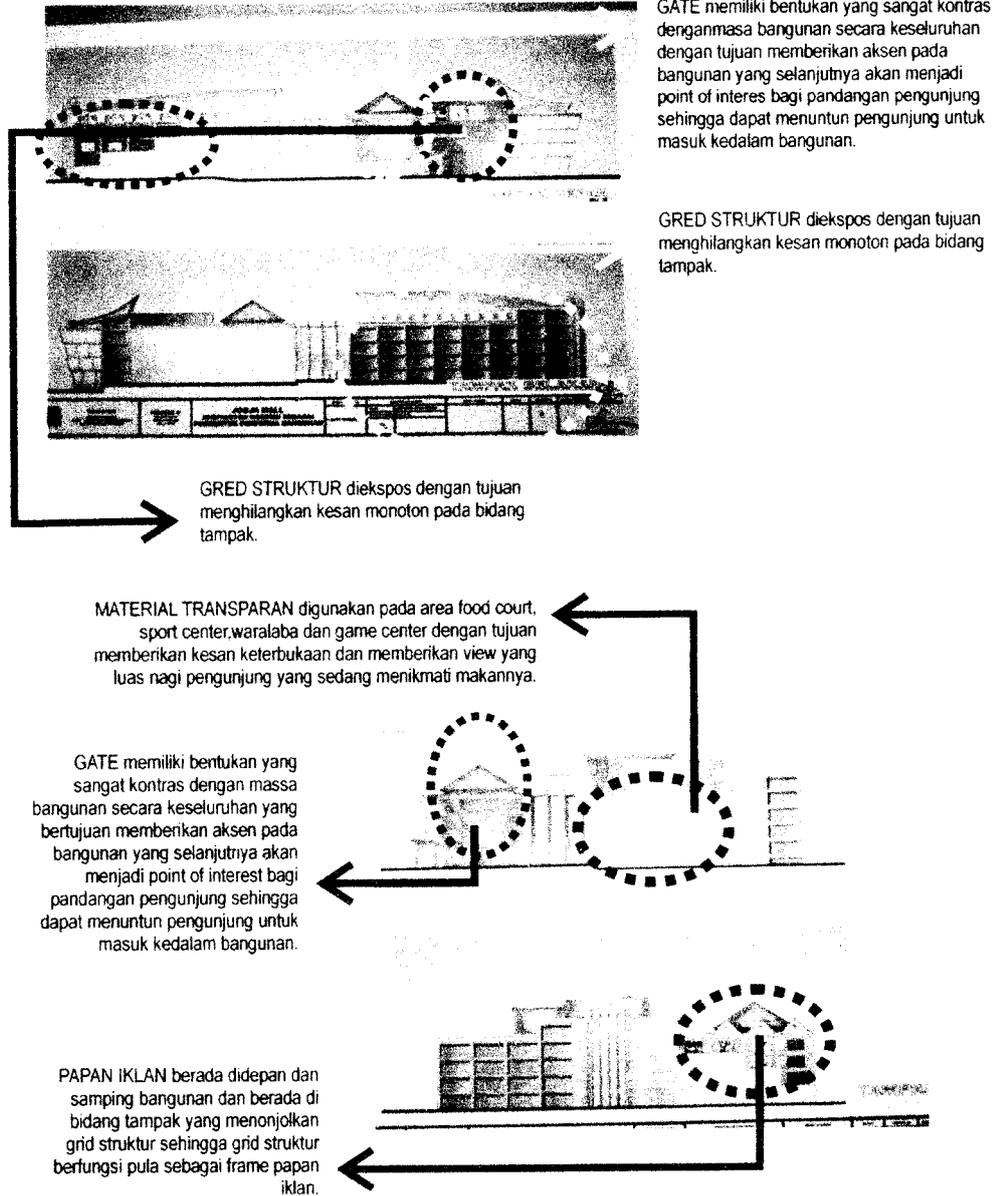
J o g j a m a l l

JALUR PENGHUBUNG yang terletak dibelakang masa bangunan hanya berada di lantai dua saja karena tujuan dalam pengadaan jalur ini 'hanya' diperuntukan untuk jalan pintas menuju food court.



JALUR PENGHUBUNG utama terletak didepan bangunan yang berfungsi juga sebagai area untuk counter-counter pedagang yang berskala kecil.

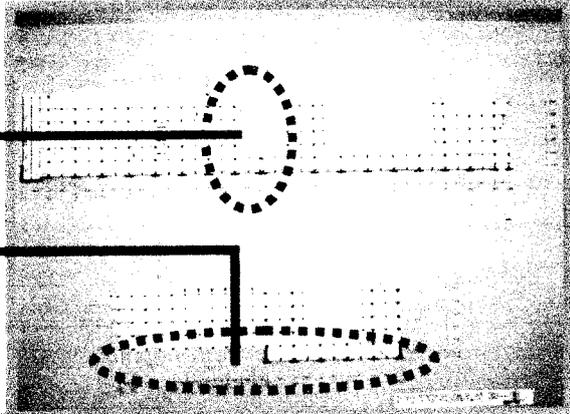
Gambar: 84
Denah
Sumber : Gambar Kerja



Gambar: 85
Tampak
Sumber : Gambar Kerja

JALUR PENGHUBUNG massa bangunan yang berada dibelakang dibuat hanya pada lantai dua sehingga bentuk yang tercipta adalah bentukan jembatan gantung.

STRUKTUR PONDASI terbagi dalam dua bentuk bentuk foot plat dengan tiang penyangga dan bentuk foot plat yang menempel pada lantai basement.

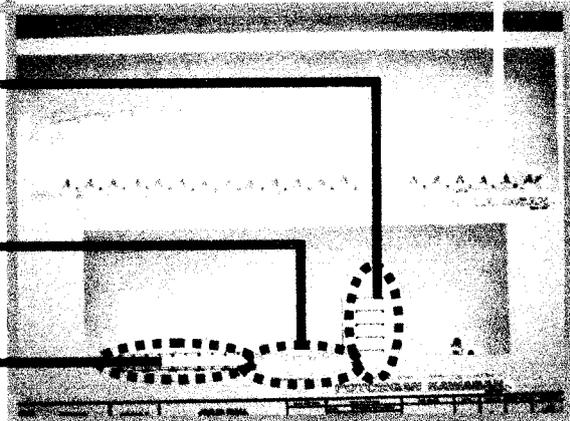


VEGETASI pada fasade bangunan dipilih tumbuhan yang tidak berdaun banyak dengan tujuan agar tumbuhan tidak menghalangi fasade bangunan secara keseluruhan . tumbuhan hanya berfungsi sebagai aksen pada fasade.

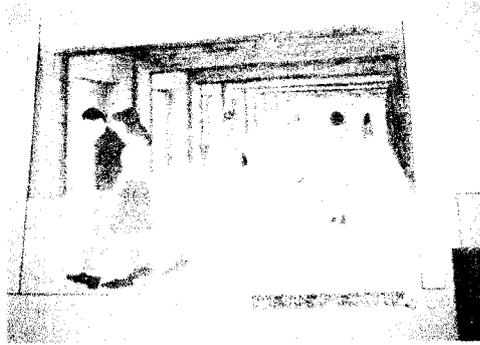
SELASAR depan berfungsi pula sebagai area counter.sehingga fungsi mall sebagai tempat belanja bagi pejalan kaki dapat terwujud.

AREA LOUNGE berada pada diluar bangunan dan berada ditengah-tengah massa bangunan sehingga akan menjadi tempat yang nyaman bagi kegiatan santai.

AREA PARKIR BASEMENT hanya berada dibawah bangunan sehingga sangat efektif dalam pengefisienan biaya dan ruang.

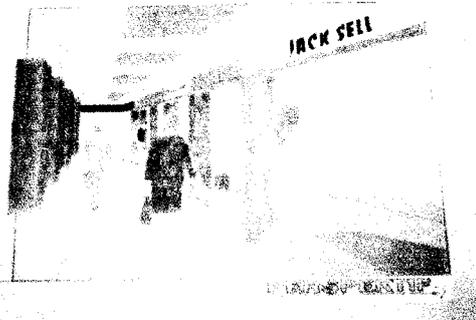


Gambar. 86
potongan
Sumber : Gambar Kerja



SELASAR BAWAH lantai satu langsung berhubungan dengan hall entrance dan tidak difungsikan sebagai area counter karena pada lantai satu dibutuhkan banyak ruang terbuka.

PERPEKTIF SELASAR lantai dua dirancang memiliki fungsi sebagai counter-counter bagi penyewa berskala kecil.

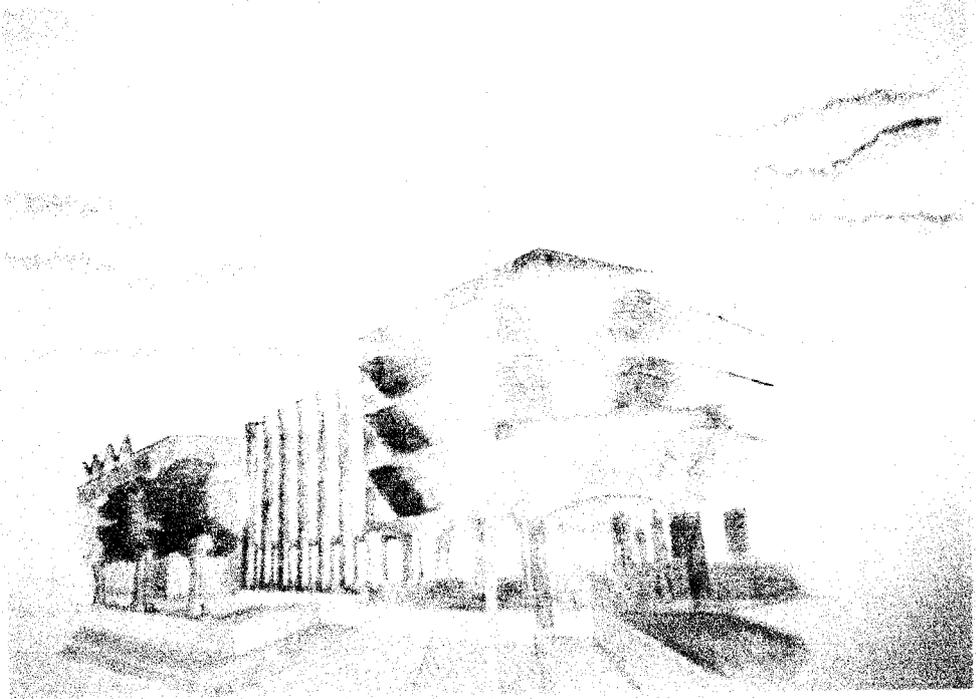


PERSPEKTIF

PERSPEKTIF INTERIOR salah satu ruang retail memperlihatkan ruang yang dirancang dapat sejalan dengan kebutuhan yang diharapkan penyewa.

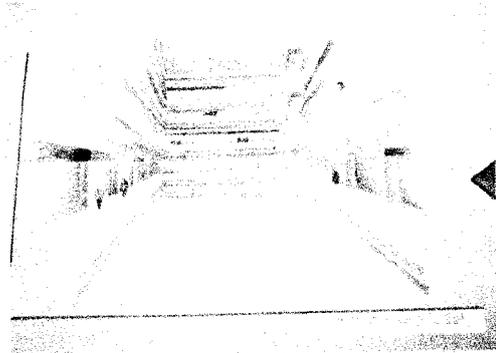


Gambar: 87
Perspektif
Sumber : Gambar Kerja



PERSPEKTIF EKSTERIOR memperlihatkan hubungan ruang luar dengan ruang dalam yang terancang, sehingga dapat memperlihatkan keselarasan diantara keduanya.

PERPEKTIF AREA VOID memperlihatkan akses antar ruang pada kelompok ruang retail.



Gambar: 88
Perspektif
Sumber : Gambar Kerja

DAFTAR PUSTAKA

1. Architecture Asia Magazine, June 2003
2. Asri, No. 85, 1990
3. Departemen RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia
4. Frics, Northen and Haskoll, M, 1977
5. Harris M Cyril, A Dictionary of Architecture and Construction, 1998
6. Kedaulatan Rakyat, September 2003
7. RIPP, Kopertis Wilayah V, DIY, 2003
8. Kabare Yogya ,Maret 2003
9. Konstruksi, Juni 1992.
10. Marlina, Endy, Bahan mata kuliah perkembangan arsitektur 3, Arsitektur Ull, 2002.
11. Maitland, Barry, Shopping Malls, Planning and Design, Nichols Publishing co,1987
12. Properti No. 38, Boom Pusat Berbelanja, 1997
13. Rubenstein, Harvey, M. Central City Mall, 1978
14. Rinorthen, Shopping Centers a Developers Guide to Planning a Design, Collaged of Estate, 1993
15. Urban Land Institute, Shopping Centers Development Handbook, Community Builders Handbook Series, Washington, 1977
16. WWW. Jogjakarta.go.id/data/reg/2004/